

STRONG ESAGS – ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E  
GESTÃO

Julianna Reis

Leonardo Alves de Souza

Maria Luisa Santana dos Santos

Thaís Muniz Barbosa Nery

**LOS GEEKS - BOOKTRUCK**

Santo André

2017

Julianna Reis  
Leonardo Alves de Souza  
Maria Luisa Santana dos Santos  
Thaís Muniz Barbosa Nery

## **LOS GEEKS - BOOKTRUCK**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como exigência para a  
obtenção do grau de Bacharel em  
Administração, à Escola de Administração  
e Gestão – STRONG ESAGS

Orientador: Prof. Dr. Eduardo P. Vilas Boas

**Santo André**  
**2017**

R275I

Reis, Julianna

Los Geeks: booktruck / Julianna Reis... [et al.]. – Santo André, 2017.  
82 f.: il. color.; 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) -  
Escola Superior de Administração e Gestão STRONG ESAGS, 2017.  
Orientador: Prof. Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas

1. Livros. 2. Geek. 3. Booktruck. 4. Plano de negócios. I. Souza,  
Leonardo Alves de. II. Santos, Maria Luisa Santana dos. III. Nery, Thaís  
Muniz Barbosa. IV. Título.

CDU 65.012.2

## COMPONENTES DO GRUPO



Julianna Reis



Leonardo Alves de Souza



Maria Luisa S. dos Santos



Thaís Muniz B. Nery

Julianna Reis  
Leonardo Alves de Souza  
Maria Luisa Santana dos Santos  
Thaís Muniz Barbosa Nery

## **LOS GEEKS – BOOKTRUCK**

Santo André, 02 de junho de 2017.

### **BANCA EXAMINADORA**

---

Professor Orientador Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas  
STRONG ESAGS - Escola Superior de Administração e Gestão

---

Professor Dr. Rodrigo Araújo Ferreira  
STRONG ESAGS - Escola Superior de Administração e Gestão

---

Professor e Coordenador Fábio Alessandro Affonso Antonio  
STRONG ESAGS - Escola Superior de Administração e Gestão

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos primeiramente a Deus pela vida, proteção e pela capacidade de executarmos este trabalho. Somos gratos aos nossos familiares pelo apoio e paciência nessa longa caminhada e por tornarem possível nossa graduação. À todo corpo docente, que contribuiu para nossa aprendizagem e formação acadêmica. Agradecemos também a todos que acreditam em nós e em nossos futuros, às críticas construtivas e especialmente aos nossos amigos pela experiência compartilhada que foi a melhor contribuição para nossa formação acadêmica.

“Palavras são, na minha tão humilde opinião, nossa inesgotável fonte de magia. Capazes de ferir e de curar.” - Alvo Dumbledore (Harry Potter).

## RESUMO

O trabalho desenvolvido a seguir, se trata da elaboração de um plano de negócios para uma loja de livros. A Los Geeks será uma loja móvel com foco no público *geek*, um público que é formado por jovens e adultos que apreciam gêneros literários como ficção científica, ação, aventura, tecnologia, quadrinhos, séries e filmes. Para satisfazer as necessidades do público em questão a Los Geeks disponibilizará uma variedade de livros dos gêneros que são de maior procura dos *geeks* e também contará com um serviço de atendimento personalizado, onde os atendentes serão constantemente treinados. A escolha por esse segmento se deu por meio de pesquisas que comprovam que o público *geek* está em crescimento e possui um considerável poder de compra.

**Palavras-Chave:** Livros. Geek. Booktruck. Plano de Negócios.

## **ABSTRACT**

The following final thesis is a business plan for a bookstore. Los Geeks will be a mobile store focused on the geek public, that are young people and adults who enjoy literary books types such as science fiction, action, adventure, technology, comics, series and movies. To attend the necessities of this public, Los Geeks will offer a variety of books of the types that the public prefers and will also have a personalized service, that the attendants will be constantly trained. The choice for this segment has been decided based in studies that proves that the geek public is growing and has considerable purchasing power.

**Keywords:** Books. Geek. Booktruck. Business Plan.

## LISTA DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 01 – Processo de Compra de Estoque       | 40 |
| Figura 02 – Layout do escritório                | 41 |
| Figura 03 – Layout do truck                     | 42 |
| Figura 04 – Análise da matriz BCG               | 47 |
| Figura 05 – Fluxograma da experiência de compra | 50 |
| Figura 06 – Logotipo                            | 52 |
| Figura 07 – Banner de divulgação                | 53 |
| Figura 08 – Post no Facebook                    | 53 |
| Figura 09 – Material Promocional – Marca Página | 54 |
| Figura 10 – Simulação de anúncios no Facebook   | 56 |
| Figura 11 – Organograma                         | 60 |

## LISTA DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 01 – Qual é o seu gênero?                               | 29 |
| Gráfico 02 – Qual é a sua idade?                                | 30 |
| Gráfico 03 – Quantas vezes você foi a livrarias no ano passado? | 30 |
| Gráfico 04 – Qual local você compra livros com mais frequência? | 31 |
| Gráfico 05 – Qual é a sua preferência de leitura?               | 31 |
| Gráfico 06 – O que você considera na hora de comprar um livro?  | 32 |
| Gráfico 07 – Quanto você pagou no último livro que comprou?     | 32 |
| Gráfico 08 – Você compraria livros em um truck?                 | 33 |
| Gráfico 09 – Você iria a eventos / encontros geek?              | 33 |
| Gráfico 10 – Qual o tema mais interessante no universo geek?    | 34 |
| Gráfico 11 – Curva Salarial da Los Geeks                        | 66 |

## LISTA DE QUADROS

|   |    |
|---|----|
| Quadro 01 – Business Model Canvas                         | 16 |
| Quadro 02 – Forças e Fraquezas - Los Geeks x Concorrentes | 27 |
| Quadro 03 – Cadeia de Valor                               | 35 |
| Quadro 04 – Mapa estratégico                              | 37 |
| Quadro 05 – Market Share                                  | 58 |
| Quadro 06 – Análise SWOT                                  | 76 |

## LISTA DE TABELAS

|  |    |
|--|----|
| Tabela 01 – Preço do Livro                         | 49 |
| Tabela 02 – Estimativa de Demanda Futura           | 56 |
| Tabela 03 – Alcance Mensal da Divulgação           | 57 |
| Tabela 04 – Custos de Marketing                    | 59 |
| Tabela 05 – Média salarial                         | 63 |
| Tabela 06 – Absenteísmo                            | 65 |
| Tabela 07 – Investimentos Fixos e Pré-operacionais | 68 |
| Tabela 08 – Capital de Giro                        | 69 |
| Tabela 09 – Custos Fixos e Variáveis               | 70 |
| Tabela 10 – Custos com Mão de Obra                 | 71 |
| Tabela 11 – Terceirização                          | 71 |
| Tabela 12 – Depreciação                            | 72 |
| Tabela 13 – Faturamento anual                      | 72 |
| Tabela 14 – DRE para 05 anos                       | 73 |
| Tabela 15 – Fluxo de Caixa para 05 anos            | 74 |
| Tabela 16 – Indicadores Financeiros                | 74 |
| Tabela 17 – Cenários                               | 78 |

## SUMÁRIO

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO .....   | 16 |
| 1.1   | Segmento de clientes.....   | 16 |
| 1.2   | Proposta de valor .....   | 17 |
| 1.3   | Canais de venda .....   | 17 |
| 1.4   | Relacionamento com Consumidores.....  | 17 |
| 1.5   | Fontes de Receitas .....  | 18 |
| 1.6   | Recursos Chave.....   | 18 |
| 1.7   | Atividades principais.....  | 18 |
| 1.8   | Parcerias Principais.....   | 18 |
| 1.9   | Análise dos custos .....  | 18 |
| 1.10  | Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio .....                                    | 19 |
| 2     | SUMÁRIO EXECUTIVO .....   | 20 |
| 3     | VIABILIDADE ESTRATÉGICA.....  | 22 |
| 3.1   | Análise do Ambiente Externo .....   | 22 |
| 3.1.1 | Estudo do mercado-alvo .....  | 22 |
| 3.1.2 | Estudo dos clientes.....  | 23 |
| 3.1.3 | Estudo dos padrões de compra .....  | 25 |
| 3.1.4 | Análise do ambiente geral por meio do modelo das cinco forças competitivas de Porter (1986) ..... | 26 |
| 3.2   | Pesquisa de Campo.....  | 29 |
| 3.3   | Delimitação da Estratégia Organizacional .....  | 35 |
| 3.4   | Criação do Mapa Estratégico e BSC .....   | 37 |
| 3.5   | Delimitação dos KPI's - Indicadores Chave de Performance.....                                     | 37 |
| 3.6   | Análise e diagnóstico da viabilidade estratégica.....   | 38 |
| 4     | VIABILIDADE OPERACIONAL .....   | 40 |
| 4.1   | Plano Operacional.....  | 40 |
| 4.1.1 | Fluxograma dos processos operacionais.....  | 40 |
| 4.1.2 | Layout ou arranjo físico .....  | 41 |
| 4.1.3 | Projeção da capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços.....                       | 42 |
| 4.1.4 | Gestão dos principais fornecedores.....   | 43 |
| 4.1.5 | Plano de estocagem de materiais da organização.....   | 43 |
| 4.1.6 | Plano logístico e de distribuição do produto ou serviço.....                                      | 44 |
| 4.1.7 | Política de controle de qualidade .....   | 44 |
| 4.2   | Estimativa de gastos operacionais .....   | 45 |
| 4.3   | Análise e diagnóstico da viabilidade operacional.....   | 45 |
| 5     | VIABILIDADE MERCADOLÓGICA .....   | 46 |
| 5.1   | Plano de Marketing .....  | 46 |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 5.1.1  | Formalização do perfil médio do cliente consumidor da empresa .....                | 46 |
| 5.1.2  | Descrição das características principais dos produtos ofertados pela empresa ..... | 46 |
| 5.1.3  | Desenvolvimento e análise da Matriz BCG .....                                      | 47 |
| 5.1.4  | Segmentação de mercado .....   | 48 |
| 5.1.5  | Determinação do preço .....  | 48 |
| 5.1.6  | Criação das estratégias promocionais e das peças que serão utilizadas .....        | 49 |
| 5.1.7  | Fluxograma da experiência de compra dos clientes .....                             | 50 |
| 5.1.8  | Estratégias de fidelização de clientes. ....                                       | 51 |
| 5.1.9  | Gestão da marca. ....  | 51 |
| 5.1.10 | Criação da marca e logotipo. ....  | 51 |
| 5.1.11 | Posicionamento da marca .....  | 54 |
| 5.1.12 | Tipificação da estratégia da marca conforme estratégias genéricas de Porter.....   | 55 |
| 5.2    | Previsão e mensuração da demanda .....   | 55 |
| 5.2.1  | Análise do macroambiente .....   | 55 |
| 5.2.2  | Estimativas da demanda corrente e futura.....                                      | 55 |
| 5.2.3  | Delimitação do Market Share.....   | 58 |
| 5.3    | Estimativa de gastos: .....  | 59 |
| 5.4    | Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica .....                           | 59 |
| 6      | VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO .....  | 60 |
| 6.1    | Projeção de colaboradores.....   | 60 |
| 6.1.1  | Descrição das atividades que devem ser desempenhadas na empresa .....              | 60 |
| 6.1.2  | Criação dos cargos e agrupamento deles em áreas .....                              | 61 |
| 6.2    | Plano de gestão de pessoas .....   | 63 |
| 6.2.1  | Recrutamento e Seleção .....   | 63 |
| 6.2.2  | Remuneração .....  | 63 |
| 6.2.3  | Treinamento e Desenvolvimento .....  | 64 |
| 6.2.4  | Gasto com Treinamento e Desenvolvimento .....                                      | 64 |
| 6.2.5  | Cálculo de gastos absenteísmo .....  | 64 |
| 6.2.6  | Cálculo de gastos com segurança do trabalho caso seja necessário. ....             | 65 |
| 6.2.7  | Delimitação do modelo cultural da empresa .....                                    | 65 |
| 6.2.8  | Delimitação nas formas de remuneração.....   | 66 |
| 6.3    | Análise e Diagnóstico da Viabilidade do Capital Humano na Organização.....         | 67 |
| 7      | VIABILIDADE FINANCEIRA .....   | 68 |
| 7.1    | Plano Financeiro .....   | 68 |
| 7.1.1  | Cálculo do investimento total .....  | 68 |
| 7.1.2  | Cálculo do capital de giro.....  | 69 |
| 7.1.3  | Estimativa dos custos fixos e variáveis .....                                      | 69 |
| 7.1.4  | Custos com Mão de Obra e Terceirizações .....                                      | 70 |
| 7.1.5  | Custos com Depreciação.....  | 72 |

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 7.1.6 | Estimativa do faturamento mensal para os próximos 5 anos .....    | 72 |
| 7.1.7 | Demonstrativo de resultados para os próximos 5 anos.....          | 73 |
| 7.1.8 | Estimativa do fluxo de caixa futuro para os próximos 05 anos..... | 73 |
| 7.1.9 | Cálculo e análise dos Indicadores de viabilidade financeira.....  | 74 |
| 7.2   | Análise e diagnóstico da viabilidade financeira.....              | 75 |
| 8     | VIABILIDADE DO NEGÓCIO.....                                       | 76 |
| 8.1   | Análise SWOT da empresa .....                                     | 76 |
| 8.2   | Construção de Cenários.....                                       | 77 |
| 8.3   | Considerações finais sobre o negócio .....                        | 78 |
|       | REFERÊNCIAS .....   | 80 |
|       | APÊNDICE .....  | 81 |

## 1 VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO

O Business Model Canvas será utilizado como um mapa visual para analisar a viabilidade de um modelo de negócios de uma empresa que vende livros em um *truck* e terá os *Geeks* como público alvo. O Business Model Canvas será apresentado no Quadro 01.

Quadro 01 - Business Model Canvas

| PARCEIROS CHAVE   | ATIVIDADES CHAVE  | PROPOSTA DE VALOR   | RELACIONAMENTO COM CLIENTES   | SEGMENTO DE CLIENTES   |
|---|---|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Editoras.</li> <li>- Fornecedor do caminhão.</li> <li>- Blogs, Sites e canais do YouTube (Divulgação).</li> <li>- Estabelecimentos comerciais parceiros, próximos aos pontos de parada (lojas de games, bonecos e roupas para o público geek/nerd).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Venda de livros.</li> <li>- Atendimento/ Apoio aos clientes.</li> <li>- Compra de livros.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Oferecer aos clientes a experiência de comprar livros em um ambiente não convencional.</li> <li>- Proporcionar um espaço diferenciado para leitura.</li> <li>- O truck irá se locomover para diversos pontos da cidade de maneira que o cliente tenha mais acessibilidade aos livros de sua preferência.</li> <li>- Atuação em eventos para o público geek para oferecer livros aos clientes que frequentam estes eventos (por exemplo, eventos de cosplay, HQ, tecnologia, animes e filmes, séries e afins).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presença nas redes Sociais, para divulgar os locais onde o truck estará localizado.</li> <li>- Compartilhar novidades de interesse do público geek, como feiras, pré-estreias e lançamentos de livros/filmes de interesse do público alvo.</li> <li>- Parcerias com Blogs, Sites e canais do YouTube.</li> <li>- Promoções e sorteios.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pessoas que se interessam pelo universo geek.</li> <li>- Fãs de séries, HQ e filmes de gêneros como Super-heróis, ficção científica e games.</li> <li>- Apreciadores de livros.</li> <li>- Pessoas dispostas a vivenciar uma experiência diferenciada de compra de livros.</li> </ul> |
| <b>RECURSOS CHAVE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Caminhão.</li> <li>- Recursos Humanos.</li> <li>- Prateleiras, expositores, mesinhas e poltronas.</li> </ul>   |   |   | <b>CANAIS DE VENDAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- As vendas serão realizadas no truck.</li> <li>- Divulgação nas principais redes sociais.</li> <li>- Divulgação em estabelecimentos parceiros.</li> <li>- Newsletter com lançamentos, promoções e cronograma dos principais eventos que participaremos.</li> <li>- O próprio truck, por ter decoração diferenciada, pode ser considerado um canal de divulgação.</li> </ul> |  |
| <b>ESTRUTURA DE CUSTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compra dos livros para revenda.</li> <li>- Custos com o caminhão (manutenção).</li> </ul>   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salários.</li> <li>- Propaganda.</li> </ul>  | <b>FONTES DE RECEITAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Venda dos livros.</li> </ul>   |  |

Fonte: Elaborado pelos autores

### 1.1 Segmento de clientes

A empresa terá como público alvo os *Geeks*, que são jovens e adultos que apreciam gêneros literários como ficção científica, ação, aventura, tecnologia, quadrinhos, séries e filmes. Eventualmente também serão atendidas pessoas dispostas a vivenciar uma experiência diferenciada de compra de livros, atraídas pelo modelo não usual de livraria.

## 1.2 Proposta de valor

Ser uma empresa do segmento de livros que se atentará para as novidades de interesse de nossos clientes. A empresa será referência na venda de livros para o público *geek*, ofertando não somente conteúdo, mas também entretenimento, agilidade e conveniência. As soluções proporcionarão a experiência da compra dos livros em um ambiente não convencional, atuação em eventos temáticos e a personalização de acordo com os eventos frequentados.

## 1.3 Canais de venda

As vendas de livros da empresa serão por meio do *truck*, nos diversos pontos de parada, tanto em ruas e praças permitidas, como em eventos focados para o público alvo.

A divulgação se dará nas principais redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e YouTube), em cartazes e banners em estabelecimentos comerciais parceiros e newsletter com lançamentos, promoções e cronograma dos principais eventos que participaremos.

Outra forma de divulgação é o próprio *truck*, que terá decoração diferenciada, pode ser considerado um canal de divulgação.

## 1.4 Relacionamento com Consumidores

O relacionamento com os consumidores se dará através das redes sociais mencionadas, parcerias com blogs, sites e canais do YouTube especializados no tema, divulgação em locais de grande circulação, promoções e sorteios.

Estas ações serão necessárias para manter a proximidade com os clientes e, assim, criar um vínculo na lembrança dos mesmos. Por meio das redes sociais serão divulgados os lançamentos e promoções de livros, novidades sobre a localidade do *truck* e interação com os leitores por meio de *tags* e repostagens de conteúdo. As redes sociais também funcionarão como um canal para reclamações e dúvidas sobre o serviço.

## 1.5 Fontes de Receitas

A principal fonte de receita será a venda dos livros de diversas editoras e autores, sobretudo de gêneros preferidos pelo público *geek*.

## 1.6 Recursos Chave

Para o desenvolvimento das atividades será necessário: caminhão, prateleiras, computadores, telefones, mesas, poltronas e uma equipe treinada para o atendimento de excelência.

## 1.7 Atividades principais

A principal atividade é a venda de livros no *truck*, responsável por trazer a maior parte do faturamento da empresa. Essas atividades serão cruciais para a rentabilidade da empresa.

As atividades de compra e gerenciamento de estoque também serão fundamentais, bem como a pesquisa de tendências e a contratação e treinamento da equipe de atendentes, para que o cliente sinta que há o atendimento especializado no universo *geek*.

## 1.8 Parcerias Principais

Os principais parceiros serão as editoras, blogs, sites e canais do YouTube para o público *geek*, com finalidade de proporcionar a melhor experiência para nossos consumidores. Além disso, haverá parcerias com estabelecimentos próximos aos pontos de parada do *truck*.

## 1.9 Análise dos custos

O principal investimento de recursos será referente ao caminhão (compra, adequações e regularização da estrutura física, manutenção, seguro, impostos e combustível) e aos custos fixos. Os demais custos serão referentes à compra de estoque de livros e revistas, pessoas para promover o estabelecimento, gastos com mobília, decoração, equipamentos de informática e escritório, salários e divulgação.

### 1.10 Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio

A Los Geeks atuará no mercado *geek*, caracterizado por pessoas que são ligadas à tecnologia, itens colecionáveis e principalmente boas histórias, sejam elas de super-heróis, sagas, histórias em quadrinhos, ficção científica ação ou aventura. Para se diferenciar, a Los Geeks teve como inspiração o sucesso do mercado de *food trucks* e desenvolverá uma livraria sobre rodas. Ter um negócio móvel dará a oportunidade de ir até o cliente ou estacionar em pontos estratégicos, visando lugares onde haja concentração do público a ser atendido.

De acordo com o SEBRAE<sup>1</sup> o mercado da alimentação fora de casa, bem como o setor de *food trucks*, estão em ascensão no Brasil e segundo a mesma fonte, uma análise do Instituto de pesquisa IBISWorld nos Estados Unidos aponta que o segmento de *food trucks*<sup>2</sup> foi o que mais cresceu entre os anos de 2008 a 2012: de 15%, passou a responder por 37% das receitas do setor de venda de comida de rua.

Em relação ao nicho de mercado escolhido, nota-se que é um mercado em crescimento, e, nos últimos anos tem sido impulsionado por grandes sucessos de Hollywood, como *Star Wars: O Despertar da Força* (2016), *Capitão América: Guerra Civil* (2016) e *Batman vs Superman: A Origem da Justiça* (2016), dentre outros. Segundo o jornal Folha de São Paulo<sup>3</sup>, o mercado editorial é estável, mas em 2015 obteve crescimento com a chegada dos livros da saga “*Star Wars*”. Além disso, houve crescimento na venda de quadrinhos e livros, como da Marvel.

Tendo em vista a crescente do mercado de *food trucks* e do nicho de mercado *geek*, considera-se que a proposta do negócio é plausível e de possível execução, de modo que a realização do trabalho será viável.

---

<sup>1</sup> SEBRAE. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-food-truck,8aea5c669e2df410VgnVCM1000004c00210aRCRD#naveCapituloTopo>>. Acesso em: 03 de abril de 2017.

<sup>2</sup> O segmento de *food trucks* compreende também barracas, *trailers* (reboque que se atrela a veículos, com espaço e equipamento próprio) e vendedores ambulantes de comida pronta.

<sup>3</sup> Folha. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/11/1708009-mercado-geek-prova-que-tem-escala-no-brasil-diz-curador-de-livraria.shtml>>. Acesso em: 14 de março de 2017.

## 2 SUMÁRIO EXECUTIVO

O negócio se chamará Los Geeks e será uma empresa que trabalhará com a venda de livros, revistas e histórias em quadrinhos, oferecendo um espaço não convencional para os clientes e terá como público alvo o mercado *geek*.

A atuação será no comércio, tendo em vista que não produzirá os livros. A Los Geeks, não tem o objetivo de apenas vender livros para o público *geek*, mas também proporcionar cultura e entretenimento, por meio da qualidade do atendimento. A empresa funcionará em um veículo que terá paradas em diversos pontos da cidade de São Paulo, de maneira que seja de fácil acesso ao público.

Os empreendedores serão quatro profissionais formados na STRONG - ESAGS - Escola Superior de Administração e Gestão, todos acadêmicos em Administração de Empresas. Cada membro possui experiências em diferentes campos da administração, tais como: compras, finanças, logística, recursos humanos, comércio exterior, gestão estratégica, controladoria e contratos, entre outros.

Dentre os quatro sócios, apenas Thaís atuará diretamente na empresa, de modo a gerir o negócio, enquanto que os demais terão papel de investidor.

A seguir, estão definidas a missão, visão e valores do negócio:

### **Missão**

Proporcionar aos leitores uma experiência diferenciada, de modo a preservar e acompanhar as novidades da cultura *geek*.

### **Visão**

Ser lembrado peLos Geeks por ofertar cultura, entretenimento e atendimento de referência.

## Valores

- **Confiança:** Manter relação de transparência entre os colaboradores e consumidores;
- **Qualidade:** Ofertar aos clientes os produtos desejados;
- **Novidade:** Estar sempre conectado e atualizado às tendências e lançamentos do universo *geek*;
- **Atendimento com excelência:** Manter os colaboradores capacitados e entender as necessidades dos clientes.

A livraria Los Geeks será uma empresa de pequeno porte e sociedade limitada – EPP. O seu enquadramento tributário é o Simples Nacional (Lei 123/06 – Faturamento De R\$ 360.000,01 até R\$ 3.600.000,00).

O valor do Capital Social a ser integralizado será composto pelo investimento dos quatro sócios, cabendo a cada um investir o mesmo valor, totalizando um montante de R\$119.720, esse capital será utilizado para compra e adaptações necessárias do caminhão, seguro, infraestrutura, impostos, estoque e pagamento dos funcionários.

## 3 VIABILIDADE ESTRATÉGICA

### 3.1 Análise do Ambiente Externo

Por meio desta análise a Los Geeks poderá identificar o perfil de seus clientes e algumas das principais oportunidades e ameaças do ambiente externo, servindo de apoio para a definição de objetivos e colaborando para minimizar impactos e reduzir riscos.

#### 3.1.1 Estudo do mercado-alvo

A análise do ambiente externo da Los Geeks terá como foco três mercados diferentes que são o de livrarias, o de *food trucks* e o *geek*. Ao analisar cada um dos setores individualmente, nota-se crescimento em dois deles nos últimos anos: o de *food trucks* e o *geek*.

De acordo com a revista Comércio & Serviços<sup>4</sup>, o mercado passou a considerar os *Geeks* como “um mercado atraente, após ter sido considerado marginal nos anos 80 e 90”, isso porque trata-se de um público fanático por produtos ligados à cultura *pop*, dando oportunidade aos novos negócios que entenderem este universo e estiverem dispostos a atendê-los como eles desejam. A popularidade dos *Geeks*, que são em sua maioria consumidores muito exigentes, ampliou a variedade de produtos, abrangendo os amantes de livros, camisetas ou qualquer item que remeta ao seu super-herói, saga, game ou livro favorito.

Em 2014 houve um *boom* no segmento de *food trucks* no Brasil, impulsionado pela praticidade e pelos novos hábitos de consumo do brasileiro, que busca cada vez mais a alimentação fora de casa, como apontado pelo SEBRAE<sup>5</sup>. Desde então, o mercado obteve grande aceitação e crescimento econômico. Com praticidade e simplicidade, em São Paulo, há diversas feiras e pontos de encontro de *food trucks*, possíveis de serem explorados.

---

<sup>4</sup>Revista Comércio & Serviços. Disponível em:

<<http://www.fecomercio.com.br/upload/pdf/2015/13/C&S-33.pdf>> Acesso em 14 de março de 2017.

<sup>5</sup> SEBRAE. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/o-mercado-de-food-trucks,2e491bc9c86f8510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 14 de março de 2017.

Ao estudar o volume de vendas de livros no Brasil, a pesquisa da Nielsen para a SNEL<sup>6</sup> (Sindicado Nacional dos Editores de Livros) mostra que foram vendidos 4.467.016 de livros em 2016, movimentando mais de R\$172 milhões. Apesar de ser um número expressivo, houve uma variação de -8,93% no volume de vendas e -0,80% no valor arrecadado, se comparado ao ano de 2015.

Apesar do cenário apresentado e considerando que a atuação do negócio será no Município de São Paulo, verificou-se que o número de leitores na região Sudeste aumentou de 50%, em 2011, para 61%, em 2015, conforme pesquisa do IBOPE – Inteligência<sup>7</sup>. Outro fato relevante para a viabilidade de negócio é o Vale-Cultura, benefício do “Programa de Cultura do Trabalhador”, em que “R\$ 265 milhões em produtos e serviços culturais já foram consumidos, sendo 65,7% deste volume para hábitos de leitura”, como informado pelo Instituto Pró-Livro<sup>8</sup>.

### 3.1.2 Estudo dos clientes

Para entender o mercado e a popularidade do termo “*geek*” é possível vinculá-lo ao avanço constante da tecnologia e à popularidade da história de Mark Zuckerberg, Bill Gates e Steven Spielberg e com o lançamento do filme que conta o surgimento do Facebook, como observado no site Comunique-se<sup>9</sup>.

Segundo o site Olhar Digital<sup>10</sup>, os traços de um *geek* são mais centrados que os de um *nerd*, pois eles possuem interesses e estilos de vida mais específicos e se tornam experts naquilo que gostam e são atraídos às novidades de tecnologia. Se interessam por vídeo games, filmes, séries livros, colecionar objetos, *gadgets*, entre outros. Além disso, costumam usar camisetas com frases irônicas e engraçadas. São, em sua maioria, especialistas em seus assuntos preferidos, o que os tornam um público fiel e exigente, tanto na hora da compra como em relação à

---

<sup>6</sup> SNEL: Disponível em: <<http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2017/01/SNEL-13-2016-13T.pdf>>. Acesso em: 14 de março de 2017.

<sup>7</sup> IBOPE – Inteligência: Disponível em: <[http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa\\_Retratos\\_da\\_Leitura\\_no\\_Brasil\\_-\\_2015.pdf](http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf)>. Acesso em: 14 de março de 2017.

<sup>8</sup> Instituto Pró-Livro: Disponível em: <<http://prolivro.org.br/home/newsletter/noticias/8039-compra-de-livros-continua-na-lideranca-dos-gastos-com-o-vale-cultura>>. Acesso em: 31 de março de 2017.

<sup>9</sup> Comunique-se: Disponível em: <<http://www.comunique-se.com.br/release.aspx?title=mercado-nerd-uma-opcao-lucrativa-para-quem-busca-empreender&releaseid=119176&partnerid=11&>>. Acesso em: 31 de março de 2017.

<sup>10</sup> Olhar Digital: Disponível em: <<https://olhardigital.uol.com.br/games-e-consoles/noticia/geeks-vs-nerds-voce-sabe-o-significado-de-cada-um/23578>>. Acesso em: 02 de maio de 2017.

comunicação do vendedor com o consumidor.

O mercado *geek* foi na contramão da crise e, depois de lançamentos de filmes como “Capitão América: Guerra Civil”, “*Rogue One: A Star Wars Story*”, “*Batman v Superman: Dawn of Justice*” e “*Deadpool*”, fez com que esse mercado crescesse ainda mais no ano de 2016. Segundo o jornal a Folha de São Paulo<sup>11</sup>, a estreia do novo filme da saga “Star Wars”, em dezembro de 2015, trouxe crescimento para o mercado *geek*.

Estudando os *geeks*, o Grupo Omelete<sup>12</sup> identificou que é predominante o gênero masculino, entre 18 e 34 anos e que, cerca de 65% residem no sudeste do país. Eles têm renda familiar média de 2 a 10 salários mínimos e, 91% realizam suas compras online. Os *Geeks* são fortemente atraídos pelo mundo tecnológico, por super-heróis, games, filmes e séries. Têm um estilo de vida mais saudável, 53% buscam praticar atividade física regularmente.

Com grande interesse por leitura e por itens colecionáveis, 55% deste público revelou a preferência por livros físicos e 75% revelou gostar de HQs, as clássicas histórias em quadrinhos. A pesquisa também mostra que 55% dos respondentes leram 10 ou mais HQs e 25% leram mais de 10 livros no período de um ano.

Ao observar o setor editorial, a pesquisa realizada pela Nielsen<sup>13</sup> em janeiro de 2017 revelou que o valor médio dos livros é de R\$38,66. O setor de livros é impactado positivamente quando há o lançamento de filmes, séries ou sagas ou fenômenos do tipo “Jardim Secreto”, livro para colorir destinado ao público adulto, que foi febre em 2015.

---

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/11/1708813-mercado-geek-cresce-na-esteira-de-novo-filme-da-saga-star-wars.shtml>>. Acesso em: 14 de março de 2017.

<sup>12</sup> Grupo Omelete: Disponível em: <<http://culturaediversao.metrojornal.com.br/2016/12/19/qual-e-perfil-do-nerd-geek-brasileiro/>>. Acesso em: 14 de março de 2017.

<sup>13</sup> Nielsen: Disponível em:

<<http://www.publishnews.com.br/estaticos/uploads/2016/03/ptRI3tjHJ4rs29Epn5vOzYwMKxfjfoKCP50dQF9OcKngL2P0NM7xOMvN73WD0ezJGiTT4YLT2k196uGC.pdf>>. Acesso em 14 de março de 2017.

### 3.1.3 Estudo dos padrões de compra

De acordo com Roger Blackwell<sup>14</sup>, o estudo do processo decisório de compra aborda aspectos do comprador dando oportunidades de modificar seu comportamento no decorrer do processo. Os aspectos relacionados são forças sociais e individuais, estilo de vida e personalidade, resultando em um padrão de compra a ser estudado.

**Passo 1 – O Reconhecimento da Necessidade:** Por apreciarem assuntos específicos, os consumidores sentem a necessidade de buscar mais informação sobre o tema para se aprofundarem. Por exemplo um fã de “Star Wars” ou da série “The Walking Dead”, sente a necessidade de conhecer mais sobre a saga ou sobre a série.

**Passo 2 – A Busca de Informação:** Após identificar a necessidade, os consumidores buscam informações para encontrar a obra ideal, a fim de satisfazer a necessidade do conhecimento. Nessa fase, o consumidor busca como saber mais sobre o tema desejado. Por exemplo, usar a internet como fonte de pesquisa.

**Passo 3 – A Avaliação das Alternativas:** Coletando as informações necessárias para a compra, o cliente deverá escolher, entre todas as opções encontradas, aquela que lhe apraz. Será cabível, ao consumidor, escolher entre assistir, ler ou comprar itens colecionáveis.

**Passo 4 – A Compra:** Na fase da compra, o cliente escolhe entre as alternativas: obras de sagas, HQs ou livros em geral, ou até mesmo produtos substitutos como um filme ou os episódios disponíveis. Em seguida, nessa etapa, acontece a intenção da compra e o ato da compra. Por exemplo, o consumidor fã de “Senhor dos Anéis” tem a opção de escolher entre o livro ou filmes.

**Passo 5 – A Experiência Pós-Compra:** A experiência pós compra e consumo do produto pode ser negativa ou positiva, influenciando o recomeço de novos processos de decisão de compra. Após a compra a cliente pode ser fidelizado pelo ambiente não convencional de compra, somado à experiência do encontro de pessoas com mesmos interesses. Depois de comprar um livro o consumidor pode

---

<sup>14</sup> EVEF. Disponível em: <<http://www.evef.com.br/artigos-e-noticias/administracao-de-marketing/231-como-entender-o-processo-de-decisao-de-compra>> acesso em 03 de maio de 2017.

ser motivado a consumir outras obras da mesma saga ou de uma mesma temática. Após a compra o relacionamento com o cliente pode ser mantido por meio de mídias sociais e *newsletter*.

Por trabalhar com um público exigente que requer atendentes de boa qualidade, que entendam do universo *geek* e que captem os interesses dos clientes, entre as três proposições de valor de Treacy e Wiersema (1995), a que mais se encaixa no negócio e vai ao encontro da necessidade e exigências do público alvo é a Intimidade com o Cliente. Segundo esses autores, a característica mais comum de um negócio com esse perfil é oferecer uma gama única de serviços superiores, como por exemplo a adoção de atendentes bem informados, atenciosos, sem pressa e que deem bons conselhos a respeito do produto. A Los Geeks fará o uso deste tipo de atendimento aos clientes, bem como manter um relacionamento presente nas redes sociais.

#### **3.1.4 Análise do ambiente geral por meio do modelo das cinco forças competitivas de Porter (1986)**

Alguns dos principais concorrentes da Los Geeks são grandes redes de livrarias como Saraiva, Nobel, Americanas, Livraria Cultura e Fnac, que atuam em lojas físicas (localizadas em grande maioria em shoppings ou em centros comerciais) e no e-commerce, ou ainda a Amazon, que trabalha exclusivamente em vendas online. Além disso, sebos, bancas de jornais e lojas de artigos *geek* localizados em centros comerciais também podem ser considerados concorrentes.

Para reagir a esses grandes *players*, a Los Geeks contará com o diferencial de atuar com foco em um único nicho de mercado, os *Geeks*, e também trabalhará em um atendimento especializado, de modo a aproximar o cliente do negócio, que é uma deficiência nos grandes concorrentes, visto que não trabalham um atendimento especializado, e sim, de massa. A relação entre os maiores diferenciais que podem ser considerados pontos fortes e as mais evidentes fraquezas encontradas pela organização, frente aos concorrentes, está exposto no Quadro 02.

Quadro 02 - Forças e Fraquezas - Los Geeks x Concorrentes.

| L<br>O<br>S<br><br>G<br>E<br>E<br>K<br>S                 | FORÇAS  | FRAQUEZAS   |
|--|---|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Foco em um único nicho de mercado.</li> <li>▪ Atendimento especializado.</li> <li>▪ Maior aproximação com o cliente.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Marca ainda não consolidada.</li> <li>▪ Não atuante no e-commerce.</li> </ul>  |
| C<br>O<br>N<br>C<br>O<br>R<br>R<br>E<br>N<br>T<br>E<br>S | FORÇAS  | FRAQUEZAS   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Marcas consolidadas e referências no mercado de livros.</li> <li>▪ Fortes no e-commerce.</li> <li>▪ Promotoras de eventos de lançamentos de livros, o que atrai o consumidor.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Atendimento de massa, ou seja, do mesmo modo para diferentes públicos.</li> <li>▪ Não há foco em um nicho específico.</li> </ul> |

Fonte: Elaborado pelos autores

Os principais fornecedores de uma livraria são as editoras que possuem os direitos autorais dos livros. Segundo pesquisas<sup>15</sup>, uma livraria no início de suas atividades pode conseguir descontos de 30% a 35% com as editoras, levando em consideração que os preços dos livros são tabelados. Por esse motivo a Los Geeks pode se deparar com preços não tão competitivos, dessa maneira o poder de barganha dos fornecedores é grande. Sendo assim, a Los Geeks atuará com um variado número de fornecedores para ampliar as opções de títulos disponibilizados aos clientes.

O poder de barganha dos clientes está baseado na quantidade de livrarias convencionais disponíveis no mercado, principalmente pelas grandes redes conhecidas, que em razão disso conseguem oferecer além da venda dos livros, venda de outros produtos e também serviços de conveniência, como por exemplo cafeteria. Entretanto, a Los Geeks oferecerá serviço voltado para um público

<sup>15</sup> Clube Literário: Disponível em: <<http://clubeliterario.webnode.pt/como-abrir-e-montar-uma-livraria/>> Acesso em 14 de março de 2017.

específico, e que não possui um concorrente direto que ofereça a mesma coisa, dessa maneira o poder de barganha dos clientes diminui.

Ao analisar o mercado de livrarias e de *food trucks* nota-se um investimento relativamente baixo, o que pode facilitar a entrada de novos concorrentes. Segundo o Infomoney<sup>16</sup> o investimento inicial para abrir a franquia de uma livraria pode variar de R\$ 38 mil a R\$ 300 mil. Já para abrir um *food truck*, de acordo com SEBRAE<sup>17</sup>, o investimento é entre R\$ 50 mil a R\$ 70 mil ou chegar a montantes mais altos, em torno de R\$ 200 mil, dependendo da tecnologia utilizada, das adequações de suspensão e freios para tolerar o peso dos equipamentos instalados. Vale levar em consideração que a Los Geeks precisará de menos equipamentos para funcionar do que um *food truck* convencional, barateando os custos com as adequações do *truck*.

A Los Geeks trabalhará com um nicho específico de mercado e possuirá uma equipe de atendimento em constante treinamento e atualização, de modo a criar uma barreira de entrada para novos concorrentes. Outras barreiras são as licenças municipais e de atuação em espaços privados, pois para iniciar um negócio é necessário constituir empresa e obter concessão da prefeitura que deve avaliar e autorizar o uso do equipamento (veículo).

Partindo do pressuposto de que o hábito de leitura dos *Geeks* é um passatempo, os produtos substitutos são outros *hobbies* desses clientes, como por exemplo: acessar blogs, sites e assistir vídeos, filmes e séries sobre o universo *geek*. Com a popularização do universo *geek* há o conseqüente aumento de pessoas interessadas nesta cultura, possibilitando que haja público para os diversos segmentos citados. Apesar de serem substitutos dos livros, muitos sites e blogs tratam recorrentemente de livros em suas pautas. Os livros também podem ganhar força quando são adaptados em filmes e séries.

---

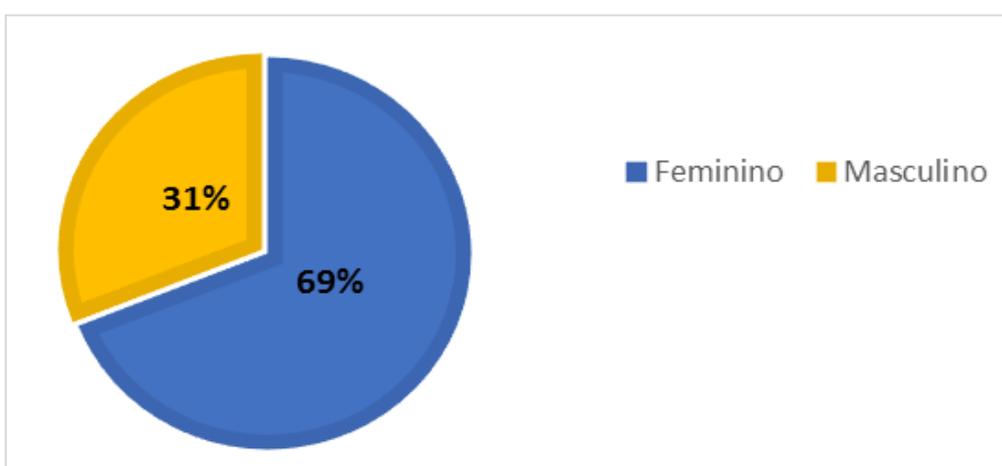
<sup>16</sup> Infomoney: Disponível em: <<http://www.infomoney.com.br/franquias/noticia/2664895/veja-franquias-livraria-papelaria-que-custam-partir-mil>> Acesso em 16 de março de 2017.

<sup>17</sup> SEBRAE: Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/food-truck-uma-nova-tendencia,d128e6f7c633c410VgnVCM2000003c74010aRCRD>> Acesso em 16 de março de 2017.

### 3.2 Pesquisa de Campo

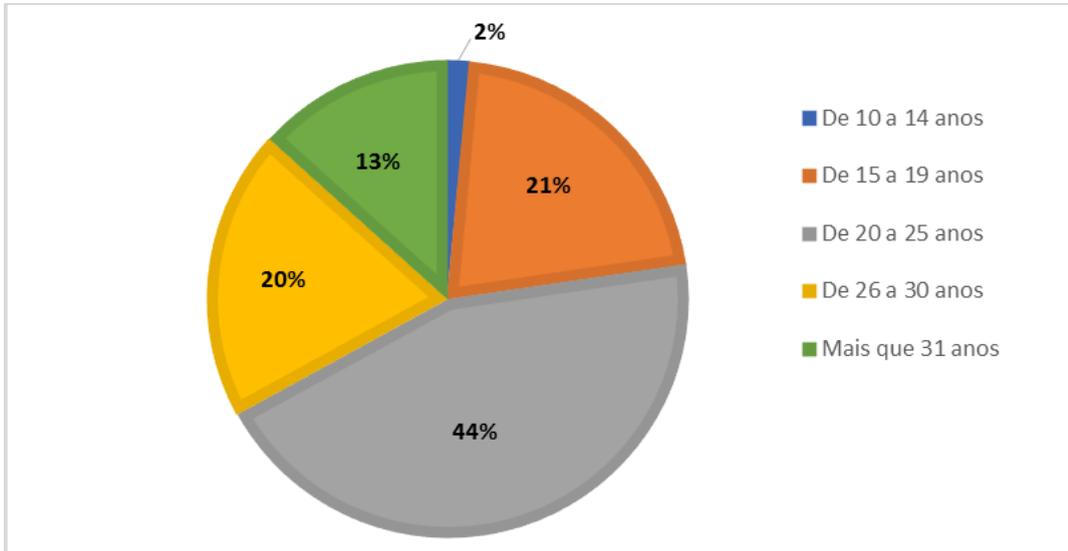
Foi realizada uma pesquisa primária com 464 respondentes com a finalidade de obter dados para embasar o lançamento de Los Geeks no mercado, bem como compreender as necessidades e desejos no público alvo. Do total de respostas obtidas, o grupo optou por excluir da pesquisa aqueles que não moravam em São Paulo (local de atuação da empresa) e aqueles que afirmaram não ter ido a nenhuma livraria nem ter lido/comprado nenhum livro no último ano. Deste modo, os dados consolidados resultaram em 203 respondentes, sendo 69% de público feminino e 31% masculino, com idade predominante entre 20 e 25 anos, como apontado nos Gráficos 01 e 02. Vale ressaltar que parte das respostas foram obtidas em grupos do Facebook para o público *geek*.

Gráfico 01 – Qual é o seu gênero?



Fonte: Elaborado pelos autores

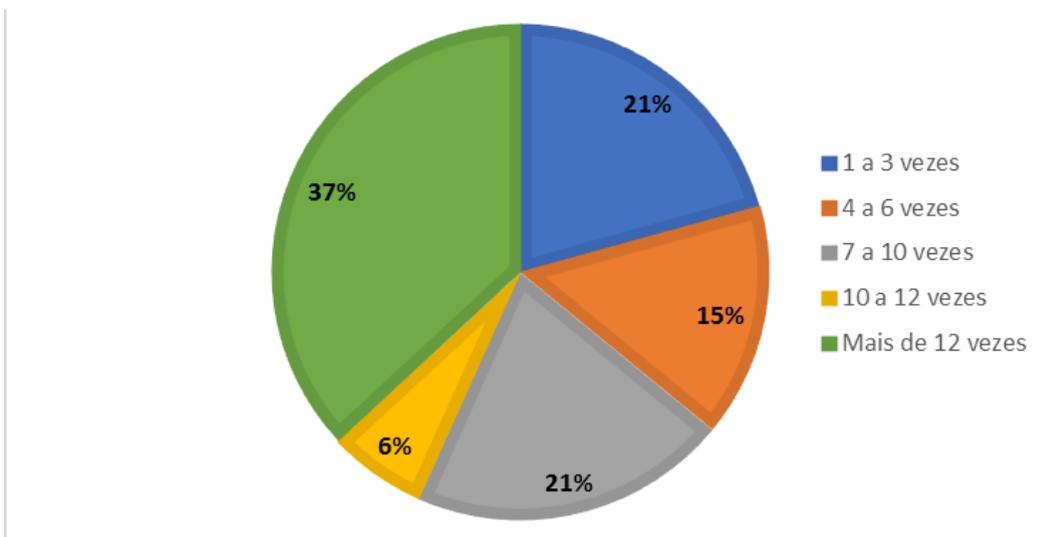
Gráfico 02 – Qual é a sua idade?



Fonte: Elaborado pelos autores

De acordo com o Gráfico 03, cerca 37% das pessoas afirmou ter ido mais de 12 vezes as livrarias no último ano, apesar do crescimento do *e-commerce*.

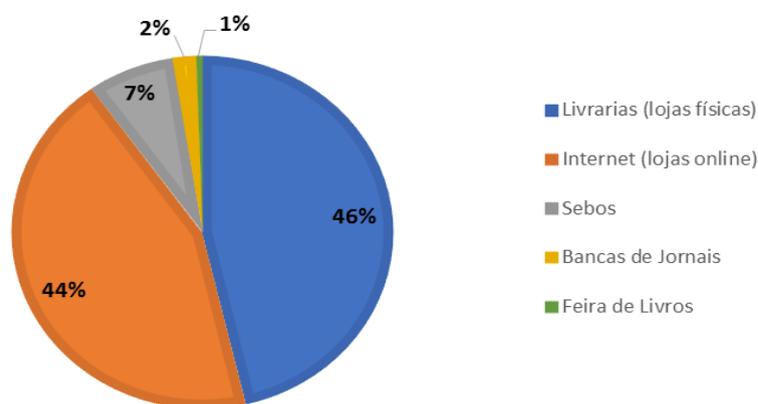
Gráfico 03 - Quantas vezes você foi a livrarias no ano passado?



Fonte: Elaborado pelos autores

Apesar da considerável ascendência do e-commerce há uma porcentagem considerável de visitas em livrarias, havendo, portanto, público para os dois mercados. Pode-se observar no Gráfico 04 que não há grande discrepância entre preferência de comprar em lojas físicas ou virtuais, sendo, respectivamente, 46% e 44%. Os outros 10% se dividem entre sebos, bancas de jornal e feiras de livros.

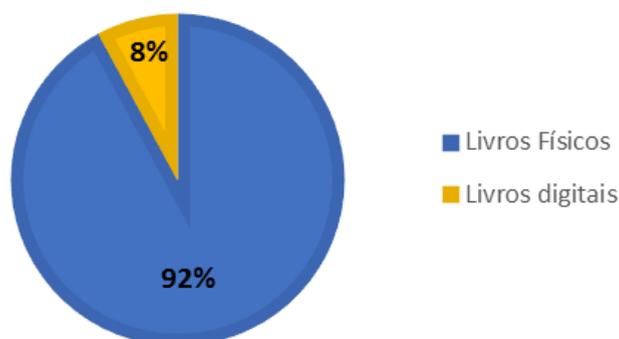
Gráfico 04 - Qual local você compra livros com mais frequência?



Fonte: Elaborado pelos autores

Atualmente os livros digitais ganharam forças e se tornaram populares, porém não tiraram o lugar dos livros físicos. Essa preferência fica clara no Gráfico 05, em que 92% dos entrevistados preferem ler livros físicos.

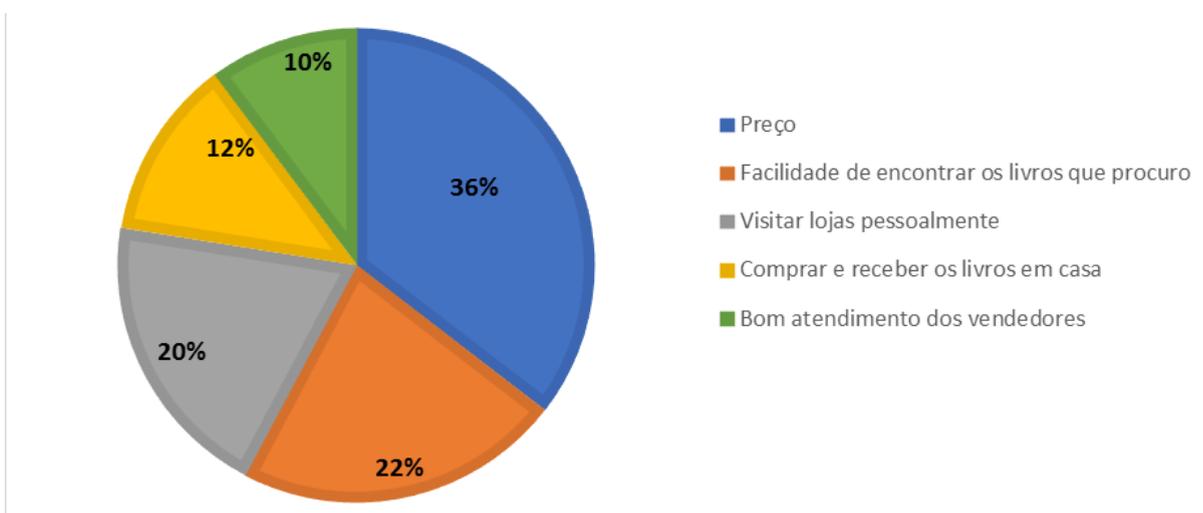
Gráfico 05 - Qual é a sua preferência de leitura?



Fonte: Elaborado pelos autores

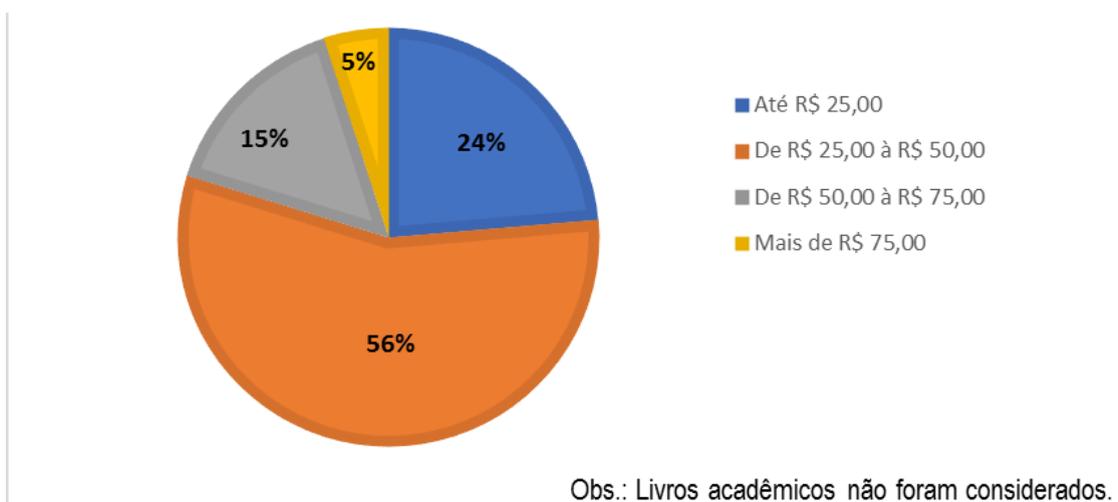
Outro dado apurado é que no processo decisório para comprar um livro, 20% dos respondentes consideram a visita em lojas ou livrarias e 10% um bom atendimento, como se verifica no Gráfico 06. Além disso, nota-se no Gráfico 07 que 56% alegaram que pagaram entre R\$25,00 e R\$50,00 no último livro consumido.

Gráfico 06 - O que você considera na hora de comprar um livro?



Fonte: Elaborado pelos autores

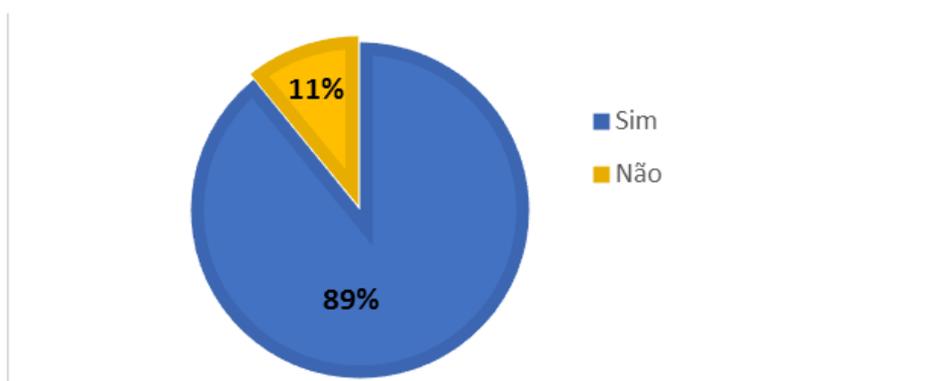
Gráfico 07 - Quanto você pagou no último livro que comprou?



Fonte: Elaborado pelos autores

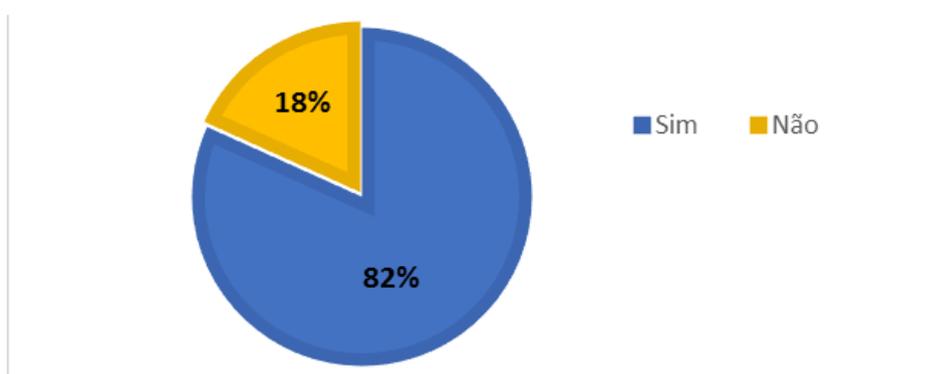
Ao serem questionados sobre a quantidade de livros lidos no último ano, 40% dos respondentes afirmou ter lido entre 1 e 3 livros, 22% entre 4 e 6 livros, 15% leram entre 7 e 9 livros, 5% leram de 10 a 12 livros e 18% afirmou ter lido mais de 12 livros. A pesquisa também revelou, conforme os Gráficos 08 e 09, que a grande maioria dos entrevistados concordaria em comprar livros em um *truck* assim como participariam de eventos *geek*

Gráfico 08 – Você compraria livros em um *truck*?



Fonte: Elaborado pelos autores

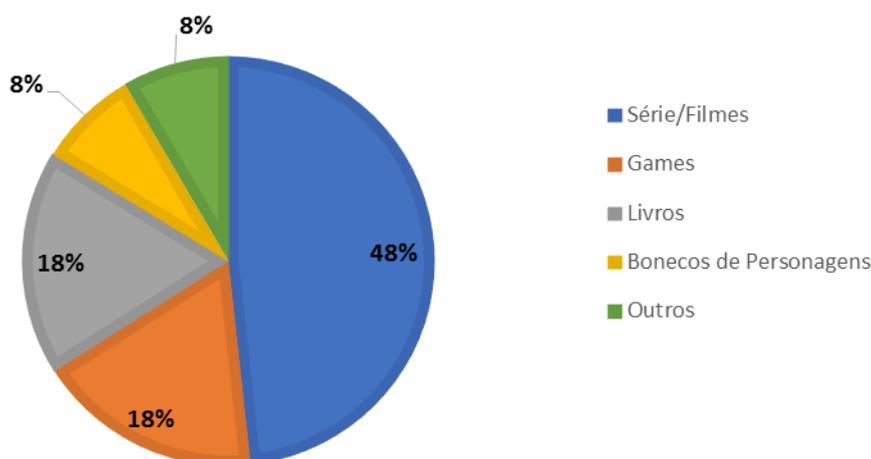
Gráfico 09 - Você iria a eventos / encontros *geek*?



Fonte: Elaborado pelos autores

Ainda sobre os dados obtidos por meio da pesquisa primária, o Gráfico 10 mostra a preferência dos respondentes sobre assuntos do universo *geek*. Os resultados mostram que 48% têm como preferência as séries e filmes, que cada vez mais são adaptações de livros, e impulsionam as vendas do mercado literário, como aponta o Estadão<sup>18</sup>. Na mesma pergunta a preferência por games e livros é a mesma, com 18% cada. Bonecos de personagens e outros assuntos obtiveram a preferência de 8% cada.

Gráfico 10 - Qual o tema mais interessante no universo *geek*?



Fonte: Elaborado pelos autores

Para que haja um bom relacionamento e que as expectativas dos consumidores sejam alcançadas, é necessário aprofundar e saber o que o público espera e também, a viabilidade do negócio. A Los Geeks será uma livraria especializada no público *geek*, um público com exigências e gostos específicos. Desta forma, os dados obtidos na pesquisa mostram que existe a disposição e o desejo do público alvo de consumir produtos deste segmento e a alta aprovação de realizar a compra de livros em um local não convencional, levando à conclusão de que a Los Geeks é uma nova modalidade de mercado com grande potencial.

<sup>18</sup> Estadão: Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,venda-de-livros-aumenta-com-adaptacoes-de-filmes,523885>>. Acesso em: 05 de abril de 2017.

### 3.3 Delimitação da Estratégia Organizacional

O setor de *food trucks* tem crescido tanto no Brasil, como no mundo. Espera-se que esse mercado movimente em 2017 cerca de U\$2,7 bilhões apenas nos Estados Unidos, como foi divulgado pelo SEBRAE<sup>19</sup>. Considerando a ascensão desse mercado e a carência de atividades relacionadas ao público *geek*, a Los Geeks identificou a oportunidade de aproveitar o sucesso do *trucks* e lançar um negócio para o público *geek*, por meio da venda de livros.

A partir do Quadro 03, pode-se analisar as atividades primárias e as atividades de suporte da empresa.

Quadro 03 - Cadeia de Valor



Fonte: Elaborado pelos autores

<sup>19</sup> SEBRAE: Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/o-mercado-de-food-trucks,2e491bc9c86f8510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 15 de março de 2017.

Essas atividades podem ser descritas da seguinte forma:

### **Atividades Primárias**

- **Logística de entrada:** Será relacionada aos processos de recebimento, controle de estoque e de transporte dos livros comprados.
- **Operações:** Envolverá a retirada do produto do estoque e o carregamento do *booktruck*.
- **Logística de saída:** Venda dos livros e atendimento aos clientes de acordo com os eventos e lugares onde o *truck* ficará estacionado. Esta etapa nos diferencia da concorrência tanto pelo atendimento especializado quanto pelo aspecto da loja, que é um *truck* que pode estar em diferentes pontos da cidade.
- **Marketing e Vendas:** Divulgação nas principais redes sociais, estabelecimentos comerciais voltados a esse público, presença em eventos como feiras, pré-estreias e lançamentos de livros/filmes destinados a esse público.
- **Serviços:** Acompanhamento de tendências, atendimento diferenciado e indicações de livros, incluindo apoio ao cliente em solução de possíveis dúvidas e pesquisa de satisfação.

### **Atividades de apoio**

- **Infraestrutura da Empresa:** Compreende as área administrativa-financeira, contabilidade e atividades ligadas à manutenção do caminhão.
- **Gerência de Recursos Humanos:** Recrutamento e seleção de profissionais qualificados e interessados em trabalhar na área; remuneração e benefícios; treinamento e desenvolvimento dos colaboradores.
- **Aquisição:** Processos de negociação com as editoras para o fornecimento dos livros, prazos de entrega e pagamento, bem como a busca por novos fornecedores e parceiros para publicidade, como blogs, sites e estabelecimentos comerciais.
- **Desenvolvimento tecnológico:** Está atividade visa a pesquisa de lançamentos do mercado editorial, tendências do mercado *geek* e melhoria contínua de processos.

### 3.4 Criação do Mapa Estratégico e BSC

Segundo Kaplan e Norton (2004) o BSC – *Balanced ScoreCard* fornece um modelo que mostra como a estratégia liga os ativos intangíveis a processos que geram valor, por meio das perspectivas financeira, do cliente, dos processos internos e de aprendizado e crescimento.

O Quadro 04 foi constituído com base na perspectiva do BSC e representa um modelo de gestão que irá ajudar a Los Geeks a traçar estratégias.

Quadro 04 - Mapa estratégico

|   | OBJETIVOS  | INDICADOR   | METAS   | INICIATIVAS   |
|---|--|---|---|---|
| <b>Perspectiva Financeira</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar as vendas.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Volume de vendas (R\$). Periodicidade: mensal.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar a receita líquida anual em 15%.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Atrair de novos clientes.</li> <li>Divulgar a marca.</li> </ul>  |
| <b>Perspectiva do Cliente</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar a satisfação do cliente.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nº de curtidas em redes sociais / nº de seguidores. Periodicidade: mensal.</li> <li>Resultado de vendas / nº de participações em eventos. Periodicidade: mensal</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Obter 5.000 curtidas no Facebook e 5.000 seguidores no Instagram no primeiro semestre.</li> <li>Participar de 4 eventos por semestre.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Fidelizar clientes.</li> <li>Pesquisar tendências (livros, HQs, filmes, etc.).</li> </ul>                                      |
| <b>Perspectiva dos processos internos</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar a eficácia dos processos internos.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Quantidade de treinamentos (em horas). Periodicidade: mensal.</li> <li>Revisão de processos (processos revisados / processos existentes). Periodicidade: semestral.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Treinar de 100% dos colaboradores.</li> <li>Mapear 100% dos processos.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborar cronograma de treinamentos.</li> <li>Mapear e otimizar processos.</li> </ul>  |
| <b>Perspectiva do aprendizado e crescimento</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Proporcionar uma estrutura agradável para os clientes.</li> <li>Antecipar novidades sobre livros Geek.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pesquisa de satisfação (funcionários). Periodicidade: semestral.</li> <li>Feedback dos clientes (pesquisa de satisfação) Periodicidade: por evento.</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar pesquisa de satisfação com 100% dos funcionários.</li> <li>Obter 90% da satisfação dos clientes.</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Elaboração de planos de remuneração fixa e variável.</li> <li>Promover ações promocionais nos eventos frequentados.</li> </ul> |

Fonte: Elaborado pelos autores

### 3.5 Delimitação dos KPI's - Indicadores Chave de Performance

Os KPI's da Los Geeks serão os indicadores do mapa estratégico, e visam o controle e mensuração dos resultados da empresa, sejam positivos ou negativos, e serão norteadores para as tomadas de decisão.

- **Volume de vendas (R\$)** – Será realizado pelo departamento financeiro, por meio das demonstrações contábeis. Periodicidade: mensal.

- **Nº de curtidas em redes sociais / nº de seguidores** – Este indicador possibilita medir o crescimento que a marca apresenta nas redes sociais, proporcional ao

número de seguidores. Será possível acompanhar a evolução com que a marca é divulgada para potenciais clientes e quais ações e assuntos mais repercutem nas redes sociais, para que sejam reforçadas. Periodicidade: mensal.

- **Resultado de vendas / nº de participações em eventos** – Esse indicador apresentará o número de eventos que a Los Geeks participou e qual o resultado de vendas em cada evento, possibilitando identificar qual tipo de evento traz maior número de vendas. Periodicidade: mensal.

- **Quantidade de treinamentos (em horas)** – Este indicador visa manter o controle de treinamentos que são realizados para os funcionários, para que estes se mantenham atualizados e mantenham um padrão de atendimento. Periodicidade: mensal.

- **Revisão de processos (processos revisados / processos existentes)** – O objetivo desse indicador é identificar *gaps* e gargalos nos processos existentes e fortalecer a otimização de processos e ações de melhoria contínua. Periodicidade: semestral.

- **Pesquisa de satisfação (funcionários)** - A meta da pesquisa é que seja respondida por todos os funcionários. A avaliação será em uma escala de nota 1 a 5, sendo 1 “insatisfeito” e nota 5 “muito satisfeito”. É desejável que a média de notas seja 4 ou superior. Periodicidade: semestral.

- **Feedback dos clientes (pesquisa de satisfação)** – Se dará por meio de uma pesquisa rápida com clientes que realizarem compras em eventos. O atendimento será avaliado com as seguintes opções: “ótimo”, “bom”, “regular” ou “ruim”. É desejável que 90% das avaliações sejam “ótimo” ou “bom”. Periodicidade: por evento.

### 3.6 Análise e diagnóstico da viabilidade estratégica

Baseado no cenário de mercado identificado, na análise das forças de Porter (1986) construída e na análise do público-alvo da empresa por meio de pesquisa primária, pode-se classificar um mercado competitivo, porém de possível atuação, visto que os mercados de *food truck* e *geek* apresentam crescimento, de forma a ampliar a quantidade de pessoas interessadas.

Na pesquisa, foi constatado que o público *geek* deseja ter mais acessibilidade a livros e mais informações sobre as tendências e eventos para eles. A grande disponibilidade de fornecedores e parceiros contribui para que os produtos tenham menores preços. Analisando os concorrentes, foi constatado que são conhecidos, porém existe uma necessidade que ainda não foi satisfeita neste mercado.

Conclui-se que, a viabilidade do negócio se dá pela conexão entre a tendência de crescimento do mercado de *food truck* e também do mercado *geek*. Partindo disso, a vantagem competitiva se encontrará na diferenciação ao vender produtos e fornecer informações para os clientes.

## 4 VIABILIDADE OPERACIONAL

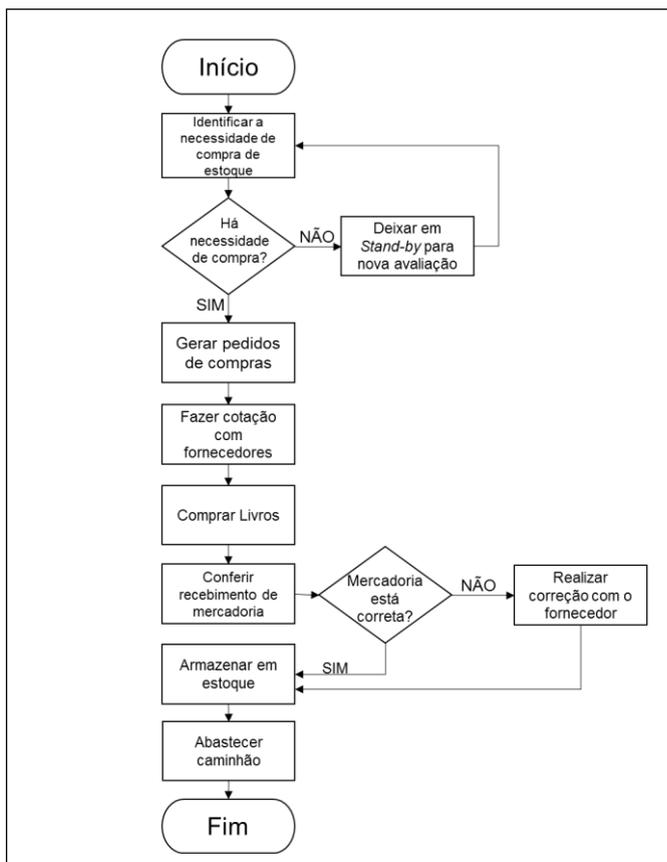
### 4.1 Plano Operacional

De modo a mensurar a viabilidade organizacional da Los Geeks se fará o uso de conceitos operacionais, que ajudam a mapear o modelo de negócio adequado para as operações e também identificar riscos a serem superados.

#### 4.1.1 Fluxograma dos processos operacionais

O fluxograma pode ajudar nas tomadas de decisões iniciais, na adequação do layout, instalações, de modo a atender as necessidades operacionais de forma lógica. Na Figura 01 será demonstrado o fluxo operacional do processo de compra.

Figura 01 - Processo de Compra de Estoque



Fonte: Elaborado pelos autores

#### 4.1.2 Layout ou arranjo físico

A Los Geeks possuirá um escritório próprio, em uma sala comercial de aproximadamente 60m<sup>2</sup> que contará com uma recepção para atender seus potenciais fornecedores. No local terá uma sala para possíveis reuniões, a parte operacional do escritório estará distribuída na parte principal do escritório com baias compartilhadas para os colaboradores, conforme Figura 02. Conterá também com uma sala que servirá para o departamento de estoque.

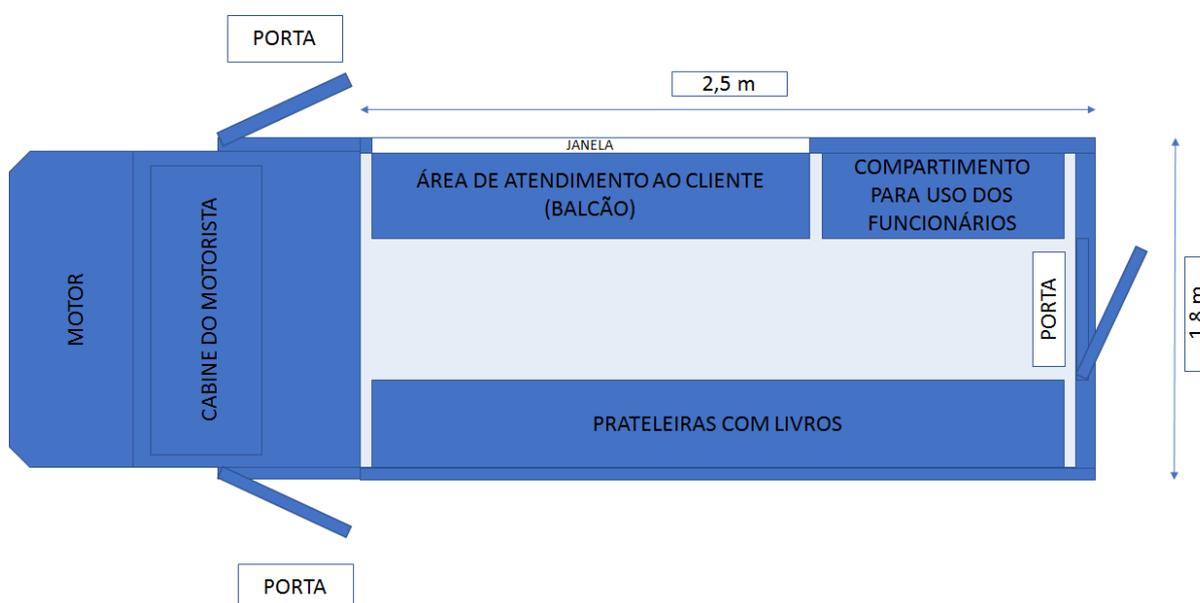
Figura 02 – *Layout* do escritório.



Fonte: Elaborado pelos autores

O caminhão terá seu interior customizado para armazenar os livros de forma adequada, de acordo com a Figura 03.

Figura 03 – Layout do truck.



Fonte: Elaborado pelos autores

#### 4.1.3 Projeção da capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços

Para a determinação da capacidade de atendimento da Los Geeks, considerou-se 2 atendentes, de modo que a quantidade de pessoas que podem ser atendidas diariamente, com estimativa de atendimento de 5 minutos por pessoa, será de cerca de 192 pessoas, totalizando ao final do mês (30 dias) 5.760 pessoas. Essa é a quantidade máxima de atendimentos que podem ser realizadas.

Para que a fosse estipulada a capacidade máxima de produtos dentro do *truck*, foi considerado cerca de um terço do baú do caminhão ( $3\text{m}^3$ ) que tem as seguintes dimensões: comprimento: 2,50 m; largura: 1,80 m; altura: 2 m; totalizando  $9\text{m}^3$ . A capacidade média de livros que estará disponível no caminhão será cerca de 3.478 livros (foi considerado o volume médio de  $0,0008625\text{m}^3$  por livro). Contudo, a Los Geeks não fará uso de toda a capacidade do *truck* (3.478 livros), visto que o caminhão pode ser reabastecido diariamente, e que em um dia de trabalho é previsto que sejam atendidas, no máximo 192 pessoas.

#### **4.1.4 Gestão dos principais fornecedores**

Serão analisados os seguintes pontos para que os fornecedores ideais sejam escolhidos e inseridos na cadeia de abastecimento do negócio, capacidade produtiva, localização, preço, qualidade, condições de pagamento, confiabilidade e prazo médio de entregas. Os principais fornecedores de livros da Los Geeks serão editoras como Intrínseca, Saraiva, Globo, Oxford do Brasil, Aleph, entre outras.

De acordo com o SEBRAE<sup>20</sup>, as editoras comercializam os seus títulos no sistema de consignações, onde a loja quita o débito apenas após a venda, sendo que os encalhes são devolvidos sem custos adicionais, desde que os livros estejam em bom estado de conservação.

#### **4.1.5 Plano de estocagem de materiais da organização**

Para o plano de estocagem da empresa será utilizado um sistema informatizado de estoque para determinar a quantidade e os títulos que serão comprados, baseada em futuras demandas. O estoque contará com um sistema de margem de segurança de 10% de cada tipo de livro individualmente, evitando a possibilidade de falta e as quantidades específicas de cada produto serão estudadas conforme a demanda.

Após a compra, o estoque será armazenado na sede da empresa para melhor controle. Os livros deverão ser estocados por títulos e codificados de maneira padronizada para facilitar o acesso e ter uma melhor organização, tendo assim resposta rápida à problemas com preço ou fornecimento do produto, além de que um estoque bem posicionado irá reduzir custos e melhorar o controle da quantidade de produtos disponíveis.

A penúltima etapa será registrar os livros que serão abastecidos no caminhão, e ao efetuar a venda do produto será dada a baixa no estoque da sede.

---

<sup>20</sup> SEBRAE. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-livraria,33987a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 10 de maio de 2017.

#### **4.1.6 Plano logístico e de distribuição do produto ou serviço.**

A empresa possuirá sede, estoque e garagem que serão localizados na região de Santo André, bem como por ser a região com fácil acesso à maioria dos clientes e também por ter uma boa localização. O *truck* será o principal ponto de distribuição, sairá todos os dias de sua sede e terá paradas em locais de São Paulo, como por exemplo, perto de estabelecimentos comerciais, parques e eventos *geek*, etc. A Los Geeks utilizará também do sistema de correios, esporadicamente, para fazer entregas.

Para transitar nas ruas deve-se solicitar junto a Prefeitura do Município de São Paulo o termo de Permissão de Uso (TPU), que delibera a livre circulação e comercialização do *truck*. Para a transformação e fabricação de veículos será necessário o Certificado de adequação à legislação do trânsito (CAT) e para mudanças nas características originais do veículo, deverá ser concedida a Autorização Prévia (Lei no 9503 de 23/09/97, Art. 98) pelo DETRAN-CIRETRAN.

#### **4.1.7 Política de controle de qualidade**

A política de qualidade da empresa, cujo conteúdo será exposto abertamente para aos clientes será:

“Nós, da Los Geeks, temos como política de qualidade atender as necessidades dos nossos clientes, através da melhoria dos processos operacionais, visando o crescimento da nossa empresa e do relacionamento com os nossos clientes. Para que os objetivos sejam alcançados, contamos com o treinamento contínuo da nossa equipe, aumentando a expertise do operacional e construindo uma marca sólida e com alto grau de excelência no mercado.

Nossa empresa sempre visa a eficácia dos procedimentos internos, possuindo um controle de qualidade com normas nos padrões requeridos pelos sistemas de qualidade e gerenciamento.

Para garantir que nossa empresa esteja sempre de acordo com os padrões exigidos pelos nossos clientes, frequentemente serão feitos treinamentos com os funcionários, pesquisas de satisfação de atendimento, além dos conceitos como o 5'S e o sistema Toyota de produção (7 desperdícios), avaliando a falta do produto

conforme o índice de rotação de estoque. Otimizando todo o processo, sempre voltado para a qualidade e redução de custos e voltando esses investimentos para a motivação dos nossos funcionários. ”

#### **4.2 Estimativa de gastos operacionais**

Os gastos serão concentrados na aquisição de um caminhão, nas adequações necessárias para funcionamento, gastos com regularização de documentos, compra de estoque, entre outros. Estes itens serão detalhados no capítulo 7, referente à viabilidade financeira.

#### **4.3 Análise e diagnóstico da viabilidade operacional**

Foi identificada a viabilidade do negócio e um local apropriado para as instalações escritório, estoque e garagem, onde será possível fácil acesso aos eventos *geek*, aos principais pontos de parada e demais locais necessários, de modo a facilitar o sistema operacional da empresa.

Outros pontos analisados foram a demanda, onde o modelo de vendas será facilmente instalado, com poucos funcionários e um processo simplificado que facilitará a logística interna e eliminará a necessidade de muito estoque. Foram selecionados fornecedores que mais se adequam ao processo de vendas de livros, onde o portfólio já foi escolhido e o processo de vendas foi estabelecido com pouca complexidade.

O veículo foi definido e analisado conforme o trabalho, concluindo que o mesmo terá capacidade de armazenamento suficiente para a realizar a operação da empresa. Com isso conclui-se que a operacionalização é viável, considerando todos os dados utilizados na análise e a partir dos conceitos estudados.

## 5 VIABILIDADE MERCADOLÓGICA

### 5.1 Plano de Marketing

#### 5.1.1 Formalização do perfil médio do cliente consumidor da empresa

De acordo com a matéria do portal Exame<sup>21</sup>, a maior fatia do público *geek* tem, em média entre 18 a 34 anos, o que confirma a pesquisa de mercado realizada pelos sócios da Los Geeks, onde 64% do público possui de 20 a 30 anos, sendo que a grande maioria é do gênero masculino. Com base nessas informações conclui-se que é um público jovem, conectado às novidades do mundo tecnológico e possui grau alto de instrução.

#### 5.1.2 Descrição das características principais dos produtos ofertados pela empresa

Os produtos do negócio em questão, serão a venda de livros voltados para o público *geek*. A Los Geeks visa ofertar os benefícios que a leitura proporciona, como a cultura, o lazer e o entretenimento. O ambiente frequentado por pessoas com o mesmo gosto é um benefício complementar ao produto vendido.

---

<sup>21</sup> Exame. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/negocios/dino/um-ano-de-calendario-geek-sera-comemorado-com-festa-dino89086193131/>>. Acesso em 12 de maio de 2017.

### 5.1.3 Desenvolvimento e análise da Matriz BCG

Para a análise da matriz BCG, que aborda as variáveis crescimento de mercado e de participação de mercado, a Los Geeks identificou dois pontos aplicáveis ao negócio: vacas leiteiras e estrela, conforme a Figura 04.

**Vacas Leiteiras:** Os produtos considerados como vaca leiteira são os que possuem alto retorno financeiro, sem grande esforço de venda ou estratégias de marketing, por isso para a Los Geeks o produto que atende à estas características são os livros de ficção, pois são os de maior preferência do público em geral, sendo assim o de maior saída.

**Estrela:** Os produtos que se enquadram nessa categoria, são os que possuem grande participação no mercado, porém necessitam de maiores investimentos, como ações e marketing por exemplo. Os HQ's são considerados estrelas neste caso, pois são comprados peLos Geeks, mas não tem grande saída para o público que não conhece este tipo de leitura.

Figura 04 – Análise da matriz BCG.



Fonte: Elaborado pelos autores

#### 5.1.4 Segmentação de mercado

Segundo Kotler e Keller (2013) é necessário que a empresa estabeleça um programa de marketing para o reconhecimento das diferenças entre clientes. Para isso, foram analisadas as variáveis segmentação que se mais se adequam à Los Geeks, que são: geográfica e psicográfica.

A segmentação geográfica diz respeito às localidades em que a empresa atuará, como a Los Geeks se restringirá em atender somente na cidade de São Paulo, ela se enquadra nesse tipo de segmentação.

A segmentação psicográfica divide os compradores de acordo com sua personalidade ou estilo de vida, com base nisso, definiu-se que parte da segmentação de mercado da empresa é psicográfica, pois o movimento *geek* é um estilo de vida.

#### 5.1.5 Determinação do preço

Os preços de livros são tabelados. Como já citado em capítulos anteriores as editoras detém os direitos autorais dos livros e com isso não há tanta diferença de uma loja para outra. O posicionamento no mercado adotado pela Los Geeks será a diferenciação, que é atender um público específico, com estoque atualizado e bem abastecido, para conquistar a fidelidade de seus clientes, que estão dispostos a arcar financeiramente por isso.

O Painel das Vendas de Livros no Brasil, elaborado pela Nielsen<sup>22</sup> afirma que o preço médio de um livro é de R\$ 38,66, e segundo a o site Superinteressante<sup>23</sup> as livrarias ficam com 40% do valor da venda dos livros. Tomando como base esses dados a Los Geeks trabalhará com estas médias, elevando apenas o valor do livro para 40,00, já que os livros direcionados a este público costumam ser mais caros que a média.

---

<sup>22</sup>Nielsen. Disponível em: <<http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2017/01/SNEL-13-2016-13T.pdf>>. Acesso em 08 de maio de 2017.

<sup>23</sup> Superinteressante. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/cultura/por-que-o-livro-e-carro-no-brasil/>>. Acesso em 20 de maio de 2017.

A Nielsen<sup>24</sup> também aponta que o preço médio do livro apresentou aumento de 8,93%, passando de R\$ 35,49 em 2015 para R\$ 38,66 em 2016. Deste modo, a Los Geeks aplicou a mesma proporção de aumento no preço de venda dos livros para os próximos 05 anos, como é apresentado na Tabela 01.

Tabela 01 – Preço do Livro

| <b>Reajuste no Preço de capa do Livro</b> |           |
|---|-----------|
| Preço médio do livro - 2015               | R\$ 35,49 |
| Preço médio do livro - 2016               | R\$ 38,66 |
| <b>Preço ajustado por Los Geeks</b>       |           |
| Ano 01                                    | R\$ 40,00 |
| Ano 02                                    | R\$ 43,57 |
| Ano 03                                    | R\$ 47,46 |
| Ano 04                                    | R\$ 51,70 |
| Ano 05                                    | R\$ 56,32 |

Fonte: Elaborado pelos autores

### 5.1.6 Criação das estratégias promocionais e das peças que serão utilizadas

As estratégias promocionais se darão nas redes sociais e em banners que serão afixados em estabelecimentos comerciais parceiros. Os temas abordados serão conteúdo de interesse do público *geek*, como por exemplo: lançamento de livros; pré-estreia de filmes; notícias sobre influenciadores digitais *geek*; sorteios e promoções.

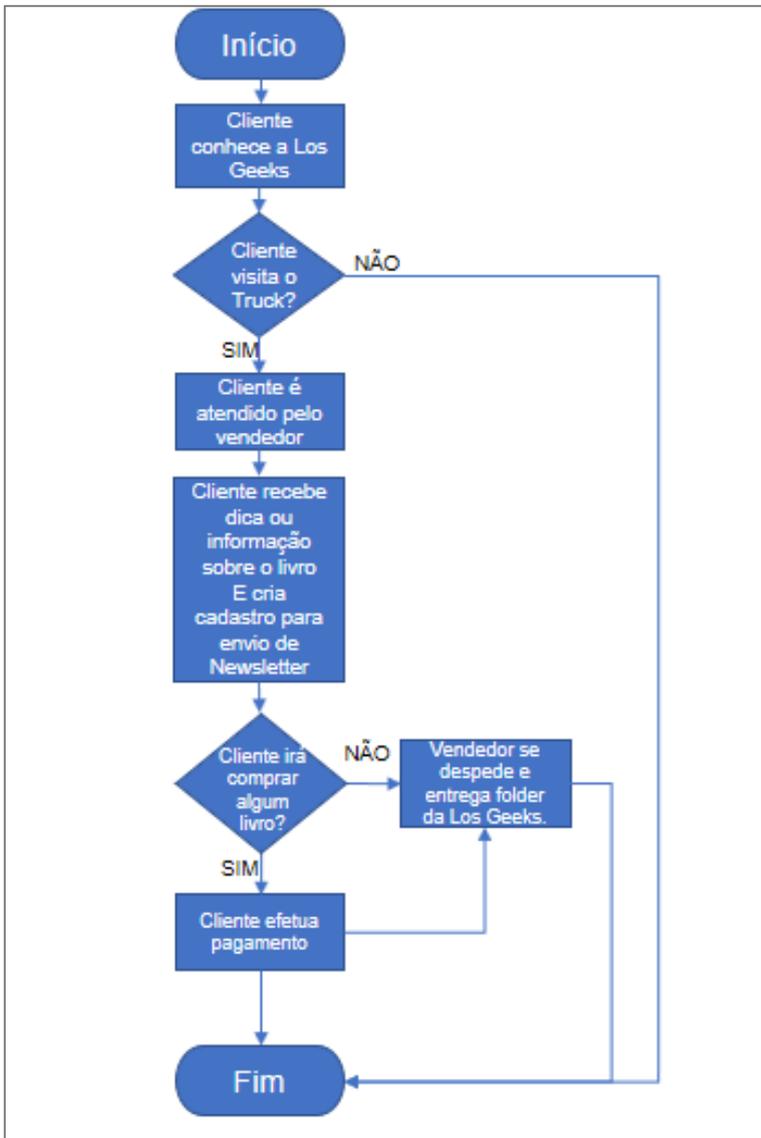
O principal meio de comunicação da Los Geeks com os clientes será a interação por meio de redes sociais, visando aumentar a aproximação dos clientes, as novidades e localização do *truck* serão divulgadas por meio da página no Facebook e Instagram. As peças publicitárias e materiais promocionais serão tratados no item “5.1.9 Gestão de marca”.

<sup>24</sup>Nielsen. Disponível em: <<http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2017/01/SNEL-13-2016-13T.pdf>>. Acesso em 08 de maio de 2017.

### 5.1.7 Fluxograma da experiência de compra dos clientes

Na Figura 05 pode-se observar o Fluxograma da experiência de compra dos clientes na Los Geeks.

Figura 05 - Fluxograma da experiência de compra



Fonte: Elaborado pelos autores

### **5.1.8 Estratégias de fidelização de clientes.**

Para fidelizar o cliente, inicialmente a Los Geeks contará com algumas ações nas redes sociais. O maior objetivo é divulgar a localização do *truck*, mas também aproximar o cliente da loja, com postagens de novidades e curiosidades sobre assuntos do mundo *geek* e estreias e pré-estreias de livros e filmes. A Los Geeks fará uma vez por mês o sorteio de um livro para os assinantes de sua *fan page*, como os livros custam em média R\$40,00, isso terá um custo anual de R\$ 480,00.

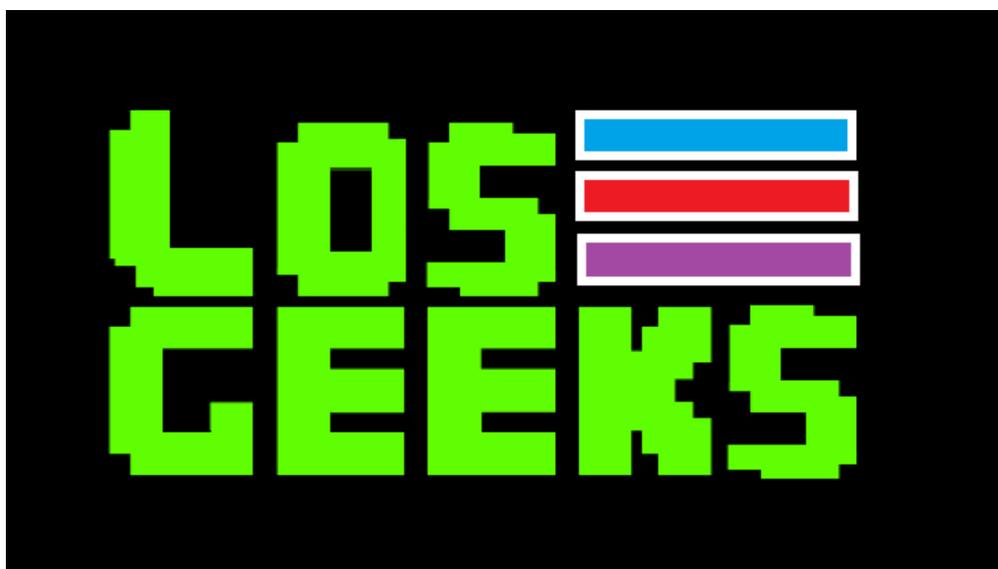
### **5.1.9 Gestão da marca.**

A Los Geeks foi criada com intuito de atender um público específico que cresceu consideravelmente nos últimos anos, os Geeks. Inicialmente a marca tem como objetivo principal atender à necessidade considerada mais importante pelos sócios, que é vender os livros de interesse do cliente. Por meio de pesquisas de campo realizadas pelos autores, foi possível concluir que este é um tipo de cliente que investe fortemente neste tipo de entretenimento, que é o prazer pela leitura.

### **5.1.10 Criação da marca e logotipo.**

Para que fosse definido o conceito da marca, inicialmente o nome da empresa foi escolhido pelos sócios e a intenção desde o início era deixar o termo “Geek” em evidência, uma vez que este é o ponto de partida da empresa. Uma das principais características do público *geek* é o fato de estarem sempre conectados e antenados em tecnologia. Deste modo, procurou-se traduzir esses aspectos no logotipo da empresa que pode ser conhecido na Figura 06.

Figura 06 – Logotipo



Fonte: Elaborado pelos autores

As letras verdes em fundo preto remetem a textos feitos em computador por meio de sistemas operacionais antigos, a exemplo do MS DOS (MicroSoft Disk Operating System).

Os recortes das letras fazem alusão ao conceito de pixel <sup>25</sup>(picture e element), que é um ponto luminoso do monitor que, juntamente com outros do mesmo tipo, forma as imagens na tela. Por ser a menor partícula de uma foto digital, pode ser usado como uma medida da qualidade das imagens.

As barras coloridas são uma representação simbólica dos livros, que são a alma do negócio. Além disso, as formas trazem as cores do sistema RGB (red, green and blue), que é utilizado no mundo digital.

A Los Geeks também terá um slogan, que será “Programados pra leitura”. Esse slogan será utilizado nas mídias sociais, nos banners, material promocional e nas peças publicitárias, como nas Figuras 07, 08 e 09. O termo “programado” foi escolhido por ser muito usado no ambiente digital, devido à programação de computadores e também porque a Los Geeks divulgará a programação das paradas que serão feitas.

---

<sup>25</sup> O que é Pixel?. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/imagem/203-o-que-e-pixel-.htm>>. Acesso em 11 de maio de 2017.

Figura 07 – Banner de divulgação



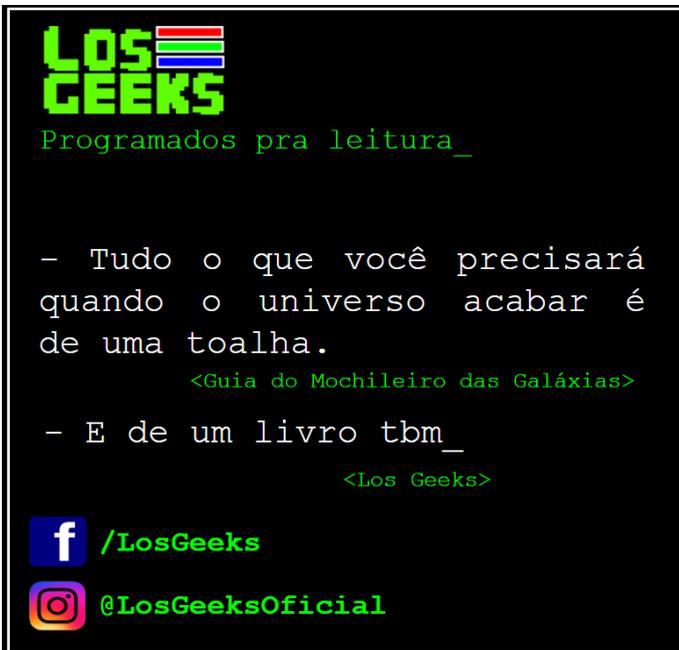
**LOS GEEKS**

Programados pra leitura\_

| PROGRAMAÇÃO  |                       |                  |
|--------------|-----------------------|------------------|
| LOCAL        | DATA                  | HORÁRIO          |
| Evento AAAAA | De dd/mm a dd/mm/aaaa | Das XXh às XXh   |
| Parque BBBBB | dd/mm/aaaa            | A partir das XXh |
| Av. CCCCC    | dd/mm/aaaa            | Das XXh às XXh   |

Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 08 – Post no Facebook



**LOS GEEKS**

Programados pra leitura\_

- Tudo o que você precisará quando o universo acabar é de uma toalha.  
 <Guia do Mochileiro das Galáxias>

- E de um livro tbm\_  
 <Los Geeks>

 /LosGeeks

 @LosGeeksOficial

Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 09 – Material Promocional – Marca Página



Fonte: Elaborado pelos autores

### 5.1.11 Posicionamento da marca

A Los Geeks se posiciona de forma prática e rápida, para oferecer as melhores opções de escolha para o público *geek* da cidade de São Paulo, ficando na lembrança dos clientes nas suas horas de lazer ou na pressa do dia-a-dia.

O diferencial é possibilitar para os clientes uma rápida compra e um fácil acesso aos seus livros prediletos, pois utilizará de um sistema dinâmico que atuará em vários endereços.

Logo, as campanhas serão voltadas para esse público, com frases descontraídas, de fácil entendimento e utilizando muito da tecnologia, causando em quem lê, curiosidade para saber mais do *truck*.

### **5.1.12 Tipificação da estratégia da marca conforme estratégias genéricas de Porter**

As estratégias genéricas de Porter (1989) são divididas em três categorias que são: liderança no custo total, diferenciação e enfoque.

Tendo em vista que a “LosGeeks” terá apenas um nicho de mercado, sua estratégia genérica será o enfoque, pois será destinado para o público *geek*. Será trabalhado o enfoque em diferenciação, tendo em vista que o *truck* oferece um sistema que atuará em vários endereços, explorando a necessidade de seus consumidores de forma que os concorrentes não fazem atualmente.

## **5.2 Previsão e mensuração da demanda**

### **5.2.1 Análise do macroambiente**

A economia é uma variável difícil de controlar, mas de acordo com a pesquisa de mercado feita, o mercado em que a Los Geeks pretende adentrar, é formado por pessoas que se mantêm estáveis no mercado de trabalho, de certa forma isso proporciona maior segurança para a empresa seguir com as atividades.

### **5.2.2 Estimativas da demanda corrente e futura**

Como não existe pesquisa que divulgue o número de *Geeks* no Brasil, foram consideradas as informações do site Publish News<sup>26</sup>. O site revela que o número de participantes da Comic Con Experience (CCXP) 2016 foi 200.000, pessoas, valor usado para definir o potencial público alvo. O site também aponta que 86% dos respondentes da pesquisa Geek Power 2016 leem livros nas suas horas livres. Assim, obteve-se a potencial demanda de 172.000 pessoas.

Nos últimos três anos o público da Comic Con Experience (CCXP) cresceu aproximadamente 106%, o que gera uma média de 35% ao ano. Mantendo a proporção de 86% do público, como potenciais clientes a demanda futura apresentará crescimento, conforme Tabela 02.

---

<sup>26</sup> Comic Con Experience. Disponível em: < <http://www.publishnews.com.br/materias/2016/12/09/cronicas-da-ccxp-entendendo-a-cultura-pop-e-os-numeros-do-entretenimento>>. Acesso em 09 de maio de 2017.

Tabela 02 – Estimativa de Demanda Futura

| Estimativa de Demanda Futura |              |                           |
|------------------------------|--------------|---------------------------|
| ANO                          | PÚBLICO CCXP | Potenciais Clientes (86%) |
| 2014                         | 97.000       | 83.420                    |
| 2016                         | 200.000      | 172.000                   |
| Ano 1                        | 270.790      | 232.880                   |
| Ano 2                        | 366.637      | 315.308                   |
| Ano 3                        | 496.409      | 426.912                   |
| Ano 4                        | 672.114      | 578.018                   |
| Ano 5                        | 910.010      | 782.609                   |

Fonte: Elaborado pelos autores

Para estimar a demanda de potenciais clientes a Los Geeks realizou uma simulação de alcance de pessoas por meio de anúncios no Facebook, apresentado na Figura 10 e também na Linha Verde do Metrô de São Paulo.

Figura 10 – Simulação de anúncios no Facebook

**Orçamento e programação**  
Defina quanto você gostaria de gastar e quando gostaria que seus anúncios fossem exibidos. [Saiba mais.](#)

Orçamento  Orçamento diário   
R\$ 15,00 BRL

O valor real gasto diariamente pode variar.

Programação  Veicular meu conjunto de anúncios continuamente a partir de hoje  
 Definir uma data de início e de término

Início    
Término    
(Horário de São Paulo)

Seus anúncios serão veiculados por **31 dias**. Você não gastará mais de **R\$ 465,00**.

Otimização para veiculação de anúncio

**Tamanho do público**  
Seu público foi definido.  
Específico Amplo  
Alcance potencial: 7.400.000 de pessoas

**Estimativa de resultados diários**  
Alcance  
42.000 – 140.000 (de 21.000.000)

A precisão das estimativas é baseada em fatores como dados de campanha anteriores, o orçamento inserido e dados de mercado. Os números são fornecidos para dar a você uma ideia de desempenho do seu orçamento, mas são apenas estimativas e não garantem resultados.  
Essas estimativas foram úteis?

Fonte: Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ads/manager/creation/creation/?act=517390525045718&pid=p1>>. Acesso em 20 de maio de 2017.

Com os anúncios feitos no Facebook, a publicação seria vista por 2.821.000 pessoas por mês. Esse valor foi obtido por meio da média de pessoas alcançadas por dia vezes o número de dias anunciados. Já os anúncios do metrô seriam vistos por 12.435.667 pessoas por mês. Esse valor foi obtido ao dividir o número de usuários da linha Verde do Metrô de São Paulo<sup>27</sup> no ano de 2016, dividido por 12 meses.

A Taxa de Cliques do Facebook para anúncios do setor de varejo é de 1,59%, segundo dados obtidos na pesquisa disponível no site Wordstream<sup>28</sup>. Como nem todas as pessoas que veem ao anúncio se convertem em vendas, a Los Geeks aplicou essa taxa ao total de pessoas atingidas pela divulgação no Metrô e no Facebook. Com base nesse valor a Los Geeks considerou que 10% se cadastrariam no site da empresa no primeiro mês de atuação e destes, 2% realizariam compras no *truck*, conforme Tabela 03. Também se considerou que cada cliente teria um ticket médio de 01 livro.

Tabela 03 – Alcance Mensal da Divulgação

| Alcance Mensal da Divulgação                   |   |
|--|---|
| Nº de pessoas alcançadas pelo Facebook         | $(42000+140000) / 2 = 2.821.000$              |
| Nº de pessoas alcançadas pelo Metrô            | $149.228.000 / 12 = 12.435.667$               |
| Nº de pessoas que clicariam no anúncio         | $(2.821.000 + 12.228.000) * 1,59\% = 242.581$ |
| Nº de pessoas que se cadastrariam no site      | $242.581 * 10\% = 24.258$                     |
| Nº de pessoas que realizariam compras no truck | $24.258 * 2\% = 485$                          |

Fonte: Elaborado pelos autores

Estimou-se que do 2º ao 60º mês o número de cadastros seria o número de cadastros do mês anterior mais 10% das pessoas que clicaram no anúncio do Facebook. A partir do segundo mês a Los Geeks desconsiderou o alcance de pessoas no metrô.

<sup>27</sup> Metrô. Disponível em: <<http://www.metro.sp.gov.br/metro/numeros-pesquisa/demanda.aspx>>. Acesso em 10 de maio de 2017.

<sup>28</sup> Wordstream. Disponível em: <<http://www.wordstream.com/blog/ws/2017/02/28/facebook-advertising-benchmarks>>. Acesso em 15 de maio de 2017.

Para estimar a quantidade de vendas do 2º ao 60º mês, a Los Geeks considerou 02% do total de pessoas cadastradas no mês anterior realizariam compras no *truck*. Vale ressaltar que foi considerado o ticket médio de 01 livro em todos os meses.

A estimativa de demanda e faturamento dos primeiros 60 meses encontra-se no Apêndice A.

### 5.2.3 Delimitação do Market Share

Para determinar o Market Share a Los Geeks considerou a projeção de vendas da empresa no primeiro ano de trabalho, que é de R\$430.234,92, relacionada com o valor arrecadado no mercado editorial no ano de 2016, que foi R\$ 172.677.486,86<sup>29</sup>. Desta forma, o Market Share inicial da Los Geeks será de 0,249%, conforme Quadro 05. Esse resultado foi obtido utilizando a fórmula de Market Share de Kloter e Keller (2013).

Quadro 05 – Market Share

| MARKET SHARE Ano 01 - LOS GEEKS |  |     |                |
|---------------------------------|--|-----|----------------|
| <b>FÓRMULA:</b>                 | $MS=(v/d_t)*100$                                       |     |                |
| <b>CÁLCULO:</b>                 | $MS = (R\$ 430.234,92 / 172.677.486,86)*100 = 0,249\%$ |     |                |
| <b>Legenda:</b>                 | <b>Valores:</b>  |     |                |
|                                 | <b>MS</b> - Market Share                               |     | 0,249%         |
|                                 | <b>v</b> - Venda Anual                                 | R\$ | 430.234,92     |
|                                 | <b>d<sub>t</sub></b> - Demanda Total do Setor          | R\$ | 172.677.486,86 |

Fonte: Elaborado pelos autores

<sup>29</sup>Nielsen. Disponível em: <<http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2017/01/SNEL-13-2016-13T.pdf>>. Acesso em 08 de maio de 2017.

### 5.3 Estimativa de gastos:

Para as ações de marketing será disponibilizado um valor de R\$ 5.179,00 no primeiro ano. Este valor será distribuído mensalmente da seguinte maneira: divulgações no Facebook custarão R\$ 465,00, sendo o custo diário de R\$15,00 (foram considerados 31 dias); Divulgações no metrô terão custo total de R\$3.234,00, cada pôster fixado nos vagões custará R\$ 323,40; Para o programa de fidelização dos clientes será disponibilizada a quantia mensal de R\$ 40,00, o que gerará um total de R\$ 480,00 por ano. O valor restante de R\$ 1.000,00 será destinado para realizar pagamento de possíveis divulgações em outros canais de comunicação a serem definidos conforme necessidade. A Tabela 04 detalha a projeção destes custos para os cinco primeiros anos da Los Geeks.

Tabela 04 – Custos de Marketing

|  | Mensal - Ano 01     | Mensal - Ano 02     | Mensal - Ano 03     | Mensal - Ano 04     | Mensal - Ano 05     |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Divulgação Metrô                           | R\$ 3.234,00        |
| Divulgação Facebook                        | R\$ 465,00          |
| Verba para divulgação em outros canais (*) | R\$ 1.000,00        |
| Programa de Fidelização (**)               | R\$ 480,00          | R\$ 522,87          | R\$ 569,58          | R\$ 620,45          | R\$ 675,87          |
| <b>TOTAL</b>                               | <b>R\$ 5.179,00</b> | <b>R\$ 5.221,87</b> | <b>R\$ 5.268,58</b> | <b>R\$ 5.319,45</b> | <b>R\$ 5.374,87</b> |

(\*) Outros canais compreendem parcerias com blogs, sites, canais do Youtube e outros.

(\*\*) O programa fará o sorteio de 01 livro por mês. Será considerado o valor médio de um livro, ajustado a cada ano.

Fonte: Elaborado pelos autores

### 5.4 Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica

A Los Geeks demonstra viabilidade mercadológica, pois reconhece o tamanho de seu negócio e sabe que terá de atuar cautelosamente com os gastos para promoção do mesmo. Reconhecendo isso a empresa apresenta neste capítulo as características de seus serviços, estratégia de fidelização dos clientes, produtos e necessidades dos clientes e também a posição ocupada no mercado e o investimento inicial para atingir o maior número de clientes possível. A Los Geeks contará com um serviço diferenciado das demais livrarias, pois desde o início estabelece uma estratégia voltada para seu público alvo.

## 6 VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO

### 6.1 Projeção de colaboradores

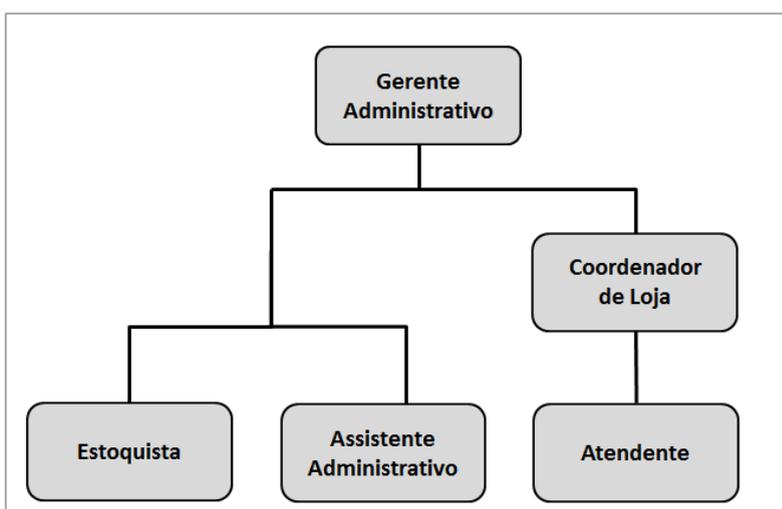
A projeção de colaboradores auxiliará a mensuração dos recursos humanos e sua organização. Ao estruturar a organização, é oferecido maior controle sobre as atividades e processos da empresa.

#### 6.1.1 Descrição das atividades que devem ser desempenhadas na empresa

A estrutura organizacional da Los Geeks terá três níveis hierárquicos com participação de sete funcionários, como é mostrado na Figura 11. Além do *truck*, com quatro funcionários operacionais, a organização contará com um escritório onde estarão instalados três colaboradores.

Os colaboradores que estarão no *truck* serão os atendentes e o coordenador da loja. Enquanto o administrativo terá o gerente administrativo, assistente administrativo e o estoquista.

Figura 11 – Organograma



Fonte: Elaborado pelos autores

## 6.1.2 Criação dos cargos e agrupamento deles em áreas

### a) Gerente Administrativo

O cargo de gerente administrativo será ocupado por um dos quatro sócios. Sua responsabilidade será distribuir recurso financeiro e pessoal, definir as políticas da empresa acompanhar o desenvolvimento e indicadores do grupo, além de coordenar as atividades desempenhadas por sua equipe. Avaliar a utilização dos recursos e dos processos. Será atribuído ao mesmo as atividades relacionadas ao marketing e divulgação da empresa.

#### Pré-requisitos para o cargo:

- Graduação em Administração de Empresas.
- Conhecimento avançado em Pacote Office.
- Inglês intermediário.
- Competência para liderar e avaliar desempenho de uma equipe.

### b) Coordenador de Loja

O coordenador que ficará responsável por estabelecer metas, controlar as atividades dentro da livraria, acompanhar a oscilação no estoque e identificar necessidade de reposição, para posteriormente a compra ser solicitada. Além de manter contato direto com o cliente, será também responsável pelo controle do caixa e do fechamento diário do mesmo. Na ausência do atendente, dirigirá o *truck*.

#### Pré-requisitos para o cargo:

- Graduação em Administração de Empresa.
- Conhecimento intermediário em Pacote Office.
- Inglês avançado.
- Competência para liderar, boa relação interpessoal e conhecimento sobre o mercado *geek*.
- Habilitado – Categoria B

### **c) Assistente Administrativo**

O colaborador que ocupará o cargo terá a responsabilidade de alinhar as informações para que seu gestor tenha dado suficiente para controlar sua equipe, elaborando uma planilha de controle. Auxiliará em diversos processos administrativos, além de arquivar documentos e solicitar compras de novos produtos.

#### **Pré-requisito para o cargo:**

- Técnico em Administração
- Conhecimento intermediário em Pacote Office

### **d) Estoquista**

O estoquista será responsável pelo controle de entradas e saídas do estoque, manter os dados atualizados para melhor gestão do Coordenador de Loja. Também caberá a ele a organização da mercadoria no estoque.

#### **Pré-requisitos para o cargo:**

- Ensino Médio completo
- Conhecimento básico do Pacote Office.

### **e) Atendente**

O colaborador ocupante do cargo terá contato direto com o cliente, sendo assim responsável por dirigir o *truck*, atender, vender, cobrar no caixa e, principalmente, passar confiança ao consumidor ao dar dicas de produtos a serem consumidos.

#### **Pré-requisitos para o cargo:**

- Ensino Médio completo
- Boa relação interpessoal e conhecimento abundante sobre o mercado *geek*.
- Habilitado – Categoria B

## 6.2 Plano de gestão de pessoas

### 6.2.1 Recrutamento e Seleção

O recrutamento será por meio de um cadastro no *link* “Trabalhe Conosco”, no site da empresa. Nele terá a opção de identificar caso o candidato seja um indicado ou conheça algum dos colaboradores ou sócios. O mesmo será selecionado após ser submetido à dinâmica e entrevista. Tendo em vista que o público é bem específico e exigente é preciso ter bons conhecimentos sobre livros, principalmente os mais vendidos nesse nicho, boa relação interpessoal e ser comunicativo, a fim de ter uma aproximação maior com o cliente.

### 6.2.2 Remuneração

A remuneração será compatível com o mercado, principalmente quando comparado ao estado de São Paulo. Na Tabela 05 há a comparação da Média Salarial no Mercado<sup>30</sup> e a remuneração por cargo na Los Geeks. Os colaboradores terão vale transporte, refeição e alimentação.

A princípio o cargo de Gerente Administrativo será ocupado por um dos sócios, e receberá salário (pró-labore), bem como os benefícios.

Tabela 05 – Média salarial

| <b>Cargo</b>              | <b>Média Salarial no Mercado</b> | <b>Salário Mensal</b> |
|---------------------------|----------------------------------|-----------------------|
| Gerente Administrativo    | R\$ 3.161,07                     | R\$ 3.100,00          |
| Coordenador de Loja       | R\$ 1.587,00                     | R\$ 2.700,00          |
| Assistente Administrativo | R\$ 1.648,07                     | R\$ 1.500,00          |
| Estoquista                | R\$ 1.122,38                     | R\$ 1.100,00          |
| Atendente                 | R\$ 1.042,46                     | R\$ 1.600,00          |

Fonte: Elaborado pelos autores

<sup>30</sup> Catho. Disponível em: <<http://www.catho.com.br/profissoes/coordenador-administrativo/>>. Acesso em 06 de abril de 2017.

### **6.2.3 Treinamento e Desenvolvimento**

O treinamento será feito de forma alternada e destinado aos colaboradores que mantém contato direto com os consumidores. Considerando a quantidade de três atendentes e um coordenador, serão elaboradas escalas para treinamento e mudanças quanto ao horário de atendimento para que todos participem. O objetivo do processo é aumentar o esclarecimento sobre seu papel nas vendas e aumentar o envolvimento no mundo dos livros, contando também com presenças em eventos *geek* e feiras de livros.

Para manter os colaboradores atualizados e motivados, mensalmente ocorrerá roda de conversa onde todos poderão trazer assuntos atuais sobre economia, política, cinema e temas diversos. Essa atividade será realizada no horário de expediente e o *truck* não funcionará nesse período.

### **6.2.4 Gasto com Treinamento e Desenvolvimento**

A estimativa de gasto com treinamento será de aproximadamente R\$200,00 por aluno para um curso de 8 horas e três colaboradores, será gasto por treinamento R\$600,00. Tendo em vista que o objetivo é aplicar treinamentos trimestrais, será designado em média R\$2.400,00 ao ano para a equipe de vendas. Na viabilidade financeira, tais custos estão sendo considerados nos benefícios extras de cada colaborador.

### **6.2.5 Cálculo de gastos absenteísmo**

Tendo em vista que o índice ideal de absenteísmo é de 2,5% a 3%, em média um funcionário faltará uma vez por mês, trabalhando com a pior das hipóteses. A Tabela 06 mostra o gasto mensal por cargo com absenteísmo.

Tabela 06 - Absenteísmo

| <b>Cargo</b>              | <b>Gasto Médio com Absenteísmo / Mês</b> |
|---------------------------|--|
| Gerente Administrativo    | R\$ 81,00                                |
| Coordenador de Loja       | R\$ 81,00                                |
| Assistente Administrativo | R\$ 45,00                                |
| Estoquista                | R\$ 33,00                                |
| Atendente                 | R\$ 48,00                                |

Fonte: Elaborado pelos autores

### **6.2.6 Cálculo de gastos com segurança do trabalho caso seja necessário.**

O custo com segurança do trabalho não será aplicado, tendo em vista que todos os colaboradores da equipe irão aderir ao seguro de vida ao serem admitidos.

### **6.2.7 Delimitação do modelo cultural da empresa**

De acordo com o artigo “Cultura organizacional: sinergias e alergias entre Hofstede e Trompenaars<sup>31</sup>”, há cinco dimensões culturais em uma organização.

#### **a) Distância do Poder**

O poder não é centralizado e o organograma não possui vários níveis hierárquicos. A relação entre os gestores e seus subordinados é estreita, o que resulta na diminuição da burocracia. A ideia é que os colaboradores entendam dos assuntos relacionados ao negócio para que tenham autonomia. Todas essas características levam a conclusão de que há baixa distância de poder.

#### **b) Resistência à Incerteza**

Com as várias novidades que chegam no mundo *geek* a cada lançamento de filme, de saga de herói, HQ do Star Wars ou qualquer coisa do tipo, impacta diretamente no negócio da empresa. Ou seja, não se pode trabalhar com total certeza da linha de produtos, nem rejeitar opiniões de clientes ou colaboradores. Tudo nesse mercado corre com total planejamento, mas livremente.

<sup>31</sup>Cultura organizacional: sinergias e alergias entre Hofstede e Trompenaars. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/7036/5595>>. Acesso em 05 de maio de 2017.

**c) Individualismo/Coletivismo**

O intuito da Los Geeks é ter um ambiente descontraído não apenas aos clientes, mas aos colaboradores. Para isso, não cabe o individualismo. Quando maior a integração dentro da equipe, melhor será o desempenho e troca de informações.

**d) Masculinidade/Feminilidade**

A feminilidade caracteriza um ambiente mais brando e menos tenso. O objetivo da organização é ter um ambiente descontraído e proximidade dentro da equipe, como pouca diferença.

**e) Dinamismo Confuciano**

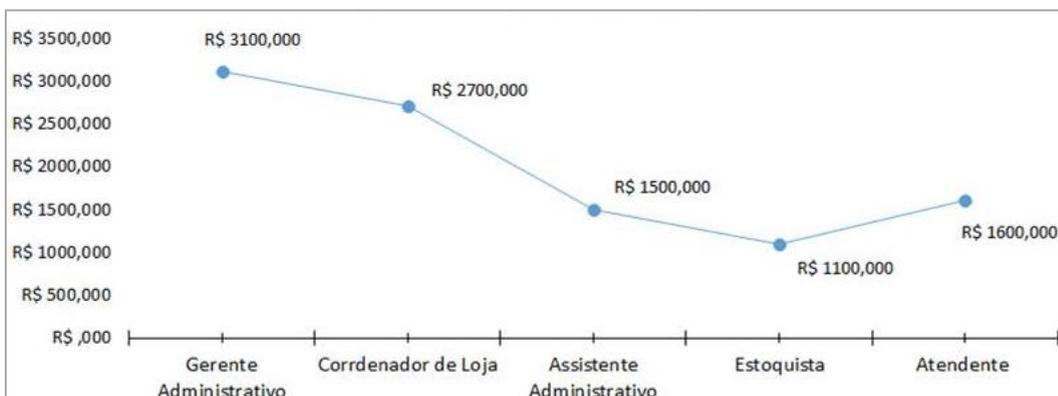
Se espera bons resultados em um curto prazo e adaptação das tradições iniciais ao longo do tempo.

### 6.2.8 Delimitação nas formas de remuneração

A remuneração será baseada no método de remuneração tradicional, com pacotes de benefícios como: vale transporte, refeição e alimentação.

No Gráfico 11 vemos a curva salarial da Los Geeks em que os salários da área comercial giram em torno de R\$ 3.100,00 à R\$ 1.100,00, sendo que o cargo de maior salário será o de gerente administrativo.

Gráfico 11 – Curva Salarial da Los Geeks



Fonte: Elaborado pelos autores

### **6.3 Análise e Diagnóstico da Viabilidade do Capital Humano na Organização**

A Los Geeks contará com ajuda de sete profissionais treinados e entendidos do assunto, frequentes em feiras que envolvam assuntos sobre o nicho de mercado e o negócio principal da organização. Com as rodas de conversas e frequência em feiras, os funcionários estarão preparados para lidar com o público e saber quais são os produtos que são mais procurados e quais são as novidades.

Por enquanto, o gerente e o coordenador serão suficientes para fazer a gestão do administrativo e do varejo. Por ter um espaço pequeno para o varejo, dois funcionários ficarão na livraria e os outros três estarão no escritório. Todos os colaboradores terão espaço para dar ideias de melhorias, temas para conversas, indicação de feiras e livros a serem vendidos, desde que haja compatibilidade com o nicho escolhido como foco, o que ajudará a estimular o desenvolvimento e mantê-los motivados.

A Los Geeks tem como objetivo contribuir para o crescimento profissional de seus colaboradores partindo do investimento de treinamentos, o qual preza pela importância do capital humano sobre o cumprimento dos objetivos estabelecido pela organização, que está disposta a estimular o desenvolvimento dos colaboradores, criando espaço e oferecendo suporte e condições necessárias para superar as expectativas e necessidades.

A organização estará em constante interação com as pessoas, o que contribuirá para aumentar sua competitividade no capital humano, que será exercida por meio do comprometimento dos colaboradores, por meio de estímulos e do contínuo desenvolvimento e satisfação das necessidades das pessoas.

A Los Geeks visualiza seus colaboradores como parceiros e como fornecedores de conhecimentos, habilidades e competências proporcionando decisões racionais para que a organização chegue no seu objetivo e quanto mais preparado estiver o seu capital humano maiores serão os objetivos que serão alcançados.

Tendo em vista todos os pontos citados, conclui-se que há viabilidade do ponto de vista do capital humano.

## 7 VIABILIDADE FINANCEIRA

### 7.1 Plano Financeiro

Neste capítulo serão abordados os valores e análises financeiras a respeito da viabilidade do plano de negócios até então efetuado. A partir do cálculo da demanda estimou-se a previsão de receita, os custos fixos e os custos variáveis, tomando como base os cinco primeiros anos da empresa. Também foram estimados os investimentos fixos e pré-operacionais, necessários que o plano de negócios seja iniciado.

#### 7.1.1 Cálculo do investimento total

Para apresentar os investimentos fixos e pré-operacionais foi elaborada a Tabela 07. O valor de R\$ 119.720,00 é o valor do investimento inicial da Los Geeks e como não haverá aplicação de investimento por parte dos sócios, a empresa apresentará prejuízo nos primeiros anos de atuação.

Tabela 07 – Investimentos Fixos e Pré-operacionais

| Investimento total: investimentos fixos e pré-operacionais |                                   |            |                |            |                   |
|--|-----------------------------------|------------|----------------|------------|-------------------|
| Categoria  | Descrição                         | Quantidade | Valor Unitário | Total      |                   |
| Benfeitorias em propriedade de terceiros                   | Reforma e decoração do escritório | 1          | R\$ 10.000,00  | R\$        | 10.000,00         |
| Veículo  | Compra e adequações do Truck      | 1          | R\$ 80.000,00  | R\$        | 80.000,00         |
| Intangível   | Site                              | 1          | R\$ 5.000,00   | R\$        | 5.000,00          |
| Intangível   | Abertura da empresa               | 1          | R\$ 2.500,00   | R\$        | 2.500,00          |
| Computadores e periféricos                                 | Computador                        | 4          | R\$ 2.000,00   | R\$        | 8.000,00          |
| Computadores e periféricos                                 | Aparelho de telefone              | 3          | R\$ 332,00     | R\$        | 996,00            |
| Computadores e periféricos                                 | Máquina de cartão                 | 2          | R\$ 840,00     | R\$        | 1.680,00          |
| Computadores e periféricos                                 | Impressora comum                  | 1          | R\$ 390,00     | R\$        | 390,00            |
| Computadores e periféricos                                 | Impressora multifuncional         | 1          | R\$ 780,00     | R\$        | 780,00            |
| Computadores e periféricos                                 | Modem                             | 2          | R\$ 170,00     | R\$        | 340,00            |
| Computadores e periféricos                                 | Celular corporativo               | 3          | R\$ 1.600,00   | R\$        | 4.800,00          |
| Móveis e utensílios  | Armário Escritório                | 1          | R\$ 650,00     | R\$        | 650,00            |
| Móveis e utensílios  | Mesa Escritório                   | 2          | R\$ 450,00     | R\$        | 900,00            |
| Móveis e utensílios  | Cadeira                           | 6          | R\$ 200,00     | R\$        | 1.200,00          |
| Móveis e utensílios  | Prateleiras                       | 3          | R\$ 232,00     | R\$        | 696,00            |
| Móveis e utensílios  | Expositores                       | 3          | R\$ 176,00     | R\$        | 528,00            |
| Móveis e utensílios  | Kit - Mesa e cadeiras p/ leitura  | 3          | R\$ 200,00     | R\$        | 600,00            |
| Móveis e utensílios  | Cafeteira                         | 2          | R\$ 330,00     | R\$        | 660,00            |
| <b>TOTAL</b>   |                                   |            |                | <b>R\$</b> | <b>119.720,00</b> |

Fonte: Elaborado pelos autores.

### 7.1.2 Cálculo do capital de giro.

A necessidade de capital de giro demonstra qual valor a empresa precisa se manter com o dinheiro de caixa até receber seus pagamentos. O capital de giro necessário para a Los Geeks manter a realização das atividades e cumprir suas obrigações é detalhado no campo “Saldo Acumulado” da Tabela 08.

Tabela 08 – Capital de Giro

|                        | Pré-operacional  | Ano 01           | Ano 02           | Ano 03           | Ano 04             | Ano 05             |
|------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|--------------------|
| <b>ENTRADAS</b>        | R\$ -            | R\$ 430.234,92   | R\$ 1.027.625,65 | R\$ 1.732.560,83 | R\$ 2.555.228,31   | R\$ 3.511.035,88   |
| <b>SAÍDAS</b>          | R\$ (119.720,00) | R\$ (615.107,59) | R\$ (718.510,19) | R\$ (844.482,38) | R\$ (1.009.036,54) | R\$ (1.218.266,25) |
| <b>SALDO</b>           | R\$ (119.720,00) | R\$ (184.872,67) | R\$ 309.115,46   | R\$ 888.078,45   | R\$ 1.546.191,77   | R\$ 2.292.769,63   |
| <b>SALDO ACUMULADO</b> | R\$ (119.720,00) | R\$ (304.592,67) | R\$ 4.522,79     | R\$ 892.601,24   | R\$ 2.438.793,01   | R\$ 4.731.562,64   |

Fonte: Elaborado pelos autores.

### 7.1.3 Estimativa dos custos fixos e variáveis

Os custos fixos e variáveis foram estimados na Tabela 09. Apesar de não produzir bens de consumo, os custos variáveis da Los Geeks compreenderão os custos de mercadorias vendidas (CMV) que serão referentes aos livros adquiridos e os custos com taxas de cartão de crédito. A Los Geeks considerou 40% do valor de venda para estimar o custo dos livros. Para projetar os custos com taxas de cartão foi considerada a taxa de 5% aplicada em 30% das vendas, baseados nas informações de vendas com cartão no varejo, do site E-Commerce Brasil<sup>32</sup>.

A Los Geeks não trabalhará com custos de inadimplência, visto que a venda dos produtos será feita mediante pagamento em dinheiro em espécie ou em cartão, cujo pagamento é assegurado pela administradora do cartão.

<sup>32</sup> E-Commerce Brasil. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/custos-com-taxas-do-cartao-consomem-margem-dos-varejistas/>>. Acesso em 22 de maio de 2017.

Tabela 09 – Custos Fixos e Variáveis

| CUSTOS FIXOS MENSAIS  |                      |  | CUSTOS VARIÁVEIS MENSAIS      |                      |  |
|-----------------------|----------------------|--|-------------------------------|----------------------|--|
| Item                  | Valor                |  | Item                          | Valor                |  |
| Aluguel               | R\$ 1.900,00         |  | CMV (Fornecedores)            | R\$ 11.643,89        |  |
| IPTU                  | R\$ 850,00           |  | Taxa Cartão de Crédito/Débito | R\$ 291,10           |  |
| Luz                   | R\$ 350,00           |  |                               |                      |  |
| Água                  | R\$ 270,00           |  |                               |                      |  |
| IPVA                  | R\$ 240,00           |  |                               |                      |  |
| Telefone/Internet     | R\$ 350,00           |  |                               |                      |  |
| Salários              | R\$ 22.080,00        |  |                               |                      |  |
| Terceiros             | R\$ 3.000,00         |  |                               |                      |  |
| Seguro do Carro       | R\$ 3.600,00         |  |                               |                      |  |
| Marketing             | R\$ 5.529,60         |  |                               |                      |  |
| Depreciação           | R\$ 1.660,05         |  |                               |                      |  |
| Material deEscritório | R\$ 320,00           |  |                               |                      |  |
| Combustível           | R\$ 470,00           |  |                               |                      |  |
| Manutenção truck      | R\$ 300,00           |  |                               |                      |  |
| <b>TOTAL</b>          | <b>R\$ 40.919,65</b> |  | <b>TOTAL</b>                  | <b>R\$ 11.934,99</b> |  |

Fonte: Elaborado pelos autores.

#### 7.1.4 Custos com Mão de Obra e Terceirizações

Os custos com mão de obra consistem no pagamento dos salários dos colaboradores da empresa. A Tabela 10 detalha a remuneração mensal de cada cargo da empresa. Para o pagamento de encargos trabalhistas aplicou-se a porcentagem de 100% dos salários e para o pagamento de outros benefícios concedidos pela empresa aplicou-se a porcentagem de 30% dos salários. Para estimar o aumento dos salários nos seguintes anos de atuação, a Los Geeks aplicou o dissídio de 9,75%<sup>33</sup>, conforme a média dos últimos anos.

A Los Geeks terá o cargo de gerente administrativo ocupado por um dos investidores. Sendo assim, esse salário pode ser considerado como um custo com o pró-labore. As atividades de contabilidade, TI, segurança e limpeza da sede serão terceirizadas, conforme a Tabela 11 e para estimar o aumento dessas despesas nos próximos anos aplicou-se a inflação de 6,2%<sup>34</sup> sobre o valor do ano anterior.

<sup>33</sup> Comercários. Disponível em: <[http://comercarios.org.br/wiki/index.php/Conven%C3%A7%C3%B5esColetivas\\_-\\_Diss%C3%ADdio](http://comercarios.org.br/wiki/index.php/Conven%C3%A7%C3%B5esColetivas_-_Diss%C3%ADdio)>. Acesso em 22 de maio de 2017.

<sup>34</sup> G1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/inflacao-oficial-fecha-2016-em-629-diz-ibge.ghtml>>. Acesso em 22 de maio de 2017.

Tabela 10 – Custos com Mão de Obra

| REMUNERAÇÃO  |                   |                |                      |                |                      |                |                      |                |                      |                |                      |
|--|-------------------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|
| Cargo  | Salário por cargo | Mensal - ANO 1 |                      | Mensal - ANO 2 |                      | Mensal - ANO 3 |                      | Mensal - ANO 4 |                      | Mensal - ANO 5 |                      |
|  |                   | Qtde.          | Salário              |
| Gerente Administrativo                             | R\$ 3.100,00      | 1              | R\$3.100,00          | 1              | R\$3.402,25          | 1              | R\$3.733,97          | 1              | R\$4.098,03          | 1              | R\$4.497,59          |
| Corredor de Loja                                   | R\$ 2.700,00      | 1              | R\$2.700,00          | 1              | R\$2.963,25          | 1              | R\$3.252,17          | 1              | R\$3.569,25          | 1              | R\$3.917,26          |
| Assistente Administrativo                          | R\$ 1.500,00      | 1              | R\$1.500,00          | 1              | R\$1.646,25          | 1              | R\$1.806,76          | 1              | R\$1.982,92          | 2              | R\$2.176,25          |
| Estoquista   | R\$ 1.100,00      | 1              | R\$1.100,00          | 1              | R\$1.207,25          | 1              | R\$1.324,96          | 1              | R\$1.454,14          | 1              | R\$1.595,92          |
| Atendente  | R\$ 1.600,00      | 3              | R\$4.800,00          | 3              | R\$5.268,00          | 3              | R\$5.781,63          | 3              | R\$6.345,34          | 3              | R\$6.964,01          |
| <b>TOTAL</b>                                       |                   | <b>7</b>       | <b>\$ 13.200,00</b>  | <b>7</b>       | <b>\$ 14.487,00</b>  | <b>7</b>       | <b>\$ 15.899,48</b>  | <b>7</b>       | <b>\$ 17.449,68</b>  | <b>8</b>       | <b>\$ 19.151,03</b>  |
| Encargos (com benefícios obrigatórios) - 100%      |                   |                | \$ 13.200,00         |                | \$ 14.487,00         |                | \$ 15.899,48         |                | \$ 17.449,68         |                | \$ 19.151,03         |
| Benefícios Extras (30% do salário)                 |                   |                | R\$ 3.960,00         |                | R\$ 4.346,10         |                | R\$ 4.769,84         |                | R\$ 5.234,90         |                | R\$ 5.745,31         |
| <b>TOTAL REMUNERAÇÃO</b>                           |                   |                | <b>R\$ 30.360,00</b> |                | <b>R\$ 33.320,10</b> |                | <b>R\$ 36.568,81</b> |                | <b>R\$ 40.134,27</b> |                | <b>R\$ 44.047,36</b> |
| Custos com terceirizados (limpeza e contabilidade) |                   |                | R\$ 3.000,00         |                | R\$ 3.186,02         |                | R\$ 3.383,57         |                | R\$ 3.593,37         |                | R\$ 3.816,18         |
| <b>CUSTO TOTAL RH</b>                              |                   |                | <b>R\$ 33.360,00</b> |                | <b>R\$ 36.506,12</b> |                | <b>R\$ 39.952,38</b> |                | <b>R\$ 43.727,64</b> |                | <b>R\$ 47.863,54</b> |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Tabela 11 – Terceirização

| Terceiros     | Custo mensal        |
|---------------|---------------------|
| Contabilidade | R\$ 1.600,00        |
| TI            | R\$ 850,00          |
| Segurança     | R\$ 400,00          |
| Limpeza       | R\$ 150,00          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>R\$ 3.000,00</b> |

Fonte: Elaborado pelos autores.

### 7.1.5 Custos com Depreciação

A depreciação está ligada a perda de valor dos ativos, por obsolescência ou desgaste natural. A depreciação dos ativos da Los Geeks foi calculada com base no tempo de vida útil que cada item apresenta e pode ser vista na Tabela 12.

Tabela 12 – Depreciação

| Descrição                         | Qtde | Total                 | Depreciação | Ano 1                | Ano 2                | Ano 3                | Ano 4                | Ano 5                |
|-----------------------------------|------|-----------------------|-------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Reforma e decoração do escritório | 1    | R\$ 10.000,00         | 0%          | R\$ -                |
| Compra e adequações do Truck      | 1    | R\$ 80.000,00         | 20%         | R\$ 16.000,00        |
| Site                              | 1    | R\$ 5.000,00          | 0%          | R\$ -                |
| Abertura da empresa               | 1    | R\$ 2.500,00          | 0%          | R\$ -                |
| Computador                        | 4    | R\$ 8.000,00          | 20%         | R\$ 1.600,00         |
| Aparelho de telefone              | 3    | R\$ 996,00            | 20%         | R\$ 199,20           |
| Máquina de cartão                 | 2    | R\$ 1.680,00          | 20%         | R\$ 336,00           |
| Impressora comum                  | 1    | R\$ 390,00            | 20%         | R\$ 78,00            |
| Impressora multifuncional         | 1    | R\$ 780,00            | 20%         | R\$ 156,00           |
| Modem                             | 2    | R\$ 340,00            | 20%         | R\$ 68,00            |
| Celular corporativo               | 3    | R\$ 4.800,00          | 20%         | R\$ 960,00           |
| Armário Escritório                | 1    | R\$ 650,00            | 10%         | R\$ 65,00            |
| Mesa Escritório                   | 2    | R\$ 900,00            | 10%         | R\$ 90,00            |
| Cadeira                           | 6    | R\$ 1.200,00          | 10%         | R\$ 120,00           |
| Prateleiras                       | 3    | R\$ 696,00            | 10%         | R\$ 69,60            |
| Expositores                       | 3    | R\$ 528,00            | 10%         | R\$ 52,80            |
| Kit - Mesa e cadeiras p/ leitura  | 3    | R\$ 600,00            | 10%         | R\$ 60,00            |
| Cafeteira                         | 2    | R\$ 660,00            | 10%         | R\$ 66,00            |
| <b>TOTAL</b>                      |      | <b>R\$ 119.720,00</b> |             | <b>R\$ 19.920,60</b> |

Fonte: Elaborado pelos autores.

### 7.1.6 Estimativa do faturamento mensal para os próximos 5 anos

A Tabela 13 demonstra de forma simplificada o crescimento do faturamento nos cinco primeiros anos. Esta receita foi projetada levando em consideração a demanda projetada naquele ano multiplicada pelo valor estimado de livro para o respectivo ano. O faturamento mensal dos primeiros 60 meses encontra-se no Apêndice A.

Tabela 13 – Faturamento anual

|                                     | Ano 01         | Ano 02           | Ano 03           | Ano 04           | Ano 05           |
|-------------------------------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Quantidade de livros vendida</b> | 10.756         | 23.584           | 36.502           | 49.420           | 62.338           |
| <b>Preço unitário do livro</b>      | R\$ 40,00      | R\$ 43,57        | R\$ 47,46        | R\$ 51,70        | R\$ 56,32        |
| <b>Faturamento Anual</b>            | R\$ 430.234,92 | R\$ 1.027.625,65 | R\$ 1.732.560,83 | R\$ 2.555.228,31 | R\$ 3.511.035,88 |

Fonte: Elaborado pelos autores.

### 7.1.7 Demonstrativo de resultados para os próximos 5 anos

Na Tabela 14 foi calculado o demonstrativo de resultados para os próximos 05 anos da Los Geeks, onde pode ser observado o resumo das operações financeiras da empresa para cada ano. O demonstrativo de resultados mensal do primeiro ano pode ser visto no Apêndice B.

Tabela 14 – DRE para 05 anos

| DRE - Demonstrativo de Resultado do Exercício      |            |                     |            |                     |            |                     |            |                     |            |                     |
|--|------------|---------------------|------------|---------------------|------------|---------------------|------------|---------------------|------------|---------------------|
|  | Ano 1      |                     | Ano 2      |                     | Ano 3      |                     | Ano 4      |                     | Ano 5      |                     |
| <b>(=) RECEITA BRUTA</b>                           | <b>R\$</b> | <b>430.234,92</b>   | <b>R\$</b> | <b>1.027.625,65</b> | <b>R\$</b> | <b>1.732.560,83</b> | <b>R\$</b> | <b>2.555.228,31</b> | <b>R\$</b> | <b>3.511.035,88</b> |
| (-) Deduções de Impostos (Simples Nacional)        | R\$        | (29.428,07)         | R\$        | (85.087,40)         | R\$        | (158.009,55)        | R\$        | (263.699,56)        | R\$        | (407.631,27)        |
| <b>(=) RECEITA LÍQUIDA</b>                         | <b>R\$</b> | <b>400.806,85</b>   | <b>R\$</b> | <b>942.538,25</b>   | <b>R\$</b> | <b>1.574.551,28</b> | <b>R\$</b> | <b>2.291.528,75</b> | <b>R\$</b> | <b>3.103.404,62</b> |
| (-) CUSTO DE MERCADORIA VENDIDA                    | R\$        | (258.140,95)        | R\$        | (616.575,39)        | R\$        | (1.039.536,50)      | R\$        | (1.533.136,99)      | R\$        | (2.106.621,53)      |
| <b>(=) LUCRO BRUTO</b>                             | <b>R\$</b> | <b>142.665,90</b>   | <b>R\$</b> | <b>325.962,86</b>   | <b>R\$</b> | <b>535.014,78</b>   | <b>R\$</b> | <b>758.391,76</b>   | <b>R\$</b> | <b>996.783,09</b>   |
| <b>(-) Despesas Comerciais</b>                     | <b>R\$</b> | <b>(278.388,00)</b> | <b>R\$</b> | <b>(299.084,99)</b> | <b>R\$</b> | <b>(321.795,73)</b> | <b>R\$</b> | <b>(346.716,18)</b> | <b>R\$</b> | <b>(374.061,38)</b> |
| (-) Salários de atendentes                         | R\$        | (132.480,00)        | R\$        | (145.396,80)        | R\$        | (159.572,99)        | R\$        | (175.131,35)        | R\$        | (192.206,66)        |
| (-) Salários de coordenador de loja                | R\$        | (74.520,00)         | R\$        | (81.785,70)         | R\$        | (89.759,81)         | R\$        | (98.511,39)         | R\$        | (108.116,25)        |
| (-) Combustível                                    | R\$        | (5.640,00)          |
| (-) Manutenção truck                               | R\$        | (3.600,00)          |
| (-) Marketing                                      | R\$        | (62.148,00)         | R\$        | (62.662,49)         | R\$        | (63.222,93)         | R\$        | (63.833,43)         | R\$        | (64.498,47)         |
| <b>(-) Despesas Administrativas</b>                | <b>R\$</b> | <b>(238.690,00)</b> | <b>R\$</b> | <b>(256.260,92)</b> | <b>R\$</b> | <b>(275.465,77)</b> | <b>R\$</b> | <b>(296.458,95)</b> | <b>R\$</b> | <b>(319.409,60)</b> |
| (-) Salário Gerente Administrativo                 | R\$        | (85.560,00)         | R\$        | (93.902,10)         | R\$        | (103.057,55)        | R\$        | (113.105,67)        | R\$        | (124.133,47)        |
| (-) Salário Assistente Administrativo              | R\$        | (41.400,00)         | R\$        | (45.436,50)         | R\$        | (49.866,56)         | R\$        | (54.728,55)         | R\$        | (60.064,58)         |
| (-) Salário Estoquista                             | R\$        | (30.360,00)         | R\$        | (33.320,10)         | R\$        | (36.568,81)         | R\$        | (40.134,27)         | R\$        | (44.047,36)         |
| (-) Aluguel  | R\$        | (22.800,00)         |
| (-) IPTU   | R\$        | (850,00)            |
| (-) Luz  | R\$        | (4.200,00)          |
| (-) Água   | R\$        | (3.240,00)          |
| (-) IPVA   | R\$        | (240,00)            |
| (-) Telefone/Internet                              | R\$        | (4.200,00)          |
| (-) Seguro do Carro                                | R\$        | (6.000,00)          |
| (-) Material de Escritório                         | R\$        | (3.840,00)          |
| (-) Terceirização (limpeza e contabilidade)        | R\$        | (36.000,00)         | R\$        | (38.232,22)         | R\$        | (40.602,84)         | R\$        | (43.120,46)         | R\$        | (45.794,19)         |
| (-) Despesas de Depreciação                        | R\$        | (19.920,60)         |
| (-) Despesas Financeiras                           | R\$        | (6.453,52)          | R\$        | (15.414,38)         | R\$        | (25.988,41)         | R\$        | (38.328,42)         | R\$        | (52.665,54)         |
| (-) Taxa Cartão de Crédito/Débito - 30% das Vendas | R\$        | (6.453,52)          | R\$        | (15.414,38)         | R\$        | (25.988,41)         | R\$        | (38.328,42)         | R\$        | (52.665,54)         |
| <b>(=) RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO</b>          | <b>R\$</b> | <b>(400.786,22)</b> | <b>R\$</b> | <b>(264.718,03)</b> | <b>R\$</b> | <b>(108.155,72)</b> | <b>R\$</b> | <b>56.967,62</b>    | <b>R\$</b> | <b>230.725,97</b>   |

Fonte: Elaborado pelos autores.

### 7.1.8 Estimativa do fluxo de caixa futuro para os próximos 05 anos

Na Tabela 15 foi estimado o fluxo de caixa para os próximos 05 anos da Los Geeks, ou seja, entradas e saídas de recursos financeiros da empresa.

Tabela 15 – Fluxo de Caixa para 05 anos

| FLUXO DE CAIXA                  |                         |                         |                         |                         |                           |                           |  |
|---------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------|---------------------------|--|
|                                 | Pré-operacional         | Ano 01                  | Ano 02                  | Ano 03                  | Ano 04                    | Ano 05                    |  |
| <b>SALDO INICIAL</b>            |                         |                         |                         |                         |                           |                           |  |
| CAIXA                           | R\$ -                   | R\$ (119.720,00)        | R\$ (304.592,67)        | R\$ 4.522,79            | R\$ 892.601,24            | R\$ 2.438.793,01          |  |
| <b>ENTRADAS</b>                 |                         |                         |                         |                         |                           |                           |  |
| Vendas realizadas               | R\$ -                   | R\$ 430.234,92          | R\$ 1.027.625,65        | R\$ 1.732.560,83        | R\$ 2.555.228,31          | R\$ 3.511.035,88          |  |
| <b>SALDO INICIAL + ENTRADAS</b> | <b>R\$ -</b>            | <b>R\$ 310.514,92</b>   | <b>R\$ 723.032,98</b>   | <b>R\$ 1.737.083,62</b> | <b>R\$ 3.447.829,55</b>   | <b>R\$ 5.949.828,89</b>   |  |
| <b>SAÍDAS</b>                   |                         |                         |                         |                         |                           |                           |  |
| Investimentos Pré-Operacionais  | R\$ (119.720,00)        | R\$ -                   | R\$ -                   | R\$ -                   | R\$ -                     | R\$ -                     |  |
| Marketing                       |                         | R\$ (62.148,00)         | R\$ (62.662,49)         | R\$ (63.222,93)         | R\$ (63.833,43)           | R\$ (64.498,47)           |  |
| Salários (inclui terceirização) |                         | R\$ (400.320,00)        | R\$ (438.073,42)        | R\$ (479.428,56)        | R\$ (524.731,69)          | R\$ (574.362,51)          |  |
| Despesas Administrativas        |                         | R\$ (45.370,00)         | R\$ (45.370,00)         | R\$ (45.370,00)         | R\$ (45.370,00)           | R\$ (45.370,00)           |  |
| Despesa Comerciais              |                         | R\$ (71.388,00)         | R\$ (71.902,49)         | R\$ (72.462,93)         | R\$ (73.073,43)           | R\$ (73.738,47)           |  |
| Despesa Financeira              |                         | R\$ (6.453,52)          | R\$ (15.414,38)         | R\$ (25.988,41)         | R\$ (38.328,42)           | R\$ (52.665,54)           |  |
| Impostos                        |                         | R\$ (29.428,07)         | R\$ (85.087,40)         | R\$ (158.009,55)        | R\$ (263.699,56)          | R\$ (407.631,27)          |  |
| <b>TOTAL DAS SAÍDAS</b>         | <b>R\$ (119.720,00)</b> | <b>R\$ (615.107,59)</b> | <b>R\$ (718.510,19)</b> | <b>R\$ (844.482,38)</b> | <b>R\$ (1.009.036,54)</b> | <b>R\$ (1.218.266,25)</b> |  |
| <b>SALDO DISPONÍVEL</b>         | <b>R\$ (119.720,00)</b> | <b>R\$ (304.592,67)</b> | <b>R\$ 4.522,79</b>     | <b>R\$ 892.601,24</b>   | <b>R\$ 2.438.793,01</b>   | <b>R\$ 4.731.562,64</b>   |  |

Fonte: Elaborado pelos autores.

### 7.1.9 Cálculo e análise dos Indicadores de viabilidade financeira

Para verificar a viabilidade financeira da empresa Los Geeks foram calculados diversos indicadores, presentes na Tabela 16, baseados em suas estimativas de 05 anos de atividade no mercado.

Tabela 16 – Indicadores Financeiros

| Ponto de Equilíbrio (MÊS 1) |                |                |                |       |       |  |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|-------|-------|--|
| Custo Fixo - Mês 1          | Custo Unitário | Preço Unitário | Total/Unidades |       |       |  |
| R\$ 40.919,65               | R\$ 24,00      | R\$ 40,00      | 2.557          |       |       |  |
| VPL                         |                |                |                |       |       |  |
| R\$                         |                |                | 4.180.690,08   |       |       |  |
| TIR                         |                |                |                |       |       |  |
| 125%                        |                |                |                |       |       |  |
| Lucratividade               |                |                |                |       |       |  |
| Ano                         | Ano 1          | Ano 2          | Ano 3          | Ano 4 | Ano 5 |  |
| %                           | -93%           | -26%           | -6%            | 2%    | 7%    |  |
| Alavancagem                 |                |                |                |       |       |  |
| Ano                         | Ano 1          | Ano 2          | Ano 3          | Ano 4 | Ano 5 |  |
| %                           | -45%           | -220%          | 1338%          | 307%  | 212%  |  |
| Fluxo de Caixa Descontado   |                |                |                |       |       |  |
| R\$                         |                |                | 7.895.747,24   |       |       |  |
| Payback                     |                |                |                |       |       |  |
| Ano 2                       |                |                |                |       |       |  |
| Índice de Liquidez          |                |                |                |       |       |  |
| Ano                         | Ano 1          | Ano 2          | Ano 3          | Ano 4 | Ano 5 |  |
| %                           | 16%            | 85%            | 156%           | 223%  | 287%  |  |
| Rentabilidade de Vendas     |                |                |                |       |       |  |
| Ano                         | Ano 1          | Ano 2          | Ano 3          | Ano 4 | Ano 5 |  |
| %                           | -335%          | -221%          | -90%           | 48%   | 193%  |  |

Fonte: Elaborado pelos autores.

## **7.2 Análise e diagnóstico da viabilidade financeira**

Após cálculos das projeções financeiras da Los Geeks, foi possível identificar que a empresa apresenta um cenário positivo. Os dados projetados para os próximos para os próximos anos, apresenta um alto grau de alavancagem financeira e crescimento do lucro, acumulando saldos positivos dos anos anteriores.

No primeiro ano, o lucro líquido é em torno de R\$ 90 mil, outro ponto importante a ressaltar é que a empresa apresenta menos obrigações, do que bens de direito, tendo um ativo circulante maior. É preciso considerar que existem alguns comportamentos que poderão diminuir o faturamento da empresa, obtendo resultados financeiros diferentes.

## 8 VIABILIDADE DO NEGÓCIO

### 8.1 Análise SWOT da empresa

A Análise SWOT compreende em apresentar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de uma empresa, levando-se em consideração os ambientes externo e interno. Desta forma, os principais pontos da Análise SWOT da Los Geeks estão destacados no Quadro 06.

Quadro 06 – Análise SWOT

| FORÇAS  | FRAQUEZAS  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conhecimento detalhado do produto.</li> <li>- Ampla Interção com o público.</li> <li>- Atuação em diferentes locais.</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fidelização dos clientes devido ao fato de o negócio não ter um endereço fixo.</li> </ul> |
| OPORTUNIDADES   | AMEAÇAS  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inexistência de lojas de livros do mesmo tipo.</li> <li>- Potencial para parcerias.</li> <li>- Público alvo em crescimento.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Livrarias e sites que vendam livros em geral.</li> </ul>                                  |

Fonte: Elaborado pelos autores

A Los Geeks possui como suas maiores forças a aceitação do público alvo, pois na pesquisa realizada pelos autores foi constatado que 89% dos entrevistados comprariam na loja, e também ampla interação com o público, pois se encontra presente nas redes sociais que é onde hoje em dia as pessoas passam maior parte do tempo.

O ponto que pode ser considerado como fraqueza é o fato da loja não ter um endereço fixo, isso dificulta a fidelização dos clientes devido ao fato da loja nem sempre estar no local de desejo do cliente.

A Los Geeks enxerga como oportunidade os seguintes pontos: Inexistência de lojas de livros do mesmo tipo, visto que atualmente não há lojas que vendam

somente livros voltados para o público *geek*, aumentando as chances de crescimento do negócio. Há uma grande chance da Los Geeks fazer parcerias com outros tipos de negócios como, por exemplo, blogs e canais do Youtube, algo que traz maior visibilidade tanto para a Los Geek como para quem adere à parceria. Cada vez mais o público *geek* vem crescendo e conquistando seu espaço na sociedade e com isso a Los Geeks só tem a ganhar, pois quanto mais pessoas aderindo a este estilo de vida, maior o potencial de vendas da loja.

Uma possível ameaça para a Los Geeks, são as grandes livrarias já existentes, e estas estão espalhadas por toda parte e em algumas vezes possuem e-commerce também, por isso a Los Geeks deve manter-se atenta e mostrar-se em constante evolução para conquistar cada vez mais seu público.

Tendo como base os estudos realizados, considerou-se que existem grandes oportunidades de desenvolvimento de mercado, sendo possível observar que o negócio tem possível aderência e crescimento em seu ciclo de vida.

## **8.2 Construção de Cenários**

Após a análise financeira foram construídos três cenários para o primeiro ano de atuação da Los Geeks. Nestes cenários há o cenário provável que mostra o que é esperado de resultado financeiro, o cenário pessimista que demonstra o pior cenário e o cenário otimista demonstra o melhor cenário.

Para o cenário provável foi considerado que 2% dos consumidores que se cadastrarem no site da Los Geeks realizariam a compra de um livro no *truck*. Para estimar cenário pessimista foi considerado que apenas 1% dos cadastros se converteriam em compras e para o cenário otimista foi considerado que 3% dos clientes cadastrados efetuariam uma compra. Estas informações serão demonstradas na Tabela 17 é possível esclarecer o cenário financeiro apresentado anteriormente.

Tabela 17 – Cenários

| Vendas - Provável | Receitas - Provável | Vendas - Otimista | Receitas - Otimista | Vendas - Pessimista | Receitas - Pessimista |
|-------------------|---------------------|-------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|
| 485               | R\$ 19.406,48       | 728               | R\$ 29.109,72       | 243                 | R\$ 9.703,24          |
| 485               | R\$ 19.406,48       | 728               | R\$ 29.109,72       | 243                 | R\$ 9.703,24          |
| 575               | R\$ 22.994,79       | 862               | R\$ 34.492,19       | 287                 | R\$ 11.497,40         |
| 665               | R\$ 26.583,10       | 997               | R\$ 39.874,66       | 332                 | R\$ 13.291,55         |
| 754               | R\$ 30.171,42       | 1.131             | R\$ 45.257,12       | 377                 | R\$ 15.085,71         |
| 844               | R\$ 33.759,73       | 1.266             | R\$ 50.639,59       | 422                 | R\$ 16.879,86         |
| 934               | R\$ 37.348,04       | 1.401             | R\$ 56.022,06       | 467                 | R\$ 18.674,02         |
| 1.023             | R\$ 40.936,35       | 1.535             | R\$ 61.404,53       | 512                 | R\$ 20.468,18         |
| 1.113             | R\$ 44.524,66       | 1.670             | R\$ 66.787,00       | 557                 | R\$ 22.262,33         |
| 1.203             | R\$ 48.112,98       | 1.804             | R\$ 72.169,46       | 601                 | R\$ 24.056,49         |
| 1.293             | R\$ 51.701,29       | 1.939             | R\$ 77.551,93       | 646                 | R\$ 25.850,64         |
| 1.382             | R\$ 55.289,60       | 2.073             | R\$ 82.934,40       | 691                 | R\$ 27.644,80         |

Fonte: Elaborado pelos autores

### 8.3 Considerações finais sobre o negócio

O objetivo principal da realização desse trabalho foi elaborar um plano de negócios para analisar a viabilidade de um *truck* de livros *geek*.

De acordo com as pesquisas realizadas, o mercado de *trucks* está em crescimento constante. Dessa forma, o projeto de venda por meio desse canal ganhou força no decorrer da elaboração do plano de negócios. Os diferenciais oferecidos, bem como a questão do fácil acesso tornaram-se um grande atrativo para captar e fidelizar clientes para a empresa.

Como forma de divulgação e interação com possíveis futuros consumidores será feito um trabalho de parceria com algumas editoras e estabelecimentos comerciais próximos para se aproximar de seus clientes.

No desenvolvimento do trabalho notou-se que o capital humano é o principal contribuinte para o sucesso e alcance dos objetivos da empresa, por esse motivo os investimentos referentes a infraestrutura, maquinários, treinamentos, entre outros contribuirão para o alcance dos objetivos traçados da empresa.

Ao analisar o que a empresa visa oferecer aos seus clientes, suas vantagens em relação aos concorrentes, a proposta de produto e os resultados financeiros projetados, conclui-se que se pode vir um empreendimento com chances de sucesso.

A realização do plano de negócios contribuiu para ampliar a visão do grupo em relação às oportunidades oferecidas pelo empreendedorismo, com uma visão estratégica de todas ferramentas necessárias para que um empreendimento proporcione satisfação e realização aos seus idealizadores.

## REFERÊNCIAS

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **Mapas Estratégicos - Balanced Scorecard: Convertendo Ativos Intangíveis em Resultados Tangíveis**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

KOTLER; Philip, KELLER; Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 4. ed. São Paulo: Pearson, 2013.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva: Técnicas para análise de indústrias e concorrência**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1986.

PORTER, Michael E. **Vantagem Competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1989.

TREACY, Michael; WIERSEMA, Fred. **A Disciplina dos Líderes de Mercado: Escolha seus clientes, direcione seu foco, domine seu mercado**. 3. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

## APÊNDICE

### Apêndice A – Faturamento mensal.

| Ano    | Período | Preço do Livro (un) | Estimativa de venda (qtde) | Total Receita  | Fornecedor (60%) | Lucro (40%)    |
|--------|---------|---------------------|----------------------------|----------------|------------------|----------------|
| Ano 01 | Mês 1   | R\$ 40,00           | 485                        | R\$ 19.406,48  | R\$ 11.643,89    | R\$ 7.762,59   |
| Ano 01 | Mês 2   | R\$ 40,00           | 485                        | R\$ 19.406,48  | R\$ 11.643,89    | R\$ 7.762,59   |
| Ano 01 | Mês 3   | R\$ 40,00           | 575                        | R\$ 22.994,79  | R\$ 13.796,88    | R\$ 9.197,92   |
| Ano 01 | Mês 4   | R\$ 40,00           | 665                        | R\$ 26.583,10  | R\$ 15.949,86    | R\$ 10.633,24  |
| Ano 01 | Mês 5   | R\$ 40,00           | 754                        | R\$ 30.171,42  | R\$ 18.102,85    | R\$ 12.068,57  |
| Ano 01 | Mês 6   | R\$ 40,00           | 844                        | R\$ 33.759,73  | R\$ 20.255,84    | R\$ 13.503,89  |
| Ano 01 | Mês 7   | R\$ 40,00           | 934                        | R\$ 37.348,04  | R\$ 22.408,82    | R\$ 14.939,22  |
| Ano 01 | Mês 8   | R\$ 40,00           | 1.023                      | R\$ 40.936,35  | R\$ 24.561,81    | R\$ 16.374,54  |
| Ano 01 | Mês 9   | R\$ 40,00           | 1.113                      | R\$ 44.524,66  | R\$ 26.714,80    | R\$ 17.809,87  |
| Ano 01 | Mês 10  | R\$ 40,00           | 1.203                      | R\$ 48.112,98  | R\$ 28.867,79    | R\$ 19.245,19  |
| Ano 01 | Mês 11  | R\$ 40,00           | 1.293                      | R\$ 51.701,29  | R\$ 31.020,77    | R\$ 20.680,52  |
| Ano 01 | Mês 12  | R\$ 40,00           | 1.382                      | R\$ 55.289,60  | R\$ 33.173,76    | R\$ 22.115,84  |
| Ano 02 | Mês 1   | R\$ 43,57           | 1.472                      | R\$ 64.136,94  | R\$ 38.482,17    | R\$ 25.654,78  |
| Ano 02 | Mês 2   | R\$ 43,57           | 1.562                      | R\$ 68.045,77  | R\$ 40.827,46    | R\$ 27.218,31  |
| Ano 02 | Mês 3   | R\$ 43,57           | 1.651                      | R\$ 71.954,59  | R\$ 43.172,75    | R\$ 28.781,84  |
| Ano 02 | Mês 4   | R\$ 43,57           | 1.741                      | R\$ 75.863,41  | R\$ 45.518,05    | R\$ 30.345,36  |
| Ano 02 | Mês 5   | R\$ 43,57           | 1.831                      | R\$ 79.772,24  | R\$ 47.863,34    | R\$ 31.908,89  |
| Ano 02 | Mês 6   | R\$ 43,57           | 1.920                      | R\$ 83.681,06  | R\$ 50.208,64    | R\$ 33.472,42  |
| Ano 02 | Mês 7   | R\$ 43,57           | 2.010                      | R\$ 87.589,88  | R\$ 52.553,93    | R\$ 35.035,95  |
| Ano 02 | Mês 8   | R\$ 43,57           | 2.100                      | R\$ 91.498,71  | R\$ 54.899,22    | R\$ 36.599,48  |
| Ano 02 | Mês 9   | R\$ 43,57           | 2.190                      | R\$ 95.407,53  | R\$ 57.244,52    | R\$ 38.163,01  |
| Ano 02 | Mês 10  | R\$ 43,57           | 2.279                      | R\$ 99.316,35  | R\$ 59.589,81    | R\$ 39.726,54  |
| Ano 02 | Mês 11  | R\$ 43,57           | 2.369                      | R\$ 103.225,18 | R\$ 61.935,11    | R\$ 41.290,07  |
| Ano 02 | Mês 12  | R\$ 43,57           | 2.459                      | R\$ 107.134,00 | R\$ 64.280,40    | R\$ 42.853,60  |
| Ano 03 | Mês 1   | R\$ 47,46           | 2.548                      | R\$ 120.961,27 | R\$ 72.576,76    | R\$ 48.384,51  |
| Ano 03 | Mês 2   | R\$ 47,46           | 2.638                      | R\$ 125.219,23 | R\$ 75.131,54    | R\$ 50.087,69  |
| Ano 03 | Mês 3   | R\$ 47,46           | 2.728                      | R\$ 129.477,20 | R\$ 77.686,32    | R\$ 51.790,88  |
| Ano 03 | Mês 4   | R\$ 47,46           | 2.818                      | R\$ 133.735,16 | R\$ 80.241,10    | R\$ 53.494,06  |
| Ano 03 | Mês 5   | R\$ 47,46           | 2.907                      | R\$ 137.993,12 | R\$ 82.795,87    | R\$ 55.197,25  |
| Ano 03 | Mês 6   | R\$ 47,46           | 2.997                      | R\$ 142.251,09 | R\$ 85.350,65    | R\$ 56.900,43  |
| Ano 03 | Mês 7   | R\$ 47,46           | 3.087                      | R\$ 146.509,05 | R\$ 87.905,43    | R\$ 58.603,62  |
| Ano 03 | Mês 8   | R\$ 47,46           | 3.176                      | R\$ 150.767,01 | R\$ 90.460,21    | R\$ 60.306,81  |
| Ano 03 | Mês 9   | R\$ 47,46           | 3.266                      | R\$ 155.024,98 | R\$ 93.014,99    | R\$ 62.009,99  |
| Ano 03 | Mês 10  | R\$ 47,46           | 3.356                      | R\$ 159.282,94 | R\$ 95.569,76    | R\$ 63.713,18  |
| Ano 03 | Mês 11  | R\$ 47,46           | 3.446                      | R\$ 163.540,90 | R\$ 98.124,54    | R\$ 65.416,36  |
| Ano 03 | Mês 12  | R\$ 47,46           | 3.535                      | R\$ 167.798,87 | R\$ 100.679,32   | R\$ 67.119,55  |
| Ano 04 | Mês 1   | R\$ 51,70           | 3.625                      | R\$ 187.425,11 | R\$ 112.455,06   | R\$ 74.970,04  |
| Ano 04 | Mês 2   | R\$ 51,70           | 3.715                      | R\$ 192.063,39 | R\$ 115.238,04   | R\$ 76.825,36  |
| Ano 04 | Mês 3   | R\$ 51,70           | 3.804                      | R\$ 196.701,68 | R\$ 118.021,01   | R\$ 78.680,67  |
| Ano 04 | Mês 4   | R\$ 51,70           | 3.894                      | R\$ 201.339,97 | R\$ 120.803,98   | R\$ 80.535,99  |
| Ano 04 | Mês 5   | R\$ 51,70           | 3.984                      | R\$ 205.978,26 | R\$ 123.586,96   | R\$ 82.391,30  |
| Ano 04 | Mês 6   | R\$ 51,70           | 4.073                      | R\$ 210.616,55 | R\$ 126.369,93   | R\$ 84.246,62  |
| Ano 04 | Mês 7   | R\$ 51,70           | 4.163                      | R\$ 215.254,84 | R\$ 129.152,90   | R\$ 86.101,93  |
| Ano 04 | Mês 8   | R\$ 51,70           | 4.253                      | R\$ 219.893,13 | R\$ 131.935,88   | R\$ 87.957,25  |
| Ano 04 | Mês 9   | R\$ 51,70           | 4.343                      | R\$ 224.531,41 | R\$ 134.718,85   | R\$ 89.812,57  |
| Ano 04 | Mês 10  | R\$ 51,70           | 4.432                      | R\$ 229.169,70 | R\$ 137.501,82   | R\$ 91.667,88  |
| Ano 04 | Mês 11  | R\$ 51,70           | 4.522                      | R\$ 233.807,99 | R\$ 140.284,79   | R\$ 93.523,20  |
| Ano 04 | Mês 12  | R\$ 51,70           | 4.612                      | R\$ 238.446,28 | R\$ 143.067,77   | R\$ 95.378,51  |
| Ano 05 | Mês 1   | R\$ 56,32           | 4.701                      | R\$ 264.797,11 | R\$ 158.878,26   | R\$ 105.918,84 |
| Ano 05 | Mês 2   | R\$ 56,32           | 4.791                      | R\$ 269.849,69 | R\$ 161.909,82   | R\$ 107.939,88 |
| Ano 05 | Mês 3   | R\$ 56,32           | 4.881                      | R\$ 274.902,28 | R\$ 164.941,37   | R\$ 109.960,91 |
| Ano 05 | Mês 4   | R\$ 56,32           | 4.971                      | R\$ 279.954,86 | R\$ 167.972,92   | R\$ 111.981,94 |
| Ano 05 | Mês 5   | R\$ 56,32           | 5.060                      | R\$ 285.007,45 | R\$ 171.004,47   | R\$ 114.002,98 |
| Ano 05 | Mês 6   | R\$ 56,32           | 5.150                      | R\$ 290.060,03 | R\$ 174.036,02   | R\$ 116.024,01 |
| Ano 05 | Mês 7   | R\$ 56,32           | 5.240                      | R\$ 295.112,62 | R\$ 177.067,57   | R\$ 118.045,05 |
| Ano 05 | Mês 8   | R\$ 56,32           | 5.329                      | R\$ 300.165,20 | R\$ 180.099,12   | R\$ 120.066,08 |
| Ano 05 | Mês 9   | R\$ 56,32           | 5.419                      | R\$ 305.217,79 | R\$ 183.130,67   | R\$ 122.087,11 |
| Ano 05 | Mês 10  | R\$ 56,32           | 5.509                      | R\$ 310.270,37 | R\$ 186.162,22   | R\$ 124.108,15 |
| Ano 05 | Mês 11  | R\$ 56,32           | 5.599                      | R\$ 315.322,95 | R\$ 189.193,77   | R\$ 126.129,18 |
| Ano 05 | Mês 12  | R\$ 56,32           | 5.688                      | R\$ 320.375,54 | R\$ 192.225,32   | R\$ 128.150,22 |

Fonte: Elaborado pelos autores.

## Apêndice B – DRE para os 12 primeiros meses.

| DRE - Demonstrativo de Resultado do Exercício      |                        |                        |                        |                        |                        |                        |  |
|--|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|--|
|  | JAN                    | FEV                    | MAR                    | ABR                    | MAI                    | JUN                    |  |
| <b>(=) RECEITA BRUTA</b>                           | R\$ 19.406,48          | R\$ 19.406,48          | R\$ 22.994,79          | R\$ 26.583,10          | R\$ 30.171,42          | R\$ 33.759,73          |  |
| (-) Deduções de Impostos (Simples Nacional)        | R\$ (1.327,40)         | R\$ (1.327,40)         | R\$ (1.572,84)         | R\$ (1.818,28)         | R\$ (2.063,72)         | R\$ (2.309,17)         |  |
| <b>(=) RECEITA LÍQUIDA</b>                         | <b>R\$ 18.079,08</b>   | <b>R\$ 18.079,08</b>   | <b>R\$ 21.421,95</b>   | <b>R\$ 24.764,82</b>   | <b>R\$ 28.107,69</b>   | <b>R\$ 31.450,56</b>   |  |
| (-) CUSTO DE MERCADORIA VENDIDA                    | R\$ (11.643,89)        | R\$ (11.643,89)        | R\$ (13.796,88)        | R\$ (15.949,86)        | R\$ (18.102,85)        | R\$ (20.255,84)        |  |
| <b>(=) LUCRO BRUTO</b>                             | <b>R\$ 6.435,19</b>    | <b>R\$ 6.435,19</b>    | <b>R\$ 7.625,07</b>    | <b>R\$ 8.814,96</b>    | <b>R\$ 10.004,84</b>   | <b>R\$ 11.194,73</b>   |  |
| <b>(-) Despesas Comerciais</b>                     | <b>R\$ (23.199,00)</b> |  |
| (-) Salários de atendentes                         | R\$ (11.040,00)        |  |
| (-) Salários de coordenador de loja                | R\$ (6.210,00)         |  |
| (-) Combustível                                    | R\$ (470,00)           |  |
| (-) Manutenção truck                               | R\$ (300,00)           |  |
| (-) Marketing                                      | R\$ (5.179,00)         |  |
| <b>(-) Despesas Administrativas</b>                | <b>R\$ (20.110,83)</b> | <b>R\$ (19.870,83)</b> |  |
| (-) Salário Gerente Administrativo                 | R\$ (7.130,00)         |  |
| (-) Salário Assistente Administrativo              | R\$ (3.450,00)         |  |
| (-) Salário Estoquista                             | R\$ (2.530,00)         |  |
| (-) Aluguel  | R\$ (1.900,00)         |  |
| (-) IPTU   | R\$ (70,83)            |  |
| (-) Luz  | R\$ (350,00)           |  |
| (-) Água   | R\$ (270,00)           |  |
| (-) IPVA   | R\$ (240,00)           | R\$ -                  |  |
| (-) Telefone/Internet                              | R\$ (350,00)           |  |
| (-) Seguro do Carro                                | R\$ (500,00)           |  |
| (-) Material de Escritório                         | R\$ (320,00)           |  |
| (-) Terceirização (limpeza e contabilidade)        | R\$ (3.000,00)         |  |
| <b>(-) Despesas de Depreciação</b>                 | <b>R\$ (1.660,05)</b>  |  |
| <b>(-) Despesas Financeiras</b>                    | <b>R\$ (291,10)</b>    | <b>R\$ (291,10)</b>    | <b>R\$ (344,92)</b>    | <b>R\$ (398,75)</b>    | <b>R\$ (452,57)</b>    | <b>R\$ (506,40)</b>    |  |
| (-) Taxa Cartão de Crédito/Débito - 30% das Vendas | R\$ (291,10)           | R\$ (291,10)           | R\$ (344,92)           | R\$ (398,75)           | R\$ (452,57)           | R\$ (506,40)           |  |
| <b>(=) RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO</b>          | <b>R\$ (38.825,79)</b> | <b>R\$ (38.585,79)</b> | <b>R\$ (37.449,73)</b> | <b>R\$ (36.313,67)</b> | <b>R\$ (35.177,61)</b> | <b>R\$ (34.041,55)</b> |  |

| DRE - Demonstrativo de Resultado do Exercício      |                        |                        |                        |                        |                        |                        |  |
|--|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|--|
|  | JUL                    | AGO                    | SET                    | OUT                    | NOV                    | DEZ                    |  |
| <b>(=) RECEITA BRUTA</b>                           | R\$ 37.348,04          | R\$ 40.936,35          | R\$ 44.524,66          | R\$ 48.112,98          | R\$ 51.701,29          | R\$ 55.289,60          |  |
| (-) Deduções de Impostos (Simples Nacional)        | R\$ (2.554,61)         | R\$ (2.800,05)         | R\$ (3.045,49)         | R\$ (3.290,93)         | R\$ (3.536,37)         | R\$ (3.781,81)         |  |
| <b>(=) RECEITA LÍQUIDA</b>                         | <b>R\$ 34.793,43</b>   | <b>R\$ 38.136,31</b>   | <b>R\$ 41.479,18</b>   | <b>R\$ 44.822,05</b>   | <b>R\$ 48.164,92</b>   | <b>R\$ 51.507,79</b>   |  |
| (-) CUSTO DE MERCADORIA VENDIDA                    | R\$ (22.408,82)        | R\$ (24.561,81)        | R\$ (26.714,80)        | R\$ (28.867,79)        | R\$ (31.020,77)        | R\$ (33.173,76)        |  |
| <b>(=) LUCRO BRUTO</b>                             | <b>R\$ 12.384,61</b>   | <b>R\$ 13.574,49</b>   | <b>R\$ 14.764,38</b>   | <b>R\$ 15.954,26</b>   | <b>R\$ 17.144,15</b>   | <b>R\$ 18.334,03</b>   |  |
| <b>(-) Despesas Comerciais</b>                     | <b>R\$ (23.199,00)</b> |  |
| (-) Salários de atendentes                         | R\$ (11.040,00)        |  |
| (-) Salários de coordenador de loja                | R\$ (6.210,00)         |  |
| (-) Combustível                                    | R\$ (470,00)           |  |
| (-) Manutenção truck                               | R\$ (300,00)           |  |
| (-) Marketing                                      | R\$ (5.179,00)         |  |
| <b>(-) Despesas Administrativas</b>                | <b>R\$ (19.870,83)</b> |  |
| (-) Salário Gerente Administrativo                 | R\$ (7.130,00)         |  |
| (-) Salário Assistente Administrativo              | R\$ (3.450,00)         |  |
| (-) Salário Estoquista                             | R\$ (2.530,00)         |  |
| (-) Aluguel  | R\$ (1.900,00)         |  |
| (-) IPTU   | R\$ (70,83)            |  |
| (-) Luz  | R\$ (350,00)           |  |
| (-) Água   | R\$ (270,00)           |  |
| (-) IPVA   | R\$ -                  |  |
| (-) Telefone/Internet                              | R\$ (350,00)           |  |
| (-) Seguro do Carro                                | R\$ (500,00)           |  |
| (-) Material de Escritório                         | R\$ (320,00)           |  |
| (-) Terceirização (limpeza e contabilidade)        | R\$ (3.000,00)         |  |
| <b>(-) Despesas de Depreciação</b>                 | <b>R\$ (1.660,05)</b>  |  |
| <b>(-) Despesas Financeiras</b>                    | <b>R\$ (560,22)</b>    | <b>R\$ (614,05)</b>    | <b>R\$ (667,87)</b>    | <b>R\$ (721,69)</b>    | <b>R\$ (775,52)</b>    | <b>R\$ (829,34)</b>    |  |
| (-) Taxa Cartão de Crédito/Débito - 30% das Vendas | R\$ (560,22)           | R\$ (614,05)           | R\$ (667,87)           | R\$ (721,69)           | R\$ (775,52)           | R\$ (829,34)           |  |
| <b>(=) RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO</b>          | <b>R\$ (32.905,49)</b> | <b>R\$ (31.769,43)</b> | <b>R\$ (30.633,37)</b> | <b>R\$ (29.497,32)</b> | <b>R\$ (28.361,26)</b> | <b>R\$ (27.225,20)</b> |  |

Fonte: Elaborado pelos autores.