

STRONG ESAGS – ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E
GESTÃO

Agatha Toguchi Barroso Bass

Filipe Ribeiro

Luis Eduardo Gil

Tatiane Leme de Marchi

EASY BAG: ALUGUEL DE MALAS

Santo André

2018

Agatha Toguchi Barroso Bass

Filipe Ribeiro

Luis Eduardo Gil

Tatiane Leme de Marchi

EASY BAG: ALUGUEL DE MALAS

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

Orientador: Prof. Eduardo Vilas Boas

Santo André

2018

Dedicamos este trabalho as nossas famílias e amigos, que foram compreensivos e nos apoiaram em todos os momentos.

AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de agradecer aos nossos familiares e amigos que caminharam conosco até aqui, que colaboraram para que nós pudéssemos concluir mais esse objetivo em nossas vidas. Aos professores e coordenadores, que muito acrescentaram em nossa formação acadêmica e humana, sempre nos ensinando e nos apoiando. Registramos aqui, nosso reconhecimento a todas as pessoas que estiveram ao nosso lado, pois acreditamos que sem o apoio deles não seria possível vencer esse desafio.

“Dar o melhor de si é mais importante que ser o melhor”
Mike Lerner

RESUMO

A Easy Bag é uma empresa do ramo de aluguel de malas de viagens, beneficiando e proporcionando solução para aqueles que planejam viajar e não pretendem gastar com a compra de malas, que serão usadas poucas vezes e ocuparão muito espaço em sua residência. No serviço será oferecido malas de diversos tamanhos, onde o cliente poderá escolher o modelo que atenda suas necessidades, possui também a opção de malas com rastreador, podendo o cliente saber onde a mala está por um aplicativo, oferecendo conforto e uma viagem sem preocupação, contando com algumas formas de pagamentos e planos diferenciados.

A empresa ficará localizada em São Paulo, região onde o serviço será disponibilizado. O atendimento se dará através de Websites e telefone, meios de comunicação que o cliente poderá obter todas as informações referente a empresa e ao negócio e poderá tirar todas as suas dúvidas.

A mesma tem como objetivo ser a melhor empresa no segmento de locação de malas, visando a qualidade e eficiência do produto e serviço.

Palavras-chave: Easy Bag. Aluguel. Mala. Viagem. Rastreador.

ABSTRACT

É o resumo escrito em inglês. The video provides a powerful way to help you prove your argument. By clicking on Online Video, you can paste the embed code of the video you want to add . You can also enter a keyword to search online the most suitable video to your document. To give the document a professional look , Word provides header design , footer, title page and text box that complement each other . For example , you can add a cover sheet, a header and a corresponding sidebar. Click Insert and select the desired elements in the different galleries. Themes and styles also help keep your coordinated document. When you click Design and choose a new theme , images , charts and SmartArt graphics are changed to match the new theme. When you apply styles , the titles are changed to match the new theme.

Keyword: Easy Bag. Rent. Bag. Trip. Tracker.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa Business Model Canvas

Figura 2 - Fluxograma

Figura 3 – Layout da Empresa

Figura 4 – Plano Logístico e de Distribuição

Figura 5 – Matriz BCG

Figura 6 – Logo Easy Bag

Figura 7 – Organograma da Empresa

Figura 8 – Forças

Figura 9 – Fraquezas

Figura 10 – Oportunidades

Figura 11 – Ameaças

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Quantidade de passageiros transportados por avião

Gráfico 2 – Você alugaria uma mala para fazer alguma viagem de avião?

Gráfico 3 – Você estaria disposto a pagar por uma mala com rastreador?

Gráfico 4 – Projeção da Economia Compartilhada

Gráfico 5 – Curva Salarial

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Alíquotas do Regime Tributário

Tabela 2 – Projeção de Faturamento

Tabela 3 – Análise dos Concorrentes

Tabela 4 – BSC

Tabela 5 – Indicadores de Performance

Tabela 6 – Projeção da Quantidade de Malas

Tabela 7 – Projeção da Quantidade de Materiais e Equipamentos

Tabela 8 – Capacidade de Atendimento

Tabela 9 – Investimento em Malas

Tabela 10 – Investimento em Máquinas e Equipamentos

Tabela 11 – Exemplo do preço praticado

Tabela 12 – Remarketing Facebook

Tabela 13 – Potenciais Clientes

Tabela 14 – Investimento em Marketing Digital

Tabela 10 – Quadro de Colaboradores

Tabela 11 – Salário e Encargos

Tabela 12 – Projeção de Gastos com Pessoal

Tabela 13 – Projeção de Gastos com Treinamento e Desenvolvimento

Tabela 14 – Investimento em Marketing Digital

Tabela 15 – Quadro de Colaboradores

Tabela 16 – Salário e Encargos

Tabela 17 – Projeção de Gastos com Pessoal

Tabela 18 – Projeção de Gastos com Treinamento e Desenvolvimento

Tabela 19 – Projeção de Gastos com Segurança do Trabalho

Tabela 20 – Gastos

Tabela 21 – DRE

Tabela 22 – DFC

Tabela 23 – DFC

LISTA DE ABREVIATURAS

ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 – VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO

1.1 Business Model Canvas

O modelo de negócio a seguir, refere-se à empresa Easy Bag, cuja atividade principal refere-se ao aluguel de malas de viagens. Esse modelo é uma ferramenta de gerenciamento estratégico, que tem a facilidade de prototipação que permite que novos negócios sejam analisados mais rapidamente e em várias versões diferentes. O Business Model Canvas permite que todo o negócio seja visualizado em uma única página, além de permitir a análise estratégica entre diversas áreas. Este mapa de negócio é composto por nove blocos, será apresentado na Figura 1 e exemplificado a seguir.

Figura 1 – Mapa Business Model Canvas

Rede de Parceiros	Atividades Chave	Proposta de Valor	Relacionamento com Clientes	Segmentos de Clientes
Nossos principais parceiros: Mídias e redes sociais que divulgarão nossos anúncios e transportadoras que indicarão nossos serviços para seus clientes.	A principal atividade é o aluguel de malas para viagens. Relacionamento através de: telefone, e-mail e chat <i>online</i> .	Custo/benefício para os clientes sem a necessidade de adquirir uma mala de viagem.	Através de planos de fidelização e promoções. Diversas formas de contratação, como por exemplo: planos semanais, mensais, semestrais e anuais. Facilitação nas formas de pagamentos: cartão débito, cartão de crédito (parcelamento), boleto e transferência bancária.	Estamos criando valor para qualquer pessoa que tenha intenção de viajar. Pessoas que viajam esporadicamente são nossos clientes mais importantes, pois são mais propensos a alugar malas.
Principais fornecedores: fabricantes de malas, desenvolvedor do website e empresa de rastreadores e cadeados.	A receita proveniente do aluguel de malas destinadas a viagens.	Além do custo/benefício, permite que o cliente poupe espaço em sua residência para alocar suas malas.		
	Recursos Chave		Canais de Distribuição	
Entrega de malas e divulgação do serviço através de marketing que pode gerar novos clientes.	Recursos necessários: capital, mão-de-obra, armazém e transporte	Oferecemos malas de todos os tamanhos, e para todas as pessoas que irão realizar uma viagem. Suprimos a necessidade momentânea ou programada dos nossos clientes com segurança.	Nossos canais de distribuição: website, aplicativo e pessoal para entrega.	
Estrutura de Custos			Fluxo de Receitas	
Principais custos: aquisição das malas e rastreadores, aluguel do armazém e frete.			O serviço custará entre: R\$60,00 a R\$200,00 dependendo dos planos solicitados pelo cliente.	

Fonte: Próprios autores.

Proposta de valor: A Easy Bag oferecerá o serviço de aluguel de malas com cadeados e com a possibilidade de rastreamento em tempo real através de um aplicativo, para pessoas que planejam viajar e não pretendem desembolsar um valor com uma mala que será usada poucas vezes, além de buscarem poupar espaço físico em sua residência.

Segmento de mercado: A empresa buscará atingir pessoas que viajam esporadicamente, pois são elas que não possuem uma mala disponível e necessitam de uma para viajar. Além do que, oferecerá diversos tamanhos de malas com planos de adesão acessíveis a todas as classes.

Canais de distribuição: A comunicação será realizada por meios tecnológicos como website, aplicativo e pessoal para entrega, onde o cliente poderá ter informações e contratar os serviços da Easy Bag. Após a contratação, o mesmo terá a opção de escolha entre receber a mala na sua própria residência ou ir retirar na empresa.

Relacionamento com consumidores: O atendimento será via telefone ou através de um chat *online* que funcionará no horário comercial nos sete dias da semana e buscará fidelizar seus clientes por meio de promoções e bônus a cada aluguel realizado pelo cliente.

Fontes de receita: A empresa oferecerá planos de locação que irão variar de R\$ 60,00 a R\$ 200,00, durante o período inicial de 5 dias. Para facilitar o pagamento dos serviços prestados a Easy Bag oferecerá diversas formas de contratação como planos semanais e mensais. Outra facilitação que a empresa possibilitará a seus clientes serão as diferentes formas de pagamento como cartão de débito, crédito (parcelamento), boleto e transferência bancária.

Recursos principais: Os recursos principais envolvem o aluguel do imóvel utilizado pela Easy Bag, mão de obra, transporte e os custos de aquisições das malas, rastreadores e cadeados, além da estrutura para manter suas mídias digitais como o site, aplicativo e chat *online*.

Atividades principais: A empresa tem como principal atividade atender os clientes que pretendem alugar malas de viagem, o gerenciamento das entradas e saídas de malas do armazém e a customização de malas com rastreador.

Parcerias principais: A Easy Bag terá como principais parceiros as mídias e redes sociais que divulgarão nossos anúncios e transportadoras que indicarão nossos serviços para seus clientes.

Estrutura de custos: A estrutura de custos da Easy Bag será composta pelo aluguel do espaço onde ficará alocado as operações e estoque de produtos, da obrigação trabalhista referente aos colaboradores que trabalharão no atendimento ao cliente, do desenvolvimento e atualização do site, da divulgação com marketing e da distribuição e frete das malas.

1.2 Análise e Diagnóstico da Viabilidade da Ideia do Negócio

Conclui-se que a locação de malas para viagem é viável, pois a empresa terá o custo inicial com a compra de malas, cadeados e rastreadores, que posteriormente serão alugados por diversas vezes, o que resultará no retorno do investimento. Nos dias atuais os imóveis estão cada vez menores e a população busca otimizar espaço. Além do que, a aquisição de malas de viagem não é vantajosa para pessoas que não viajam frequentemente, pois não estão dispostas a desembolsar um valor relativamente alto para um bem com pouca utilidade. Os serviços que serão oferecidos pela Easy Bag terão a opção de rastreamento e seguro nas malas como diferencial, proporcionando tranquilidade e segurança aos clientes, além disso durante a viagem eles contarão com todo o suporte necessário para eventuais emergências.

CAPÍTULO 2 – SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 Dados Gerais do Empreendimento

A Easy Bag ficará localizada no Brasil, na cidade de São Paulo no Bairro Vila Prudente, zona leste. É voltada para prestação de serviços no ramo de aluguel de malas, atuando no setor terciário, que corresponde às atividades de comércio da economia.

2.2 Dados dos Empreendedores

O quadro de sócios da Easy Bag será composto por 4 integrantes: Agatha Toguchi Bass, Filipe Ribeiro, Luis Eduardo Gil e Tatiane Leme de Marchi. Os quais terão participações distintas nos processos da organização, conforme abaixo.

Agatha Toguchi Bass, administradora formada pela Escola Superior de Administração e Gestão Strong Esags - FGV e pós-graduada em gestão de pessoas pela Fundação Getúlio Vargas - FGV, ficará responsável pela área de gestão, com foco na administração financeira e administração de pessoal ocupando o cargo de Diretor Administrativo.

Filipe Ribeiro, formado em administração e economia pela Escola Superior de Administração e Gestão Strong Esags - FGV, forte experiência em multinacionais no ramo de auditorias. Não terá participação nos processos internos da organização.

Tatiane Leme de Marchi, formada em administração e economia pela Escola Superior de Administração e Gestão Strong Esags - FGV, experiência por 15 anos na área de *Controlling* de vendas na Mercedes Benz, ficará responsável por acompanhar o desempenho das áreas de operações e marketing e em supervisionar a área de vendas ocupando o cargo de Diretor Operacional.

Luis Eduardo Gil, graduado em administração de empresas pela Escola Superior de Administração e Gestão Strong Esags - FGV e possui vivência na área de tributação. Não terá participação nos processos internos da organização.

2.3 Missão da Empresa e os Valores Organizacionais

Missão

Atuar com excelência no serviço de locação de malas de viagem. Comprometimento com a organização e distribuição de produtos com qualidade, agilidade e responsabilidade, com foco na modernidade, gerando valor ao cliente, confiabilidade e custo, promovendo a satisfação total dos clientes.

Visão

Ser a melhor e mais eficiente empresa no segmento de locação de bagagens, com o compartilhamento de bens que não precisam ser adquiridos para que seus benefícios sejam aproveitados, com diferencial em inovar e atender o cliente com rapidez, garantindo sempre qualidade e satisfação do cliente.

Valor

Ética – Assumimos o compromisso de operar com total integridade, honestidade, transparência, comprometimento e qualidade.

Trabalho em Equipe – Prezamos o trabalho de forma padronizado, criterioso e de forma conjunta, resultando na qualidade de nossos serviços.

Excelência – Identificamos e aplicamos as melhores práticas em todas as atividades, buscando constantemente inovação e excelência.

Foco no Cliente – Nossa existência é justificada na medida em que somos capazes de conquistar a confiança e respeito de nossos clientes.

Parceria – Valorizamos nossos parceiros: colaboradores e fornecedores, qualificando-os dentro de uma política de crescimento e reconhecimento.

2.4 Forma Jurídica e Enquadramento Tributário

A Easy Bag enquadra-se na forma jurídica de responsabilidade Limitada LTDA. Onde “responsabilidade de *cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social*” (Artigo 1.052 do Código Civil).

O Regime tributário será o lucro presumido. A Tabela 1 apresentará a estimativa das alíquotas que serão utilizadas:

Tabela 1 – Alíquotas do Regime Tributário

Ano	ICMS	ISS (SP)	PIS (Não cumulativo)	COFINS (Não cumulativo)	IRPJ	CSLL
1	18%	2%	0,65%	3%	15%	9%
2	18%	2%	0,65%	3%	15%	9%
3	18%	2%	0,65%	3%	15%	9%
4	18%	2%	0,65%	3%	15%	9%
5	18%	2%	0,65%	3%	15%	9%

Fonte: Receita Federal do Brasil

A Tabela 2 apresenta a projeção de faturamento dos primeiros 5 anos da empresa, com base na previsão de aluguéis.

Tabela 2 – Projeção de Faturamento

Projeção de Faturamento	
Ano 1	R\$ 1.726.758,62
Ano 2	R\$ 3.683.751,72
Ano 3	R\$ 5.822.605,24
Ano 4	R\$ 5.822.605,24
Ano 5	R\$ 8.183.202,07
Valor Total	R\$ 25.238.922,90

Fonte: Próprios Autores

2.5 Capital Social e Fonte de Recursos

O capital social da Easy Bag será de R\$ 480.000,00, igualmente dividido entre os sócios da empresa, correspondendo a R\$ 120.000,00 de cada um. Com esse aporte a operação da empresa poderá ser iniciada.

CAPÍTULO 3 – VIABILIDADE ESTRATÉGICA

3.1 Estudo do mercado-alvo (dados secundários)

A perspectiva da juventude sobre a sociedade de mercado está passando por mudanças na última década seu modo complexo pode ser interpretado de muitas maneiras.

De acordo com Gonçalves (2018) o pensamento sobre o padrão de consumo vem passando por mudanças de hábitos, cada vez mais o compartilhamento e a sustentabilidade estão ganhando força. Esta tendência é chamada de economia colaborativa.

Para Costa (2015) as práticas que caracterizam a economia colaborativa são muito diversas, tanto do ponto de vista das áreas, tipos de serviços e produtos que se pode acessar, quanto das maneiras pelas quais essas relações acontecem. Encontramos exemplos disso em “espaços de trabalho compartilhado”, seja nos conhecidos como “coworkings”, e também nos espaços conhecidos como “makerspace”, que funcionam como grandes oficinas que oferecem acesso a ferramentas para criação de objetos.

Nakagawa (2017) concorda que a economia colaborativa será uma tendência cada vez mais forte já que a tecnologia continuará facilitando e aumentando o número de ofertas desses serviços.

O estudo da PWC aponta que este tipo de economia deve chegar a movimentar mundialmente 335 bilhões de dólares em 2025, ante 15 bilhões em 2014.

O crescimento da economia colaborativa é sustentado pelas mudanças nos perfis das cidades, que estão se verticalizando com apartamentos cada vez menores.

Segundo Gambagorte, as pessoas que se mudaram de apartamentos grandes para apartamentos menores de até 50m² adotaram e consolidaram um novo comportamento de consumo, com uma vida mais prática e desapegada a bens de consumo – palavras como “desapego”, “praticidade”, “libertação” passaram a refletir os novos valores do grupo.

Os estudos acima demonstram uma tendência de mudança de estilo de vida da população urbana, os espaços menores de moradia e a disposição a compartilhar serviços e objetos. Visando atender essa nova demanda a Easy Bag oferecerá o serviço de compartilhamento de malas de viagem.

Conforme pesquisa primária realizada pela Easy Bag, foi identificado um interesse das pessoas alugarem malas ao viajarem de avião.

Desta forma, o transporte aéreo será um dos setores catalisadores do core business da Easy Bag. Este nos últimos anos estava apresentando uma evolução do número de passageiros, no entanto em 2016 o setor sofreu uma desaceleração em decorrência da crise financeira vivenciada pelo Brasil de acordo a ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil). O gráfico abaixo demonstra a evolução do número de pessoas que utilizaram o transporte aéreo no Brasil.

Gráfico – Quantidade de passageiros



Fonte: Anac (Agência Nacional de Aviação Civil).

2018* de janeiro até agosto

Além do transporte aéreo a Easy Bag terá uma alta correlação com o setor de turismo também.

Segundo a Fecomercio-SP o turismo brasileiro deve crescer 2% em 2018, as incertezas políticas e econômica do país afetaram essa projeção. No entanto

mantendo este ritmo de crescimento até 2022 o setor alcançara seu pico histórico igualando o ano de 2014.

Além disso, foi utilizado o Google AdWords, uma ferramenta de pesquisa que possibilita identificar a quantidade de pessoas que pesquisam e se interessam pelo serviço da Easy Bag. A mesma oferece a opção de filtros como: locais que serão exibidos o anúncio, categoria de negócio, o produto ou serviço específico para o anúncio e definição do orçamento mensal. Foram utilizados filtros para identificar a quantidade de pessoas interessadas pelo serviço.

De acordo com um levantamento elaborado por meio das palavras chaves referente ao serviço da empresa, o Google AdWords forneceu o número de 168.836 mil, que é uma estimativa de quantas pessoas pesquisariam os serviço de aluguel de mala oferecido pela empresa.

3.2. Estudo dos clientes (dados secundários)

Por meio da pesquisa primaria a Easy Bag identificou um interesse das pessoas em alugar malas ao viajarem de avião.

Em 2014 a Secretaria de Aviação Civil, desenvolveu uma pesquisa em parceria com a Empresa de Planejamento e Logística (EPL) na qual realizaram 150 mil entrevistas em 65 aeroportos que são responsáveis por 98% da movimentação aérea do País. Através dela foi possível identificar o perfil de quem viaja de avião no Brasil.

- Quase metade dos passageiros de viagens aéreas domésticas têm entre 31 e 45 anos, e viajam em sua maioria a trabalho ou a estudo.
- Nos voos nacionais 56,4% são do gênero masculino e 43,6% do feminino.
- Dos viajantes 17,2% possuem renda entre 2 e 5 salários mínimos; 21,7% entre 5 e 10 salários mínimos e 13,2% entre 10 e 15 salários mínimos.
- Das pessoas que viajaram de avião 65% despacharam bagagem.

A decisão de viajar é um comportamento complexo de compra, pois montar um pacote de viagem exige um valor elevado, além do que não se trata de uma compra habitual, escolher o destino, data, hospedagem, exige uma ampla pesquisa pelos consumidores.

Para entender como ocorre a decisão de compra dos clientes a Easy Bag trabalhará para atrair os potenciais consumidores em cada estágio de decisão de compra de acordo com Kotler e Keller (2012).

Reconhecimento da Necessidade: o processo de decisão de compra tem início no momento em que o cliente contrata um pacote de viagem e percebe que precisa de uma mala. A Easy Bag por meio do marketing direto oferecerá seus anúncios as pessoas que forem identificadas que contrataram ou estão pesquisando por pacotes de viagem na internet.

Busca de informação: depois de reconhecida a necessidade, o cliente inicia-se a busca sobre como pode satisfazer sua necessidade, ou seja, quais são as formas de resolver o problema. A Easy Bag por meio de sua campanha publicitária digital, buscará se oferecer como uma alternativa ao problema mostrando ao cliente que além da opção de comprar a mala ele pode alugá-la.

Avaliação das alternativas: de posse das informações, o cliente deverá selecionar uma entre as alternativas apresentadas. A Easy Bag tentará convencer as pessoas por meio de seu preço, mostrando que alugar uma mala de qualidade é mais viável economicamente que comprá-la.

Compra: por sua vez esta etapa é a da realização da compra, para facilitar o consumidor neste momento ele poderá pagar a Easy Bag por meio de boleto bancário, cartão de crédito ou débito.

A experiência pós-compra: a experiência do cliente com o serviço terá impacto nas suas futuras decisões. Durante o período que o consumidor estiver utilizando a mala, a Easy Bag oferecerá um serviço de atendimento 24 horas por meio de telefone e chat para auxiliar o cliente caso ocorra algum contratempo como extravio ou quebra das malas.

Entre os valores apresentados por Treacy e Wiersema as organizações podem buscar gerar valor por meio da liderança de produtos, intimidade com cliente e excelência operacional. A Easy Bag tentará fortalecer sua imagem ao cliente por meio da intimidade, o atendimento 24 horas, o rastreador mais o seguro serão ações que serão desenvolvidas pela empresa com o intuito de demonstrar a preocupação que ela terá com seus clientes.

3.3. Análise do ambiente geral por meio do modelo das cinco forças competitivas de Porter (2004)

3.3.1. Estudo dos Concorrentes

A análise dos dois concorrentes da Easy Bag poderá ser encontrada no anexo 1 e na Tabela 3 é apresentado um resumo desta avaliação dos potenciais dos concorrentes com produtos/serviços semelhantes no segmento de aluguel de malas e observar pontos como: produtos, preços, condições de pagamento, atendimento, serviços disponíveis e sua localização no país.

Tabela 3 – Análise dos Concorrentes

	Concorrente A Rent a Bag	Concorrente B GetMalas
Variedade de Produtos	@	#
Preço	#	@
Condições de Pagamento	#	#
Atendimento	@	#
Serviços Disponibilizados	@	#
Localização	#	#

Fonte: Próprios autores.

Forte: @ Moderado: # Fraco: ▲

3.3.2. Estudo dos Fornecedores

As empresas que fabricam malas (as principais fornecedoras da Easy Bag), possuem um baixo poder de barganha, pois este é um produto abundante no mercado. Já os fornecedores de rastreadores, possuem um alto poder de barganha, pois, o produto possui poucas empresas concorrentes. Para evitar que os fornecedores de rastreador tenham um poder alto sobre o negócio, a Easy Bag optará por criar uma parceria, e nessa parceria incluir incentivos monetários para ambas as partes.

3.3.3. Estudo da Barganha dos Consumidores

Essa força tem a ver com o poder de decisão dos compradores, em relação aos atributos do produto, como volume, padronização, preço, qualidade e viabilidade. O consumidor possui um alto poder de barganha em relação a decisão de comprar ou alugar malas, porém um baixo poder especificamente no aluguel de malas, pois não há uma variedade de empresas neste ramo no mercado, além de não encontrar um diferencial como o rastreador.

3.3.4. Estudo de Novos Entrantes

Neste caso as barreiras de entrada são baixas com relação ao aluguel de malas, pois não existe nenhum impedimento legal para criação de empresas neste ramo. Entretanto o rastreador dificulta a entrada de novos entrantes devido seu alto valor. A empresa Easy Bag irá propor uma parceria com agências e sites de turismo, com a finalidade de oferecer este serviço junto com o pacote de viagem.

3.3.5. Estudo de Substitutos

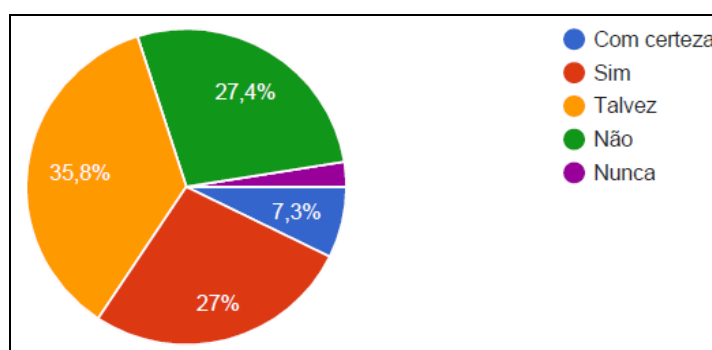
O consumidor poderá sentir-se receoso em locar uma mala devido ao fato da mesma já ter sido utilizada por outro usuário, preferindo compra-la. Para evitar que o comprador opte pela compra, será contratada uma empresa que ficará responsável pela higienização da mala após utilização e restauração ou avaliação das avarias. Além disso a Easy Bag oferecerá a opção do primeiro aluguel com um valor adicional.

3.4. Pesquisa de campo

No mês de setembro, anteriormente à abertura da Easy Bag foi realizada uma pesquisa com 274 pessoas, através da ferramenta propiciada pelo Google, que possibilita formular as perguntas e possíveis respostas e divulgar o link para que as pessoas possam responder. O link foi disponibilizado ao público por meio do WhatsApp e redes sociais.

Mediante as respostas das perguntas: “Você estaria disposto a alugar uma mala para viajar?” e “Você pagaria a mais por ela ter rastreador?”, as informações foram filtradas, de modo que se considerou somente 145 respostas para análise. As questões que permitiram este filtro são representadas nos Gráficos 2 e 3.

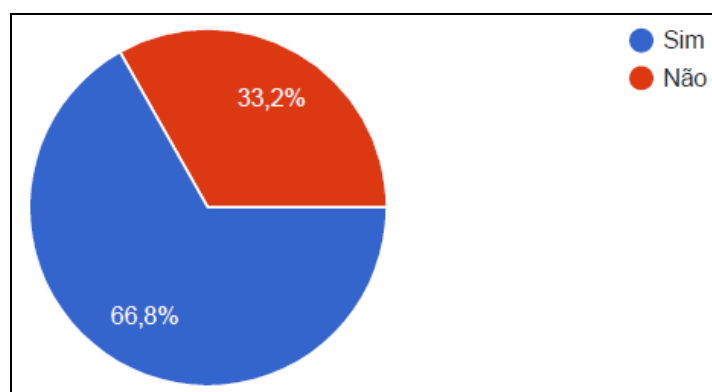
Gráfico 2 – Você alugaria uma mala para fazer alguma viagem de avião?



Fonte: Próprios autores.

A análise foi feita com base nas respostas do público que alugariam e com certeza alugariam malas. Foi utilizado esse levantamento para vincular com a pesquisa secundária o número de pessoas que viajam pelos aeroportos da cidade de São Paulo e despacham malas, com isso foi verificado o número do público alvo que a Easy Bag poderá atingir em seu mercado.

Gráfico 3 – Você estaria disposto a pagar por uma mala com rastreador?



Fonte: Próprios autores.

Neste caso, foram consideradas as pessoas que estariam dispostas a pagar por um valor a mais na contratação, para ter como opção o rastreador em suas malas. Levando em consideração que o rastreador será o diferencial da empresa na locação de malas, o consumidor optaria pela empresa Easy Bag que oferece esse benefício, visto que a maior preocupação no momento do despache de mala é o extravio ou roubo. Com o rastreador as pessoas ficarão mais tranquilas em suas viagens, por um preço acessível.

3.5. Delimitação da estratégia organizacional

3.5.1. Vantagem Competitiva

A sociedade vem passando por uma profunda mudança de hábitos, os jovens estão cada vez mais propensos a utilizar serviços compartilhados. Na última década o mercado está se adaptando a novos modelos de comércio que estão transformando os modelos tradicionais.

Além disso, a transformação das cidades que estão cada vez mais verticais, com apartamentos menores está gerando um problema aos moradores quando estes se deparam com a situação que precisam guardar objetos grandes.

A Easy Bag atenta às mudanças de mercado e procurando solucionar um problema da falta de espaço enfrentada por parte da sociedade desenvolverá os serviços de aluguel de malas de viagens.

A empresa buscará ter vantagens perante seus concorrentes trabalhando no desenvolvimento de melhorias de todas as etapas das atividades primárias e atividades de apoio conforme classificado por Porter.

Atividades de Apoio

Infraestrutura: a empresa irá alugar um galpão no bairro da Vila Prudente na cidade de São Paulo que servirá para manter as malas guardadas nos pallets. Este imóvel terá também um espaço reservado para salas administrativas, onde ficarão os atendentes junto com os diretores.

Gestão de recursos humanos: serão desenvolvidos treinamentos aos colaboradores da empresa para aprimorar e potencializar as atividades desenvolvida quando for identificado um gap na execução.

Desenvolvimento tecnológico: a empresa pretende desembolsar anualmente cerca de R\$30 mil para o desenvolvimento e manutenção de suas plataformas de atendimento ao cliente (site e app)

Aquisição: o alto número de fabricantes de malas alinhado com a alta quantidade de malas que serão adquiridas pela Easy Bag, proporcionará um poder elevado de barganha para empresa, que contará com um diretor que trabalhará para negociar os melhores preços nas compras das malas.

Atividades Primárias

Logística de entrada: esta etapa é caracterizada pelo relacionamento que empresa desenvolve com o fornecedor. No entanto, a Easy Bag não terá estoque desta forma não terá relações com fornecedores. A empresa irá adquirir uma grande quantidade de malas como mencionado acima que será um imobilizado utilizado no serviço prestado pela Easy Bag.

Operações: a Easy Bag irá manter as malas higienizadas bem como será feita manutenção periodicamente para que elas sempre possam estar com a aparência de novas.

Logística: a empresa contará com a ajuda de um parceiro especializado em logística que irá fazer a entrega e busca das malas junto aos clientes no horário e lugar combinado. A Easy Bag terá um controle informando o percentual de malas que chegaram na hora acertada com o cliente, a empresa buscará manter um nível de 95% de assertividade neste quesito.

Marketing e Vendas: alinhada as tecnologias que estão surgindo a empresa contratará um serviço de marketing digital direcionado, no qual o anúncio da Easy Bag será demonstrado somente para pessoas que fecharam ou estão procurando um pacote de viagem, isso será possível por meio da análise de dados.

Serviços: a Easy Bag oferecerá um pacote de serviço que incluirá o aluguel da mala e assistência 24 horas mais a possibilidade de usar um rastreador de mala e

seguro, tudo isso para garantir uma tranquilidade aos seus clientes com relação ao transporte das malas durante suas viagens.

3.5.2. BSC e KPIs

A Easy Bag traça seus objetivos, indicadores, metas e iniciativas guiados pelo modelo de Balanced Scorecard, conforme os conceitos de Kaplan e Norton (2004), assim retratados na Tabela 4.

Tabela 4 – BSC

	Objetivos	Indicadores	Metas	Iniciativas
Perspectivas Financeiras	Ser líder de mercado no aluguel de malas de viagem no Brasil no prazo de 5 anos.	Número de aluguéis de mala;	Possuir o maior Market share do mercado;	Divulgação por meio de uma campanha de marketing digital direcionada.
		Taxa de variação do faturamento	Ter um crescimento de 30% da receita nos primeiros 4 anos	
Perspectivas do cliente	Alugar malas de viagem de qualidade;	Tempo de entrega das malas;	Ter menos de 5% das malas entregues após o prazo determinado;	Equipe de apoio e suporte para satisfação do cliente;
	Assegurar que a mala chegue ao cliente no prazo determinado.	Taxa de reclamação dos clientes	Ter menos de 3% de reclamações	Rastreadores nas malas;
				Seguro de mala de viagem.
Perspectiva dos Processos Internos	Possibilitar ao usuário uma plataforma (site, app e telefone) em que ele consiga contratar um aluguel de modo fácil;	Tempo de atendimento aos clientes;	Ter mais de 95% dos problemas resolvidos em menos de 24 horas;	Ter um processo enxuto com poucas etapas para liberar o aluguel ao usuário solicitante;
		Avaliações após a resolução de problemas;	Possuir uma taxa menor de 5% de reincidência de problemas	Ser eficiente;
		Reincidência de problemas.		
Perspectivas do Aprendizado e Crescimento	Proporcionar um ambiente adequado ao crescimento profissional e pessoal dos	Pesquisa de avaliação de desempenho; Pesquisa de clima organizacional	Ter um resultado como satisfatório acima de 70%	Política de P&D, bem como treinamento e desenvolvimento de pessoal.

Fonte: Próprios Autores

De acordo com os critérios definidos acima, será feita a mensuração e acompanhamento dos seguintes KPIs:

- Número de alugueis: follow-up do número de alugueis de malas de viagem mensalmente.
- Acompanhamento dos clientes: medição da quantidade de clientes separado por: novos usuários e usuários recorrentes.
- Avaliação de qualidade: avaliação de qualidade dos clientes e da experiência ao utilizar os serviços oferecidos pela Easy Bag por meio de um e-mail padrão contendo uma rápida pesquisa.

3.6. Análise e diagnóstico da viabilidade estratégica

O plano da Easy Bag tem como base o impacto que o marketing digital terá para conquistar novos clientes. O aluguel de malas demonstrou ser algo rentável tanto para o prestador de serviço como para o consumidor.

Entretanto o maior desafio para a Easy Bag será conquistar novos clientes, pois trata-se de um serviço que a maior parte da população desconhece e nunca utilizou. A partir do momento que a barreira do desconhecimento deste serviço for superada, a Easy Bag tende a ter um crescimento financeiro consistente.

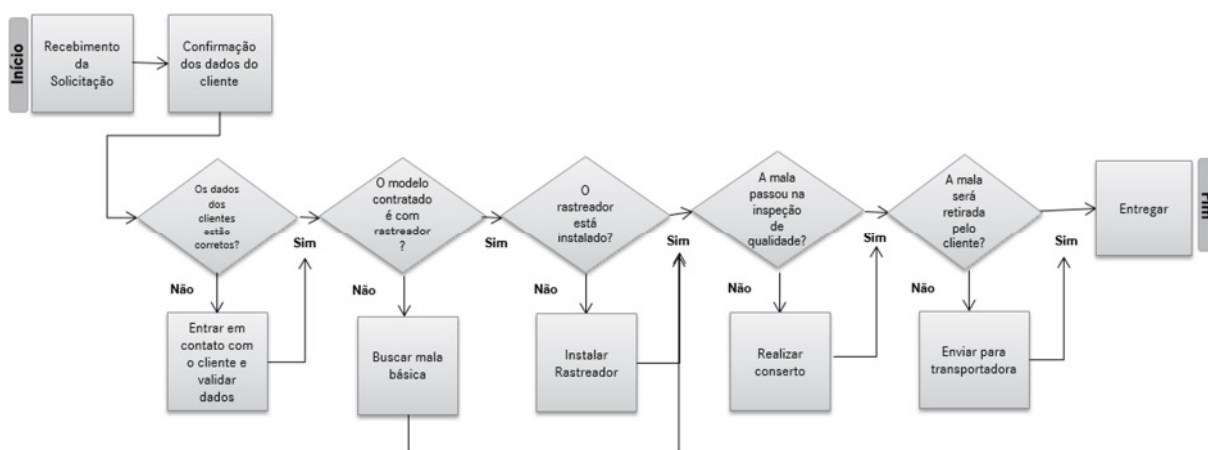
CAPÍTULO 4 – VIABILIDADE OPERACIONAL

4.1. Plano Operacional

4.1.1. Fluxograma dos processos operacionais

Na Figura 2 será demonstrado o principal processo operacional da empresa, o atendimento ao cliente. Primeiramente a Easy Bag recebe a solicitação do cliente, e posteriormente realiza a análise de dados do mesmo, com a confirmação dos dados é avaliado o que o cliente manifestou como desejo de consumo para que a empresa programe o serviço e a finalização de atendimento, juntamente com o pós-venda.

Figura 2 – Fluxograma



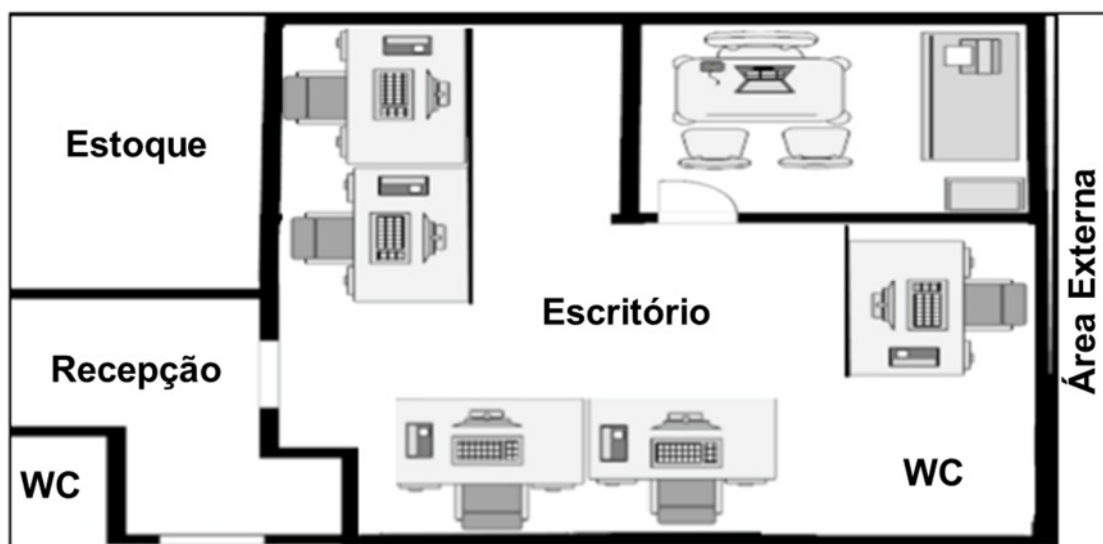
Fonte: Próprios Autores

4.1.2. Layout ou arranjo físico

Planejar o layout ou arranjo físico tem como objetivo permitir o melhor desempenho dos funcionários e dos equipamentos. É estudar as decisões que serão tomadas para definir as instalações, fazendo com que o trabalho flua da melhor maneira possível. Montar um layout sem pensar nestas informações poderá afetar na capacidade e produtividade da empresa, interrupções nos processos e até atrasos

nas entregas. Com base nisso será apresentado o Layout da empresa Easy Bag na Figura 3.

Figura 3 – Layout da Empresa



Fonte: Próprios Autores

4.1.3. Máquinas e equipamentos necessários para produção

A Easy Bag contará com malas, cadeados e rastreadores para manter seus serviços. A Tabela 6 indicará a quantidade desses itens que manifesta como necessidade, com base na previsão de demanda, como por exemplo: o número de malas atende a quantidade de alugueis previstos no ano, de acordo com as respostas da pesquisa primária de pessoas que estão dispostas a alugar malas e da pesquisa secundária que informa o número de possíveis clientes.

Tabela 6 – Projeção da Quantidade de Malas

Projeção de Quantidade de Malas	
Ano 1	
Equipamento	Quantidade
Mala Pequena	31
Mala Média	466
Mala Grande	253
Rastreador	375
Cadeado	750
Total	1875

Ano 2	
Equipamento	Quantidade
Mala Pequena	66
Mala Média	993
Mala Grande	541
Rastreador	425
Cadeado	850
Total	2875

Ano 3	
Equipamento	Quantidade
Mala Pequena	99
Mala Média	1490
Mala Grande	811
Rastreador	775
Cadeado	1550
Total	4725

Ano 4	
Equipamento	Quantidade
Mala Pequena	99
Mala Média	1490
Mala Grande	811
Rastreador	425
Cadeado	850
Total	3675

Ano 5	
Equipamento	Quantidade
Mala Pequena	132
Mala Média	1986
Mala Grande	1081
Rastreador	1175
Cadeado	2350
Total	6725

Fonte: Próprios Autores

A Tabela 7, apresentará o número de máquinas e equipamentos que a empresa precisa para sua operação, com base também na previsão de demanda e o número de colaboradores. Como por exemplo: a quantidade de *notebooks*, mesas e cadeiras foram projetadas de acordo com a quantidade de funcionários e as prateleiras, onde as malas ficarão estocadas, com base na estimativa na quantidade de malas adquiridas. No ano 2 não será necessário investir em máquinas e equipamentos, pois não haverá aumento no quadro de colaboradores.

Tabela 7 – Projeção da Quantidade de Materiais e Equipamentos

Projeção de Quantidade de Máquinas e Equipamentos	
Ano 1	
Equipamento	Quantidade
Notebook	6
Impressora	1
Mesa e Cadeira	6
Prateleira	200

Ano 3	
Equipamento	Quantidade
Notebook	2
Impressora	1
Mesa e Cadeira	2
Prateleira	100

Ano 4	
Equipamento	Quantidade
Notebook	1
Mesa e Cadeira	1

Ano 5	
Equipamento	Quantidade
Notebook	2
Mesa e Cadeira	2
Prateleira	100

Fonte: Próprios Autores

4.1.4. Projeção da capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços

A projeção da capacidade de atendimento ao cliente da empresa foi feita com base no número de funcionários, horas trabalhadas e na estimativa do tempo de atendimento por cliente. A Tabela 8 explicará o cálculo feito para encontrar a projeção de atendimentos mensais, considerando que os funcionários trabalham 8 horas por dia, ou seja, 480 minutos, sendo que, cada atendimento dura em torno de 10 minutos, conseguindo realizar 40 atendimentos diários e ainda possui um tempo ocioso de 1 hora e 20 minutos, ou seja 80 minutos. Com isso, foi observado que durante o mês será possível realizar 800 atendimentos por colaborador, o que varia conforme o número de funcionários responsáveis por esta área que são: atendente e assistente de vendas. No ano 1 por exemplo, será possível atender 1.600 clientes, pois a empresa terá 2 funcionários responsáveis por esta área, considerando que apenas

Tabela 8 – Capacidade de Atendimento

Capacidade de Atendimento				
	Informações	Ano 1 e 2	Ano 3 e 4	Ano 5
Horas Trabalhadas	8 horas/dia	480 min	480 min	480 min
Tempo de Atendimento		10 min	10 min	10 min
Quantidade de Atendimento/ Cliente/ Dia		40	40	40
Tempo Ocioso	1h 20min	80 min	80 min	80 min
Quantidade de Atendimento/ Pessoa/ Mês		800	800	800
Quantidade de Funcionários		1600	2400	3200
50% dos atendimentos via Telefone	50%	1600	2400	3200
50% dos atendimentos via Site	50%	1600	2400	3200
Total de Atendimentos	1	3200	4800	6400

Fonte: Próprios Autores

4.1.5. Principais fornecedores

Existem diversos fabricantes/comerciantes de malas para viagem no Brasil como: LePostiche, Inovathi, Samsonite, Cruzeiro Malas, Sestini, Tonin, Ika e Primicia, já o fornecedor do rastreador será o Trackdot, único no mercado com a tecnologia aceita dentro de aeronaves. O Trackdot utiliza microeletrônicos recém-patenteados e tecnologias de telefonia celular em terra para rastrear e relatar sua posição no solo mesmo que dentro de recipientes metálicos, como carros, malas duras e aeronaves estacionadas.

4.1.6. Plano logístico e de distribuição

Um bom planejamento logístico significa aumentar a velocidade da entrega dos produtos com o menor gasto possível, através de oportunidades de otimização dos processos. Para isso, foi construído o plano logístico e de distribuição na Figura 4, que é necessário trabalhar com produtos de boa qualidade e de baixo custo, tendo o compromisso de entregar o produto com rapidez e em perfeito estado de acordo com cada pedido do cliente.

O planejamento logístico pode ser separado em três partes: Logística de entrada que é o fluxo de entrada de matérias-primas, no caso a aquisição das malas; logística interna é a circulação das matérias-primas, ou seja, a organização de ter malas sempre disponíveis; e logística externa que é o transporte dos produtos

acabados, neste caso, a entrega das malas aos clientes, envolvendo embalagem, manutenção e transporte.

Figura 4 – Plano Logístico e de Distribuição



Fonte: Próprios Autores

4.2. Estimativa de Gastos

A tabela 9 e 10 demonstra os gastos estimados com cada recurso que será utilizado pela Easy Bag para suas operações. Os preços foram definidos de acordo com as pesquisas dos valores de mercado dos produtos. No ano 2 da Tabela 10, não foi necessário investir em máquinas e equipamentos, pois não haverá aumento no quadro de colaboradores conforme informado anteriormente.

Tabela 9 – Investimento em Malas

Investimento Total de Malas		
Ano 1	R\$	368.948,28
Ano 2	R\$	691.215,03
Ano 3	R\$	1.154.650,10
Ano 4	R\$	1.073.863,11
Ano 5	R\$	1.794.194,90
Valor Total	R\$	5.082.871,42

Fonte: Próprios Autores

Tabela 10 – Investimento em Máquinas e Equipamentos

Investimento Total de Máquinas e Equipamentos		
Ano 1	R\$	64.400,00
Ano 2	R\$	-
Ano 3	R\$	29.600,00
Ano 4	R\$	3.700,00
Ano 5	R\$	27.400,00
Valor Total	R\$	125.100,00

Fonte: Próprios Autores

A Tabela 11 mostra a projeção de custos fixos e variáveis da Easy Bag, os valores foram estimados de acordo com os preços de mercado e acrescido 6% ao ano de acordo com o IGP- M, e a Tabela 12 os custos totais por ano.

Tabela 11 – Investimento em Máquinas e Equipamentos

Ano 1		
Custos Fixos	Valor	
Aluguel	R\$	69.600,00
Honorários Advocatícios	R\$	36.000,00
Impostos e Taxas	R\$	527.182,77
IPTU	R\$	1.086,00
Pessoal	R\$	44.871,25
Seguro de Vida	R\$	7.560,00
Seguro das malas	R\$	6.000,00
Serviço de Limpeza	R\$	14.400,00
Pró-labore	R\$	48.000,00
Inadimplência	R\$	6.000,00
Distribuidora das malas	R\$	36.000,00
Contabilidade	R\$	117.600,00
Total	R\$	914.300,01

Ano 1		
Custos Variáveis	Valor	
Água	R\$	6.000,00
Despesas com Marketing	R\$	21.000,00
Energia Elétrica	R\$	9.600,00
Internet	R\$	60.000,00
Limpeza e higienização de malas	R\$	230.400,00
Material de Escritório	R\$	2.400,00
Material Higiene	R\$	3.600,00
Sistema TI	R\$	30.000,00
Telefonia Fixa PABX	R\$	6.000,00
Telefonia Móvel	R\$	4.200,00
Depreciação	R\$	5.008,74
Manutenção	R\$	2.940,00
Total	R\$	381.148,74

Ano 2		
Custos Fixos	Valor	
Aluguel	R\$	73.776,00
Honorários Advocatícios	R\$	38.160,00
Impostos e Taxas	R\$	1.324.467,67
IPTU	R\$	1.151,16
Pessoal	R\$	45.476,62
Seguro de Vida	R\$	7.560,00
Seguro das malas	R\$	6.360,00
Serviço de Limpeza	R\$	15.264,00
Pró-labore	R\$	48.000,00
Inadimplência	R\$	6.360,00
Distribuidora das malas	R\$	36.000,00
Contabilidade	R\$	124.656,00
Total	R\$	1.727.231,44

Ano 2		
Custos Variáveis	Valor	
Água	R\$	6.360,00
Despesas com Marketing	R\$	21.000,00
Energia Elétrica	R\$	10.176,00
Internet	R\$	63.600,00
Limpeza e higienização de malas	R\$	230.400,00
Material de Escritório	R\$	2.400,00
Material Higiene	R\$	3.600,00
Sistema TI	R\$	25.440,00
Telefonia Fixa PABX	R\$	6.360,00
Telefonia Móvel	R\$	4.200,00
Depreciação	R\$	12.045,28
Manutenção	R\$	3.116,40
Total	R\$	388.697,68

Ano 3	
Custos Fixos	Valor
Aluguel	R\$ 78.202,56
Honorarios Advocatícios	R\$ 40.449,60
Impostos e Taxas	R\$ 2.137.509,11
IPTU	R\$ 1.220,23
Pessoal	R\$ 53.817,41
Seguro de Vida	R\$ 7.560,00
Seguro das malas	R\$ 6.741,60
Serviço de Limpeza	R\$ 16.179,84
Pró-labore	R\$ 48.000,00
Inadimplência	R\$ 6.381,60
Distribuidora das malas	R\$ 48.000,00
Contabilidade	R\$ 132.135,36
Total	R\$ 2.576.197,31

Ano 3	
Custos Variáveis	Valor
Água	R\$ 6.741,60
Despesas com Marketing	R\$ 27.600,00
Energia Elétrica	R\$ 10.786,56
Internet	R\$ 67.416,00
Limpeza e higienização de malas	R\$ 403.200,00
Material de Escritório	R\$ 3.000,00
Material Higiene	R\$ 4.200,00
Sistema TI	R\$ 26.966,40
Telefonia Fixa PABX	R\$ 6.741,60
Telefonia Móvel	R\$ 5.400,00
Depreciação	R\$ 22.743,30
Manutenção	R\$ 3.303,38
Total	R\$ 588.098,85

Ano 4	
Custos Fixos	Valor
Aluguel	R\$ 82.894,71
Honorarios Advocatícios	R\$ 82.894,71
Impostos e Taxas	R\$ 2.090.844,05
IPTU	R\$ 1.293,44
Pessoal	R\$ 59.156,32
Seguro de Vida	R\$ 7.560,00
Seguro das malas	R\$ 7.146,10
Serviço de Limpeza	R\$ 17.150,63
Pró-labore	R\$ 48.000,00
Inadimplência	R\$ 6.382,90
Distribuidora das malas	R\$ 48.000,00
Contabilidade	R\$ 140.063,48
Total	R\$ 2.591.386,35

Ano4	
Custos Variáveis	Valor
Água	R\$ 7.146,10
Despesas com Marketing	R\$ 27.600,00
Energia Elétrica	R\$ 11.433,75
Internet	R\$ 71.460,96
Limpeza e higienização de malas	R\$ 403.200,00
Material de Escritório	R\$ 3.000,00
Material Higiene	R\$ 4.200,00
Sistema TI	R\$ 28.584,38
Telefonia Fixa PABX	R\$ 7.146,10
Telefonia Móvel	R\$ 5.400,00
Depreciação	R\$ 33.182,16
Manutenção	R\$ 3.501,59
Total	R\$ 605.855,04

Ano 5	
Custos Fixos	Valor
Aluguel	R\$ 87.868,40
Honorarios Advocatícios	R\$ 87.868,40
Impostos e Taxas	R\$ 2.961.168,53
IPTU	R\$ 1.371,05
Pessoal	R\$ 68.253,68
Seguro de Vida	R\$ 7.560,00
Seguro das malas	R\$ 7.574,86
Serviço de Limpeza	R\$ 18.179,67
Pró-labore	R\$ 48.000,00
Inadimplência	R\$ 6.382,97
Distribuidora das malas	R\$ 60.000,00
Contabilidade	R\$ 148.467,29
Total	R\$ 3.502.694,85

Ano 5	
Custos Variáveis	Valor
Água	R\$ 7.574,86
Despesas com Marketing	R\$ 34.200,00
Energia Elétrica	R\$ 12.119,78
Internet	R\$ 75.748,62
Limpeza e higienização de malas	R\$ 614.400,00
Material de Escritório	R\$ 3.600,00
Material Higiene	R\$ 4.800,00
Sistema TI	R\$ 30.299,45
Telefonia Fixa PABX	R\$ 7.574,86
Telefonia Móvel	R\$ 6.600,00
Depreciação	R\$ 52.615,06
Manutenção	R\$ 3.711,68
Total	R\$ 853.244,31

Fonte: Próprios Autores

Tabela 12 – Investimento em Máquinas e Equipamentos

Total Custos Fixos e Variáveis		
Ano 1	R\$	1.295.448,75
Ano 2	R\$	2.115.929,12
Ano 3	R\$	3.164.296,16
Ano 4	R\$	3.197.241,39
Ano 5	R\$	4.355.939,16
Total	R\$	14.128.854,57

Fonte: Próprios Autores

4.3. Análise e Diagnóstico da Viabilidade Operacional

As etapas foram desenvolvidas a fim de gerar eficiência operacional. Para isso, a Easy Bag irá dispor de uma estrutura que oferecerá todas as possibilidades para que as atividades sejam realizadas com agilidade no atendimento e redução de desperdício, desde o layout até o plano logístico.

A empresa demonstrou ter um fluxograma que permite oferecer um serviço de aluguel de malas respeitando os prazos estabelecidos com os clientes. Também, possui um espaço que permitirá toda operação e o armazenamento das malas de forma organizada.

Os investimentos em malas, rastreadores e estantes permitirão uma viabilidade operacional para a Easy Bag.

CAPÍTULO 5 – VIABILIDADE MERCADOLÓGICA

5.1. Plano de Marketing

5.1.1. Produtos e Serviços

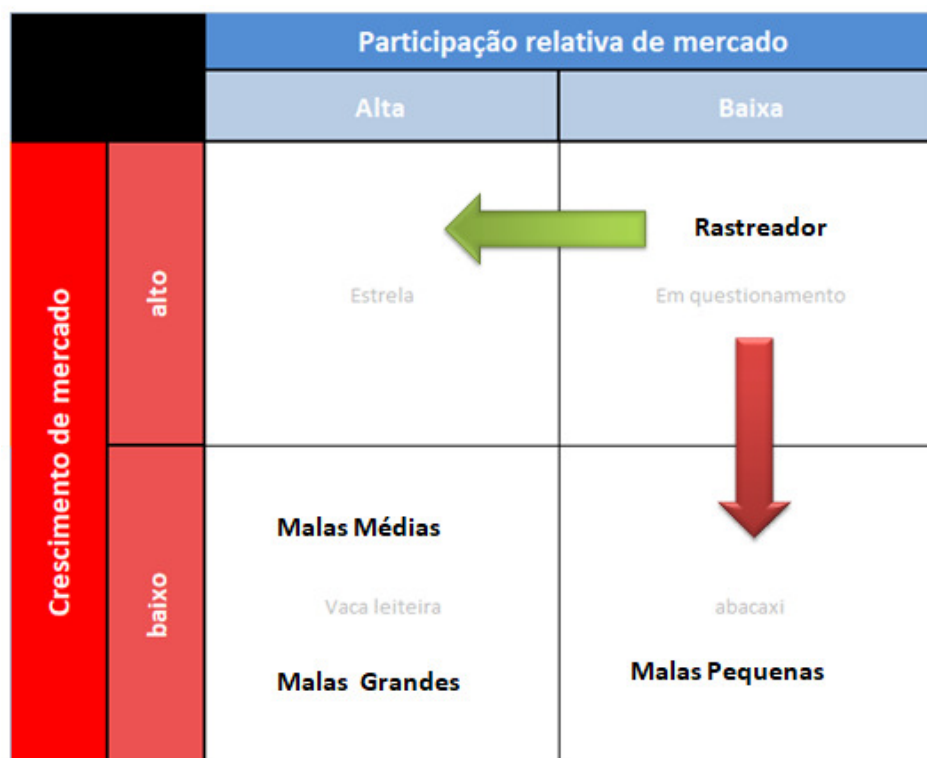
A Empresa Easy Bag irá oferecer malas para viagem nos tamanhos pequeno (10kg), médio (23 kg) e grande (32 kg) com cadeado do tipo TSA e opção de adicionar um rastreador em sua mala.

Será atendida a necessidade de o cliente ter uma mala para sua viagem sem precisar desembolsar um alto valor com um item que poderá ser usado poucas vezes ou ocupar um espaço desnecessário em sua residência. Tudo isso com o conforto e segurança de receber o produto em sua casa (com um valor adicional de frete) ou retirando na própria empresa.

5.1.2. Matriz BCG

A matriz BCG na Figura 5 indica a projeção do ciclo dos produtos que a empresa ofertará as participações no mercado e o potencial de crescimento nesse mercado.

Figura 5 – Matriz BCG



Fonte: KOTLER, P. Administração de marketing: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2000

As malas médias estão no campo “vaca leiteira”, pois são as mais requisitadas e procuradas pelos clientes sendo a principal fonte de receita para a empresa.

As malas grandes também se encontram no campo “vaca leiteira” ainda que menos requisitadas do que as malas médias possuem uma procura pelos clientes.

As malas pequenas se enquadram no campo do “Abacaxi”, pois são produtos com pequena participação em um mercado e baixa taxa de crescimento, consequentemente gerariam prejuízos e por isso foram excluídas do portfólio.

No campo “em questionamento” será apresentado a opção de rastreadores nas malas de viagem, o serviço tem chances de se tornar uma “estrela”, pois através das pesquisas, 66,8 % estariam dispostos a pagar por um rastreador em sua mala de viagem além de ser algo inovador e único no aluguel de malas. Porém caso a estratégia de lançamento não seja a mais adequada, a empresa poderá não obter um bom retorno dos consumidores, transformando o serviço em um “abacaxi”. Além de que, tratando-se de um produto tecnológico que não é produzido no Brasil o custo pode se tornar um empecilho, pois o desenvolvimento da tecnologia no país vem a

ser algo inviável e os encargos para importação e os processos aduaneiros somariam mais um desafio para a empresa.

5.1.3. MVP

Através da pesquisa de mercado a Easy Bag identificou que inicialmente deverá lançar as malas de tamanho médio, pois são as mais requisitadas pelos clientes. Durante um período a empresa deverá analisar os principais consumidores desse produto e assim desenvolver uma estratégia para iniciar a oferecer o rastreador de uma forma que os consumidores irão aderir ao adicional.

5.1.4. Preço

O preço pode variar de acordo com o período de locação, onde o plano mínimo é de 5 dias, sendo os valores: R\$ 60,00 à R\$ 130,00 para malas pequenas, de R\$ 80,00 à R\$150,00 para malas médias e R\$ 100,00 à R\$ 170,00 para malas grandes. Para períodos maiores que 5 dias, será acrescido o valor de R\$ 2,00 reais por diária. O rastreador terá um valor adicional de R\$20,00 independentemente do tempo alocado.

Os preços dos aluguéis das malas estabelecidos pela Easy Bag, foram baseados nos custos fixos e variáveis orçados, no preço de mercado das malas que a empresa adquiriu para comercializar seus serviços, também nos preços de seus concorrentes e na pesquisa primária, onde foi apurado o valor que as pessoas estariam dispostas a pagar pelo aluguel de mala e rastreador. As condições de pagamento serão: dinheiro, pagando na retirada das malas no local determinado ou na entrega em sua residência, cartão de crédito à vista e boleto bancário.

Na tabela 11 um exemplo do preço de ambas as malas alugadas por 30 dias com e sem o rastreador:

Tabela 11 – Exemplo do preço praticado

Tipos de Malas	Mala Pequena	Mala Média	Mala Grande
Preço inicial (5 dias)	R\$ 60,00	R\$ 80,00	R\$ 100,00
Rastreador	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Preço adicional por diária	R\$ 2,00	R\$ 2,00	R\$ 2,00
Quantidade de dias	30	30	30
Preço sem rastreador	R\$ 110,00	R\$ 130,00	R\$ 150,00
Preço com rastreador	R\$ 130,00	R\$ 150,00	R\$ 170,00

Fonte: Próprios Autores

5.1.5. Promoção

A principal estratégia para divulgação da Easy Bag e atingimento do público alvo, será através das mídias sociais, marketing digital e o remarketing do facebook. O remarketing é utilizado para aparecer no facebook do usuário que pesquisa quaisquer assuntos relacionados à malas de viagem. A Tabela 12 irá explicar o preço para utilização do serviço e o público que pode ser atingido.

Tabela 12 – Remarketing Facebook

Plataforma	Preço	Quantidade de Dias	Pessoas no Público de Remarketing
Facebook	R\$ 5,00	1	5.000

Fonte: www.segredosdoremaking.com.br

A Tabela 13 mostra como foi realizada a projeção do investimento em marketing digital. Na primeira coluna está a apuração de resultados através de filtros específicos da empresa feito pelo Google AdWords, uma ferramenta de pesquisa que possibilita identificar a quantidade de pessoas que pesquisam e se interessam pelo serviço deste segmento. A mesma oferece a opção de filtros como: locais que serão exibidos o anúncio, categoria de negócio, o produto ou serviço específico para o anúncio e definição do orçamento mensal. Considerando um investimento no primeiro ano de R\$ 1.650,00, poderá ser visualizado por 37.300 pessoas, destas somente 8.150 pessoas entrarão no anúncio, sendo nossos potenciais clientes. Para encontrar o público-alvo foi considerado 27% (porcentagem encontrada na pesquisa primária de acordo com a pergunta “Você alugaria uma mala para fazer alguma viagem de avião?”, considerando as pessoas que responderam “sim” e “com certeza”), com isso chegando em 2.201 pessoas que serão nosso alvo através do Google AdWords e na

segunda coluna será apresentado o cálculo através do facebook, conforme explicação acima, investindo R\$ 100,00, será atingido 1.000 pessoas, totalizando no primeiro ano um público-alvo de 3.201.

Tabela 13 – Potenciais Clientes

Marketing Digital			
Ano 1 e 2			
Investimento Mensal Google	R\$ 1.650,00	Investimento Mensal Facebook	R\$ 100,00
Visualizações	37300	Visualizações	100000
Cliques	8150		
Potenciais Clientes	27%	Potenciais Clientes	1%
Público Alvo	2201	Público Alvo	1000
Total			3201

Ano 3 e 4			
Investimento Mensal Google	R\$ 2.100,00	Investimento Mensal Facebook	R\$ 200,00
Visualizações	95000	Visualizações	200000
Cliques	10400		
Potenciais Clientes	27%	Potenciais Clientes	1%
Público Alvo	2808	Público Alvo	2000
Total			4808

Ano 5			
Investimento Mensal Google	R\$ 2.550,00	Investimento Mensal Facebook	R\$ 300,00
Visualizações	57700	Visualizações	300000
Cliques	12600		
Potenciais Clientes	27%	Potenciais Clientes	1%
Público Alvo	3402	Público Alvo	3000
Total			6402

Fonte: www.segredosdoremarketing.com.br / Google Adwords

Para a divulgação da Easy Bag foi criado uma imagem, apresentada na Figura 5 que possibilita o cliente ter a sensação de poder ir viajar para qualquer destino sem preocupação.

Figura 5 – Propaganda Easy Bag

SE PREOCUPE APENAS COM BOAS RECORDAÇÕES



... SEUS PERTENCES ESTÃO SEGUROS CONOSCO!

5.1.6. Gestão da marca

Figura 6 – Logo Easy Bag



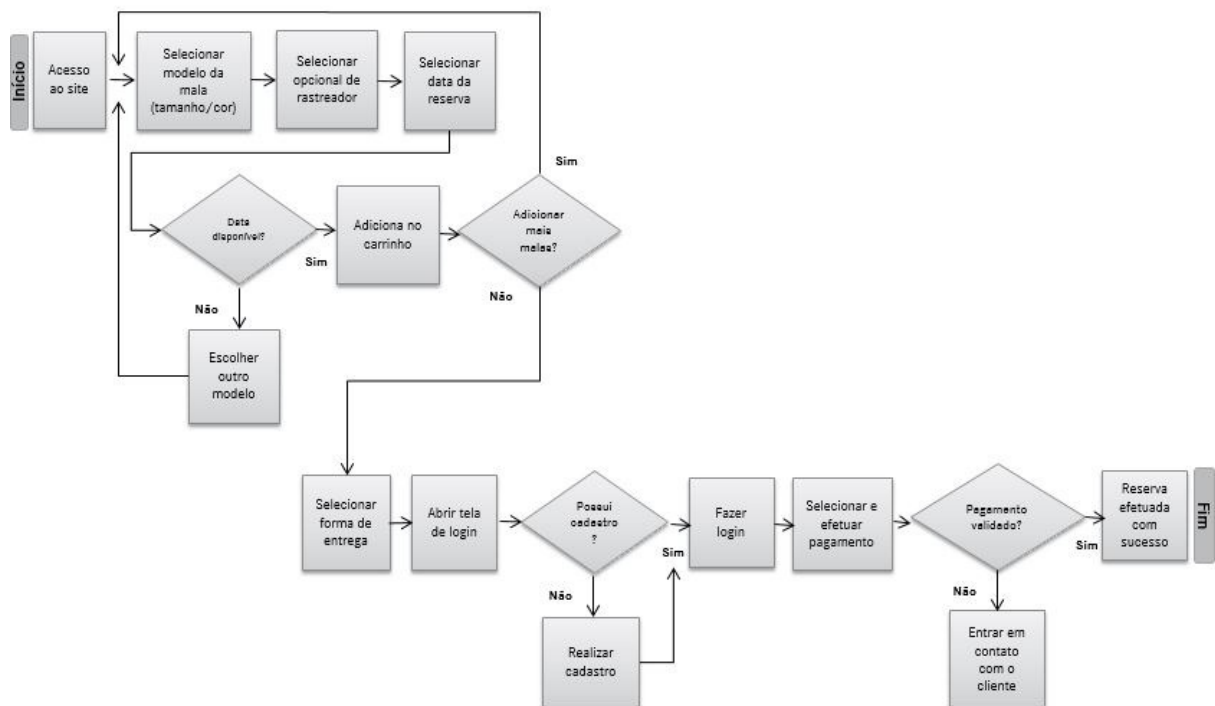
Fonte: Próprios Autores

O logo possui um desenho de uma mala de viagem simples. Essa simplicidade buscar aproximar o cliente no sentido que o aluguel de malas venha a ser uma experiência fácil (*Easy* utilizado no nome da empresa), descomplicada e vantajosa para o usuário. Além disso, a principal cor em evidência é o vermelho, uma cor quente que exalta, acelera e instiga, com o intuito de reter a atenção das pessoas.

5.1.7. Fluxograma da experiência de compra dos clientes da empresa

O ponto de contato chave com o cliente está no momento da aquisição do serviço, no momento em que o mesmo realiza o cadastro para realizar a reserva de sua solicitação, conforme ilustrado no fluxograma da Figura X.

Figura X – Fluxograma do Cliente



Fonte: Próprios Autores

5.1.8. Estratégias de fidelização de clientes

A empresa Easy Bag pretende fidelizar seus clientes através da qualidade dos produtos, oferecendo uma mala de material rígido, com cadeado, higienizada e com condições similares à de uma nova. O atendimento através de diversos canais como: internet, telefone e *WhatsApp*.

Desenvolvimento de programas de fidelização, como o cliente que realizar a locação de malas em um determinado intervalo poderá no futuro receber um período de dias sem custo na próxima locação ou até mesmo o frete grátis para locação de

malas no período máximo em regiões próximas ao estabelecimento onde as malas estão estocadas.

Todavia, a presença nas redes sociais e o desenvolvimento e apresentação de um site intuitivo, contendo as experiências positivas dos clientes que já utilizaram o serviço e ficaram satisfeitos irá fortalecer a imagem da marca proporcionando futuras fidelizações.

5.1.9. Posicionamento da marca

A marca está focada em diferenciação, pois oferece um serviço pouco divulgado no mercado e com um diferencial tecnológico como a possibilidade de rastrear sua mala. Também buscará novas formas de contato e fidelização de clientes, para assim, criar uma relação forte e diminuindo a entrada de novos concorrentes.

5.2. Previsão e Mensuração da Demanda

Para definir o tamanho deste mercado a Easy Bag considerou o potencial de mercado explorado pela maior operadora de viagens brasileira e pelo número de viajantes que circulam nos aeroportos de São Paulo. Para estimar a demanda da Easy Bag será feita uma análise a partir dos resultados conquistados por concorrentes, desta previsão será possível projetar as receitas e gastos.

5.2.1. Demanda corrente e futura

Tamanho do mercado

Segundo Ketler e Kotler uma vez concluída uma pesquisa primária, a empresa deverá mensurar e prever o tamanho do mercado, o crescimento e o potencial de lucro.

A Easy Bag realizou uma pesquisa primária e identificou que existe uma disposição das pessoas em alugar mala ao viajarem de avião, veja mais detalhes no

capítulo 3.4, com base nesta informação existe um mercado potencial de cerca de 114 milhões pessoas, pois de acordo com a ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil) esta foi a quantidade de indivíduos que viajaram de avião em 2017 no Brasil.

Entretanto de acordo com a pesquisa primária realizada pela Easy Bag as pessoas que costumam viajar com frequência não estariam dispostas a alugar malas ao invés de compra-las, bem como as pessoas com mais de 50 anos. Diante dessas informações foi feito um filtro no número total das pessoas que viajaram de avião.

De acordo com a pesquisa da Secretaria de Aviação Civil, desenvolvida em parceria com a Empresa de Planejamento e Logística (EPL), 71% das pessoas que viajam de avião tem entre 14 e 46 anos de idade, desta forma o mercado potencial da Easy Bag passaria ser de 81 milhões de pessoas. Mas adiante a mesma pesquisa informa que 65% das pessoas que viajam de avião despacham mala, sendo assim o mercado potencial da Easy Bag passaria a ser de 74 milhões.

O valor de 74 milhões de pessoas seria o potencial total deste mercado, no entanto por questões de capacidade de atender a demanda e dificuldades de logística a Easy Bag não trabalhará pensando que este número é o seu mercado potencial. A empresa priorizará nas suas campanhas de marketing digital as pessoas que se encaixam no perfil de potencial cliente da empresa que moram na região da grande São Paulo, pois embora a Easy Bag atenderá pela internet e fará uma parceria com uma empresa que entregará e buscará as malas aos clientes, a empresa entende que as dificuldades que serão enfrentadas para atender clientes de outras regiões colocará em risco a qualidade do serviço prestado; entregar e buscar as malas no prazo combinado com o cliente será uma prioridade da Easy Bag que a empresa não pretende falhar.

Por meio de uma pesquisa utilizando o Google AdWords, a empresa pode filtrar as pessoas que residem na grande São Paulo e que seriam potenciais interessados nos serviços prestados pela Easy Bag. Por meio de uma análise de dados baseado no histórico de navegações dos indivíduos o Google AdWords estimou que a demanda da empresa seria em torno de 169 mil.

5.2.2. Market-Share

Por se tratar de um mercado incipiente não existe dados divulgados a respeito do aluguel de mala, as poucas empresas que atuam no setor não disponibilizam seus dados e ainda não existe uma associação do setor, bem como o Ministério do Turismo, as associações das agências de viagem e das companhias aéreas não realizam nenhum estudo voltado ao aluguel de mala.

No entanto, mesmo sem ter disponível os dados do setor, a Easy Bag pretende incomodar e estabelecer seu espaço nesse ramo, pois a empresa tem em mente que não alugará mala simplesmente, mas irá oferecer um pacote de serviço aos seus clientes com mala de qualidade, rastreador e seguro além de uma assistência 24 horas que proporcionará uma tranquilidade em relação ao transporte das malas aos viajantes. Desta forma a Easy Bag pretende ter mais de 50% do Market share daqui cinco anos.

5.3. Estimativa de Gastos

Conforme planejamento estratégico da Easy Bag, foi considerado um valor de R\$10.950,00, durante os 5 primeiros anos. Neste valor está contemplado as despesas com anúncios no google e o remarketing do facebook. A Tabela 14 exibirá o investimento total com marketing digital.

Tabela 14 – Investimento em Marketing Digital

Marketing Digital	
Ano 1	R\$ 1.750,00
Ano 2	R\$ 1.750,00
Ano 3	R\$ 2.300,00
Ano 4	R\$ 2.300,00
Ano 5	R\$ 2.850,00
Total	R\$ 10.950,00

Fonte: Próprios Autores

5.4. Análise e Diagnóstico da Viabilidade Mercadológica

CAPÍTULO 6 – VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO

6.1. Projeção de Colaboradores

A projeção apresentará as necessidades de capital humano por área. Com base nela será planejado o que a organização manifesta como primordialidade no primeiro momento e nos próximos cinco anos para o atendimento das demandas e processos da organização. Os cargos são: Auxiliar de Estoque, Assistente de Vendas, Atendente, e os diretores sócios da Easy Bag: Diretor Operacional e Diretor Administrativo. No primeiro ano, o quadro de colaboradores será formado por 1 Auxiliar de Estoque, 1 Assistente de Vendas e 1 Atendente. Para os próximos anos a tabela de *headcount* no capítulo 6.1.3 exibirá a projeção. Serão responsáveis pelas seguintes atividades:

6.1.1. Atividades

- Auxiliar de Estoque: Separação de mercadorias, conferência de mercadorias, controle e organização de estoque.
- Auxiliar administrativo: Prestar suporte na área de gestão, com foco na administração financeira, compras, controle de receitas e despesas, contas a pagar e receber, emissão de documentos, emissão de notas fiscais e atendimento aos fornecedores.
- Assistente de Vendas: Suporte ao vendedor, cadastro de clientes em sistema, atendimento ao cliente, executar pedidos de compra, emissão de propostas comerciais, finalizações de contratos e pós-venda.
- Atendente: Responsável pelo atendimento e negociações com os clientes.
- Diretor Administrativo: Gestão dos recursos organizacionais, acompanhamento da administração financeira, compras, controle de receitas e despesas, contas a pagar e receber. Recrutamento e Seleção de candidatos. Fechamento e folha de pagamento. Administração de pessoal. Planejamento e coordenação de treinamento internos e externos. Desenvolvimento de dinâmicas de grupo e outras ações motivacionais. Entrevista e condução do processo de

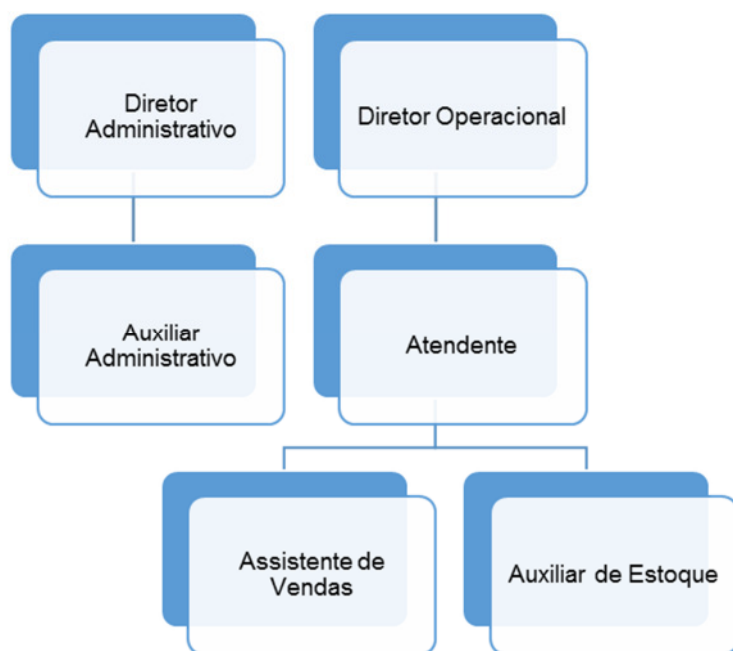
desligamento. Elaboração de gráficos gerenciais. Planejamento estratégico de RH em função das metas gerenciais.

- **Diretor Operacional:** Elaborar e controlar as estratégias no desenvolvimento nos meios digitais, elaboração de projetos para divulgação de produtos, desenvolvimento de materiais e campanhas promocionais, realizar pesquisas de mercado e análise do comportamento do consumidor para atender as necessidades dos clientes e criação de novas ideias para o segmento. Realizar atualização de sites, blog página ou perfil da empresa em redes sociais. Suporte na organização de eventuais feiras, exposições e eventos. Gestão das equipes e processos de vendas, acompanhamento dos resultados e metas.

6.1.2. Organograma

A figura abaixo apresenta o organograma da empresa, conforme projeção do quadro de colaboradores. O mesmo tem como objetivo retratar como os departamentos, funções e hierarquia estão estruturados na Easy Bag.

Figura 7 – Organograma da Empresa



Fonte: Próprios Autores

6.1.3. Headcount

O *headcount* da empresa foi baseado na projeção de vendas a médio e longo prazo, para que o quadro de colaboradores atenda as demandas futuras da empresa conforme tabela 10:

Tabela 15 – Quadro de Colaboradores

Cargo	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Auxiliar de estoque	1	1	2	2	3
Auxiliar Administrativo	1	1	1	1	2
Assistente de Vendas	1	1	1	2	2
Atendente	1	1	2	2	2
Diretor Operacional	1	1	1	1	1
Diretor Administrativo	1	1	1	1	1
Total	6	6	8	9	11

Fonte: Próprios Autores

6.1.4. Competências

O diretor administrativo ficará responsável pelo processo de recrutamento e seleção e por isso terá como incumbência admitir, treinar as pessoas que tenham o perfil, que possuam capacidades técnicas e comportamentais para determinado cargo, conforme as descrições abaixo:

- Auxiliar de Estoque: Ensino médio completo, pacote office, cursos de especialização ou graduação na área de logística.
- Auxiliar Administrativo: Ensino médio completo, pacote office, cursos de especialização ou graduação na administrativa.
- Assistente de Vendas: Ensino médio completo, pacote office, cursos de especialização ou graduação na área comercial.
- Atendente: Ensino médio completo, pacote office, cursos de especialização ou graduação na área comercial.
- Diretor Administrativo: Graduação completa em administração, pacote office, cursos de especialização em gestão de pessoas e finanças.

- Diretor Operacional: Graduação completa em administração, pacote office, cursos de especialização na área comercial e operações.

6.2. Plano de Gestão de Pessoas

6.2.1. Recrutamento e seleção

O recrutamento e seleção da empresa será realizado pelo Diretor Administrativo, responsável pela área de recursos humanos da Easy Bag. O mesmo será responsável por avaliar o cargo e suas atividades, entender as competências técnicas e comportamentais exigidas, posteriormente iniciar o recrutamento de acordo com o estudo, e selecionar o candidato que melhor atender os requisitos.

6.2.2. Remuneração

A política de remuneração dos funcionários em regime CLT, será composta pela base salarial e seus encargos legais, será composta também por concessão de bônus, quando houver atingimento de metas estipuladas e resultados conforme o plano de desenvolvimento individual dos colaboradores. Abaixo a projeção de gastos com pessoal e a curva salarial, que apresentará a comparação dos salários oferecidos pela Easy Bag com o mercado.

Tabela 16 – Salário e Encargos

Auxiliar de Estoque		
Salário	R\$	1.300,00
FGTS Salário	R\$	104,00
FÉRIAS 1/12	R\$	108,33
AUXÍLIO REFEIÇÃO	R\$	462,00
VALE TRANSPORTE	R\$	387,20
1/3 FÉRIAS 1/12	R\$	36,11
13º SALÁRIO 1/12	R\$	108,33
FGTS FÉRIAS 1/12	R\$	8,67
FGTS 1/3 FÉRIAS 1/12	R\$	2,86
FGTS 13º SALÁRIO 1/12	R\$	8,67
AVISO PRÉVIO 1/12 (provisão)	R\$	108,33
FGTS AVISO PRÉVIO 1/12 (provisão)	R\$	8,67
MULTA FGTS 1/12 (provisão)	R\$	26,00
INSS	R\$	361,40
Custo Cargo	R\$	1.369,17
Valor Total	R\$	2.669,17

Auxiliar Administrativo		
Salário	R\$	1.580,00
FGTS Salário	R\$	126,40
FÉRIAS 1/12	R\$	131,67
AUXÍLIO REFEIÇÃO	R\$	462,00
VALE TRANSPORTE	R\$	328,75
1/3 FÉRIAS 1/12	R\$	43,89
13º SALÁRIO 1/12	R\$	131,67
FGTS FÉRIAS 1/12	R\$	10,53
FGTS 1/3 FÉRIAS 1/12	R\$	3,48
FGTS 13º SALÁRIO 1/12	R\$	10,53
AVISO PRÉVIO 1/12 (provisão)	R\$	131,67
FGTS AVISO PRÉVIO 1/12 (provisão)	R\$	10,53
MULTA FGTS 1/12 (provisão)	R\$	31,60
INSS	R\$	439,24
Custo Cargo	R\$	1.422,72
Valor Total	R\$	3.002,72

Assistente de Vendas		
Salário	R\$	1.500,00
FGTS Salário	R\$	120,00
FÉRIAS 1/12	R\$	125,00
AUXÍLIO REFEIÇÃO	R\$	462,00
VALE TRANSPORTE	R\$	405,00
1/3 FÉRIAS 1/12	R\$	41,67
13º SALÁRIO 1/12	R\$	125,00
FGTS FÉRIAS 1/12	R\$	10,00
FGTS 1/3 FÉRIAS 1/12	R\$	3,30
FGTS 13º SALÁRIO 1/12	R\$	10,00
AVISO PRÉVIO 1/12 (provisão)	R\$	125,00
FGTS AVISO PRÉVIO 1/12 (provisão)	R\$	10,00
MULTA FGTS 1/12 (provisão)	R\$	30,00
INSS	R\$	417,00
Custo Cargo	R\$	1.466,97
Valor Total	R\$	2.966,97

Atendente		
Salário	R\$	1.600,00
FGTS Salário	R\$	128,00
FÉRIAS 1/12	R\$	133,33
AUXÍLIO REFEIÇÃO	R\$	462,00
VALE TRANSPORTE	R\$	328,75
1/3 FÉRIAS 1/12	R\$	44,44
13º SALÁRIO 1/12	R\$	133,33
FGTS FÉRIAS 1/12	R\$	10,67
FGTS 1/3 FÉRIAS 1/12	R\$	3,52
FGTS 13º SALÁRIO 1/12	R\$	10,67
AVISO PRÉVIO 1/12 (provisão)	R\$	133,33
FGTS AVISO PRÉVIO 1/12 (provisão)	R\$	10,67
MULTA FGTS 1/12 (provisão)	R\$	32,00
INSS	R\$	444,80
Custo Cargo	R\$	1.430,71
Valor Total	R\$	3.030,71

Diretor Administrativo		
Pró-labore	R\$	4.000,00
INSS	R\$	800,00
Custo Cargo	R\$	4.800,00
Valor Total	R\$	8.800,00

Diretor Operacional		
Pró-labore	R\$	4.000,00
INSS	R\$	800,00
Custo Cargo	R\$	4.800,00
Valor Total	R\$	8.800,00

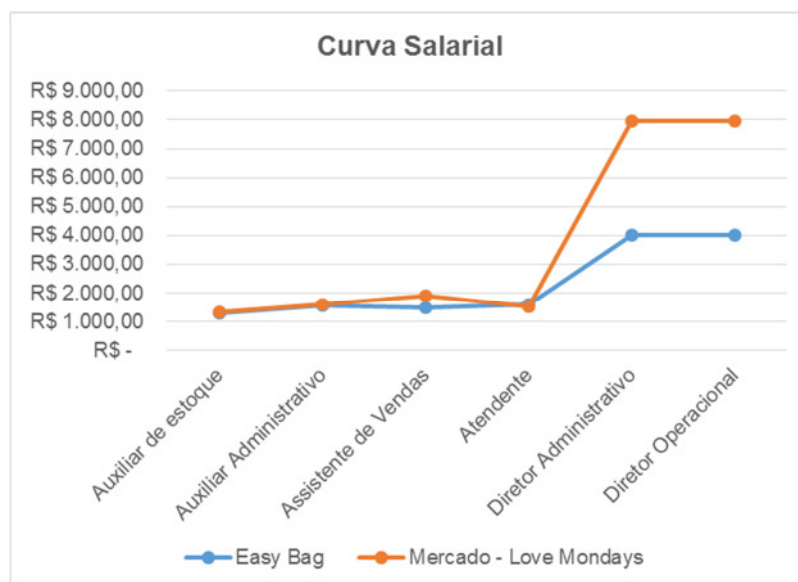
Fonte: Próprios Autores

Tabela 17 – Projeção de Gastos com Pessoal

Projeção Despesas com Pessoal		
Ano 1	R\$	31.025,74
Ano 2	R\$	31.131,11
Ano 3	R\$	37.063,80
Ano 4	R\$	40.212,61
Ano 5	R\$	46.224,81
Valor Total	R\$	185.658,07

Fonte: Próprios Autores

Gráfico 5 – Curva Salarial



Fonte: Site – Love Mondays

6.2.3. Treinamento e desenvolvimento

Os treinamentos para desenvolvimento dos colaboradores e equipes, serão realizados pelo profissional de recursos humanos interno, que ficará responsável em diagnosticar os *gaps* e formular treinamentos para capacitação, bem como analisar as oportunidades de desenvolvimento, para aprimorar e potencializar os colaboradores e equipes.

Serão aplicados treinamentos externos, uma vez que detectada a necessidade da realização, quando não houver mão de obra ou infraestrutura necessária e treinamentos específicos, como: cursos técnicos, seminários, workshops, congressos, feiras, palestras, entre outros. Todos os treinamentos, sendo eles internos ou externos, passarão pela avaliação de reação, que será preenchida pelo participante logo após o treinamento e pela avaliação de eficácia, após três meses da participação, o gestor ou líder do mesmo irá julgar se o treinamento de fato atingiu os objetivos.

Para os treinamentos da Easy Bag, será investido os valores conforme projetado no orçamento conforme tabela 13. A maior parte do valor, será para os treinamentos externos, que após apuração da necessidade, poderão ser realizados.

Tabela 18 – Projeção de Gastos com Treinamento e Desenvolvimento

Projeção Despesas com Treinamentos de Desenvolvimento		
Ano 1	R\$	6.000,00
Ano 2	R\$	6.500,00
Ano 3	R\$	7.200,00
Ano 4	R\$	8.000,00
Ano 5	R\$	9.000,00
Valor Total	R\$	36.700,00

Fonte: Próprios Autores

6.2.4. Segurança do trabalho

Visando a segurança de seus colaboradores, a Easy Bag investirá em treinamentos de segurança, de acordo com as normas brasileiras regulamentadores, como: NR 17 – Treinamento em ergonomia, que visa capacitar os colaboradores a trabalhar de modo ergonomicamente correto, evitando lesões e doenças ocupacionais, será ministrado para todos os funcionários. NR 06 – Conscientização quanto ao uso de EPIs, todo colaborador deve ser conscientizado quanto a obrigatoriedade no uso de EPIs, será ministrado para os funcionários que trabalharão no estoque. NR 35 – Treinamento para trabalho em altura, acima de dois metros é necessário fornecer o curso de trabalho em altura, será ministrado para os funcionários que trabalharão no estoque.

Haverá orçamento para os treinamentos de segurança para capacitação e reciclagem, a tabela 14 exibirá a projeção de gastos com treinamento de segurança do trabalho.

Tabela 19 – Projeção de Gastos com Segurança do Trabalho

Gastos com Segurança do Trabalho	
NR 17 - Ergonomia	
Turma de Até 7 Participantes	R\$ 2.490,00
Valor Adicional por Participante	R\$ 300,00
Total	R\$ 4.290,00

Gastos com Segurança do Trabalho	
NR 06 - Utilização de EPIs	
Turma de 1 Participante	R\$ 655,71
Total	R\$ 655,71

Gastos com Segurança do Trabalho	
NR 35 - Trabalho em Altura	
Turma de 1 Participante	R\$ 655,71
Total	R\$ 655,71

Projeção Despesas com Treinamentos de Segurança	
Ano 1	R\$ 7.845,51
Ano 2	R\$ 7.845,51
Ano 3	R\$ 9.553,61
Ano 4	R\$ 10.943,72
Ano 5	R\$ 13.028,87
Valor Total	R\$ 49.217,21

Fonte: Próprios Autores

6.3. Estimativa de Gastos

A tabela 15 apresenta a estimativa de gasto total com capital humano, incluindo remuneração, gastos com treinamento e desenvolvimento, treinamentos de segurança.

Tabela 20 – Gastos

Projeção Despesas Total com Capital Humano		
Ano 1	R\$	44.871,25
Ano 2	R\$	45.476,62
Ano 3	R\$	53.817,41
Ano 4	R\$	59.156,32
Ano 5	R\$	68.253,68
Valor Total	R\$	271.575,28

Fonte: Próprios Autores

6.4. Análise e Diagnóstico da Viabilidade do Capital Humano na Organização

Os investimentos e despesas com pessoal, foram estimados de acordo com a previsão de vendas, para que o quadro de colaboradores atenda as demandas da empresa. Também foi avaliado a rentabilidade do negócio para arcar com todas as despesas de pessoal. A Easy Bag acredita na importância dos colaboradores estarem devidamente treinados para que possam desenvolver suas atividades da melhor forma possível e para que possam sentir-se seguro no ambiente de trabalho, por isso, optou-se por investir em treinamentos para desenvolvimento e treinamentos de segurança. A Easy Bag acredita que o capital humano é o principal ativo de uma organização, em razão deste reconhecimento foi projetado esse investimento.

CAPÍTULO 7 – VIABILIDADE FINANCEIRA

7.1. Plano Financeiro

O plano financeiro revela se o empreendimento é economicamente viável, ou seja, se agrega valor aos sócios. Sua montagem depende do planejado nos capítulos anteriores e, os seguintes tópicos, resumem também o volume de capital que será necessário para iniciar e operar a empresa.

7.1.1. Pressupostos da Análise Financeira

Para analisar a viabilidade financeira e, conseqüentemente se o modelo de negócios da Easy Bag será rentável e sustentável, foram considerados os seguintes pressupostos:

- Os cálculos foram realizados tendo como base o cenário mais provável de faturamento, elaborado conforme a pesquisa primária e secundária (capítulo 3);
- Os custos, despesas e investimentos citados neste capítulo estão de acordo com o que foi apresentado e justificado anteriormente, nas seções 4, 5 e 6;
- O regime tributário escolhido foi de lucro presumido;
- O índice IGP-M foi considerado nas receitas e nos gastos;
- A inadimplência não foi considerada, visto que os pagamentos serão por débito automático ou cartão de crédito em sua maioria.

7.1.2. Cálculo do Investimento Total

Para iniciar as operações da Easy Bag, o valor de investimento total será de R\$ 443.348,00. Esse custo se divide em:

- **Investimento pré-operacionais:** envolvem as malas de tamanhos grandes, médios e pequenos, rastreador, cadeado, notebook, impressora, mesa e

cadeira e prateleira. A compra desses ativos foram para operacionalizar e empresa.

Tabela 20 – Tabela investimento pré-operacional

Investimento em Malas		
Ano 1		
Equipamento	Quantidade	Preço
Mala Pequena	31	R\$ 5.586,21
Mala Média	466	R\$ 139.655,17
Mala Grande	253	R\$ 88.706,90
Rastreador	375	R\$ 127.500,00
Cadeado	750	R\$ 7.500,00
Total	1875	R\$ 368.948,28

Investimento de Máquinas e Equipamentos		
Ano 1		
Equipamento	Quantidade	Preço
Notebook	6	R\$ 18.000,00
Impressora	1	R\$ 2.200,00
Mesa e Cadeira	6	R\$ 4.200,00
Prateleira	200	R\$ 40.000,00
Total	213	R\$ 64.400,00

Fonte: Próprios Autores

- **Investimento aos longo dos anos:** visando atender ao crescimento a Easy Bag irá fazer alguns investimentos durante os anos 2, 3, 4 e 5. Esses investimentos servirão para empresa adequar sua capacidade de atendimento.

Tabela 21 – Tabela investimento em malas

Ano 2		
Equipamento	Quantidade	Preço
Mala Pequena	66	R\$ 12.632,28
Mala Média	993	R\$ 315.806,90
Mala Grande	541	R\$ 200.595,86
Rastreador	425	R\$ 153.170,00
Cadeado	850	R\$ 9.010,00
Total	2875	R\$ 691.215,03

Ano 3		
Equipamento	Quantidade	Preço
Mala Pequena	99	R\$ 20.085,32
Mala Média	1490	R\$ 502.132,97
Mala Grande	811	R\$ 318.947,42
Rastreador	775	R\$ 296.068,60
Cadeado	1550	R\$ 17.415,80
Total	4725	R\$ 1.154.650,10

Ano 4		
Equipamento	Quantidade	Preço
Mala Pequena	99	R\$ 21.290,65
Mala Média	1490	R\$ 532.260,94
Mala Grande	811	R\$ 338.084,27
Rastreador	425	R\$ 172.100,01
Cadeado	850	R\$ 10.127,24
Total	3675	R\$ 1.073.863,11

Ano 5		
Equipamento	Quantidade	Preço
Mala Pequena	132	R\$ 30.091,48
Mala Média	1986	R\$ 752.252,03
Mala Grande	1081	R\$ 477.830,81
Rastreador	1175	R\$ 504.352,77
Cadeado	2350	R\$ 29.667,81
Total	6725	R\$ 1.794.194,90

Fonte: Próprios Autores

Tabela 22 – Tabela investimentos em máquinas e equipamentos

Ano 3		
Equipamento	Quantidade	Preço
Notebook	2	R\$ 6.000,00
Impressora	1	R\$ 2.200,00
Mesa e Cadeira	2	R\$ 1.400,00
Prateleira	100	R\$ 20.000,00
Total	105	R\$ 29.600,00

Ano 4		
Equipamento	Quantidade	Preço
Notebook	1	R\$ 3.000,00
Mesa e Cadeira	1	R\$ 700,00

Ano 5		
Equipamento	Quantidade	Preço
Notebook	2	R\$ 6.000,00
Mesa e Cadeira	2	R\$ 1.400,00
Prateleira	100	R\$ 20.000,00
Total	104	R\$ 27.400,00

Fonte: Próprios Autores

7.1.3. Estimativa do Faturamento Mensal para os Próximos 5 anos

A tabela 23 demonstra de forma simplificada o crescimento do faturamento nos cinco primeiros anos de operação. Esta receita foi planejada levando em consideração a pesquisa primaria e número de pessoas atingidas pelo anúncio digital.

Tabela 22 – Receita bruta estimada dos 5 primeiros anos de operação

Receita Bruta	
Ano 1	R\$ 1.726.758,62
Ano 2	R\$ 3.683.751,72
Ano 3	R\$ 5.822.605,24
Ano 4	R\$ 5.822.605,24
Ano 5	R\$ 8.183.202,07

Fonte: Próprios Autores

7.1.4. Estimativa Mensal do Custos Fixo e Variáveis pra os Próximos 5 Anos

Os custos unitários de cada item presente nas tabelas de custos deste capítulo constam nos respectivos capítulos de origem: viabilidade operacional concentra os custos fixos e variáveis; viabilidade mercadológica descreve as despesas com marketing digital; e viabilidade do capital humano os custos com mão-de-obra.

Para apresentar a estimação total dos gastos com a operação da Easy Bag, foram criadas 10 categorias:

- **Depreciação:** os custos com depreciação estão discriminados na tabela 23 e foram elaborados com base no tempo útil de cada item.

Tabela 23 – Depreciação

Ano 1		
Item	Custo	Depreciação
6 Notebooks	18.000	R\$ 3.600,00
1 Impressora	2.200	R\$ 440,00
Cadeiras E Mesas	4.200	R\$ 420,00
Prateleira Est	40.000	R\$ 4.000,00
Mala	233.948	R\$ 23.394,83
Rastreador	127.500	R\$ 25.500,00
Cadeado	7.500	R\$ 750,00
Site	10.000	R\$ 2.000,00
Total	R\$ 443.348,28	R\$ 60.104,83

Ano 2		
Item	Custo	Depreciação
6 Notebooks	R\$ 18.000,00	R\$ 3.600,00
1 Impressora	R\$ 2.200,00	R\$ 440,00
Cadeiras E Mesas	R\$ 4.200,00	R\$ 420,00
Prateleira Est	R\$ 40.000,00	R\$ 4.000,00
Mala ano 1	R\$ 233.948,28	R\$ 23.394,83
Rastreador ano 1	R\$ 127.500,00	R\$ 25.500,00
Cadeado ano 1	R\$ 7.500,00	R\$ 750,00
Site	R\$ 10.000,00	R\$ 2.000,00
Mala ano 2	R\$ 529.035,03	R\$ 52.903,50
Rastreador ano 2	R\$ 153.170,00	R\$ 30.634,00
Cadeado ano 2	R\$ 9.010,00	R\$ 901,00
Total	R\$ 1.134.563,31	R\$ 144.543,33

Ano 3		
Item	Custo	Depreciação
6 Notebooks Ano 1	R\$ 18.000,00	R\$ 3.600,00
1 Impressora Ano 1	R\$ 2.200,00	R\$ 440,00
Cadeiras E Mesas Ano 1	R\$ 4.200,00	R\$ 420,00
Prateleira Est	R\$ 40.000,00	R\$ 4.000,00
Mala Ano 1	R\$ 233.948,28	R\$ 23.394,83
Rastreador Ano 1	R\$ 127.500,00	R\$ 25.500,00
Cadeado Ano 1	R\$ 7.500,00	R\$ 750,00
Site	R\$ 10.000,00	R\$ 2.000,00
Mala Ano 2	R\$ 529.035,03	R\$ 52.903,50
Rastreador Ano 2	R\$ 153.170,00	R\$ 30.634,00
Cadeado Ano 2	R\$ 9.010,00	R\$ 901,00
Mala Ano 3	R\$ 891.635,86	R\$ 89.163,59
Rastreador Ano 3	R\$ 172.100,01	R\$ 34.420,00
Cadeado Ano 3	R\$ 10.127,24	R\$ 1.012,72
2 Notebooks Ano 3	R\$ 6.000,00	R\$ 1.200,00
Impressora Ano 3	R\$ 2.200,00	R\$ 440,00
Cadeiras E Mesas Ano 3	R\$ 1.400,00	R\$ 140,00
Prateleira Est Ano 3	R\$ 20.000,00	R\$ 2.000,00
Total	R\$ 2.238.026,42	R\$ 272.919,64

Ano 4		
Item	Custo	Depreciação
6 Notebooks Ano 1	R\$ 18.000,00	R\$ 3.600,00
1 Impressora Ano 1	R\$ 2.200,00	R\$ 440,00
Cadeiras E Mesas Ano 1	R\$ 4.200,00	R\$ 420,00
Prateleira Est	R\$ 40.000,00	R\$ 4.000,00
Mala Ano 1	R\$ 233.948,28	R\$ 23.394,83
Rastreador Ano 1	R\$ 127.500,00	R\$ 25.500,00
Cadeado Ano 1	R\$ 7.500,00	R\$ 750,00
Site	R\$ 10.000,00	R\$ 2.000,00
Mala Ano 2	R\$ 529.035,03	R\$ 52.903,50
Rastreador Ano 2	R\$ 153.170,00	R\$ 30.634,00
Cadeado Ano 2	R\$ 9.010,00	R\$ 901,00
Mala Ano 3	R\$ 891.635,86	R\$ 89.163,59
Rastreador Ano 3	R\$ 172.100,01	R\$ 34.420,00
Cadeado Ano 3	R\$ 10.127,24	R\$ 1.012,72
2 Notebooks Ano 3	R\$ 6.000,00	R\$ 1.200,00
Impressora Ano 3	R\$ 2.200,00	R\$ 440,00
Cadeiras E Mesas Ano 3	R\$ 1.400,00	R\$ 140,00
Prateleira Est Ano 3	R\$ 20.000,00	R\$ 2.000,00
Mala ano 4	R\$ 891.635,86	R\$ 89.163,59
Rastreador ano 4	R\$ 172.100,01	R\$ 34.420,00
Cadeado ano 4	R\$ 10.127,24	R\$ 1.012,72
Notebook ano 4	R\$ 3.000,00	R\$ 600,00
Cadeiras e mesas ano 4	R\$ 700,00	R\$ 70,00
Total	R\$ 3.315.589,53	R\$ 398.185,95

Fonte: Próprios Autores

Ano 5		
Item	Custo	Depreciação
6 Notebooks Ano 1	R\$ 18.000,00	R\$ 3.600,00
1 Impressora Ano 1	R\$ 2.200,00	R\$ 440,00
Cadeiras E Mesas Ano 1	R\$ 4.200,00	R\$ 420,00
Prateleira Est	R\$ 40.000,00	R\$ 4.000,00
Mala Ano 1	R\$ 233.948,28	R\$ 23.394,83
Rastreador Ano 1	R\$ 127.500,00	R\$ 25.500,00
Cadeado Ano 1	R\$ 7.500,00	R\$ 750,00
Site	R\$ 10.000,00	R\$ 2.000,00
Mala Ano 2	R\$ 529.035,03	R\$ 52.903,50
Rastreador Ano 2	R\$ 153.170,00	R\$ 30.634,00
Cadeado Ano 2	R\$ 9.010,00	R\$ 901,00
Mala Ano 3	R\$ 891.635,86	R\$ 89.163,59
Rastreador Ano 3	R\$ 172.100,01	R\$ 34.420,00
Cadeado Ano 3	R\$ 10.127,24	R\$ 1.012,72
2 Notebooks Ano 3	R\$ 6.000,00	R\$ 1.200,00
Impressora Ano 3	R\$ 2.200,00	R\$ 440,00
Cadeiras E Mesas Ano 3	R\$ 1.400,00	R\$ 140,00
Prateleira Est Ano 3	R\$ 20.000,00	R\$ 2.000,00
Mala ano 4	R\$ 891.635,86	R\$ 89.163,59
Rastreador ano 4	R\$ 172.100,01	R\$ 34.420,00
Cadeado ano 4	R\$ 10.127,24	R\$ 1.012,72
Notebook ano 4	R\$ 3.000,00	R\$ 600,00
Cadeiras e mesas ano 4	R\$ 700,00	R\$ 70,00
Mala ano 5	R\$ 1.260.174,32	R\$ 126.017,43
Rastreador ano 5	R\$ 504.352,77	R\$ 100.870,55
Cadeado ano 5	R\$ 29.667,81	R\$ 2.966,78
Notebbok ano 5	R\$ 6.000,00	R\$ 1.200,00
Cadeiras e mesas ano 5	R\$ 1.400,00	R\$ 140,00
Prateleira Est ano 5	R\$ 20.000,00	R\$ 2.000,00
Total	R\$ 5.137.184,42	R\$ 631.380,72

Fonte: Próprios Autores

- **Gastos fixos e variáveis:** envolvem os custos e despesas.

Os custos fixos são compostos por: aluguel, IPTU, gasto com pessoal, seguro de vida, pró-labore e distribuidora de malas.

As despesas fixas são compostas: honorários advocatícios, seguro de malas, serviços de limpeza e contabilidade externa.

Os custos variáveis são compostos por: água, energia elétrica, internet, limpeza e higienização de malas, sistemas de TI, telefonia fixa PABX e telefonia móvel.

As despesas variáveis são compostas por: marketing, material de escritório, material de higiene e manutenção.

Os gastos da Easy Bag serão apresentados em 10 subgrupos: ocupacional, terceiros, tributos, pessoal, outros gastos, fretes, marketing, limpeza e TI. A seguir segue a composição de cada item.

Ocupacional: aluguel, água, energia elétrica, internet, telefonia fixa PABX, telefonia móvel.

Terceiros: honorários advocatícios e contabilidade externa.

Tributos: IPTU, IR, CSLL, PIS, COFINS e ISS.

Pessoal: gastos com pessoal (salário, provisão de férias e 13º), seguro de vida, pró-labore.

Outros: seguro de malas, material de escritório, material de higiene e manutenção.

Frete: distribuidora de malas.

Marketing: despesas com anúncios digitais.

Limpeza: serviço de limpeza das instalações e limpeza e higienização das malas.

TI: sistemas de TI do site, app, ERP e CRM.

Tabela 24 – Orçamento dos gastos

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
(-) Gastos com ocupação	(155,400)	(164,472)	(175,288)	(185,482)	(197,487)
(-) Gastos com terceiros	(153,600)	(162,816)	(172,585)	(222,958)	(236,336)
(-) Gastos tributarios	(528,269)	(1.325,619)	(2.138,729)	(2.092,137)	(2.962,540)
(-) Gastos com pessoal	(100,431)	(101,037)	(109,377)	(114,716)	(123,814)
(-) Outros gastos	(14,940)	(15,476)	(17,245)	(17,848)	(19,687)
(-) Gastos com frete	(36,000)	(36,000)	(48,000)	(48,000)	(60,000)
(-) Gastos com marketing	(21,000)	(21,000)	(27,600)	(27,600)	(34,200)
(-) Gastos com limpeza e higieniza	(244,800)	(245,664)	(419,380)	(420,351)	(632,580)
(-) Gastos com TI	(30,000)	(25,440)	(26,966)	(28,584)	(30,299)

Fonte: Próprios Autores

7.1.5. Demonstrativo de Resultados para os Próximos 5 anos

A tabela 27 apresenta o resultado financeiro projetado para os cinco primeiros anos da Easy Bag. No apêndice X encontra-se o demonstrativo de resultado mensal dos cinco primeiros anos de operação.

Na DRE é possível analisar o crescimento das receitas, custos e despesas.

Tabela 27 – DRE projetada para 5 anos

Demonstração do Resultado do Exercício					
R\$	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita bruta	1.726,759	3.683,752	5.822,605	5.822,605	8.183,202
(-) Deduções	(408,378)	(871,207)	(1.377,046)	(1.377,046)	(1.935,327)
Receita líquida	1.318,380	2.812,544	4.445,559	4.445,559	6.247,875
(-) Custos	(559,317)	(564,860)	(770,434)	(787,659)	(1.033,754)
Resultado bruto	759,063	2.247,685	3.675,125	3.657,900	5.214,121
(-) Despesas	(264,045)	(359,100)	(506,529)	(683,742)	(939,783)
(+) Depreciação	60,105	144,543	272,920	398,186	631,381
EBITDA	555,123	2.033,128	3.441,515	3.372,344	4.905,719
(-) Depreciação	(60,105)	(144,543)	(272,920)	(398,186)	(631,381)
EBIT	495,018	1.888,585	3.168,596	2.974,158	4.274,338
Resultado financeiro	-	-	-	-	-
Outras receitas/despesas	-	-	-	-	-
EBT	495,018	1.888,585	3.168,596	2.974,158	4.274,338
IR/CSLL	(118,804)	(453,260)	(760,463)	(713,798)	(1.025,841)
Resultado líquido	376,214	1.435,325	2.408,133	2.260,360	3.248,497
KPI					
Margem bruta (%)	58%	80%	83%	82%	83%
Margem EBITDA (%)	42%	72%	77%	76%	79%

Fonte: Próprios Autores

7.1.6. Estimativa do Fluxo de Caixa Futuro Mensal para os Próximos 5 anos

O fluxo de caixa para os próximos 5 anos da empresa está resumido na tabela 28.

Tabela 28 – Estimativa DFC para 5 anos

Orçamento de fluxo de caixa						
	Pré-operac.	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Saldo Inicial						
(=) Caixa	-	(443,348)	(1,030)	893,983	2.477,954	4.065,320
Entradas						
(+) Alugueis	-	1.726,759	3.683,752	5.822,605	5.822,605	8.183,202
Saldo Inicial + Entradas	-	1.283,410	3.682,722	6.716,588	8.300,559	12.248,522
Saídas operacionais						
(-) Investimentos	(443,348)	-	(691,215)	(1.103,463)	(1.077,563)	(1.821,595)
(-) Gastos com ocupação	-	(155,400)	(164,472)	(175,288)	(185,482)	(197,487)
(-) Gastos com terceiros	-	(153,600)	(162,816)	(172,585)	(222,958)	(236,336)
(-) Gastos tributários	-	(528,269)	(1.325,619)	(2.138,729)	(2.092,137)	(2.962,540)
(-) Gastos com pessoal	-	(100,431)	(101,037)	(109,377)	(114,716)	(123,814)
(-) Outros gastos	-	(14,940)	(15,476)	(17,245)	(17,848)	(19,687)
(-) Gastos com frete	-	(36,000)	(36,000)	(48,000)	(48,000)	(60,000)
(-) Gastos com marketing	-	(21,000)	(21,000)	(27,600)	(27,600)	(34,200)
(-) Gastos com limpeza e higienização	-	(244,800)	(245,664)	(419,380)	(420,351)	(632,580)
(-) Gastos com TI	-	(30,000)	(25,440)	(26,966)	(28,584)	(30,299)
Total de saídas operacionais	(443,348)	(1.284,440)	(2.788,739)	(4.238,634)	(4.235,239)	(6.118,536)
Saldo do ano	(443,348)	442,319	895,013	1.583,971	1.587,366	2.064,666
Saldo Disponível	(443,348)	(1,030)	893,983	2.477,954	4.065,320	6.129,986

Fonte: Próprios Autores

7.1.6. Cálculo e Análise dos Indicadores de Viabilidade Financeira

A partir dos cálculos financeiros elaborados ao longo do capítulo, foi possível verificar os indicadores que irão auxiliar a análise de viabilidade da Easy Bag. Na tabela 29 está demonstrando, para os cinco primeiros anos de operação, respectivamente, o fluxo de caixa simples, o fluxo de caixa descontado, a TMA utilizada, o VPL a TIR e o payback.

Tabela 29 – Indicadores financeiros

Período	Inicial	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Fluxo de caixa	(443,348)	442,319	895,013	1.583,971	1.587,366	2.064,666
Fluxo de caixa descontado	(443,348)	342,750	537,419	737,010	572,328	576,846

Taxa Mínima de Atratividade (TMA)	29,05%
Valor Presente Líquido (VPL)	2.323.004
Taxa Interna de Retorno (TIR)	160%
Payback	6 meses

Fonte: Próprios Autores

A Taxa Mínima de Atratividade (TMA) foi definida como 29,05% ao ano, sendo que o cálculo utilizado seguiu a metodologia do CAPM, conforme Assaf Neto (2012), considerando como taxa livre de risco (RF) a Selic vigente em novembro de 2018 de

6,5%; como taxa de retorno de mercado o rendimento médio da bolsa de valores nos últimos 5 anos de 26,46% e o Beta como 1,2.

Desse modo, pode-se observar que os indicadores mostram a viabilidade do projeto, visto que a TIR foi superior a TMA, o VPL positivo e o período para o retorno do valor investido é curto, visto que o payback ficou em 6 meses.

7.2. Análise e Diagnóstico da Viabilidade Financeira

A construção do cenário financeiro da Easy Bag em seus primeiros cinco anos de operação foi realizada levando em consideração dos dados que foram apresentados nos capítulos anteriores. Os métodos da administração financeira utilizadas para fundamentar as planilhas de cálculo e estruturar os indicadores tomaram como base as teorias de Gitman (2010) e os princípios de contabilidade, estudados ao longo deste curso de graduação.

Com base nas demonstrações financeiras aqui reproduzidas, verificou-se que a média da margem EBITDA nos primeiros cinco anos é de 69%, permitindo assim atingir uma relevante margem de contribuição para cobrir os gastos fixos, manter o caixa positivo e gerar lucros.

Com o caixa positivo a partir do 3 ano e o investimento feito, a Easy Bag não necessitará de empréstimos bancários que levariam ao endividamento financeiro da instituição e elevariam o risco do negócio.

Por sua vez, os indicadores mostraram que o projeto trará retornos consideráveis aos investidores: visto que TIR e o VPL foram atrativos quando comparados com a TMA e a modelos de investimentos já conhecidos do mercado como ações e renda fixa.

Desta forma, com base nos argumentos apresentados acima, pode-se concluir que o projeto se mostrou viável e com boas condições de retorno aos investidores.

CAPÍTULO 8 – VIABILIDADE DO NEGÓCIO: CONCLUSÃO DO TRABALHO

8.1. Análise SWOT da Empresa

Abaixo a análise SWOT divididas pelos fatores internos e externos.

8.1.1. Forças:

Figura 8 – Forças

FORÇAS
Qualidade dos produtos; Diferencial pela oferta do rastreador; Presença de operação na maior cidade do país.

Fonte: próprios autores.

A empresa prezará por produtos de qualidade, ou seja, malas de material rígido que proteja os pertences de seus clientes.

O grande diferencial será a oferta opcional do rastreado na bagagem, que permitirá que o cliente acompanhe a localização de sua mala através do aplicativo já existente.

São Paulo é a estado com maior número de voos e a maioria do público alvo serão os usuários do modelo aeroviário. A presença de operação no estado contribui para o crescimento do negócio.

8.1.2. Fraquezas:

Figura 9 – Fraquezas

FRAQUEZAS
Pouca variedade nos produtos; Tempo presente no mercado; Equipe reduzida.

Fonte: próprios autores.

Por se tratar de malas de viagens especificamente, não existem muitas possibilidades de diferenciação no produto em si. Sendo essa uma das principais fraquezas.

O tempo de presença da empresa no mercado pode gerar no início certa desconfiança por parte do consumidor, que poderá migrar para outros serviços.

A equipe reduzida no começo pode afetar a qualidade e a agilidade do serviço prestado, vide que poucos funcionários exercerão diversas atividades simultaneamente.

8.1.3. Oportunidades:

Figura 10 – Oportunidades

OPORTUNIDADES
Propaganda via marketing digital; Preço elevado para aquisição de uma mala no mercado; Novos produtos que podem ser ofertados; Novas tecnologias que podem ser ofertadas.

Fonte: próprios autores.

A propaganda por marketing digital será a principal forma de divulgar a marca e seus benefícios, através de redes sociais, *website* e outras plataformas.

Para o cliente adquirir uma mala ele precisa estar disposto a desembolsar um valor elevado em um produto que talvez seja usado esporadicamente. Desta forma, o aluguel de mala torna-se algo bem viável para o cliente e rentável para a empresa.

A empresa deve buscar novos produtos a se ofertar no mercado, assim como novas tecnologias como soluções para os clientes.

8.1.4. Ameaças:

Figura 11 – Ameaças

AMEAÇAS
Concorrentes já estabelecidos no mercado; Parcerias com agências de viagens; Infraestrutura logística para distribuição do serviço; Resistência dos consumidores ao novo modelo de compartilhamento.

Fonte: próprios autores.

Os concorrentes já estabelecidos no mercado possuem uma vantagem acima da Easy Bag, pelo fato de estarem atuando no mercado há algum tempo a mais e com alguns clientes fidelizados.

As parcerias com agências de viagens pode ser uma oportunidade para a empresa, mas também pode se tornar uma ameaça, caso as agências identifiquem que o serviço de aluguel é lucrativo. Mesmo assegurando essa relação através de contrato a empresa deve tomar cuidado.

A infraestrutura logística do país e os serviços de frete são outras ameaças para o negócio, pois precisamos realizar as entregas das malas e não temos tantas opções de empresas de frete consequentemente poucas formas de escoar os produtos a um preço acessível.

Por último, alguns clientes podem se sentir receosos em relação a qualidade do serviço prestado, como por exemplo: não ter uma mala de qualidade ou suja, criando assim uma barreira para a empresa.

8.2. Plano de Ação

Para a empresa iniciar sua operação será necessário: Alugar o local; comprar as malas, rastreadores, máquinas e equipamentos e móveis e utensílios; comprar um sistema de apoio; iniciar o processo de contratação e começar a divulgação do serviço.

Compra das malas, equipamentos e móveis e utensílios:

Utilizando os dados do ano 1 para início das atividades, serão realizadas as aquisições conforme a tabela abaixo:

Tabela 30 – Compras necessárias e custo.

Item	Quantidade	Custo Total
Mala Pequena	31	R\$ 5.586,21
Mala Média	466	R\$ 139.655,17
Mala Grande	253	R\$ 88.706,90
Rastreador	375	R\$ 127.500,00
Cadeado	750	R\$ 7.500,00
Notebooks	6	R\$ 18.000,00
Impressoras	1	R\$ 2.200,00
Cadeiras e mesas	x	R\$ 4.200,00
Prateleiras	x	R\$ 40.000,00

Com a compra dos itens citados, Easy Bag terá os equipamentos necessários para dar início à operação. O Diretor operacional Ficará responsável por todas as aquisições citadas.

Aquisição do sistema de apoio:

A aquisição do sistema de apoio será responsabilidade do Diretor Operacional e também do Diretor Administrativo. O Custo está estimado em torno de R\$ 30.000,00

Processo de contratação:

Novamente o Diretor Operacional e o Diretor Administrativo serão responsáveis por gerenciar o processo de recrutamento e seleção, com apoio de algumas empresas terceiras que prestam esse tipo de serviço no mercado.

Divulgação do serviço:

A equipe realizará todas as ações de marketing como: divulgação, contato com clientes, fidelização e divulgação nas redes sociais. Essa atividade será realizada durante todo período de operação da Easy Bag.

Com as aquisições e realizações dos pontos citados, a Easy Bag terá capacidade de dar início às suas atividades.

8.3. Considerações Finais Sobre o Negócio

Com o crescimento da economia compartilhada, o novo modelo de aluguel de malas passa a ser uma novidade no mercado.

Mesmo com a presença de concorrentes no mercado, a Easy Bag possui potencial para competir a altura e superar seus concorrentes, pois aposta no diferencial e na qualidade de seus produtos.

REFERÊNCIAS

PORTER, Michael E. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

COVEY, Stephen R. **O 8º hábito**: da eficácia à grandeza. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

.....
[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3d98ea3e4e49602196a85fd6951faac1/\\$File/7489.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3d98ea3e4e49602196a85fd6951faac1/$File/7489.pdf)

https://www.lelisambiental.com.br/website/servicos/seguranca-do-trabalho/Default.asp?gclid=EAlaIQobChMly83D8ZzH3gIVyQmRCh1C0wh3EAAYASAAEgL8jvD_BwE

<https://www.lovemondays.com.br/>

<https://www.guiadacarreira.com.br/profissao/guia-das-profissoes/>

APÊNDICES

ANEXOS

Concorrente A - Rent a Bag

O concorrente A (Rent a Bag) possui uma maior segmentação de produtos e tenta diversificar oferecendo malas para o transporte de garrafas de vinho.

Produtos: Malas *premium* (material rígido) nos tamanhos: pequeno, médio e grande comportando respectivamente 18 kg, 23 kg e 32 kg.

Preço cobrado:

- Mala pequena R\$ 115,00 a R\$ 150,00;
- Mala média R\$ 125,00 a R\$ 160,00;
- Mala grande: R\$ 135,00 a R\$ 170,00.

Período de locação: 5 a 30 dias.

Malas econômicas (material rígido, porém com logo da empresa) oferecidas somente nos tamanhos médio e grande suportando respectivamente 23 kg e 32 kg.

Preço cobrado:

- Mala Média: R\$ 65 + R\$2,50/dia de locação;
- Mala Grande: R\$ 75 + R\$2,50/dia de locação.

Período máximo de locação 30 dias.

Mala para transporte de vinhos com capacidade de 6 e 12 garrafas.

Preço cobrado:

- Para 6 garrafas: R\$ 170,00 a R\$ 200,00;
- Para 12 garrafas: R\$ 250,00 a R\$ 280,00;

Período de locação: 15 a 30 dias.

Condições de pagamento: Transferência bancária, Paypal, PagSeguro UOL, pagamento na entrega e cartão de crédito.

No momento da entrega da mala é efetuado um bloqueio no cartão de crédito no valor de R\$ 400,00 por mala alugada, a título de garantia do contrato de locação caso a mala não seja devolvida ou danificada de tal forma que tenha que ser inutilizada. O cancelamento do bloqueio ocorrerá na devolução.

Atendimento: A empresa apresenta quatro formas de atendimento e relacionamento com o cliente, que são: telefone, e-mail, WhatsApp e chat on-line.

Serviços disponibilizados: Além do aluguel de malas a empresa oferece para seus clientes alguns serviços e soluções como: cadeado TSA, mala higienizada, seguro contra avarias em rodas, puxadores, zíperes, cadeados, riscos e arranhões, entregam em casa com data e hora marcada sem custo adicional.

Localização: Possuem atividades nos estados de São Paulo, Bahia, Espírito Santo, Paraná, Piauí, Santa Catarina e Rio de Janeiro.

Concorrente B – GetMalas

O Concorrente B (Get Malas) busca atender todos os clientes com o mesmo tipo de mala e serviços semelhantes ao seu concorrente.

Produtos: Oferece malas de material rígido nos tamanhos: pequeno, médio e grande que comportam respectivamente: 10 kg, 23 kg e 32 kg.

Preço cobrado:

- Mala pequena: R\$ 66,00 a R\$ 128,00
- Mala média: R\$ 81,00 a R\$ 157,50
- Mala grande: R\$ 87,00 a R\$ 169,00

Período de locação: 7 a 45 dias

Condições de pagamento: cartões de crédito (crédito à vista, sem parcelamento), boleto bancário e recebimento em dinheiro (pago na retirada do produto).

Não exigem garantia caução e não fazem nenhum bloqueio de valor no cartão de crédito. As responsabilidades e implicações legais da relação de consumo são

estabelecidas através de um contrato de prestação de serviço, aceito pelo cliente no momento da contratação.

Atendimento: A empresa apresenta três formas de atendimento e relacionamento com o cliente, que são: telefone, ajuda via WhatsApp e e-mail.

Serviços disponibilizados: Os serviços e soluções são semelhantes aos oferecidos pelo concorrente A, como malas higienizadas e cadeado TSA, diferenciando pela possibilidade de escolher a cor da mala e de retirar a mala em um local. O agendamento para entrega em domicílio possui custo adicional.

Também, em casos de danos e rachaduras no aeroporto, a GetMalas resolve diretamente com a empresa que transportava a bagagem e não cobra nenhum valor extra ao cliente.

Localização: Possuem atividades nos estados de Brasília, São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Manaus, Rio Grande do Norte e Paraíba.

ÍNDICE