

ESAGS - ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO STRONG  
BUSINESS SCHOOL

Elisa Bicudo Moreira  
Johnson Paulino da Silva  
Mayara de Holanda Moura  
Michelle de Paula Santos  
Thayná Siqueira Elias

**TÓPICOS EM ADMINISTRAÇÃO II**

Empresa: Home Facilities

SANTO ANDRÉ

2021

ESAGS - ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO STRONG  
BUSINESS SCHOOL

Elisa Bicudo Moreira  
Johnson Paulino da Silva  
Mayara de Holanda Moura  
Michelle de Paula Santos  
Thayná Siqueira Elias

**TÓPICOS EM ADMINISTRAÇÃO II**

Empresa: Home Facilities

Trabalho de conclusão de curso  
apresentado como exigência para a  
obtenção do grau de bacharel em  
administração à ESAGS - Escola  
Superior De Administração e  
Gestão *Strong Business School*  
Orientador: prof. Eduardo Pinto Vilas  
Boas

SANTO ANDRÉ

2021

## COMPONENTES DE GRUPO



Elisa Bicudo Moreira



Johnson Paulino da Silva



Mayara de Holanda Moura



Michelle de Paula Santos



Thayná Siqueira Elias

Elisa Bicudo Moreira  
Johnson Paulino da Silva  
Mayara de Holanda Moura  
Michelle de Paula Santos  
Thayná Siqueira Elias

Trabalho de conclusão de curso apresentado como exigência para obtenção do grau de Bacharel em Administração à Escola Superior de Administração e Gestão -Strong Business School

Banca Examinadora

---

Danielle Guglieri Lima

Coordenadora do curso de Administração e Professora de Administração Mercadológica.

ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão Strong Business School

---

Prof. Eduardo Pinto Vilas Boas

Coordenador e Orientador da disciplina Tópicos II

ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão Strong Business School

---

Prof. Marco Antonio Frabetti

Professor de Introdução ao Direito

ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão Strong Business School

---

Prof. Mario Kuniy

Professor de Administração Orçamentária e Controladoria

ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão Strong Business School

## DEDICATÓRIA

Aos nossos familiares e amigos que, direta ou indiretamente, contribuíram para o nosso desenvolvimento pessoal e profissional desde o início, apoiando-nos e tornando possível este resultado.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos primeiramente a Deus por ter nos guardado e protegido até aqui, dando força e sabedoria para prosseguir.

Ao nosso professor Eduardo Pinto Vilas Boas por ser um excelente facilitador e muitíssimo paciente; sua paixão pelo projeto nos engajou ainda mais e contribuiu imensuravelmente para nosso crescimento profissional.

A todos os integrantes do grupo que desempenharam com paixão seus papéis e estiveram firmes desde o início no propósito de fazer deste projeto uma experiência única.

“Quem acredita sempre alcança.”

**Renato Russo**

## RESUMO

O objetivo deste trabalho é a elaboração e desenvolvimento do plano de negócios da empresa Home Facilities, que consiste em um serviço de locação de móveis e equipamentos para o trabalho *home office*.

Foi explorada no estudo a viabilidade de diversas áreas de uma empresa. Em análise, as áreas estratégica, operacional, mercadológica, capital humano e financeira, através de pesquisa de mercado, referências bibliográficas e dados obtidos através de análise de indicadores.

Dessa maneira, é possível concluir que todas as análises feitas pela Home Facilities são viáveis, possibilitando a obtenção de resultados positivos.

**Palavras-chave:** Home Office, locação, equipamentos e móveis.

## **ABSTRACT**

The objective of this work is the elaboration and development of the business plan of the company Home Facilities, which consists of a service of rental of furniture and equipment for the home office work.

The feasibility of several areas of a company was explored in the study. In analysis, the areas; strategic, operational, marketing, human capital and financial, through market research, bibliographic references and data obtained through the analysis of indicators.

In this way, it is possible to conclude that all the analyzes made by Home Facilities are feasible, enabling positive results to be obtained.

**Keywords:** Home Office, rental, equipment, and furniture.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Ramo de atuação.....	33
Gráfico 2 – Departamentos.....	34
Gráfico 3 - Regime de Contratação.....	34
Gráfico 4– Quantidade de dias por semana.....	35
Gráfico 5 - Quantidade de pessoas que dividem a casa.....	35
Gráfico 6 – Produtividade no escritório ou em casa.....	36
Gráfico 7- Dificuldade em conciliar a vida pessoal e profissional em <i>home office</i> .....	36
Gráfico 8-Maiores distrações.....	37
Gráfico 9 - Benefícios de acordo com o nível hierárquico.....	38
Gráfico 10 - Aparelhos de trabalho .....	38
Gráfico 11 - Viabilidade após a pandemia.....	39

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Business Model Canvas da empresa Home Facilities.....	13
Figura 2 - Perfil das empresas.....	27
Figura 3 - Principais segmentos com a prática do .....	28
Figura 4 - Cadeia de valor da Home Facilities.....	40
Figura 5 - Fluxograma dos processos operacionais.....	45
Figura 6 - Modelo de marketing de divulgação Home Facilities.....	51
Figura 7- Modelo de Promoção 1.....	53
Figura 8 - Modelo de Promoção 2.....	53
Figura 9 - Paleta de cores da Home Facilities.....	54
Figura 10 - Logo Home Facilities.....	54
Figura 11 - Organograma da Home Facilities.....	57

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Enquadramento Tributário.....	28
Tabela 2 - Balanced Scorecard .....	47
Tabela 3 - Investimento no site.....	52
Tabela 4 - Custos com plataformas.....	54
Tabela 5 - Custos operacionais.....	54
Tabela 6 - Custos administrativos .....	55
Tabela 7 - Preço .....	58
Tabela 8 - Previsão de demanda mensal (empresas) .....	64
Tabela 9 - Previsão de cancelamento mensal (empresas).....	64
Tabela 10 - Previsão de demanda mensal (usuários) .....	66
Tabela 11 - Previsão de demanda acumulada (empresas) .....	66
Tabela 12- Previsão de demanda acumulada (usuários) .....	67
Tabela 13 - Despesas mercadológicas.....	68
Tabela 14 - Headcount .....	71
Tabela 15 - Competências.....	71
Tabela 16 - Remuneração.....	72
Tabela 17- Custos com mão de obra .....	73
Tabela 18 - Encargos sociais e trabalhistas .....	74
Tabela 19 - Investimento total .....	75
Tabela 20 - Investimento pré-operacional .....	76
Tabela 21 - Capital de giro .....	76
Tabela 22 - Previsão de faturamento para cinco anos .....	77
Tabela 23 - Custos fixos .....	78
Tabela 24 - Custos variáveis .....	79
Tabela 25 - Custo unitário de itens para locação .....	79
Tabela 26 - Tributos lucro real.....	80
Tabela 27- Demonstrativo de resultados para os próximos cinco anos .....	80
Tabela 28 - Fluxo de caixa .....	81
Tabela 29 - Indicadores financeiros.....	82

## SUMÁRIO

<b>1. VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO .....</b>	<b>18</b>
<b>1.1 BUSINESS MODELO CANVAS.....</b>	<b>18</b>
1.1.1 Proposta de valor .....	19
1.1.2 Segmentos de mercado .....	19
1.1.3 Canais de Distribuição.....	20
1.1.4 Relacionamento com o cliente.....	20
1.1.5 Fontes de receita.....	21
1.1.6 Recursos Chave .....	21
1.1.7 Atividades Chave.....	22
1.1.8 Parcerias Chave .....	23
1.1.9 Estrutura de custos.....	23
<b>1.2 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DE VIABILIDADE DO NEGÓCIO .....</b>	<b>24</b>
1.2.1 Cenário .....	24
1.2.2 Análise.....	25
<b>2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....</b>	<b>26</b>
<b>2.1 DADOS GERAIS DO EMPREENDIMENTO .....</b>	<b>26</b>
<b>2.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES.....</b>	<b>26</b>
<b>2.3 MISSÃO DA EMPRESA E VALORES ORGANIZACIONAIS .....</b>	<b>27</b>
<b>2.4 FORMA JURÍDICA E ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO.....</b>	<b>28</b>
<b>2.5 CAPITAL SOCIAL E FONTES DE RECURSOS.....</b>	<b>28</b>
<b>3. VIABILIDADE ESTRATÉGICA.....</b>	<b>29</b>
<b>3.1 ESTUDO DO MERCADO ATUAL.....</b>	<b>29</b>
3.1.1 Mercado atual.....	29
3.1.2 Histórico do mercado.....	30
3.1.3 Projeções futuras.....	31

3.1.4 Tendências de mercado .....	32
<b>3.2 ESTUDO DOS CLIENTES (DADOS SECUNDÁRIOS).....</b>	<b>33</b>
3.2.1 Identificação das características dos clientes.....	33
3.2.2 Identificação dos motivos que levam os clientes a consumir os produtos ou serviços .....	35
<b>3.3 ANÁLISE DO AMBIENTE GERAL POR MEIO DO MODELO DAS CINCO FORÇAS COMPETITIVAS DE PORTER .....</b>	<b>37</b>
3.3.1 Rivalidade entre concorrentes .....	37
3.3.2 Poder de barganha dos fornecedores .....	37
3.3.3 Estudo de barganha dos consumidores .....	38
3.3.4 Estudo de novos entrantes .....	38
<b>3.4 PESQUISA DE CAMPO .....</b>	<b>39</b>
3.5.1 Vantagem Competitiva .....	48
3.5.2 Balanced Scorecard .....	51
<b>3.6 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE ESTRATÉGICA.....</b>	<b>53</b>
<b>4. VIABILIDADE OPERACIONAL .....</b>	<b>54</b>
4.1.1. Fluxograma dos processos operacionais .....	54
4.1.2 Máquinas e equipamentos necessários para produção .....	56
A Home Facilities é uma empresa que terá os colaboradores atuando pelo regime de teletrabalho. Considerando isto, os principais equipamentos serão: 56	
a) Notebooks, que permitirão que os colaboradores recebam e atendam às demandas feitas pelos clientes no ato da compra e demais solicitações no pós-vendas e atuem nos demais departamentos da empresa;.....	56
b) Escrivaninhas e cadeiras para que os colaboradores possam realizar suas atividades de forma ergonomicamente correta;.....	56
c) ERP e CRM, para que todas as movimentações com clientes e fornecedores sejam feitas e gerenciadas da melhor forma, tendo possibilidade de uma visão gerencial e melhor controle sobre todos os processos; .....	56

d) Site da empresa, que será o principal canal de vendas e de interação com o cliente no pré-vendas e no pós-vendas. Este site será desenvolvido por programadores profissionais para que funcione tal como um e-commerce, mas também como um canal de comunicação eficaz entre a Home Facilities e os clientes. No primeiro momento da empresa, haverá um trabalho mais manual com os clientes; porém, após a empresa obter maior visibilidade, será desenvolvido mais funcionalidades.....	56
4.1.3 Projeção da capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços	57
4.1.4 Principais fornecedores .....	57
4.1.5 Plano logístico e de distribuição .....	58
<b>4.2 ESTIMATIVA DE GASTOS .....</b>	<b>59</b>
<b>4.3 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE OPERACIONAL .....</b>	<b>60</b>
<b>5. VIABILIDADE MERCADOLÓGICA .....</b>	<b>61</b>
<b>5.1 PLANO DE MARKETING .....</b>	<b>61</b>
5.1.1 Produtos e serviços .....	61
5.1.2 MVP .....	62
5.1.3 Preço .....	63
5.1.4 Promoção .....	64
5.1.5 Gestão da marca .....	66
5.1.6 Posicionamento da marca .....	68
<b>5.2 PREVISÃO E MENSURAÇÃO DA DEMANDA .....</b>	<b>68</b>
5.2.1 Demanda corrente e futura.....	68
5.2.2 Market-Share.....	72
<b>5.3 ESTIMATIVA DE GASTOS .....</b>	<b>72</b>
<b>5.4 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE ECONÔMICA .....</b>	<b>73</b>
<b>6. VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO .....</b>	<b>74</b>
<b>6.1 PROJEÇÃO DE COLABORADORES .....</b>	<b>74</b>
6.1.1 Atividades .....	74

6.1.2	Organograma .....	75
6.1.3	Headcount .....	76
6.1.4	Competências.....	76
<b>6.2</b>	<b>PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS.....</b>	<b>77</b>
6.2.1	Remuneração .....	78
6.2.2	Treinamento e desenvolvimento.....	78
6.2.3	Segurança do trabalho .....	79
<b>6.3</b>	<b>ESTIMATIVA DE GASTOS.....</b>	<b>79</b>
<b>6.4</b>	<b>ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO NA ORGANIZAÇÃO .....</b>	<b>80</b>
<b>7.</b>	<b>VIABILIDADE FINANCEIRA .....</b>	<b>81</b>
<b>7.1</b>	<b>PLANO FINANCEIRO.....</b>	<b>81</b>
7.1.1	Pressupostos da análise financeira .....	81
7.1.2	Cálculo do investimento total.....	81
7.1.3	Estimativa do faturamento mensal para os próximos 5 anos .....	83
7.1.4	Estimativa dos custos fixos e variáveis para os próximos 5 anos ..	84
7.1.5	Demonstrativo de resultados para os próximos 5 anos.....	87
7.1.6	Estimativa do fluxo de caixa para os próximos 5 anos .....	89
7.1.7	Cálculo e análise dos indicadores de viabilidade financeira.....	89
<b>7.2</b>	<b>ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE FINANCEIRA .....</b>	<b>90</b>
<b>8.</b>	<b>VIABILIDADE DO NEGÓCIO: CONCLUSÃO .....</b>	<b>91</b>
<b>9</b>	<b>RESUMO ESTENDIDO.....</b>	<b>93</b>
<b>9.1</b>	<b>VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO.....</b>	<b>93</b>
<b>9.2</b>	<b>SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>94</b>
<b>9.3</b>	<b>VIABILIDADE ESTRATÉGICA.....</b>	<b>95</b>
<b>9.4</b>	<b>VIABILIDADE OPERACIONAL .....</b>	<b>96</b>
<b>9.5</b>	<b>VIABILIDADE MERCADOLÓGICA .....</b>	<b>100</b>

<b>9.6 DEMANDA CORRENTE E FUTURA .....</b>	<b>103</b>
<b>9.7 VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO .....</b>	<b>107</b>
<b>9.8 VIABILIDADE FINANCEIRA.....</b>	<b>111</b>
<b>9.9 VIABILIDADE DO NEGÓCIO: CONCLUSÃO .....</b>	<b>114</b>

## 1. VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO

### 1.1 BUSINESS MODELO CANVAS

Home Facilities é uma empresa que tem como objetivo simplificar e suprir as necessidades das empresas que aderem ao *home office*, fornecendo melhores condições de trabalho para seus colaboradores, auxiliando no aumento de produtividade e qualidade de vida dos profissionais, pensando na oportunidade desse mercado, que se encontra em crescimento ao passar dos anos.

Segundo Osterwalder (2009), o Business Model Canvas consiste em um instrumento que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes de forma estratégica. É um mapa visual subdividido em nove partes do modelo de negócios. (Osterwalder, 2009). Pode-se visualizar a estratégia utilizada no negócio por meio da figura 1:

Figura 1: Business Model Canvas da empresa Home Facilities

Parcerias chave	Atividades Chave	Proposta de Valor	Relacionamento com o Cliente	Segmentos de Clientes
Consultoria de Marketing.	Intermediação de solicitações e manutenções. Vendas dos serviços de locação.	Flexibilidade em manutenção.	Comunicação clara e ágil. Qualidade no atendimento e suporte.	Empresas e profissionais que utilizam o home office para exercerem suas atividades.
Fornecedor de celular para locação.	Acompanhamento de instalações e entregas de equipamentos.	Possível benefício fiscal.	Redes sociais. Feedback após recebimento dos equipamentos.	
Fornecedor de mobílias para locação.	<b>Recursos Chave</b> Colaboradores capacitados.	Redução de risco com ações trabalhistas.	<b>Canais</b> E-mail Marketing	
Fornecedor de notebook para locação.	Hospedagem e plataforma do site. Notebooks	Qualidade dos equipamentos.	Site. Portal do cliente. Distribuição por meio de transportadoras. Redes sociais e tráfego pago para divulgação.	
<b>Estrutura de Custos</b>		Praticidade na locação de equipamentos. Simplificação dos custos e recursos relacionados ao trabalho em home office.	<b>Fontes de Receita</b>	
Fornecedores.	Hospedagem do site.		Locação de equipamentos.	
Marketing.	Divulgação.			
Colaboradores.	Plataforma do site.			

Fonte: do Autor,2021.

### 1.1.1 Proposta de valor

Praticidade na locação de equipamentos: a Home Facilities possibilita a locação de equipamentos com grande praticidade, pois é uma plataforma online na qual, através de poucos cliques, pode-se contratar quatro tipos de equipamentos necessários para o pleno funcionamento das atividades diárias das organizações que atuam pelo regime de *home office*.

Flexibilidade em manutenção: agilidade na resolução de problemas ou danos que digam respeito aos equipamentos fornecidos pela Home Facilities.

Possível benefício fiscal: para as empresas que adotam o regime do lucro real, ao locar um equipamento ao invés de adquiri-lo, o valor pago mensalmente pode ser deduzido da base de cálculo do imposto de renda, além de não perder valor na depreciação dos seus equipamentos próprios.

Qualidade dos equipamentos: a locação de móveis de alta qualidade permite que os clientes não se preocupem com possíveis danos materiais referentes aos equipamentos de trabalho, além de a manutenção deste estar inclusa no contrato de locação.

Redução de risco com ações trabalhistas: a empresa que tem entre seus princípios o bem-estar e a saúde de seus colaboradores deve fornecer um bom ambiente de trabalho, devendo ele ser confortável e ergonomicamente correto. Sendo assim, além de agregar valor para a empresa, também evita que os funcionários desenvolvam problemas de saúde em decorrência de uma postura que não esteja de acordo com as normas de ergonomia, evitando processos trabalhistas contra a organização.

Simplificação dos custos e recursos relacionados ao trabalho em *home office*: maior praticidade em contratar e controlar os recursos para os colaboradores.

### 1.1.2 Segmentos de mercado

Empresas e profissionais autônomos que utilizam do *home office* para exercerem suas atividades. Principais setores onde se encontram oportunidades para prestação do serviço de locação: tecnologia da informação, recursos humanos, marketing, finanças e setor jurídico, onde atuam a maior parte dos profissionais em *home office*.

### 1.1.3 Canais de Distribuição

Como canal de distribuição, a fim de propagar os serviços oferecidos, as opções mais viáveis são:

E-mail marketing: para atingir o maior número de pessoas de forma econômica e prática, auxiliando também no contato entre a área comercial e o cliente para a conclusão das vendas.

Redes sociais e tráfego pago: para atingir grupos segmentados de pessoas com um custo atrativo.

Site: acesso detalhado a todos os produtos, oferecendo maior visibilidade do custo-benefício ao público-alvo. A venda ocorrerá somente através do site, garantindo assim agilidade e eficiência.

Equipe comercial focada no atendimento de empresas: prospectando clientes de forma direta e apresentando a proposta de locação de móveis, principalmente para grandes empresas, salientando a importância desse serviço.

As entregas e instalações solicitadas serão realizadas por técnicos especializados. Os equipamentos serão devidamente higienizados e o processo de entrega seguirá todos os protocolos de segurança determinados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA).

### 1.1.4 Relacionamento com o cliente

A abordagem aos clientes em prospecção se dará via e-mail marketing, com a apresentação do serviço objetivando convencer o leitor a fazer uma simulação dos produtos e valores, o que será possível através do site da Home Facilities. Além disso, haverá anúncios a respeito da obtenção de equipamentos de aluguel através do Google e mídias sociais. Haverá ainda prospecção fria de clientes, ou seja, induzir o acesso ao site ou solicitar e-mail para contato posterior, principalmente para grandes empresas.

Comunicação clara e ágil através de e-mail e Portal do Cliente, que possibilitará acompanhar o pedido e status da entrega, bem como solicitar a manutenção dos equipamentos ou demais serviços de suporte, sendo tudo respondido por um analista operacional designado especificamente para isso, resultando em um retorno breve e com a melhor opção disponível para ele.

Feedback após recebimento dos equipamentos: para manter uma comunicação assertiva e aprimorar o relacionamento com o cliente, após 15 dias do recebimento confirmado de todos os equipamentos alugados será enviado um formulário de solicitação de feedback.

#### 1.1.5 Fontes de receita

Locação de equipamentos: o plano de negócio da Home Facilities é baseado na locação de equipamentos para *home office*, por exemplo: notebooks, celulares, cadeiras e mesas de escritório. A locação será realizada por meio de um contrato no qual serão definidos os prazos e equipamentos, conforme a solicitação dos clientes. A empresa surgiu com o intuito de fazer o intermédio entre os fornecedores e os clientes, adicionando uma margem de lucro neste processo de intermediação, porém facilitando a contratação dos itens necessários para a boa atuação no trabalho remoto.

#### 1.1.6 Recursos Chave

Colaboradores capacitados: para a área de vendas, os analistas comerciais serão treinados a fim de continuarem desenvolvendo seus potenciais, com a finalidade de atingir o maior número de vendas possível.

Os analistas de operação serão treinados com o intuito de ser sempre proativos, assertivos e pontuais com as demandas da área a fim de evitar a geração de gargalos. Já o analista de Marketing terá treinamentos sobre a área frequentemente, mantendo-se sempre atualizado a respeito das tendências do mercado. Os diretores continuarão se desenvolvendo e buscando conhecimento por meio de cursos, treinamentos e consultorias particulares.

Hospedagem e plataforma do site: para manter o site no ar, as vendas continuarem ocorrendo, proporcionar receita à empresa e o controle continuar sendo eficaz, é necessário manter a hospedagem e a plataforma em perfeitas condições, possibilitando o fluxo normal.

Notebooks: para que as atividades sejam devidamente desempenhadas.

Portal do cliente: para consulta dos dados de sua locação, contratos, canais de contato com a empresa para troca ou solução de possíveis problemas.

#### 1.1.7 Atividades Chave

Vendas dos serviços de locações: a venda será realizada somente através do site da empresa, que é a única fonte de receita.

Intermediação de solicitações e manutenções: ao identificar um problema, o cliente informa à Home Facilities através do Portal do Cliente disponibilizado no site oficial da empresa. Através disso, a Home Facilities aciona os fornecedores para direcionar o atendimento e resolução de problemas.

Acompanhamento de instalações e entrega de equipamentos: após a realização da compra dos serviços via site, a Home Facilities é responsável por encaminhar os pedidos para os fornecedores e monitorar os processos e prazos de entrega e instalação para que os produtos cheguem aos destinos conforme prazo acordado.

### 1.1.8 Parcerias Chave

Todas as soluções propostas, sejam elas em móveis, telefonia ou equipamentos, serão terceirizadas. Portanto, é de suma importância que haja alianças com bons fornecedores para entregar a locação de móveis com perfeição.

Locadores de celular: com o home office, é preciso se atentar à separação da vida pessoal e da vida profissional e locar celulares é uma boa alternativa para quem necessita manter contato via mobile com clientes sem perder sua privacidade.

Locadores de mobílias e notebooks: uma vez que a principal receita da Home Facilities se encontra na intermediação de equipamentos para home office, a parceria com empresas que forneçam móveis e equipamentos de escritório de qualidade é primordial.

Consultoria de Marketing: considera-se que uma das vantagens competitivas de qualquer empresa é a imagem que ela constrói perante o mercado e que gera maior confiança em seus serviços. Um contrato com uma boa empresa de Marketing garante melhor aproveitamento dos pontos fortes e maior alcance nos meios de comunicação, tendo em vista também que atuar especificamente com Home office é algo ainda é pouco explorado. Por isso, queremos nos expor com longo alcance no mercado.

### 1.1.9 Estrutura de custos

Fornecedores, Marketing, colaboradores, hospedagem do site, divulgação e plataforma do site.

## 1.2 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DE VIABILIDADE DO NEGÓCIO

### 1.2.1 Cenário

De acordo com a reportagem da Globo, com base no censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2018<sup>1</sup>, cerca de 3,8 milhões de brasileiros já atuavam no modelo *home office*. Esse número trata do maior contingente já registrado desde meados de 2012, quando começou a ser realizada a pesquisa. Nesse período, constata-se que houve cerca de 44,4% de aumento na quantidade de trabalhadores no modelo.

Ainda de acordo com a reportagem, dados da Sociedade Brasileira de Teletrabalho e Teleatividades (Sobratt) revelam que entre 2016 e 2018 houve aumento de 22% na adoção do modelo pelas empresas. Nessa pesquisa, foram consultadas 300 pessoas jurídicas de vários setores da economia brasileira, contando com mais de 1 milhão de trabalhadores. Dentre as empresas pesquisadas, aproximadamente 45% apresentaram a prática do modelo e 15% demonstraram interesse em adotá-la. “Dos segmentos onde a modalidade apresenta maior representatividade (44% do total) são TI/Telecom (28%) e serviços (16%). E as áreas são tecnologia da informação, recursos humanos, marketing, controladoria/finanças e jurídico” - Jornal G1 (2018) <sup>1</sup>.

No ano de 2020, a humanidade foi acometida por uma pandemia global devido ao surgimento do novo coronavírus, em meados de janeiro. Seu impacto mundial trouxe vários desafios para as empresas e, dentre esses desafios, veio a atuação pelo modelo *home office*, que é quando se utiliza o espaço da casa dos funcionários como um ambiente de trabalho.

De acordo com pesquisa realizada pela Betania Tanure Associados (BTA)<sup>2</sup>, que atua em empresas nacionais e internacionais nas áreas de gestão

---

<sup>1</sup> Disponível em :<https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2020/03/03/home-office-ganha-adesao-no-pais-veja-direitos-cuidados-e-dicas-para-productividade.ghtml>. Acessado em 22 de março de 2021.

<sup>2</sup> Disponível em <https://www.oberlo.com.br/blog/estatisticas-home-office>. Acessado em 22 de março de 2021.

empresarial, devido ao avanço da pandemia no ano de 2020, cerca de 43% das empresas brasileiras tornaram padrão o regime de *home office*. Dada a transição repentina, em meados de março, muitas delas não estavam devidamente preparadas para esse cenário e necessitam do aluguel de equipamentos como notebooks e computadores.

Não estamos tão próximos de ver o fim da pandemia e, dado esse cenário, na visão do coordenador do MBA em Marketing e Inteligência de Negócios Digitais da Fundação Getúlio Vargas (FGV)<sup>3</sup>, André Miceli, o *home office* no Brasil deve ter um crescimento de 30% a partir do fim da pandemia. Na prática, ele deve envolver 80% das empresas do país, que terão algum tipo de *home office*.

### 1.2.2 Análise

É perceptível o quanto a pandemia afetou o mundo de modos bons e ruins e trouxe mudanças que se acredita que ficarão por muito tempo, sendo uma delas essa forma de trabalho, que também está sendo chamada de “o novo normal”.

O trabalho remoto traz benefícios para a empresa e funcionários e a proposta da Home Facilities é facilitar para ambos, organização e trabalhador, sendo este último com vínculo empregatício ou trabalhador autônomo ao aderir a esta prática.

A proposta de atendimento ao cliente é sermos claros e objetivos na comunicação, oferecendo um atendimento humanizado, além de todo o suporte necessário.

Para as empresas, essa solução oferece uma alternativa à compra de equipamentos para atividades em *home office*, já que é benéfica quando oferece flexibilidade e alternativas com ótimo custo-benefício e proporciona maior produtividade, evitando, inclusive, ações trabalhistas relacionadas às

---

<sup>3</sup>Disponível em: <https://exame.com/carreira/afinal-qual-sera-o-tamanho-do-home-office-no-pos-pandemiadepende/#:~:text=Com%20uma%20expectativa%20de%20home,pelo%20menos%20metade%20das%20equipes>. Acessado em 22 de março de 2021.

condições de trabalho. Segundo a Infomoney<sup>4</sup>, processos trabalhistas subiram 270% em 2020; já para o prestador de serviço, essa solução poupa-lhe tempo e dinheiro na escolha de todos os itens necessários para a perfeita execução do trabalho em casa.

A estrutura de custos gira em torno de fornecedores, marketing e colaboradores e a fonte de renda é a locação dos bens.

O plano de negócio demonstra que a ideia é viável, uma vez que ofertar insumos de locação para home office em uma única plataforma é algo inovador no mercado, o que proporciona atendimento às empresas que buscam maior praticidade e agilidade em contratações de equipamentos para distribuir aos seus colaboradores.

## **2. SUMÁRIO EXECUTIVO**

### **2.1 DADOS GERAIS DO EMPREENDIMENTO**

Ramo de atuação: Serviços

A Home Facilities atuará em regime de teletrabalho mas para fins de registro na junta comercial será registrada em Santo André, São. Os equipamentos necessários para realização dos trabalhos serão oferecidos aos colaboradores, possibilitando que as rotinas da empresa sejam efetuadas com eficiência, qualidade e segurança. A responsabilidade dos analistas estará em verificar o fluxo dos processos e garantir que a empresa esteja em pleno funcionamento para que o diretor financeiro possa realizar os reportes mensais para o CEO sobre os status de vendas consolidadas pela empresa.

### **2.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES**

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/carreira/processos-trabalhistas-sobre-home-office-sobem-270-parlamentares-reagem>. Acessado em 01 março de 2021.

Todos os sócios da Home Facilities cursam atualmente o oitavo semestre de bacharelado em Administração de Empresas na instituição de ensino Strong Business School. Apenas um sócio exercerá atividades na Home Facilities como CEO: os demais serão investidores do negócio.

O capital social será de R\$ 349.386,45 e será dividido em cinco quotas iguais de R\$ 69.877,09 pelos sócios Elisa Bicudo Moreira, Johnson Paulino da Silva, Mayara de Holanda Moura, Michelle de Paula Santos e Thayná Siqueira Elias.

O CEO, Johnson Paulino da Silva, possui vasta experiência em gerenciamento de projetos e é entusiasta na área de novos negócios. No ano de 2020, após o início da pandemia, enfrentou diversas dificuldades relacionadas ao trabalho remoto. Após se desligar da empresa onde trabalhava, decidiu empreender, dando vida à Home Facilities com a proposta de trazer conforto e comodidade para aqueles que trabalham em *home office*.

Como CEO, estão entre suas funções o gerenciamento de relatórios referentes a todas as áreas da empresa e gerenciamento de projetos, pensando sempre no desenvolvimento sustentável de seu negócio.

### **2.3 MISSÃO DA EMPRESA E VALORES ORGANIZACIONAIS**

A missão da Home Facilities é facilitar, tanto para as empresas quanto para colaboradores, a rotina do trabalho em *home office*, oferecendo equipamentos e estrutura adequada para que todos desempenhem um trabalho de qualidade.

A visão da Home Facilities é se tornar referência no setor de locação de móveis e equipamentos para *home office*, destacando-se pela eficiência do serviço prestado..

Foco no cliente, sustentabilidade e inovação em processos são os valores que norteiam todas as ações feitas pela empresa.

## 2.4 FORMA JURÍDICA E ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

A forma jurídica será Sociedade de Responsabilidade Limitada,, onde a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. O capital social e a participação societária serão iguais para os dois sócios.

A Home Facilities será enquadrada na tributação sobre o lucro real devido às informações contidas na tabela 1, que apresenta o menor imposto a ser pago na forma de tributação de lucro real em comparação com o lucro presumido, já que o faturamento não se enquadra no Simples Nacional.

Tabela 1- Enquadramento Tributário

	1ºMÊS				12ºMÊS			
	Lucro Real		Lucro Presumido		Lucro Real		Lucro Presumido	
	Alíquota		Alíquota		Alíquota		Alíquota	
Faturamento		R\$ 15.471,00		R\$15.471,00		R\$ 145.198,00		R\$ 145.198,00
Despesas a deduzir		R\$ 12.892,00				R\$ 120.999,00		
PIS	1,65%	R\$ 43,00	0,65%	R\$ 101,00	1,65%	R\$ 399,00	0,65%	R\$ 944,00
COFINS	7,60%	R\$ 196,00	3,00%	R\$ 464,00	7,60%	R\$ 1.839,00	3,00%	R\$ 4.356,00
ISS		R\$ -		R\$ -		R\$ -		R\$ -
Lucro/Lucro Presumido		R\$ 32.710,00		R\$ 4.951,00		R\$ 13.089,00		R\$ 46.463,00
IRPJ	15,00%	R\$ -	15,00%	R\$ 743,00	15,00%	R\$ -	15,00%	R\$ 6.970,00
AIR	10,00%	R\$ -	10,00%	R\$ -	10,00%	R\$ -	10,00%	R\$ -
CSSL	9,00%	R\$ -	9,00%	R\$ 446,00	9,00%	R\$ -	9,00%	R\$ 4.182,00
Total de Tributos	1,54%	R\$ 239,00	11,33%	R\$ 1.753,00	1,54%	R\$ 2.238,00	11,33%	R\$ 16.451,00

Fonte: Do autor, 2021.

## 2.5 CAPITAL SOCIAL E FONTES DE RECURSOS

A empresa contará com R\$ 384.868,65 como capital social, proveniente da contribuição igualitária dos sócios. Este montante é o suficiente para o investimento inicial e capital de giro necessário para o bom funcionamento da empresa.

### 3. VIABILIDADE ESTRATÉGICA

Neste terceiro capítulo será abordado o estudo do mercado-alvo e será apresentada uma análise do ambiente geral através das cinco forças competitivas de Porter. Por fim, os resultados analisados da pesquisa de campo, realizada com o objetivo de trazer dados reais ao negócio.

#### 3.1 ESTUDO DO MERCADO ATUAL

##### 3.1.1 Mercado atual

O cenário atual, que envolve uma pandemia que obrigou a grande maioria dos trabalhadores a se adaptar a trabalhar no modelo home office com o intuito de evitar maior disseminação do vírus SARS-CoV 2, fez com que o mercado de venda e aluguel de bens e equipamentos pertinentes aos serviços remotos tivesse aumento em 2020, segundo a publicação da Natália Large em julho de 2020 para a Valor investe<sup>5</sup>.

Segundo dados divulgados pela Inforchannel<sup>6</sup> em sua página, a empresa Agasus, uma das maiores locadoras de hardware, teve seu faturamento dobrado em 2020 devido ao maior número de pessoas atuando em *home office*. A empresa faturou R\$90.000.000,00 (noventa milhões de reais) no último ano, considerando locação, venda e revenda de equipamentos como notebook, desktops, smartphones, tablets, servidores e demais equipamentos.

Já na área de locação de móveis, uma das grandes referências é a empresa John Richard. Fundada em 1998, ela oferece flexibilidade e

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/empresas/noticia/2020/07/03/com-quarentena-vendas-de-itens-de-home-office-explodem.ghtml/> - acessado em 22 de março de 2021.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://inforchannel.com.br/o-bom-negocio-de-locacao-de-hardware/> - acessado em 22 de março de 2021.

mobilidade dos espaços corporativos e, diante da situação atual, divulgou uma linha específica para o *home office*.

A Tuim, startup lançada no fim de 2019, também atua na locação de móveis residenciais; segundo a Globo<sup>7</sup>, ela aproveitou a oportunidade do trabalho remoto para lançar também a linha *home office*. A empresa já conta com 500 assinantes com pagamento médio de R\$490,00 mensais.

Entende-se então que, atualmente, o mercado de soluções para *home office* está em ascensão, o que amplia as possibilidades de sucesso dos empreendimentos voltados para esse ramo.

### 3.1.2 Histórico do mercado

Existem dois tipos de trabalho em casa, a saber: teletrabalho e *home office*. O teletrabalho é caracterizado por um trabalho prestado em qualquer lugar, desde que seja fora das dependências do empregador, e podendo ser, inclusive, dentro da casa do empregado. O teletrabalho não exige controle de horas (salvo exceção de acordo entre empregador e empregado), não desconfigura o modelo de trabalho se precisar comparecer às dependências do empregador em eventos pontuais e já tem registros jurídicos desde 2011, quando mencionado na Lei 12.551/2011. Já o *home office* é como uma extensão da empresa; portanto, as leis trabalhistas também são uma extensão, existe um controle de horas e não deve ser algo definitivo, salvo em exceções de pandemia, assim como o mundo está vivendo atualmente, entre outras. Entretanto, todo teletrabalho é considerado *home office*, mas nem todo *home office* é teletrabalho, o que os distinguem são os tipos de contratação.

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2020/10/25/startup-aluga-moveis-de-escritorio-para-trabalhar-em-home-office.ghtml> - acessado em 22 de março de 2021.

Somente entre 2016 e 2018 essas modalidades ganharam maior visibilidade; segundo o IBGE<sup>8</sup>, em 2018, 3,8 milhões de brasileiros trabalhavam com teletrabalho.

O mercado de locação de equipamentos de tecnologia no Brasil ainda é pequeno, como mostram os dados da IDC Brasil<sup>9</sup>: apenas 10% das empresas brasileiras alugam seus equipamentos. Isso se dá pelo fato de algumas empresas acreditarem que as compras de equipamentos eletrônicos são investimentos, quando na verdade passarão a gastar com manutenção, além da obsolescência que esse tipo de mercadoria traz consigo.

Ao pesquisar sobre o mercado de locações de móveis para escritório, não se encontra muitas informações, uma vez que esse tipo de atividade ainda é muito novo no Brasil, o que torna um novo nicho a ser explorado.

### 3.1.3 Projeções futuras

A pandemia impulsionou o modelo de trabalho remoto devido à necessidade do distanciamento social. Análises do site Globo na coluna Pequenas Empresas & Grandes Negócios<sup>10</sup> apontam que este novo modo de trabalho deve se tornar uma realidade efetiva ou híbrida na maioria das empresas. Segundo matéria do Estadão<sup>11</sup>, uma pesquisa realizada com mais de 500 empresas diferentes, representando mais de 1.465.255 trabalhadores, aponta que 52% das empresas passaram a praticar teletrabalho em função da pandemia e, destas, 72% planejam manter a prática.

O *home office* já era uma prática sendo adotada por algumas organizações e, com a chegada da pandemia no ano de 2020, essa adoção foi

---

<sup>8</sup> Disponível em: <https://covid19.ibge.gov.br/pnad-covid/trabalho.php> - acessado em 22 de março de 2021.

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.decisionreport.com.br/mercado/o-mercado-de-locacao-de-equipamentos-de-ti-no-brasil/#.YldqZZBKjIV> acessado em 26/04/2021

<sup>10</sup> Disponível em: <https://noticias.r7.com/economia/coronavirus-aluguel-de-notebook-dispara-para-uso-em-home-office-19082020> - acesso em 22 de março de 2021.

<sup>11</sup> Disponível em: <https://publicacoes.estadao.com.br/empresasmais/pesquisa> - acesso em 22 de março de 2021.

impulsionada pela necessidade de respeitar a recomendação do Ministério da Saúde para reduzir o contato social da população. No início, a preocupação com a ociosidade dos colaboradores era um ponto de atenção que poderia atrapalhar o rendimento e os resultados.

O cenário atual propiciou que as empresas que trabalham no ramo de locação de equipamentos e móveis ganhassem mais espaço, adquirindo maior visibilidade e participação de mercado. Foi divulgado que, em função do *home office*, a demanda por seus produtos tem crescido. Segundo notícia do site R7, publicada em março de 2020, a empresa Aluga.com teve sua média de propostas de orçamentos enviados aos clientes aumentada de 20 para 100 por dia<sup>12</sup>.

De acordo com Maryam Mohsin, em fevereiro de 2021, as estatísticas apontam que 78% dos brasileiros se sentem mais produtivos, 71% mais felizes atuando em casa e a tendência do mercado é que essa prática deva aumentar 30% nos próximos anos.

### 3.1.4 Tendências de mercado

A situação atual gera uma lacuna a ser preenchida, pois, hoje vincula-se à popularização desta forma de trabalho com a pandemia. No entanto, a tendência do *home office* é se perpetuar, ainda que alguns dias da semana, o que é chamado de modelo híbrido.

Segundo reportagem da revista Valor<sup>13</sup> baseada em um estudo feito pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), o trabalho por *home office* poderá alcançar 22,7% das ocupações existentes no Brasil. Por esse motivo, as pessoas sentem necessidade de ter um espaço em casa onde possam trabalhar de maneira ergonomicamente adequada.

---

<sup>12</sup> Disponível em: <https://noticias.r7.com/economia/coronavirus-aluguel-de-notebook-dispara-para-uso-em-home-office-19082020> - acesso em 22 de março de 2021.

<sup>13</sup> Disponível em <https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/empresas/noticia/2020/07/03/com-quarentena-vendas-de-itens-de-home-office-explodem.ghtml> - acessado em 23 de março de 2021.

A locação de móveis e equipamentos vem ganhando espaço nas empresas, devido à flexibilidade em trocas e manutenções destes equipamentos. O investimento inicial é menor se comparado à uma compra, o que permite liberação de capital, entre outros diversos benefícios, como por exemplo benefícios fiscais, pois a locação de equipamentos se enquadra como OPEX por se tratar de uma despesa operacional, o que possibilita o abatimento do cálculo do Imposto de Renda, se e somente se, o regime adotado for o de lucro real.

### **3.2 ESTUDO DOS CLIENTES (DADOS SECUNDÁRIOS)**

O público-alvo se resume a empresas e autônomos que usufruem do trabalho remoto.

Segundo reportagem da Agência Brasil, baseada em um estudo realizado pela Fundação Instituto de Administração (FIA)<sup>14</sup>, instituição de ensino superior fundada em 1980 por professores e colaboradores da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 46% das empresas adotaram esse regime de trabalho até o momento. Dentre os setores de trabalho, o que concentra a maior porcentagem de profissionais nessa modalidade de trabalho é o setor serviços (53%), seguido pelas indústrias (47%). Dentre as maiores dificuldades encontradas durante o trabalho remoto foram citadas: a falta de habilidade com ferramentas de comunicação online, o distanciamento entre as equipes de trabalho, dificuldade de conciliar a vida pessoal e a rotina de trabalho e a falta de equipamentos necessários para a realização de um trabalho de qualidade.

#### **3.2.1 Identificação das características dos clientes**

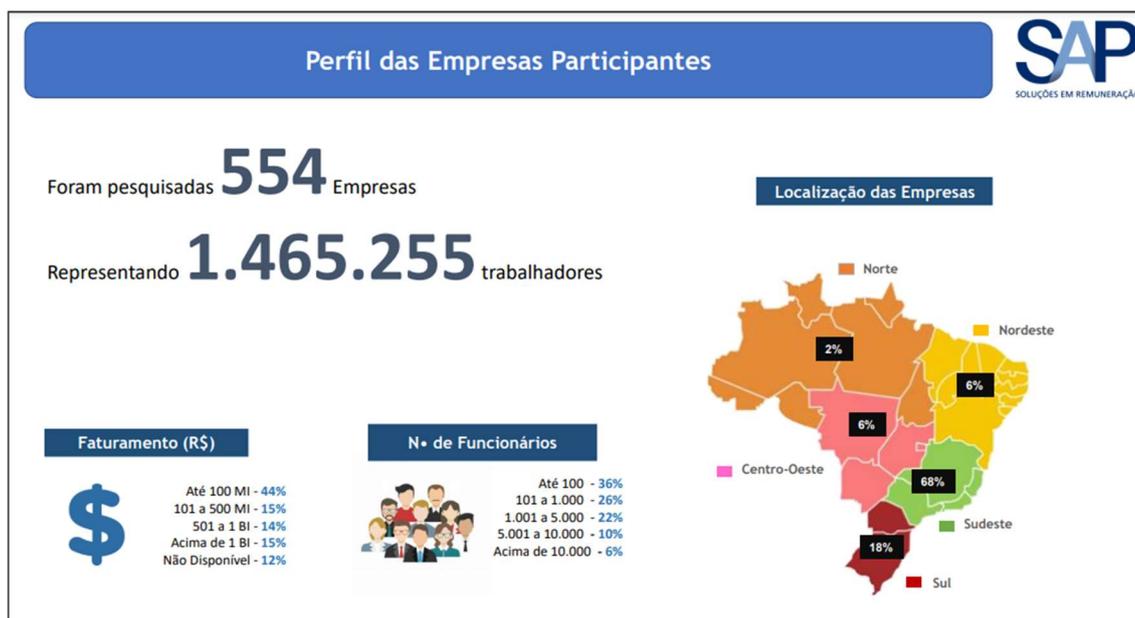
---

<sup>14</sup> Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/home-office-foi-adotado-por-46-das-empresas-durante-pandemia> -acessado em 22 de março de 2021.

Uma pesquisa feita pela SAP<sup>15</sup> em dezembro de 2020 com 554 empresas representando 1.465.255 trabalhadores, apresentada nas figuras 2 e 3, exibe as características das empresas que oferecem o *home office* aos seus colaboradores.

Essa pesquisa aborda empresas de médio e grande porte com alto faturamento, sendo que 36% das empresas possuem até 100 funcionários.

Figura 2 - Perfil das empresas

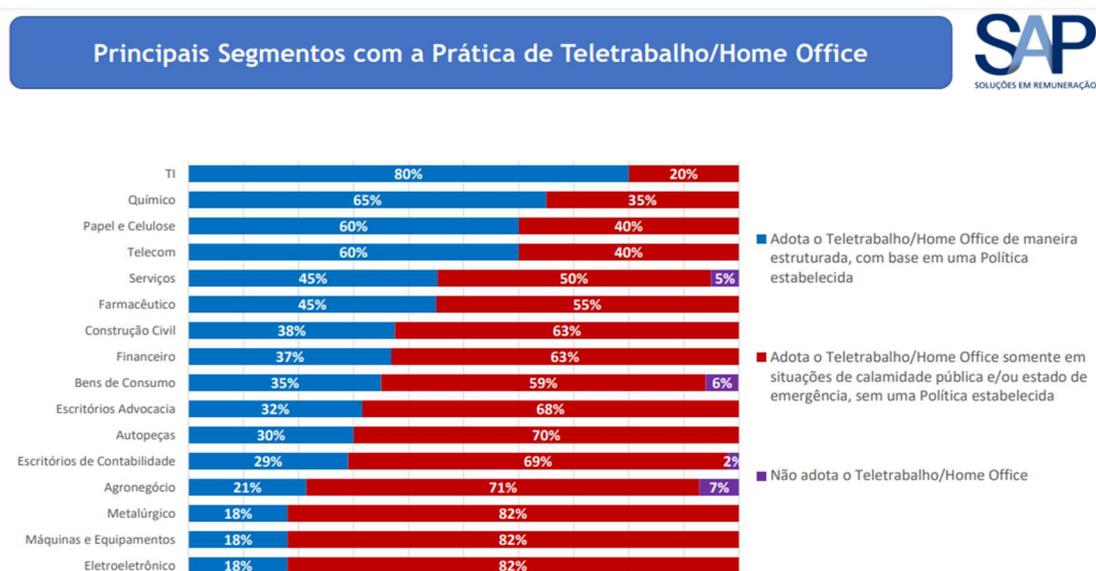


Fonte: SAP, 2020.

Dentre os ramos de atuação, encontram-se Tecnologia da Informação (TI) com o maior percentual (80%) de pessoas trabalhando em *home office* de maneira estruturada, seguido do setor químico e de papel e celulose.

<sup>15</sup> Disponível em <https://sapconsultoria.com.br/pesquisa-home-office-brasil-2020/> acessado em 22 de março de 2021.

Figura 3 - Principais segmentos com a prática do home office



Fonte: SAP, 2020.

### 3.2.2 Identificação dos motivos que levam os clientes a consumir os produtos ou serviços

Levando em conta o modelo de etapas desenvolvido por Kotler e Keller em 2012, antes de adquirir qualquer serviço, o consumidor passa por estágios para decidir se aquele serviço será realmente necessário.

Estágio 1 - Reconhecimento do problema ou da necessidade: o *home office* é uma modalidade de trabalho que possibilita aos funcionários de uma empresa trabalhar de forma remota; o trabalho pode ser feito de qualquer lugar que tenha conexão com a internet. A prática já era conhecida e adotada por algumas empresas, mas foi no ano de 2020 que ganhou maior força, sendo vista por muitos como uma alternativa ao trabalho presencial. A modalidade de trabalho mencionada se mostrou eficiente e muitas empresas já pensam em abandonar os escritórios e fazer disso uma forma permanente de se trabalhar. Entretanto, segundo pesquisa de campo (capítulo 3.4), pode-se observar a falta de estrutura que algumas pessoas enfrentam para realizar seus trabalhos com qualidade semelhante ao trabalho presencial; por exemplo: não é possível que o colaborador utilize dos equipamentos pessoais para a realização das

atividades laborais, pois existe um maior risco relacionado à privacidade das informações confidenciais, além de não garantir a qualidade de equipamentos que a empresa necessita para que as atividades sejam realizadas de maneira adequada. Como ponto de atenção referente a móveis, pode-se citar a importância de os colaboradores terem acesso a móveis ergonomicamente corretos, o que evitará possíveis desgastes de saúde, o que resultaria em ineficiência e prejuízos para as empresas. Por isso, a locação de equipamentos adequados fornece condições para um trabalho de alta performance.

Estágio 2 - Busca de informação: diante do reconhecimento de problemas com infraestrutura para se trabalhar (estágio 1), empresas buscam entender quais caminhos seguir para proporcionar aos seus colaboradores melhores condições laborais e de produtividade. A busca por informações e alternativas de produtos, geralmente, é feita através de sites pela internet. É preferível que o consumidor encontre todos os itens e informações necessárias em um único local, o que economiza tempo e enfatiza a praticidade, que é um fator primordial para todos os negócios em ascensão nos dias de hoje. Essa facilidade faz com que a Home Facilities ofereça um diferencial competitivo e permite a consolidação da mesma no mercado.

Estágio 3 - Avaliação das alternativas: como terceiro estágio do processo de decisão de compra, a avaliação de alternativas é um ponto que demanda bastante tempo, pois costuma-se avaliar todas as opções para chegar à melhor solução para um determinado problema. Ao avaliar todas as alternativas, o cliente da Home Facilities observará praticidade nos processos da empresa e comodidade e conforto na aquisição dos itens.

Estágio 4 - Decisão de compra: após a avaliação das alternativas, as partes interessadas, que são os clientes e a Home Facilities, firmarão um contrato onde serão detalhados os direitos e obrigações de ambas as partes.

Estágio 5 - Comportamento pós-compra: a postura adotada pela empresa após a compra ser finalizada é um indicador importante para sua reputação, pois mostra sua preocupação com a qualidade do serviço prestado até o último instante. Por isso, clientes que optarem pela Home Facilities contarão com assistências, reparos ou trocas caso algum equipamento chegue ao destino final danificado, pesquisas de satisfação (para que, através da opinião, a empresa possa aprimorar seu serviço e um chat com a equipe para

sanar dúvidas que possam surgir durante o uso dos equipamentos. Clientes que optarem pelo serviço oferecido pela Home Facilities garantirão, além de uma experiência inovadora com locação de móveis, equipamentos de qualidade que facilitarão o dia a dia do colaborador.

### **3.3 ANÁLISE DO AMBIENTE GERAL POR MEIO DO MODELO DAS CINCO FORÇAS COMPETITIVAS DE PORTER**

Pode-se definir as cinco forças de Porter como sendo um framework de análise das forças competitivas que integram os setores de um negócio. Para entender melhor as vantagens competitivas envolvendo a oferta de um serviço de locação de móveis e utensílios para o trabalho remoto, abordaremos os temas: rivalidade entre concorrentes, poder de barganha dos fornecedores, poder de barganha dos compradores, ameaça de novos entrantes e ameaça de produtos ou serviços substitutos.

#### **3.3.1 Rivalidade entre concorrentes**

O mercado de aluguel de itens para *home office* ainda não é muito explorado. Tendo isso em vista, o poder de mercado dos concorrentes é relativamente baixo, uma vez que a Home Facilities pretende unir todas as ofertas com uma estratégia de locação.

#### **3.3.2 Poder de barganha dos fornecedores**

Na visão de um fornecedor, quanto mais ele receber e menos trabalho tiver com sua venda, melhor é, e quanto maior o *Market Share* do fornecedor, maior é o poder dele de influência sobre o preço, qualidade, prazos e condições.

A Home Facilities tem como proposta produtos modernos, tecnológicos e ergonômicos que são disponibilizados para empresas que alugam em pequena e grande quantidade. O poder de barganha dos fornecedores consiste em possuírem grande fatia do mercado por estarem atuando a muito tempo fazendo assim com que eles determinem os preços do mercado.

### 3.3.3 Estudo de barganha dos consumidores

Entender o poder de barganha dos consumidores é entender mais uma força que determina o nível da competitividade da Home Facilities. De início, o poder de barganha dos consumidores é alto e, para diminuir esse poder, a empresa irá aumentar sua carteira de clientes, fazendo com que, caso algum cliente opte pela desistência, isso não tenha tanto impacto na receita da empresa.

A Home Facilites oferecerá os produtos dependendo da real necessidade do cliente e eles poderão ser contratados somente através do site. Os valores serão tabelados e não haverá barganha dos consumidores com relação a preços.

Para aquisição desses equipamentos, teremos cláusulas de duração da locação e prazo de carência de cancelamento do contrato, para que este evento não prejudique a Home Facilities.

### 3.3.4 Estudo de novos entrantes

Devido ao fato de a pandemia ter impulsionado o mercado que envolve tudo a respeito do *home office*, existe uma grande quantidade de empresas inovando em seus serviços separadamente, oferecendo móveis para o *home office*, outras oferecendo hardwares, outros produtos ergonômicos. Então, a concorrência tende a aumentar, principalmente pelo fato de muitas organizações estarem aderindo ao perpétuo, reforçando a ideia do “novo normal”. Entretanto, ainda não é possível definir o nível desses novos entrantes

pois, até o momento, não há nenhum concorrente que ofereça exatamente os serviços oferecidos pela Home Facilities. Como tentativa de defesa a respeito dos possíveis novos entrantes, a empresa continuará buscando aprimoramento no relacionamento com os clientes e com os fornecedores, objetivando maior qualidade nos produtos e serviços oferecidos, estando sempre atenta ao que há de novo no mercado mobiliário e tecnológico e, além desses pontos, existirá o fator contratual, que terá a carência de rescisão contratual já mencionada no tópico anterior.

### **3.3.5 Estudo de substitutos**

O substituto de um produto não precisa necessariamente ser da mesma categoria, mas sim que possa ser usado no lugar de algo.

Pode-se considerar como substituto do negócio a empresa Tuim, locadora de móveis para trabalho remoto. Entretanto, a empresa Tuim não foca somente nos aluguéis de itens para o *home office*: ela também oferece aluguel de mobília residencial. Isto é, a Home Facilities será a pioneira em investir somente no aluguel de itens no geral para o *home office*.

Também há a locadora de ferramentas como notebooks e celulares chamada *Lowcost*, que oferece apenas os utensílios digitais, mas não une essa oferta ao ambiente adequado para o trabalho, como é ofertado pela Home Facilities.

Como mencionado anteriormente no capítulo 3.1.1, um dos substitutos da Home Facilities é a empresa Agasus, que tem como principais fontes de receita o aluguel e venda de desktops novos e seminovos.

Por fim, a principal substituta no quesito de locação de móveis é a empresa John Richards, que atua há mais de vinte anos no mercado de soluções de mobílias corporativas e residenciais.

## **3.4 PESQUISA DE CAMPO**

A pesquisa de campo é uma ferramenta imprescindível para a criação de um negócio uma vez que, através das informações coletadas, é possível entender o mercado consumidor no qual a Home Facilities atuará.

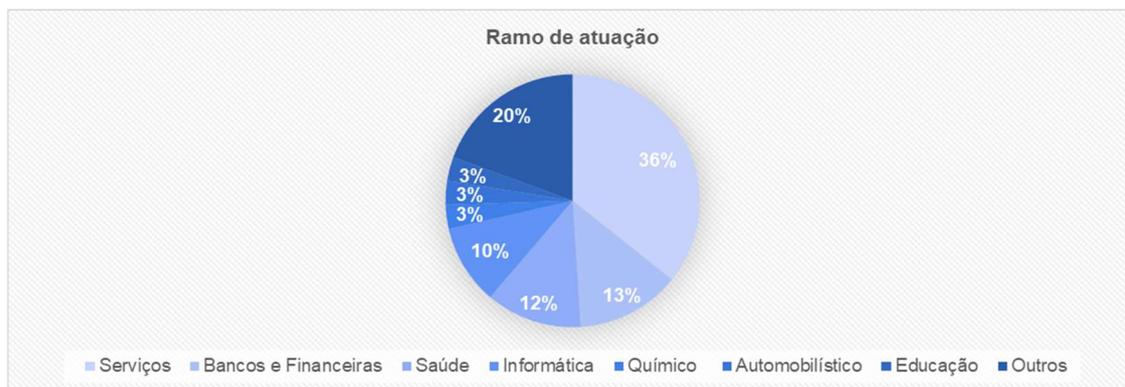
Segundo Kotler e Keller,2006:

Em geral, ao descobrir a visão do consumidor e entender suas implicações no marketing leva ao lançamento bem-sucedido de um produto ou impulsiona uma marca (Kotler; Keller,2006, p 98).

Dessa maneira, através da pesquisa de campo, a Home Facilities teve como objetivo entender como as organizações estão lidando com o *home office* em relação a móveis e equipamentos para seus colaboradores. Para isso, foram elaboradas questões para que os próprios colaboradores respondessem e, através de suas respostas, identificar o tamanho e as características do mercado, que será o foco da Home Facilities.

Entre os dias 14 e 17 de março de 2021 foram coletadas 100 respostas por meio de um formulário do Google Forms, divulgado pelo Whatsapp e redes sociais, com o intuito de tentar identificar se existem ramos específicos de empresas atuando em regime de home office a fim de segmentar melhor o nicho de mercado. Foi possível identificar, com a análise das informações coletadas, que 36% da amostra atua na área de serviços e 19% na área de bancos e financeiras como é apresentado no gráfico 1.

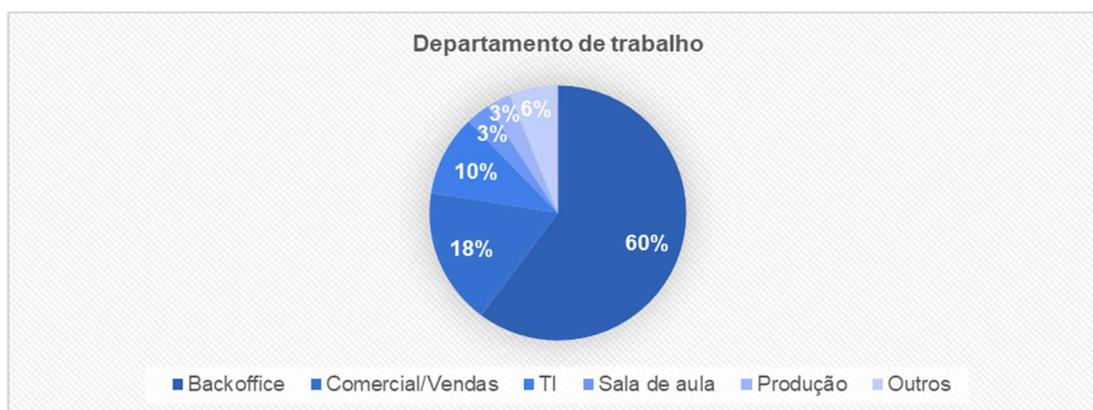
Gráfico 1 - Ramo de atuação



Fonte: Do autor, 2021.

A informação de que mais da metade dos respondentes atuam em áreas de backoffice é relevante para conhecer o departamento onde os serviços da Home Facilities serão mais requisitados. Conhecer o perfil das pessoas que responderam à pesquisa de campo auxilia a Home Facilities no planejamento de ações e estruturação de estratégias de penetração de mercado.

Gráfico 2 - Departamentos

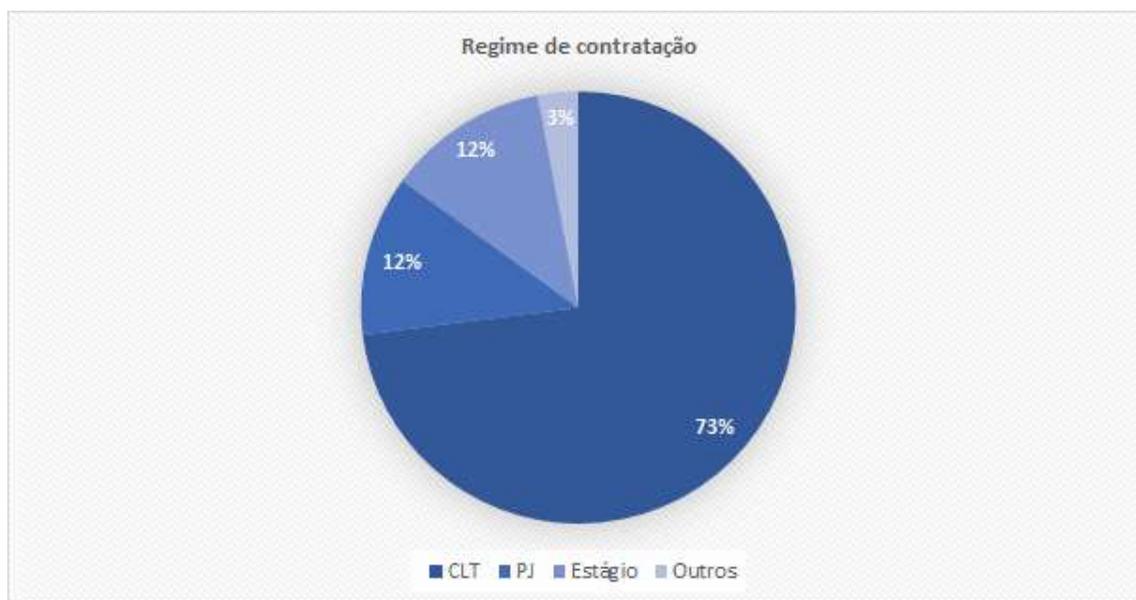


Fonte: Do autor, 2021.

Saber o regime de contratação dos respondentes da pesquisa é importante porque observa-se que a maioria dos respondentes atuam em regime CLT, o que auxilia no direcionamento para Home Facilities no que diz respeito à perfis de clientes. Entende-se que as empresas que possuem colaboradores em regime CLT prezam por segurança, saúde e comodidade

enquanto estiverem realizando suas atividades. No gráfico 3, pode-se perceber que a maioria dos respondentes atua no regime CLT, e, portanto, isso influencia muito no nosso plano de negócio.

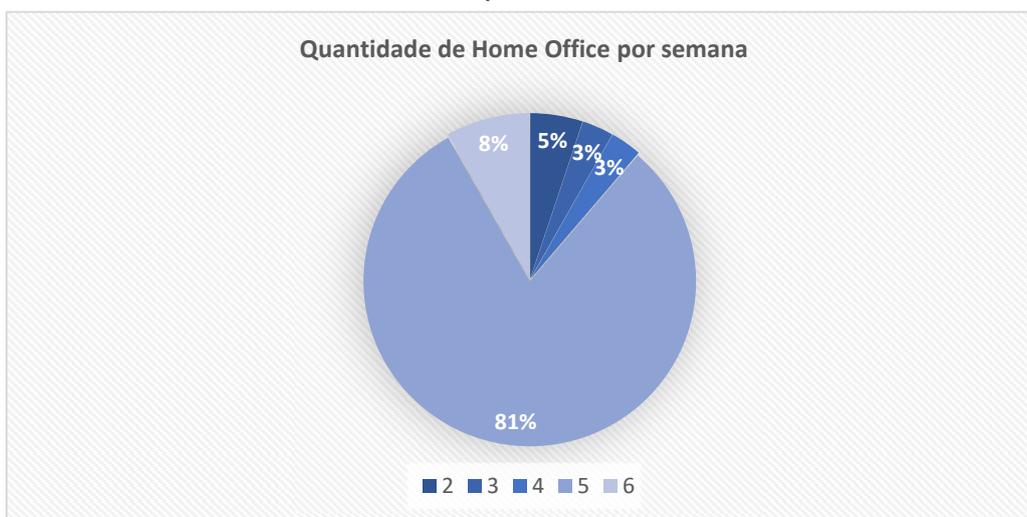
Gráfico 3 - Regime de Contratação



Fonte: Do autor, 2021.

O gráfico 4 apresenta os dados referentes à quantidade de dias que os respondentes trabalham em Home Office. De acordo com a pesquisa de campo, 81% dos respondentes trabalham cinco dias por semana; logo, teoricamente, 40 horas semanais, o que significa que os colaboradores necessitam utilizar seus móveis e equipamentos com uma maior intensidade e, se esses itens não forem suficientemente ergonômicos, podem causar danos à saúde do colaborador, o que pode acarretar processos trabalhistas.

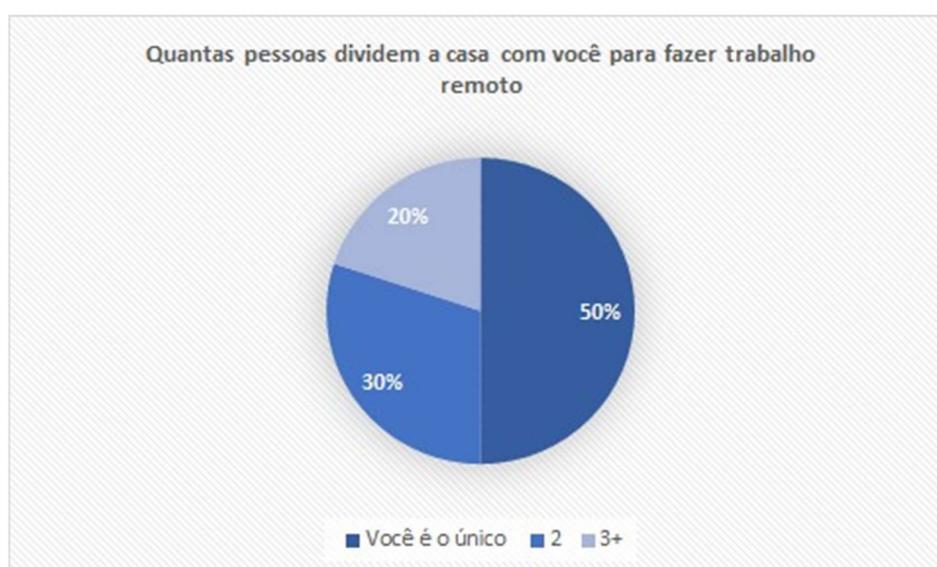
Gráfico 4– Quantidade de dias por semana.



Fonte: Do autor, 2021.

Para entender o comportamento das pessoas que trabalham em *home office*, foram feitas perguntas referentes à quantidade de pessoas que dividiam a casa, produtividade e dificuldade para conciliação da vida pessoal com a profissional na rotina de *home office*. As respostas podem ser observadas nos gráficos 5,6, 7 e 8.

Gráfico 5 - Quantidade de pessoas que dividem a casa



Fonte: Do autor, 2021.

A pergunta sobre produtividade, representada pelo gráfico 6, foi realizada visando estabelecer uma relação entre o local de trabalho e rendimento. Constatou-se que 50% dos respondentes julgam serem mais produtivos em casa, 37% afirmam que a produtividade é a mesma do escritório. Essa informação influencia o negócio da Home Facilities à medida em que se os *respondentes* são mais produtivos em casa, mesmo sem a certeza de equipamentos adequados, existe a predisposição do mercado continuar em ascensão nos próximos anos, visto que há chance de aprimoramento da produtividade.

Gráfico 6 – Produtividade no escritório ou em casa



Fonte: Do autor, 2021.

Outro dado encontrado é apresentado pelo gráfico 7: 65% da amostra não tem dificuldade em conciliar a vida pessoal e a profissional na rotina de home office. Dessa maneira, é possível concluir que home office é uma ideia promissora, pois se os colaboradores estão produzindo igualmente ou até mais que o ambiente presencial e a rotina da vida pessoal não atrapalha o desenvolvimento profissional, significa que as organizações podem mantê-lo, já que não interfere nos resultados que os colaboradores entregam.

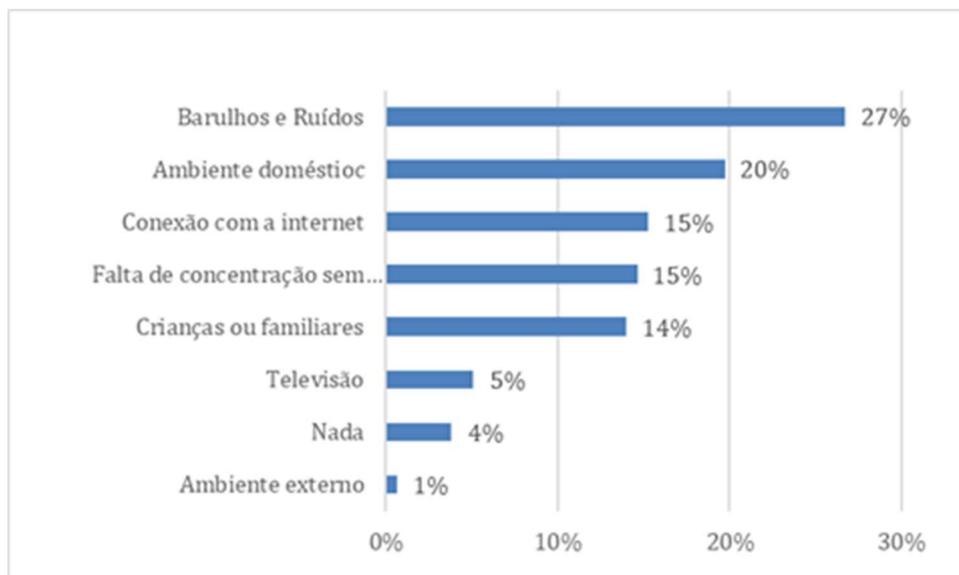
Gráfico 7 - Dificuldade em conciliar a vida pessoal e profissional em *home office*.



Fonte: Do autor, 2021.

Quando perguntado sobre as maiores distrações no *home office*, como é apresentado no gráfico 8, 27% da amostra responderam que barulhos e ruídos e 20% o ambiente doméstico. A Home Facilities buscou entender as possíveis distrações para poder criar oportunidades para oferecer soluções com vantagem competitiva, como a locação de mesas com divisórias ou *headfones*.

Gráfico 8 - Maiores distrações

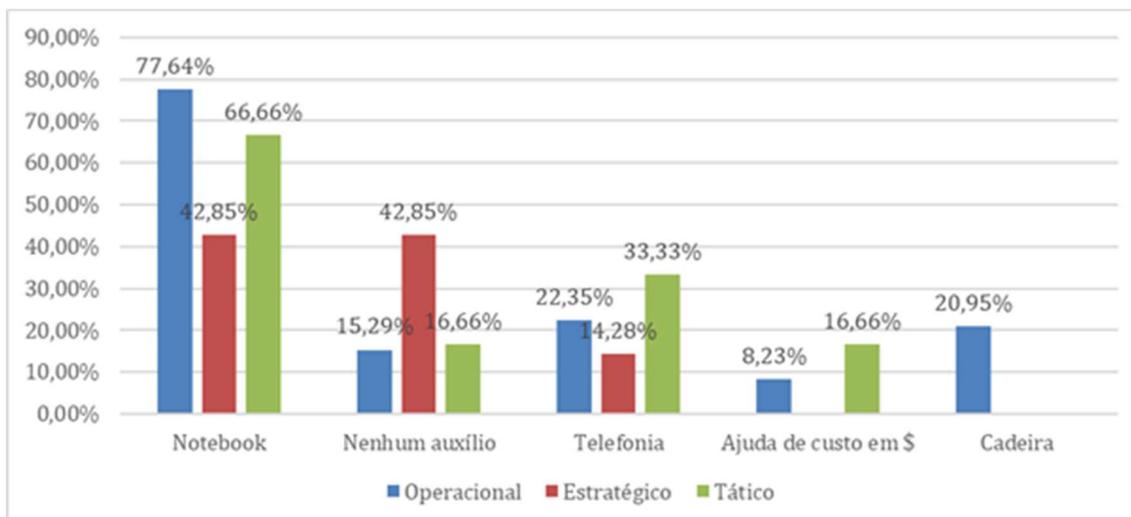


Fonte: Do autor, 2021.

Outro dado relevante encontrado através da pesquisa se refere ao suporte que as organizações dão aos seus colaboradores em relação ao *home office*. Para isso, foi perguntado quais os tipos de benefícios, de acordo com o nível hierárquico. Com as respostas da amostra de 100 pessoas, 77,64% do nível operacional, 42,85% do nível estratégico e 66,66% do nível tático receberam notebooks para a execução dos trabalhos, como visto no gráfico 9. Esses dados mostram que os benefícios não estão diretamente relacionados aos maiores cargos e um dos produtos que serão alugados pela Home Facilities é o principal benefício que as organizações oferecem a seus colaboradores.

Vale ressaltar que, mesmo sem legislação específica, algumas organizações estão se preocupando com estes aspectos; portanto, haverá demanda para atuação.

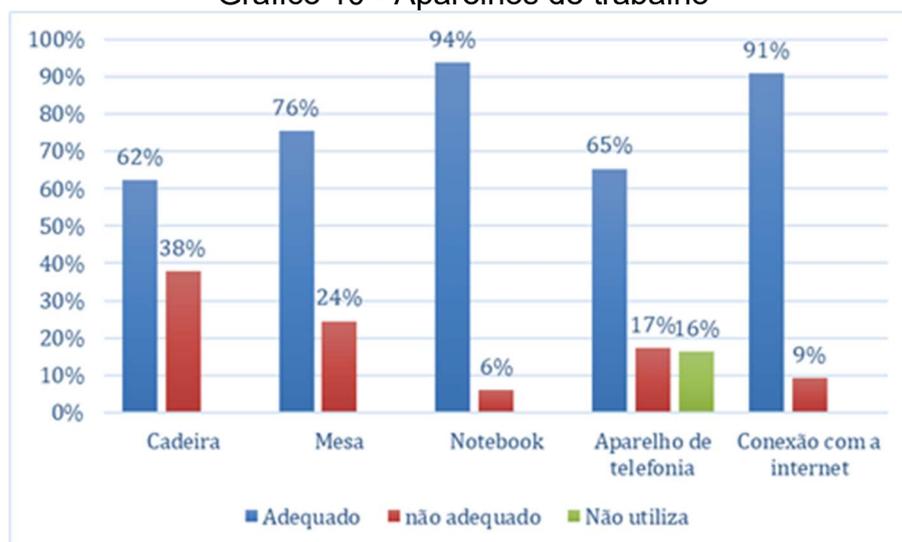
Gráfico 9 - Benefícios de acordo com o nível hierárquico



Fonte: Do autor, 2021.

Com o intuito de compreender ainda mais o funcionamento do *home office*, conforme o suporte dado pelas organizações, foi perguntado se os móveis e equipamentos são adequados para a rotina de trabalho. O resultado obtido foi que 62% possuem cadeiras adequadas, 76% mesas adequadas, 94% notebooks adequados e conexão com a internet, como mostra o gráfico 10.

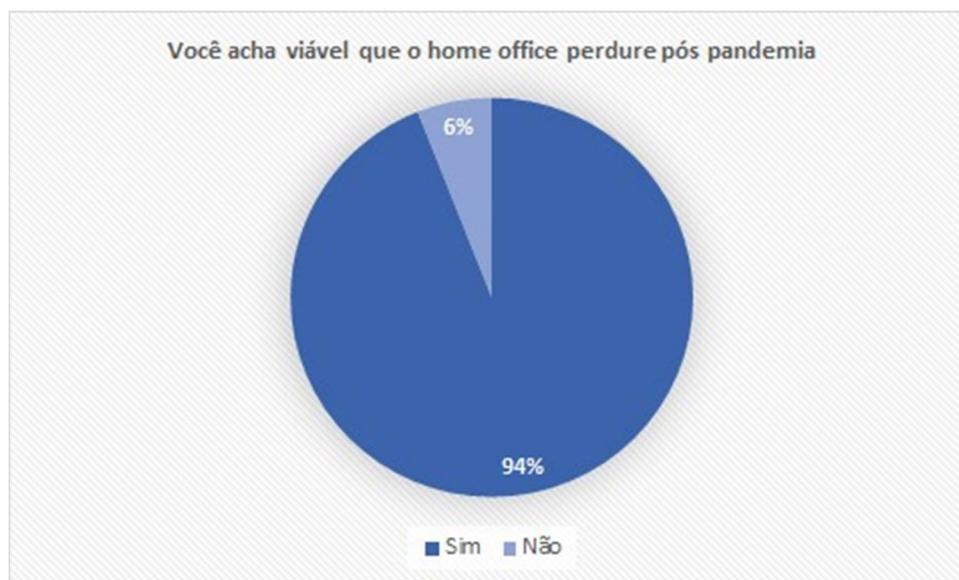
Gráfico 10 - Aparelhos de trabalho



Fonte: Do autor, 2021.

E, por fim, foi perguntado se o *home office* seria viável mesmo com o fim da pandemia de coronavírus e 94% da amostra disse que sim, como é representado no gráfico 11. Dessa maneira, é possível compreender que o mercado no qual a Home Facilities atuará continuará em grande crescimento.

Gráfico 11 - Viabilidade após a pandemia



Fonte: Do autor, 2021.

### 3.5 DELIMITAÇÃO DA VANTAGEM COMPETITIVA

#### 3.5.1 Vantagem Competitiva

Ao longo de 2020, houve um crescimento das empresas que adotaram o *home office* como meio de trabalho devido às contingências adotadas contra a pandemia. de acordo com censo do IBGE<sup>16</sup>, havia 7.9 milhões de pessoas trabalhando sob esse regime até setembro de 2020.

<sup>16</sup> Disponível em: <https://covid19.ibge.gov.br/pnad-covid/trabalho.php> - acesso 10/04/21

Visando o crescimento no mercado de locações de equipamentos, a Home Facilities traz como maior vantagem competitiva a praticidade e agilidade ao oferecer para seus clientes o serviço de locação de todo equipamento para trabalhar adequadamente em casa. Através dos serviços oferecidos o cliente não precisará pesquisar em diversos fornecedores para obter os produtos desejados: basta acessar o site da Home Facilities e escolher todos aqueles que atendam às necessidades existentes.

Para entender a vantagem competitiva, é realizada uma análise com base na ferramenta criada por Michael Porter, em 1985, denominada cadeia de valores. De acordo com Camargo (2017), essa ferramenta é de suma importância para a definição estratégica da empresa.

Na figura 4, que segue, pode-se visualizar o modelo de cadeia de valor de Porter aplicado à empresa Home Facilities, onde fica evidente a área de serviços, que é o foco do negócio.

Figura 4 - Cadeia de Valor da Home Facilities



Fonte: Do autor, 2021.

### 3.5.1.1 Atividades Primárias

As atividades que compõem a estratégia primária da empresa são:

**Logística de entrada:** envolve a parceria com os fornecedores de equipamentos para escritório, sendo esses: notebooks, mesas, cadeiras. A Home Facilities irá solicitar os produtos aos fornecedores.

**Operações:** como uma empresa de locação, as operações do negócio envolvem a contratação dos móveis dos fornecedores por parte da Home Facilities. Portanto, é necessária a elaboração dos contratos da transação, além de realizar o encaminhamento dos equipamentos ao cliente.

**Logística de saída:** envolve o acompanhamento junto ao fornecedor da entrega e a instalação dos itens e a Home Facilities será responsável por acompanhar os prazos de contratos e devoluções dos equipamentos aos fornecedores.

**Marketing e vendas:** envolverá a divulgação por meio de páginas em redes sociais, como Facebook, LinkedIn e Instagram, prospecções frias e e-mail marketing e as vendas serão realizadas através do site.

**Serviços:** refere-se ao pós-venda; logo, envolverá a solicitação de feedback para os clientes via e-mail após quinze dias de instalação/entrega de todos os itens. Quando houver solicitação de troca por parte dos clientes, a Home Facilities será responsável por entender as necessidades e direcionar a solicitação para que os fornecedores efetivamente avaliem e efetuem as trocas com a supervisão e controle da Home Facilities.

### 3.5.1.2 Atividades secundárias

**Infraestrutura:** a Home Facilities será composta pelas áreas comercial, financeira, operacional e de marketing. Não terá espaço físico, pois os colaboradores trabalharão no regime de home office.

**Desenvolvimento tecnológico:** composto pelo site para clientes e redes sociais da empresa de forma a atender aos clientes por meios digitais.

**Aquisição e compras:** material de escritório que servirá para as atividades da empresa, como elaboração de contratos e atividades diárias.

### 3.5.2 Balanced Scorecard

O Balanced Scorecard é uma ferramenta criada por Kaplan e Norton que tem o objetivo de listar metas e objetivos da empresa com o intuito de criar indicadores que permitam ter um acompanhamento constante do desenvolvimento ao longo do tempo. Essa ferramenta se baseia em quatro perspectivas: perspectiva financeira, perspectiva de mercado, perspectiva de processos internos e perspectiva de aprendizado, apresentado na tabela 2.

Tabela 2 - Balanced Scorecard

Perspectiva	Objetivo	Indicador	Meta	Projeto Estratégico
<b>Financeiro</b>	Aumento da receita	Índice de receita bruta	Aumento de 100% ao ano	Investir na divulgação do serviço por meio de redes sociais e e-mails.
	Aumento do EBTIDA	Índice de lucratividade da empresa	Aumento de 150% ao ano	Aumentar o volume de vendas permitindo elevar a margem de lucro.
<b>Mercado</b>	Consolidar marca em toda a região do ABC Paulista	Número de clientes na região	Aumento de 200 clientes por ano	Investir em propagandas efetivamente para empresas da região.
	Satisfazer Clientes	Índice de satisfação NPS	Satisfação dos clientes em 80% no primeiro ano	Priorizar atendimento com qualidade e eficiência.
<b>Processos Internos</b>	Padronizar todos os processos operacionais	Padronização de processos	90% dos processos catalogados e padronizados em 1 trimestre	Elaborar tutoriais de todos os processos operacionais
	Organização e arquivamento de todos contratos gerados	Arquivamento de todos contratos	100% dos contratos devidamente assinados e arquivados	Organizar adequadamente todos os contratos gerados pela empresa.
<b>Aprendizado</b>	Investir em treinamentos para colaboradores	Crescimento nas vendas	Aumento de vendas por colaborador em 100%	Contratar cursos de vendas para colaboradores da Área comercial.

Fonte: do autor, 2021.

#### 3.5.2.1 Perspectiva financeira

A definição dos índices da perspectiva financeira tem como pretensão responder ao questionamento “quais objetivos devem ser atingidos para

satisfazer os acionistas do negócio? ”. Com isso, define-se que será possível o crescimento contínuo da empresa em 100% ao ano no que tange à receita bruta de vendas e o índice de aumento do lucro do negócio.

#### 3.5.2.2 Perspectiva de processos internos

A perspectiva de processos internos serve para viabilizar e concretizar os objetivos propostos. No caso da Home Facilities: tornar-se a empresa de locação de móveis mais confiável e através disso continuar crescendo.

Para mensurar dados concretos quanto a esses objetivos, os parâmetros serão: satisfação dos clientes nos pós compra e mensuração da produtividade dos colaboradores da empresa.

Satisfação dos clientes: após a compra, cada cliente receberá um formulário para avaliar sua experiência. Ele servirá como ferramenta de identificação de pontos a serem desenvolvidos.

Mensuração da produtividade dos colaboradores da empresa: todos os colaboradores da Home Facilities serão submetidos a processos de avaliação regulares, de maneira que seja possível tanto identificar pontos de desenvolvimento como reconhecer colaboradores que atendem o padrão de qualidade.

#### 3.5.2.3 Perspectiva de clientes

Para que se possa atender o cliente da melhor forma, é estabelecido o índice de satisfação medido pela técnica NPS (Net Promoter Score), que mede o nível de satisfação do cliente por meio de algumas perguntas simples, como “você recomendaria o serviço para amigos ou conhecidos? ”. Dessa forma, a Home Facilities levará em consideração as respostas obtidas para a tomada de decisões referente a marca.

#### 3.5.2.4 Perspectiva do aprendizado e crescimento

Para garantir a retenção e o desenvolvimento do capital humano, a Home Facilities aposta no treinamento e desenvolvimento de suas pessoas. A política da empresa pode ser encontrada abaixo:

Política anual de horas de treinamento: todos os colaboradores da Home Facilities deverão cumprir uma meta anual de treinamento para que possam atualizar seus conhecimentos e habilidades a fim de impactar positivamente suas carreiras e vida pessoal.

Acompanhamento das aspirações dos colaboradores: a Home Facilities, não deixará de lado a vida pessoal do colaborador. Mensalmente, contará com reuniões de alinhamento de expectativas para poder alinhar o plano de carreira desejado pelo colaborador com as necessidades da empresa.

### 3.6 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE ESTRATÉGICA

A Home Facilities tem como propósito melhorar a produtividade das pessoas que trabalham em regime de *home office*. Dessa forma, esse serviço se apresenta como uma inovação no mercado, oferecendo a todos um ambiente de trabalho com equipamentos e estrutura similar ao modelo de trabalho usual realizado de maneira presencial

O *home office* como modelo de trabalho vem apresentando um crescimento constante nos últimos anos, especialmente durante o ano de 2020. Uma das maiores barreiras antes desse período era o preconceito devido à crença de que um trabalho realizado de maneira remota poderia refletir em queda de produtividade, crença essa que vem se mostrando cada vez mais ilusória, uma vez que aproximadamente 72% das empresas que adotaram essa prática pretendem seguir com esse modelo.

Esse modelo de trabalho vem sendo cada vez mais adotado e pode trazer vários benefícios que não necessariamente estão relacionados a questões financeiras, mas também leva em conta a saúde física e mental das pessoas.

## **4. VIABILIDADE OPERACIONAL**

O foco central deste capítulo é detalhar os processos operacionais do negócio. Serão apresentados: plano operacional, fluxograma dos processos, máquinas e equipamentos necessários para seu pleno funcionamento e manutenção, projeções de capacidades e prestação de serviços bem como estimativas de gastos.

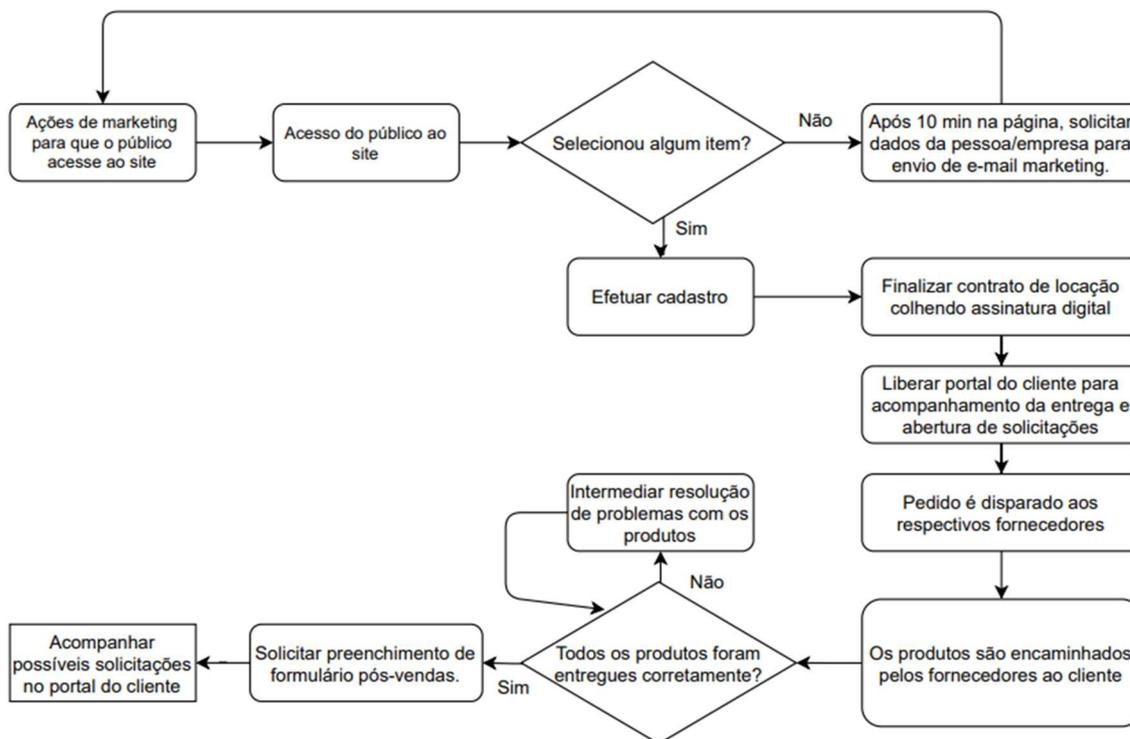
### **4.1 PLANO OPERACIONAL**

Este capítulo tem como objetivo apresentar informações com relação aos processos operacionais da empresa Home Facilities.

#### **4.1.1. Fluxograma dos processos operacionais**

A figura 5 representa todo o processo operacional que será executado para um bom funcionamento da Home Facilities.

Figura 5 - Fluxograma dos processos operacionais



Fonte: Do autor, 2021.

A primeira etapa consiste nas ações de Marketing, que têm como finalidade atrair o público para o site. Ao visitar o site, o internauta visualiza todos os produtos disponíveis para locação, bem como seus respectivos detalhes. Caso não seja selecionado nenhum produto após 10 minutos no site, será solicitado o e-mail do internauta para envio futuro de e-mail marketing, incentivando-o a voltar outras vezes; caso seja selecionado algum item, será efetuado um cadastro, colhendo os dados pessoais do cliente e por fim, será solicitado a assinatura do contrato de locação e liberado um portal para o cliente acompanhar a entrega dos produtos e fazer algum possível contato ou solicitação à Home Facilities.

A partir de então, o pedido será disparado aos fornecedores e estes encaminharão os produtos ao cliente. Após a entrega de todos os produtos, será solicitado ao cliente o preenchimento de um formulário com questões referentes à satisfação com o produto e serviço prestado. A Home Facilities acompanhará todo o processo para garantir a satisfação do cliente e

intermediará caso haja alguma divergência nos pedidos, ou alguma solicitação do cliente.

#### 4.1.2 Máquinas e equipamentos necessários para produção

A Home Facilities é uma empresa que terá os colaboradores atuando pelo regime de teletrabalho. Considerando isto, os principais equipamentos serão:

- a) Notebooks, que permitirão que os colaboradores recebam e atendam às demandas feitas pelos clientes no ato da compra e demais solicitações no pós-vendas e atuem nos demais departamentos da empresa;
- b) Escrivaninhas e cadeiras para que os colaboradores possam realizar suas atividades de forma ergonomicamente correta;
- c) ERP e CRM, para que todas as movimentações com clientes e fornecedores sejam feitas e gerenciadas da melhor forma, tendo possibilidade de uma visão gerencial e melhor controle sobre todos os processos;
- d) Site da empresa, que será o principal canal de vendas e de interação com o cliente no pré-vendas e no pós-vendas. Este site será desenvolvido por programadores profissionais para que funcione tal como um e-commerce, mas também como um canal de comunicação eficaz entre a Home Facilities e os clientes. No primeiro momento da empresa, haverá um trabalho mais manual com os clientes; porém, após a empresa obter maior visibilidade, será desenvolvido mais funcionalidades.

Seu desenvolvimento inicial terá um custo orçado demonstrado na tabela 3:

Tabela 3 - Investimento no site

Investimento no Site	
Desenvolvedor	Preço
Camelô Digital	R\$ 14.500

Fonte: do Autor, 2021

e) O sistema de pagamentos a ser utilizado pela empresa é o do próprio ERP, o Conta Azul, responsável por gerar boletos e realizar a cobrança mensal dos locatários.

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

A Home Facilities funcionará como uma intermediadora entre os seus clientes e os seus fornecedores; portanto não irá produzir, armazenar ou enviar produtos. Sua forma de venda prioritária será por meio do site, que ficará disponível para acesso 24 horas por dia, 7 dias por semana. Assim que os pedidos forem concluídos no site, o sistema irá encaminhar as solicitações com as informações necessárias para os fornecedores, ocorrendo de forma automática. Assim, a capacidade produtiva da empresa é limitada apenas à capacidade produtiva de seus fornecedores.

Por se tratar de fornecedores diferentes para providenciar os produtos para um mesmo cliente, a Home Facilities terá de realizar o acompanhamento e gestão de cada pedido, com a finalidade de garantir que as entregas serão realizadas dentro do prazo estipulado em contrato.

#### 4.1.4 Principais fornecedores

Os produtos oferecidos nos serviços de aluguel são advindos de parceiros que oferecem os produtos separadamente e a Home Facilities tem como objetivo oferecer os produtos em conjunto, sendo uma intermediadora entre fornecedor e cliente. Inicialmente, os principais fornecedores serão a Telelok, empresa escolhida por ter sólida experiência no mercado atuando desde 1987, possuir dois centros de distribuição em São Paulo e fornecer mobílias que respeitam as mais rigorosas normas de ergonomia, qualidade e sustentabilidade exigidas pela NR-17; ela fornecerá as mobílias tais como mesas e cadeiras; e a empresa Agasus, que possui mais de 20 anos de

experiência no mercado, demonstra ter excelente infraestrutura e capacidade de atender as demandas da Home Facilities, fornecerá os notebooks.

A Home Facilities como intermediadora, após receber o pedido do cliente final, terá um sistema ERP que envie automaticamente os pedidos para os fornecedores Telelok e Agasus para que sejam separados adequadamente e entregues dentro da data acordada com o cliente.

#### 4.1.5 Plano logístico e de distribuição

O plano logístico consiste no envio sob demanda, ou seja, o cliente acessa o site, efetua a solicitação dos produtos e assinatura online do contrato já com seus respectivos valores de produtos e de fretes. No ato da solicitação, será apresentada a previsão de entregas para os itens selecionados para os destinos informados, sendo que um contratante terá a opção de enviar os produtos para mais de um endereço, uma vez que eles poderão ser empresas enviando para os colaboradores em lugares distintos. Após a conclusão dessa etapa, a solicitação é enviada automaticamente a cada distribuidor. A Home Facilities estará encarregada de garantir que os prazos previamente estipulados sejam cumpridos conforme contratado pelos clientes através do monitoramento dos itens em constante contato com os distribuidores. Assim que os itens estiverem separados, os distribuidores enviarão para os destinos acordados.

Em caso de algum erro ou atraso nas entregas, os clientes deverão contatar a Home Facilities via área do cliente no site, abrindo um chamado e informando a situação para que o analista de operações possa contatar o distribuidor responsável e solucionar o incidente.

## 4.2 ESTIMATIVA DE GASTOS

Na tabela 4 - Custos com plataformas constam nas estimativas de gastos com hospedagem e domínio de site (CRM), que irá auxiliar com as prospecções, impulsionamento das vendas e atendimento ao cliente, bem como o sistema ERP, que deve armazenar dados e informações de todas as áreas da empresa. Os valores se mantêm para os cinco primeiros anos da empresa. Também são detalhados os custos com a consultoria de Marketing e despesas com publicidade e propaganda.

Tabela 4 - Custos com plataformas.

Custos com Plataformas					
Serviço	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Hospedagem e domínio	R\$ 600,00				
Sistema ERP	R\$ 3.898,80				
CRM	R\$ 2.100,00				
Total	R\$ 6.598,80				

Fonte: do autor, 2021.

Os custos operacionais mencionados na tabela 5 se dão em aluguéis de notebooks, escrivaninhas, cadeiras e smartphones e compra de periféricos (*headphone*, mouse e teclado) para todos os colaboradores, considerando o aumento de colaboradores a partir do terceiro ano, e custos com materiais de escritório, como cadernos, canetas, pilhas e *post-its*.

Tabela 5 - Custos operacionais.

Custo Operacional					
Serviço	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Aluguel de notebook	R\$ 10.893	R\$ 10.893	R\$ 10.893	R\$ 13.072	R\$ 13.072
Aluguel de escrivaninhas e cadeiras	R\$ 10.740	R\$ 10.740	R\$ 10.740	R\$ 11.635	R\$ 11.635
Periféricos	R\$ 750	R\$ 750	R\$ 750	R\$ 900	R\$ 900
Material de escritório	R\$ 600				
T.I. Terceirizado	R\$ 6.000	R\$ 6.600	R\$ 7.260	R\$ 7.986	R\$ 8.785
Total	R\$ 28.983	R\$ 29.583	R\$ 30.243	R\$ 34.193	R\$ 34.992

Fonte: do autor, 2021.

Já os custos administrativos se resumem ao serviço de contabilidade, que será terceirizado.

Com intuito de reduzir custos, foi decidido que, em vez de investir capital em uma área contábil, será contratada uma empresa para assessorar a Home Facilities com assuntos relacionados à contabilidade. O valor mensal pago a esse prestador de serviço será de R\$1.500,00.

Tabela 6 - Despesas Administrativas

Despesas Administrativas					
Serviço	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Contabilidade	R\$ 18.000	R\$ 19.800	R\$ 21.780	R\$ 23.958	R\$ 26.354

Fonte: do autor,2021.

### 4.3 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE OPERACIONAL

A estratégia de sistemas automatizados integrados ao site, a interação da Home Facilities com os fornecedores e a proposta de oferecer os itens necessários para *home office* em uma única plataforma de forma prática garantem a viabilidade operacional, somada aos custos que, em sua maioria, são variáveis e refletem diretamente o faturamento, garante a viabilidade operacional.

## 5. VIABILIDADE MERCADOLÓGICA

### 5.1 PLANO DE MARKETING

Neste capítulo, será apresentado o plano de marketing da Home Facilities, tendo como base o Mix de Marketing, também conhecido como os 4 P's de Kotler e Keller que são: Produto, Preço, Praça e Promoção.

#### 5.1.1 Produtos e serviços

A Home Facilities oferecerá o serviço de locação de notebooks, mesas de escritório, cadeira ergométrica e celular. Dessa forma, pretende-se atender à principal necessidade dos funcionários para trabalhar em home office nas melhores condições ergonômicas e com todas as ferramentas necessárias para atendimento de serviços.

O cliente da Home Facilities contará com um ambiente virtual, um *market place* para locação de móveis e itens de escritório onde o locador poderá disponibilizar seus produtos, sejam eles componentes eletrônicos para escritório ou móveis, e o cliente irá realizar a consulta de valores e produtos que serão locados para que possam fazer contratação direto pelo site.

O serviço de locação contará com o acompanhamento da entrega dos produtos ao cliente, garantindo que o produto seja entregue no prazo solicitado; manutenção dos itens contratados, principalmente o produto notebook, que necessita preencher requisitos de desempenho variáveis e o cliente poderá solicitar esse serviço para a Home Facilities, que fará a solicitação do acompanhamento ao fornecedor. Devido às características do produto, este deverá realizar a solução do problema relatado.

Em relação aos itens não eletrônicos, como mesa e cadeira ergonômica, a Home Facilities terá a oferta desse produto em ambiente virtual e, da mesma

forma, solicitará serviços de manutenção e troca seguindo política do fornecedor, de acordo com o que estiver exposto em seus termos no site.

### 5.1.2 MVP

Com o intuito de testar a aceitação do serviço prestado, a Home Facilities busca consolidar a viabilidade do negócio através do desenvolvimento de um MVP Minimum Viable Product, em português, Produto Mínimo Viável.

Para a realização do MVP, a Home Facilities fará a divulgação dos produtos por meio de redes sociais, direcionando cliente à uma *landing page*, também denominada como “página de captura de leads”, que leva os clientes a um portfólio eletrônico, com a apresentação dos serviços prestados e os produtos que as empresas poderão adquirir. Ao final da apresentação da página, o cliente poderá efetuar o cadastro de seu interesse, permitindo que as empresas recebam um contato telefônico para que se possa tirar dúvidas em relação ao serviço e para que sejam expostas as vantagens do serviço. Serão redirecionadas ao e-mail, que também terão acesso no site da Home Facilities, onde poderão fazer o cadastro para contratação do plano mais ajustado à sua necessidade.

Na figura 6, traz-se um exemplo de propaganda para a marca Home Facilities com o intuito de conduzir o cliente a adquirir o serviço e levar o escritório para a própria residência. É colocada a mensagem que demonstra a facilidade para contratar os itens que compõem um escritório.

Figura 6 - Modelo de marketing de divulgação Home Facilities



Fonte: do autor,2021.

### 5.1.3 Preço

A locação contará com um catálogo de preços de produtos separados. A proposta é atender às diferentes necessidades dos clientes, uma vez que muitos podem possuir alguns produtos que já atendem parte da necessidade para trabalho em regime de home office.

Tabela 7 - Preço

Produto	Características	Preço
Notebook	Lenovo, processador Intel Core i5, 16 GB RAM, 256GB SSD, Windows 10	R\$ 218
Celulares	Samsung Galaxy J7 Prime 2	R\$ 144
Mesa	Mesa Retangular 1200x600x740	R\$ 59
Cadeira	Base giratória, apoio lombar, inclinável, regulamento de altura e rodas anti-risco	R\$ 156
	Valor total do "kit escritório"	R\$ 577

Fonte: do autor,2021.

A estimativa de preços acima descritos têm como base a técnica de decisão de uma margem de lucro almejada. Foi acrescentado ao preço final uma margem de 20% de margem de lucro para a empresa, dessa forma agregando apenas essa porcentagem ao custo do produto.

#### 5.1.4 Promoção

A Home Facilities é uma empresa que desde seu início se apresentará ao público de maneira virtual, usando como principais meios as redes Facebook, Instagram e LinkedIn. Essa decisão foi tomada pelo alcance e poder de influência que essas redes exercem na sociedade atualmente. Considerando a falta de espaço físico, empresas que optam pela consolidação de seus serviços pela internet necessitam de um marketing assertivo e massivo para atrair clientes e, ao longo do tempo, consolidar sua marca como referência. A analista de marketing da Home Facilities ficará responsável pela elaboração do conteúdo para mídias sociais.

Sabendo do poder das redes sociais, é interessante que se invista nesse meio, devido à facilidade de acesso e velocidade de propagação das informações. Outro aliado imprescindível para o sucesso da Home Facilities é o próprio consumidor de seus produtos. A aposta no marketing direto e um para um é certa em muitas empresas que estão iniciando no ramo.

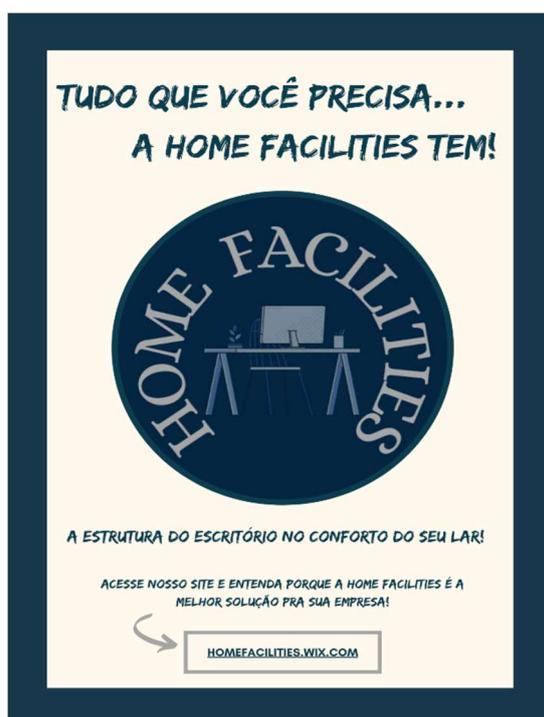
O lançamento da marca contará com uma consultoria de publicidade, que fará a respectiva campanha com valor de custo estimado em R\$1.500,00.

Esse valor se estende também a um plano mensal de consultoria em publicidade, que fará parte de nosso plano para crescimento da marca. Há ainda o valor de despesa com a publicação e divulgação em redes sociais, estimado em R \$6.000,00 mensais, do qual fará parte a divulgação do produto inicial. Todos esses gastos serão demonstrados no capítulo 5.3 de forma anual.

Como parte da promoção, será destacado que, ao adquirir os produtos e serviços fornecidos pela Home Facilities, o usuário tem a opção de escolher seus produtos de maneira personalizada em um único lugar.

As imagens apresentadas a seguir são exemplos de folders para divulgação e promoção da Home Facilities nas redes sociais.

Figura 7 - Modelo de Promoção 1



Fonte: do autor,2021.

Figura 8 - Modelo de Promoção 2



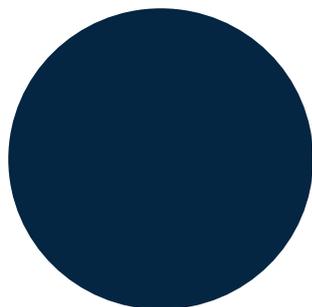
Fonte: do autor, 2021.

### 5.1.5 Gestão da marca

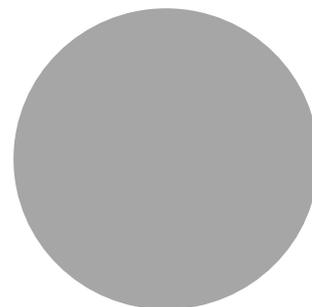
Home Facilities foi o nome escolhido para empresa por representar a praticidade que ela visa oferecer a seus clientes. A palavra “Home” para remeter ao *home office*, que consiste no segmento de mercado em que a empresa atuará, e a palavra “Facilities”, que significa facilidade: a ideia central é de que os clientes encontrem mais facilidade para ter um escritório em casa, podendo escolher equipamentos para locação em um único site.

A paleta de cores escolhida, conforme figura 9, consiste no azul escuro e no cinza. O azul, segundo a psicologia das cores, remete à criatividade, confiança, confiabilidade e fidelização dos clientes; já o cinza é equilíbrio do preto e o branco, que simboliza o compromisso.

Figura 9 - Paleta de cores da Home Facilities.



#04264



#a6a6a

Fonte: do autor,2021.

O logo da Home Facilities consiste num quadrado cinza com o desenho de uma escrivaninha e computador, que são os principais produtos a serem locados, e o nome da empresa, posicionado em volta e na cor azul, conforme a figura 10.

Figura 10 - Logo Home Facilities



Fonte: do autor,2021

### 5.1.6 Posicionamento da marca

Segundo a estratégia genérica de Porter (2004), uma empresa pode se utilizar de três formas para posicionar sua marca: diferenciação, liderança em custo e enfoque. A Home Facilities posicionará sua marca na ideia de diferenciação, já que oferece um serviço único de locação de móveis e equipamentos que une tudo que o cliente necessita para o trabalho *home office*, buscando atender ao mercado em geral.

## 5.2 PREVISÃO E MENSURAÇÃO DA DEMANDA

### 5.2.1 Demanda corrente e futura

Para estimar a demanda da Home Facilities, foram utilizadas algumas premissas baseadas em fatos:

a) O cenário de popularização do home office apresentado nos capítulos anteriores. Com o Home Office em alta, sendo novidade para a maioria das empresas após a necessidade do isolamento social, as empresas passaram a buscar alternativas e melhorias para os seus processos produtivos;

b) A capacidade produtiva dos nossos colaboradores, sendo o analista comercial totalmente dedicado a prospectar novos clientes e atender às demandas provenientes dos e-mails marketings ou das demais ações publicitárias. Um estudo feito pela Leap Job, divulgado pela Sales Force<sup>17</sup> - um

---

<sup>17</sup> Disponível em: <https://www.salesforce.com/eu/learning-centre/sales/cold-calling/> - acesso em 10/04/2021.

CRM americano muito conhecido - diz que cerca de 2% das ligações e prospecções feitas via ligações como forma de prospecção de cliente resulta em reuniões para apresentação do produto;

c) Considerando esta previsão, estimamos que um colaborador consiga fazer oito ligações por hora, totalizando, aproximadamente, 350 ligações por semana. Dessa forma, seriam conseguidas sete reuniões marcadas com empresas e estima-se que ao menos uma dessas reuniões converterá essa prospecção em cliente;

d) A pesquisa de campo apresentada no capítulo 4 informa que, entre as empresas que oferecem equipamentos para os colaboradores em home office, a grande maioria oferece apenas notebook, 20% oferecem notebook e cadeira e 10% oferecem, junto a esses itens, uma cadeira ergonômica. Considerou-se essas estatísticas na demanda dos produtos;

e) foi considerado também que o público-alvo é composto por empresas de pequeno e médio porte, que possuem de 10 a 100 funcionários. Verificou-se que, em média, dez funcionários das empresas-clientes utilizam do modelo home office;

f) após o terceiro ano, estima-se que a empresa já estará mais bem posicionada no mercado e as reuniões realizadas deverão resultar em novos clientes com mais frequência. O que nos primeiros anos considerou-se um cliente a cada sete reuniões, a partir do terceiro ano foi considerado o aumento de 1 cliente nessa estimativa a cada semestre;

g) estima-se também um cancelamento mensal de 0,5% dos clientes ativos por mês, seguindo a política de carência de três meses antes do cancelamento. Tais estimativas estão relatadas nas tabelas 8 a 12.

Tabela 8 - Previsão de demanda mensal (empresas)

<b>Previsão de demanda mensal (empresas)</b>					
	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
Janeiro	4	4	5	7	9
Fevereiro	4	4	5	7	9
Março	4	4	5	7	9
Abril	4	4	5	7	9
Maio	4	4	5	7	9
Junho	4	4	5	7	9
Julho	4	4	6	8	10
Agosto	4	4	6	8	10
Setembro	4	4	6	8	10
Outubro	4	4	6	8	10
Novembro	4	4	6	8	10
Dezembro	4	4	6	8	10

Fonte: Do autor, 2021.

Tabela 9-Previsão de Cancelamento Mensal (empresas)

<b>Previsão de cancelamento mensal (empresas)</b>					
	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
Janeiro		2	3	4	6
Fevereiro		2	3	4	6
Março		2	3	5	6
Abril	1	2	3	5	6
Maio	1	2	3	5	6
Junho	1	2	3	5	7
Julho	1	3	4	5	7
Agosto	1	3	4	5	7
Setembro	2	3	4	5	7
Outubro	2	3	4	5	7
Novembro	2	3	4	6	7
Dezembro	2	3	4	6	7

Fonte: Do autor, 2021

Tabela 10 - Previsão de demanda mensal (usuários)

Previsão de demanda mensal (usuários)					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	40	40	50	70	90
Fevereiro	40	40	50	70	90
Março	40	40	50	70	90
Abril	40	40	50	70	90
Maio	40	40	50	70	90
Junho	40	40	50	70	90
Julho	40	40	60	80	100
Agosto	40	40	60	80	100
Setembro	40	40	60	80	100
Outubro	40	40	60	80	100
Novembro	40	40	60	80	100
Dezembro	40	40	60	80	100

Fonte: Do autor, 2021

Tabela 11 - Previsão de Demanda Acumulada (empresas)

Previsão de demanda acumulada(empresas)					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	4	40	59	85	117
Fevereiro	8	42	61	88	120
Março	12	44	63	90	123
Abril	16	45	65	93	126
Maio	19	47	67	95	129
Junho	22	49	68	97	131
Julho	25	50	71	101	135
Agosto	28	52	73	104	138
Setembro	30	53	76	106	141
Outubro	33	55	78	109	144
Novembro	35	56	80	112	147
Dezembro	38	57	82	114	150

Fonte: Do autor, 2021

Tabela 12- Previsão de demanda acumulada (usuários)

Previsão de demanda acumulada(usuários)					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	40	397	592	850	1.173
Fevereiro	80	417	612	877	1.204
Março	120	436	632	904	1.234
Abril	160	454	650	928	1.262
Maior	192	471	668	952	1.289
Junho	222	488	684	974	1.315
Julho	251	503	710	1.006	1.349
Agosto	279	518	735	1.035	1.382
Setembro	305	532	758	1.064	1.413
Outubro	330	546	780	1.090	1.442
Novembro	353	558	801	1.116	1.470
Dezembro	375	571	821	1.140	1.496

Fonte: Do autor, 2021

### 5.2.2 Market-Share

Empresas de locação de equipamentos e mobílias para escritório ou home office são uma realidade no mercado brasileiro. Entretanto, a proposta da Home Facilities se diferencia pela praticidade para locação de equipamentos e mobílias unindo todos os itens necessários para o home office por um preço acessível em uma única plataforma, oferecendo maior comodidade e facilidade de escolha, atendimento e relacionamento. Tendo isso em vista, o Market-Share da Home Facilities será de 100% até que surjam concorrentes.

Para fidelizar seus clientes, a empresa aposta no bom relacionamento que, aliado à qualidade do produto e praticidade, torna-a uma empresa referência no mercado.

### 5.3 ESTIMATIVA DE GASTOS

A estratégia de Marketing da Home Facilities engloba disparo de anúncios via e-mail marketing e mídias sociais; para isso, será de extrema importância o acompanhamento de uma consultoria de Marketing para direcionar o posicionamento da empresa no decorrer do tempo, além de auxiliar na criação e divulgação das propagandas. A estimativa de gastos se dará conforme detalha a tabela 13; vale ressaltar a consideração de uma atualização anual de 10% ao ano para a consultoria de Marketing:

Tabela 13 - Despesas mercadológicas

Despesas Mercadológicas					
Serviço	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Consultoria de Marketing	R\$ 18.000	R\$ 19.800	R\$ 21.780	R\$ 23.958	R\$ 26.354
Despesas com publicidade e propaganda	R\$ 72.000				
Total	R\$ 90.000	R\$ 91.800	R\$ 93.780	R\$ 95.958	R\$ 98.354

Fonte: Do autor, 2021

#### 5.4 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE ECONÔMICA

Tendo como base a estratégia e estimativas apresentadas neste capítulo, que apresenta um nicho de mercado em ascensão a ser explorado e com uma demanda crescente, conclui-se que a Home Facilities apresenta viabilidade mercadológica com um preço compatível com o do mercado e diferencial em sua atuação, onde oferece facilidade e praticidade na contratação de itens necessários para a execução do home office.

## 6. VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO

O foco deste capítulo é detalhar a viabilidade e a importância que o capital humano têm para o bom funcionamento de qualquer organização. Serão apresentadas as competências técnicas e comportamentais necessárias para desempenhar as diferentes funções existentes na empresa, bem como a descrição dos cargos, organograma e *headcount* previsto para o primeiro ano do negócio.

### 6.1 PROJEÇÃO DE COLABORADORES

A projeção de colaboradores da Home Facilities considera as necessidades organizacionais da empresa.

#### 6.1.1 Atividades

CEO (Diretor Geral) - Sendo um dos sócios da empresa, é responsável por analisar relatórios de todas as áreas, identificar pontos de desenvolvimento do negócio, definir e acompanhar políticas, além de pensar em ações e estratégias pensando no crescimento sustentável do negócio.

Diretor Financeiro - Sendo o segundo sócio da empresa, é responsável por planejar, organizar, dirigir e controlar as atividades financeiras, definir políticas de alojamento dos recursos, implantar processos financeiros, contábeis, fiscais, de controladoria e de escrituração, respondendo pelo planejamento, pela organização e pelo desenvolvimento de curto, médio e longo prazo. Analisar o resultado operacional e elaborar relatórios gerenciais, demonstrando a eficácia da aplicação dos recursos e o desempenho econômico da empresa.

Analista de Operações - Acompanhar todo o processo logístico, desde o pedido do cliente até a entrega do produto solicitado. Realizar estudo, diagnóstico e revisão do fluxo de atividades administrativas e de logística. Acompanhar indicadores para identificar oportunidades de melhoria no processo operacional e acompanhar possíveis solicitações de clientes no decorrer do contrato.

Analista de Marketing - Promover os produtos da empresa para o mercado, aprovação de layouts para comunicados aos clientes, validação de textos enviados em nome da empresa e fazer uma análise periódica de como os clientes estão reagindo aos seus produtos, atentando-se a redes sociais e sites que tem influência na reputação da empresa.

Analista Comercial - Realizar o contato com diversas empresas para prospecção de novos clientes e manutenção de grandes contas: relacionamento e acompanhamento periódico para atender as necessidades.

### 6.1.2 Organograma

O organograma é uma ferramenta organizacional que apresenta os cargos existentes dentro da empresa. A figura 11 apresenta a organização hierárquica da Home Facilities.

Figura 11 - Organograma da Home Facilities



Fonte: do autor,2021.

### 6.1.3 Headcount

Traduzindo literalmente para o Português, *headcount* quer dizer “contagem de cabeças”. Isto é, o indicador se refere à contabilização de todos os colaboradores da empresa, independentemente de sua carga horária ou de sua posição.

Na Tabela 14, está representado o *headcount* da Home Facilities; serão necessários cinco funcionários para a operação inicial da empresa, considerando a demanda estimada.

Acredita-se que a estrutura inicial seja adequada para uma carteira de até 100 clientes. O único cargo que têm uma demanda diretamente relacionada ao aumento de clientes é o analista de operações, para o qual será necessária a contratação de um auxiliar aproximadamente a cada 100 clientes.

Tabela 14 - Headcount

Headcount	Quantidade				
Cargo	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Diretor Geral	1	1	1	1	1
Diretor Financeiro	1	1	1	1	1
Analista de Operações	1	1	1	1	1
Auxiliar de Operações				1	1
Analista de Marketing	1	1	1	1	1
Analista Comercial	1	1	1	1	1
Total	5	5	5	6	6

Fonte: Do autor, 2021.

### 6.1.4 Competências

Para que seja possível a execução da operação da empresa, seguindo com o Headcount e a descrição de atividades, a tabela 15 descreve as competências necessárias para cada cargo:

Tabela 15 - Competências

<b>Cargo</b>	<b>Formação</b>	<b>Competências</b>
Diretor Geral	Pós Graduação em administração de empresas, experiência em posições de Direção.	Poder de influência, pensamento estratégico, raciocínio rápido e lógico, capacidade de assumir riscos, extroversão, capacidade de tomar boas decisões sob pressão.
Diretor Financeiro	Pós Graduação em administração de empresas, experiência em posições de Direção.	Pensamento estratégico, raciocínio rápido e lógico, capacidade de assumir riscos, capacidade de tomar boas decisões sob pressão, alta capacidade analítica.
Analista de Operações	Graduação em Administração de Empresas, Economia ou Engenharias	Capacidade analítica, responsabilidade, domínio do excel, boa comunicação, bom relacionamento com clientes.
Auxiliar de Operações	Ensino médio completo. Conhecimento do pacote office.	Boa comunicação, organização e pró-atividade.
Analista de Marketing	Graduação em Marketing, Publicidade e propaganda, Administração ou áreas correlatas	Entendimento do mercado digital: movimentações, concorrência, tendências, oportunidades; Conhecimentos de elaboração de projetos de Marketing
Analista Comercial	Graduação em Administração de Empresas	Conhecimento do fluxo da área comercial e relacionamento com clientes; inglês avançado, ser organizado, orientado a resultados e atento a detalhes, boa capacidade de comunicação oral e escrita, boa capacidade de negociação, bom relacionamento interpessoal.

Fonte: Do autor, 2021.

## 6.2 PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS

O plano de gestão de pessoas é muito relevante para que a estratégia da empresa seja eficaz. Nele estão contidas todas as estratégias para o RH e serve como um norteador para o departamento, replicando a estratégia da direção para a operação como um todo.

### 6.2.1 Remuneração

A remuneração na Home Facilities será composta por salários fixos, variáveis e PL, conforme exhibe a tabela 16. A remuneração variável, independente da função, é um mecanismo amplamente adotado pelas empresas, pois é uma forma de fazer com que os colaboradores se sintam parte do negócio, além de instigar a motivação e busca por resultados.

Tabela 16 - Remuneração

<b>Cargo</b>	<b>Média Salarial do mercado*</b>	<b>Salário Fixo</b>	<b>Salário Variável</b>
Diretor Geral	R\$ 6.256,00	R\$ 5.000,00	
Diretor Financeiro	R\$ 6.528,00	R\$ 4.500,00	
Analista de Operações	R\$ 2.300,00	R\$ 2.000,00	R\$ 500,00
Auxiliar de Operações	R\$ 1.250,00	R\$ 1.250,00	
Analista de Marketing	R\$ 2.578,00	R\$ 2.000,00	R\$ 500,00
Analista Comercial	R\$ 2.446,00	R\$ 2.000,00	R\$ 500,00

Fonte: Do autor, 2021

### 6.2.2 Treinamento e desenvolvimento

Políticas: meta anual de treinamento - 20 horas anuais

Treinamentos obrigatórios: integridade como pilar, ética, segurança da informação, prevenção à lavagem de dinheiro, mínimo de três treinamentos

sobre habilidades comportamentais e cinco sobre competências técnicas até o final do ano fiscal.

O não cumprimento das horas estipuladas pode acarretar: bloqueio da máquina, advertência escrita reiterando a importância de treinamentos para o desenvolvimento pessoal e profissional e não participação nos lucros da empresa (PLR).

### 6.2.3 Segurança do trabalho

Os funcionários da empresa trabalharão em regime de teletrabalho; portanto, existe uma dificuldade em determinar se acidentes estão de fato relacionados à atividade ocupacional ou à vida cotidiana do colaborador. Pensando nisso, será elaborado um manual de boas práticas do teletrabalho e este será disponibilizado a todos os colaboradores de forma digital, trazendo informações que os ajudem na prevenção de acidentes, como um guia sobre postura adequada.

## 6.3 ESTIMATIVA DE GASTOS

Levando em consideração as remunerações descritas acima, neste tópico será apresentado o custo com a mão de obra da Home Facilities.

A seguir, serão apresentadas as tabelas 17 e 18 com as descrições dos custos relacionados à mão de obra:

Tabela 17- Custos com mão de obra

Cargo	Ano1	Ano2	Ano3	Ano4	Ano5
Diretor Geral	R\$ 60.000	R\$ 61.200	R\$ 62.424	R\$ 63.672	R\$ 64.946
Diretor Financeiro	R\$ 54.000	R\$ 55.080	R\$ 56.182	R\$ 57.305	R\$ 58.451
Analista de Operações	R\$ 30.000	R\$ 30.600	R\$ 31.212	R\$ 31.836	R\$ 32.473
Auxiliar de Operações	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 10.000	R\$ 15.300
Analista de Marketing	R\$ 30.000	R\$ 30.600	R\$ 31.212	R\$ 31.836	R\$ 32.473
Analista Comercial	R\$ 30.000	R\$ 30.600	R\$ 31.212	R\$ 31.836	R\$ 32.473
Total	R\$ 204.000	R\$ 208.080	R\$ 212.242	R\$ 226.486	R\$ 236.116

Fonte: do autor,2021.

Tabela 18 - Encargos sociais e trabalhistas

Encargos Sociais e Trabalhistas	Ano1	Ano2	Ano3	Ano4	Ano5
13º Salário	R\$ 7.500	R\$ 7.650	R\$ 7.803	R\$ 8.792	R\$ 9.393
Férias + 1/3	R\$ 10.000	R\$ 10.200	R\$ 10.404	R\$ 11.723	R\$ 12.524
FGTS sobre salários	R\$ 7.200	R\$ 7.344	R\$ 7.491	R\$ 8.441	R\$ 9.018
FGTS sobre férias	R\$ 800	R\$ 816	R\$ 832	R\$ 938	R\$ 1.002
FGTS sobre 13º salário	R\$ 600	R\$ 612	R\$ 624	R\$ 703	R\$ 751
INSS	R\$ 46.920	R\$ 47.858	R\$ 48.816	R\$ 52.092	R\$ 54.307
Total	R\$ 73.020	R\$ 74.480	R\$ 75.970	R\$ 82.689	R\$ 86.995

Fonte: do autor,2021.

## 6.4 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO NA ORGANIZAÇÃO

As práticas de remuneração utilizadas, mesclando remuneração fixa, remuneração variável e participação de lucros, têm sido vistas com bons olhos pelo mercado por envolver engajamento e provocar o sentimento de dono. Essa prática, atrelada ao modelo teletrabalho e salários compatíveis com o mercado, viabiliza os planos de remuneração.

## 7. VIABILIDADE FINANCEIRA

Este capítulo apresentará o plano financeiro da Home Facilities criado com base na estimativa de custos descrita nos capítulos 4,5 e 6 e na previsão de demanda e nos preços descritos no capítulo 5.

### 7.1 PLANO FINANCEIRO

#### 7.1.1 Pressupostos da análise financeira

O cálculo financeiro demonstrado neste capítulo utilizou como premissa a capacidade produtiva da Home Facilities, a previsão de demanda e faturamento e os custos fixos e variáveis da empresa.

#### 7.1.2 Cálculo do investimento total

O investimento total necessário para o início da empresa é o resultado do investimento pré-operacional somado ao capital de giro inicial, conforme representado pela tabela 18:

Tabela 19 - Investimento Total

Investimento Total	
Descrição	Valor
Investimento Pré-operacional	R\$ 16.500
Capital de giro	R\$ 368.369
<b>Total</b>	<b>R\$ 384.868,65</b>

Fonte: Do autor, 2021.

O investimento Pré-Operacional é composto por equipamentos e serviços essenciais para iniciar a empresa. Os itens que estão descritos na tabela 20

tem como referência valores explicados no capítulo 4.1.1 e também no capítulo 5.1.4:

Tabela 20 - Investimento pré-operacional

Investimento Pré-Operacional	
Descrição	Valor
Desenvolvedor de Site	14.500
Abertura de CNPJ e Alvará	2.000
<b>Total</b>	<b>16.500</b>

Fonte: Do autor, 2021.

Através do fluxo de caixa da Home Facilities, foi estabelecido o capital de giro necessário no início da empresa. A tabela 21 demonstra, através das entradas e saídas que apenas em 03/2024, ou seja, a partir do terceiro ano, a empresa começará a pagar seus custos através de sua receita mensal. Portanto, até esse período, será necessário o aporte para o capital de giro no valor de R\$ 368.369,00.

Tabela 21 - Capital de giro

Fluxo de Caixa						
Período	Saldo Inicial	Total		Saídas	Saldo Final	
		Entradas				
jan./22	-R\$ 16.500	R\$ 15.444		-R\$ 48.158	-R\$ 32.714	
fev./22	-R\$ 32.714	R\$ 30.888		-R\$ 61.266	-R\$ 30.378	
mar/22	-R\$ 30.378	R\$ 46.332		-R\$ 74.374	-R\$ 28.042	
abr/22	-R\$ 28.042	R\$ 61.776		-R\$ 87.483	-R\$ 25.707	
mai/22	-R\$ 25.707	R\$ 74.131		-R\$ 97.969	-R\$ 23.838	
jun/22	-R\$ 23.838	R\$ 85.869		-R\$ 107.931	-R\$ 22.063	
jul./22	-R\$ 22.063	R\$ 97.019		-R\$ 117.395	-R\$ 20.376	
ago./22	-R\$ 20.376	R\$ 107.612		-R\$ 126.386	-R\$ 18.774	
set./22	-R\$ 18.774	R\$ 117.676		-R\$ 134.927	-R\$ 17.252	
out./22	-R\$ 17.252	R\$ 127.236		-R\$ 143.042	-R\$ 15.806	
nov./22	-R\$ 15.806	R\$ 136.318		-R\$ 150.750	-R\$ 14.432	
dez./22	-R\$ 14.432	R\$ 144.946		-R\$ 158.073	-R\$ 13.127	
jan/23	-R\$ 13.127	R\$ 153.143		-R\$ 165.842	-R\$ 12.699	
fev/23	-R\$ 12.699	R\$ 160.930		-R\$ 172.451	-R\$ 11.521	
mar/23	-R\$ 11.521	R\$ 168.327		-R\$ 178.730	-R\$ 10.402	
abr/23	-R\$ 10.402	R\$ 175.355		-R\$ 184.694	-R\$ 9.339	
mai/23	-R\$ 9.339	R\$ 182.031		-R\$ 190.361	-R\$ 8.330	
jun/23	-R\$ 8.330	R\$ 188.374		-R\$ 195.744	-R\$ 7.370	
jul/23	-R\$ 7.370	R\$ 194.399		-R\$ 200.858	-R\$ 6.459	
ago/23	-R\$ 6.459	R\$ 200.123		-R\$ 205.716	-R\$ 5.593	
set/23	-R\$ 5.593	R\$ 205.561		-R\$ 210.332	-R\$ 4.771	
out/23	-R\$ 4.771	R\$ 210.727		-R\$ 214.716	-R\$ 3.989	
nov/23	-R\$ 3.989	R\$ 215.634		-R\$ 218.882	-R\$ 3.247	
dez/23	-R\$ 3.247	R\$ 220.297		-R\$ 222.839	-R\$ 2.542	
jan/24	-R\$ 2.542	R\$ 228.587		-R\$ 230.731	-R\$ 2.144	
fev/24	-R\$ 2.144	R\$ 236.463		-R\$ 237.415	-R\$ 953	
<b>Capital de giro necessário para o caixa:</b>					<b>368.369</b>	

Fonte: Do autor, 2021.

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

A estimativa do faturamento mensal é fundamentada na previsão de demanda relatada no capítulo 5.2.1 (aproximadamente 40 novos usuários por

mês), no preço que foi detalhado no capítulo 5.1.3 (vide tabela 7) e também na quantidade de itens contratados, levando em consideração a demanda de cada item (vide gráfico 9 no capítulo 3.4). Com os referidos dados, foi estimada a conversão em vendas dos itens da *Home Facilities*: 100% dos clientes contratarão notebooks e cadeiras ergonômicas, 20% contratarão mesas e 0,8% contratarão celulares, totalizando uma média de faturamento por pessoa de R\$ 386,77.

Deste modo, a tabela 22 representa a previsão de faturamento para os próximos 5 anos:

Tabela 22 - Previsão de faturamento para 5 anos

Faturamento					
Período	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	R\$ 15.444	R\$ 153.143	R\$ 228.587	R\$ 328.142	R\$ 452.924
Fevereiro	R\$ 30.888	R\$ 160.930	R\$ 236.463	R\$ 338.762	R\$ 465.027
Março	R\$ 46.332	R\$ 168.327	R\$ 243.944	R\$ 348.850	R\$ 476.524
Abril	R\$ 61.776	R\$ 175.355	R\$ 251.052	R\$ 358.435	R\$ 487.447
Maiο	R\$ 74.131	R\$ 182.031	R\$ 257.805	R\$ 367.540	R\$ 497.824
Junho	R\$ 85.869	R\$ 188.374	R\$ 264.219	R\$ 376.190	R\$ 507.681
Julho	R\$ 97.019	R\$ 194.399	R\$ 274.174	R\$ 388.269	R\$ 520.907
Agosto	R\$ 107.612	R\$ 200.123	R\$ 283.632	R\$ 399.743	R\$ 533.472
Setembro	R\$ 117.676	R\$ 205.561	R\$ 292.616	R\$ 410.644	R\$ 545.408
Outubro	R\$ 127.236	R\$ 210.727	R\$ 301.151	R\$ 421.000	R\$ 556.748
Novembro	R\$ 136.318	R\$ 215.634	R\$ 309.260	R\$ 430.838	R\$ 567.521
Dezembro	R\$ 144.946	R\$ 220.297	R\$ 316.963	R\$ 440.184	R\$ 577.755
<b>Total</b>	<b>R\$ 1.045.247</b>	<b>R\$ 2.274.900</b>	<b>R\$ 3.259.866</b>	<b>R\$ 4.608.596</b>	<b>R\$ 6.189.238</b>

Fonte: do autor, 2021.

#### 7.1.4 Estimativa dos custos fixos e variáveis para os próximos 5 anos

Os custos fixos e variáveis necessários para o funcionamento da empresa serão descritos nos capítulos que seguem.

#### 7.1.4.1 Custos Fixos

A Home Facilities será uma empresa virtual, ou seja, sem espaço físico. Seu custo fixo é formado por locação de equipamentos necessários ao colaborador em regime de teletrabalho, serviços de TI, contabilidade e consultoria de Marketing terceirizada (custos atualizados em 10% a.a.), custos com sistemas e site, folha de pagamentos (dissídio calculado em 2% a.a.), encargos sociais e trabalhistas e despesas com publicidade e propaganda. Os custos fixos são apresentados na tabela 23.

Tabela 23 - Custos fixos

Serviço	Custos Fixos				
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Aluguel de notebook	R\$ 10.893	R\$ 10.893	R\$ 10.893	R\$ 13.072	R\$ 13.072
Aluguel de escrivaninhas e cadeiras	R\$ 10.740	R\$ 10.740	R\$ 10.740	R\$ 11.635	R\$ 11.635
Periféricos	R\$ 750	R\$ 750	R\$ 750	R\$ 900	R\$ 900
Material de escritório	R\$ 600				
T.I. Terceirizado	R\$ 6.000	R\$ 6.600	R\$ 7.260	R\$ 7.986	R\$ 8.785
Hospedagem e domínio	R\$ 600				
Sistema ERP	R\$ 3.899				
CRM	R\$ 2.100				
Contabilidade	R\$ 18.000	R\$ 19.800	R\$ 21.780	R\$ 23.958	R\$ 26.354
Consultoria de Marketing	R\$ 18.000	R\$ 19.800	R\$ 21.780	R\$ 23.958	R\$ 26.354
Folha de pagamentos	R\$ 204.000	R\$ 208.080	R\$ 212.242	R\$ 226.486	R\$ 236.116
Encargos Sociais e Trabalhistas	R\$ 73.020	R\$ 74.480	R\$ 75.970	R\$ 82.689	R\$ 86.995
Despesas com publicidade e propaganda	R\$ 72.000				
<b>Total</b>	<b>R\$ 420.602</b>	<b>R\$ 430.342</b>	<b>R\$ 440.613</b>	<b>R\$ 469.884</b>	<b>R\$ 489.409</b>

Fonte: do autor, 2021.

#### 7.1.4.2 Custos variáveis

Os custos variáveis da empresa consistem na PLR e nos custos dos equipamentos para locação, baseados na demanda prevista e no custo unitário dos itens disponíveis para locação. Os custos variáveis são apresentados nas tabelas 24 e 25.

Tabela 24 - Custos variáveis

Custos Variáveis					
Serviço	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
PLR	R\$ -	R\$ -	R\$ 782	R\$ 3.551	R\$ 6.579
Equipamentos para locação	R\$ 871.039	R\$ 1.895.750	R\$ 2.716.555	R\$ 3.840.497	R\$ 5.157.698
<b>Total</b>	<b>R\$ 871.039</b>	<b>R\$ 1.895.750</b>	<b>R\$ 2.717.337</b>	<b>R\$ 3.844.048</b>	<b>R\$ 5.164.277</b>

Fonte: do autor,2021.

Na tabela abaixo, são apresentados os preços dos produtos informados pelos fornecedores de cada item, sendo eles Agasus, BR Mobile e Teletok, respectivamente. Foi utilizado o menor valor informado, devido à possível parceria que seria firmada entre a Home Facilities e a empresa fornecedora. Os orçamentos foram enviados por e-mail.

Tabela 25 - Custo unitário de itens para locação

Produto	Características	Custo
Notebook	Lenovo, processador Intel Core i5, 16 GB RAM, 256GB SSD, Windows 10	R\$ 182
Celulares	Samsung Galaxy J7 Prime 2	R\$ 120
Mesa	Mesa Retangular 1200x600x740	R\$ 49
Cadeira	Base giratória, apoio lombar, inclinável, regulamento de altura e rodas anti-risco	R\$ 130

Fonte: Do autor,2021

### 7.1.4.3 Tributos

Na tabela 26, são exibidos os valores relacionados aos tributos devidos pela empresa. Ela será enquadrada no lucro real e, neste regime de tributação, é permitido deduzir da base de cálculo de Pis e Cofins os custos diretamente ligados e essenciais à atividade da empresa. Portanto, é considerado na dedução o custo da locação dos produtos, de acordo com a demanda prevista. O ISS não será devido pela empresa, pois esta, sob visões fiscais, não exerce nenhuma responsabilidade ou atividade sobre o produto sublocado.

Tabela 26 - Tributos Lucro Real

Tributos Lucro Real						
	Alíquota	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Faturamento		R\$ 1.045.247	R\$ 2.274.900	R\$ 3.259.866	R\$ 4.608.596	R\$ 6.189.238
Despesas a deduzir		R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
PIS	1,65%	R\$ 17.247	R\$ 37.536	R\$ 53.788	R\$ 76.042	R\$ 102.122
COFINS	7,60%	R\$ 79.439	R\$ 172.892	R\$ 247.750	R\$ 350.253	R\$ 470.382
ISS		R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Lucro		R\$ 0	R\$ 54.313	R\$ 380.002	R\$ 600.873	R\$ 1.038.619
IRPJ	15,00%	R\$ 0	R\$ 8.147	R\$ 57.000	R\$ 90.131	R\$ 155.793
AIR	10,00%	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 14.000	R\$ 36.087	R\$ 79.862
CSSL	9,00%	R\$ 0	R\$ 4.888	R\$ 34.200	R\$ 54.079	R\$ 93.476
<b>Total de tributos</b>		<b>R\$ 96.685</b>	<b>R\$ 223.463</b>	<b>R\$ 406.738</b>	<b>R\$ 606.592</b>	<b>R\$ 901.635</b>

Fonte: Do autor, 2021.

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

Na tabela 27, é demonstrada a estimativa de resultado obtido para os próximos cinco anos, que prevê lucro a partir do terceiro ano da empresa:

Tabela 27- Demonstrativo de resultados para os próximos 5 anos

DRE	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
<b>Receita Bruta</b>	R\$ 1.045.247	R\$ 2.274.900	R\$ 3.259.866	R\$ 4.608.596	R\$ 6.189.238
(-) Deduções da Receita Bruta					
(-) Impostos sobre vendas	-R\$ 16.114	-R\$ 35.071	-R\$ 50.256	-R\$ 71.049	-R\$ 95.417
<b>(=) Receita Operacional líquida</b>	R\$ 1.029.133	R\$ 2.239.828	R\$ 3.209.609	R\$ 4.537.547	R\$ 6.093.821
(-) Custos de produtos vendidos	-R\$ 871.039	-R\$ 1.895.750	-R\$ 2.716.555	-R\$ 3.840.497	-R\$ 5.157.698
(-) Custos operacionais	-R\$ 35.582	-R\$ 36.182	-R\$ 36.842	-R\$ 40.792	-R\$ 41.590
(-) Custo com salários de funcionários	-R\$ 60.000	-R\$ 61.200	-R\$ 62.424	-R\$ 63.672	-R\$ 64.946
<b>(=) Resultado Operacional Bruto</b>	R\$ 62.512	R\$ 246.697	R\$ 393.789	R\$ 592.586	R\$ 829.586
Despesas Operacionais					
(-) Despesas com vendas	-R\$ 30.000	-R\$ 30.600	-R\$ 31.212	-R\$ 31.836	-R\$ 32.473
(-) Despesas administrativas	-R\$ 132.000	-R\$ 136.080	-R\$ 140.386	-R\$ 144.936	-R\$ 149.751
(-) Despesas mercadológicas	-R\$ 90.000	-R\$ 91.800	-R\$ 93.780	-R\$ 95.958	-R\$ 98.354
(-) Tributos trabalhistas	-R\$ 73.020	-R\$ 74.480	-R\$ 75.970	-R\$ 82.689	-R\$ 86.995
<b>(=) Resultado Operacional antes do IR e</b>	-R\$ 262.508	-R\$ 86.264	R\$ 52.441	R\$ 237.167	R\$ 462.013
(-) Provisão para Imposto de renda	R\$ 0	R\$ 0	-R\$ 13.329	-R\$ 59.597	-R\$ 133.084
<b>(=) Lucro Líquido antes das participaçõ</b>	-R\$ 262.508	-R\$ 86.264	R\$ 39.112	R\$ 177.569	R\$ 328.929
(-) PLR	R\$ 0	R\$ 0	-R\$ 782	-R\$ 3.551	-R\$ 6.579
<b>(=) Resultado Líquido do Exercício</b>	-R\$ 262.508	-R\$ 86.264	R\$ 39.894	R\$ 181.121	R\$ 335.507

Fonte: do autor, 2021.

Considerar:

Receita bruta: demanda acumulada vezes preço.

Impostos sobre vendas: receita bruta vezes 9,25% (Pis e Cofins; ISS não é devido para o ramo).

Custo de produtos vendidos: demanda acumulada vezes custo.

Custos operacionais: vide tabela 4.

Custo com salário de funcionários: considerado a mão de obra dos funcionários diretamente ligados à atividade principal da empresa, que são os analistas comerciais e operacionais.

Despesas com vendas: salário do analista de Marketing.

Despesas administrativas: salário dos diretores somado a tabela 5.

Despesas mercadológicas: vide tabela 13

Tributos trabalhistas: vide tabela 18.

Provisão para o imposto de renda: vide tabela 26.

PLR: 2,05% do lucro que será distribuído entre os colaboradores.

### 7.1.6 Estimativa do fluxo de caixa para os próximos 5 anos

O relatório de fluxo de caixa demonstra o resultado acumulado, com todas as entradas e saídas, incluindo os custos pré-operacionais, garantindo uma visibilidade melhor do caixa da empresa. Percebe-se, que mesmo a DRE prevendo lucro a partir do terceiro ano, o caixa só fica positivo a partir do quarto ano, caso não haja um investimento inicial para capital de giro.

Tabela 28 - Fluxo de caixa

Fluxo de Caixa	Pré-operacional	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
<b>Saldo Inicial</b>		-R\$ 16.500	-R\$ 279.008	-R\$ 285.320	-R\$ 20.985	R\$ 579.888
(+) Entradas						
Receitas de Locação		R\$ 1.045.247	R\$ 2.274.900	R\$ 3.259.866	R\$ 4.608.536	R\$ 6.189.238
<b>Total Entradas</b>	R\$ 0	R\$ 1.045.247	R\$ 2.274.900	R\$ 3.259.866	R\$ 4.608.536	R\$ 6.189.238
(-) Saídas						
Pré-operacional	-R\$ 16.500					
Custo do Produto Vendido		-R\$ 871.039	-R\$ 1.895.750	-R\$ 2.716.555	-R\$ 3.840.497	-R\$ 5.157.698
Mão de Obra		-R\$ 277.020	-R\$ 282.560	-R\$ 288.212	-R\$ 309.176	-R\$ 323.111
Despesas Administrativas		-R\$ 18.000	-R\$ 19.800	-R\$ 21.780	-R\$ 23.958	-R\$ 26.354
Custos Operacionais		-R\$ 35.582	-R\$ 36.182	-R\$ 36.842	-R\$ 40.792	-R\$ 41.590
Despesas Mercadológicas		-R\$ 90.000	-R\$ 91.800	-R\$ 93.780	-R\$ 95.958	-R\$ 98.354
Dedução de Impostos		-R\$ 16.114	-R\$ 35.071	-R\$ 63.585	-R\$ 130.646	-R\$ 228.502
<b>Total Saídas</b>	-R\$ 16.500	-R\$ 1.307.755	-R\$ 2.361.163	-R\$ 3.220.753	-R\$ 4.441.027	-R\$ 5.875.609
<b>Total no período</b>		-R\$ 262.508	-R\$ 86.264	R\$ 39.112	R\$ 167.569	R\$ 313.629
<b>Saldo Final</b>	-R\$ 16.500	-R\$ 279.008	-R\$ 365.272	-R\$ 246.208	R\$ 146.584	R\$ 893.517

Fonte: do autor, 2021.

### 7.1.7 Cálculo e análise dos indicadores de viabilidade financeira

Os dados da tabela 29 demonstram a capacidade de retorno do investimento da empresa, considerando uma Taxa Média de Atratividade (TMA) de 10% a.a., o que significa também o risco de investimento na empresa. São identificados Valor Presente Líquido (VPL), Taxa Interna de Retorno (TIR), Payback e, por fim, o Break Even Point (BEP), taxas calculadas para medir a

capacidade da empresa de pagar os acionistas em determinado tempo, medidas extremamente importantes para o mercado acionista investir na Home Facilities.

Se o TIR é maior que a Taxa Média de Atratividade (TMA), o projeto é viável. Caso seja menor que o TMA, o projeto é inviável.

Tabela 29 - Indicadores Financeiros

Período	Fluxo de caixa
0	-R\$ 16.500
1	-R\$ 262.508
2	-R\$ 86.264
3	R\$ 39.112
4	R\$ 167.569
5	R\$ 313.629
<b>TMA</b>	10%
<b>VPL</b>	R\$ 12.140
<b>TIR</b>	11%
<b>Payback (em anos)</b>	4,94
<b>Break Even Point</b>	2 anos e 4 meses

Fonte: Do autor, 2021

Dessa forma, é possível avaliar que a empresa é capaz de retornar lucro aos acionistas em pouco mais de três anos, atingir o ponto de equilíbrio em um ano e seis meses e uma taxa interna de retorno de 78,75%, demonstrando a capacidade de pagar seus acionistas.

## 7.2 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE FINANCEIRA

A partir dos relatórios apresentados, conclui-se que a Home Facilities, a médio prazo, será uma empresa lucrativa, com uma estrutura de custos e operações enxuta e crescimento estimado de mais de 100% ao ano, o que a torna uma empresa financeiramente viável.

## 8. VIABILIDADE DO NEGÓCIO: CONCLUSÃO

O crescimento da modalidade de trabalho em regime de home office no decorrer dos últimos anos demonstrou uma oportunidade de atender às necessidades de quem não tem todas as condições para trabalho remoto em sua casa. A Home Facilities apresenta a proposta de um serviço de locação de móveis como mesa e cadeira, também notebook e celulares, para que se possibilite que esse público seja atendido com tudo que se precisa para exercer suas funções de forma produtiva, agregando valor ao serviço prestado pela obtenção de retorno. Considerou-se que a ideia é viável a partir da análise do crescimento dessa modalidade de serviço, que se estenderá à nova era de trabalho.

O negócio contará com o investimento inicial de R \$384.868,65 por parte dos sócios, que irá atender à atividade inicial da empresa, possibilitando que se tenha um bom funcionamento no primeiro período de serviços.

A proposta de locação de móveis pela empresa, que tem como maior estratégia atender ao nicho de mercado que não possui condições de trabalho salubres na modalidade de serviço de home office, mostra-se estrategicamente viável, tendo como base o crescimento de 72% dessa modalidade, e a demanda de pessoas que serão devidamente atendidas, podendo aumentar a qualidade de vida das pessoas de forma considerável e realizar uma mudança de perspectiva positiva em relação a essa prática, demonstrando uma tremenda capacidade para aumento do mercado.

A viabilidade da operação do negócio se baseia na automatização do atendimento possível pelo investimento em uma plataforma digital que aumenta as possibilidades para o cliente selecionar os itens necessários para seu trabalho remoto. Demonstra-se totalmente capaz de atender a um aumento da demanda no longo prazo e agregar possibilidade de retorno bruto significativa para a atividade do negócio. Esse fator, somado à diminuição dos custos na operação, soma valor agregado ao produto oferecido.

Considera-se que a viabilidade mercadológica se apoia no crescimento do mercado, em ascensão nos últimos anos e estima-se que haverá um

crescimento contínuo devido aos dados coletados. Dessa forma, o negócio que, se apresenta como uma inovação de serviço, representa uma ótima alternativa para diminuição dos custos para os clientes atendidos pela Home Facilities.

O capital humano da empresa será atendido com estímulos compatíveis ao mercado, tornando a capacidade produtiva da empresa viável para o atendimento remoto dos clientes.

Podemos concluir que a empresa se torna viável baseando-se no pressuposto da rentabilidade do negócio, que se apresenta lucrativo a médio prazo, atendendo às necessidades dos acionistas.

## 9 RESUMO ESTENDIDO

O objetivo deste trabalho é a elaboração e desenvolvimento do plano de negócios da empresa Home Facilities, que consiste em um serviço de locação de móveis e equipamentos para o trabalho *home office*.

Foi explorada no estudo a viabilidade de diversas áreas de uma empresa. Em análise, as áreas estratégica, operacional, mercadológica, capital humano e financeira, através de pesquisa de mercado, além de referências bibliográficas e dados obtidos através de análise de indicadores.

Dessa maneira, é possível concluir que todas as análises feitas pela Home Facilities são viáveis possibilitando a obtenção de resultados positivos.

**Palavras-chave:** Home Office, locação, equipamentos e móveis.

### 9.1 VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO

Home Facilities é uma empresa que tem como objetivo simplificar e suprir as necessidades das empresas que aderem ao *home office*, fornecendo melhores condições de trabalho para seus colaboradores. Dessa maneira, possibilita a simplificação dos custos e recursos relacionados ao trabalho em *home office*, através da praticidade na locação de equipamento, flexibilidade em manutenção, redução de risco com ações trabalhistas, possível benefício fiscal e qualidade nos equipamentos.

O foco de segmento de mercado da Home Facilities consiste em empresas e profissionais autônomos que utilizam do *home office* para exercer suas atividades nos principais setores onde se encontram oportunidades para prestação do serviço de locação, como por exemplo: Tecnologia da Informação, Recursos Humanos, Marketing, Finanças e setor jurídico.

Para a captação de clientes e propagação dos serviços oferecidos serão utilizados os canais de distribuição, que consiste em e-mail marketing, redes sociais e tráfego pago, site com acesso detalhado a todos os produtos e serviços e equipe comercial.

O relacionamento com consumidores será realizado através da abordagem aos clientes e a prospecção se dará via e-mail marketing, com uma comunicação clara e ágil.

Fontes de receita ocorrerão por meio da locação de equipamentos. A locação será realizada por meio de um contrato no qual serão definidos os prazos e equipamentos conforme a solicitação dos clientes.

Os recursos chave da Home Facilities serão colaboradores capacitados para a área de vendas, operações, Marketing, além dos diretores.

Hospedagem e plataforma do site, além dos recursos chave: a Home Facilities terá como atividades-chave as vendas dos serviços de locações, intermediação de solicitações e manutenções e também o acompanhamento de instalações e entrega de equipamentos.

As principais parcerias da Home Facilities serão os locadores de celular, locadores de mobílias e notebooks e consultoria de Marketing: uma vez uma das vantagens competitivas de qualquer empresa é a imagem que ela constrói perante o mercado, que gera maior confiança em seus serviços.

A estrutura de custos da Home Facilities será os fornecedores, marketing, colaboradores, hospedagem do site, divulgação e plataforma do site.

## **9.2 SUMÁRIO EXECUTIVO**

A Home Facilities atuará em regime de teletrabalho mas para fins de registro na junta comercial será registrada em Santo André, São. Os equipamentos necessários para realização dos trabalhos serão oferecidos aos colaboradores, possibilitando que as rotinas da empresa sejam efetuadas com eficiência, qualidade e segurança. A responsabilidade dos analistas estará em verificar o fluxo dos processos e garantir que a empresa esteja em pleno funcionamento para que o diretor financeiro possa realizar os reportes mensais para o CEO sobre os status de vendas consolidadas pela empresa.

Todos os sócios da Home Facilities cursam atualmente o oitavo semestre de bacharelado em Administração de Empresas na instituição de

ensino Strong Business School. Apenas um sócio exercerá atividades na Home Facilities como CEO; os demais apenas serão investidores do negócio. O capital social será de R\$ 384.868,65 e será dividido em cinco quotas iguais pelos sócios Elisa Bicudo Moreira, Johnson Paulino da Silva, Mayara de Holanda Moura, Michelle de Paula Santos e Thayná Siqueira Elias.

A missão da Home Facilities é facilitar, tanto para as empresas quanto para colaboradores, a rotina do trabalho em *home office*, oferecendo equipamentos e estrutura adequada para que todos desempenhem um trabalho de qualidade. A visão da Home Facilities é se tornar referência no setor de locação de móveis e equipamentos para *home office*, destacando-se pela eficiência do serviço prestado. Seus valores serão o foco no cliente, sustentabilidade e inovação em processos: eles nortearão todas as ações feitas pela empresa.

A forma jurídica será de Sociedade Responsabilidade Limitada, onde a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. O capital social e a participação societária serão iguais para os dois sócios. A Home Facilities será enquadrada na tributação sobre o lucro real, devido ao menor imposto a ser pago em comparação com o lucro presumido, já que o faturamento não se enquadra no Simples Nacional.

### **9.3 VIABILIDADE ESTRATÉGICA**

Visando o crescimento no mercado de locações de equipamentos, a Home Facilities traz como maior vantagem competitiva a praticidade e agilidade ao oferecer aos seus clientes o serviço de locação de todo equipamento para trabalhar adequadamente em casa. Através dos serviços oferecidos o cliente não precisará pesquisar em diversos fornecedores para obter os produtos desejados, basta acessar o site da Home Facilities e escolher todos aqueles que atendam às necessidades existentes.

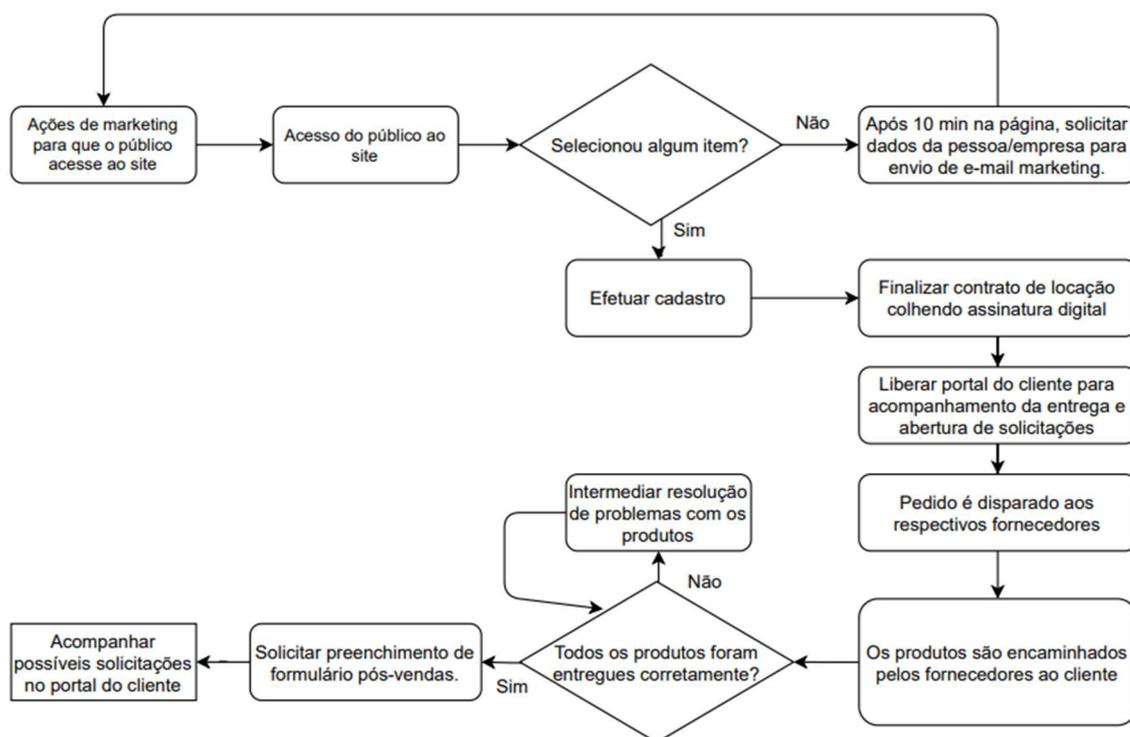
Ao analisar as projeções futuras sobre o trabalho *Home Office*, foi possível constatar que a tendência do *home office* é se perpetuar, mesmo após a pandemia mundial de Covid-19 que. Pensando nisso, a Home Facilities surgiu com o propósito de facilitar o *home office* por meio do intermédio de locação de móveis e equipamentos para realização deste. A locação de móveis e equipamentos vem ganhando espaço nas empresas, devido à flexibilidade em trocas e manutenções destes equipamentos. O investimento inicial é menor, se comparado a uma compra, o que permite liberação de capital, entre outros diversos benefícios, como benefícios fiscais, pois locação de equipamentos se enquadra como OPEX por se tratar de uma despesa operacional e possibilita o abatimento do cálculo do Imposto de Renda, se e somente se o regime adotado for o de lucro real.

Através da análise dos clientes, a Home Facilities terá em seu público-alvo empresas e autônomos que usufruem do trabalho remoto e, dessa forma, conforme a análise feita pelas cinco forças de Porter, permite compreender em relação a rivalidades entre os concorrentes que o mercado de aluguel de itens para *home office* ainda não é muito explorado. Tendo isso em vista, o poder de mercado dos concorrentes é relativamente baixo, uma vez que a Home Facilities pretende unir todas as ofertas com uma estratégia de locação.

#### **9.4 VIABILIDADE OPERACIONAL**

A Home Facilities, como dito anteriormente, tem como propósito melhorar a produtividade das pessoas que trabalham em regime de *home office* oferecendo a todos um ambiente de trabalho com equipamentos e estrutura similar ao modelo de trabalho realizado de maneira presencial. Dessa forma, atenderá aos seus clientes, como mostra a figura 5.

Figura 5 - Fluxograma dos processos operacionais



Fonte: do autor,2021

A primeira etapa consiste nas ações de Marketing que têm como finalidade atrair o público para o site. Caso não seja selecionado nenhum produto após 10 minutos no site, será solicitado o e-mail do internauta para envio futuro e-mail marketing. Caso seja selecionado algum item, será efetuado um cadastro colhendo os dados pessoais do cliente e, por fim, será solicitada a assinatura do contrato.

A partir de então, o pedido será disparado aos fornecedores e estes encaminharão os produtos ao cliente. Após a entrega de todos os produtos, será solicitado ao cliente o preenchimento de um formulário com questões referentes à satisfação com o produto e serviço prestado. A Home Facilities acompanhará todo o processo para garantir a satisfação do cliente e intermediará, caso haja alguma divergência nos pedidos ou alguma solicitação do cliente.

A Home Facilities é uma empresa que terá os colaboradores atuando pelo regime de teletrabalho. Considerando isso, os principais equipamentos serão: notebooks, escrivaninhas e cadeiras, ERP e CRM, site da empresa e o

Conta Azul, responsável por gerar boletos e realizar a cobrança mensal dos locatários. Como será uma intermediadora entre os seus clientes e os seus fornecedores, não irá produzir, armazenar ou enviar produtos. Sua forma de venda prioritária será por meio do site, que ficará disponível para acesso 24 horas por dia, 7 dias por semana. Por se tratar de fornecedores diferentes para providenciar os produtos para um mesmo cliente, a Home Facilities terá de realizar o acompanhamento e gestão de cada pedido, com a finalidade de garantir que as entregas serão realizadas dentro do prazo estipulado em contrato.

Os principais fornecedores inicialmente serão a Telelok, empresa escolhida por ter sólida experiência no mercado atuando desde 1987, que possui dois centros de distribuição em São Paulo e fornece mobílias, e a empresa Agasus, que possui mais de 20 anos de experiência no mercado, demonstra ter excelente infraestrutura e capacidade de atender as demandas da Home Facilities, fornecerá os notebooks.

O plano logístico consiste no envio sob demanda, ou seja, o cliente acessa o site, efetua a solicitação dos produtos e assinatura online do contrato já com seus respectivos valores de produtos e de fretes. No ato da solicitação serão apresentadas as previsões de entregas dos itens selecionados para os destinos informados, sendo que um contratante terá a opção de enviar os produtos para mais de um endereço, uma vez que eles poderão ser empresas enviando para os colaboradores em lugares distintos.

Após a conclusão dessa etapa, a solicitação é enviada automaticamente a cada distribuidor. A Home Facilities estará encarregada de garantir que os prazos previamente estipulados sejam cumpridos, conforme contratado pelos clientes através do monitoramento dos itens em constante contato com os distribuidores. Assim que os itens estiverem separados, os distribuidores enviarão para os destinos acordados.

Na tabela 4 - Custos com plataformas constam nas estimativas de gastos com hospedagem e domínio de site, como CRM, que auxiliará com as prospecções, impulsionamento das vendas, atendimento ao cliente e o sistema ERP, que deve armazenar dados e informações de todas as áreas da empresa.

Tabela 4 - Custos com plataforma

Custos com plataformas					
Serviço	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Hospedagem e domínio	R\$ 600				
Sistema ERP	R\$ 3.899				
CRM	R\$ 2.100				
Total	R\$ 6.599				

Fonte: do autor 2021.

Os custos operacionais mencionados na tabela 5 se dão em aluguéis de notebooks, escrivaninhas, cadeiras e smartphones e compra de periféricos (*headphone*, mouse e teclado) para todos os colaboradores.

Tabela 5 - custos operacionais

Custo Operacional					
Serviço	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Aluguel de notebook	R\$ 10.893	R\$ 10.893	R\$ 10.893	R\$ 13.072	R\$ 13.072
Aluguel de escrivaninhas e	R\$ 10.740	R\$ 10.740	R\$ 10.740	R\$ 11.635	R\$ 11.635
Periféricos	R\$ 750	R\$ 750	R\$ 750	R\$ 900	R\$ 900
Material de escritório	R\$ 600				
T.I. Terceirizado	R\$ 6.000	R\$ 6.600	R\$ 7.260	R\$ 7.986	R\$ 8.785
Total	R\$ 28.983	R\$ 29.583	R\$ 30.243	R\$ 34.193	R\$ 34.992

Fonte: do autor,2021.

Já os custos administrativos se resumem ao serviço de contabilidade que será terceirizado.

Tabela 6 - Custos Administrativos

Despesas Administrativas					
Serviço	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Contabilidade	R\$ 18.000	R\$ 19.800	R\$ 21.780	R\$ 23.958	R\$ 26.354

Fonte: do autor, 2021.

A estratégia de sistemas automatizados integrados ao site, a interação da Home Facilities com os fornecedores e a proposta de oferecer os itens necessários para *home office* em uma única plataforma de forma prática garantem a viabilidade operacional, somado aos custos que, em sua maioria, são variáveis e refletem diretamente no faturamento, garantem a viabilidade operacional.

## 9.5 VIABILIDADE MERCADOLÓGICA

A Home Facilities oferecerá o serviço de locação de notebooks, mesas de escritório, cadeira ergométrica e celular. O cliente da Home Facilities contará com um ambiente virtual, *market place* para locação de móveis e itens de escritório, onde o locador poderá disponibilizar seus produtos, sejam eles componentes eletrônicos para escritório ou móveis. O cliente realizará a consulta de valores e produtos que serão locados e a contratação será diretamente pelo site.

O serviço de locação contará com o acompanhamento da entrega dos produtos ao cliente, garantindo que o serviço seja entregue no prazo solicitado.

A locação dos produtos contará com um catálogo de preços de produtos separados. A proposta é atender às diferentes necessidades dos clientes, uma vez que muitos podem possuir alguns produtos que já atendem a parte da necessidade para trabalho em regime de home office.

Tabela 7 - Preço

Produto	Características	Preço
Notebook	Lenovo, processador Intel Core i5, 16 GB RAM, 256GB SSD, Windows 10	R\$ 218
Celulares	Samsung Galaxy J7 Prime 2	R\$ 144
Mesa	Mesa Retangular 1200x600x740	R\$ 59
Cadeira	Base giratória, apoio lombar, inclinável, regulamento de altura e rodas anti-risco	R\$ 156
	Valor total do "kit escritório"	R\$ 577

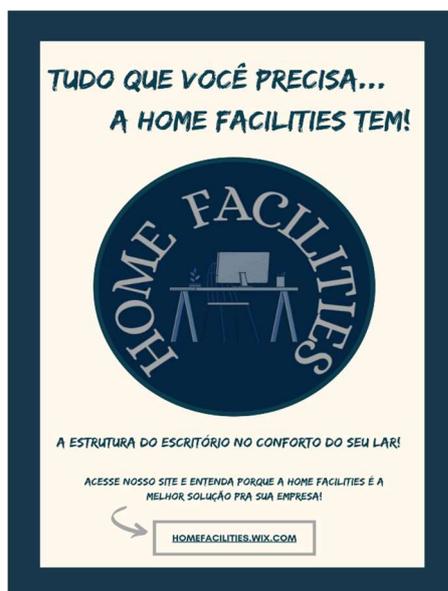
Fonte: do autor,2021.

A Home Facilities é uma empresa que, desde seu início, apresentar-se-á ao público de maneira virtual, usando como principais meios as redes Facebook, Instagram e LinkedIn. Essa decisão foi tomada pelo alcance e o poder de influência que essas redes exercem na sociedade atualmente.

Sabendo do poder das redes sociais, é interessante que se invista nesse meio, devido à facilidade de acesso e velocidade de propagação das informações. Outro aliado imprescindível para o sucesso da Home Facilities é o próprio consumidor de seus produtos. Como parte da promoção, será destacado que, ao adquirir os produtos e serviços fornecidos pela Home Facilities, o usuário tem a opção de escolher seus produtos de maneira personalizada em um único lugar.

As imagens 7 e 8 apresentadas a seguir são exemplos de folders para divulgação e promoção da Home Facilities nas redes sociais.

Figura 7 - Modelo de Promoção 1



Fonte: do autor,2021.

Figura 8 - Modelo de Promoção 2



Fonte: do autor,2021.

Home Facilities foi o nome escolhido para a empresa por representar a praticidade que ela visa oferecer a seus clientes. A palavra “*Home*”, para remeter ao *home office*, que consiste no segmento de mercado onde a empresa atuará, e a palavra “Facilities”, que significa facilidade. A ideia central é de que os clientes possam ter mais facilidade para ter um escritório em casa, podendo escolher equipamentos para locação em um único site.

A paleta de cores escolhida consiste no azul escuro e no cinza. O azul, segundo a psicologia das cores, remete à criatividade, confiança, confiabilidade e fidelização dos clientes; já o cinza é equilíbrio do preto e o branco, que simboliza o compromisso.

O logo da Home Facilities consiste num quadrado cinza, com o desenho de uma escrivaninha e computador, que são os principais produtos a serem locados, e o nome da empresa em volta, na cor azul, conforme a figura 10.

Figura 10 - Logo Home Facilities



Fonte: do autor,2021

A Home Facilities posicionará sua marca na ideia de diferenciação, já que oferece um serviço único de locação de móveis e equipamentos que une tudo que o cliente necessita para o trabalho *home office*, buscando atender o mercado em geral.

## 9.6 DEMANDA CORRENTE E FUTURA

Para estimar a demanda da Home Facilities, foram utilizadas algumas premissas baseadas em fatos: o cenário de popularização do home office apresentado nos capítulos anteriores, a capacidade produtiva dos nossos colaboradores (estimamos que um colaborador consiga fazer oitos ligações por hora, totalizando aproximadamente 350 ligações por semana).

Dessa forma, obter-se-ia sete reuniões marcadas com empresas e estima-se que uma a cada sete reuniões converterá essa prospecção em cliente. Outro fator é a pesquisa de campo apresentada no capítulo 4: ela informa que, entre as empresas que atuam com equipamentos para os colaboradores em home office, a grande maioria oferece apenas notebook, 20% oferecem notebook e cadeira e 10% oferecem junto a esses itens, uma cadeira ergonômica. Considerou-se essas estatísticas na demanda dos

produtos. Foi considerado também que o público-alvo é composto por empresas de pequeno e médio porte que possuem de 10 a 100 funcionários, onde estimou-se que em média 10 funcionários das empresas clientes utilizam do modelo home office. Após o terceiro ano, acredita-se que a empresa já estará mais bem posicionada no mercado e as reuniões realizadas deverão, com mais frequência, tornar-se clientes. Estima-se também um cancelamento mensal de 0,5% dos clientes ativos por mês, seguindo a política de carência de três meses antes do cancelamento. Tais estimativas estão relatadas nas tabelas 8 a 12.

Tabela 8 - Previsão de demanda mensal (empresas)

Previsão de demanda mensal (empresas)					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	4	4	5	7	9
Fevereiro	4	4	5	7	9
Março	4	4	5	7	9
Abril	4	4	5	7	9
Maio	4	4	5	7	9
Junho	4	4	5	7	9
Julho	4	4	6	8	10
Agosto	4	4	6	8	10
Setembro	4	4	6	8	10
Outubro	4	4	6	8	10
Novembro	4	4	6	8	10
Dezembro	4	4	6	8	10

Fonte: Do autor, 2021.

Tabela 9 - Previsão de Cancelamento Mensal (empresas)

Previsão de cancelamento mensal (empresas)					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro		2	3	4	6
Fevereiro		2	3	4	6
Março		2	3	5	6
Abril	1	2	3	5	6
Maio	1	2	3	5	6
Junho	1	2	3	5	7
Julho	1	3	4	5	7
Agosto	1	3	4	5	7
Setembro	2	3	4	5	7
Outubro	2	3	4	5	7
Novembro	2	3	4	6	7
Dezembro	2	3	4	6	7

Fonte: Do autor, 2021

Tabela 10 - Previsão de demanda mensal (usuários)

Previsão de demanda mensal (usuários)					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	40	40	50	70	90
Fevereiro	40	40	50	70	90
Março	40	40	50	70	90
Abril	40	40	50	70	90
Maio	40	40	50	70	90
Junho	40	40	50	70	90
Julho	40	40	60	80	100
Agosto	40	40	60	80	100
Setembro	40	40	60	80	100
Outubro	40	40	60	80	100
Novembro	40	40	60	80	100
Dezembro	40	40	60	80	100

Fonte: Do autor, 2021

Tabela 11 - Previsão de Demanda Acumulada (empresas)

Previsão de demanda acumulada(empresas)					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	4	40	59	85	117
Fevereiro	8	42	61	88	120
Março	12	44	63	90	123
Abril	16	45	65	93	126
Maio	19	47	67	95	129
Junho	22	49	68	97	131
Julho	25	50	71	101	135
Agosto	28	52	73	104	138
Setembro	30	53	76	106	141
Outubro	33	55	78	109	144
Novembro	35	56	80	112	147
Dezembro	38	57	82	114	150

Fonte: Do autor, 2021

Tabela 12 - Previsão de demanda acumulada (usuários)

Previsão de demanda acumulada(usuários)					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	40	397	592	850	1.173
Fevereiro	80	417	612	877	1.204
Março	120	436	632	904	1.234
Abril	160	454	650	928	1.262
Maio	192	471	668	952	1.289
Junho	222	488	684	974	1.315
Julho	251	503	710	1.006	1.349
Agosto	279	518	735	1.035	1.382
Setembro	305	532	758	1.064	1.413
Outubro	330	546	780	1.090	1.442
Novembro	353	558	801	1.116	1.470
Dezembro	375	571	821	1.140	1.496

Fonte: Do autor, 2021

A estratégia de marketing da Home Facilities engloba disparo de anúncios via e-mail marketing e mídias sociais; para isso, será de extrema

importância o acompanhamento de uma consultoria de Marketing para direcionar o posicionamento da empresa no decorrer do tempo, além de auxiliar na criação e divulgação das propagandas. A estimativa de gastos se dará conforme detalha a tabela 13; vale ressaltar a consideração de uma atualização anual de 10% ao ano para a consultoria de marketing.

Tabela 13 - Custos mercadológicos

Despesas Mercadológicas					
Serviço	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Consultoria de Marketing	R\$ 18.000	R\$ 19.800	R\$ 21.780	R\$ 23.958	R\$ 26.354
Despesas com publicidade e propaganda	R\$ 72.000				
Total	R\$ 90.000	R\$ 91.800	R\$ 93.780	R\$ 95.958	R\$ 98.354

Fonte: Do autor, 2021

Tendo como base a estratégia e estimativas apresentadas tendo um nicho de mercado em ascensão, a ser explorado, com uma demanda crescente, conclui-se que a Home Facilities apresenta viabilidade mercadológica com um preço compatível com o do mercado e diferencial em sua atuação onde oferece facilidade e praticidade na contratação de itens necessários para a execução do home office.

## 9.7 VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO

No *headcount* da Home Facilities, serão necessários 5 funcionários para a operação inicial da empresa, considerando a demanda estimada.

Acredita-se que a estrutura inicial seja adequada para uma carteira de até 100 clientes. Os únicos cargos que têm uma demanda diretamente relacionada ao aumento de clientes são os de analista de operações, para o qual será necessário a contratação de um auxiliar, aproximadamente, a cada 100 clientes.

O organograma é uma ferramenta organizacional que apresenta os cargos existentes dentro da empresa. A figura 11 apresenta a organização hierárquica da Home Facilities.

Figura 11 - Organograma da Home Facilities



Fonte: do autor,2021.

Para que seja possível a execução da operação da empresa, seguindo com o Headcount, a tabela 15 descreve as competências necessárias para cada cargo:

Tabela 15 - Competências

Cargo	Formação	Competências
Diretor Geral	Pós Graduação em administração de empresas, experiência em posições de Direção.	Poder de influência, pensamento estratégico, raciocínio rápido e lógico, capacidade de assumir riscos, extroversão, capacidade de tomar boas decisões sob pressão.
Diretor Financeiro	Pós Graduação em administração de empresas, experiência em posições de Direção.	Pensamento estratégico, raciocínio rápido e lógico, capacidade de assumir riscos, capacidade de tomar boas decisões sob pressão, alta capacidade analítica.
Analista de Operações	Graduação em Administração de Empresas, Economia ou Engenharias	Capacidade analítica, responsabilidade, domínio do excel, boa comunicação, bom relacionamento com clientes.
Analista de Marketing	Graduação em Marketing, Publicidade e propaganda, Administração ou áreas correlatas	Entendimento do mercado digital: movimentações, concorrência, tendências, oportunidades; Conhecimentos de elaboração de projetos de Marketing
Analista Comercial	Graduação em Administração de Empresas	Conhecimento do fluxo da área comercial e relacionamento com clientes; inglês avançado, ser organizado, orientado a resultados e atento a detalhes, boa capacidade de comunicação oral e escrita, boa capacidade de negociação, bom relacionamento interpessoal.

Fonte: Do autor, 2021.

A remuneração na Home Facilities será composta por salários fixos, variáveis e PL.

Tabela 16 - Remuneração

Cargo	Remuneração			
	Média Salarial do mercado <sup>13</sup>	Salário Fixo	Salário Variável	PL ao ano
Diretor Geral	6.256,00	5.000,00		2,00%
Diretor Financeiro	6.528,00	4.500,00		2,00%
Analista de Operações	2.300,00	2.000,00	500,00	0,50%
Analista de Marketing	2.578,00	2.000,00	500,00	0,50%
Analista Comercial	2.446,00	2.000,00	500,00	0,50%

Fonte: Do autor, 2021

A seguir serão apresentadas as tabelas 16 e 17 com as descrições dos custos relacionados a mão de obra:

Tabela 17 - Custos com mão de obra

Cargo	Ano1	Ano2	Ano3	Ano4	Ano5
Diretor Geral	R\$ 60.000	R\$ 61.200	R\$ 62.424	R\$ 63.672	R\$ 64.946
Diretor Financeiro	R\$ 54.000	R\$ 55.080	R\$ 56.182	R\$ 57.305	R\$ 58.451
Analista de Operações	R\$ 30.000	R\$ 30.600	R\$ 31.212	R\$ 31.836	R\$ 32.473
Auxiliar de Operações	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 10.000	R\$ 15.300
Analista de Marketing	R\$ 30.000	R\$ 30.600	R\$ 31.212	R\$ 31.836	R\$ 32.473
Analista Comercial	R\$ 30.000	R\$ 30.600	R\$ 31.212	R\$ 31.836	R\$ 32.473
Total	R\$ 204.000	R\$ 208.080	R\$ 212.242	R\$ 226.486	R\$ 236.116

Fonte: do autor,2021.

As práticas de remunerações utilizadas, mesclando remuneração fixa, remuneração variável e participação de lucros, têm sido vistas com bons olhos pelo mercado por envolver engajamento e provocar o sentimento de dono. Essa prática, atrelada ao modelo teletrabalho e salários compatíveis com o mercado, viabiliza os planos de remuneração.

Tabela 18 - Encargos sociais e trabalhistas

Encargos Sociais e Trabalhistas	Ano1	Ano2	Ano3	Ano4	Ano5
13º Salário	R\$ 7.500	R\$ 7.650	R\$ 7.803	R\$ 8.792	R\$ 9.393
Férias + 1/3	R\$ 10.000	R\$ 10.200	R\$ 10.404	R\$ 11.723	R\$ 12.524
FGTS sobre salários	R\$ 7.200	R\$ 7.344	R\$ 7.491	R\$ 8.441	R\$ 9.018
FGTS sobre férias	R\$ 800	R\$ 816	R\$ 832	R\$ 938	R\$ 1.002
FGTS sobre 13º salário	R\$ 600	R\$ 612	R\$ 624	R\$ 703	R\$ 751
INSS	R\$ 46.920	R\$ 47.858	R\$ 48.816	R\$ 52.092	R\$ 54.307
Total	R\$ 73.020	R\$ 74.480	R\$ 75.970	R\$ 82.689	R\$ 86.995

Fonte: do autor,2021.

## 9.8 VIABILIDADE FINANCEIRA

Os cálculos financeiros utilizarão como premissas a capacidade produtiva da Home Facilities, a previsão de demanda e faturamento e também os custos fixos e variáveis da empresa.

O investimento total necessário para o início da empresa é o resultado do investimento pré-operacional somado ao capital de giro inicial, totalizando R\$384.869.

O investimento Pré-Operacional é composto por equipamentos e serviços essenciais para iniciar a empresa, somando R\$16.500,00.

Através do fluxo de caixa da Home Facilities, conforme tabela 21, foi estabelecido o capital de giro necessário no início da empresa no valor de R\$368.369,00.

Tabela 21 - Capital de giro

Fluxo de Caixa						
Período	Saldo Inicial	Total		Saídas	Saldo Final	
		Entradas				
jan./22	-R\$ 16.500	R\$ 15.444	-R\$ 48.158	-R\$ 32.714		
fev./22	-R\$ 32.714	R\$ 30.888	-R\$ 61.266	-R\$ 30.378		
mar/22	-R\$ 30.378	R\$ 46.332	-R\$ 74.374	-R\$ 28.042		
abr/22	-R\$ 28.042	R\$ 61.776	-R\$ 87.483	-R\$ 25.707		
mai/22	-R\$ 25.707	R\$ 74.131	-R\$ 97.969	-R\$ 23.838		
jun/22	-R\$ 23.838	R\$ 85.869	-R\$ 107.931	-R\$ 22.063		
jul./22	-R\$ 22.063	R\$ 97.019	-R\$ 117.395	-R\$ 20.376		
ago./22	-R\$ 20.376	R\$ 107.612	-R\$ 126.386	-R\$ 18.774		
set./22	-R\$ 18.774	R\$ 117.676	-R\$ 134.927	-R\$ 17.252		
out./22	-R\$ 17.252	R\$ 127.236	-R\$ 143.042	-R\$ 15.806		
nov./22	-R\$ 15.806	R\$ 136.318	-R\$ 150.750	-R\$ 14.432		
dez./22	-R\$ 14.432	R\$ 144.946	-R\$ 158.073	-R\$ 13.127		
jan/23	-R\$ 13.127	R\$ 153.143	-R\$ 165.842	-R\$ 12.699		
fev/23	-R\$ 12.699	R\$ 160.930	-R\$ 172.451	-R\$ 11.521		
mar/23	-R\$ 11.521	R\$ 168.327	-R\$ 178.730	-R\$ 10.402		
abr/23	-R\$ 10.402	R\$ 175.355	-R\$ 184.694	-R\$ 9.339		
mai/23	-R\$ 9.339	R\$ 182.031	-R\$ 190.361	-R\$ 8.330		
jun/23	-R\$ 8.330	R\$ 188.374	-R\$ 195.744	-R\$ 7.370		
jul/23	-R\$ 7.370	R\$ 194.399	-R\$ 200.858	-R\$ 6.459		
ago/23	-R\$ 6.459	R\$ 200.123	-R\$ 205.716	-R\$ 5.593		
set/23	-R\$ 5.593	R\$ 205.561	-R\$ 210.332	-R\$ 4.771		
out/23	-R\$ 4.771	R\$ 210.727	-R\$ 214.716	-R\$ 3.989		
nov/23	-R\$ 3.989	R\$ 215.634	-R\$ 218.882	-R\$ 3.247		
dez/23	-R\$ 3.247	R\$ 220.297	-R\$ 222.839	-R\$ 2.542		
jan/24	-R\$ 2.542	R\$ 228.587	-R\$ 230.731	-R\$ 2.144		
fev/24	-R\$ 2.144	R\$ 236.463	-R\$ 237.415	-R\$ 953		
<b>Capital de giro necessário para o caixa:</b>					<b>368.369</b>	

Fonte: Do autor, 2021.

A estimativa do faturamento mensal é fundamentada na previsão de demanda no preço e na quantidade de itens contratados. Portanto, foi considerada a conversão em vendas dos itens da *Home Facilities*, estimando-se que 100% dos clientes contratarão notebooks, 0,8% contratarão celulares, 20% contratarão mesas e 100% contratarão cadeiras ergonômicas, totalizando uma média de faturamento por pessoa de R\$ 386,10.

Deste modo, a tabela 22 representa a previsão de faturamento para os próximos 5 anos:

Tabela 22 - previsão de faturamento para 5 anos

Faturamento					
Período	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	R\$ 15.444	R\$ 153.143	R\$ 228.587	R\$ 328.142	R\$ 452.924
Fevereiro	R\$ 30.888	R\$ 160.930	R\$ 236.463	R\$ 338.762	R\$ 465.027
Março	R\$ 46.332	R\$ 168.327	R\$ 243.944	R\$ 348.850	R\$ 476.524
Abril	R\$ 61.776	R\$ 175.355	R\$ 251.052	R\$ 358.435	R\$ 487.447
Maio	R\$ 74.131	R\$ 182.031	R\$ 257.805	R\$ 367.540	R\$ 497.824
Junho	R\$ 85.869	R\$ 188.374	R\$ 264.219	R\$ 376.190	R\$ 507.681
Julho	R\$ 97.019	R\$ 194.399	R\$ 274.174	R\$ 388.269	R\$ 520.907
Agosto	R\$ 107.612	R\$ 200.123	R\$ 283.632	R\$ 399.743	R\$ 533.472
Setembro	R\$ 117.676	R\$ 205.561	R\$ 292.616	R\$ 410.644	R\$ 545.408
Outubro	R\$ 127.236	R\$ 210.727	R\$ 301.151	R\$ 421.000	R\$ 556.748
Novembro	R\$ 136.318	R\$ 215.634	R\$ 309.260	R\$ 430.838	R\$ 567.521
Dezembro	R\$ 144.946	R\$ 220.297	R\$ 316.963	R\$ 440.184	R\$ 577.755
<b>Total</b>	<b>R\$ 1.045.247</b>	<b>R\$ 2.274.900</b>	<b>R\$ 3.259.866</b>	<b>R\$ 4.608.596</b>	<b>R\$ 6.189.238</b>

Fonte: do autor, 2021.

Os dados da tabela 29 demonstram a capacidade de retorno do investimento da empresa, considerando uma Taxa Média de Atratividade (TMA) de 10% a.a., o que significa também o risco de investimento na empresa. Também é identificado o Valor Presente Líquido (VPL), Taxa Interna de Retorno (TIR), Payback e, por fim, o Break Even Point (BEP), taxas calculadas para medir a capacidade da empresa de pagar os acionistas em determinado tempo, medidas extremamente importantes para o mercado acionista investir na Home Facilities.

Se o TIR é maior que a Taxa Média de Atratividade (TMA), o projeto é viável. Caso seja menor que o TMA, o projeto é inviável.

Tabela 29 - Indicadores Financeiros

Período	Fluxo de caixa
0	-R\$ 16.500
1	-R\$ 262.508
2	-R\$ 86.264
3	R\$ 39.112
4	R\$ 167.569
5	R\$ 313.629
<b>TMA</b>	10%
<b>VPL</b>	R\$ 12.140
<b>TIR</b>	11%
<b>Payback (em anos)</b>	4,94
<b>Break Even Point</b>	2 anos e 4 meses

Fonte: Do autor, 2021

Dessa forma, é possível avaliar, que a Home Facilities é capaz de retornar lucro aos acionistas em aproximadamente 5 anos, atingir o ponto de equilíbrio em dois anos e quatro meses e uma taxa interna de retorno de 11%, demonstrando a capacidade da empresa de pagar seus acionistas, com risco aproximado da taxa média de atratividade.

A partir dos relatórios apresentados, conclui-se que a Home Facilities, a longo prazo, será uma empresa lucrativa, com uma estrutura de custos e operações enxuta, crescimento estimado de mais de 100% ao ano, o que a torna uma empresa financeiramente viável.

## 9.9 VIABILIDADE DO NEGÓCIO: CONCLUSÃO

O crescimento da modalidade de trabalho em regime de home office, no decorrer dos últimos anos, demonstrou uma oportunidade de atender às necessidades de quem não tem todas as condições para trabalho remoto em sua casa. A Home-Facilities apresenta a proposta de um serviço de locação de móveis, como mesa e cadeira, também notebook e celulares, possibilitando que esse mercado seja atendido com tudo que se precisa para exercer suas funções de forma produtiva, agregando valor ao serviço prestado pela obtenção de retorno. Considerou-se que a ideia é viável a partir da análise do crescimento dessa modalidade de serviço que se estenderá à nova era de trabalho.

O negócio contará com o investimento inicial de R\$349.386,45 por parte dos sócios, que irá atender à atividade inicial da empresa, possibilitando que se tenha um bom funcionamento no primeiro período de serviços.

A proposta de locação de móveis pela empresa, que tem como maior estratégia atender ao nicho de mercado que não possui condições de trabalho salubres na modalidade de serviço de home office, mostra-se estrategicamente viável, tendo como base o crescimento de 72% dessa modalidade e a demanda de pessoas que serão devidamente atendidas, podendo aumentar a qualidade de vida das pessoas de forma considerável e realizar uma mudança de perspectiva positiva em relação a essa prática, demonstrando uma tremenda capacidade para aumento do mercado.

A viabilidade da operação do negócio se baseia na automatização do atendimento, com o investimento em uma plataforma digital que aumenta as possibilidades para o cliente selecionar os itens necessários para seu trabalho remoto. Demonstra-se totalmente capaz de atender a um aumento da demanda no longo prazo e agregar uma capacidade de retorno bruto significativa para a atividade do negócio. Esse fator, somado à diminuição dos custos na operação, soma valor agregado ao produto oferecido.

Considera-se que a viabilidade mercadológica se apoia no crescimento do mercado em ascensão nos últimos anos e é estimado que haverá um crescimento contínuo devido aos dados coletados. Dessa forma, o negócio que se apresenta como uma inovação de serviço e como uma ótima alternativa para diminuição dos custos para os clientes atendidos pela Home Facilities.

O capital humano da empresa será atendido com estímulos compatíveis com o mercado, tornando a capacidade produtiva da empresa viável para o atendimento remoto dos clientes.

Podemos concluir que a empresa se torna viável baseando-se no pressuposto da rentabilidade do negócio, que se apresenta lucrativo a médio prazo, atendendo às necessidades dos acionistas e oferecendo um retorno lucrativo.

## BIBLIOGRAFIA

CAVALLIN, Marta. Home office ganha adesão no país; veja direitos, cuidados e dicas para produtividade. **G1 (Caderno de Economia)**. 03 de março de 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2020/03/03/home-office-ganha-adesao-no-pais-veja-direitos-cuidados-e-dicas-para-productividade.ghtml>. Acesso em 15 de fevereiro de 2021.

MOHSIN, Maryam. 7 Estatísticas sobre o home office para o ano de 2021. **Oberlo**. 02 de fevereiro de 2021. Disponível em: <https://www.oberlo.com.br/blog/estatisticas-home-office>. Acesso em 24 de fevereiro de 2021.

GOMES, Helton Simões. Falta até PC! Empresas penam para ter 'home office' no Brasil após covid-19. **UOL (Seção Tilt)**. 17 de março de 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/03/17/falta-ate-pc-para-alugar-empresas-penam-para-ter-home-office-no-brasil.htm>. Acesso em 26 de fevereiro de 2021.

43% das empresas adotam home office por causa do coronavírus, mostra pesquisa. **Época Negócios**. 23 de março de 2020. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2020/03/43-das-empresas-adotam-home-office-por-causa-do-coronavirus-mostra-pesquisa.html>. Acesso 01 de março de 2021.

SENA, Victor. **Afinal, qual será o tamanho do home office no pós-pandemia? Depende. Disponível em** <https://exame.com/carreira/afinal-qual-sera-o-tamanho-do-home-office-no-pos-pandemiadepende/#:~:text=Com%20uma%20expectativa%20de%20home,pelo%20menos%20metade%20das%20equipes.>> acesso 01/03/2020.

Processos trabalhistas sobre home office sobem 270%; parlamentares reagem. **Estadão Conteúdo**. 20 de outubro de 2020. Disponível em:

<https://www.infomoney.com.br/carreira/processos-trabalhistas-sobre-home-office-sobem-270-parlamentares-reagem/>. Acesso em 01 de março de 2021.

**SAP CONSULTORIA.** PESQUISA HOME OFFICE BRASIL 2020. Disponível em <https://sapconsultoria.com.br/pesquisa-home-office-brasil-2020/>. Acesso em 15 de março de 2021.

MELLO, Daniel. Home Office foi adotado por 46% das empresas durante a pandemia. **Agência Brasil.** 28 de julho de 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/home-office-foi-adotado-por-46-das-empresas-durante-pandemia>. Acesso em 20 de março de 2020.

LARGHI, Nathalia. Com quarentena, vendas de itens de home office explodem. **Valor Investe.** 03 de julho de 2020. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/empresas/noticia/2020/07/03/com-quarentena-vendas-de-itens-de-home-office-explodem.ghtml>. Acesso em 20 de março de 2021.

TAVARES, Max. Startup aluga móveis de escritório para trabalhar em home office. Pequenas **Empresas Grandes Negócios.** 25 de outubro de 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2020/10/25/startup-aluga-moveis-de-escritorio-para-trabalhar-em-home-office.ghtml>. Acesso em 20 de março de 2020.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation: A handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.** John Wiley & Sons, 2010.



DRE	jan./26	fev./26	mar./26	abr./26	mai./26	jun./26	jul./26	ago./26	set./26	out./26	nov./26	dez./26
<b>Receita Bruta</b>	R\$ 452.924	R\$ 465.027	R\$ 476.524	R\$ 487.447	R\$ 497.824	R\$ 507.681	R\$ 520.907	R\$ 533.472	R\$ 545.408	R\$ 556.748	R\$ 567.521	R\$ 577.758
(-) Deduções da Receita Bruta												
(-) Impostos sobre vendas	-R\$ 6.983	-R\$ 7.169	-R\$ 7.346	-R\$ 7.515	-R\$ 7.675	-R\$ 7.827	-R\$ 8.031	-R\$ 8.224	-R\$ 8.408	-R\$ 8.583	-R\$ 8.749	-R\$ 8.907
<b>(=) Receita Operacional líquida</b>	R\$ 445.941	R\$ 457.857	R\$ 469.178	R\$ 479.932	R\$ 490.149	R\$ 499.855	R\$ 512.877	R\$ 525.248	R\$ 537.000	R\$ 548.165	R\$ 558.771	R\$ 568.848
(-) Custos de produtos vendidos	-R\$ 377.436	-R\$ 387.522	-R\$ 397.104	-R\$ 406.206	-R\$ 414.853	-R\$ 423.068	-R\$ 434.090	-R\$ 444.560	-R\$ 454.507	-R\$ 463.957	-R\$ 472.934	-R\$ 481.462
(-) Custos operacionais	-R\$ 3.466											
(-) Custo com salários de funcionários	-R\$ 5.412											
<b>(=) Resultado Operacional Bruto</b>	R\$ 59.627	R\$ 61.457	R\$ 63.196	R\$ 64.848	R\$ 66.418	R\$ 67.909	R\$ 69.909	R\$ 71.810	R\$ 73.615	R\$ 75.330	R\$ 76.959	R\$ 78.507
Despesas Operacionais												
(-) Despesas com vendas	-R\$ 2.706											
(-) Despesas administrativas	-R\$ 12.479											
(-) Despesas mercadológicas	-R\$ 8.196											
(-) Tributos trabalhistas	-R\$ 7.250											
<b>(=) Resultado Operacional antes do IR e CSLL</b>	R\$ 28.996	R\$ 30.826	R\$ 32.565	R\$ 34.217	R\$ 35.787	R\$ 37.278	R\$ 39.278	R\$ 41.179	R\$ 42.984	R\$ 44.699	R\$ 46.328	R\$ 47.876
(-) Provisão para Imposto de renda	-R\$ 7.859	-R\$ 8.481	-R\$ 9.072	-R\$ 9.634	-R\$ 10.167	-R\$ 10.674	-R\$ 11.355	-R\$ 12.001	-R\$ 12.615	-R\$ 13.198	-R\$ 13.752	-R\$ 14.278
<b>(=) Lucro Líquido antes das participações</b>	R\$ 21.137	R\$ 22.345	R\$ 23.493	R\$ 24.583	R\$ 25.619	R\$ 26.603	R\$ 27.924	R\$ 29.178	R\$ 30.369	R\$ 31.501	R\$ 32.577	R\$ 33.598
(-) PLR												
<b>(=) Resultado Líquido do Exercício</b>	R\$ 21.137	R\$ 22.345	R\$ 23.493	R\$ 24.583	R\$ 25.619	R\$ 26.603	R\$ 27.924	R\$ 29.178	R\$ 30.369	R\$ 31.501	R\$ 32.577	R\$ 33.598