



HENRIQUE AUGUSTO HOFFMANN DE OLIVEIRA

PROJETO DE VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA
LOJA ESTUDO 1

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getúlio Vargas, como pré-requisito para a obtenção do Título de Especialista.

Jose Carlos Franco de Abreu Filho
Coordenador Acadêmico Executivo

Gianfranco Muncinelli
Orientador

Curitiba - PR

2019

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso, **Título do TCC**, elaborado por Henrique Augusto Hoffmann de oliveira e aprovado pela Coordenação Acadêmica, foi aceito como pré-requisito para a obtenção do certificado do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

Curitiba, 14 de fevereiro de 2019

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

Gianfranco Muncinelli

Orientador

DECLARAÇÃO

A empresa JLL Informática, representada neste documento pelo Sr.(a) João Augusto de Oliveira, Proprietário, autoriza a divulgação das informações e dados coletados em sua organização, na elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado PROJETO DE VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA LOJA ESTUDO 1, realizados pelo aluno Henrique Augusto Hoffmann de Oliveira, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, do Programa FGV Management, com o objetivo de publicação e/ ou divulgação em veículos acadêmicos.

Curitiba, 14 de fevereiro de 2019

João Augusto de Oliveira

Proprietário

JLL Informática

TERMO DE COMPROMISSO

O aluno Henrique Augusto Hoffmann de Oliveira, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma 2017/2 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada Isae/FGV – Instituto Superior de Administração e Economia do Mercosul no período de 01/05/2017 a 14/02/2019, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado PROJETO DE VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA LOJA ESTUDO 1, é autêntico e original.

Curitiba, 14 de fevereiro 2019

Henrique Augusto Hoffmann de Oliveira

Dedico este trabalho a Deus por tudo que alcancei até o momento em minha carreira. Sem ele jamais teria chegado até aqui.

A minha família por todo apoio e estudo que me deram e a Magda Miyuki Mori por ter me ajudado desde o começo.

Em especial aos meus pais por me guiarem até a vida adulta, sempre me orientando com carinho, afeto e desejo de que eu um dia pudesse suplantar grandes desafios.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – CARACTERÍSTICAS DO NEGÓCIO.....	22
FIGURA 2 – MEDOS, NECESSIDADES E DESEJOS DO CLIENTE.....	22
FIGURA 3 – ANALISE SWOT - AMEAÇAS E OPORTUNIDADES.....	24
FIGURA 4 - MAPA DE MACROLOCALIDADE – ENDEREÇO DA EMPRESA.....	34
FIGURA 5 - MAPA DE MICROLOCALIDADE – ENDEREÇO DA EMPRESA.....	35
FIGURA 6 -LAYOUT.....	36
FIGURA 7 – ORGANOGRAMA LOJA ESTUDO 1.....	49

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – CUSTOS REFERENTES À ABERTURA DA EMPRESA LOJA ESTUDO 1.....	17
TABELA 2 – FORNECEDORES.....	20
TABELA 3 - ESTIMATIVA DE FATURAMENTO – 2019.....	25
TABELA 4 – PREÇOS DE PRODUTOS.....	30
TABELA 5 – PREÇOS DE SERVIÇOS E COMPONENTES.....	31
TABELA 6 – CUSTO COM MARKETING NO PRIMEIRO ANO – 2019.....	32
TABELA 7 – CUSTO COM MARKETING – PRÓXIMOS 5 ANOS.....	32
TABELA 8 – CUSTOS COM A LOCALIZAÇÃO MENSAL EM R\$ 2019.....	37
TABELA 9 – CUSTOS DE LOCALIZAÇÃO ANUAL – PRÓXIMOS 5 ANO.....	37
TABELA 10 – INVESTIMENTOS COM MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS.....	38
TABELA 11 – INVESTIMENTOS COM MÓVEIS.....	38
TABELA 12 – MATERIAIS DE ESCRITÓRIO.....	39
TABELA 13 – MATERIAIS DE LIMPEZA.....	41
TABELA 14 – MATERIAIS DE COPA E COZINHA.....	42
TABELA 15 – CUSTOS MENSAIS COM INSUMOS – 2019.....	43
TABELA 16 – CUSTOS ANUAIS COM INSUMOS – 5 ANOS.....	44
TABELA 17 – REMUNERAÇÃO TOTAL – 2019.....	48
TABELA 18 – CUSTOS MENSAIS COM RECURSOS HUMANOS – 2019.....	50
TABELA 19 – CUSTOS COM RECURSOS HUMANOS – PRÓXIMOS 5 ANOS.....	50
TABELA 20 - ESTIMATIVA DE FATURAMENTO – 2019.....	53
TABELA 21 – ESTIMATIVA DE FATURAMENTO – PRÓXIMOS 5 ANOS.....	54
TABELA 22 – FLUXO DE CAIXA FAVORÁVEL – 2019.....	55
TABELA 23 – FLUXO DE CAIXA FAVORÁVEL – PRÓXIMOS 10 ANOS.....	56

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – CAPITAL SOCIAL DA EMPRESA LOJA ESTUDO 1.....	14
QUADRO 2 – PROCEDÊNCIA DE RECURSOS PARA CONSTITUIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL DA EMPRESA LOJA ESTUDO 1.....	15
QUADRO 3 – DEMONSTRATIVO DE CUSTOS COM REGISTRO DA MARCA PARA MICRO E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE.....	16
QUADRO 4 - POSSÍVEIS CONCORRENTES DA REGIÃO.....	27
QUADRO 5 - JORNADA DE TRABALHO - ADMINISTRATIVO – 2019.....	48
QUADRO 6 – ENCARGOS SOBRE SALÁRIOS.....	49
QUADRO 7 – CRONOGRAMA DE IMPLEMENTAÇÃO LOJA ESTUDO 1.....	51
QUADRO 8 – DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS.....	52
QUADRO 9 – CAPITAL PRÓPRIO.....	53
QUADRO 10 - ANÁLISE DO PAYBACK: CENÁRIO FAVORÁVE.....	58
QUADRO 11 – ANÁLISE DO PAYBACK: CENÁRIO PESSIMISTA.....	58
QUADRO 12 – ANÁLISE DO PAYBACK: CENÁRIO OTIMISTA.....	59
QUADRO 13 – VPL E TIR.....	60

SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO	11
1.1 FUNDAMENTAÇÃO	11
2. A EMPRESA – DESCRIÇÃO GERAL	13
2.1 IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA	13
2.1.1. CLASSIFICAÇÃO DA ATIVIDADE	13
2.2. LOCALIZAÇÃO E INICIO DA ATIVIDADE DA EMPRESA	14
2.3. FORMA JURÍDICA	14
2.4. PROGRAMA DE INCENTIVOS	15
2.5. MARCAS E PATENTES	16
2.6. CUSTOS REFERENTES À ABERTURA DA EMPRESA	17
2.7. MISSÃO, VISÃO, OBJETIVOS E VALORES	17
2.7.1 VISÃO	17
2.7.2 MISSÃO	18
2.7.3 VALORES	18
2.7.4 OBJETIVOS	19
2.8. MERCADO	19
3. ANÁLISE DE MERCADO	21
3.1. ANÁLISE SETORIAL	23
3.1.1 ANÁLISE S.W.O.T. – AMEAÇAS E OPORTUNIDADES.	24
3.2. ANÁLISE DA DEMANDA	24
3.2.1 PERFIL DO CLIENTE	24
3.2.2 QUANTIFICAÇÃO E PRECIFICAÇÃO	24

3.3. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	26
4. OFERTA DA EMPRESA	29
4.1 OFERTA DE SERVIÇOS E PRODUTOS	29
4.2 ESTRATÉGIAS DE MARKETING	31
5. PLANO OPERACIONAL	33
5.1. ANÁLISE DO MERCADO DE FORNECEDOR	33
5.2 LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA	33
5.3 DEFINIÇÃO DAS INSTALAÇÕES	35
5.4. SISTEMA DE ARMAZENAGEM E ESTOCAGEM	43
5.5. RECURSOS HUMANOS E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	43
5.5.1. DESCRIÇÃO DE CARGOS E FUNÇÕES	45
5.5.2. ASPECTOS LEGAIS	47
5.5.3 REMUNERAÇÃO	48
5.5.4 ORGANOGRAMA	48
5.5.5. CUSTOS COM RECURSOS HUMANOS.	49
6. PLANO FINANCEIRO	51
6.1. FONTES DE FINANCIAMENTO DO PROJETO	52
6.2. ESTIMATIVA DE FATURAMENTO	53
6.3. DEMONSTRATIVO DE FLUXO DE CAIXA	55
6.4. ANÁLISE ECONÔMICA E FINANCEIRA	57
6.4.1. PAYBACK	57
6.4.2. VPL e TYR	59
7. CONCLUSÃO	61
8. REFERENCIAS	62
ANEXOS.	64

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Este trabalho tem por objetivo verificar a viabilidade econômica e financeira de uma empresa de comércio e prestadora de serviços, que realizar venda de produtos de informática em geral e assistência técnica para pessoas físicas e jurídicas, que tenha qualquer demanda na área de informática ou tecnologia, na região de Curitiba e RMC.

Sua concepção inicia-se através da motivação de realizar-se a continuidade do negócio desenvolvido na família, de forma independente ao que anteriormente foi implementado, bem como a análise do atual cenário para implementação de uma loja de materiais de informática e serviços.

Serão analisados dados de demanda por produtos e serviços na região onde empresa será estabelecida e custo de implementação para obtenção do tempo de *payback* e indicadores financeiros para avaliar a taxa de retorno quando comparada a taxa mínima de atratividade. Ao fim a decisão apresentada pela não implementação do negócio devido ao Payback de mais de cinco anos e retorno inferior a taxa de mínima atratividade de 6,5% sendo fortemente afetado por uma variação de 10% na demanda para uma perspectiva otimista.

1.1 FUNDAMENTAÇÃO

A empresa Loja Estudo 1 é uma loja de produtos e acessórios de informática em geral, pretendendo atingir os mais diversos públicos, desde clientes pessoa física até grandes empresas. Buscando atender aos clientes com qualidade no atendimento e em componentes para informática pois apresentará serviço diferencial com proximidade ao cliente e a utilização de componentes de marcas consagradas e reconhecidas pelos diversos usuários de produtos do ramo.

Para o estudo serão considerados os custos para implementação do negócio decorrentes da aquisição e materiais, abertura de empresa, custo com funcionários, mobiliário e matéria prima.

O estudo apresentará análises de Fluxo de caixa estimado e análise de *payback*, envolvendo *benchmarking* com a empresa JLL Informática situada na mesma região, para estimar/ os índices de faturamento e apresentação da flutuação do faturamento como sendo fator mais sensível para a implantação do negócio.

Por fim ao comparar o desenvolvimento do estudo veremos que negócio possui baixa atratividade e um tempo de retorno superior ao adotado como máximo para *payback*

2. A Empresa – Descrição Geral

São apresentadas neste capítulo as ferramentas que foram utilizadas para a realização do projeto de viabilidade econômica e financeira da empresa Loja Estudo 1.

Para Marconi (Marconi, 2000) “Metodologia é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões”.

2.1 IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

Pesquisa realizada na Junta Comercial do Paraná, no dia 20/10/2018, sob protocolo nº 18/958956-0, verificou-se que a razão social Loja Estudo 1, não consta nos registros da Junta Comercial. Não havendo nenhum impeditivo para a utilização, permitindo a abertura da empresa com esta denominação.

Dados de identificação:

- Razão Social: Loja Estudo 1 LTDA
- Nome Fantasia: LIMA INFORMÁTICA
- Atividade da empresa: Comércio e Serviços
- CNPJ: 03.810.352/0001-69
- Inscrição Estadual: Isento

2.1.1. CLASSIFICAÇÃO DA ATIVIDADE

De acordo com pesquisa feita no site do CONCLA – Comissão Nacional de Classificação, da Receita Federal no dia 19/10/2018 às 20:13 horas, verificou-se que a atividade da Loja Estudo 1 é classificada com código de CNAE principal 4751-2/01 – Equipamentos de Informática; Comércio Varejista e com CNAE secundário 9511-8/00 Assistência Técnica em equipamentos de informática.

2.2. LOCALIZAÇÃO E INICIO DA ATIVIDADE DA EMPRESA

A Empresa está localizada na Rua Voluntários da Pátria, 488, no bairro Centro, CEP: 82.590-330, na cidade de Curitiba, no estado do Paraná, conforme pesquisa de imóveis na região e *benchmarking* realizado junto a empresa JIL informática e o início das atividades é dado em primeiro de janeiro de 2019.

2.3. FORMA JURÍDICA

A empresa é uma sociedade limitada, constituída por 2 sócios, com responsabilidade total à importância de R\$ 140.000,00 (cento e quarenta mil reais), divididos em 140.000 quotas no valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada uma, subscritas e integralizadas, neste ato, em moeda corrente do país, conforme Contrato Social, em anexo, e distribuído pelos sócios, conforme o Quadro 1 abaixo e a fonte de recurso para abertura do capital conforme descrito no Quadro 2.

QUADRO 1 – CAPITAL SOCIAL DA EMPRESA LOJA ESTUDO 1

SÓCIOS	Nº DE QUOTAS	%	VALOR (R\$)
RENATA LIMA	70.000	50,00 %	R\$ 70.000,00
HENRIQUE A. HOFFMANN DE OLIVEIRA	70.000	50,00 %	R\$ 70.000,00
TOTAL	140.000	100 %	R\$ 140.000,00

QUADRO 2 – PROCEDÊNCIA DE RECURSOS PARA CONSTITUIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL DA EMPRESA LOJA ESTUDO 1

SÓCIOS	RECURSO DE CAPITAL	VALOR
RENATA LIMA	Recurso de capital oriundo de venda de um carro Ford-New Fiesta Hatch 1.6 SE 2016/2017, placa ADH 0424. Valor: 45.000,00 e resgate de investimento em CDB-DI, Banco 237-Bradesco, c/c: 53025-2, ag: 5750-1 Valor: 25.000,00	R\$ 70.000,00
HENRIQUE A. HOFFMANN DE OLIVEIRA	Recurso de capital oriundo da venda de economias depositadas em conta poupança.	R\$ 70.000,00

2.4. PROGRAMA DE INCENTIVOS

A Loja Estudo 1 classifica-se como empresa de pequeno porte, pois possui perspectiva de faturamento anual bruto inferior à R\$ 240.000,00, se enquadrando no Simples Nacional conforme determina o Artigo 3º da Lei Complementar 123, de 14/12/2006:

I – no caso das microempresas, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais);

§3º As microempresas e empresas de pequeno porte optantes pelo Simples Nacional ficam dispensadas do pagamento das demais entidades privadas de serviço social e de formação profissional vinculadas ao sistema sindical, de que trata o art. 240 da Constituição Federal, e demais entidades de serviço social autônomo.

De acordo com a Lei 15.562/2007, há isenção ou redução da taxa de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços – para empresas de micro e pequeno porte que se enquadram no Simples Nacional.

2.5. MARCAS E PATENTES

De acordo com o Instituto Nacional de Propriedade Industrial:

a marca registrada garante ao seu proprietário o direito de uso exclusivo em todo o território nacional em seu ramo de atividade econômica. Ao mesmo tempo, sua percepção pelo consumidor pode resultar em agregação de valor aos produtos ou serviços por ela identificados; a marca, quando bem gerenciada, ajuda a fidelizar o consumo, estabelecendo assim, identidades duradouras – afinal, o registro de uma marca pode ser prorrogado indefinidamente – num mercado cada vez mais competitivo.

Após consulta realizada no site do INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, no dia 20/10/2018 às 12:27 horas, não foi localizado registro com marca Loja Estudo 1, permitindo o seu uso imediato.

Os custos relativos ao Registro de Marca foram obtidos em tabela disponibilizada pelo site do INPI, conforme descritas no Quadro 3.

QUADRO 3 – DEMONSTRATIVO DE CUSTOS COM REGISTRO DA MARCA PARA MICRO E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

SERVIÇO	VALOR
Depósito de Pedido de Marca de Produto ou Serviço (Mista).	R\$ 130,00
Primeiro decênio de Vigência de Marca de Produto ou Serviço (Mista), recolhido no prazo ordinário.	R\$ 215,00
Certidão de Busca por Titular.	R\$ 25,00
TOTAL	R\$ 370,00

FONTE: Pesquisa elaborada com base nos dados do site do INPI (acesso e, 20/10/2018)

2.6. CUSTOS REFERENTES À ABERTURA DA EMPRESA

Neste item encontram-se os custos referentes à abertura da empresa Loja Estudo 1.

TABELA 1 – CUSTOS REFERENTES À ABERTURA DA EMPRESA LOJA ESTUDO 1

SERVIÇOS	VALOR
HONORÁRIOS CONTÁBEIS	R\$ 500,00
REGISTRO DO CONTRATO SOCIAL	R\$ 34,00
TAXA DE ALVARÁ DO ESTABELECIMENTO	R\$ 100,00
TAXA DE EXPEDIENTE (PREFEITURA MUNICIPAL)	R\$ 22,10
TAXA DE ALVARÁ DO CORPO DE BOMBEIRO	R\$ 600,00
REGISTRO DA MARCA	R\$ 370,00
TOTAL DOS CUSTOS	R\$ 1.626,10

Os custos referentes às taxas de alvará da Prefeitura e Corpo de Bombeiros encontrados na Tabela 1 são valores aproximados, tendo em vista que estes dependem das condições e tamanho do imóvel a ser vistoriado.

2.7. MISSÃO, VISÃO, OBJETIVOS E VALORES

A empresa busca fornecer soluções, suporte e estabilidade a seus clientes ao fornecer produtos no ramo informática com foco em qualidade e satisfação por parte do cliente. O cliente é parte essencial do caminho e da existência de qualquer empresa comercial e satisfazê-lo é seu fundamental objetivo.

2.7.1 VISÃO

Para Oliveira (1999, pg. 82) a Visão é considerada como:

os limites que os proprietários e principais executivos da empresa conseguem enxergar dentro de um período de tempo mais longo e uma abordagem mais ampla. Nesse contexto, a visão proporciona o grande delineamento do planejamento estratégico a ser desenvolvido e implementado pela empresa.

Tavares (Tavares, 2000) define visão como “uma projeção das oportunidades futuras do negócio da organização, para permitir uma concentração de esforços em sua busca”.

A visão da Loja Estudo 1 é “Ser reconhecida no mercado de vendas e assistência de produtos de informática, como a melhor empresa neste segmento, buscando superar as expectativas dos clientes, em relação à qualidade no atendimento, tanto pessoal, quanto no compromisso de honrar prazos acordados com seus clientes.

2.7.2 MISSÃO

Na ótica de Oliveira (Oliveira, 1999)

missão é a determinação do motivo central do planejamento estratégico, ou seja, a ‘determinação de onde a empresa quer ir’ e de sua ‘razão de ser’. Corresponde a um horizonte dentro do qual a empresa atua ou poderá atuar.

Segundo Tavares (Tavares, 2000) a missão consiste na razão de existência da empresa e na delimitação de seu espaço de atuação, o que ela é e onde vai atuar.

Para Certo (Certo, 1993) “A missão é uma declaração muito ampla da diretriz organizacional”.

A missão da Loja Estudo 1 é comercializar e prestar serviços de assistência técnica de produtos e equipamentos de informática para pessoas físicas e jurídicas, na cidade de Curitiba e RMC (Região Metropolitana de Curitiba), com qualidade, através de soluções eficazes e criativas, auxiliando nossos clientes na conquista de seus objetivos.

2.7.3 VALORES

A Loja Estudo 1 tem como valores:

- Confiança;
- Transparência;
- Respeito;
- Ética;
- Valorização e respeito aos nossos parceiros e colaboradores;

- Responsabilidade;
- Comprometimento e
- Conhecimento.

2.7.4 OBJETIVOS

Oferecer produtos e serviços de assistência técnica de equipamentos de informática na cidade de Curitiba, com qualidade e transparência para que os clientes possam confiar na Loja Estudo 1 e fiquem completamente satisfeitos.

São ainda objetivos da Loja Estudo 1

- Tornar-se referência no comércio de produtos de informática e assistência técnica, atrelado à qualidade no atendimento;
- Garantir a satisfação da equipe de trabalho e clientes;
- Superar as expectativas e necessidades dos clientes.
- Crescimento anual de 5% nas vendas;
- Obter retorno do investimento em até 5 anos.

2.8. MERCADO

A Loja Estudo 1 tem conforme demais lojas do ramo, a citar a loja JLL informática como fonte de informações, dentre seu portfólio de fornecedores empresas fornecedoras de componentes eletrônicos na região de Curitiba, Paraná. Uma vez que seu foco se encontra diretamente no atendimento de clientes de varejo compostos por pessoas físicas e a manutenção de equipamentos para pessoas jurídicas de pequeno e médio porte localizadas na região central de Curitiba.

Na Tabela 2 a seguir, podem ser encontrados os principais fornecedores de componentes para manutenção e distribuidores de equipamentos de informática para lojas de pequeno porte que hoje fornecem a JLL informática e que são os principais fornecedores para a Loja estudo 1.

TABELA 2 - FORNECEDORES

Fornecedor	Produtos
Contabilista Suprimentos para Escritório	Tintas para impressoras, Material para fotocópia, Periféricos de entrada
Pauta	Componentes de Hardware, Periféricos de entrada, Periféricos de saída, Outros
Districomp	Componentes de Hardware, Periféricos de entrada, Periféricos de saída, Outros
Mazer Distribuidora Informática	Componentes de Hardware, Periféricos de entrada, Periféricos de saída, Outros
AC3 Informática	Componentes de Hardware, Periféricos de entrada, Periféricos de saída, Outros

A Loja Estudo 1 entende que em detrimento de não possuir um grande poder de barganha, como grandes atacadistas que possuem acesso direto a preços altamente competitivos, sua maior vantagem está no contato junto ao cliente. Assim o atendimento diferencial, focado na satisfação e solução sobre demanda é sua maior vantagem perante o mercado.

3. Análise de Mercado

O mercado ao qual estará inserida a Loja estudo 1, visa atender pessoas físicas, que possuam necessidades diferenciadas para computadores e que fogem do ambiente altamente competitivo e balizado em preços, encontrado por consumidores de computadores de prateleira. Bem como a empresa tem no mercado de serviços de manutenção para pequenas empresas da região seu nicho de clientes que encontra atendimento de qualidade, para resolver problemas cotidianos que podem impactar significativamente em seus negócios.

Segundo informações sobre o atual mercado de varejistas e prestadores de serviço no ramo de informática, fornecidos pelo proprietário da empresa JIL informática (OLIVEIRA, João Augusto de, 2018), “o mercado atual para pequenos varejistas é composto basicamente dos dois tipos de clientes citados, uma vez que é difícil competir com preços de grandes varejistas para o cliente médio que deseja computadores para tarefas rotineiras e utilizam-se de soluções pré-montadas. É o cliente de produtos customizados e de alta performance que busca diretamente o produto encontrado no varejista. Pequenas empresas costumam ser grandes consumidoras de serviços de informática, uma vez que não dispõem dos recursos para terem um departamento de TI dedicado a manutenção dos equipamentos e esta constitui uma parcela considerável das Ordens de serviço”.

Desta forma é possível demonstrar a aplicação do canvas de valores conforme metodologia apresentada por Peter através das FIGURA 1 e FIGURA 2 e desta forma entender quais os pontos diferenciais para o negócio e o modelo de estratégia de fornecimento de produtos focado a diversidade e eficiência de atendimento adotado. (THOMSON, Peter J. Web site,)

FIGURA 1 – CARACTERÍSTICAS DO NEGÓCIO

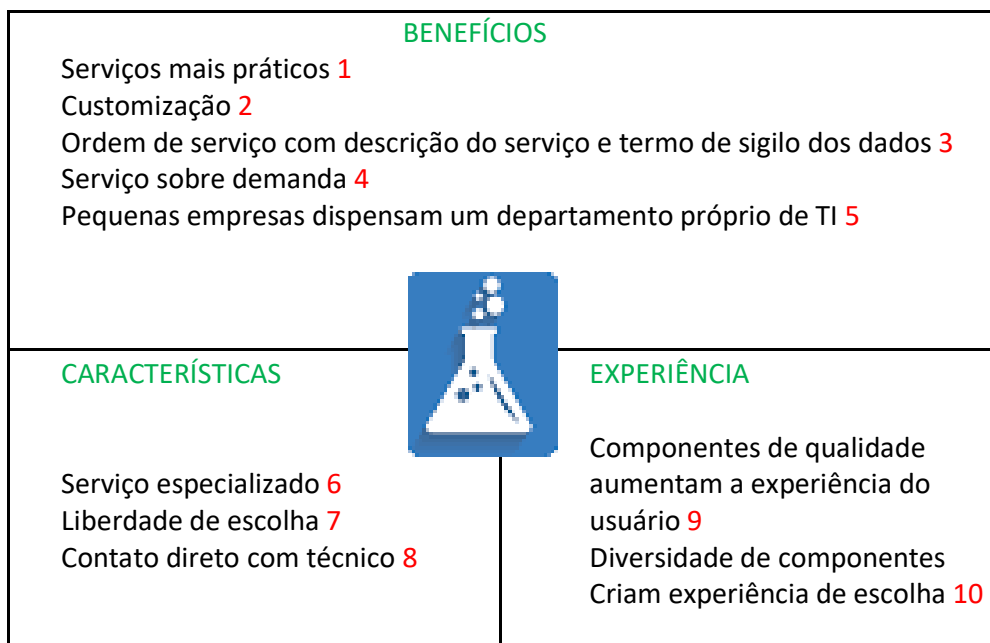
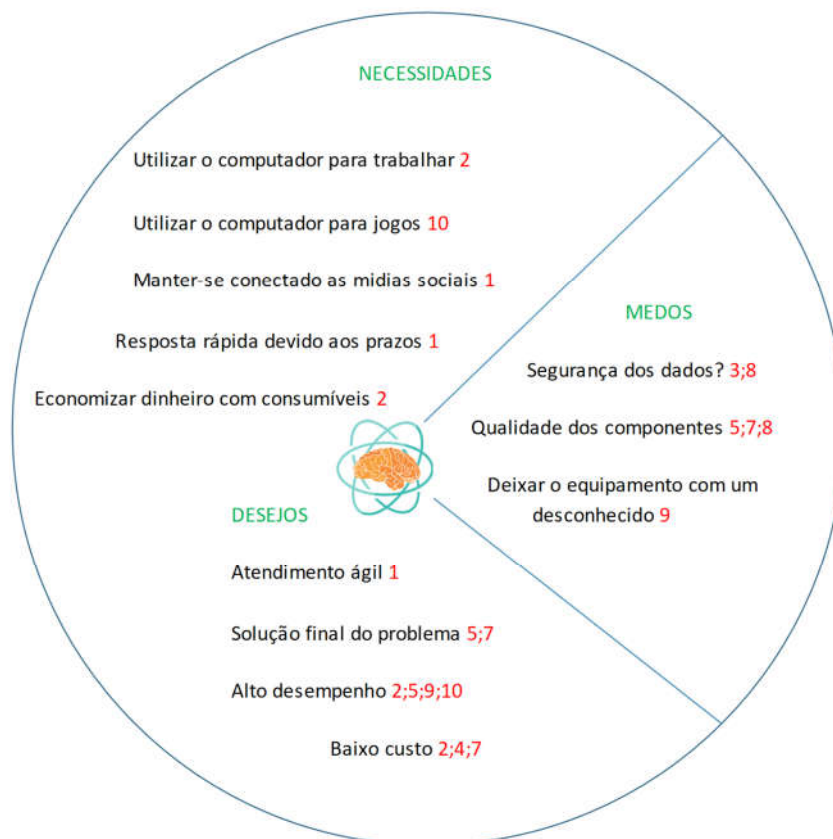


FIGURA 2 – MEDOS, NECESSIDADES E DESEJOS DO CLIENTE



3.1. ANÁLISE SETORIAL

A Empresa Loja Estudo 1 encontra-se no setor varejista de equipamentos para informática e prestação de serviço de manutenção. Este é um segmento caracterizado pela presença de competição forte com grandes varejista, que entregam produtos standart com valores baixos uma vez que seu grande poder de barganha permite negociar preços baixos junto a fornecedores.

Os grandes varejistas do setor por sua vez não possuem a capacidade de ofertar assistência técnica, e aliar o fornecimento de componentes a mão de obra para instalação e suporte é o grande diferencial que permite a sobrevivência de pequenos varejos neste mercado.

Conforme citado anteriormente dentre os principais clientes neste ramo de atuação encontram-se pequenas empresas que precisam constantemente de materiais consumíveis como materiais para impressão, periféricos como mouse, teclado e assistência técnica de emergência. Também estão dentre os consumidores no setor *hard users* que costumam utilizar computadores para alta performance e que optam pela customização.

Desta forma pode-se concluir que as principais barreiras para o início do negócio encontram-se no desenvolvimento de uma carteira de clientes que confie nos serviços prestados e que entenda as vantagens de adquirir-se produtos diretamente com uma loja especializada no ramo.

Já as principais ameaças são ligadas aos baixos preços dos grandes varejistas, a concorrência com demais empresas similares e ao elevado nível de confiança nos funcionários uma vez que estes tem contato com um grande volume de dados pessoais dos clientes.

3.1.1 ANÁLISE S.W.O.T. – AMEAÇAS E OPORTUNIDADES.

Segundo Peter (Peter, 1993) a análise do ambiente:

é o processo de monitoração do ambiente organizacional para identificar os riscos e oportunidades, tanto presentes como futuros, que possam influenciar a capacidade das empresas de atingir suas metas

Desta forma através da Analise S.W.OT é possível identificar as principais oportunidades e ameaças do negócio conforme a Figura 3.

FIGURA 3 – ANÁLISE SWOT - AMEAÇAS E OPORTUNIDADES

		Forças (+)	Fraquezas (-)
	1	Agilidade e qualidade no serviço	Mão de obra reduzida
	2	Peças para serviços em estoque	Ponto afastado de grandes centros comerciais (shopping) mas com grande movimento
	3	Possibilidade de customização	Funcionamento apenas em horário comercial
Oportunidades		Ações de Ataque	Ações de Reforço
1	Mercado de games em Alta	1 - Focar estratégia de marketing em consumidores de "PC Gamer" 2 - Foco em qualidade do atendimento voltado ao bom relacionamento com o cliente 3 - Promover diferencial sobre confiabilidade de serviços e segurança dos dados para empresas.	1 - Buscar otimizar o tempo da mão de obra para garantir atendimento rápido e de qualidade 2 - Focar no desenvolvimento de clientes B to B próximos ao estabelecimento
2	Novas empresas do mercado precisam de informatização		
3			
4			
5			
6			
Ameaças		Ações de Desenvolvimento	Ações de Defesa
1	Elevado número de concorrentes com baixas margens / Preços	1 - Apresentar a customização como um diferencial em relação aos baixos preços de produtos inflexíveis encontrados no mercado 2 - Ofertar concerto de smartphones dentro do portfólio de serviços	1 - Ofertar serviço de retirada de equipamentos em horário comercial, para manutenção 2 - Desconto na venda de periféricos e insumos quando serviços são realizados na loja
2	Redução do uso de PC em detrimento de tablets e smartphones		
3			
4			
5			
6			
7			

3.2. ANÁLISE DA DEMANDA

3.2.1 PERFIL DO CLIENTE

Considerando a localização estabelecida para a loja, apresentada no item 5, pode-se traçar o perfil médio do cliente como dividido entre usuários avançados que buscam customização, e pequenos escritórios situados na região central de Curitiba.

Por fim é importante entender a maneira de pensar e como a estrutura oferecida pela Loja Estudo 1 poderá ser um diferencial ao cliente. Desta forma as figuras 1 e 2 apontam a tendência do comportamento do cliente médio da Loja Estudo 1 e correlacionam com os serviços oferecidos.

3.2.2 QUANTIFICAÇÃO E PRECIFICAÇÃO

Segundo *benchmarking* junto a JLL informática, pode-se obter através de média histórica o valor de faturamento estimado no decorrer dos meses do ano. Assim pode-se obter uma estimativa de faturamento conforme Tabela 3. Ainda segundo o referido *benchmarking* em virtude do elevado mix de produtos e o fornecimento de serviços o percentual entre cada item oscila de maneira não previsível em um espaço amostral de três anos. Desta forma opta-se por trabalhar com o valor bruto de faturamento para quantificar o quanto deve ser vendido a cada período.

TABELA 3 - ESTIMATIVA DE FATURAMENTO – 2019

MÊS	FAVORÁVEL	OTIMISTA (+10%)	PESSIMISTA (-10%)
Jan	11.922,58	18.360,78	15.022,45
Fev	13.114,84	20.196,85	16.524,69
Mar	14.307,09	22.032,92	18.026,93
Abr	15.499,36	23.869,01	19.529,19
Mai	16.691,61	25.705,08	21.031,43
Jun	17.883,87	27.541,15	22.533,67
Jul	19.076,13	29.377,25	24.035,93
Ago	20.268,39	31.213,32	25.538,17
Set	21.460,64	33.049,39	27.040,41
Out	22.652,91	34.885,48	28.542,67
Nov	23.845,16	36.721,55	30.044,91
Dez	25.037,42	38.557,62	31.547,15
Total	221.760,00	341.510,40	279.417,60

Em virtude a competitividade do mercado inserido a venda de produtos destinados a exclusiva venda, sem atuação de serviços de manutenção faz com que a elasticidade a demanda de preço para produtos com mouse, teclado, tinta para impressora e outros seja muito alta quando analisada perante a ótica do revendedor para varejo. Por mais que o cliente médio veja valor agregado em marcas de maior confiança e qualidade quando pesquisa por estes produtos as diferentes marcas podem ser encontradas nos demais concorrentes próximos facilmente.

Quando o cliente encontra o mesmo produto a algumas quadras, por um preço significativamente menor, existe grande chance do mesmo optar pela compra em outro estabelecimento. Para esta linha de produtos não há sentido em uma estratégia de penetração, com preços mais baixos com o intuito de ergue-los futuramente, pois há disponibilidade no mercado do mesmo produto com preço menor.

Praticar um preço muito abaixo para lucrar no volume seria uma estratégia condizente com uma grande atacadista, que consegue negociar preços melhores com seus fornecedores e possuem grandes estoques para suprir a demanda de um grande número de clientes em um curto período.

Desta forma para este *mix* de produtos a estratégia de preço adotada será a média dos preços praticados pelos concorrentes listados no item 3.3.

Já para o fornecimento de serviços como assistência técnica, que envolvem diretamente a confiança do cliente no bom serviço realizado e sua satisfação, bem como o fornecimento de componentes utilizados nestes casos como *memória ram*, *hard disks*, placa mãe e outros a elasticidade a demanda de preço é menor. O Perfil do cliente alvo valoriza significativamente a qualidade do serviço prestado, sendo um pouco menos sensível a preço.

Desta forma para este *mix* de produtos a estratégia adotada será de penetração de mercado, com preços 10% abaixo do valor dos concorrentes listados no item 3.3 e o objetivo é de que em 3 anos o preços seja a média oferecida e após 5 anos o preço poderá ser 10% acima da média oferecida nas proximidades se o mercado responder corretamente no primeiro aumento.

3.3. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Segundo Porter (Peter, 1989), os concorrentes são vistos pela maioria das empresas como uma ameaça. Os concorrentes prosseguem esta linha de pensamento, é o inimigo e, portanto, devem ser eliminados.

Para Oliveira (Oliveira, 1998), em relação à análise de concorrentes, que “somente através desse procedimento, o executivo poderá ter adequado posicionamento competitivo perante os seus concorrentes”.

Com base nessas afirmações, entende-se que há necessidade em ter uma precaução especial na análise de concorrentes, uma vez que, não é dada a devida importância, poderá comprometer o desenvolvimento e sucesso da empresa. A análise da concorrência também é de suma importância, pois, segundo Oliveira (Oliveira, 1998), com base na análise, projeções e simulações dos concorrentes, é possível o delineamento inicial da atuação futura dos concorrentes.

A Loja Estudo 1 por ser uma empresa do ramo de informática, possui inúmeros concorrentes tais como: supermercados em geral que comercializam produtos de informática, demais empresas do mesmo segmento, no cenário de atuação, desta forma, irá investir na qualidade do atendimento aos clientes, almejando superar as expectativas dos mesmos.

Comércios online são outra fonte de venda de produtos do ramo, porém sua maior vantagem encontra-se no preço significativamente mais baixo do que o de lojas físicas. A maior característica de seus clientes é procurar o produto desejado focando na obtenção do menor preço possível, podendo haver a espera de até sete dias para recebimento das mercadorias. Este perfil de cliente contrasta diretamente com o perfil de clientes para grandes redes de varejo, que não possuem atendimento especializado e focam na distribuição de preço, conforme apontado a seguir.

O perfil do cliente alvo da Loja Estudo 1, conforme apontado no item 3.1 é de clientes que precisam de um auxílio para encontrarem a solução para seu problema, precisam de assistência técnica ou por tratar-se de uma empresa próxima região não tem tempo para esperar a entrega do produto. Desta forma o comércio on-line não será o foco do estudo de concorrentes.

Após pesquisa para possíveis concorrentes em um raio de até um 5 quadras de distâncias podemos notar conforme o Quadro 4 a seguir que há concorrentes grandes varejistas, bem como duas lojas similares a atuação da Loja Estudo 1 próximas ao endereço escolhido.

QUADRO 4 - POSSÍVEIS CONCORRENTES DA REGIÃO

EMPRESA	RAMO
Lojas Americanas	Loja de departamento
Supermercado Mercadorama	Supermercado
Livrarias Curitiba	Livrarias
Apoio computadores	Varejista e prestador de serviços para informática
VA Alvarez Informática	Varejista e prestador de serviços para informática
JJL Informática	Varejista e prestador de serviços para informática

Conforme apontado anteriormente os concorrentes Lojas Américas, Supermercado Mercadorama e Livrarias Curitiba tem ao seu lado a grande vantagem competitiva na hora de negociar com fornecedores, devido ao grande volume de compras. Desta forma estas empresas possuem como pontos fortes baixo custo, elevado estoque dos itens, porém não possuem mão de obra especializada, capaz de auxiliar o cliente na escolha de seus produtos.

O cliente deve entrar na loja sabendo exatamente qual produto precisa obter para resolver sua necessidade ou correrá o risco de comprar algo que não lhe atenda. Estas empresas também não possuem serviços de manutenção.

As empresas Apoio Computadores, Va Alvarez Informática e JJJ Informática possuem ramo de atuação similar ao da Loja Estudo 1. Sua maior vantagem competitiva encontra-se na mão de obra especializada, capaz de auxiliar o cliente na escolha do item correto para resolver sua necessidade, suporte técnico e disponibilidade de componentes para serem vendidos junto ao serviço de manutenção. Sua desvantagem encontra-se no menor poder de barganha ao negociar com fornecedores e ao estoque não tão abundante quando comparado a grandes lojas.

4. Oferta da Empresa

4.1 OFERTA DE SERVIÇOS E PRODUTOS

A empresa Loja Estudo 1 fornece conforme apresentado anteriormente produtos e serviços para informática, com o diferencial apresentado através do Canvas demonstrado Nas Figuras 1 e 2 do capítulo 3 ao trazer profissionais e processos confiáveis ao cliente tanto em relação a segurança de seus dados como ao resultado do serviço.

Seu foco encontra-se no fornecimento de periféricos de entrada e de saída, insumos para utilização das funcionalidades de computadores e serviços de formatação, remoção de vírus, *backup*, instalação de softwares, instalação de componentes para upgrade, manutenção de componentes de *hardware* e outros serviços relacionados a manutenção de computadores.

A empresa conta com a disponibilidade de componentes, a pronta entrega, para substituição em caso de manutenção, apresentando assim um serviço muito mais ágil e eficiente que o de suas concorrentes próximas.

A empresa Loja Estudo 1 busca em seu *mix* de produtos, em virtude dos perfis de clientes encontrados na região onde a mesma está situada, as marcas de maior renome no ramo e de perceptível qualidade, bem como opções com custo mais atrativo e de menor valor agregado.

Conforme a estratégia de precificação adotada é possível através da pesquisa de preços médios dos concorrentes na região obter as tabelas 4 e 5 a seguir com valores dos serviços e produtos adotados.

TABELA 4 – PREÇOS DE PRODUTOS

Produtos	Preço médio na região	Preço de venda
NOTEBOOK ACER INTEL CORE I7 7500U 15,6 LED 8GB 1 TERA PLACA DE VIDEO 2GB WINDOWS 10 HOME A515-51G-72DB	R\$ 3.999,00	R\$ 3.999,00
NOTEBOOK LENOVO IDEAPAD 320 151KB INTEL CORE I5 7200U 15,6 LED 8GB 1 TERA PLACA DE VIDEO 2GB WINDOWS 10 HOME	R\$ 3.389,00	R\$ 3.389,00
COMPUTADOR INTEL CORE I3 8100 4GB 1 TERA FREE DOS PC WORK	R\$ 2.199,00	R\$ 2.199,00
MONITOR 15.6 LED E1670SWU VESA WIDESCREEN AOC	R\$ 410,00	R\$ 410,00
MONITOR 18,5 LED E970SWNL AOC	R\$ 420,00	R\$ 420,00
TECLADO E MOUSE COM FIO WIRED DESKTOP 600 APB-00005 MICROSOFT	R\$ 175,00	R\$ 175,00
TECLADO COM FIO USB 608145 MAXPRINT	R\$ 30,00	R\$ 30,00
TECLADO COM FIO USB TC142 MULTILASER	R\$ 53,00	R\$ 53,00
MOUSE COM FIO USB 606157 MAXPRINT	R\$ 11,00	R\$ 11,00
MOUSE SEM FIO M185 CINZA 910-003243 LOGITECH	R\$ 72,00	R\$ 72,00
MOUSE SEM FIO BLUETOOTH MO254 MULTILASER	R\$ 110,00	R\$ 110,00
IMPRESSORA LASER SL-M2020 SAMSUNG	R\$ 660,00	R\$ 660,00
IMPRESSORA LASER HL-1212W BROTHER	R\$ 730,00	R\$ 730,00
TONER HP CE285AE DUPLO PRETO	R\$ 615,00	R\$ 615,00
TONER HP CE278AB PRETO	R\$ 400,00	R\$ 400,00
CARTUCHO HP 94 - C8765WL 6540 PRETO 12ml	R\$ 160,00	R\$ 160,00
CARTUCHO DE TINTA HP 56 - C6656AL PRETO 19,5ml ORIGINAL	R\$ 170,00	R\$ 170,00
MOUSE PAD C/APOIO DE PUNHO EM GEL AC021 PRETO MULTILASER	R\$ 27,00	R\$ 27,00
PEN DRIVE 32GB CRUZER BLADE SDCZ50-032G SANDISK	R\$ 75,00	R\$ 75,00
PEN DRIVE 4GB TWIST PD586 MULTILASER	R\$ 27,00	R\$ 27,00
PAPEL COUCHE A4 FOSCO 180G CX C/100FLS BCP	R\$ 33,00	R\$ 33,00

TABELA 5 – PREÇOS DE SERVIÇOS E COMPONENTES

Serviços		
Serviço	Preço médio na região	Preço de venda
Formatação	R\$ 80,00	R\$ 72,00
Backup	R\$ 20,00	R\$ 18,00
Instalação de software	R\$ 50,00	R\$ 45,00
Limpeza	R\$ 20,00	R\$ 18,00
Remoção de vírus	R\$ 50,00	R\$ 45,00
Configuração de rede	R\$ 100,00	R\$ 90,00
Troca de componentes	R\$ 50,00	R\$ 45,00
Demais serviços 1 hora técnica	R\$ 80,00	R\$ 72,00
Componentes para manutenção		
MEMORIA DIMM DDR3 8GB MM810 MULTILASER	R\$ 485,00	R\$ 436,50
MEMORIA DIMM DDR3 4GB MM410 MULTILASER	R\$ 281,00	R\$ 252,90
HD INTERNO 1 TERA SATA WESTERN WD10EZEX BLUE 64MB 7200 RPM	R\$ 385,00	R\$ 346,50
HD INTERNO 2 TERA SATA WESTERN DIGITAL BLUE WD20EZRZ	R\$ 689,00	R\$ 620,10
Placa-Mãe ASUS p/ Intel LGA 1151 mATX PRIME B250M-PLUS/BR,1x M.2,1x Saída DVI-D,1x Saída D-Sub,1x HDMI, Ger WfM 2.0, DMI 3.0, Edição Gamer	R\$ 399,00	R\$ 359,10
Placa-Mãe ASUS p/ AMD AM3+ mATX M5A78L- M LX/BR, 2xDDR3 VGA, PCIe x16, Porta Paralela e Serial, 6 SATA, Rede Gigabit, Core Unlocker	R\$ 290,00	R\$ 261,00
Processador AMD Ryzen 3 2200G c/ Wraith Stealth Cooler, Quad Core, Cache 6MB, 3.5GHz (3.7GHz Max Turbo), VEGA, AM4 - YD2200C5FBBOX	R\$ 460,00	R\$ 414,00
Processador Intel Core i3-8100 Coffee Lake 8a Geração, Cache 6MB, 3.6GHz, LGA 1151 Intel UHD Graphics 630 - BX80684I38100	R\$ 740,00	R\$ 666,00

4.2 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Segundo Kotler (Kotler, 1998) O conceito de marketing assume que a chave para atingir as metas organizacionais consiste em ser mais eficaz do que os concorrentes para integrar as atividades de marketing satisfazendo, assim, as necessidades e desejos dos mercados-alvos.

Com base neste conceito acima, primeiramente deve se divulgar bem o produto/serviço no qual é oferecido, no caso da empresa LOJA ESTUDO 1 os produtos são seu próprio veículo, na qual comercializa produtos de informática em geral e presta serviço de assistência técnica, de modo que seja divulgado em nosso próprio site, através de folders e cartões.

A composição dos custos mensais para a implementação das estratégias de Marketing para o primeiro ano da empresa Loja Estudo 1 segue abaixo, conforme tabelas 6 e 7 abaixo.

TABELA 6 – CUSTO COM MARKETING NO PRIMEIRO ANO - 2019

Mês	Site	Cartões de visita	Folders	Total em R\$
Jan	500,00	50,00	450,00	1.000,00
Fev	30,00	50,00	450,00	530,00
Mar	30,00	50,00	450,00	530,00
Abr	30,00	50,00	450,00	530,00
Mai	30,00	50,00	450,00	530,00
Jun	30,00	50,00	450,00	530,00
Jul	30,00	50,00	450,00	530,00
Ago	30,00	50,00	450,00	530,00
Set	30,00	50,00	450,00	530,00
Out	30,00	50,00	450,00	530,00
Nov	30,00	50,00	450,00	530,00
Dez	30,00	50,00	450,00	530,00
TOTAL				6.830,00

TABELA 7 – CUSTO COM MARKETING – PRÓXIMOS 5 ANOS

ANOS	CUSTOS TOTAIS
2019	6.830,00
2020	6.830,00
2021	6.830,00
2022	6.830,00
2023	6.830,00

5. Plano Operacional

Segundo Oliveira (Oliveira, 1999) “Planejamento estratégico é uma metodologia gerencial que permite estabelecer a direção a ser seguida pela empresa, visando a um maior grau de interação com o ambiente”.

Para Bethlem (Bethlem, 1999) o planejamento estratégico

define a empresa no momento do início dos planos, o que é, o que faz, onde e como está e estabelece o que a empresa quer ser, o que fazer, como quer estar e onde quer estar em um determinado tempo no futuro.

5.1. ANÁLISE DO MERCADO DE FORNECEDOR

A Lei 8.078/90 do Código de Defesa do Consumidor prescreve: “Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

A Loja Estudo 1 é uma empresa de comércio de produtos e equipamentos de informática, bem como prestadora de serviços de assistência técnica.

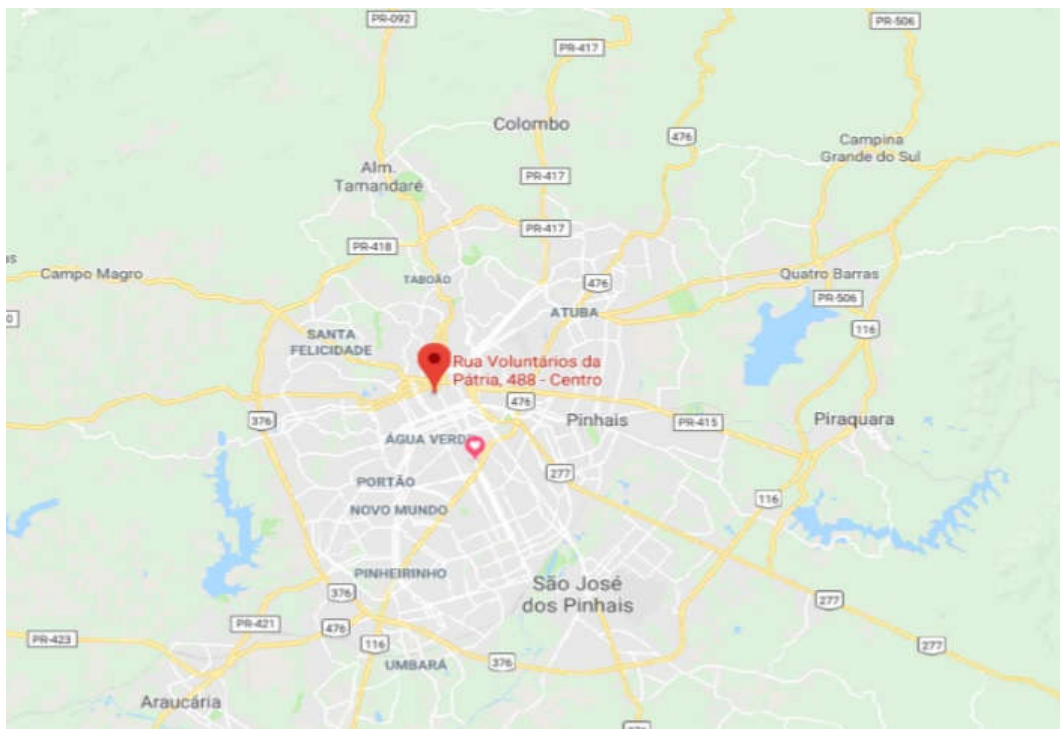
Desta forma a empresa contará com distribuidores de equipamentos de informática e insumos do ramo, que já fornecem para lojas de porte similar como sua principal gama de fornecedores, conforme Tabela 1 apresentada no item 2.8.

5.2 LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA

Na escolha do local ideal, apresentado nas figuras 4 e 5, foi necessário fazer uma avaliação através de quesitos que estão relacionados a atender as necessidades da empresa. Na avaliação foram considerados os seguintes quesitos:

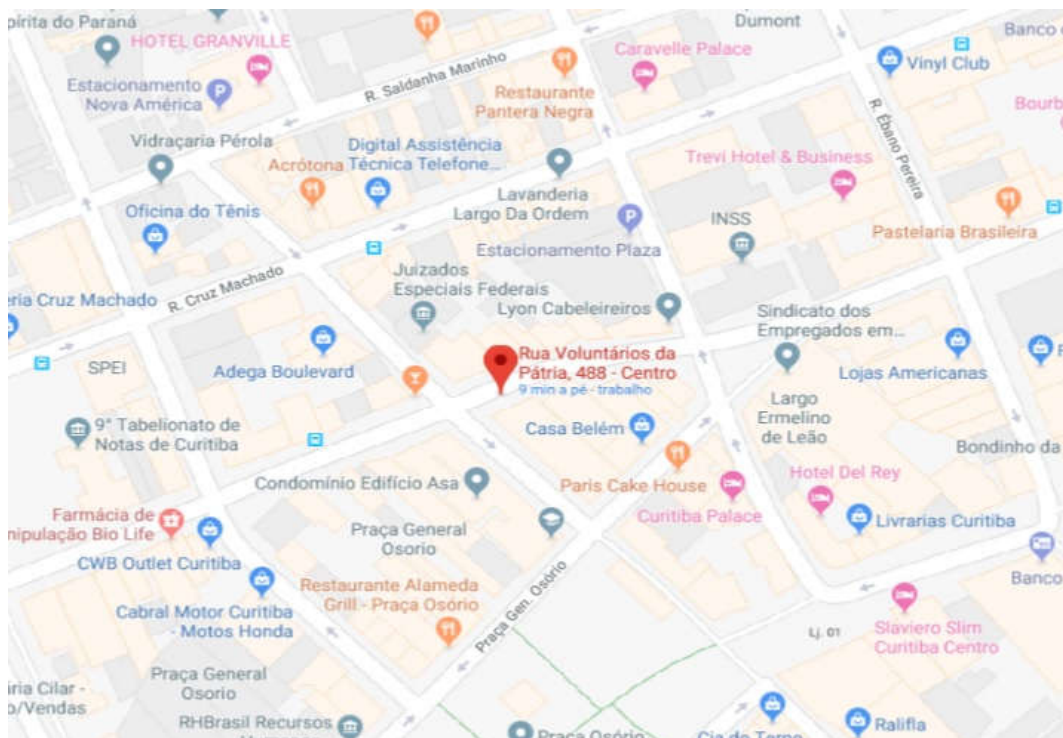
- **Facilidade de acesso:** é fundamental para que os colaboradores não tenham dificuldades para deslocarem-se para a empresa, evitando assim atrasos e também para que os clientes não tenham problemas em localizar a empresa;
- **Localização dos fornecedores:** o centro de Curitiba foi escolhido para sede da empresa para facilitar a relação com os fornecedores, que é de suma importância.
- **Área construída:** A empresa necessita de um imóvel com espaço o suficiente para atendimentos aos clientes, estoque dos produtos e sala para assistência.
- **Valor do aluguel:** A análise deste item levou em conta o valor do aluguel em função do custo benefício que poderia proporcionar, portanto é um ponto onde deve ser analisado com atenção, pois é um tema relevante.

FIGURA 4 - MAPA DE MACROLOCALIDADE – ENDEREÇO DA EMPRESA



FONTE: GOOGLE MAPS

FIGURA 5 - MAPA DE MICROLOCALIDADE – ENDEREÇO DA EMPRESA



FONTE: GOOGLE MAPS

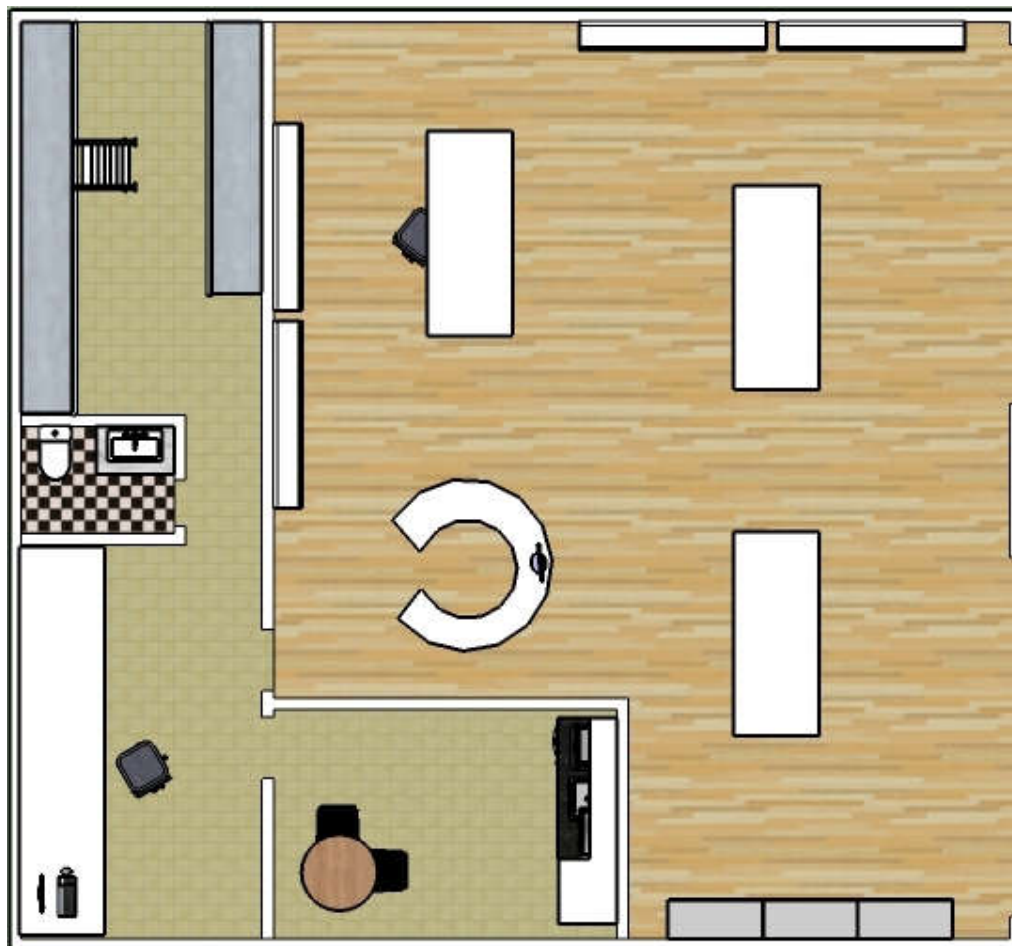
5.3 DEFINIÇÃO DAS INSTALAÇÕES

Segundo Oliveira (Oliveira, 2004)

O arranjo físico adequado proporciona para a empresa maior economia e produtividade, com base na boa distribuição dos instrumentos de trabalho e por meio da utilização otimizada dos equipamentos de trabalho e do fator humano alocado no sistema.

Desta forma prioriza-se um *layout* enxuto, simples e econômico, porém que demonstre ao cliente um ambiente funcional e acolhedor. Pode-se observar o *layout* na Figura 6.

FIGURA 6 - LAYOUT



A sala comercial escolhida será locada ao custo mensal de 1450 reais.

A apresentação dos custos mensais com a localização e a projeção para os próximos 5 anos, constam nas tabelas 8 e 9 a seguir.

TABELA 8 – CUSTOS COM A LOCALIZAÇÃO MENSAL EM R\$ 2019

MÊS	ALUGUEL	IPTU	ÁGUA	LUZ	TELEFONE	INTERNET	TOTAL
Janeiro	1.450,00	-	160,00	450,00	320,00	80,00	2.460,00
Fevereiro	1.450,00	180,00	160,00	450,00	320,00	80,00	2.640,00
Março	1.450,00	180,00	160,00	450,00	320,00	80,00	2.640,00
Abril	1.450,00	180,00	160,00	450,00	320,00	80,00	2.640,00
Mai	1.450,00	180,00	160,00	450,00	320,00	80,00	2.640,00
Junho	1.450,00	180,00	160,00	450,00	320,00	80,00	2.640,00
Julho	1.450,00	180,00	160,00	450,00	320,00	80,00	2.640,00
Agosto	1.450,00	180,00	160,00	450,00	320,00	80,00	2.640,00
Setembro	1.450,00	180,00	160,00	450,00	320,00	80,00	2.640,00
Outubro	1.450,00	180,00	160,00	450,00	320,00	80,00	2.640,00
Novembro	1.450,00	180,00	160,00	450,00	320,00	80,00	2.640,00
Dezembro	1.450,00	-	160,00	450,00	320,00	80,00	2.460,00
CUSTO ANUAL	17.400,00	1.800,00	1.920,00	5.400,00	3.840,00	960,00	31.320,00

TABELA 9 – CUSTOS DE LOCALIZAÇÃO ANUAL – PRÓXIMOS 5 ANO

ANO	R\$
2019	31.320,00
2020	31.320,00
2021	31.320,00
2022	31.320,00
2023	31.320,00

Para início das operações, material de escritório e mobiliário deverá ser adquirido, conforme Tabela 10 e Tabela 11. Parte do mobiliário, tais como mesas já encontram-se como parte do aluguel da Sala comercial. Os itens selecionados visam uma estrutura enxuta, porém eficiente, conforme layout apresentado previamente.

TABELA 10 – INVESTIMENTOS COM MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

ITEM	USO	FORNECEDOR	QTD	PREÇO	
				UNITÁRIO	TOTAL
Computador Compaq Presario CQ14 com Intel® Core™ i3-6100T, 4GB, 500GB, Gravador de DVD, HDMI e Windows 10	Gerência, recepção e assistência	Casas Bahia	3	1.539,00	4.617,00
Multifuncional HP Laser Color CM1415FN	Empresa	Kalunga	1	1.499,00	1.499,00
Aparelho telefônico Preto Gigaset	Empresa	Kalunga	3	39,90	119,70
Cadeira plástica Dolfín	Copa	Kalunga	2	21,90	43,80
Cadeira presidente Gomada Korino Assentex	Gerência	Kalunga	2	290,00	580,00
Cadeira Korino Assentex	Recepção e assistência	Kalunga	2	180,00	360,00
Cafeteira Gran Café Timer	Copa	Gimba Informática, papelaria e escritório	1	84,90	84,90
Micro-ondas Single 80L Consul	Copa	Gimba Informática, papelaria e escritório	1	259,00	259,00
Frigobar Compacto 80L Consul	Copa	Gimba Informática, papelaria e escritório	1	699,00	699,00
Bebedouro Refrigerador Polar Prata SV3000	Copa	Gimba Informática, papelaria e escritório	1	159,00	159,00
				TOTAL	8.421,40

TABELA 11 – INVESTIMENTOS COM MÓVEIS

ITEM	FORNECEDOR	QTDE	PREÇO	
			UNITÁRIO	TOTAL
ARMARIOS	JOTAS MARCENARIA	8	549,90	4.399,20

5.2.3 DESCRIÇÃO DOS INSUMOS

As Tabelas 12, 13, 14 e 15 apresentam a lista de insumos estimados para o funcionamento da Loja Estudo 1 durante um ano de operação e a Tabela 16 o valor final representado.

TABELA 12 – MATERIAIS DE ESCRITÓRIO

ITEM	USO	FORNECEDOR	QTD	PREÇO	
				UNITÁRIO	TOTAL
Caneta Esferográfica Cristal Azul	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	10	0,49	4,90
Caneta Esferográfica Cristal Preta	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	10	0,49	4,90
Pincel Marca Texto AMARELO – PILOT	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	3	1,68	5,04
Apontador retangular CIS370 SERTIC	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	3	0,80	2,40
Papel lembrete 7x10cm - SAN REMO (1000 Folhas)	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	3	2,60	7,80
Borracha MARIPEL	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	3	0,60	1,80
Lápis preto n.2 redondo INJEX PEN	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	10	0,18	1,80
Caderno capa dura preto 1/4. ATUAL (100 folhas)	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	3	7,90	23,70
Cola bastão 10 gramas PRITT HENKEL	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	3	2,97	8,91
Corretivo líquido 18 ml a base de água BIC	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	3	1,91	5,73
Régua plástica de 20 CM WALEU	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	3	0,27	0,81
Tesoura uso geral GOLLER	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	3	2,86	8,58
Grampeador de mesa de 25 folhas GOLLER	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	3	7,70	23,10
Grampo 26/6 Galvanizado GRAMPLINE	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	3	2,44	7,32
Clips BACCHI (100 unidades)	Geral	Gimba Informática, papelaria e escritório	5	1,06	5,30

Elástico latex n.18 caixa com 25 gramas	Geral	Gimba Informática, papeleria e escritório	2	1,17	2,34
Extrator de grampos espátula – CAVIA –	Geral	Gimba Informática, papeleria e escritório	3	0,66	1,98
Perfurador ADECK de metal 02 furos p/ 20 folhas	Geral	Gimba Informática, papeleria e escritório	2	6,83	13,66
Fita adesiva 45mmx50m transparente 1unid 5803 Scotch 3M	Geral	Gimba Informática, papeleria e escritório	2	3,06	6,12
Porta Lápis/Clips	Geral	Gimba Informática, papeleria e escritório	3	6,64	19,92
Pasta L A4 Incolor 1034 ACP	Geral	Gimba Informática, papeleria e escritório	10	0,57	5,70
Pasta polionda5, 5 cm azul POLIBRAS	Geral	Gimba Informática, papeleria e escritório	3	2,41	7,23
Cesto p/lixo 7L Dello Giftbege Dello BT	Geral	Gimba Informática, papeleria e escritório	3	16,90	50,70
				TOTAL	219,74

TABELA 13 – MATERIAIS DE LIMPEZA

ITEM	USO	FORNECEDOR	QTDE	PREÇO	
				UNITÁRIO	TOTAL
Papel higiênico 8 unidades Neve	Geral	Condor Supermercado	3	11,99	35,97
Sabonete Líquido Pérola	Geral	Condor Supermercado	2	6,90	13,80
Limpador Pato 5x1 Banheiro	Geral	Condor Supermercado	1	8,49	8,49
Desinfetante Pato Purific	Geral	Condor Supermercado	1	3,99	3,99
Água Sanitária Girando Sol	Geral	Condor Supermercado	1	1,39	1,39
Álcool em Gel Condor	Geral	Condor Supermercado	2	4,49	8,98
Detergente Líquido Ypê	Geral	Condor Supermercado	2	1,03	2,06
Lustra Móveis Clean Max	Geral	Condor Supermercado	1	2,58	2,58
Limpador Veja Limpeza Pesada	Geral	Condor Supermercado	2	5,35	10,70
Vassoura noviça Madeira	Geral	Condor Supermercado	1	3,99	3,99
Rodo Madeira	Geral	Condor Supermercado	1	3,50	3,50
Saco de lixo preto 20 litros 100 Unidades	Geral	Condor Supermercado	1	8,82	8,82
Pano de saco Alvejado (64x44 cm)	Geral	Condor Supermercado	5	2,22	11,10
Pá de lixo galvanizada. SÃO BERNARDO	Geral	Condor Supermercado	1	3,04	3,04
Esponja Scotch Brite Pct c/3un	Geral	Condor Supermercado	1	3,91	3,91
Balde Plástico 8 litros	Geral	Condor Supermercado	1	2,00	2,00
				TOTAL	124,32

TABELA 14 – MATERIAIS DE COPA E COZINHA

ITEM	USO	FORNECEDOR	QTDE	PREÇO	
				UNITÁRIO	TOTAL
Açúcar União 1 kg	Copa	Condor Supermercado	3	2,59	7,77
Café Melitta 500 g	Copa	Condor Supermercado	3	6,78	20,34
Filtro Melitta c/ 60 Unidades	Copa	Condor Supermercado	2	3,18	6,36
Adoçante Zero Cal	Copa	Condor Supermercado	2	2,09	4,18
Chá Mate Natural ex	Copa	Condor Supermercado	2	3,05	6,10
Papel toalha	Copa	Condor Supermercado	5	2,69	10,76
Copo Plástico 100 Unidades	Copa	Condor Supermercado	2	3,90	7,80
				TOTAL	63,31

TABELA 15 – CUSTOS MENSAIS COM ISUMOS – 2019

Mês	Descrição dos insumos				Total Mensal
	Escritório	Limpeza	Copa e Cozinha	Uniformes	
Jan	219,74	124,32	63,31	480,00	887,37
Fev	219,74	124,32	63,31	-	407,37
Mar	219,74	124,32	63,31	-	407,37
Abr	219,74	124,32	63,31	-	407,37
Mai	219,74	124,32	63,31	-	407,37
Jun	219,74	124,32	63,31	-	407,37
Jul	219,74	124,32	63,31	-	407,37
Ago	219,74	124,32	63,31	-	407,37
Set	219,74	124,32	63,31	-	407,37
Out	219,74	124,32	63,31	-	407,37
Nov	219,74	124,32	63,31	-	407,37
Dez	219,74	124,32	63,31	-	407,37
Total Anual					5.368,44

TABELA 16 – CUSTOS ANUAIS COM INSUMOS – 5 ANOS

Anos	Custos Totais
2019	5.368,44
2020	5.368,44
2021	5.368,44
2022	5.368,44
2023	5.368,44

5.4. SISTEMA DE ARMAZENAGEM E ESTOCAGEM

O objetivo básico da armazenagem é estocar mercadorias de mais eficiente possível. O uso correto do espaço de para armazenamento é também chamado de “administração de espaço”, sendo este um recurso básico, cuja manutenção representa um investimento considerável.

A armazenagem é definida ainda simplesmente como o ato de manter os materiais até que sejam solicitados.

Na Loja Estudo 1, os insumos são os materiais de escritório, de cozinha, de limpeza e produtos de informática, estes serão armazenados no depósito dentro da empresa.

5.5 RECURSOS HUMANOS E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Segundo Gil (Gil, 1994)

“A administração de Recursos Humanos é o ramo especializado da Ciência da Administração que envolve todas as ações que têm como objetivo a integração do trabalhador no contexto da organização e o aumento de sua produtividade. É, pois, a área que trata de recrutamento, seleção, treinamento, desenvolvimento, manutenção, controle e avaliação de pessoal.”

Para Gil (gil,1994), as organizações são concebidas como sistemas de papéis, onde cada indivíduo que ocupa uma posição na organização é solicitado a desempenhar um conjunto de atividades e a manter determinados comportamentos.

Com base nas descrições acima a empresa Loja Estudo 1 entende que os colaboradores, bem como a descrição de cargos de cada um, são fundamentais para o início e bom desempenho das atividades. Para atender a demanda inicial, a empresa contará com os seguintes profissionais:

- 01 Gerente Geral – Presidente;
- 01 Gerente Administrativo/Financeiro;
- 01 Vendedor/Técnico;
- 01 Vendedor/Caixa

5.5.1. DESCRIÇÃO DE CARGOS E FUNÇÕES

Na ótica de Chiavenato (Chiavenato, 1995) “A descrição de cargos é um processo que consiste em enumerar as tarefas ou atribuições que compõem um cargo e que o torna distinto de todos os outros cargos existentes na organização”

- Gerente Geral – Presidente.

Descrição do cargo: dirige e gerencia a empresa estabelecendo diretrizes. Administra os demais setores da empresa e os reestrutura/reorganiza, de acordo com as necessidades. Responde legalmente pela empresa.

Atribuições:

- Responder por todas as obrigações da empresa,
- Fechamento de negociações com parceiros;
- Autorizar aquisições em geral;
- Responsável pela gestão de pessoas;

Formação:

- Superior completo em Administração de Empresas, Economia ou Engenharia.
- Desejável pós-graduação, mestrado ou doutorado.

- 3 anos de experiência.

- Gerente Administrativo/Financeiro.

Descrição do cargo: Exerce a gerência dos serviços administrativos e financeiros, planejam, dirigem e controlam os recursos e as atividades da organização, com o objetivo de minimizar o impacto financeiro da materialização dos riscos.

Atribuições:

- Admissão de funcionários;
- Elaboração de planilhas de controle das finanças;
- Administração de contas a pagar;
- Controle de estoque;

Formação:

- Superior completo em Administração de Empresas ou Economia.
- Desejável curso profissionalizante.
- 3 anos de experiência.

- Vendedor/Técnico

Descrição do cargo: Exerce a função de vendedor dos produtos da empresa, assim como a parte de assistência técnica, conseqüentemente atendimento aos clientes.

Atribuições:

- Atendimento ao público;
- Contato com fornecedores;
- Assistência técnica/manutenção de equipamentos de informática;
- Controle de estoque;

Formação:

- Superior completo em Ciência da Computação.
- Desejável curso profissionalizante.

- 1 anos de experiência.

- Vendedor/Caixa

Descrição do cargo: Exerce a função de vendedor dos produtos da empresa, atendimento aos clientes e atende no caixa.

Atribuições:

- Atendimento ao público;
- Contato com fornecedores;
- Efetivação da venda;
- Controle de estoque;

Formação:

- Ensino médio completo.
- Desejável curso profissionalizante ou graduação.
- 3 meses de experiência.

5.5.2. ASPECTOS LEGAIS

Os colaboradores da Loja Estudo 1 serão contratados pelo regime da CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), com anotações em carteira de trabalho da função e remuneração. A jornada de trabalho segue descrita na tabela.

QUADRO 5 - JORNADA DE TRABALHO - ADMINISTRATIVO – 2019

Cargo	Carga Horária		
	Segunda à sexta	Sábado	Total
Gerente Geral – Presidente	09:00 às 12:00	08:00 às 12:00	44
	13:00 às 18:00		
Gerente Administrativo / Financeiro e Comercial	09:00 às 12:00	08:00 às 12:00	44
	13:00 às 18:00		
Vendedor/Técnico	09:00 às 12:00	08:00 às 12:00	44
	13:00 às 18:00		
Vendedor/Caixa	09:00 às 12:00	08:00 às 12:00	44
	13:00 às 18:00		

Cabe à Loja Estudo 1 realizar o pagamento da remuneração fornecendo aos funcionários, comprovantes de pagamento de salários, discriminando seus valores de direito, descontos e depósito correspondente ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS.

Todos os colaboradores serão filiados ao Sindicato dos Trabalhadores em Transportes Rodoviários do Estado do Paraná – SITRO, que estabelece em sua CCT – Convenção Coletiva de Trabalho, o piso mínimo de salário a ser adotado pelas empresas.

5.5.3 REMUNERAÇÃO

Segundo Chiavenato (Chiavenato, 2000)

Salário é a retribuição em dinheiro ou equivalente paga pelo empregador ao empregado em função do cargo que este exerce e dos serviços que presta durante determinado período de tempo. A remuneração constitui tudo quanto o empregado auferir direta ou indiretamente como consequência do trabalho que ele desenvolve em uma organização. Assim, a remuneração é gênero e o salário, espécie.

A Loja Estudo 1 fornecerá aos colaboradores vale transporte equivalente R\$ 4,25 (quatro reais e vinte e cinco centavos), ou de acordo com o valor estipulado pela Prefeitura Municipal de Curitiba. Considerando-se uma média de 24 dias trabalhados/mês e a utilização de 02 vales transporte por dia, obtendo um total de R\$ 204,00 (duzentos e quatro reais).

A empresa também fornecerá tíquetes refeição, que serão entregues mediante recibo, quando do pagamento do salário mensal. O valor total dos tíquetes é de R\$ 312,00 (trezentos e doze reais), conforme determina a Convenção Coletiva de Trabalho.

Por fim pode-se encontrar na tabela 17 a remuneração total prevista para 2019.

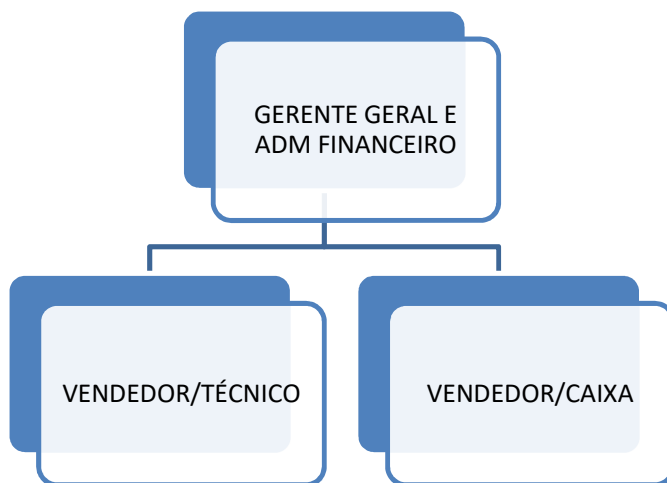
TABELA 17 – REMUNERAÇÃO TOTAL – 2019

Cargo	Salário	Benefícios	Pró-Labore	Remuneração Total
Gerente Geral – Presidente	-	-	2.800,00	2.800,00
Gerente Administrativo / Financeiro e Comercial	-	-	2.800,00	2.800,00
Vendedor/Técnico	1.500,00	516,00		2.016,00
Vendedor/Caixa	1.200,00	516,00	-	1.716,00
TOTAL				9.332,00

5.5.4 ORGANOGRAMA

Para Oliveira (2004, pg. 118) organograma é a representação gráfica de determinados aspectos da estrutura organizacional. Este é fundamental para que se possa compreender a ordem hierárquica e organizacional da empresa, Assim pode-se obter através da Figura 7 o organograma da Loja Estudo 1.

FIGURA 7 – ORGANOGRAMA LOJA ESTUDO 1



5.5.5. CUSTOS COM RECURSOS HUMANOS.

São direitos do trabalhador contratado em regime CLT conforme Quadro 6. Desta forma pode-se obter o custo mensal com recursos humanos através da Tabela 18 e o custo anual através da Tabela 19.

QUADRO 6 – ENCARGOS SOBRE SALÁRIOS

Encargos	Em %
13º salário	8,33
Férias	11,11
FGTS	8,00
FGTS/Provisão de Multa - rescisão	4,00
Previdenciário s/ 13º e férias	2,33
Total	33,77

FONTE: Guia Trabalhista

Nota: O quadro acima é uma ilustração e mostra o padrão dos encargos sobre salários.

TABELA 18 – CUSTOS MENSAIS COM RECURSOS HUMANOS – 2019

Custos	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Salários	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00
Encargos sobre salários	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79
Pró Labore	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00
Vale transporte	408,00	408,00	408,00	408,00	408,00	408,00	408,00	408,00	408,00	408,00	408,00	408,00
Vale refeição	624,00	624,00	624,00	624,00	624,00	624,00	624,00	624,00	624,00	624,00	624,00	624,00
Total	10.243,79	10.243,79	10.243,79	10.243,79	10.243,79	10.243,79	10.243,79	10.243,79	10.243,79	10.243,79	10.243,79	10.243,79

TABELA 19 – CUSTOS COM RECURSOS HUMANOS – PRÓXIMOS 5 ANOS

ANOS	TOTAIS
2019	122.925,48
2020	122.925,48
2021	122.925,48
2022	122.925,48
2023	122.925,48

6. Plano Financeiro

O plano financeiro para a Loja Estudo 1 inicia-se através de seu cronograma de implementação conforme visualizado no quadro 7 e das despesas pré operacionais conforme demonstrado no Quadro 8.

QUADRO 7 – CRONOGRAMA DE IMPLEMENTAÇÃO LOJA ESTUDO 1

Atividades 2018/2019							
	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Jan
Idealização do Projeto	■						
Aspectos Legais		■	■				
Desenvolvimento do Layout			■				
Compra de Móveis				■			
Instalações Internas				■			
Instalações Externas				■			
Contratação do quadro de funcionários				■			
Recrutamentos					■	■	
Compras de mercadoria					■	■	
Divulgação da Empresa				■	■	■	
Inauguração e início da empresa							■

QUADRO 8 – DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS

Descrição	R\$
Abertura da empresa	1.626,10
Localização	4.710,00
Água	480,00
Luz	1.350,00
Telefone	960,00
Internet	240,00
Contabilidade	1.500,00
Pró-Labore	5.600,00
Exames Admissionais	144,00
Salários	2.700,00
Móveis e equipamentos	12.820,60
Materiais de limpeza	124,32
Materiais de escritório	219,74
Materiais de copa e cozinha	63,31
Uniformes	480,00
Marketing	2.060,00
TOTAL	35.078,07

6.1. FONTES DE FINANCIAMENTO DO PROJETO

O capital a ser investido na empresa LOJA ESTUDO 1 pelos sócios será no montante de R\$ 140.000,00 (cento e quarenta mil reais), em moeda local conforme Quadro 9. Será dividido em duas partes iguais no valor de 70.000,00, onde cada sócio terá a mesma quantidade de quotas. Segue quadro especificando a distribuição do capital adquirido.

QUADRO 9 – CAPITAL PRÓPRIO

SÓCIOS	QUOTAS	CAPITAL
Renata Lima	70.000	70.000
Henrique A. Hoffmann de Oliveira	70.000	70.000

6.2. ESTIMATIVA DE FATURAMENTO

Para estimativa de faturamento foram utilizados dados fornecidos e *benchmarking* pela loja JLL informática, empresa atuante na região a dez anos, com capital social similar ao da Loja Estudo 1. Considerando-se a flutuação possível no faturamento, adotam-se políticas otimistas e pessimistas para entender-se todo o contexto e desta forma obtemos as tabelas 20 e 21.

Ainda segundo o estudo de 57 a 66% do valor apresentado provem da realização de serviços de manutenção e de 43 a 34% provem da venda de produtos, cuja margem média é de 30%

TABELA 20 - ESTIMATIVA DE FATURAMENTO – 2019

MÊS	FAVORÁVEL	OTIMISTA (+10%)	PESSIMISTA (-10%)
Jan	11.922,58	18.360,78	15.022,45
Fev	13.114,84	20.196,85	16.524,69
Mar	14.307,09	22.032,92	18.026,93
Abr	15.499,36	23.869,01	19.529,19
Mai	16.691,61	25.705,08	21.031,43
Jun	17.883,87	27.541,15	22.533,67
Jul	19.076,13	29.377,25	24.035,93
Ago	20.268,39	31.213,32	25.538,17
Set	21.460,64	33.049,39	27.040,41
Out	22.652,91	34.885,48	28.542,67
Nov	23.845,16	36.721,55	30.044,91
Dez	25.037,42	38.557,62	31.547,15
Total	221.760,00	341.510,40	279.417,60

TABELA 21 – ESTIMATIVA DE FATURAMENTO – PRÓXIMOS 5 ANOS

ANOS	FAVORÁVEL	OTIMISTA (+10%)	PESSIMISTA (-10%)
2019	221.760,00	243.936,00	199.584,00
2020	232.848,00	256.132,80	209.563,20
2021	244.490,40	268.939,44	220.041,36
2022	256.714,92	282.386,41	231.043,43
2023	269.550,67	296.505,73	242.595,60
2024	283.028,20	311.331,02	254.725,38
2025	297.179,61	326.897,57	267.461,65
2026	312.038,59	343.242,45	280.834,73
2027	327.640,52	360.404,57	294.876,47
2028	344.022,55	378.424,80	309.620,29

6.3. DEMONSTRATIVO DE FLUXO DE CAIXA

Na ótica de Angelo (2000, pg.24),

o fluxo de caixa é uma ferramenta que deve ser usada para o planejamento financeiro, cuja importância vai além dos lançamentos e acontecimentos futuros, serve também para orientação na tomada de decisões da empresa.

Um dos principais objetivos do fluxo de caixa é apurar o saldo disponível para que haja sempre capital de giro na empresa, para aplicação ou eventuais gastos. Para isso, é necessário que sejam registrados todos os recebimentos e todos os pagamentos previstos para um determinado período.

Deta forma temos o fluxo de caixa apresentado nas tabelas 22 e 23.

TABELA 22 – FLUXO DE CAIXA FAVORÁVEL – 2019

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Capital Próprio	140.000,00											
Despesas pré-operacionais	35.078,07											
Total	104.921,93											
Saldo inicial de caixa	104.921,93	97.974,25	92.614,13	88.071,55	84.346,52	81.439,03	79.349,10	78.076,71	77.621,88	77.984,59	79.164,85	81.162,65
ENTRADAS												
Faturamento	11.922,58	13.114,84	14.307,09	15.499,36	16.691,61	17.883,87	19.076,13	20.268,39	21.460,64	22.652,91	23.845,16	25.037,42
Total de entradas	11.922,58	13.114,84	14.307,09	15.499,36	16.691,61	17.883,87	19.076,13	20.268,39	21.460,64	22.652,91	23.845,16	25.037,42
SAÍDAS												
Produtos para venda	3.406,45	3.747,10	4.087,74	4.428,39	4.769,03	5.109,68	5.450,32	5.790,97	6.131,61	6.472,26	6.812,90	7.153,55
Pró-labore	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00	5.600,00
Folha de pagamento	3.732,00	3.732,00	3.732,00	3.732,00	3.732,00	3.732,00	3.732,00	3.732,00	3.732,00	3.732,00	3.732,00	3.732,00
Localização	2.460,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00	2.460,00
Contabilidade	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Manutenção	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marketing	1.000,00	530	530	530	530	530	530	530	530	530	530	530
Despesas bancárias	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Compra de materiais	887,37	407,37	407,37	407,37	407,37	407,37	407,37	407,37	407,37	407,37	407,37	407,37
Impostos	340,65	374,71	408,77	442,84	476,9	510,97	545,03	579,1	613,16	647,23	681,29	715,35
Encargos sobre salários	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79	911,79
Total de saídas	18.870,26	18.474,97	18.849,67	19.224,39	19.599,09	19.973,81	20.348,51	20.723,23	21.097,93	21.472,65	21.847,35	22.042,06
Fluxo de caixa líquido	-6.947,68	-5.360,13	-4.542,58	-3.725,03	-2.907,48	-2.089,94	-1.272,38	-454,84	362,71	1.180,26	1.997,81	2.995,36
Saldo final de caixa	97.974,25	92.614,12	88.071,55	84.346,52	81.439,04	79.349,09	78.076,72	77.621,87	77.984,59	79.164,85	81.162,66	84.158,01

TABELA 23 – FLUXO DE CAIXA FAVORÁVEL – PRÓXIMOS 10 ANOS

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Saldo inicial de caixa	104.921,93	84.158,01	70.997,29	65.819,93	69.025,10	81.031,92	102.665,55	134.407,33	176.762,67	230.262,24
ENTRADAS										
Faturamento	221.760,00	232.848,00	244.490,40	256.714,92	269.550,67	283.028,20	297.179,61	312.038,59	327.640,52	344.022,55
Total de entradas	221.760,00	232.848,00	244.490,40	256.714,92	269.550,67	283.028,20	297.179,61	312.038,59	327.640,52	344.022,55
SAÍDAS										
Produtos para venda	63.360,00	66.528,00	69.854,40	73.347,12	77.014,48	80.865,20	84.908,46	89.153,88	93.611,58	98.292,16
Pró-labore	67.200,00	67.200,00	67.200,00	67.200,00	67.200,00	67.200,00	67.200,00	67.200,00	67.200,00	67.200,00
Folha de pagamento	44.784,00	44.784,00	44.784,00	44.784,00	44.784,00	44.784,00	44.784,00	44.784,00	44.784,00	44.784,00
Localização	31.320,00	31.320,00	31.320,00	31.320,00	31.320,00	31.320,00	31.320,00	31.320,00	31.320,00	31.320,00
Contabilidade	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Manutenção	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Marketing	6.830,00	6.830,00	6.830,00	6.830,00	6.830,00	6.830,00	6.830,00	6.830,00	6.830,00	6.830,00
Despesas bancárias	384	384	384	384	384	384,00	384,00	384,00	384,00	384,00
Compra de materiais	5.368,44	5.368,44	5.368,44	5.368,44	5.368,44	5.368,44	5.368,44	5.368,44	5.368,44	5.368,44
Impostos	6.336,00	6.652,80	6.985,44	7.334,71	7.701,45	7.701,45	7.701,45	7.701,45	7.701,45	7.701,45
Encargos sobre salários	10.941,48	10.941,48	10.941,48	10.941,48	10.941,48	10.941,48	10.941,48	10.941,48	10.941,48	10.941,48
Total de saídas	242.523,92	246.008,72	249.667,76	253.509,75	257.543,85	261.394,57	265.437,83	269.683,25	274.140,95	278.821,53
Fluxo de caixa líquido	-20.763,92	-13.160,72	-5.177,36	3.205,17	12.006,82	21.633,63	31.741,78	42.355,34	53.499,57	65.201,02
Saldo final de caixa	84.158,01	70.997,29	65.819,93	69.025,10	81.031,92	102.665,55	134.407,33	176.762,67	230.262,24	295.463,26

6.4. ANÁLISE ECONÔMICA E FINANCEIRA

Conforme o case apresentado para Loja Estudo 1 a sensibilidade do negócio é dada principalmente pela variação do faturamento. Como a quantidade de itens e serviços é demasiada verificar unidades vendidas não demonstraria a realidade do negócio.

Os custos fixos podem ser visualizados anteriormente e considerando que a estrutura da empresa já é enxuta ao máximo para manter a operação, casos estes mantenham-se neste nível, valor faturado é o foco da análise de retorno e viabilidade do negócio.

6.4.1. PAYBACK

Para Sanvicente (Sanvicente, 1987), o *payback* é considerado como talvez o método mais simples de avaliação, seu período é definido como sendo aquele número de anos ou meses, dependendo da escala utilizada, necessários para que o desembolso correspondente ao investimento inicial seja recuperado, ou ainda, igualado e superado pelas entradas líquidas acumuladas.

Na ótica de Martins (Martins, 1986)

O período de *payback* é considerado freqüentemente como um importante indicador do nível de risco (ou, ao contrário, de liquidez) de um projeto de investimento. Quanto maior for esse prazo, evidentemente, maior será o risco envolvido na decisão.

Para calcular o *payback* da Loja Estudo 1, foram utilizados os valores de investimento inicial e os valores da projeção do fluxo de caixa da empresa conforme pode ser observado nas tabelas a seguir. Conforme Quadros 10, 11 e 12 a seguir nota-se que o Payback é de dez anos para o cenário favorável, sete anos para cenário otimista, e de mais de dez anos para cenário pessimista.

QUADRO 10 - ANÁLISE DO PAYBACK: CENÁRIO FAVORÁVEL

ANÁLISE DO PAYBACK: CENÁRIO FAVORÁVEL			
Ano	Fluxo caixa anual (\$)	Saldo Período (\$)	Saldo Final (\$)
Investimento	-140.000,00		
2019	-140.000,00	-20.763,92	-160.763,92
2020	-160.763,92	-13.160,72	-173.924,64
2021	-173.924,64	-5.177,36	-179.102,00
2022	-179.102,00	3.205,17	-175.896,83
2023	-175.896,83	12.006,82	-163.890,01
2024	-163.890,01	21.633,63	-142.256,38
2025	-142.256,38	31.741,78	-110.514,60
2026	-110.514,60	42.355,34	-68.159,26
2027	-68.159,26	53.499,57	-14.659,69
2028	-14.659,69	65.201,02	50.541,33

QUADRO 11 – ANÁLISE DO PAYBACK: CENÁRIO PESSIMISTA

ANÁLISE DO PAYBACK: CENÁRIO PESSIMISTA			
Ano	Fluxo caixa anual (\$)	Saldo Período (\$)	Saldo Final (\$)
Investimento	-140.000,00		
2019	-140.000,00	-36.603,92	-176.603,92
2020	-176.603,92	-29.792,72	-206.396,64
2021	-206.396,64	-22.640,96	-229.037,60
2022	-229.037,60	-15.131,61	-244.169,21
2023	-244.169,21	-7.246,80	-251.416,01
2024	-251.416,01	1.417,33	-249.998,68
2025	-249.998,68	10.514,66	-239.484,01
2026	-239.484,01	20.066,87	-219.417,15
2027	-219.417,15	30.096,68	-189.320,47
2028	-189.320,47	40.627,98	-148.692,49

QUADRO 12 – ANÁLISE DO PAYBACK: CENÁRIO OTIMISTA

ANÁLISE DO PAYBACK: CENÁRIO Otimista			
Ano	Fluxo caixa anual (\$)	Saldo Período (\$)	Saldo Final (\$)
Investimento	-140.000,00		
2019	-140.000,00	-4.923,92	-144.923,92
2020	-144.923,92	3.471,28	-141.452,64
2021	-141.452,64	12.286,24	-129.166,40
2022	-129.166,40	21.541,95	-107.624,45
2023	-107.624,45	31.260,44	-76.364,01
2024	-76.364,01	41.849,93	-34.514,08
2025	-34.514,08	52.968,89	18.454,81
2026	18.454,81	64.643,81	83.098,62
2027	83.098,62	76.902,47	160.001,09
2028	160.001,09	89.774,06	249.775,15

6.4.2. VPL e TYR

O item anterior nos mostra a taxa com a qual temos o retorno do investimento dentre os cenários aos quais a Loja Estudo 1 é sensível. Porém os dados são dados ao valor atual e devido a desvalorização do dinheiro faz-se a necessidade de corrigir o valor de retorno apresentado em cada cenário através da Taxa de mínima atratividade a fim de entender qual o real valor representado ao longo dos cinco anos estudados.

Desta forma ao obter-se o Valor Liquido presente, pode-se obter o real valor de retorno do investimento. Pode-se obter a fórmula do Valor Liquido presente conforme equação a seguir.

$$VPL = \sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1+i)^t}$$

Onde:

VPL é o Valor líquido presente

FC é o fluxo de caixa no período

t é o período

i é o custo de capital

n é o número de períodos

Desta forma para a taxa de mínima atratividade 6,5% conforme a Selic em dezembro de 2018 (SEU DINHEIRO, Acesso em 16 de dezembro de 2018) temos o VPL conforme Quadro. Considerando apenas os casos onde o VPL é maior que o investimento inicial temos o TIR de também apresentado no Quadro 13, onde TIR é a Taxa Interna de Retorno, dada para qual o VPL seria nulo.

QUADRO 13 – VPL E TIR

VPL	VALOR ACUMULADO	TIR
Pessimista	-193.518,62	
Favorável	-38.210,92	3,203%
Otimista	60.930,09	12,56%

Por fim nota-se que o mercado é muito sensível a variações de demanda, uma variação de 10% no faturamento médio ao longo dos anos, pode vir a representar uma completa falha do mesmo

7. CONCLUSÃO

O projeto da empresa LOJA ESTUDO 1, buscou verificar a viabilidade econômica financeira no mercado de comércio de produtos de informática e assistência técnica.

Foram analisados cenários pessimistas, atuais e otimistas em virtude da avaliação. Buscou-se a utilização de preços atuais, tanto para produtos a serem vendidos, quanto para insumos necessários ao dia a dia da Loja Estudo 1.

Conforme é possível visualizar no decorrer do Item 6, o retorno do investimento é de mais de cinco anos, mesmo contando com um cenário otimista e traz alto risco para cenário pessimista, gerando endividamento cada vez maior ou até falência do negócio, caso os sócios não se comprometam a injetar mais dinheiro no negócio com o decorrer do tempo.

Considerando uma taxa de retorno de 6,5% como a mínima taxa de atratividade, para um negócio que é fortemente influenciado por uma variação de 10% na demanda, temos um negócio apresenta risco elevado com uma margem insuficiente.

Por estes motivos optou-se pela não implantação do negócio considerando sua inviabilidade.

8. REFERÊNCIAS

BETHLEM, Agrícola de Souza. *Estratégia empresarial: conceitos, processo e administração estratégica*. – São Paulo: Atlas, 1999.

CERTO, Samuel C. *Administração Estratégica: Planejamento e implantação da estratégia*. São Paulo: Makron Books, 1993.

CHIAVENATO, Idalberto. *Administração: Teoria, processo e prática*. São Paulo: Makron Books, 2000, 3ª ed.

CAMPOS, Eduardo. SEU DINHEIRO. Acesso em 16 de dezembro de 2018. Disponível em: <https://www.seudinheiro.com/copom-mantem-selic-em-65-e-deixa-de-falar-em-eventual-alta-de-juros/>

CNAE, *Código de Atividades*. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br>. Acessado em 25/08/2018
<http://artigosdepsicologia.wordpress.com/2007/09/29/nasci-para-contestar/>

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 3. Ed. – São Paulo: Atlas, 1994

INPI, *Registro de Marcas e Patentes*. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br>. Acessado em 09/09/2018

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia científica*. 3.ed. – São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. *Sistemas, Organização e Métodos: uma abordagem gerencial*. 14. Ed. – São Paulo: Atlas, 2004.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. *Planejamento estratégico: conceitos metodologia e práticas*. 14.ed. – São Paulo: Atlas, 1999

OLIVEIRA, João Augusto de. Entrevista concedida em virtude deste trabalho. Curitiba, JJI informática 10 de setembro de 2018.


PORTER, Michael E. *Vantagem Competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior*. Rio de Janeiro: Campos, 1989.

TAVARES; Mauro Calixta. *Gestão Estratégica*. São Paulo: Atlas, 2000.

THOMSON, Peter J. *Value Proposition Canvas Template*. 2013. Acesso em 29 nov. 2018
Disponível em: <http://www.peterjthomson.com/2013/11/value-proposition-canvas/>.

9. ANEXOS

PESQUISA DE MARCA – INPI



INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Consulta à Base de Marcas - Resultado da Pesquisa

[Pesquisa Base Patentes | Pesquisa Base Desenhos | Ajuda?]

» Consultar por: No. Processo | Marca | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão


RESULTADO DA PESQUISA (02/09/2018 às 15:53:12)
Marca: Loja Estudo 1

.. Nenhum resultado foi encontrado para a sua pesquisa. Para efetuar outra pesquisa, pressione o botão de VOLTAR.

AVISO: Depois de fazer uma busca no banco de dados do INPI, ainda que os resultados possam parecer satisfatórios, não se deve concluir que a marca poderá ser registrada. O INPI no momento do exame do pedido de registro realizará nova busca que será submetida ao exame técnico que decidirá a respeito da registrabilidade do sinal.

Dados atualizados até 02/09/2018 - Nº da Revista: 2097

voltar



Concluído

