

TCC : Top Móveis

Professor: Vladimir Leite

Alunos:

Clara Braga Gomes

Dayane Marinho da Costa

Julia Pinheiro Teixeira

Juliana Siqueira Gadioli

Pedro Barcellos

Thays Marinho Quadros

Niterói, RJ

2021

➤ **Sumário**

Produtos e Serviços

Somos uma empresa varejista no ramo de móveis. Possuímos produtos de alta qualidade, material diferenciado, design muito moderno, buscando sempre inovações a um preço acessível. Temos serviços de entrega e montagem, rápido e fácil, que é um dos nossos pontos que nos diferencia e nos fortalece no mercado diante dos demais concorrentes.

Análise de Mercado

Analisando o mercado de trabalho, pesquisamos a urgência do mercado para seu produto e serviço, o tamanho do mercado ao qual está inserido, quantas lojas há na região, os tipos de fornecedores para esse produto e serviço, exclusividade nas ofertas, a empresa resolveu não cobrar pela taxa de entrega e nem pelo montador, isso já chama bastante atenção dos clientes, potencial de venda de produtos, qual o tipo de investimento que a empresa precisa ter para gerar vendas, analisamos todos os custos, riscos e lucros que iremos ter ao decorrer dos anos, para que com isso a empresa venha crescer cada vez mais.

Estratégia do Negócio

Nossa empresa tem como estratégia de negócio, estimular a equipe, para que se tenha uma boa evolução dentro da empresa, oferecemos descontos e promoções para todos nossos clientes, facilidade para pagamento, usamos todos os tipos de divulgação para nossa loja crescer cada vez mais, vendemos os móveis de alta qualidade no mercado e sempre estamos buscando a fidelização dos clientes.

Planejamento Operacional

Fazemos um novo planejamento operacional a cada ano. Buscamos detectar pontos falhos em nossa estrutura, descobrimos o que está nos fazendo errar neste ponto, buscamos a solução para o problema e mudamos para obter um melhor planejamento operacional, e com o melhor planejamento e administração dos nossos processos, oferecer produtos e serviços ainda melhores.

Planejamento Financeiro

Nosso planejamento financeiro é da seguinte forma: 50% do capital de terceiros e 50% capital próprio totalizando R\$ 290.000,00 de investimento inicial, dividido para seis sócios de forma igual, ou seja, cada sócio possui 1/6 da empresa.

Pode-se notar que a Top Móveis é um investimento viável, pois nos 3 cenários (pessimista, provável e otimista) o seu VPL é positivo, a sua TIR supera o Custo de capital médio de 13,18% e o seu *Payback* Simples (retorno do investimento) varia entre 3,74 anos e 1,41 anos, dependendo do cenário e o seu *Payback* Descontado (retorno do investimento levando em consideração a WACC) varia entre 4,64 anos e 1,71 anos, mostrando assim que o retorno do investimento não superará o período de 5 anos, que é um período médio de retorno do mercado.



A Top Móveis é uma varejista no ramo de móveis que qualifica suas lojas com a entrega e montagem rápidas e gratuitas, que está no mercado buscando realizar sonhos de seus consumidores.

➤ **Produto e Serviços**

A Top Móveis por ser uma loja de venda de móveis possui concorrentes que vão desde grandes redes até às lojas mais locais, segue os concorrentes mais diretas:

Competição Móveis - o qual seu foco exclusivo são móveis;

Casas Bahia - o qual abrange desde móveis, até eletrodomésticos, eletrônicos, entre outras mercadorias;

Novolare Móveis e Eletro - o qual se assemelha as mercadorias das Casas Bahia;

Giro - que vai desde utilidades para casa até móveis;

Entre outros competidores mais locais como - Lugar Móveis, Zaqueu Móveis, Sant Móveis, Sonho de Móveis, Toninho Móveis, entre outros, os quais possuem o seu foco na venda exclusiva de móveis.

Apesar de ser um mercado com bastantes concorrentes, nossos produtos em relação aos concorrentes são similares em quesito de “olho nu”, mas com um olho mais técnico, você verá que nossas mercadorias possuem algumas diferenças como: espessura da madeira, o material da madeira (MDF OU MDP), as corrediças (metálicas ou telescópicas), pintura, puxadores, tecido, entre outros.

Sobre o nosso serviço nenhum concorrente faz igual ou similar, pois oferecemos o serviço de entrega e montagem em 48 horas e de forma gratuita. Em contra partida, todos os concorrentes cobram taxas por entrega e montagem além de demorar 12 dias em média para terminar de entregar e montar.

Por ser uma loja de móveis ela não possui uma tecnologia usada e seus produtos não são originais visto que se trata de uma empresa revendedora e não uma fabricante. Porém, os produtos vão mudando durante o ano, sempre se atualizando com novas cores e modelos. Desta forma, possuímos uma rotatividade de lançamentos no decorrer do ano, sempre buscando agregar novas opções de produtos para nossos clientes. Além disso, por ser uma revendedora, podemos mesclar vários produtos de diferentes fabricantes, fazendo com que possamos atender a todas as classes sociais.

Podemos notar a divulgação de uma prestação de serviço gratuita e a gama de produtos oferecidos, através dos encartes, carros de som, rede sociais e em uma estação de rádio local (Segue um encarte do Dias das Mães, como exemplo).



Aquela que sonha,
que luta, que faz
e que acontece.

Top
MÓVEIS



PAINEL BAR
PALLADIUM **RS 43,90**



HOME L **RS 116,90**



PAINEL HADES **RS 27,90**



ROUPEIRO 8PTS
DIPLOMATA **RS 133,90**
C/ESP, C/PES



ROUPEIRO 10PTS
PARMA **RS 95,90**
C/ESP, C/PES



ROUPEIRO
ILHEUS **RS 129,90**
C/ESP, C/PES



SOFÁ 3X2LUG GENEBRA
CANTO C/CHAISE **RS 74,90**



SOFANET **RS 39,90**



SOFÁ 3X1LUG FRANCA CANTO
3201 **RS 224,90**

Pode comparar, na TOP é sempre mais fácil comprar!

ENTREGA E MONTAGEM GRÁTIS!
Consulte o regulamento.*

BALCÃO MARIANA R\$ 19,99

PANELEIRO JADE R\$ 24,99

KIT COZINHA JASPE R\$ 31,99

KIT COZINHA GRANADA R\$ 62,99

BELICHE LETÍCIA R\$ 52,99

MINI CAMA ANGEL R\$ 24,99

ROUPEIRO 4PTS MADRI 852440 R\$ 58,99

MULTIUSO ASTECA R\$ 24,99

COLCHÃO ORTOBOM EXCLUSIVE ORTOPÉDICO 17 R\$ 99,99

COLCHÃO ORTOBOM CONJUGADO VAZ C/ AUXÍ CORINO R\$ 79,99

CÔMODA LISBOA C/ESPELHO R\$ 49,99

CRIADO DA VINCI C/O2GAV 2018 R\$ 12,99

COLCHÃO CONFORTEX D20 R\$ 21,99

Aquele que sonha, que luta, que faz e que acontece.

Top
MÓVEIS

PROMOÇÕES VÁLIDAS PARA AS LOJAS:

BAQUAREMA - BACAXÁ: R. PROFESSOR FRANCISCO FONSECA, Nº 264 - TEL: (21) 2653-3040
 BAQUAREMA - SAMPÃO CORREIA: ROD. AMARAL PEIXOTO, KM 54 - CENTRO - TEL: (21) 2654-7192
 ARAUJAMA - R. CONSELHEIRO NACEDO SOARES, Nº 354 - L4 191 E 192 - CENTRO - TEL: (21) 3969-4677
 ARAUJAMA - R. CONSELHEIRO MA



*Oferta válida até 31/03/2021 em enquanto durarem as mesmas condições. As promoções desta campanha são para pagamento em cartão de crédito parcelado em até 12 meses. Todas as imagens contidas são meramente ilustrativas, as medidas, especificações e características técnicas não foram detalhadas, são meramente ilustrativas. Não esquecer de verificar a validade das ofertas, verificar o prazo máximo para pagamento em dinheiro. Os produtos de marcenaria são vendidos sob encomenda, sendo entregue dentro do prazo acordado no ato da compra. Consulte o responsável para efetuar seu financiamento através de sua conta de luz em uma de nossas lojas. Excluído erro de impressão, sem preservação e direito de arrependimento. Poderá haver indisponibilidade de alguns produtos em uma ou mais lojas, portanto, consulte o responsável no ato da compra. Não esquecer de consultar em sua cidade, cidade e horário.



Com o objetivo de atender a diversos públicos, nossa fonte de inspiração são as casas dos brasileiros, por isso temos com um produto 15 modelos diferentes. Como por exemplo: colchão, existe colchão ortopédico, de molas ensacadas, molas verticoil, molas nanoelastic e o de espuma. Fora isso as medidas que existem sete padrões de medidas.

Desta forma, se adapta a qualquer tipo de casa brasileira.

A Top Móveis por ser uma empresa revendedora, ela sempre estará atualizada conforme o mercado for se modificando, visto que ela tem uma alta rotatividade de produtos vindo de seus fornecedores, agregando sempre uma novidade em sua gama de produtos. Produtos esses, exclusivos para mobiliar a casa de um cidadão brasileiro, com isso, com a evolução das casas e em espaços cada vez menores acredito que iremos ter mais produtos com boa qualidade de menor tamanho.

Nossos serviços, no entanto, não serão alterados com o passar dos anos, sempre teremos a entrega e montagem grátis e rápida.

O ciclo de vida de nossa empresa se dividirá da seguinte forma:

1. Introdução

É o estágio que vamos nos lançar no mercado, onde iremos investir mais no marketing para as potenciais clientes saberem da existência da nossa marca. Nosso principal ponto de marketing será nas redes sociais onde se concentra boa parte do público que queremos atingir, mas sem esquecer-se do público menos tecnológico (usando carro de som, estação de rádio e encartes físicos). Nesse estágio, como estamos nos lançando agora no mercado não podemos esperar por uma faixa de lucro expressiva, primeiramente, devemos recuperar os custos de desenvolvimento e lançamento.

- Tempo estimado do ciclo é de 3 a 4 meses

2. Crescimento

Teremos êxito no mercado do nosso público alvo devido ao nosso ótimo atendimento, facilidade e diversidade de compra e rapidez na entrega e montagem. Um ponto que contribuiu para o nosso crescimento foi o marketing boca a boca onde os clientes fizeram indicação para os amigos que chegaram até nossa loja.

Por se tratar de uma cidade pequena esse tipo de marketing se torna muito importante e decisivo para o nosso crescimento. Neta fase, devemos nos preocupar com a concorrência e devemos investir mais em marketing e em uma prestação de serviço de qualidade, sempre com o propósito de fidelizar os clientes.

- Tempo estimado do ciclo é de 3 a 4 meses.

3. Desenvolvimento

A abertura da loja em uma região com grande potencial de consumidores, mas um pouco afastada da cidade, onde não exista lojas grandes, como por exemplo: Casas Bahia, NovoLare, Giro e para isso os clientes, teriam que ir para cidade grande, fazer compras de móveis, tendo que esperar dias para entrega e mais tempo ainda para o montador. Sempre existiram as lojas regionais, mas não com qualidade no serviço e nem no produto, vimos uma oportunidade boa e de crescimento, pois é um ramo bom de varejo e decidimos entrar, compramos direto da fábrica e não pelos representantes como a concorrência decide fazer. Trabalhamos com produtos de ótima qualidade, preço justo e trazemos muita comodidade para os clientes, devido às entregas serem no prazo máximo de 48h, junto com o montador, assim o cliente não espera muito tempo, após sua compra e fica satisfeito em relação ao custo benefício.

- Tempo estimado do ciclo é de 5 a 6 meses

4. Maturidade

Já neste estágio, como já foi atingido grande parte do público alvo as vendas tendem a diminuir. Essa é a hora de inovar seja com nossos produtos, opções de pagamentos ou atingir novos segmentos do mercado. O que não podemos, é deixar o nosso mercado saturar e nos jogar para fora, sempre buscando atender a necessidade em que o cliente se encontra. Seja por uma forma de pagamento mais facilitada ou por opções de produtos

mais baratos, mas sempre com qualidade ou até mesmo, com um atendimento de excelência, o qual trate o cliente como a prioridade.

- Tempo estimado do ciclo 1 a 2 anos

5. Declínio

Nesse estágio devemos minimizar nossas despesas com marketing e focar em nossas estratégias. Algumas saídas que nós temos é mudar o nosso público-alvo, reduzir ainda mais o preço dos nossos produtos em datas promocionais, introduzir produtos inteiramente novos e adequados as necessidades dos clientes e contar com nossos fies clientes.

- Tempo estimado do ciclo é de 2 a 3 anos

➤ Análise de mercado

Por ser uma loja com uma grande variedade tanto de produtos, preços e formas de pagamento, nosso público consumidor abrange as Classes B, C, D e E. Além de atender a diversas classes, não possuímos um nicho específico de mercado, pois nossos produtos não atingem só a um público alvo. Visamos todos os públicos, pessoas que estão ali somente para comprar o produto porque precisam, pessoas que querem novidades, consumidores que querem diferencial e aqueles que querem produtos ótimos, não só no design, mas como no material e acabamento. E por se tratar de uma loja que possui produtos de valores bem variados e diversas formas de pagamento, acaba ampliando sua área de atuação.

E esses consumidores são moradores locais e de cidades adjacentes, por se tratar de uma empresa localizada na Região dos Lagos (Saquarema).

Segundo pesquisa de mercado, existe uma insatisfação de clientes em relação à demora do tempo da entrega e montagem de móveis, a empresa tem como missão realizar os sonhos dos seus consumidores finais, entregando e montando móveis em tempo recorde, proporcionando assim, na maioria das vezes, a recompra.

A estratégia geral da empresa busca inovar no ramo do varejo moveleiro na região dos lagos, com produtos de qualidade, preços competitivos além dos serviços de entrega e montagem ser completamente de graça e em 48 horas. Esse será a grande jogada da Top Móveis, em quantos os grandes concorrentes, fazendo com os seus clientes fiquem satisfeitos com um preço mais justo que nos grandes magazines. O setor de montagem irá contar com montadores muito bem treinados com muita experiência evitando dar assistência técnica para o cliente e insatisfação. Nosso foco total na qualidade do atendimento e do produto e na velocidade do produto chegar à casa do cliente acabado, ou seja, montado e pronto para seu devido uso.

Os consumidores, normalmente, buscam preço e qualidade. Desta maneira como nossa loja fica em um local onde temos todos os tipos de classes sociais, adaptamos nossos produtos para todo tipo de público. Desta forma, oferecemos mercadorias com preços mais populares a mercadorias com um custo mais elevado, além de variar a forma de pagamento, sendo assim facilitando com que o cliente adquira produtos da forma que seja a melhor para ele.

Agregando além de um preço justo a um produto de qualidade, a prestação de um serviço de forma gratuita, que seria a entrega e a montagem da mercadoria adquirida.

Por se tratar de uma loja de móveis, quem toma a decisão de compra, normalmente, é o próprio consumidor, o qual irá usar a mercadoria.

Mesmo com a desaceleração de vários setores da economia, o resultado mostra que o consumidor não tem deixado de investir no conforto de casa, visto que agora ele se encontra mais dentro de suas residências. Apesar do momento atual em que vivemos, o ramo de móveis é um ramo com forte potencial de crescimento e público, considerando ainda que a Região dos Lagos, em especial a cidade de Saquarema tem forte potencial para esse comércio.

O mercado desse ramo é nacional obtendo um faturamento no país nos primeiros 5 meses de 2020 de R\$ 2,51 bilhões, porém nós só venderemos para as regiões de Saquarema, Araruama, Maricá e Iguaba. Na cidade de Saquarema, especialmente, movimenta em torno de 3,5 milhões por mês.

A Top Móveis em questão possui determinadas movimentações mensais:

Custo	Vendas	Quantidade vendida	Ticket médio
R\$ 129.875,32	R\$ 266.244,41	400 unidades	R\$ 665,61

E seu público consumidor é dividido em:

Cientes	400
Saquarema	250
Araruama	100
Iguaba	20
Maricá	30

A Comunicação de marketing, um ponto extremamente importante, o contato direto com o cliente através da interação pessoal e aprofundamento de relacionamento, torna o processo de compra e venda mais eficaz, além de trazer dados importantes para o sistema de informação de marketing da empresa.

A Top Móveis se localiza em Saquerema, onde tem forte potencial para o comércio varejista. Deste modo, a empresa Top Móveis vai ser um diferencial pela qualidade do produto e a rapidez nos serviços, visto que ainda não existe uma organização atuante no ramo de varejo nesse formato. Assim, vemos um futuro promissor para a Top Móveis ao penetrar nesse mercado que só cresce no país, através de um conjunto de profissionais qualificados e empenhados em prestar atendimento e serviços de excelência. Nossos objetivos estão pautados nos preços imbatíveis, qualidade no produto e rapidez no serviço, quais sejam: Ter um produto de qualidade com preços mais atraentes que seus concorrentes; atendimento diferenciado com muita ética e respeito ao cliente; rapidez nos serviços de entrega e montagem, satisfazendo o cliente o mais rápido possível, além de ser completamente grátis.

Utilizando a ferramenta SWOT, podemos observar as suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

- **Forças:** qualidade dos móveis, entrega e montagem rápida e grátis; Facilidade no pagamento com formas de pagamento como: cartão 12x sem juros, carne 36x, além do pagamento à vista.

- **Fraquezas:** Marca jovem ainda em desenvolvimento; Concorrentes com produtos inferiores com preços agressivos; Índice de aprovação no carnê baixa; Grandes magazines, Casas Bahia, magazine Luiza e etc.
- **Oportunidades:** Alta demanda de móveis domésticos no atual momento; Serviço com excelência; Assistência no pós venda ao cliente.
- **Ameaças:** Clientes fiéis a grandes magazines; Sites de empresas concorrentes com preços agressivos (competitivos, mais baratos).

Com o propósito de mitigar as fraquezas e diminuir as ameaças foi criado um plano de ação. Segue o plano:

<i>What</i>	<i>Why</i>	<i>Where</i>	<i>When</i>	<i>Who</i>
Criar um website para vendas online	Aumentar vendas, visualizações e oportunidades comerciais	Online	De 01/04/21 a 15/04/21	Thays Marinho
Flertar com a mídia local	Repostagens criam mais credibilidade que propaganda	Redes sociais, website e estação de rádio local	A cada mês	Clara Braga
Trazer cliente de volta	Recuperar clientes é mais fácil e barato do que conquistar novos	E-mail e redes sociais	Quando o cliente estiver "sumido" da loja	Julia Pinheiro

<i>How</i>	<i>How much</i>
------------	-----------------

Contratar agência especializada	R\$2.000 à R\$2.500
Contratando profissional de relações publicas	R\$1.300 á R\$1.800
E-mails personalizados	R\$1.000 à R\$1.2000

E segundo as 5 forças de Porter:

- **Ameaça de produtos substitutos:** Como em todo mercado de produtos e serviços sempre há ameaças de produtos substitutos. Tanto por lojas novas, que oferecem os produtos com preços mais baixos com intuito de conquistar clientes, tanto em lojas que estão querendo chamar atenção do cliente, então oferecem um produto de qualidade mais baixa, porém também com o menor preço, entre outras diversas situações. Estamos sempre atentos para novos concorrentes, mas não temos medo da ameaça, pois sempre oferecemos o melhor atendimento, serviço, melhor custo x benefício , e sempre produtos com melhores matérias, para que o cliente sempre permaneça conosco, afastando para longe toda e qualquer ameaça. O nosso poder de barganha é alto, pois o nosso leque de fornecedores é alto, contudo a empresa sempre vai estar negociando para chegar com o melhor valor de compra nos fornecedores e além disso chegar com o melhor valor no mercado para atingir o nosso público alvo com excelencia.

- **Ameaça de entrada de novos concorrentes:** Para a empresa se precaver da entrada de novos concorrentes no mercado, vamos utilizar barreiras protetoras para dificultar a entrada desses novos negócios. Vamos puxar nossos preços para baixo e assim chamar os nossos já clientes para comprar em nossa loja, vendo assim que continuamos com a nossa qualidade e agilidade de sempre e para que o novo concorrente saiba do

mercado onde ele está entrando. Vamos também diferenciar nossos produtos com contratos de exclusividade com fornecedores para que os nossos clientes se fidelizem a nossa loja e saibam que não precisam procurar por outro fornecedor. Com os novos concorrentes entrando nesse ramo de mercado, teremos que observar os seus objetivos e descobrir qual é a facilidade da inserção de novas mercadorias no ramo de móveis. Teremos que fazer as seguintes perguntas, se relacionam ao investimento inicial, a burocracia do setor e a existência de incentivos fiscais ou governamentais a criação de novas empresas.

- **Poder de negociação dos clientes:** O poder de barganha do nosso cliente é

alta, em frente aos nossos concorrentes, a nossa clientela possui uma variedade de possibilidades de pagamento, com o objetivo de atender a todos os consumidores. As formas de pagamento oferecidas vão desde o à vista com 5% de desconto até uma variedade de financiamentos (carnê com até 36 vezes que apesar do juros o consumidor tem a possibilidade de pagar em 3 anos, cartão em até 12 vezes sem juros e financeira com entrada para 60 dias e parcelas de 36 vezes com juros menores). Além das formas de pagamentos oferecidas, cobrimos a valor de nossos concorrentes, desde que seja com o pagamento à vista e seja a mesma mercadoria.

- **Poder de negociação dos fornecedores:** O nosso poder de Negociação é alto.

Para entender melhor o segmento em que estamos inseridos e a viabilidade do mesmo, precisamos entender qual a intensidade do poder de barganha dos fornecedores e o quanto eles podem influenciar na nossa organização ou no mercado como um todo. Situações onde os fornecedores tem grande influencia no negócio, mesmo com tantos fornecedores por conta da diversidade de produtos que temos em nossa loja. Estamos sempre mantendo o nosso poder de negociação alto pois assim podemos sempre negociar com um número maior de empresas para com isso atender melhor o nosso público. Facilitando a negociação dos produtos, com preços baixos e prazos longos para pagamento. Hoje trabalhamos com mas de 10 fornecedores diferentes buscando o melhor preço para nosso cliente. E para atingir nosso público com produtos de qualidade quem faz as compras dos produtos para revenda da empresa e o próprio sócio o Pedro, conseguindo preço mais

competitivos e produtos com altas qualidades.

- **Rivalidade entre os concorrentes:** O número de nossos concorrentes vem

crescendo cada vez mais no mercado de trabalho e com isso o número de estratégias entre nossos concorrentes é alto. A rivalidade está aumentando, à medida que mais concorrentes aparecem, com maior tamanho e capacidade. Porém com a estratégia de contrato de exclusividade facilita para que não tenhamos concorrente em determinados produtos. Fazendo com que reduza os preços da mercadoria e acabar que não entramos em concorrência com outras lojas da região, assim damos descontos a mais, para fazer com que o consumidor, compre sempre com a nossa empresa. Estamos sempre analisando a rivalidade entre nossos concorrentes, que só assim nos permite aproveitar e analisar os aspectos que podem derrubar a concorrência ou reduzindo preços, oferecendo valor agregado aos nossos produtos ou aumentamos em estoque a quantidade desses produtos para atender melhor ao cliente e ser sempre o número 1 de vendas, Estamos trabalhando para que cada dia nosso cliente se sinta mais satisfeito com a empresa e a rivalidade entre os concorrentes não venha trazer nenhum tipo de impacto em nossas vendas.

➤ **Estratégia do negócio**

- **Estratégia de Implementação**

A Top Móveis deseja ter a imagem sempre de uma empresa séria, que cumpra com todo o prometido de materiais e qualidade dos produtos. Que atende o desejo do cliente em questão de preço, qualidade e design. Ter sempre o melhor atendimento e melhor prazo de entrega e montagem da região.

Nossos cases de sucesso (nossos clientes pioneiros) irão disseminar o nome da loja de forma positiva embasados em um ótimo atendimento, produtos de qualidade com preços imbatíveis disponíveis em estoque e para pronta-entrega, além de uma entrega e montagem em 48 horas e totalmente grátis. E por fim, possuindo uma loja física nova e com amplo espaço para exposição das mercadorias, além de um website com vendas *onlines* com o objetivo de atender ao atual momento em que vivemos.

Nossa estratégia é impulsionar nas redes sociais (Facebook e Instagram), encarte físico e *online*, estação de rádio, carro de som rodando pelos bairros e cidades que atendemos e em nosso *website* de vendas *onlines*.

Nós estamos situados na cidade de Saquarema, Bacaxá na rua principal dos comércios da cidade, com isso estamos bem próximos de cidades vizinhas como Araruama, Iguaba, Iguaba grande e Maricá.

- **Estratégia de Marketing**

Nossos produtos (como já mencionados acima) serão apresentados por meio de propagandas em plataformas digitais, como: Instagram e Facebook, e em nosso *website* de vendas *onlines*, além de encartes físicos, carro de som e estação de rádio local.

Nosso principal diferencial frente à concorrência não se trata essencialmente só dos produtos, mas sim do serviço rápido e gratuito de entrega e montagem oferecido, além disso, temos o preço e a qualidade dos nossos produtos. Temos produtos com preços variados para todo tipo de público sem perder a nossa qualidade. Temos móveis de MDF à madeira maciça, para cada tipo de gosto e orçamento. Contamos com os nossos fornecedores de confiança que cumprem com todas as normas e regulamentações técnicas para garantir um produto de máxima excelência.

Baseamo-nos na ferramenta de marketing os 4P's para determinar o produto, preço, praça e promoção da empresa. Segue a análise abaixo:

Produtos: devem ser revistos quanto ao seu design e embalagem para respeitar o que o cliente espera dele em termos de desempenho e realização de expectativa. O produto precisa ser funcional para encantar as pessoas, sendo, portanto um objeto de desejo.

Praça: a estrutura de distribuição, em termos de pontos de vendas e existentes, estoques disponíveis e a logística de entrega quase sempre devem ser revistas.

Preço: fazer frente aos concorrentes com produtos diversificados e uma prestação de serviço de qualidade e gratuita.

Promoção: o merchandising e a promoção de vendas devem ser sempre atraentes e sedutoras. Essa análise deve estar presente na empresa, assim conquistando e atraindo

cada vez mais clientes.

O valor das nossas mercadorias é criado por meio dos atributos e benefícios do produto ou serviço, que serão percebidos pelo cliente. Os clientes não compram um produto ou serviço por si. Os clientes compram é um conjunto de benefícios, dado pelo produto ou serviço, que satisfazem suas necessidades. Com isso criamos os benefícios de parcelamento e a entrega e montagem em até 48 horas.

Usaremos essa estratégia para atrair mais clientes das regiões ao redor e com isso, aumentar o nosso público e fidelizá-los.

Em relação aos preços, usaremos uma estratégia de marketing que utiliza técnicas para influenciar a percepção dos consumidores a respeito dos preços das mercadorias. Essas técnicas visam atingir o subconsciente das pessoas para que os preços e descontos pareçam mais vantajosos, e sem perceber o cliente acaba gastando mais. Além da estratégia de marketing verificaremos se o preço está dentro das expectativas dos consumidores e do mercado de trabalho, colocaremos promoções e descontos na loja e em nosso website que chamaram atenção dos clientes e sempre estaremos tentando cobrir os valores da concorrência e por fim, mostrar o preço dos produtos em parcelas, sem juros, faz com que as pessoas comparem (inconscientemente) o preço da parcela do seu produto com preços mais caros dos concorrentes. Além disso, como o valor da parcela é muito menor do que o preço total, os clientes acabam comprando, por ter essa facilidade de parcelamento em mais vezes.

A Top Móveis terá alianças e parcerias com a rádio local; Parceria com o pequeno comerciante local para distribuição da propaganda da empresa. Além de uma aliança com empresas que prestem serviços de entrega e montagem com o intuito de que nossa entrega rápida e diferenciada dos concorrentes não sofra nenhum empecilho. E por fim, uma parceria com nossos fornecedores de produtos, fazendo com que tenhamos produtos no tempo determinado e com determinada redução em seu valor por dá preferência a determinada empresa e assim oferecendo nossa fidelidade como comprador e pagador no tempo acordado.

Plano de Marketing

Nossa empresa de móveis possui como diferencial além da variedade de produtos oferecidos, a sua prestação de serviço (entrega e montagem) realizada em até 48 horas e

de forma gratuita. Desta maneira, o marketing, diferentemente de seus concorrentes, possuíra como elemento diferencial a prestação de serviço oferecida, assim fidelizando os seus clientes.

Os recursos utilizados serão os seguintes:

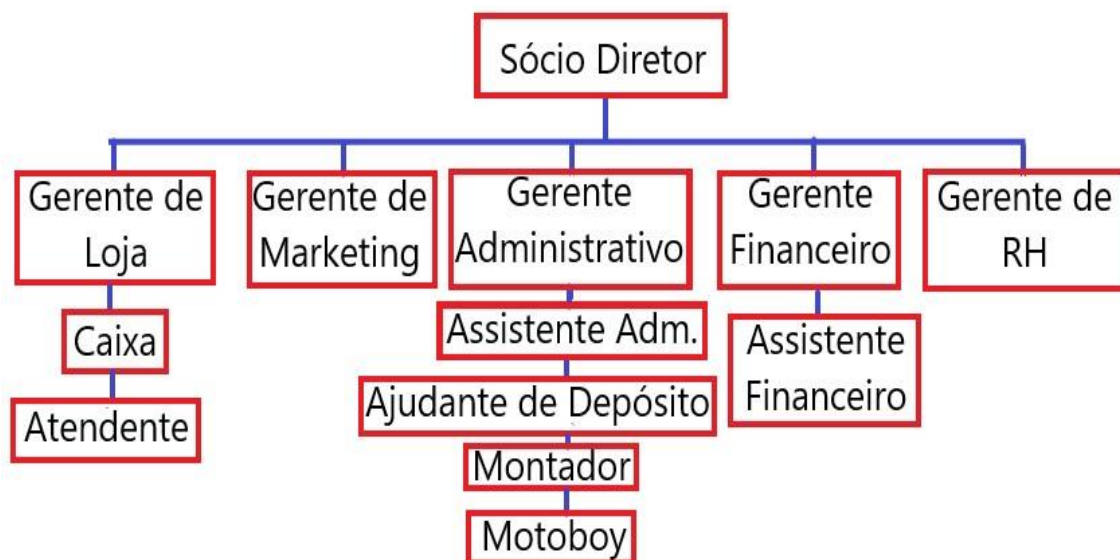
- Propaganda nas redes sociais e em seu website: Facebook e Instagram- divulgaremos os produtos e serviços disponibilizados e os encartes, além de possuir uma parte exclusiva para o feedback de seus clientes, fazendo com que possamos corrigir alguns equívocos cometidos caso necessário e um informativo sobre o um marketing social e ambiental (como: todos os seus funcionários são locais, assim gerando emprego para a sociedade a qual está inserida e informações ambientais, como: os seus produtos são embalados com papelão reutilizável, seus encartes são fabricados com papéis recicláveis) e o endereço da loja física. Essa forma de marketing digital será administrada exclusivamente pela Clara (profissional de relações públicas), o qual terá publicações diárias sobre promoções, novos produtos, datas comemorativas, e até a resposta dos questionamentos do feedback e seu informativo, terá um custo de R\$1.800,00 mensais para a manutenção da rede, elaboração dos folders digitais e acompanhamento do website.
- Além da forma online, optaremos por encartes (como o exemplo já anexado acima) disponibilizados na loja física e em comerciantes locais (parcerias), carros de sons circulando pelas redondezas e chamadas em uma estação de rádio local. Em encarte serão gastos R\$500 mensais com 5.000 encartes os quais serão disponibilizados 150 por dia com uma sobra (caso seja necessário) e serão reformulados a cada novos produtos ou datas comemorativas e promoções, os quais irão conter os produtos e serviços oferecidos; Já o carro de som estará rodando 3x por semana (em dois turnos diferentes) informando promoções, o endereço do estabelecimento e o serviço de entrega e montagem em 48 horas e gratuita, com um custo de 1.500 mensais que cobrirá o valor do motorista e de seu veículo próprio, e abrangerá as áreas principais de Saquarema e as cidades adjacentes (Araruama, Iguaba e Márica); E com o rádio teremos uma parceria com a estação Serramar FM (permuta), a qual terá 4 chamadas por dia em horários diversos (09:00; 13:00; 17:30; 21:00) da Top Móveis (a qual irá trazer informações tanto dos produtos em promoção, do serviço prestado, da localização da loja até as formas de pagamento aceitas.) e em contrapartida na nossa loja só será transmitido a estação Serramar FM e em nosso website terá o logo da rádio como parceira.

E além de todo o marketing direto, também contamos com o marketing indireto de seus próprios consumidores, com um atendimento de excelência, a diversidade de produtos e formas de pagamento e uma entrega e montagem gratuita e rápida. Nossos próprios clientes irão recomendar a Top Móveis como uma loja não apenas que vende produtos de qualidade, mas também uma loja que fornece facilidades e entende que o cidadão não quer esperar dias para poder usufruir da sua compra.

Desta maneira, temos opções de divulgação que atende tanto a faixa etária mais jovem (as redes sociais e o website) tanto a 3ª idade (os encartes nas lojas físicas, carro de som e estação de rádio).

➤ **Funcionamento Operacional**

Organograma

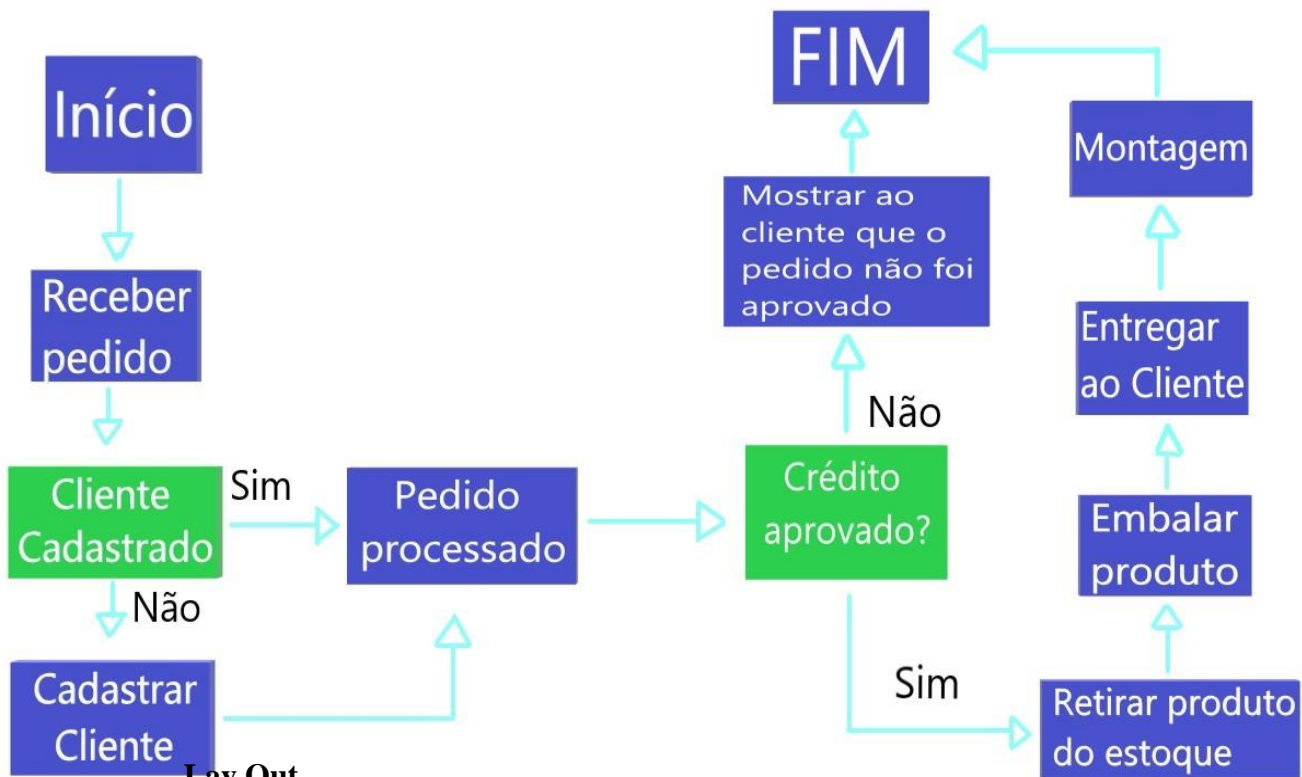


Descrição de equipe gerencial

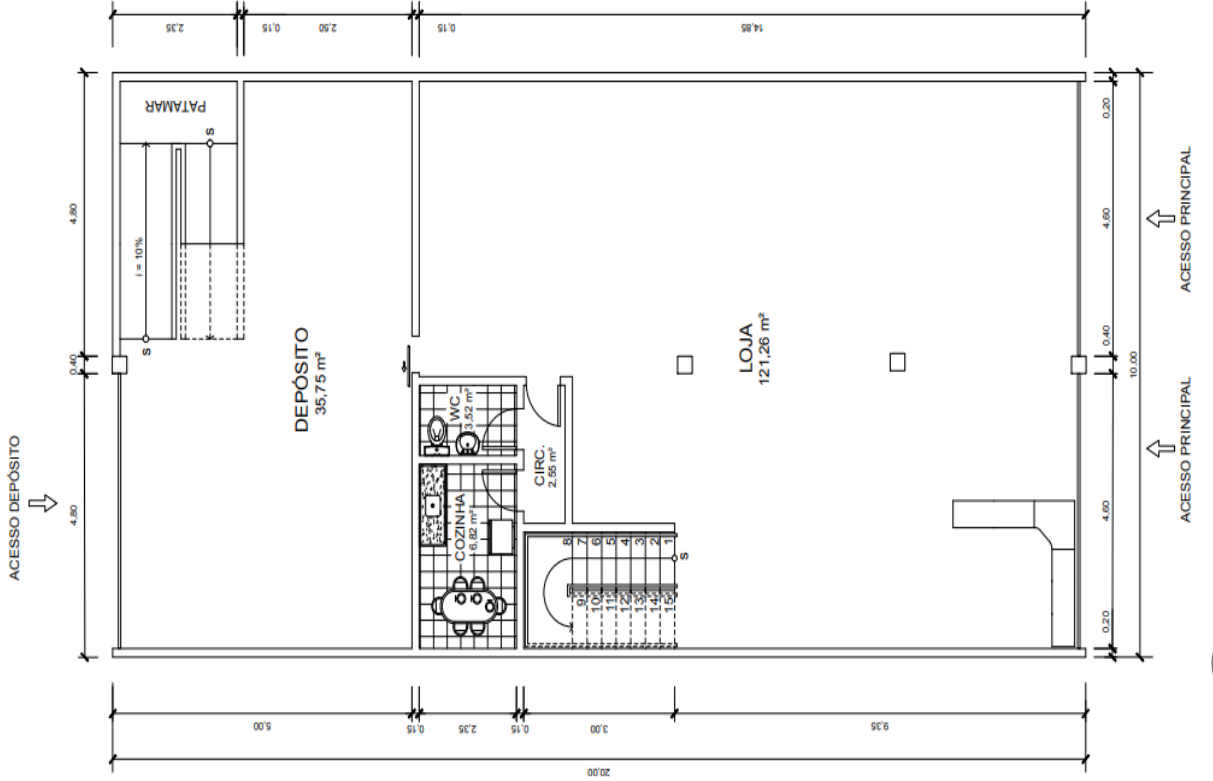
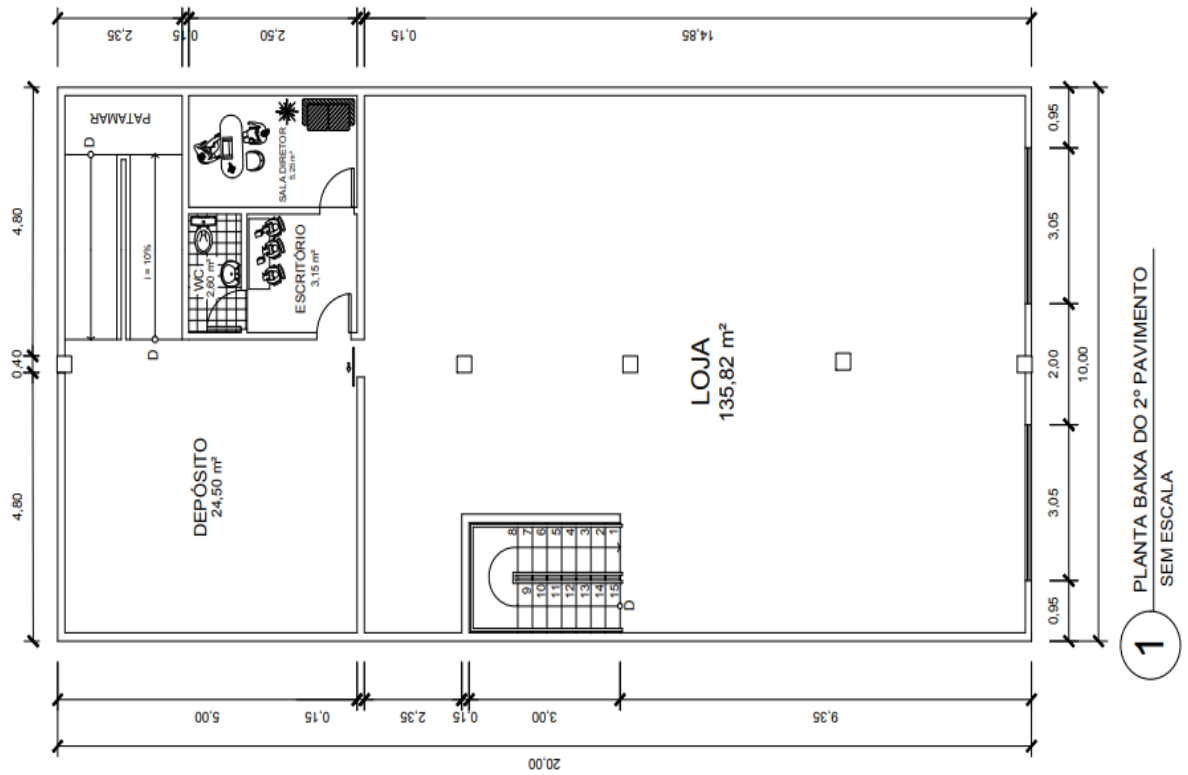
- Sócio-Diretor (Thays Marinho): Formado em Administração há 10 anos, MBA em gestão comercial - vendas, negociação e resultados de alta performance, técnico em abordagem de vendas. Trabalhou por 10 anos como supervisor chefe em uma empresa de grande porte no mesmo ramo.
- Gerente de Loja (Pedro Barcellos): Formado em Administração há 7 anos, pós-graduado em gestão de venda, técnico em negociação e vendas. Trabalha na empresa há 6 anos na empresa.

- Gerente de Marketing (Júlia Pinheiro): Formada em Marketing há 5 anos. Trabalhou como gerente de marketing e propaganda em uma empresa de grande porte, por 3 anos.
- Gerente Administrativo (Clara Braga): Formada em Administração há 6 anos, MBA em gestão comercial, técnico em montagem e instalações de móveis. Está na empresa há 5 anos, iniciou no cargo de assistente administrativo e foi promovida.
- Gerente Financeiro (Juliana Siqueira): Formado em Administração, pós-graduado em gestão financeira e controladoria. Trabalhou como assistente financeiro de uma empresa de grande porte por 5 anos.
- Gerente de RH (Dayane Marinho): Formada em Recursos Humanos há 6 anos, pós-graduada em gestão de pessoas. Atua na empresa desde que se formou.

Fluxograma



Capacidade Instalada



	Produto	Exposto na loja	Cores disponíveis	Disponibilidade em estoque
1	Roupeiros	30	3	30
2	Painel suspenso	20	3	30
3	Rack	10	3	30
4	Estante	4	3	30
5	Mesa pc	8	3	30
6	Mesas tubulares	6	2	20
7	Mesas de mdf	6	1	10
8	Sofas	20	3	30
9	Colchao	30	3	30
10	Base baú	1	3	30
11	Base	1	3	30
12	Cama	2	3	30
13	Cabeceira	5	3	30
14	Mesa de centro	10	3	30
15	Cozinha	4	3	30
16	Kit cozinha	8	3	30

Contamos com 3 equipes com 2 montadores cada para atender a demanda de montagens da loja. Cada equipe consegue montar de 2 a 6 moveis por dia dependendo da demora na montagem. Cada montagem é muito específica podendo demorar de 30 minutos a 3 horas (por exemplo, um sofá de encaixe demora 30 min, já um armário de 6 portas pode demorar até 3 horas). Como temos 3 equipes de montagem nossa rota é traçada para que o percurso entre uma montagem e outra seja rápido, levando em torno de 30/40 no máximo por deslocamento. Fazendo assim com que os montadores consigam atender ao máximo de clientes possíveis.

Indicadores de Desempenho

- Aumentar nossa equipe de montagem para passar de 350 moveis montados no mês para 450;
- Aumentar nosso volume de vendas de 400 moveis por mês para 450;
- Ter o menor número de reclamações nas redes sociais, fazendo com que a nossa classificação seja superior a 4,5;
- Criar uma página online de vendas para aumentar nosso volume de vendas;

- Chamar mais atenção nas propagandas do que as lojas da concorrência, trazendo mais clientes para a loja física aumentando nosso volume de vendas.

➤ Recursos Humanos

Cargos e Funções

• **Gerente de Loja:** Desenvolver estratégias de negócios para aumentar a quantidade de clientes, expandir o tráfego nas lojas e otimizar a rentabilidade Atingir os objetivos de venda treinando, motivando, orientando e dando feedback para o pessoal de vendas Garantir altos níveis de satisfação dos clientes por meio de serviço excelente Administrar totalmente a loja e garantir conformidade com políticas e procedimentos Manter a loja em excelente condição e os padrões de merchandising visual Fazer relatórios sobre tendências de vendas, necessidades do cliente, lucros, etc. Propor ideias inovadoras para aumentar a participação de mercado Fazer avaliações de desempenho dos funcionários para avaliar necessidades de treinamento e construir planos de carreira Lidar com todos os problemas que surjam com os funcionários ou clientes (reclamações, insatisfações, etc.)

• **Gerente de Marketing:** Criar informativos promocionais para impulsionar os negócios; Coordenar vários canais de estratégias de marketing; Gerenciamento de orçamento (budget) de campanhas de marketing; Testar novas oportunidades de mercado; Construir relacionamentos com os meios e canais de comunicação; Gerenciar e direcionar estratégias de mídias sociais; Avaliar o desempenho das campanhas de marketing; Solucionar problemas de campanhas de marketing que não apresentam bom desempenho; Monitorar e melhorar o SEO (Otimização de Busca); Auxiliar e planejar o SAC (Serviço de Atendimento ao cliente); Estudar e propor novas maneiras de promover produtos e serviços; Educar os funcionários (público interno) de outras áreas da empresa sobre as tendências de marketing do setor; Analisando o feedback do cliente em diversas plataformas; (Escutar o cliente é sem dúvida fundamental para o cargo). Analisar retornos de publicidade e reportar à alta administração;

• **Gerente Administrativo:** Selecionar e atribuir pessoal, assegurando oportunidades iguais de emprego na contratação e promoção; Coordenar atividades estabelecendo prioridades e dirigindo o trabalho de funcionários subordinados; Avaliar e verificar o

desempenho do funcionário através da revisão de trabalhos concluídos; Identificar as necessidades de desenvolvimento e treinamento do pessoal; Assegurar que sejam mantidas boas relações e condições de trabalho; Manter registros e preparar relatórios; Executar planos e políticas organizacionais; Desenvolver recomendações orçamentárias para despesas operacionais, serviços pessoais e equipamentos; Supervisionar atividades de planejamento gerencial, como análises, estudos de organização, fluxo de trabalho, simplificação de sistemas e procedimentos para contabilidade e finanças; Supervisionar a revisão de regras, regulamentos e procedimentos para atender às mudanças na lei e na política.

- **Gerente de Rh:** Desenvolver e implementar estratégias de RH e iniciativas alinhadas com a estratégia de negócios geral Conciliar as relações da gestão e funcionários resolvendo demandas, reclamações ou outros problemas Gerenciar o processo de recrutamento e seleção Apoiar necessidades de negócios futuras e atuais através do desenvolvimento, envolvimento, motivação e preservação do capital humano Desenvolver e monitorar estratégias gerais de RH, sistemas, táticas e procedimentos em toda a organização Estimular um ambiente de trabalho positivo Supervisionar e gerenciar um sistema de avaliação do desempenho que motive o alto desempenho Manter um plano de pagamento e programa de benefícios Avaliar as necessidades de treinamento para aplicar e monitorar programas de treinamento Reportar à administração e respaldar a decisão através das métricas de RH Assegurar a conformidade legal na gestão dos recursos humanos.

- **Gerente Financeiro:** Fornece relatórios financeiros e interpretar informações financeiras para os gerentes e ao mesmo tempo recomendar possíveis ações. Recomendar atividades de investimento e oferecer estratégias que a empresa pode seguir Manter a saúde financeira da empresa. Analisar custos, preços, contribuições variáveis, resultados de vendas e o desempenho atual da empresa comparados aos planos de negócios. Desenvolver tendências e projeções para as finanças da empresa. Fazer análises e avaliações para oportunidades de redução de custos. Supervisionar as operações do departamento financeiro, estabelecer objetivos e desenhar uma estrutura para que eles sejam alcançados. Gerenciar o preparo do orçamento da empresa. Entrar em contato com auditores para garantir que o monitoramento adequado das finanças da empresa seja mantido. Relacionar-se com vários outros departamentos, discutir os planos da empresa e entrar em acordo sobre os caminhos futuros a serem seguidos.

- **Assistente de Administração:** faz atendimento via telefone ou e-mail; presta serviços de controle financeiro do setor; organiza documentos em arquivos; preenche documentos, planilhas, formulários etc.; recebe fornecedores e encaminha produtos; organiza agendas e participa de reuniões, quando solicitado

- **Assistente Financeiro:** Atualizar planilhas financeiras com transações diárias Preparar balanços Acompanhar e reconciliar extratos bancários Criar relatórios de análises de custos (custos fixos e variáveis) Processar pagamentos de impostos Dar suporte à folha de pagamentos mensal e manter registros organizados Registrar contas a pagar e a receber Processar faturas e fazer acompanhamento com clientes, fornecedores e parceiros quando necessário Fornece suporte administrativo durante a preparação do orçamento Participar de auditorias trimestrais e anuais.

- **Atendente:** Mostrar aos clientes as localizações dos itens que eles estão procurando e sugerir itens complementares, quando for o caso Cumprimentar os clientes quando eles passarem pela porta e perguntar se eles precisam de assistência Preste atenção aos compradores no interior da loja e notificar a gerência sobre qualquer possível atividade de furto Reabastecer as prateleiras quando necessário para assegurar melhor disponibilidade de produtos Desembalar a carga no armazém e categorizá-la adequadamente Fazer encomendas especiais para clientes que não consigam encontrar o que precisam na loja Preparar e distribuir mercadorias de pedidos especiais.

- **Caixa:** Escanear os produtos e garantir que o preço está correto. Receber pagamentos em dinheiro ou cartão de crédito Emitir recibos, reembolsos, troco ou comprovantes Solucionar reclamações dos clientes, guiá-los e dar informações relevantes Cumprimentar os clientes ao entrarem ou saírem da loja Manter as áreas de caixas limpas e arrumadas Acompanhar as operações em balanços financeiros e relatar quaisquer discrepâncias Lidar com devoluções e trocas de mercadorias

- **Estoquista:** manter controle de estoque; manter sistema de gestão de estoque atualizado; conferir mercadorias; fazer etiquetagem e embalagem de produtos; separação de produtos; lançamento de notas; venda de balcão, dentre outras funções.

- **Montador:** Este profissional é responsável pela montagem em série ou em unidade de móveis de madeira. Deve programar etapas de montagem, selecionando máquinas, ferramentas e instrumentos para a realização de seu trabalho.

- **Motoboy:** Faz a entrega dos Carnes da Loja.

Planos de Cargos e Salários

- **Gerente de Loja –**
Gerente Júnior - R\$ 4.550,00
Gerente Pleno - R\$ 5.230,00
Gerente Sênior - R\$ 5. 920,00

- **Gerente de Marketing –**
Gerente Júnior - R\$ 4.110,00
Gerente Pleno - R\$ 4.950,00
Gerente Sênior - R\$ 5.590,00

- **Gerente Administrativo –**
Gerente Júnior - R\$ 5.180,00
Gerente Pleno - R\$ 6.109,00
Gerente Sênior - R\$ 7.070,46

- **Gerente Financeiro –**
Gerente Júnior - R\$ 5.080,00
Gerente Pleno - R\$ 6.309,00
Gerente Sênior - R\$ 7.470,46

- **Gerente de Rh –**
Gerente Júnior - R\$ 4.180,00
Gerente Pleno - R\$ 5.009,00
Gerente Sênior - R\$ 5.670,46

- **Atendente - R\$ 1.254,000**
- **Caixa - R\$ 1.800,00 Assistente**
- **Administrativo – R\$ 2.590,00**
- **Assistente Financeiro – R\$ 2.930,00**
- **Estoquista - R\$ 1.915,00**
- **Montador - R\$ 1.945,00**

➤ **Motoboy - R\$ 1.593,2**

Plano de Carreira

Critérios: Não possui mais de 3 faltas no ano, ser comprometido com o trabalho e bater a meta do ano.

Critérios a Gerência: Não possui mais de 3 faltas no ano, ser comprometido com o trabalho, bater a meta do ano e ter ao menos 4 anos em cada (Júnior / Pleno / Sênior).

Plano de Carreira: Atendente ---- Caixa ---- Assistente Financeiro ---- Assistente Administrativo - Caixa ---- Assistente Financeiro ---- Assistente Administrativo - Gerente de Loja --- Júnior --- Pleno --- Sênior - Gerente de Marketing --- Júnior --- Pleno --- Sênior - Gerente de RH ---- Júnior --- Pleno --- Sênior - Gerente Financeiro --- Júnior --- Pleno --- Sênior - Gerente Administrativo --- Júnior --- Pleno --- Sênior - Motoboy --- Estoquista --- Montador - Estoquista --- Montador.

➤ **Financeiro**

Investimento Inicial

O capital social da empresa será de R\$ 290.000,00 (duzentos e noventa mil reais), sendo 50% de capital próprio dividido entre 6 sócios e 50% de capital de terceiros, o qual incidirá um juros de 22,86% que será amortizado em 5 anos. Dividido em 290.000 (duzentos e noventa mil) cotas, de valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada uma, integralizadas em moeda corrente do País:

Sócios	Qualificação	Cotas	Valor
Pedro Barcellos	Sócio Administrador	48333,34	R\$ 48.333,34
Juliana Gadioli	Sócio Administrador	48333,34	R\$ 48.333,34
Clara Braga	Sócio Administrador	48333,33	R\$ 48.333,33
Thays Marinho	Sócio Administrador	48333,33	R\$ 48.333,33
Dayane Marinho	Sócio Administrador	48333,33	R\$ 48.333,33
Julia Pinheiro	Sócio Administrador	48333,33	R\$ 48.333,33
Capital social		290000,00	R\$ 290.000,00

O custo de capital médio da Top Móveis será de 13,18% ($WACC = 3,5\% \times 50\% + 22,86\% \times 50\% = 1,75\% + 11,43\% = 13,18\%$).

Na tabela a seguir é apresentado o montante de investimento que é preciso para a empresa iniciar suas operações, sendo demonstrados os valores desembolsados com reformas e instalações físicas, moveis e utensílios, máquinas e equipamentos, despesas antecipadas e o capital necessário para o empreendimento se manter em atividade.

Investimento inicial TOP MOVEIS	
Móveis e Utensílios	R\$ 13.942,17
Bens de natureza permanente	R\$ 148.560,00
Despesas antecipadas	R\$ 14.000,00
Investimento inicial total	R\$ 17.502,17
Capital de giro (CAIXA)	R\$ 95.995,66
Capital social realizado	
Capital social sócios	R\$ 145.000,00
Capital terceiros	R\$ 145.000,00
Juros sobre capital de terceiros	R\$ 33.147,00

Balanco Patrimonial

ATIVO					
	1º ANO	2º ANO	3º ANO	4º ANO	5º ANO
	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
ATIVO CIRCULANTE	942.500,96	1.063.795,65	1.133.469,52	1.196.187,95	1.322.664,90
Caixa e Bancos	594.155,31	614.511,60	616.666,30	630.576,45	673.040,00
Contas a Receber	188.447,09	283.795,65	325.005,22	355.475,95	404.624,90
Estoques	145.898,56	165.488,40	191.798,00	210.135,55	245.000,00
Despesas Antecipadas	R\$ 14.000,00	-	-	-	-
ATIVO NÃO CIRCULANTE	R\$ 130.001,74	R\$ 97.501,31	R\$ 65.000,88	R\$ 32.500,45	R\$ -

IMOBILIZADO	R\$ 130.001,74	R\$ 97.501,31	R\$ 65.000,88	R\$ 32.500,45	R\$ -
Móveis e utensílios	R\$ 13.942,17	R\$ 13.942,17	R\$ 13.942,17	R\$ 13.942,17	R\$ 13.942,17
Veículos	R\$ 140.000,00	R\$ 140.000,00	R\$ 140.000,00	R\$ 140.000,00	R\$ 140.000,00
Computadores	R\$ 8.560,00	R\$ 8.560,00	R\$ 8.560,00	R\$ 8.560,00	R\$ 8.560,00
(-) Depreciação acumulada	- R\$ 32.500,43	- R\$ 65.000,86	- R\$ 97.501,29	- R\$ 130.001,72	- R\$ 162.502,17
TOTAL DO ATIVO	R\$ 1.072.502,70	R\$ 1.161.296,96	R\$ 1.198.470,40	R\$ 1.228.688,40	R\$ 1.322.664,90

PASSIVO					
	1º ANO	2º ANO	3º ANO	4º ANO	5º ANO
PASSIVO CIRCULANTE	R\$ 695.917,06	R\$ 765.408,76	R\$ 840.056,00	R\$ 896.059,00	985.664,90
Fornecedores	R\$ 117.120,98	R\$ 127.920,98	R\$ 138.500,00	R\$ 143.010,85	172.980,66
Imposto	R\$ 384.661,68	R\$ 423.127,84	R\$ 465.440,63	R\$ 511.984,70	R\$ 563.183,17
Impostos s/ folha pagamento	R\$ 48.255,00	R\$ 61.955,54	R\$ 70.000,00	R\$ 70.000,00	R\$ 72.000,00
Taxas de Cartão a Pagar	R\$ 15.250,00	R\$ 16.775,00	R\$ 19.480,72	R\$ 24.428,80	R\$ 29.871,67
Provisões da Folha	R\$ 95.000,00	R\$ 100.000,00	R\$ 111.005,25	R\$ 111.005,25	112.000,00
Financiamento CP	R\$ 29.000,00	R\$ 29.000,00	R\$ 29.000,00	R\$ 29.000,00	R\$ 29.000,00
Juros a pagar	R\$ 6.629,40	R\$ 6.629,40	R\$ 6.629,40	R\$ 6.629,40	R\$ 6.629,40
PASSIVO NÃO CIRCULANTE	R\$ 176.585,64	R\$ 191.888,20	R\$ 152.414,40	R\$ 123.129,40	R\$ 125.000,00
Contas a Pagar a longo prazo	R\$ 34.068,04	R\$ 85.000,00	R\$ 81.155,60	R\$ 87.500,00	R\$ 125.000,00
Financiamento LP	R\$ 116.000,00	R\$ 87.000,00	R\$ 58.000,00	R\$ 29.000,00	0
Juros a pagar LP	R\$ 26.517,60	R\$ 19.888,20	R\$ 13.258,80	R\$ 6.629,40	0
PATRIMONIO LÍQUIDO	R\$ 200.000,00	R\$ 204.000,00	R\$ 206.000,00	R\$ 209.500,00	R\$ 212.000,00
CAPITAL SOCIAL	R\$ 145.000,00	R\$ 145.000,00	R\$ 145.000,00	R\$ 145.000,00	R\$ 145.000,00
Capital integralizado	R\$ 145.000,00	R\$ 145.000,00	R\$ 145.000,00	R\$ 145.000,00	R\$ 145.000,00

	R\$				
	-				
RESERVAS DE LUCRO	R\$ 55.000,00	R\$ 59.000,00	R\$ 61.000,00	R\$ 64.500,00	R\$ 67.000,00
reservas de lucro	R\$ 55.000,00	R\$ 59.000,00	R\$ 61.000,00	R\$ 64.500,00	R\$ 67.000,00
	=				
TOTAL DO PASSIVO e PL	R\$ 1.072.502,70	R\$ 1.161.296,96	R\$ 1.198.470,40	R\$ 1.228.688,40	R\$ 1.322.664,90

DRE

DRE DURANTE 5 ANOS					
Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Vendas de Produtos	R\$ 2.750.000,00	R\$ 3.025.000,00	R\$ 3.450.000,00	R\$ 3.800.000,00	R\$4.160.821,55
(-) Deduções da receita bruta					
Devoluções de vendas	R\$ -				
Descontos	R\$ -				
Impostos	R\$ 384.661,68	R\$ 423.127,84	R\$ 465.440,63	R\$ 511.984,70	R\$ 563.183,17
(=) Resultado Operacional líquida	R\$ 2.365.338,32	R\$ 2.601.872,16	R\$ 2.984.559,37	R\$ 3.288.015,30	R\$3.597.638,38
Custo dos produtos	R\$ 1.329.858,86	R\$ 1.462.844,75	R\$ 1.609.129,22	R\$ 1.770.042,14	R\$1.947.046,36
Custo dos serviços	R\$ 280.267,76	R\$ 308.294,53	R\$ 339.123,98	R\$ 373.036,38	R\$ 410.340,02
(=) Resultado operacional bruto	R\$ 755.211,70	R\$ 830.732,88	R\$ 1.036.306,17	R\$ 1.144.936,78	R\$1.240.252,00
Despesas Fixas Gerais	R\$ 209.452,77	R\$ 243.398,05	R\$ 268.437,85	R\$ 293.781,64	R\$ 321.659,80
Despesas variáveis	R\$ 96.747,23	R\$ 120.421,95	R\$ 132.064,15	R\$ 143.770,57	R\$ 156.647,62
Tarifa de cartão	R\$ 15.250,00	R\$ 16.775,00	R\$ 19.480,72	R\$ 24.428,80	R\$ 29.871,67
Despesas com marketing	R\$ 90.000,00	R\$ 98.998,02	R\$ 108.897,82	R\$ 119.787,60	R\$ 131.766,36
Despesas com funcionários	R\$ 216.102,06	R\$ 237.712,27	R\$ 261.483,50	R\$ 287.631,85	R\$ 316.395,03
Depreciação	R\$ 32.500,43	R\$ 32.500,43	R\$ 32.500,43	R\$ 32.500,43	R\$ 32.500,43
(-) Despesas Financeiras líquidas	R\$ 56.629,40	R\$ 62.292,34	R\$ 68.521,57	R\$ 75.373,72	R\$ 82.911,09

(=) Resultado Líquido do exercício	R\$ 38.529,81	R\$ 18.634,82	R\$ 144.920,13	R\$ 167.662,17	R\$ 168.500,00
---	----------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Indicadores de investimento

	ROA	Margem Líquida	Liquidez Geral	Capital de Giro líquido	Liquidez Corrente
1º ANO	3,60%	1,63%	200.000,00	246.583,90	1,35
2º ANO	1,60%	0,72%	204.000,00	298.386,89	1,39
3º ANO	12,09%	4,86%	206.000,00	293.413,52	1,35
4º ANO	13,65%	5,10%	209.500,00	300.128,95	1,33
5º ANO	12,74%	4,68%	212.000,00	337.000,00	1,34

Fluxo de caixa pessimista

	RECEITA ANO 1	RECEITA ANO 2	RECEITA ANO 3	RECEITA ANO 4	RECEITA ANO 5
	R\$ 2.691.590,79	R\$ 2.973.528,34	R\$ 3.344.670,40	R\$ 3.713.216,00	R\$ 4.098.075,50
IMPOSTO	R\$ 384.661,68	R\$ 423.127,84	R\$ 465.440,63	R\$ 511.984,70	R\$ 563.183,17
CUSTO MERCADORIA	R\$ 1.329.858,86	R\$ 1.462.844,75	R\$ 1.609.129,22	R\$ 1.770.042,14	R\$ 1.947.046,36
CUSTOS SERVIÇOS	R\$ 280.267,76	R\$ 308.294,53	R\$ 339.123,98	R\$ 373.036,38	R\$ 410.340,02
DESPESAS	R\$ 660.052,49	R\$ 749.805,72	R\$ 822.864,47	R\$ 901.900,89	R\$ 988.840,91
SALDO	R\$ 36.750,00	R\$ 29.455,50	R\$ 108.112,10	R\$ 156.251,89	R\$ 188.665,04

Fluxo de caixa provável

RECEITA ANO 1	RECEITA ANO 2	RECEITA ANO 3	RECEITA ANO 4	RECEITA ANO 5
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

	R\$ 2.750.000,00	R\$ 3.025.000,00	R\$ 3.450.000,00	R\$ 3.800.000,00	R\$ 4.160.821,55
IMPOSTO	R\$ 384.661,68	R\$ 423.127,84	R\$ 465.440,63	R\$ 511.984,70	R\$ 563.183,17
CUSTO MERCADORIA	R\$ 1.329.858,86	R\$ 1.462.844,75	R\$ 1.609.129,22	R\$ 1.770.042,14	R\$ 1.947.046,36
CUSTOS SERVIÇOS	R\$ 280.267,76	R\$ 308.294,53	R\$ 339.123,98	R\$ 373.036,38	R\$ 410.340,02
DESPESAS	R\$ 660.052,49	R\$ 749.805,72	R\$ 822.864,47	R\$ 901.900,89	R\$ 988.840,91
SALDO	R\$ 95.159,21	R\$ 80.927,16	R\$ 213.441,70	R\$ 243.035,89	R\$ 251.411,09

Fluxo de caixa otimista

	RECEITA ANO 1	RECEITA ANO 2	RECEITA ANO 3	RECEITA ANO 4	RECEITA ANO 5
	R\$ 2.875.000,00	R\$ 3.115.500,00	R\$ 3.590.250,00	R\$ 3.926.275,00	R\$ 4.287.902,50
IMPOSTO	R\$ 384.661,68	R\$ 423.127,84	R\$ 465.440,63	R\$ 511.984,70	R\$ 563.183,17
CUSTO MERCADORIA	R\$ 1.329.858,86	R\$ 1.462.844,75	R\$ 1.609.129,22	R\$ 1.770.042,14	R\$ 1.947.046,36
CUSTOS SERVIÇOS	R\$ 280.267,76	R\$ 308.294,53	R\$ 339.123,98	R\$ 373.036,38	R\$ 410.340,02
DESPESAS	R\$ 660.052,49	R\$ 749.805,72	R\$ 822.864,47	R\$ 901.900,89	R\$ 988.840,91
SALDO	R\$ 220.159,21	R\$ 171.427,16	R\$ 353.691,70	R\$ 369.310,89	R\$ 378.492,04

VPL E TIR

VPL PESSIMISTA	VPL PROVÁVEL	VPL OTIMISTA	TIR PESSIMISTA	TIR PROVÁVEL	TIR OTIMISTA
R\$ 36.847,41	287.962,02	711.175,37	16,98%	41,16%	80,30%

Payback Simples e Descontado

PAYBACK PROVÁVEL	
INVESTIMENTO	R\$ - 290.000,00
PAYBACK SIMPLES	2,53 ANOS
PAYBACK DESCONTADO	2,97 ANOS

PAYBACK OTIMISTA	
INVESTIMENTO	R\$ - 290.000,00
PAYBACK SIMPLES	1,41 ANOS
PAYBACK DESCONTADO	1,71 ANOS

PAYBACK PESSIMISTA	
INVESTIMENTO	R\$ - 290.000,00
PAYBACK SIMPLES	3,74 ANOS
PAYBACK DESCONTADO	4,64 ANOS

PAYBACK DESCONTADO PESSIMISTA					
ANO	1	2	3	4	5
	R\$ 2.691.590,79	R\$ 2.973.528,34	R\$ 3.344.670,40	R\$ 3.713.216,00	R\$ 4.098.075,50
SALDO	R\$ 36.750,00	R\$ 29.455,50	R\$ 108.112,10	R\$ 156.251,89	R\$ 188.665,04

VALOR DESCONTADO

VP R\$ 32.470,40 R\$ 22.994,66 R\$ 74.570,19 R\$ 95.224,02 R\$ 101.588,13

Taxa 13,18% R\$ 225.259,27

Payback Descontado 4,64 ANOS R\$ 64.740,73 0,64

PAYBACK DESCONTADO PROVÁVEL					
ANO	1	2	3	4	5
	R\$ 2.750.000,00	R\$ 3.025.000,00	R\$ 3.450.000,00	R\$ 3.800.000,00	R\$ 4.160.821,55
SALDO	R\$ 95.159,21	R\$ 80.927,16	R\$ 213.441,70	R\$ 243.035,89	R\$ 251.411,09

VALOR DESCONTADO

VP R\$ 84.077,76 R\$ 63.176,41 R\$ 147.221,15 R\$ 148.112,48 R\$ 135.374,22

Taxa 13,18% R\$ 147.254,17

Payback Descontado 2,97 ANOS R\$ 142.745,83 0,97

PAYBACK DESCONTADO OTIMISTA					
ANO	1	2	3	4	5
	R\$ 2.875.000,00	R\$ 3.115.500,00	R\$ 3.590.250,00	R\$ 3.926.275,00	R\$ 4.287.902,50
SALDO	R\$ 220.159,21	R\$ 171.427,16	R\$ 353.691,70	R\$ 369.310,89	R\$ 378.492,04

VALOR DESCONTADO

VP R\$ 194.521,30 R\$ 133.825,92 R\$ 243.958,41 R\$ 225.067,79 R\$ 203.801,93

Taxa	13,18%	R\$ 194.521,30	
<i>Payback Descontado</i>	1,71 ANOS	R\$ 95.478,70	0,71