



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Eduardo Darelli

**ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA CRIAÇÃO DE UM SISTEMA DE GESTÃO
PARA CONDOMÍNIOS**

Florianópolis

2023

Eduardo Darelli

**ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA CRIAÇÃO DE UM SISTEMA DE GESTÃO
PARA CONDOMÍNIOS**

Trabalho de Curso submetido ao curso de Administração do Centro Socioeconômico da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Mário de Souza Almeida
Coorientador: Prof. Dr. Alexandre Augusto Biz

Florianópolis

2023

Darelli, Eduardo

ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA CRIAÇÃO DE UM SISTEMA DE GESTÃO
PARA CONDOMÍNIOS / Eduardo Darelli ; orientador, Mario de Souza
Almeida, coorientador, Alexandre Augusto Biz, 2023.

62 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade
Federal de Santa Catarina, Centro Socioeconômico, Graduação em
Administração, Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. Administração. 2. Administração. 3. Plano de Negócios. 4.
Gestão de Condomínios. 5. Aplicativo. I. Almeida, Mario de
Souza. II. Biz, Alexandre Augusto. III. Universidade Federal de
Santa Catarina. Graduação em Administração. IV. Título.

Eduardo Darelli

ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA CRIAÇÃO DE UM SISTEMA DE GESTÃO PARA CONDOMÍNIOS

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharel em Administração e aprovado em sua forma final pela Coordenadoria de Estágios e Monografias do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 27 de dezembro de 2023.

Prof^a. Ana Luiza Paraboni, Dra.
Coordenador de Trabalho de Curso

Banca examinadora

Prof.(a) Mario de Souza Almeida, Dr.
Orientador(a)

Prof.(a) Marcos Baptiste Lopez Dalmau, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.(a) Mauricio Fernandes Pereira, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, 2023.

Aos meus pais Lucio Eduardo Darelli e Lucia Darelli, dedico este trabalho de conclusão de curso, não somente pelo esforço que fizeram para que eu conseguisse entrar em uma Universidade Federal, mas pelo amor e suporte total ao longo dos meus 28 anos de existência. Obrigado!

*“Quando as necessidades do mundo encontram
suas habilidades, aí está sua vocação.”*

(Aristóteles).

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por sempre iluminar meu caminho e dar forças para continuar na jornada do conhecimento dentro destes mais de oito anos dentro da Universidade Federal de Santa Catarina.

Foram diversos desafios, decepções, alegrias, amizades conquistadas, mas sobretudo, uma incrível fonte de conhecimento e sabedoria. Agradeço, também, aos meus pais Lucio Eduardo Darelli e Lucia Darelli pelo apoio mais do que necessário durante toda a jornada, não apenas na universidade, mas na vida. À minha irmã Marina Darelli e ao meu segundo irmão Miguel Darelli. Ao meu querido tio Leo Darelli, que já não está mais entre nós.

Quero agradecer ao grande amigo Carlos Gomes, parceiro e idealizador desta ideia que acabou se transformando em um trabalho de conclusão de curso. Aos amigos Eliseu de Santana, Luana Cabral, Roberta Zanelato, Sindy Maldonado e Sérgio de Melo por terem me acompanhado e tornado a jornada mais alegre durante todos estes anos.

Agradecer por fim, ao grande mestre que tenho o prazer de conhecer desde 2014, professor que ministrou diversas matérias e aceitou o desafio de me orientar, meu muito obrigado professor Mário de Souza Almeida! Agradeço também ao meu querido coorientador, Alexandre Augusto Biz, que me deu a oportunidade de participar de um projeto de extensão e realizar mais este sonho dentro da academia.

RESUMO

Neste estudo foi analisada a viabilidade de criação de um sistema de gestão para condomínios, suas oportunidades e desafios. A pesquisa é do tipo aplicada, exploratória, a abordagem quantitativa e qualitativa através de levantamento de dados. A coleta de dados foi realizada através de questionário eletrônico estruturado, múltipla escolha, com síndicos profissionais da região da grande Florianópolis. Os resultados obtidos mostraram que há uma demanda significativa de mercado para a construção de um aplicativo para gestão condominial, sobretudo no que tange à gestão de conflitos e no cumprimento do regimento interno dos condomínios. O negócio em si é viável desde que analisadas algumas métricas como o número mínimo de assinaturas mensais; apenas no cenário pessimista o negócio torna-se inviável.

Palavras-chave: condomínios; gestão; administração.

ABSTRACT

This research examined the potential for developing a condominium management system, along with the opportunities and challenges it presents. The study is practical, exploratory, and employs both quantitative and qualitative methods for data gathering. Data was collected via a structured electronic survey, consisting of multiple-choice questions, targeted at professional building managers in Florianópolis area. The findings indicate a substantial market demand for a condominium management app, particularly for managing disputes and ensuring adherence to the condominium's internal rules. The business proposition is feasible, provided certain metrics are considered, such as the minimum number of monthly subscriptions. However, under a pessimistic scenario, the business could become unfeasible.

Keywords: condominiums; management; administration.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Organograma	35
Figura 2: Mockups dos sistemas.....	37
Figura 3: Mockup tela inicial mobile	38
Figura 4: Mockup tela inicial desktop	39
Figura 5: Pergunta 1 – Gênero	41
Figura 6: Pergunta 2 – Há quanto tempo você atua como síndic@?.....	42
Figura 7: Pergunta 3 – Quantos condomínios você administra atualmente?.....	43
Figura 8: Pergunta 4 – Qual a sua maior dificuldade como síndic@?	43
Figura 9: Pergunta 5 – Você utiliza ou já utilizou algum sistema para auxiliar na gestão do condomínio?	44
Figura 10: Pergunta 6 – Se você utiliza atualmente um sistema, qual o valor mensal que você paga?	45
Figura 11: Pergunta 7 – Se você pudesse escolher as funcionalidades do seu sistema de gestão, quais pontos abaixo você selecionaria? Pode ser marcada mais de uma opção.....	46
Figura 12: Pergunta 8 – Quão dispost@ você estaria a contratar um sistema de gestão que reunisse todas as características citadas acima?	47
Figura 13: Pergunta 9 – Quanto você estaria disposto a pagar por um sistema que contemplasse todos itens mencionados anteriormente?.....	48
Figura 14: Logomarca Stark Condo.....	50

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Gastos Totais	52
Quadro 2: Breakeven Pessimista.....	53
Quadro 3: Breakeven Intermediário	53
Quadro 4: Breakeven Otimista.....	54

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Análise Concorrentes.....	49
Tabela 2: Assinatura mensal Stark Condo	49

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

SWOT	Strengths Weaknesses Opportunities Threats
ROI	Return On Investment
APP	Application
HTML	HyperText Markup Language
PHP	Personal Home Page
ABRASSP	Associação Brasileira de Síndicos e Síndicos Profissionais
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
NDA	Non Disclosure Agreement
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
OAB/SC	Ordem dos Advogados do Brasil do Estado de Santa Catarina
TELESC	Telecomunicações de Santa Catarina

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
1.1	Objetivos.....	17
1.2	Justificativas	17
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.1	Plano De Negócio	18
2.2	Desenvolvimento De Aplicativo Web	21
2.3	Gestão De Condomínios.....	23
2.4	Aspectos Jurídicos.....	24
2.4.1	Marca	25
2.4.2	Da Patente	27
2.4.3	Do Programa de Computador.....	27
3	METODOLOGIA.....	30
3.1	Caracterização Do Estudo	30
3.2	População E Amostra.....	31
3.3	Procedimentos Da Coleta E Análise De Dados	31
4	PLANO DE NEGÓCIO	32
4.1	Sumário Executivo	32
4.2	Descrição Do Negócio.....	33
4.2.1	Natureza dos Serviços.....	34
4.2.2	Equipe Gerencial	34
4.2.3	Localização e Infra-estrutura	35
4.3	Produtos E Serviços.....	35
4.4	O Sistema	36
4.5	Descrição De Comercialização Das Atividades	39
4.6	Mercado E Concorrência	40
4.6.1	Análise de Mercado	40
4.7	Levantamento Das Necessidades No Segmento Condominial	41
4.8	Análise De Concorrência	48
4.9	Marketing E Vendas.....	49
4.9.1	Preço.....	49
4.9.2	Propaganda	49

4.10	ASPECTOS JURÍDICOS	50
4.10.1	Da Marca	50
4.10.2	Da Patente	51
4.10.3	Do Programa de Computador.....	51
4.11	PLANO FINANCEIRO	51
4.11.1	Cenário Pessimista	52
4.11.2	Cenário Intermediário	53
4.11.3	Cenário Otimista	54
5	CONCLUSÃO	55
	REFERÊNCIAS	57
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO MAPEAMENTO DAS NECESSIDADES NO SEGMENTO CONDOMINIAL	60

1 INTRODUÇÃO

Desde o êxodo rural brasileiro, que se intensificou em meados de 1970, as grandes metrópoles vêm crescendo de maneira exponencial, desenvolvendo-se em termos de infraestrutura, oferta de moradia e principalmente oportunidades de emprego. Porém, tal crescimento cobra o seu preço e traz consigo desafios como a criminalidade, o congestionamento e, sobretudo, a falta de espaço para viver. As grandes cidades, como São Paulo, já recorrem a uma solução para mitigar um desses problemas - a moradia - há muitos anos: os prédios.

Conhecida como “selva de pedra”, a famosa metrópole foi uma das pioneiras em ter diversos condomínios residenciais em grande escala, a fim de possibilitar que famílias vivessem em um espaço menor dentro da cidade. Tal solução, hoje, é comum e as cidades que antes eram consideradas de “interior” já não o são mais; os prédios e condomínios vistos apenas em zonas urbanas já se estendem, também, para municípios rurais e esse cenário se expande rapidamente à medida que novos empreendimentos vão ocupando o lugar da natureza antes intocada.

Embora o Brasil tenha dimensões continentais, os condomínios já são uma realidade e para muitas pessoas se tornam a única opção para ter mais segurança, conforto e praticidade ao morar. Neste sentido, as oportunidades para oferecer soluções e empreender nessa área condominial são muito vastas e ainda, por incrível que pareça, pouco exploradas. A pandemia de 2020 foi um exemplo de como a sociedade se reorganizou e aprendeu em um curto espaço de tempo a quebrar paradigmas e a se reinventar a cada dia. No âmbito da gestão condominial em si, houve diversos avanços, sobretudo na área legal, possibilitando realizar assembleias virtuais e tomadas de decisões de vários tipos. Contudo, as tecnologias disponíveis até o momento não eram capazes de atender todas as necessidades e anseios desses quase 1/3 da população brasileira que vive em condomínios.

É neste sentido que este estudo tem como pergunta de pesquisa: “é viável o desenvolvimento de um aplicativo para gestão de condomínios?”

1.1 Objetivos

O objetivo geral deste estudo é: “avaliar a viabilidade de criação de um aplicativo para gestão de condomínios”. Para alcançar o objetivo geral foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- a) estabelecer os requisitos para criação do aplicativo de gestão de condomínios;
- b) projetar custos da criação do aplicativo;
- c) projetar os custos de funcionamento da empresa;
- d) avaliar a aceitação do aplicativo por uma amostra de síndicos profissionais.

1.2 Justificativas

O presente estudo é relevante pois em meio a tantos problemas e situações que acontecem dentro dos condomínios, a correta gestão e solução dos problemas destes advindos deve ser realizada com o maior número de informações possíveis. Sistemas que forneçam apoio na tomada de decisão, e integração com os condôminos, são importantíssimos neste cenário de crescimento urbano digital no século XXI. Além disso, o estudo tem grande importância pois possibilitará a criação de um sistema que gerará diversas oportunidades de emprego, sobretudo na área de sistemas da informação e programação.

Com o desenvolvimento cada vez mais acelerado das tecnologias de informação, inteligência artificial e condomínios inteligentes, a solução de desenvolvimento de um sistema de gestão voltado para condomínios não é apenas oportuna, mas sim, necessária. A conectividade dos diversos subsistemas de informação e a chegada da “internet das coisas” para o segmento condominial mostra que não poderia haver melhor momento para desenvolver um sistema deste porte.

A viabilidade deste estudo se baseia na ampla literatura legal e acadêmica sobre o tema, nas pesquisas realizadas em diferentes contextos sobre condomínios, tecnologias da informação e estudos de viabilidade, tendo como atores principais: síndicos, programadores, profissionais de marketing e vendedores.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

É importantíssimo para qualquer tipo de empreendimento, seja ele na área de serviços ou produtos, que haja um plano de empreendimento ou como muitos denominam: plano de negócio. Ainda para embasar este trabalho de conclusão de curso, são abordados temas pertinentes como o de sistemas – em específico os focados em tecnologia mobile – e sobre a temática envolvendo condomínios e seus desafios de gestão.

Estes tópicos são divididos em três partes, a fim de explorar o universo de cada tema com maior profundidade, havendo, por fim, a concatenação das principais ideias e como os tópicos se inter-relacionam, servindo de suporte para a elaboração do plano de negócio.

2.1 Plano de Negócio

Fundamental para o sucesso de qualquer negócio e importante instrumento para a análise de viabilidade de empreendimentos, é neste documento que são reunidas diversas informações e projeções dos cenários pertinentes aos mais variados tipos de negócio. Segundo Salim (2010, p. 3), “a prática de planejar detalhadamente, antes de iniciar qualquer empreendimento, evidenciou-se como um fator de redução dos riscos e da diminuição dos casos de fracasso”. De fato, com o avanço da tecnologia – sobretudo da internet – o acesso à informação ficou muito mais facilitado, permitindo que aqueles que têm vontade de empreender tenham mais suporte na hora de abrir um negócio, seja pela literatura, seja por programas de fomento ao empreendedorismo, como o Sebrae.

A elaboração de um plano de negócio se dá, de maneira inicial, pela identificação de uma oportunidade de mercado, uma ideia disruptiva ou mesmo algo que supra a necessidade de um determinado grupo de pessoas. Uma ferramenta muito utilizada na administração é a matriz SWOT, que busca identificar as principais fraquezas e oportunidades tanto internas quanto externas à organização. Gürel e Tat, (2017) apresentam a matriz SWOT como uma efetiva ferramenta para construção de estratégias e competitividade organizacional. É importante salientar que as ferramentas e metodologias empregadas na construção de um plano de empreendimento não atestam a qualidade do projeto, tampouco o sucesso do mesmo.

Embora o plano de negócios não seja uma garantia do sucesso empresarial, ele permite a tomada de decisões mais acertadas. Por ser uma descrição do negócio, possibilita melhores negociações e respostas aos questionamentos dos fornecedores, distribuidores, bancos, sócios e do próprio empreendedor e sua equipe. (Dolabela, 1999, apud, Santos; Pinheiro, 2017)

Um importante ator no processo de construção de um plano de negócio é o stakeholder. Freeman (1984, apud Charotta, 2016, p. 1) define stakeholders como: “Stakeholders são grupos ou indivíduos que podem influenciar ou serem influenciados pelas ações, decisões, políticas, práticas ou objetivos da organização[...]”. São, na realidade, as partes interessadas no negócio em si, como: clientes, fornecedores, colaboradores e investidores. Em um plano de negócio os investidores – em especial – são um dos principais stakeholders visto que grande parte dos planos de empreendimento necessitam de algum tipo de aporte financeiro para iniciar suas operações.

A estrutura padrão de um plano de negócio, ou seja, a formalização dos principais tópicos abordados no plano, deve seguir uma lógica e quanto mais simples esta for, melhor. Para Salim (2010, p. 93), a estrutura básica deve conter:

- a) Sumário executivo;
- b) Caracterização do empreendimento;
- c) Produtos e serviços ou benefícios;
- d) Análise do mercado ou do público-alvo;
- e) Estratégia do empreendimento;
- f) Organização e gerência do empreendimento;
- g) Planejamento financeiro.

Embora outros autores defendam uma organização mais completa dos itens tidos como “essenciais”, não há um consenso na literatura do que seria o ideal. (Dornelas, 2008, p. 44) defende que “dependendo do propósito, um plano de negócios pode tomar uma série de formas, e a diferença primordial entre elas diz respeito à extensão e aos detalhes”. Um plano de empreendimento para a criação de uma indústria têxtil – por exemplo – é muito diferente de um plano focado na elaboração de um aplicativo para celular. Embora cada um tenha suas peculiaridades no que tange à complexidade, ambos os exemplos possuem pontos básicos que todo o negócio apresenta, como um produto ou serviço.

Talvez o principal tópico de um plano de negócio seja, sem embargo, a caracterização correta do produto e/ou serviço. É neste tópico que os investidores analisam se é ou não oportuno o investimento na ideia e se possuem aderência à mesma. O valor do negócio, ou seja, o quanto o empreendimento agrega na vida das pessoas deve ser explicitado de maneira muito clara e precisa, contendo o maior número de detalhes possíveis. Este “valor” é chamado por diversos autores como “core business” de um negócio. Para (Meneghetti, 2003, p.172, apud Daros, et al., 2023): “O core business é definido por aquela série de produtos, segmentos de clientes e tecnologias com as quais se pode construir a maior vantagem competitiva[...]”. (Santos; Pinheiro, 2017) expõe que no contexto de construção de um plano de negócio a apresentação do produto/serviço deve refletir diretamente o formato do negócio em questão e nortear o empreendedor no desenvolvimento e manutenção da ideia.

A análise do mercado onde a empresa vai atuar é também fator essencial na construção de um plano de empreendimento sólido, sustentável e lucrativo. (Salim, 2010, p. 139) reforça que:

Conhecer o mercado significa saber o seu tamanho, identificar quem são os consumidores ou o público-alvo, quais são suas necessidades e desejos. [...] o empreendedor deverá identificar os players que concorrem no mercado [...] entender como atuam e para onde estão conduzindo o modo de satisfazer os clientes [...].

Com enfoque mais pragmático, Chiavenato (2005) descreve que “na verdade, o mercado representa um conjunto de transações em que há de um lado, a oferta: pessoas ou empresas que desejam bens ou serviços, e, de outro, a procura: pessoas ou empresas que desejam comprar bens ou serviços”.

Com a análise de mercado realizada, começa-se, então, a traçar as estratégias para que o negócio atinja as metas e comece a se dedicar ao seu core business. (Santos; Pinheiro, 2017, p. 13) destacam que “[...] a importância do planejamento estratégico de negócio está na captação, elaboração e, principalmente, no bom senso em avaliar o conjunto de fatores de viabilidade financeira e mercadológica, que possibilitarão ao empreendedor coordenar um plano de ação[...]”. (Chiavenato, 2007, p. 142) afirma que “o planejamento estratégico é um conjunto de tomada deliberada e sistemática de decisões acerca de empreendimentos que afetam ou deveriam afetar toda a empresa por longos períodos de tempo”.

Depois da definição dos produtos/serviços do negócio e sua correta caracterização, o item que mais chama a atenção em um plano de negócios, sobretudo para os investidores, é o aspecto do planejamento financeiro. Indicadores básicos como ROI (return on investment), breakeven e projeção de vendas são de suma importância para a prosperidade do negócio, pois se não houver receita, não há negócio. Neste sentido, (Lemes Júnior et al, 2002, p.243, apud, Teixeira, 2016, p. 10) enfatiza a importância de se fazer um bom planejamento financeiro antes mesmo de pôr a ideia em prática. Muitas vezes um negócio acaba falindo pois, na realidade, nem deveria ter saído do papel. Casaratto Filho (2002, p. 159) defende que:

A análise econômico-financeira não pode ter uma metodologia fixa, pois a resposta necessária pode ser diferente para cada situação de projeto. Numa expansão de capacidade, por exemplo, um tipo de resposta pode ser o retorno do investimento incremental. Já num projeto associado a um novo produto, a resposta pode ser o preço mínimo obtível para esse novo produto.

É interessante analisar as diversas perspectivas que afloram dos mais renomados pesquisadores que versam a respeito de planos de negócio; sem embargo, não há um consenso entre o que é “padrão”. Autores como Casaratto Filho (2010), são muito mais técnicos e levam o plano de empreendimento a um nível científico, enfatizando, de certa forma, a conotação de plano de negócio na ótica da engenharia. Coloca o anteprojeto e diversas análises de viabilidade de um complexo fabril, o que é demasiado completo, sobretudo, neste estudo, pelo caráter do empreendimento e modalidade de negócio, não cabe tamanho detalhamento. Autores como Dornelas e Salim possuem uma linha de raciocínio que com toda certeza vai ao encontro dos objetivos deste plano de negócio.

2.2 Desenvolvimento de Aplicativo Web

A popularização da internet e de suas mídias tem mudado o cenário familiar, social, educacional e profissional em todo o mundo, já que a utilização dos meios de comunicação virtuais e dos dispositivos móveis, ao longo dos anos, tornaram-se cada vez mais de uso comum (Carvalho Neto, 2017 apud Coutinho, et al., 2019, p. 4).

Tanto no campo do entretenimento quanto no campo corporativo, a evolução da internet ao longo do tempo possibilitou que as pessoas tivessem acesso à informação de forma rápida, ágil e eficiente, tornando-a uma das invenções mais significativas de todos os tempos (Schwartz, 1998 apud Arantes, 2016, p. 9).

Com essa rápida expansão da rede e consequente democratização do acesso à informação, os meios pelos quais se acessava a internet foram também assumindo outra forma e evoluindo com o passar do tempo. Hoje, por exemplo, grande parte dos acessos é feito através de dispositivos móveis como tablets e smartphones, mostrando uma forte tendência futura da hegemonia destes dispositivos no dia a dia da população.

Neste cenário, um tipo específico de sistema de informação despontou de maneira exponencial: os aplicativos móveis ou, apenas app.

Os apps são extremamente versáteis e com propósitos bastante diversificados. Muitos agregam em uma única ferramenta recursos visuais e auditivos capazes de estimular o estudo com auxílio de interfaces atraentes e extremamente amigáveis e intuitivas (Oliveira; Alencar, 2017, p. 238).

Existem diversas linguagens de programação que dão suporte para o desenvolvimento de sistemas dos mais variados tipos. Com limitações e diferenciais diretamente proporcionais, não existe um consenso de qual linguagem seja a considerada “ideal” para desenvolvimento de software mobile, entretanto, podemos destacar que a abordagem Web Puro segundo (Hartman et al, 2011 apud Silva; Santos, 2014, p. 165) vem ganhando cada vez mais popularidade entre os desenvolvedores haja vista que as linguagens HTML e Javascript podem ser facilmente portadas para qualquer tipo de sistema devido a sua alta responsividade e possibilidade de personalização. Ainda sobre o aplicativo Web Puro, White (2013 apud Silva; Santos, 2014, p. 165) classifica este tipo de aplicativo como sites otimizados para telas menores. O sistema operacional do dispositivo não tem controle sobre seu conteúdo ou funcionalidade. Os desenvolvedores podem fazer alterações a qualquer momento, com efeito imediato aos usuários.

Os outros tipos de sistemas denominados proprietários, ou seja, desenvolvidos especificamente para atender a um tipo exclusivo de plataforma como Android ou iOS, têm como ponto negativo, principalmente, o custo de desenvolvimento, velocidade na correção de erros e a modularidade. Como pontos positivos ao desenvolver um aplicativo para sistema proprietário estão a integração com sistema nativo do aparelho, experiência do usuário diferenciada e credibilidade do sistema.

Muito embora a maioria dos dispositivos móveis atuais como tablets e smartphones possuam um bom hardware (componentes físicos), deve-se considerar como fator determinante em qualquer desenvolvimento de sistema mobile os

requisitos mínimos do sistema. É importante que haja uma boa sinergia entre requisitos e hardware disponível no mercado para que a experiência do usuário final seja a mais acertada possível, podendo desfrutar, este, de um sistema confiável, rápido e integrado com demais tecnologias disponíveis no mercado de desenvolvimento de software.

2.3 Gestão de Condomínios

Longe de ser uma atividade simples, a gestão de condomínios é uma tarefa extremamente plural onde envolve diversos atores e entidades, que atuam, de maneira inter-relacionada, para que o complexo ecossistema aqui intitulado “condomínio” funcione dia após dia. Segundo Gasparetto (2013), pode-se definir condomínio como o direito de propriedade exercido em comum, ou seja, diversas propriedades individuais, às quais são chamadas de apartamentos ou unidades autônomas.

Muito embora a literatura sobre condomínios verse, em sua maioria, sobre o aspecto legal dos mesmos, que sem dúvida é de suma importância do ponto de vista de direitos e obrigações dos condôminos e do condomínio, é fundamental, sobremaneira, tratar sobre os aspectos que mais estão presentes no dia a dia de um condomínio como, desinteligências, rotinas administrativas, manutenções, zeladoria entre outros assuntos pertinentes.

Hoje gerir um grande condomínio, muitas vezes se mostra mais complexo que administrar um pequeno município. Existem condomínios bairros, maiores e com maior número de moradores e frequentadores que diversas cidades brasileiras. Os administradores necessitam de um suporte técnico especializado, pois, diversas discussões importantes são travadas no campo técnico envolvendo condomínios, e estas discussões afetam diretamente o custo, a segurança e o bem-estar de seus condôminos. (Sindiconet, 2023)

Segundo Expresso Condomínio (2023):

A verticalização é uma característica mundial, mas diz muito também sobre a segurança proporcionada pelos condomínios, afora o algo mais que atende pelos nomes de conforto praticidade e lazer. Hoje, até mesmo condomínios de médio porte oferecem academias, praças de esporte, piscinas, salões de estética e praças de alimentação em suas dependências.

Juntamente com a grande expansão imobiliária e conseqüente aumento do número de novos prédios, o síndico figura como ator essencial no processo de gestão dos condomínios. De acordo com uma pesquisa realizada pela Sindiconet (2023) a

presença de síndicos profissionais em condomínios está cada vez mais consolidada, demonstrando que a profissão não é uma tendência momentânea, mas sim que veio para permanecer e atender à demanda de moradores cada vez mais exigentes e sintonizados com a gestão condominial. Em novos condomínios, por exemplo, se em 2010 eles representavam a gestão de 5% dos condomínios, atualmente alcançam 28% do total – um aumento de mais de 500%.

O crescimento dos condomínios em número e tamanho levou à complexidade de sua gestão. O último Censo Demográfico do IBGE, [...] estima que dos 57.324.185 domicílios, 6.157.162 são apartamentos e 1.018.494 casas de vila ou condomínios (Condomob, 2021).

De acordo com um documento da Associação Brasileira de Síndicos e Síndicos Profissionais (ABRASSP), disponível no site do Senado Federal, há mais de 68 milhões de pessoas que moram em condomínios no Brasil, os quais movimentam cerca de R\$ 165 bilhões anualmente (Infoimóveis, 2021).

Segundo o site Finsiders (2021), “trata-se de um mercado estimado em R\$ 250 bilhões, com centenas de milhares de condomínios”. Há oportunidade exponencial de crescimento e investimento neste mercado, sobretudo no que tange ao desenvolvimento de aplicativos para a gestão completa dos condomínios.

Embora seja uma área de grande expressividade no que concerne às oportunidades, seja tanto na área de formação dos síndicos profissionais quanto no desenvolvimento de aplicativos, os sistemas de informação para gerenciamento condominial que hoje existem no mercado não suprem de maneira efetiva as demandas de mercado. Tal dificuldade se dá, principalmente, pela dificuldade na especificação dos requisitos do sistema e na velocidade de execução do backlog.

2.4 Aspectos Jurídicos

De fundamental importância para o sucesso de qualquer negócio, as questões legais que permeiam o universo empresarial como marca, patente e programa de computador são esmiuçadas conforme sequência a seguir.

2.4.1 Marca

Segundo a definição constante no Instituto Nacional de Marcas e Patentes – (INPI): “A marca é um nome e/ou imagem que identifica um produto ou serviço. Para ter exclusividade sobre ela, é preciso fazer seu registro no INPI” (INPI, 2023). A lei que institui e regula a propriedade industrial, no Brasil, é a lei 9279/96, e por ela temos como definição de marca, o seguinte destaque abaixo:

Marca é um sinal distintivo cujas funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa. De acordo com a legislação brasileira, são passíveis de registro como marca todos os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais, conforme disposto no art. 122 da Lei nº 9279/96 (Brasil, 1996).

A marca registrada, é coisa imaterial ou incorpórea, possui tão somente um conceito cuja definição legal protege os direitos de propriedade industrial – dando existência à coisa - como um bem móvel, e o seu detentor, pessoa jurídica ou privada, torna-se o proprietário titular desse bem móvel – a marca registrada – é o que se depreende da legislação marcária em destaque do Artigo 5º: “Consideram-se bens móveis, para os efeitos legais, os direitos de propriedade industrial” (BRASIL, 1996).

O sistema legal de registro de marcas e patentes, no Brasil, é feito com exclusividade no INPI, a autarquia é fundamental para regulação e manutenção das relações do direito Macário no país e no mundo. Não obstante, o sistema alcança excelência em sua caracterização, regulação, e manutenção, e dá proteção aos direitos de propriedade industrial daqueles que recorrem aos respectivos registros de marcas e patentes, para compor com outros sistemas internacionais, dos quais o Brasil é signatário, como os tratados e acordos de Paris, de Berna, e Nice, somente para citar alguns.

O registro de marcas e patentes, portanto, não somente resguarda direitos de propriedade industrial, como também se torna um diferencial competitivo no mercado. Possuir um registro de marca, garante ao proprietário, titular da marca, a fruição do bem tutelado pelo registro, e impede o uso comercial ou não, por qualquer outro que não seja o real titular. Como é apontado no site no INPI referente ao período de validade do registro de marca:

A marca registrada garante ao seu titular o direito de uso exclusivo no território nacional em seu ramo de atividade econômica pelo período de dez

anos, a partir da data da concessão. O registro pode ser prorrogado por sucessivos períodos de dez anos (INPI, 2023).

Desta forma, a cada dez anos será necessário que o titular renove o registro da marca para que goze de validade jurídica nacional e internacional.

As marcas podem ser caracterizadas como marcas simples, apenas o nome, ou marcas mistas, que apresentam, além do nome, também um desenho, uma logomarca, ou uma arte associada ao nome. No site do INPI podemos encontrar uma breve definição dos tipos e classificação das marcas:

A marca pode ser:

Nominativa: é aquela formada por palavras, neologismos e combinações de letras e números.

Figurativa: constituída por desenho, imagem, ideograma, forma fantasiosa ou figurativa de letra ou algarismo, e palavras compostas por letras de alfabetos como hebraico, cirílico, árabe, etc.

Mista: combina imagem e palavra.

Tridimensional: pode ser considerada marca tridimensional a forma de um produto, quando é capaz de distingui-lo de outros produtos semelhantes (INPI, 2023).

Ainda neste contexto, as marcas podem ser de diferentes tipos conforme a natureza ou finalidade, também podemos destacar os dados a essa referência apontados no site do INPI:

Marca coletiva:

A marca coletiva identifica produtos ou serviços feitos por membros de uma determinada entidade coletiva (associação, cooperativa, sindicato, entre outros). Apenas tal entidade pode solicitar este registro e ela poderá estabelecer condições e proibições de uso para seus associados por meio de um regulamento de utilização.

Marca de certificação:

Esta marca indica que os produtos ou serviços são certificados pelo titular da marca quanto a sua origem, modo de fabricação, qualidade e outras características. A marca de certificação somente poderá ser utilizada de acordo com os padrões definidos no processo.

Marca de alto renome:

Há empresas cujas marcas são amplamente conhecidas e prestigiadas no mercado. Essas são chamadas marcas de alto renome (INPI, 2023).

Outra importante característica da obtenção do registro de marca, é a questão mercadológica. Uma marca possui um determinado valor de mercado, e esse valor é constantemente vinculado ao negócio da empresa em si, e pode, ao longo da existência da empresa, assumir valores astronômicos. É o caso de marcas famosas como a Shell, Coca-Cola, Facebook, etc., que são bons exemplos de marcas mistas, ou marcas de alto renome.

2.4.2 Da Patente

A patente, é um outro tipo de registro que se pode fazer no INPI, porém, não se confunde com a marca, ou mesmo com a propriedade intelectual, ou com o programa de computador. Embora a Lei 9279/96 também institua e regule as patentes no Brasil, não é objeto de estudo do presente trabalho.

Mas, é importante observar a confusão que sempre se faz ao mencionar as questões que envolvem os programas de computador. É corriqueiro ouvir-se o termo “patente de programa de computador”, quando na verdade, o programa de computador não é passível, segundo a lei, de registro de patente, mas, sim de registro de programa de computador, que é um tipo distinto de registro de patentes.

2.4.3 Do Programa de Computador

Programas de computador também podem, e devem ser registrados para assegurar direitos de propriedade na forma da lei. Programa de computador possui três leis importantes que devemos considerar: A lei 9609/98 – lei do software (ou lei de programas de computador) -, a Lei 9610/98 – Lei do Direito Autoral (ou da Propriedade Intelectual) -, e a Lei 9279/96 – Lei da Propriedade Industrial.

Segundo a definição da lei do software, programa de computador é:

Art. 1º Programa de computador é a expressão de um conjunto organizado de instruções em linguagem natural ou codificada, contida em suporte físico de qualquer natureza, de emprego necessário em máquinas automáticas de tratamento da informação, dispositivos, instrumentos ou equipamentos periféricos, baseados em técnica digital ou análoga, para fazê-los funcionar de modo e para fins determinados. (Brasil, 1998)

Em consequência, a mesma lei do software remete à legislação do direito autoral todos os casos que não puderem ser resolvidos por ela mesma, ou seja, a lei do direito autoral é subsidiária da lei do software.

É o que vemos no seguinte artigo da lei do software:

Art. 3º Os programas de computador poderão, a critério do titular, ser registrados em órgão ou entidade a ser designado por ato do Poder Executivo, por iniciativa do Ministério responsável pela política de ciência e tecnologia. (Brasil, 1998).

Com efeito, a legislação que colhe a determinação para registro de softwares é o decreto 2556/98: “Art. 1º Os programas de computador poderão, a critério do titular dos respectivos direitos, ser registrados no Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI.”

A Lei 9610/98 define: “Art. 1º Esta Lei regula os direitos autorais, entendendo-se sob esta denominação os direitos de autor e os que lhes são conexos. ”

É por esse entendimento, que a mesma lei da PI considera obra intelectual o programa de computador:

Art. 7º São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:

I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;

(...)

XII - os programas de computador;

(...) (Brasil, 1998).

Da mesma forma que no direito marcário, o direito autoral possui efeitos legais de bem móvel, como se depreende do Art. 3º: “ (...) os direitos autorais reputam-se, para os efeitos legais, bens móveis. ”

Porém, quis o legislador, que programas de computador, não tivessem apenas o tratamento de propriedade intelectual, pois o programa – mesmo fruto da ilação do espírito humano, traduzido em linhas de código em uma linguagem qualquer, humana ou não humana – também deveria ser considerado um produto, ou um bem, e ter os mesmos direitos de propriedade industrial, e para esse fim, através de um decreto – decreto 2556/98 – orienta que o registro de programa de computador poderá ser feito o INPI. Desta forma, programa de computador, registrado na forma da lei,

torna-se um bem móvel, cuja titularidade poderá pertencer a uma pessoa natural – ente físico - ou a uma pessoa jurídica – ente empresarial – como se depreende da legislação: “Consideram-se bens móveis, para os efeitos legais, os direitos de propriedade industrial” (Brasil, 1996).

O programa de computador, como bem móvel, de propriedade industrial, somente não gozará da dimensão protetiva dos direitos morais de autor, cabendo-lhe apenas a proteção aos direitos patrimoniais. Porém, o registro poderá ser feito sob sigilo, o que garante uma maior proteção contra a pirataria ou outro tipo de apropriação durante o processo de desenvolvimento. O software, normalmente, passa por processos de atualizações ao longo do tempo, todas as versões poderão ser averbadas ao mesmo registro.

Tendo tratado dos assuntos relativos aos aspectos jurídicos como registro de marca, patente e programa de computador cabe agora descrever os procedimentos metodológicos empregados na presente pesquisa conforme capítulo subsequente.

3 METODOLOGIA

Este capítulo é composto por caracterização do estudo, população e amostra e procedimentos da coleta e análise de dados.

3.1 Caracterização do Estudo

Esta pesquisa é caracterizada como aplicada pois busca, através de outros tipos de conhecimentos, a solução para um determinado problema. Almeida (2011, p. 31) caracteriza que “a pesquisa científica aplicada [...] normalmente faz uso dos conhecimentos que já foram sistematizados, com o intuito de solucionar problemas organizacionais ou do ser humano”. Neste caso, em específico, avalia-se a viabilidade de criação de um aplicativo para gestão de condomínios.

O estudo caracteriza-se como sendo do tipo exploratório devido à pouca literatura sobre o assunto principal, que são os condomínios, sendo fundamental a pesquisa e coleta de informações advindas de outras fontes que não a academia. “A pesquisa exploratória busca [...] levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições desse objeto” (Severino, 2007, p. 123). “Explora-se a realidade em busca de maior conhecimento, a fim de que posteriormente seja feita pesquisa descritiva” (Almeida, 2011, p. 31).

Quanto à abordagem da pesquisa, pode ser considerada quantitativa e qualitativa.

A metodologia qualitativa preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano. Fornece análise mais detalhada sobre as investigações, hábitos, atitudes, tendências de comportamento etc (Lakatos; Marconi, 2009, p. 269).

A pesquisa figura como sendo do tipo levantamento haja visto que as informações sensíveis referentes a análise são obtidas por meio de questionários com uma população específica; é também bibliográfica, pois foram utilizados artigos, livros e dissertações, bem como fontes provenientes da internet para o embasamento teórico do estudo. Segundo Severino (2007, p. 122), “os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir das informações dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos”.

3.2 População e Amostra

Para o presente estudo de viabilidade, definiu-se como população o universo de síndicos que segundo dados da ABRASSP (Associação Brasileira de Síndicos e Síndicos Profissionais) somam mais de 421 mil síndicos em todo Brasil; neste trabalho acadêmico, escolheu-se especificamente os síndicos profissionais, que são os principais interessados no desenvolvimento do aplicativo e na utilização das principais funcionalidades da plataforma.

Como amostra, por facilidade de acesso às pessoas envolvidas, foram escolhidos os síndicos profissionais da grande Florianópolis. Vale ressaltar que a escolha propositada apenas dos síndicos “profissionais” se dá pela ampla experiência e, sobretudo, pelas principais necessidades que os mesmos possuem acerca da gestão integrada de condomínios. Estes profissionais têm conhecimento e experiência em lidar com as complexidades da gestão de condomínios e, portanto, são capazes de fornecer informações valiosas para o desenvolvimento do aplicativo. Em relação ao tempo de atuação enquanto síndico, não foi estipulado nenhum período específico, pois entende-se que a diversidade neste quesito pode enriquecer ainda mais o estudo.

3.3 Procedimentos da Coleta e Análise de Dados

A coleta dos dados foi realizada por meio de um questionário aplicado de forma digital, com o objetivo de abranger o maior número possível de respondentes no menor espaço de tempo disponível. A plataforma online utilizada para a aplicação do questionário foi o Google Forms e os dados obtidos foram processados através do software Microsoft Excel, com o intuito de tornar a visualização dos dados mais clara e objetiva.

4 PLANO DE NEGÓCIO

Para a apresentação formal do plano de negócio e da operação do aplicativo, utilizou-se como base o modelo de plano de negócios fornecido pelo SEBRAE. Alguns itens foram desconsiderados levando em consideração a natureza do negócio em si.

4.1 Sumário Executivo

Este plano de negócio tem por objetivo apresentar a análise de viabilidade econômica bem como caracterizar as funcionalidades do sistema Stark Condo, uma plataforma digital para gestão condominial. Muito além de gerenciar com praticidade as atividades do dia a dia do síndico e condôminos, a Stark vem com uma proposta totalmente disruptiva no segmento: gerar oportunidade e organizar o setor de condomínios no Brasil.

Assim como o Uber e demais plataformas, a Stark propõe dispor em uma única plataforma para gestão condominial os diversos prestadores de serviço que já atuam em boa parte dos condomínios como: pintores, eletricitas, pedreiros, diaristas, entre outros profissionais, e desta forma, democratizar e dar maior visibilidade destes profissionais ao mercado. Este é um dos principais diferenciais em relação aos outros concorrentes que já tentaram desenvolver aplicativos ou até mesmo sistemas mais complexos para a área condominial. Apresentaremos com mais detalhes esta e outras funcionalidades ao longo deste plano de negócio.

A empresa será gerida pelos sócios fundadores Eduardo Darelli, Carlos Henrique Soares Gomes, Lucio Eduardo Darelli e Miguel Darelli. Eduardo será o CEO e gerenciará todas as frentes do negócio, dando, porém, enfoque especial à área de marketing. Carlos ficará à frente do setor comercial da Stark Condo sendo responsável por elaborar e coordenar as estratégias de expansão comercial da empresa a nível nacional. Lucio responsabilizar-se-á pelo setor jurídico, financeiro, e inovação, a fim de promover crescimento e valores agregados da empresa. Já o sócio Miguel ficará incumbido em manter o coração da empresa em pleno funcionamento, coordenando o setor de TI, desenvolvendo e mantendo todo o sistema Stark Condo no ar, propondo de maneira ágil e criativa soluções para a alavancagem do negócio. Os sócios apresentam os seguintes perfis:

Eduardo Darelli, é graduando em Administração pela UFSC, possui mais de dez anos de experiência na área de mídias digitais, design e propaganda. Iniciou sua carreira no setor de marketing em uma empresa de tecnologia, sendo que pouco depois decidiu abrir sua própria empresa voltada para o design e gestão de marcas onde a geriu durante quatro anos. Em 2018, mudou de segmento e ingressou na multinacional do ramo de elevadores, Atlas Schindler, onde conheceu mais a fundo as perspectivas e oportunidades do segmento condominial. Foi nesta companhia que Eduardo conheceu um dos sócios, Carlos, onde começaram a prototipar a ideia da Stark Condo.

Carlos Henrique Soares Gomes, tecnólogo em processos industriais, com mais de vinte anos no segmento de elevadores, é funcionário de carreira da Elevadores Atlas Schindler tendo conhecido os diversos setores da empresa ao longo dos anos. Atualmente é responsável pela venda de elevadores novos no estado de Santa Catarina, atribuição esta que lhe conferiu um enorme networking/expertise no ramo de condomínios. Carlos, antes de entrar na Atlas, também empreendeu, tendo gerido dois negócios de segmentos distintos no início de sua carreira.

Miguel Darelli, graduando em Sistemas de Informação, autodidata na área de programação, com diversas certificações nas mais diversas linguagens, desenvolve há mais de 6 anos projetos para aplicativos e sites atuando tanto no frontend quanto no backend. Empreendedor por natureza, Miguel acumula diversos cases sobretudo na criação de websites e ecommerces mais complexos.

Lucio Eduardo Darelli, é Professor universitário e Advogado, Mestre em mídias e conhecimento pela UFSC. Possui larga experiência na educação superior, é especialista em áreas de tecnologia da informação e Direito, foi o primeiro presidente da Comissão de Telemática (2000) da OAB/SC, ex-funcionário das Telecomunicações de Santa Catarina – TELESC (1998), participou de vários projetos de tecnologia, dentre eles a implantação do primeiro Telecentro da América Latina em 1992 na cidade de Brusque/SC.

4.2 Descrição do Negócio

A Stark Condo surge alinhada com as necessidades globais do segmento condominial: smart condo management. O slogan é justamente este, “gestão

inteligente de condomínios”. Após estudo de mercado, aliado à experiência dos fundadores e consultores no segmento, foi detectada uma grande oportunidade de negócio na área de gestão condominial, não somente na região onde a empresa será sediada (Florianópolis) mas sim em todo o território nacional. Esta área é carente de profissionais e serviços qualificados não havendo um sistema robusto que de fato supra as necessidades do síndico, do condomínio, e também dos usuários finais que na maioria das vezes são desconsiderados, os condôminos.

4.2.1 Natureza dos Serviços

A Stark Condo é uma empresa de responsabilidade limitada, desenvolvedora de um sistema digital multiplataforma para gestão do condomínio em tempo real, reunindo as diversas ferramentas disponíveis no mercado internacional aliado a simplicidade do seu uso. O sistema oferece as seguintes funcionalidades:

- a) Agenda compartilhada (síndico, zelador, condôminos, etc.)
- b) Checklist simples das pendências e execuções
- c) Login centralizado para gestão dos diversos condomínios
- d) Agendamento de assembleia, salão de festas e áreas comuns
- e) Mural de notificações virtual
- f) Geração de boletos dos condomínios
- g) Gerenciador de documentos do condomínio
- h) Criação de chamados para o síndico através do condômino
- i) Integração com portarias remotas
- j) Acesso à linha de crédito para o condomínio
- k) Investimento do caixa do condomínio em fundos de ações
- l) Ampla rede de parceiros (pintores, eletricitas, pedreiros, etc.)
- m) Disparo automático de notificações via WhatsApp

4.2.2 Equipe Gerencial

A empresa funcionará em horário comercial das 9h às 19h. A Stark Condo será gerida pelo CEO Eduardo Darelli, conforme já caracterizado a priori e as

diretorias serão geridas pelos sócios de acordo com a competência de cada um conforme organograma a seguir (figura 1). Na diretoria de TI teremos Miguel Darelli, na diretoria jurídico/financeiro e inovação Lucio Eduardo Darelli, na de negócios e eventos Carlos Henrique Soares Gomes.

Figura 1: Organograma



Fonte: Elaborado pelo autor

4.2.3 Localização e Infra-estrutura

A Stark Condo, por ser um negócio de base tecnológica e contar com uma equipe enxuta e ao mesmo tempo versátil, não contará com espaço físico, adotando o modelo homeoffice.

4.3 **Produtos e Serviços**

O core bussiness da Stark Condo é a venda de assinaturas da plataforma digital para gestão de condomínios. A receita principal da operação será obtida através das mensalidades, e estas cobradas, por sua vez, dos condomínios. Com o intuito de facilitar e tornar a gestão dos condomínios mais simples e intuitiva, a Stark vem com uma proposta de não apenas integrar funcionalidades em um único aplicativo. Embora os concorrentes não tenham tudo integrado, a Stark Condo considera que a integração de ferramentas não é um “diferencial” perante os demais;

a Stark entende que esta integração é apenas “essencial” para o desenvolvimento do negócio.

Feita esta breve introdução, entraremos nos reais diferenciais do negócio. O primeiro deles é a integração de todo o módulo financeiro da plataforma Stark. Boletos dos condôminos e outros tipos de cobrança serão realizados, de forma automática (se assim o gestor preferir) e enviados a cada condômino dentro de cada condomínio pré-cadastrado no sistema. O condômino, por sua vez, para realizar o pagamento destes boletos e acompanhar em tempo real a gestão do condomínio, terá que se cadastrar em nossa plataforma. Deste modo, o uso do sistema não fica restrito apenas aos gestores do condomínio, mas sim a toda comunidade.

Parceria com comércios locais próximos a cada condomínio poderão ser feitas, através do síndico, para gerar maior engajamento e, por conseguinte, direcionar os consumidores através de descontos para estes comércios.

Além disso, um importante diferencial é a integração efetiva da nossa plataforma ao WhatsApp, que é, hoje, a maior plataforma de comunicação mundial, sem dúvida. Nenhum dos concorrentes de mercado oferece esta funcionalidade que é primordial para a comunicação e efetiva utilização do sistema. Agendamento de assembleias, envio de boletos e avisos importantes do condomínio terão a opção de envio direto via WhatsApp.

4.4 **O Sistema**

Concebido em PHP e HTML, o sistema é web e multiplataforma, sendo responsivo, veloz, e simples, capaz de “rodar” em qualquer smartphone, tablet ou computador através de qualquer navegador. Para smartphones, o layout é diferente, mais intuitivo e prático devido ao tamanho reduzido do dispositivo. Isto não quer dizer que a versão para smartphone seja menos completa. Tanto a versão web quanto a mobile possuem as mesmas funcionalidades, porém com layouts diferentes. Observe na figura 2 a prévia das mockups dos sistemas:

Figura 2: Mockups dos sistemas



Fonte: Elaborado pelo autor

O sistema oferece as seguintes funcionalidades:

- a) Agenda compartilhada (síndico, zelador, condôminos, etc.);
- b) Checklist simples das pendências e execuções;
- c) Login centralizado para gestão dos diversos condomínios;
- d) Agendamento de assembleia, salão de festas e áreas comuns;
- e) Mural de notificações virtual;
- f) Geração de boletos dos condomínios;
- g) Gerenciador de documentos do condomínio;
- h) Criação de chamados para o síndico através do condômino;
- i) Integração com portarias remotas;
- j) Acesso à linha de crédito para o condomínio;
- k) Investimento do caixa do condomínio em fundos de ações;
- l) Ampla rede de parceiros (pintores, eletricitas, pedreiros, etc...);
- m) Disparo automático de notificações via WhatsApp.

O sistema terá duas variantes do layout conforme já exposto anteriormente; a fim de facilitar e tornar a operação mais intuitiva, tem-se a variante mobile (figura 3) onde são concentrados todos os módulos do aplicativo com ícones grandes e um bom

nível de contraste (preto e branco/branco e preto). Tal escolha se dá pela faixa etária dos principais usuários do sistema, os síndicos e síndicos profissionais.

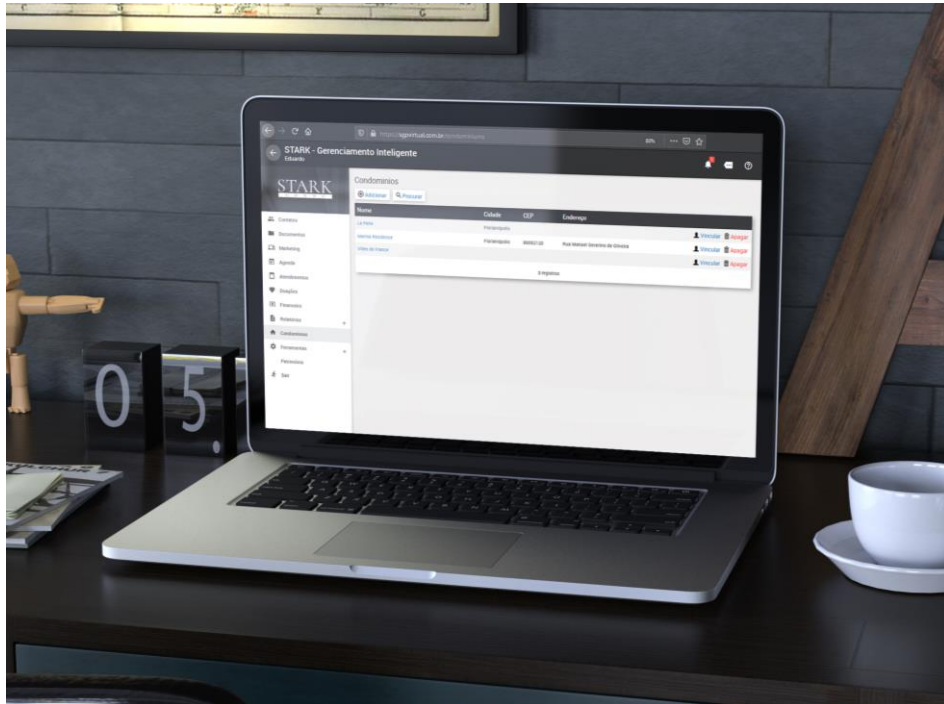
Figura 3: Mockup tela inicial mobile



Fonte: Elaborado pelo autor

Já para a versão de mesa (figura 4), o aplicativo assumirá uma interface compatível e já conhecida pela maioria dos usuários de sistemas operacionais. Com interface limpa, todas as informações e módulos são apresentadas em um menu lateral, contendo o mesmo nível de detalhamento da versão mobile porém com um aproveitamento do dashboard muito maior em detrimento do espaço.

Figura 4: Mockup tela inicial desktop



Fonte: Elaborado pelo autor

4.5 Descrição de Comercialização das Atividades

A operação é focada, neste primeiro momento, na venda B2C, para os síndicos profissionais. São eles que farão a Stark entrar nos condomínios. Para a captação e divulgação da Stark Condo para o mercado de síndicos, haverá os seguintes canais de venda:

a) Offline

- Venda direta sócios (vasta rede de contatos dos sócios Lucio, Eduardo e Carlos);
- Venda direta através de representantes comerciais do ramo de elevadores;
- Venda direta (parceria com grandes administradoras de condomínios);

b) Online

- Marketing em redes sociais (Instagram, Facebook, Google Adwords, Youtube);
- E-mail marketing;

4.6 Mercado e Concorrência

O mercado condominial gera mais de R\$ 165 bilhões por ano no Brasil segundo a ABRASSP (Associação Brasileira de Síndicos Profissionais) e ainda assim é um dos mercados mais carentes em termos de qualificação dos profissionais e avanço tecnológico. Apenas no estado de São Paulo, tem-se uma estimativa entre R\$ 7,8 bilhões e R\$ 10 bilhões de movimentação no setor condominial por ano. O número só tende a crescer, principalmente nas grandes metrópoles com a rápida e necessária verticalização urbana. Para Hubert Gebar, vice-presidente de Administração Imobiliária e Condomínios do Secovi, em São Paulo existem mais de 45 mil condomínios em todo o estado.

Um mercado onde cada condomínio espelha, na realidade, uma “mini cidade” os desafios para a boa gestão são cada vez maiores. Fala-se muito no mercado condominial na figura do “síndico profissional”. Esse profissional vem tentando vencer as barreiras do estereótipo do síndico comum - aquele senhor aposentado, contador, advogado, técnico, ou funcionário público, que sempre “administrou” o condomínio à sua maneira - o síndico profissional quer imprimir uma administração genuinamente técnica e profissional. Assim, os gestores da Stark entendem que, para a profissionalização da gestão condominial, o síndico seja ele profissional ou não, precisa de uma ferramenta que além de facilitar a operação no dia a dia do condomínio possa, também, ensinar e orientar nos âmbitos tributários, legais e sociais.

4.6.1 Análise de Mercado

Com a crescente do mercado imobiliário e conseqüente verticalização das cidades, temos nos condomínios um ramo quase que inexplorado, por vezes esquecido no mercado brasileiro. Carente de profissionais qualificados, tecnologias de informação e investimentos no setor, o setor condominial no país suplica por soluções nas áreas da educação e sobretudo tecnologia.

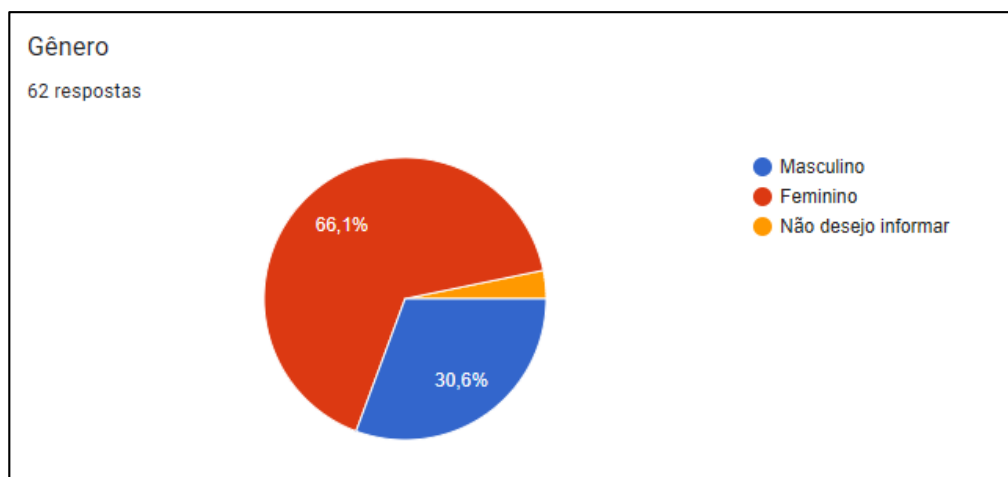
Conforme detectado pelos sócios Eduardo e Carlos, a carência de uma plataforma integrada para gestão condominial não é apenas no mercado da grande Florianópolis, SC, mas a nível Brasil. A ineficiência e instabilidade das plataformas dos concorrentes evidencia a necessidade de uma tecnologia robusta capaz de gerenciar os condomínios de maneira simples e efetiva atendendo os principais anseios do mercado.

4.7 Levantamento das Necessidades no Segmento Condominial

Para a análise das necessidades do segmento, foi utilizado um questionário eletrônico com 9 perguntas de múltipla escolha. Os respondentes foram síndicos profissionais que atuam na região da grande Florianópolis. Foram obtidas um total de 62 respostas.

As respostas são apresentadas e analisadas conforme a figura de número 5 que diz respeito ao gênero dos respondentes.

Figura 5: Pergunta 1 – Gênero

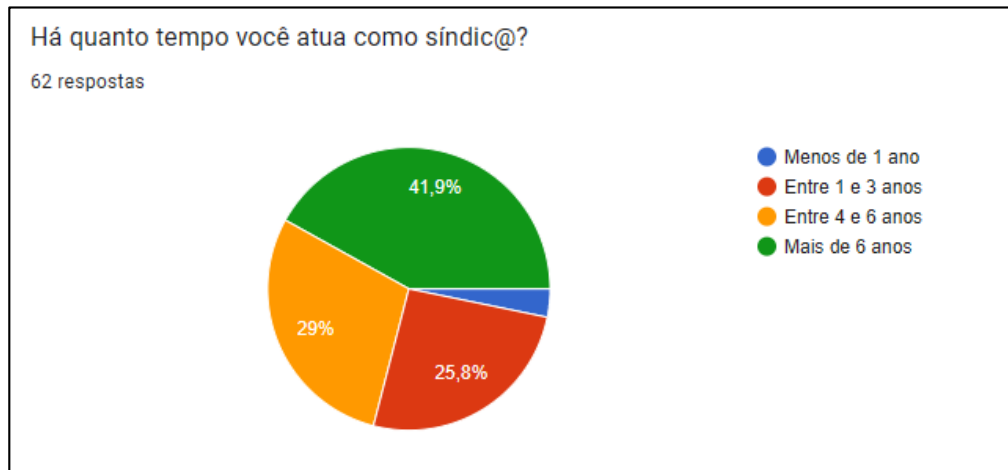


Fonte: Dados Primários

Nota-se que a grande maioria dos respondentes - portanto os usuários do sistema - são mulheres (66,1%). Os homens representam (30,6%) e aqueles que não desejaram informar somam 3,2% de representatividade.

A segunda pergunta foi relativa ao tempo de atuação do síndico, informação deveras importante para traçar o perfil do usuário e experiência do mesmo no ramo, como visto na figura 6.

Figura 6: Pergunta 2 – Há quanto tempo você atua como síndic@?

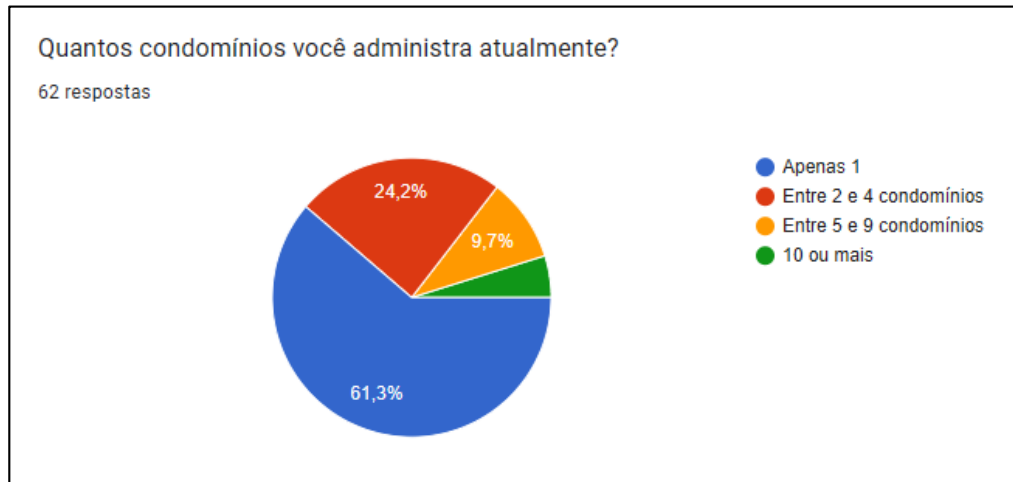


Fonte: Dados Primários

Interessante observar que 41,9% dos respondentes possuem mais de 6 anos de atuação, sendo usuários com grande experiência do mercado; seguido destes, temos 29% dos respondentes com atuação entre 4 e 6 anos, número também expressivo. Entre 1 e 3 anos temos 25,8% dos respondentes número ainda expressivo frente aos 3,2% que atuam há menos de 1 ano no mercado condominial.

A terceira pergunta referiu-se ao número de condomínios que os respondentes administram, conforme pode-se observar na figura 7.

Figura 7: Pergunta 3 – Quantos condomínios você administra atualmente?

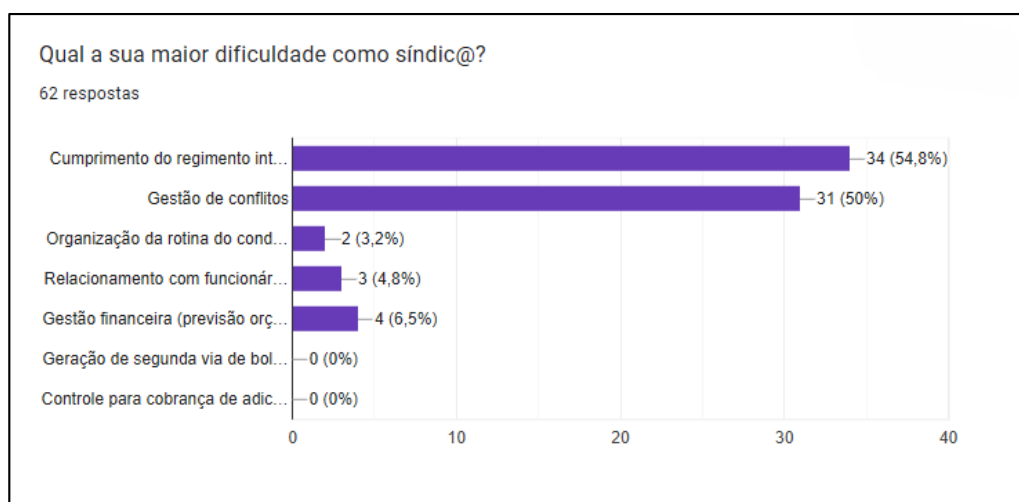


Fonte: Dados Primários

Dos 62 respondentes, 61,3% administram apenas 1 condomínio sendo que 24,2% tem sob sua responsabilidade de 2 a 4 condomínios; entre 5 e 9 condomínios temos 9,7% dos síndicos e entre aqueles que administram 10 ou mais temos 4,8%.

A quarta pergunta foi relativa às maiores dificuldades que os síndicos enfrentam no dia-a-dia (figura 8).

Figura 8: Pergunta 4 – Qual a sua maior dificuldade como síndic@?



Fonte: Dados Primários

O “cumprimento do regimento interno pelos moradores” foi a opção mais assinalada com 54,8%, juntamente com a “gestão de conflitos” (50%). Os demais itens como “gestão financeira (previsão orçamentária)” (6,5%), “relacionamento com funcionários” (4,8%) e “organização da rotina do condomínio” (3,2%) tiveram menor expressividade.

A pergunta de número 5 foi referente à utilização de algum sistema para gestão condominial.

Figura 9: Pergunta 5 – Você utiliza ou já utilizou algum sistema para auxiliar na gestão do condomínio?

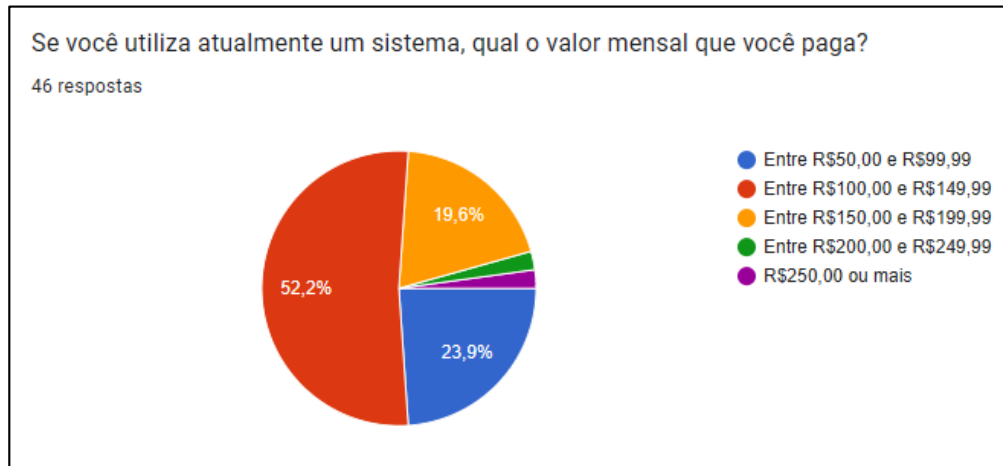


Fonte: Dados Primários

Mais da metade dos respondentes (51,6%) responderam que já utilizam um sistema de gestão e que estão satisfeitos. Já 27,4% dos síndicos que responderam à pesquisa afirmaram utilizar um sistema, porém ele não atende a todas as necessidades. 12,9% disseram não ver motivo para utilizar um sistema para gestão dos condomínios; 6,5% não conhecem sistema de gestão para condomínios e apenas 1,6% dos respondentes utilizaram no passado e não mais utilizam.

A sexta questão foi relativa ao valor pago mensalmente no caso dos respondentes que utilizam um sistema para gestão do condomínio conforme vemos na figura 10.

Figura 10: Pergunta 6 – Se você utiliza atualmente um sistema, qual o valor mensal que você paga?

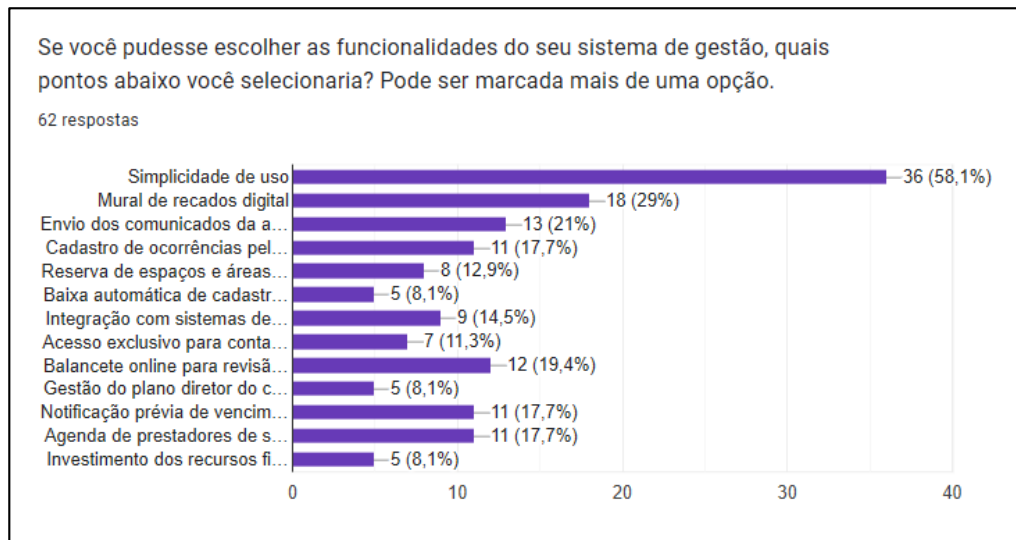


Fonte: Dados Primários

Novamente, mais da metade dos síndicos profissionais (52,2%) sinalizaram pagar um valor mensal entre R\$100,00 e R\$149,99, seguido por 23,9% pagando entre R\$50,00 e R\$99,99; já 19,6% dos respondentes pagam um valor entre R\$150,00 e R\$199,99. Com apenas 2,2%, ficaram os síndicos que pagam entre R\$200,00 e R\$249,99 e com os 2,2% restantes aqueles que pagam mensalmente pela assinatura de um sistema de gestão o valor de R\$250,00 ou mais.

A sétima pergunta foi referente às funcionalidades que mais faziam sentido no ponto de vista da administração de um condomínio, conforme visto na figura 11.

Figura 11: Pergunta 7 – Se você pudesse escolher as funcionalidades do seu sistema de gestão, quais pontos abaixo você selecionaria? Pode ser marcada mais de uma opção.

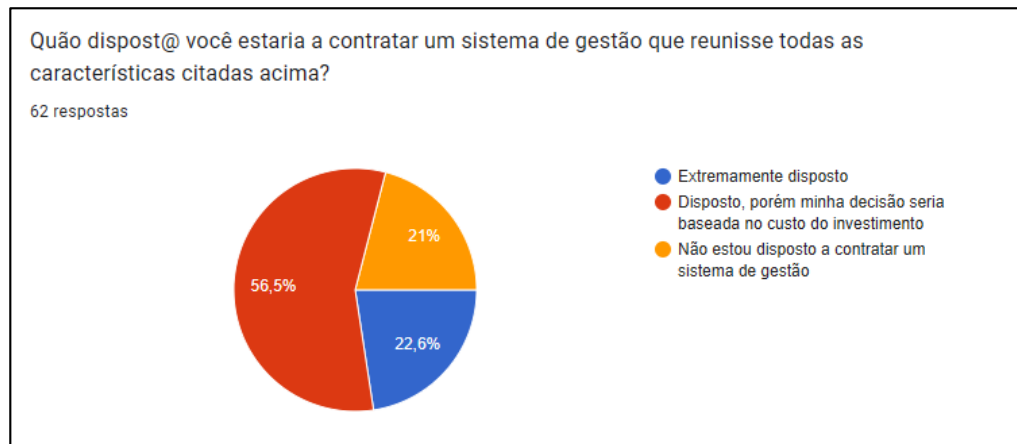


Fonte: Dados Primários

Podendo ser escolhida mais de uma opção, a “simplicidade de uso” foi a resposta mais assinalada (58,1%), seguida do “mural de recados digital” (29%). O “envio dos comunicados da administração para o WhatsApp dos moradores” foi a terceira opção mais marcada com 21% de representatividade. Com 19,4% “balancete online para revisão dos conselheiros” foi a quarta opção mais assinalada na pesquisa. Os demais itens tiveram uma menor expressividade no que tange à representatividade da amostra.

A oitava pergunta versa sobre a disposição do respondente em contratar um sistema de gestão o qual contemplasse todas as características e funcionalidades expostas na pergunta anterior, conforme visto na figura 12.

Figura 12: Pergunta 8 – Quão disposto você estaria a contratar um sistema de gestão que reunisse todas as características citadas acima?

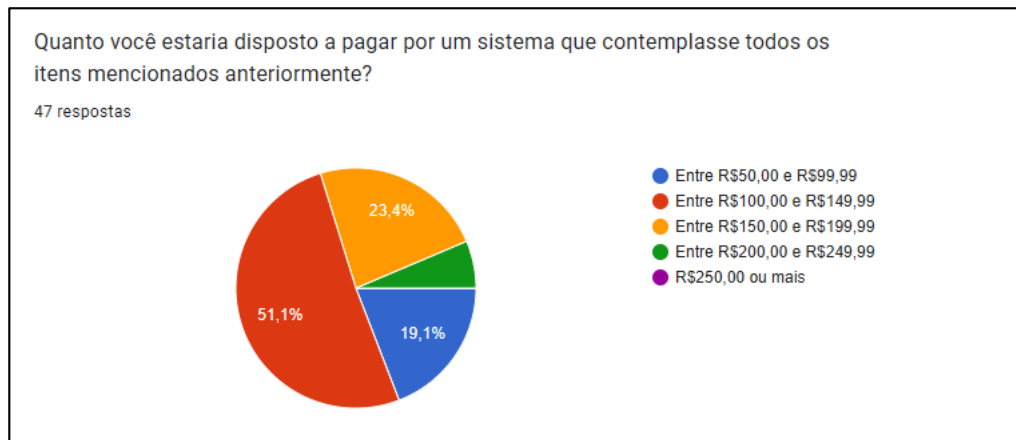


Fonte: Dados Primários

Tem-se que 56,5% dos síndicos estariam dispostos a contratar um sistema que reunisse as características citadas, porém a decisão final de contratação seria baseada no custo do software. Com 22,6%, respondentes extremamente dispostos a contratar um sistema e com 21% de representatividade aqueles que não estariam dispostos a contratar um sistema de gestão.

Por fim, a última e nona questão, indagou aos pesquisados a faixa de valor que estariam dispostos a pagar na contratação de um sistema que contemplasse todas as características supracitadas (figura 13).

Figura 13: Pergunta 9 – Quanto você estaria disposto a pagar por um sistema que contemplasse todos itens mencionados anteriormente?



Fonte: Dados Primários

51,1% afirmaram estar dispostos a desembolsar um valor entre R\$100,00 e R\$149,90, seguido de 23,4% entre os valores R\$150,00 e R\$199,99 e 19,1% dos respondentes afirmaram que estariam dispostos a pagar mensalmente entre R\$50,00 e R\$99,99. Apenas 6,4% pagariam uma mensalidade entre R\$200,00 e R\$249,99.

4.8 Análise de Concorrência

Os principais concorrentes da Stark Condo a nível Brasil são os três listados na tabela 1, sendo que os dois primeiros são de Santa Catarina e o último de São Paulo. É importante atentar ao fato de que embora pareça haver muitos outros concorrentes no mercado, na área condominial, de fato, só existem os três expostos na tabela 1. São os únicos que merecem consideração pois tem relativa expressividade no segmento, principalmente no mercado catarinense, onde o sistema será introduzido inicialmente.

Tabela 1: Análise Concorrentes

Empresa	Ponto Forte	Ponto Fraco
Winker	Estabilidade do sistema	Preço
Br Condos	Divulgação	Funcionalidade
Sindiconet	Base clientes	Divulgação

Fonte: Elaborado pelo autor

4.9 Marketing e Vendas

Nesta seção são apresentados o valor da mensalidade do sistema bem como a estratégia de propaganda adotada pela empresa.

4.9.1 Preço

De acordo com a pesquisa de mercado conduzida a priori, pode-se concluir que o preço médio mais adequado para a proposta do aplicativo de gestão condominial Stark Condo é o que corresponde ao valor de R\$149,99, como visto na tabela 2.

Tabela 2: Assinatura mensal Stark Condo

Serviço	Valor (R\$)
Assinatura mensal Stark Condo (Standart)	R\$ 149,99

Fonte: Elaborado pelo autor

4.9.2 Propaganda

Por haver uma maior receptividade do setor no canal de vendas online, venda direta B2C, na fase de maturação do negócio, será investido em propaganda focada em mídias sociais. Após a maturação do negócio (aproximadamente vinte e quatro meses) focaremos na criação de conteúdo especializado para as redes sociais,

sobretudo Instagram, Facebook e Youtube. A partir do quarto ano, serão contratadas mídias físicas de grande impacto (outdoors) em locais estratégicos das cidades, pois a empresa estará na fase de atração da base da pirâmide, os prestadores de serviços e autônomos, e para tanto, este tipo de mídia será indispensável.

4.10 Aspectos Jurídicos

Nesta seção, as questões legais que permeiam o universo empresarial como marca, patente e programa de computador são esmiuçadas conforme sequência a seguir.

4.10.1 Da Marca

No presente Plano de Negócio, é apresentado um nome para o aplicativo, que na verdade é uma marca denominada STARK CONDO. Houve o pedido de registro da referida marca junto ao INPI, que se encontra em fase de análise do pré-registro, junto ao escritório de registros. O pedido será de marca mista, pois além do nome haverá também uma logo, ou desenho, que identifica e simboliza a STARK CONDO conforme pode ser visto na figura 14.

Figura 14: Logomarca Stark Condo



Fonte: Elaborado pelo autor

No caso da marca STARK CONDO, referente a precificação da marca, inicialmente, o critério deverá seguir o padrão de mercado, pois havendo marcas cujas atividades econômicas sejam similares, é aceitável que se faça uma média dos valores de mercado dessas marcas.

A importância de se obter a precificação da marca é que, o valor da marca, pode agregar ao patrimônio geral da empresa como se um bem fosse. A rubrica

contábil para esse item é “marcas e patentes”, e o valor anotado passa a compor o patrimônio ativo da empresa. Por este aspecto, parece interessante agregar a marca como bem móvel – como definido na legislação marcária - para futura captação de recursos externos, seja para capital de giro, seja para capital de investimento.

4.10.2 Da Patente

Neste estudo, o plano de negócio prevê a construção ou desenvolvimento de um aplicativo para a Stark Condo, cuja apresentação já está exposta em outro tópico.

Sendo assim, passa a ser explanada melhor a necessidade de registro do programa de computador como forma de assegurar direitos e promover segurança ao patrimônio empresarial.

4.10.3 Do Programa de Computador

No presente trabalho, o pedido de registro de programa de computador ainda não foi feito porque não existe um aplicativo pronto, apenas existe uma versão conceito, com alguns algoritmos, e não faz parte do escopo deste trabalho detalhar o programa de computador em si.

Contudo, é importante para o presente plano de negócios, ressaltar que o programa de computador, pronto e acabado, e devidamente registrado, e estando operacional, poderá ser precificado, e tal qual a marca STARK CONDO, poderá agregar ao patrimônio ativo da empresa.

4.11 **Plano Financeiro**

Para o projeto de viabilidade econômica, foram elaborados 3 cenários hipotéticos baseados na conjuntura macroeconômica nacional: cenário pessimista, cenário intermediário e cenário otimista. Os gastos totais foram computados de maneira uniforme para os 3 cenários, conforme observa-se no quadro 1. O percentual de perda das assinaturas estipulado foi uniforme no valor de 10% ao ano para todos os cenários, seguindo a média projetada de perdas para assinaturas de aplicativos. Já em relação ao valor médio praticado, foi estipulado o valor de R\$149,99 por mês.

Quadro 1: Gastos Totais

Referência	Valor	Gasto	Tipo	Gastos							
				Fixos		Variáveis		Iniciais			
				Custo	Despesa	Custo	Despesa	Custo	Despesa		
Remuneração Programador	R\$ 10.000,00	CUSTO	FIXO								
Telefonia/Internet	R\$ 250,00	DESPESA	FIXO								
Hospedagem Site/Servidor	R\$ 1.000,00	CUSTO	FIXO								
Despesas comerciais	R\$ 2.000,00	DESPESA	VARIÁVEL								
Marketing	R\$ 6.500,00	CUSTO	FIXO								
Contabilidade	R\$ 3.000,00	CUSTO	FIXO								
Criação CNPJ	R\$ 1.000,00	DESPESA	INICIAL								
Branding	R\$ 5.000,00	DESPESA	INICIAL								
Registro de Marca	R\$ 5.000,00	DESPESA	INICIAL								
				Total Gastos Mensais		Total Gastos Iniciais					
				R\$ 22.750,00		R\$ 11.000,00					
				R\$ 20.500,00	R\$ 250,00	R\$ 0,00	R\$ 2.000,00	R\$ 0,00	R\$ 11.000,00		

Fonte: Elaborado pelo autor

A retirada de pró-labore dar-se-á apenas após o atingimento do breakeven point do negócio, a fim de não onerar o projeto, sobretudo o investimento inicial. O investidor terá o retorno sobre o investimento (ROI) conforme projeções apresentadas na sequência.

No que tange à programação do sistema, haverá um programador dedicado para ajudar nas demandas e o modelo de contratação será do tipo pessoa jurídica. A remuneração deste programador está discriminada no quadro 1.

4.11.1 Cenário Pessimista

O cenário pessimista estima um crescimento médio de assinaturas mensais em torno de 10 unidades por mês, o que dá 110 assinaturas por ano. Importante notar que no primeiro mês de operação não foi projetada nenhuma assinatura. A operação, neste cenário, fica no negativo por exatos 26 meses, sendo que apenas a partir do 27º mês é que o breakeven é atingido, conforme visto no quadro 2.

Quadro 2: Breakeven Pessimista

Mês	Assinaturas	Receita	Impostos	(10% ao ano)			Gastos Totais	LUCRO
				Perdas Assinaturas	Custos	Despesas		
1	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 31.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 33.750,00	-R\$ 33.750,00
2	10	R\$ 1.499,90	R\$ 299,98	R\$ 12,45	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 21.562,53
3	20	R\$ 2.999,80	R\$ 599,96	R\$ 24,90	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 20.375,06
4	30	R\$ 4.499,70	R\$ 899,94	R\$ 37,35	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 19.187,59
5	40	R\$ 5.999,60	R\$ 1.199,92	R\$ 49,80	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 18.000,12
6	50	R\$ 7.499,50	R\$ 1.499,90	R\$ 62,25	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 16.812,65
7	60	R\$ 8.999,40	R\$ 1.799,88	R\$ 74,70	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 15.625,18
8	70	R\$ 10.499,30	R\$ 2.099,86	R\$ 87,14	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 14.437,70
9	80	R\$ 11.999,20	R\$ 2.399,84	R\$ 99,59	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 13.250,23
10	90	R\$ 13.499,10	R\$ 2.699,82	R\$ 112,04	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 12.062,76
11	100	R\$ 14.999,00	R\$ 2.999,80	R\$ 124,49	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 10.875,29
12	110	R\$ 16.498,90	R\$ 3.299,78	R\$ 136,94	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 9.687,82
27	260	R\$ 38.997,40	R\$ 7.799,48	R\$ 323,68	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 30.712,50	R\$ 161,74

Fonte: Elaborado pelo autor

O ROI para o período de 48 meses neste cenário, com um investimento inicial de R\$500.000,00, seguindo os dados da projeção realizada, fica em 60,45% considerando a receita para o período de R\$ 1.691.887,20 e o custo de R\$ 1.389.650,00. Isto significa que neste cenário, o investidor só irá recuperar 60,45% do valor investido, R\$500.000,00, no prazo de 48 meses.

4.11.2 Cenário Intermediário

Para o cenário intermediário, foi projetado um crescimento de 20 assinaturas por mês, sendo que o breakeven ocorre no 11 mês conforme visto no quadro 3.

Quadro 3: Breakeven Intermediário

Mês	Assinaturas	Receita	Impostos	(10% ao ano)			Gastos Totais	LUCRO
				Perdas Assinaturas	Custos	Despesas		
1	10	R\$ 1.499,90	R\$ 299,98	R\$ 12,45	R\$ 31.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 33.750,00	-R\$ 32.562,53
2	30	R\$ 4.499,70	R\$ 899,94	R\$ 37,35	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 19.187,59
3	50	R\$ 7.499,50	R\$ 1.499,90	R\$ 62,25	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 16.812,65
4	70	R\$ 10.499,30	R\$ 2.099,86	R\$ 87,14	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 14.437,70
5	90	R\$ 13.499,10	R\$ 2.699,82	R\$ 112,04	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 12.062,76
6	110	R\$ 16.498,90	R\$ 3.299,78	R\$ 136,94	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 9.687,82
7	130	R\$ 19.498,70	R\$ 3.899,74	R\$ 161,84	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 7.312,88
8	150	R\$ 22.498,50	R\$ 4.499,70	R\$ 186,74	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 4.937,94
9	170	R\$ 25.498,30	R\$ 5.099,66	R\$ 211,64	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 2.563,00
10	190	R\$ 28.498,10	R\$ 5.699,62	R\$ 236,53	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 188,05
11	210	R\$ 31.497,90	R\$ 6.299,58	R\$ 261,43	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	R\$ 2.186,89
12	230	R\$ 34.497,70	R\$ 6.899,54	R\$ 286,33	R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	R\$ 4.561,83

Fonte: Elaborado pelo autor

O ROI para o período de 48 meses neste cenário, com um investimento inicial de R\$500.000,00, seguindo os dados da projeção realizada, fica em 413,22% considerando a receita para o período de R\$ 3.455.769,60 e o custo de R\$ 1.389.650,00. Isto significa que neste cenário, o investidor terá um retorno sobre o investimento de aproximadamente quatro vezes o valor investido, R\$500.000,00, no prazo de 48 meses.

4.11.3 Cenário Otimista

O cenário otimista projeta um crescimento controlado e de acordo com as tendências e flutuações de mercado, levando em conta, também, desafios de competidores diretos. A base para cálculo foi um acréscimo de 30 contratos por mês, o que levaria exatamente 9 meses para atingir o breakeven. O lucro estimado no período de 12 meses ficaria em torno de R\$30.122,02.

Quadro 4: Breakeven Otimista

Mês	Assinaturas	Receita	Impostos	(10% ao ano)			Despesas	Gastos Totais	LUCRO
				Perdas	Assinaturas	Custos			
1	10	R\$ 1.499,90	R\$ 299,98	R\$ 12,45		R\$ 31.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 33.750,00	-R\$ 32.562,53
2	20	R\$ 2.999,80	R\$ 599,96	R\$ 24,90		R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 20.375,06
3	30	R\$ 4.499,70	R\$ 899,94	R\$ 37,35		R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 19.187,59
4	60	R\$ 8.999,40	R\$ 1.799,88	R\$ 74,70		R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 15.625,18
5	90	R\$ 13.499,10	R\$ 2.699,82	R\$ 112,04		R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 12.062,76
6	120	R\$ 17.998,80	R\$ 3.599,76	R\$ 149,39		R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 8.500,35
7	150	R\$ 22.498,50	R\$ 4.499,70	R\$ 186,74		R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 4.937,94
8	180	R\$ 26.998,20	R\$ 5.399,64	R\$ 224,09		R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	-R\$ 1.375,53
9	210	R\$ 31.497,90	R\$ 6.299,58	R\$ 261,43		R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	R\$ 2.186,89
10	240	R\$ 35.997,60	R\$ 7.199,52	R\$ 298,78		R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	R\$ 5.749,30
11	270	R\$ 40.497,30	R\$ 8.099,46	R\$ 336,13		R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	R\$ 9.311,71
12	300	R\$ 44.997,00	R\$ 8.999,40	R\$ 373,48		R\$ 20.500,00	R\$ 2.250,00	R\$ 22.750,00	R\$ 12.874,12

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

O ROI para o período de 48 meses neste cenário, com um investimento inicial de R\$500.000,00, seguindo os dados da projeção realizada, fica em 695,81% considerando a receita para o período de R\$ 4.868.675,40 e o custo de R\$ 1.389.650,00. Isto significa que neste cenário, o investidor terá um retorno sobre o investimento de aproximadamente seis vezes o valor investido, R\$500.000,00, no prazo de 48 meses.

5 CONCLUSÃO

Este trabalho de conclusão de curso versou sobre o projeto de viabilidade da criação de um aplicativo para gestão de condomínios - Stark Condo - seus desafios, oportunidades de mercado e barreiras de entrada. O projeto possui grande oportunidade no mercado condominial oferecendo funcionalidades inéditas como a integração de prestadores de serviços a um aplicativo para gestão de condomínios.

Em relação aos requisitos de criação do aplicativo em si, foram apresentadas as linguagens de programação mais pertinentes ao projeto, mostrando, também, algumas projeções visuais de como será o layout do sistema tanto versão mobile quanto desktop.

Analisando o negócio do ponto de vista financeiro e respondendo ao objetivo geral da pesquisa, no pior dos cenários o negócio não se torna viável devido ao alto investimento inicial e o ROI negativo, entretanto, nos cenários intermediários e otimista, o negócio torna-se extremamente interessante e lucrativo, considerando o horizonte de 48 meses, apresentando ROI de 4 e 6 vezes o valor investido, respectivamente. O maior desafio e fator determinante para a viabilidade econômica do negócio está, sem dúvida, no número de assinaturas mensais. São necessárias, no mínimo 200 assinaturas no período de 12 meses para que o negócio se mantenha sustentável.

No que tange ao último objetivo específico, o de avaliar a aceitação do aplicativo por uma amostra de síndicos profissionais, a pesquisa foi bem-sucedida pois identificou-se grande aceitação e procura por parte dos síndicos em um sistema de gestão de condomínios o qual reunisse todas as características presentes no sistema Stark Condo.

Com vasta oportunidade no nicho de mercado condominial, fica a sugestão para estudos futuros, abordagens e métodos que estudem gestão de conflitos e o universo dos condomínios do ponto de vista acadêmico e não apenas legal; a parca literatura específica sobre o tema foi um dos grandes desafios para construção deste

trabalho de conclusão de curso haja vista que foi necessário recorrer a sites e outras monografias para encontrar conteúdo de qualidade.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. D. S. **Elaboração de projeto, TCC, dissertação e tese:** uma abordagem simples, prática e objetiva. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ARANTES, V. D. E-commerce: A expansão do setor no Brasil e o comportamento do consumidor., São Paulo, p. 57, Janeiro 2016.

BRASIL. **Lei 9279/96:** Lei da propriedade industrial. [S.l.]: Brasil, 1996.

CASARATTO FILHO, N. **Projeto de negócio:** estratégias e estudos de viabilidade: redes de empresas, engenharia simultânea, plano de negócio. São Paulo: Atlas, 2002.

CASARATTO FILHO, N. **Elaboração de projetos empresariais:** análise estratégica, estudo de viabilidade e plano de negócio. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CHAROTTA, T. C. TEORIA DOS STAKEHOLDERS: REVISÃO DE LITERATURA SOBRE ARTIGOS PUBLICADOS POR FREEMAN, R. EDWARD, NO PERÍODO DE 2008 A 2015. **XI CONGRESSO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DA ESPM E XI SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO E MARKETING**, p. 10, 2016.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 1ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

CHIAVENATO, I. **Administração:** teoria, processo e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CONDOMOB. **Condomob**, 2021. Disponível em: <<https://condomob.net/quantos-condominios-existem-no-brasil/>>. Acesso em: 7 Outubro 2023.

COUTINHO, H. P. et al. OS APLICATIVOS PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS: breves considerações conceituais do processo de desenvolvimento. **Jornada de Iniciação Científica e Extensão - JICE**, 2019. 7.

DAROS, E. G. et al. O core business como critério de expansão do negócio: um estudo de caso. **Saber Humano**, Restinga Sêca, p. 42, Maio 2023. ISSN 2446-6298.

DORNELAS, J. **Planos de negócios que dão certo**: um guia para pequenas empresas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

EXPRESSO Condomínio. **Expresso Condomínio**, 2023. Disponível em: <<https://expressocondominio.com.br/o-fenomeno-dos-condominios-no-brasil/>>. Acesso em: 7 Outubro 2023.

FINSIDERS. **Finsiders**, 2021. Disponível em: <<https://finsiders.com.br/exclusivo/condominios-um-mercado-de-r-250-bi-na-mirad-das-fintechs/>>. Acesso em: 7 Outubro 2023.

GASPARETTO, E. R. **Administrando condomínios**: orientações básicas para síndicos, condôminos, advogados e administradores. Campinas: Servanda , 2013.

GÜREL, E.; TAT, M. SWOT ANALYSIS: A THEORETICAL REVIEW. **The Journal of International Social Research**, v. 10, Agosto 2017. ISSN 1307-9581.

INFOIMÓVEIS. **Infoimóveis**, 2021. Disponível em: <<https://www.infoimoveis.com.br/noticia/condominios-movimentam-r-165-bilhoes-por-ano-no-brasil/2626>>. Acesso em: 7 Outubro 2023.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. D. A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, A. R. F.; ALENCAR, M. S. M. O uso de aplicativos de saúde para dispositivos móveis como fontes de informação e educação em saúde. **Revista Digital**

Biblioteconomia e Ciência da Informação, Campinas, v. 1, n. 15, p. 234-245, Abril 2017.

SALIM, C. S. **Construindo planos de empreendimentos**: negócios lucrativos, ações sociais e desenvolvimento. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANTOS, P. V. S.; PINHEIRO, F. A. O PLANO DE NEGÓCIOS COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA O EMPREENDEDOR: UM ESTUDO DE CASO. **Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção**, Juazeiro, v. 5, n. 8, 2017.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, M. M. D.; SANTOS, M. T. P. Os Paradigmas de Desenvolvimento de Aplicativos para Aparelhos Celulares. **T.I.S - Tecnologias, Infraestrutura e Software - UFSCar**, São Carlos, v. 3, n. 2, p. 162-170, Maio 2014.

SINDICONET. **Sindiconet**, 2023. Disponível em:
<<https://www.sindiconet.com.br/informese/mercado-condominial-noticias-mercado>>.

Acesso em: 7 Outubro 2023.

APÊNDICE A – Questionário Mapeamento das Necessidades no Segmento Condominial

Mapeamento das necessidades no segmento condominial

O objetivo desta pesquisa é entender as necessidades do ramo condominial, sobretudo as necessidades dos síndicos. Está sendo conduzida pelo acadêmico Eduardo Darelli, graduando em Administração pela UFSC, onde servirá como base para elaboração do trabalho de conclusão de curso. Agradecemos a atenção e apoio de tod@s!!!

Gênero *

- Masculino
- Feminino
- Não desejo informar

Há quanto tempo você atua como síndic@? *

- Menos de 1 ano
- Entre 1 e 3 anos
- Entre 4 e 6 anos
- Mais de 6 anos

Quantos condomínios você administra atualmente? *

- Apenas 1
- Entre 2 e 4 condomínios
- Entre 5 e 9 condomínios
- 10 ou mais

Qual a sua maior dificuldade como síndico? *

- Cumprimento do regimento interno pelos moradores
- Gestão de conflitos
- Organização da rotina do condomínio (reserva das áreas comuns, comunicação com os moradores)
- Relacionamento com funcionários e prestadores de serviço
- Gestão financeira (previsão orçamentária e prestação de contas)
- Geração de segunda via de boletos e controle da inadimplência
- Controle para cobrança de adicionais (ex.: uso do salão de festas, tags de acesso extras, etc)

Você utiliza ou já utilizou algum sistema para auxiliar na gestão do condomínio? *

- Sim, utilizo um sistema atualmente e estou satisfeito
- Sim, utilizo um sistema atualmente porém ele não atende todas as necessidades do condomínio
- Sim, já utilizei um sistema no passado
- Não, não vejo motivos para utilizar um sistema de gestão
- Não, não conheço sistemas de gestão condominial

Se você utiliza atualmente um sistema, qual o valor mensal que você paga?

- Entre R\$50,00 e R\$99,99
- Entre R\$100,00 e R\$149,99
- Entre R\$150,00 e R\$199,99
- Entre R\$200,00 e R\$249,99
- R\$250,00 ou mais

Se você pudesse escolher as funcionalidades do seu sistema de gestão, quais pontos abaixo *
você selecionaria? Pode ser marcada mais de uma opção.

- Simplicidade de uso
- Mural de recados digital
- Envio dos comunicados da administração para o WhatsApp dos moradores
- Cadastro de ocorrências pelos moradores
- Reserva de espaços e áreas comuns com cobrança automática no boleto do condomínio
- Baixa automática de cadastro de moradores após envio de Certidão Negativa de Débitos
- Integração com sistemas de portaria remota e controle de acesso
- Acesso exclusivo para contabilidade no módulo financeiro
- Balancete online para revisão dos conselheiros
- Gestão do plano diretor do condomínio
- Notificação prévia de vencimento dos serviços essenciais (ex. Limpeza de caixas d'água, recarga de exti...
- Agenda de prestadores de serviço fornecida pelo sistema
- Investimento dos recursos financeiros do condomínio

Quão disposto@ você estaria a contratar um sistema de gestão que reunisse todas as *
características citadas acima?

- Extremamente disposto
- Disposto, porém minha decisão seria baseada no custo do investimento
- Não estou disposto a contratar um sistema de gestão

Quanto você estaria disposto a pagar por um sistema que contemplasse todos os itens
mencionados anteriormente?

- Entre R\$50,00 e R\$99,99
- Entre R\$100,00 e R\$149,99
- Entre R\$150,00 e R\$199,99
- Entre R\$200,00 e R\$249,99
- R\$250,00 ou mais