

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA – FACER

ANDRÉ LUIS AZEVEDO DA SILVA

**LOJA D’KRAQUE LTDA
“A LOJA DO ATLETA”
MATERIAIS ESPORTIVOS EM GERAL**

**RUBIATABA – GO
2008**

ANDRÉ LUIS AZEVEDO DA SILVA

PLANO DE NEGÓCIO
LOJA D’KRAQUE
“A LOJA DO ATLETA”
MATERIAIS ESPORTIVOS EM GERAL

Plano de Negócio apresentado à Faculdade de Ciências de Educação de Rubiataba - FACER, como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Administração de Empresas sobre orientação do Prof^º Elton Adenauer Von-Grapp de Oliveira.

RUBIATABA – GO

2008

FICHA CATALOGRÁFICA

Silva, André Luis Azevedo da

Plano de Negócio: Loja D’Kraque Ltda “A Loja Do Atleta” Materiais Esportivos Em Geral / Anré Luis Azevedo da Silva – Rubiataba - GO: FACER- Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba, 2008.

78f.

Orientador: Elton Adenauer Von-Grapp de Oliveira (Especialista)

Plano de Negócio (Graduação) FACER- Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba. Curso de Graduação em Administração de Empresas

Bibliografia.

1. Atendimento ao cliente. 2. Satisfação do cliente 3. Qualidade: Centro de Saúde I. FACER- Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba. Curso de Graduação em Administração de Empresas. II. Título.

CDU658.818(817.3)

Elaborada pela biblioteconomista Célia Romano do Amaral Mariano – CRB/1-1528

FOLHA DE APROVAÇÃO

ANDRÉ LUIS AZEVEDO DA SILVA

**PLANO DE NEGÓCIO - LOJA D’KRAQUE LTDA “A LOJA DO ATLETA”
MATERIAIS ESPORTIVOS EM GERAL**

Comissão julgadora do plano de negócio, para obtenção do grau de graduado pela
Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER.

ORIENTADOR: -----

Professor Elton Adenauer Von-Grapp de Oliveira

Especialista em Administração

2º Examinador:-----

3º Examinador:-----

Dedico primeiramente a Deus, por sempre iluminar o meu caminho me mostrando onde devo andar, e quais os caminhos que devo seguir e também a minha família, que muito me apoiou, ajudando –me nas horas difíceis, incentivando o que sempre um grande homem deve fazer na sua vida e a Naiara Roberta Sobrinho pessoa maravilhosa que eu amo muito, a qual sempre esteve ao meu lado me ajudando e apoiando na minha caminhada e aos meus amigos que também sempre me ajudaram nessa minha grande conquista.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus que sempre me proporciona momentos inesquecíveis na minha vida mostrando-me o caminho que devo andar pra que tudo possa ocorrer conforme a sua vontade, e também a minha família e a todos meus familiares que me apoiaram muito na minha trajetória de vida, agradeço também a Naiara Roberta Sobrinho, minha grande amada, que me mostra que toda e qualquer força vem primeiramente de Deus, sem ele não somos nada, e aos meus amigos, colegas de sala e a todos os professores que contribuíram para que eu pudesse conseguir concluir com inteligência, a minha trajetória neste curso fantástico. Muito obrigado a todos e que Deus possa fortemente nos abençoar, iluminar e guiar os nossos caminhos com as Suas bênçãos que vem do céu para proteger as nossas vidas.

"Deleita-te no Senhor, e Ele te concederá o desejo do teu coração, entrega o teu caminho, confia Nele, por que tudo Ele fará."

"Posso todas as coisas Naquele que me fortalece."

Salmo 37 : 4 e 5

Filipenses 4 : 13

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 6.2 – Mapa das Cidades do Vale de São Patrício

Ilustração 6.3 - Gráfico sobre a prática de Esporte.

Ilustração 6.3.1 - Gráfico dos esportes mais praticados na Região.

Ilustração 6.4 - Gráfico sobre a Loja D’Kraque.

Ilustração 6.5 - Gráfico da localização da Loja D’Kraque.

Ilustração 6.6 - Gráfico do ponto de localização da Loja D’Kraque.

Ilustração 6.7 - Gráfico sobre sala de entretenimento da Loja D’Kraque.

Ilustração 6.8 - Gráfico sobre referência do produto da Loja D’Kraque.

Ilustração 6.9 - Gráfico sobre marcas dos produtos da Loja D’Kraque.

Ilustração 6.10 – Gráfico- marcas famosas ou com qualidade.

Ilustração 6.11 - Gráfico sobre os preços dos produtos da Loja D’Kraque.

Ilustração 6.12 - Gráfico sobre os preços dos produtos da Loja D’Kraque.

Ilustração 6.13 - Gráfico sobre os preços dos produtos da Loja D’Kraque.

Ilustração 6.14 - Gráfico referente à promoção da Loja D’Kraque.

Ilustração 6.15 - Gráfico referente à promoção da Loja D’Kraque.

Ilustração 6.16 - Gráfico referente a promoção da Loja D’Kraque.

Ilustração 6.17 - Gráfico referente á localização da Loja D’Kraque.

Ilustração 6.18 - Gráfico referente aos empreendedores da Loja D’Kraque.

LISTA DE TABELAS

Tabela n.º 01 – Numero de habitantes por sexo das Cidades do Vale do São Patrício.

Tabela n.º 02 – Investimento total da loja D’Kraque.

Tabela n.º 03 – Investimento fixo.

Tabela n.º 04 – Estoque inicial.

Tabela n.º 05 – Investimentos financeiros.

Tabela n.º 06 – Investimentos pré-operacionais.

Tabela n.º 07 – Os investimentos iniciais.

Tabela n.º 08 – Faturamento mensal.

Tabela n.º 09 – Custo de apuração dos produtos

Tabela n.º 10 – Encargo social simples nacional.

Tabela n.º 11 – Custo de mão-de-obra e encargos sociais.

Tabela n.º 12 – Pró-labore dos sócios e encargos sociais.

Tabela n.º 13 – Custo de depreciação.

Tabela n.º 14 – Estimativa dos custos fixos.

Tabela n.º 15 – Estimativa de despesas fixas.

Tabela n.º 16 – Estimativa de custos variáveis.

Tabela n.º 17 – Demonstrativo do resultado.

Tabela n.º 18 – Fluxo de caixa da loja D’Kraque.

Tabela n.º 19 – Cálculo dos juros sem financiamento.

Tabela n.º 20 – Simples nacional

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	
2	OBJETIVO	14
3	JUSTIFICATIVA	15
4	REFERENCIAL TEÓRICO	16
5	Sumário Executivo	25
5.1	Descrição do Negócio	25
5.2	Dados dos Empreendedores, Perfis e Atribuição	26
5.3	Dados do Empreendimento	27
5.3.1	Setor de Atividade	27
5.3.2	Forma Jurídica	27
5.3.3	Forma de Enquadramento	27
5.3.4	Capital Social	28
5.4	Missão	28
5.5	Visão	28
5.6	Metas	28
6	PLANO DE MARKETING	29
6.1	Descrição dos principais produtos	29
6.2	Estudo dos Clientes	30
6.2.1	Dados do IBGE e SEPLAN	31
6.2.2	Mapa do Vale de São Patrício	31
6.2.3	Cidades com número de população :	31
6.2.4	- Identificando as características dos clientes	32
6.2.5	Identificando os interesses e comportamentos dos clientes	33
6.2.6	Identificando onde está o cliente e o que o leva a comprar	33
6.3	Pesquisa de Mercado	34
6.3.1	Questionário	34
6.4	Estudo dos Concorrentes	44
6.5	Estudo dos Fornecedores	44
6.6	Estratégias Promocionais	46
6.7	Estrutura de Comercialização	47
7	PLANO OPERACIONAL	47
7.1	Localização do Negócio	47

7.2 Layout.....	49
7.2.1 Convenções.....	54
7.3 Capacidade Comercial.....	54
7.4 Necessidade Pessoal.....	54
8 PLANO FINANCEIRO	55
8.1 Estimativa do investimento total.....	55
8.2 Estimativas dos investimentos fixos	56
9 ESTIMATIVAS DOS INVESTIMENTOS FINANCEIROS	56
9.1 Estimativa do estoque inicial	56
9.2 Estimativa de capital de giro.....	62
9.3 Investimentos Financeiros	62
9.4 Estimativa dos investimentos pré-operacionais	62
9.5 Estimativa do investimento Total	62
9.6 Estimativa do faturamento mensal da Loja D’Kraque	63
9.7 Apuração do custo dos produtos vendidos	63
9.8 Estimativa dos custos de comercialização.....	64
9.9 Estimativa dos custos com mão-de-obra	64
9.10 Pró-labore e Encargos Sócios	64
9.11 Estimativa dos custos com depreciação	64
9.12 Estimativa dos custos fixos mensais e anuais	65
9.13 Despesas Fixas	65
9.14 Estimativa dos custos variáveis mensais e anuais.....	66
9.15 Demonstrativo de resultados do exercício	66
10 INDICADORES DE VIABILIDADE	66
10.1 Ponto de equilíbrio	66
10.2 Índice de Margem de Contribuição.....	67
10.3 Lucratividade	67
10.4 Rentabilidade	67
10.5 Payback (Prazo de retorno do investimento)	67
10.6 Fluxo de Caixa	69
10.7 Tabela do Cálculo de Reposição Juros sem Financiamento	70
10.8 Taxa Mínima de Atratividade do Projeto (TMA)	73
10.9 TIR	73
10.10 Valor Presente Líquido (VPL).....	74

10.11 Valor Presente Líquido (VPL) Descontado	74
11 CONCLUSÃO (AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO).....	75
12 ANEXO	76
12.1 Planilha do Simples Nacional – Comércio	76
12.2 Contrato Social.....	77
12.3 Contrato de Locação do Imóvel	79
13 APÊNDICE.....	83
13.1 Currículo Sócio 1	83
13.2 Currículo Sócio 2	83
14 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85

1 INTRODUÇÃO

A cada dia que se passam as empresas estão sendo surpreendidas pelas tecnologias existentes aos arredores, por isso que a competitividade entre as organizações está sendo crescente, assim como futuros administradores estarão relacionados a este ambiente de competitividade.

O plano de negócio é uma ferramenta que busca ajudar a fortalecer uma idéia, em um grande empreendimento de sucesso, pois as variáveis que compõem o plano de negócio são pertinentes e ajuda a fortalecer o projeto e planejamento do empreendimento.

O projeto da Loja D’Kraque torna-se um empreendimento de parte comercial, o qual irá trabalhar com atividade do comércio de materiais esportivos em geral. A sua pretensão é atender aproximadamente cerca de vinte cidades do Vale do São Patrício, onde a empresa terá a sua sede na Cidade de Ceres, á Avenida Bernardo Sayão, próxima a outras lojas de vários segmentos.

A Loja D’Kraque possui o projeto de viabilidade da empresa, onde detectou-se pontos positivos e negativos, dentro do contexto mercadológico. Dentro desse projeto constará toda análise de mercado, especificando toda projeção para a atuação da loja dentro da cidade. O empreendimento terá dois sócios, que foram os investidores do negócio, com um capital próprio. A responsabilidade de todo empreendimento é exclusivamente dos sócios, perante toda legitimidade que constará no contrato social da empresa.

Esse empreendimento é uma idéia oportuna de negócio, onde os sócios notaram a necessidade que a região e a cidade de Ceres têm com relação a compra de materiais esportivo, por isso veio o estudo desse plano de negócio, com intuito de ajudar a região a gerar mais rendimentos, e fazendo com que a sociedade não se locomova tanto para se ter algum produto que deseja, surgindo a oportunidade de se implantar a Loja D’kraque.

2 OBJETIVO

O objetivo do empreendimento é propor para a sociedade da região uma nova oportunidade de compra de produtos com um preço acessível a todos os consumidores e clientes, que gostam de praticar algum esporte, ou que seja um exercício físico para se manter saudável e com o bem estar tranquilo.

A Loja D’Kraque é um projeto de investimento que comercializará materiais esportivos em geral, buscando atingir os clientes que praticam esporte e também aqueles que têm vontade, mas nunca fizeram tanta questão por não ter nenhuma loja que ofereça uma ampla diversidade de produtos esportivos, por isso que o objetivo da loja é atender bem todos clientes fidelizando-os, para que possam se sentir satisfeitos com a Loja D’Kraque, pois assim os objetivos sempre serão alcançados e a loja obterá sucesso total no seu empreendimento.

3 JUSTIFICATIVA

O plano de negócio é uma idéia de como pode- se fazer um projeto, ou seja, um planejamento de uma oportunidade de negócio tornar viável dentro de todo um contexto de mercado.

Praticamente o plano de negócio da Loja D’Kraque surgiu quando os sócios notaram a carência na hora de compra, de artigo esportivo, por isso veio a idéia de criar um projeto de uma loja de artigos esportivos em geral. Basicamente a proposta desse empreendimento é levar conforto e comodidade para todas as pessoas da região que gostam de praticar exercícios.

É com esse intuito que o plano de negócio foi realizado, para verificar análise de um investimento dentro do ramo de atividade de artigos esportivos, e a proposta da Loja D’Kraque é fazer acontecer. Esse projeto possa se tornar uma realidade para toda sociedade da região, e assim foi elaborado o planejamento de toda a viabilidade de empreendimento da Loja D’Kraque.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

Plano de Negócio

No desenvolvimento do plano de negócio, segundo o autor, existem várias razões para justificar o desenvolvimento de um plano de negócios profissional e competente, não somente ao iniciar o negócio, que é um imperativo, mas também como uma boa prática de gestão no desenvolvimento da empresa, seja para revisar periodicamente o atual modelo de negócios, seja para projetos estratégicos específicos ou para estabelecer e avaliar as premissas fundamentais ao desenvolvimento do negócio. (BERNARDI, 2007, p. 1 - 14)

O autor mostra que para se ter um bom negócio, faz-se necessário obter um planejamento, ou seja, uma idéia de como se deve contextualizar o que se pretende ter como uma oportunidade de negócio, pois às vezes para se definir um contexto de um negócio, o importante não é só ter uma idéia e atividade, a qual se pretende trabalhar, mas precisará sim de planejar o que pretende estruturar como será a atividade da empresa, por isso sempre notará que muitas empresas não se sobressaem, justamente por não terem planejado melhor para obter o resultado esperado.

É relativamente simples perceber, ao levar em conta as complexidades empresariais, que o ciclo de vida de uma empresa e o tempo de sobrevivência está diretamente relacionado à capacidade do empreendimento de renovar-se a cada estágio e a cada momento evolutivo notadamente em suas competências; a vida e a continuidade do empreendimento são uma constante reflexão e reavaliação do modelo de negócio. A reavaliação e renovação constantes tornam-se possíveis, através da boa prática de gestão, o que inclui o desenvolvimento periódico de um plano de negócios preferencialmente em caráter preventivo, não somente quando o modelo de negócios apresenta sinais de esgotamento. (BERNARDI, 2007, p. 1 - 14).

Praticamente o que se pode ver é que ao realizar um plano de negócio a sua complexidade está na sua elaboração e planejamento de como pode gerir esse negócio, mas é bom ressaltar que o desenvolvimento do plano de negócio tem que se especificar através de seus estágios, ou seja, quanto ao seu melhoramento a cada tempo, por isso, que sempre verá a dificuldade de ter inúmeras empresas de vários tipos de segmento, por que, na maioria das visões, as pessoas que querem se tornar empreendedoras não observam que para se obter um grande resultado da sua idéia, precisaram montar um

projeto e contextualizar o mesmo, além de planejar tudo o que pretende relacionar para que seu negócio se torne um sucesso na realidade. Por que assim o seu planejamento não demonstrará sinais de fraqueza ou esgotamento, na sua realização e dinâmica de todo o projeto de viabilidade da empresa.

O autor fala que modelos de negócios são representações hipotéticas de um sistema, e seu desempenho está relacionado a variáveis controláveis, uma rede de interações e inter-relações em estado dinâmico e numa simbiose. À medida que se modela um sistema, a concepção do modelo e o processo de desenvolvimento fazem com que o experimentador se torne autoconsciente, numa integração de atitudes, de conceitos e de valores que influenciam o entendimento, o planejamento, a ação e a reação dos elementos do sistema. Ao modelar e estruturar uma empresa, o resultado está diretamente relacionado aos objetivos, à composição do sistema e a visão que se tem do papel da empresa no sistema macro, bem como nos valores incorporados. A concepção de um modelo empresarial é determinada basicamente por dois propósitos: competitivo-egocêntrico ou sistêmico-holístico. (BERNARDI, 2007, p. 25 - 47).

Segundo o mencionado autor, a concepção de um negócio se encontra na relação de como pode estar representado o objetivo da empresa. É neste intuito que o autor diz que todo o papel da empresa é direcionar a sua pretensão aos clientes, para que a visão esteja sempre clara e objetiva.

O autor determina que para se tenha uma visão de um modelo empresarial mais determinado, precisa-se de dois propósitos: o primeiro, o propósito competitivo-egocêntrico e o segundo, sistêmico-holístico.

No propósito competitivo-egocêntrico, o modelo é desenhado de forma a determinar o controle das variáveis, para obtenção da melhor previsão de comportamento e de resultados, tirando o máximo proveito do sistema. (BERNARDI, 2007, p. 25 - 47).

O propósito competitivo-egocêntrico, o autor revela que em toda parte do sistema, ou seja, do planejamento do plano de negócio, precisará sempre relacionar bem a variáveis do sistema, à medida em que o negócio possa obter melhores resultados, para que assim o negócio possa ser viável para o seu investimento.

No propósito sistêmico-holístico, observando-se as interações e as inter-relações, a partir de uma noção de equilíbrio, harmonia e interdependência, buscam-se um modelo em que haja resultados favoráveis ao sistema de forma global. Nos dois modelos, busca-se o

lucro, mas, enquanto no primeiro o lucro é um fim, no segundo o lucro é um meio, dependente do desempenho sistêmico da empresa. Uma empresa pode perfeitamente ser eficiente, ter um desempenho ótimo, ser saudável e manter o sistema saudável. (BERNARDI, 2007, p. 25 - 47).

O propósito sistêmico-holístico segundo Bernardi, busca a relação entre o ponto de equilíbrio, encontrando um resultado em todo sistema global da empresa, pois neste sistema a sua preocupação é com a hegemonia e harmonia de um todo. Seu pensamento para que todo o modelo seja sempre favorável e viável para empresa, o mesmo precisará estar saudável e perfeitamente eficiente para empresa.

Praticamente estes são alguns exemplos de modelos, mas dentro do contexto de plano de negócio, a viabilidade de toda estrutura do plano, contem vários modelos de verificação do plano. É que basicamente para se gerir um negócio precisa de varias ferramentas do composto empresarial trabalhando juntas, por isso faz se necessário sempre à tentativa de está buscando melhores resultados através de estudos e modelos de buscar mais condições de que o negócio passa se tornar uma oportunidade. (BERNARDI, 2007, p. 25 - 47).

Na contextualização do autor, para se ter um bom negócio é preciso saber relacionar os modelos de verificação de um plano de negócio; pois existem inúmeros modelos e formas de exemplificar um planejamento de um negócio, mas o importante, segundo o autor, são que as variáveis do sistema global do plano de negócio precisam estar em sintonia, ou seja, trabalhando juntas para alcançarem melhores resultados para a empresa, tornando assim, uma oportunidade de negócio em um empreendimento de sucesso.

A finalidade da estruturação do plano de negócio diz que nem a própria condição do contexto competitivo e empresarial atual não permite amadorismos na gestão, nem nas idéias de um negócio, por melhores que sejam, sem uma avaliação de consistência, o que se supre com um plano de negócios bem fundamentado, elaborado, estruturado, factível e viável. Porque há várias situações e interessados para os quais um plano de negócios deve ser desenvolvido, pois a empresa está inserida numa rede de relacionamentos e a todos os participantes interessam o sucesso da empresa ou do empreendimento em questão. (BERNARDI, 2007, p. 109 - 130).

A característica que o autor refere, é que um verdadeiro plano de negócio precisa possuir uma finalidade, ou seja, precisa ter uma ferramenta que se contextualiza como estruturação, pois na questão da finalidade de um plano é sempre importante obter

resultados positivos os quais identificam como objetivo concluído. Por isso notadamente é imperdoável amadorismo no plano de negócio, porque o seu desenvolvimento está ligado a um todo, onde existem várias situações que são consideradas partes importante para o empreendimento, para que o seu resultado final seja viável para o sucesso.

Segundo o autor, os interessados no plano de negócio estão focados primeiramente na lógica do modelo, na consistência, na viabilidade econômica financeira, nos riscos e nas condições de sustentabilidade do negócio, o que inclui questões sociais e ambientais. Por que existe toda uma estrutura a se seguir, pois talvez essa estrutura mal identificada e conseqüentemente distribuída de forma errônea pode conter alguns prejuízos e correr o risco de não ter nenhuma viabilidade analisada pelos órgãos financeiros e parceiros do plano de negócio. (BERNARDI, 2007, p. 171 - 183).

Praticamente um plano de negócio pode estar sujeito a erros, mas que primeiramente o plano de negócio precisa estar estruturado, com uma idéia finalizada e um modelo pronto para que toda estrutura esteja focada no que realmente se pretende obter através do plano de negócio. É que para identificar um plano de negócio, ele precisa estar bem apresentado e distribuído, pois só assim poderá acontecer um resultado eficiente, para que todos possam ver a viabilidade do plano de negócio.

Empreendedor

O Empreendedor, ele não é somente um fundador de novas empresas ou o construtor de novos negócios, ele é quem fareja as oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam. O empreendedor é a pessoa que inicia e opera um negócio para realizar uma idéia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente. Essa definição envolve não apenas os fundadores de empresas, mas os membros da segunda e terceira geração de empresas familiares e os gerentes-proprietários, que compram empresas já existentes de seus fundadores. Mas o espírito empreendedor está também presente em todas as pessoas que, mesmo sem fundarem uma empresa ou iniciarem seus próprios negócios, estão preocupadas e focalizadas em assumir riscos e inovar continuamente. (CHIAVENATO, 2004, p. 3 - 4).

Segundo o autor o empreendedor possui uma característica própria, mas o seu intuito é fazer que uma idéia possa se tornar uma oportunidade de negócio, pois o empreendedor assume situações diversas dentro de um plano de negócio. Por isso que o empreendedor tem uma grande função que é fazer o negócio ter sucesso. A grande

diferença, diz o autor, é que o empreendedor pode nascer com o espírito de fazer uma oportunidade se tornar um grande negócio, mas também a pessoa ou ser humano pode adquirir o conhecimento através de grandes técnicas e estudo para ser um grande empreendedor de sucesso.

Na verdade o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades, transforma idéias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. O empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma idéia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado. (CHIAVENATO, 2004, p. 5).

Para o autor, o grande empreendedor possui uma capacidade irrevogável de lidar com qualquer tipo de situação, pois a sua compreensão demonstra um diferencial bastante invejável, conseguindo perceber através de sua imaginação e perseverança que uma simples idéia pode se tornar uma grande oportunidade de negócio.

Joseph Schumpeter opud Chavenato (2004, p. 5) amplia o conceito dizendo que : “O empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias.” Para ele, o empreendedor é a essência da inovação no mundo, tornando obsoletas as antigas maneiras de fazer negócios.

Segundo o autor, Joseph Schumpeter, o empreendedor é uma pessoa que busca sempre demonstrar novas saídas para o mercado, pois a sua essência é fazer com que novas idéias, e novas oportunidades possam constituir grandes empresas dentro do mercado. O autor define um empreendedor como um grande inovador, conseguindo transformar as diversas situações de mercado em uma nova geração de tecnologia, buscando sempre atingir o melhor para alcançar novos horizontes desse mercado tão dinâmico.

O empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva a criação de negócios de sucesso. (DORNELAS, 2005, p. 39).

Dornelas enfatiza que o empreendedorismo é uma chave que envolve a transformação de uma idéia em uma grande oportunidade, pois é através dessa maneira de realizar e contextualizar uma perfeita oportunidade em um negócio de sucesso, que

o autor diz que a perfeita implementação de uma idéia, pode se tornar um grande negócio de sucesso.

Kirzner (1973) opud Dornelas (2005, p. 39), mostra uma abordagem diferente, para ele o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente. Ambos, porém são enfáticos em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um individuo curioso e atento às informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

Segundo Kirzner um grande empreendedor é uma pessoa que busca associar uma situação de equilíbrio, pois ele consegue perceber situações claras e objetivas de como se encontra um ambiente, ainda é um exímio identificador de oportunidades. Para o autor, o empreendedor ainda é um consumidor de informações, pois consegue enxergar tudo ao seu redor melhorando a cada dia seu conhecimento, atingindo um grande nível de entendimento perante uma oportunidade de negócio.

Schmpeter opud Dornelas (2005, p. 39 – 40), o empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes; ou seja, é possível ser empreendedor dentro de empresas já constituídas. Neste caso, o termo que se aplica é o empreendedorismo corporativo, no entanto, este livro destina-se principalmente aqueles interessados em criar novos negócios de sucesso, visando à diminuição da mortalidade das pequenas empresas brasileiras e buscando contribuir para a consolidação do espírito empreendedor dos brasileiros.

Para o autor, o empreendedor não é somente um criador de novos negócios, ele também é um remodelador de alguma proposta de negócio que não está dando certo, ou seja, que o verdadeiro empreendedor também consegue dinamizar outro negócio que já esteja elaborado, pois a sua identificação com o negócio é constante e dinâmica. Esse termo remodelar um negócio já existente possui o nome de empreendedorismo corporativo, que significa uma apresentação de um empreendimento que está construído, mas que precisa recuperar. Por isso, o autor refere que o empreendedor possui grande capacidade de conseguir dinamizar um negócio.

O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Numa definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

- Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.

- Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive.

- Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar. (DORNELAS, 2005, p. 39 - 40).

Segundo autor, o empreendedor possui grandes características, pois consegue observar onde existe uma oportunidade de negócio, mesmo sabendo que, por sua vez isso pode conter riscos, mas numa definição própria do autor sobre o contexto de empreendedorismo, ele revela que um grande empreendedor precisa ter inúmeros aspectos para se dizer sou um empreendedor. Mas um grande empreendedor precisa ter paixão pelo que faz e está preparado para assumir riscos e ter consciência que pode fracassar, este sim, é considerado por Dornelas o grande empreendedor.

Empreendedorismo

O empreendedorismo pode ser ensinado. Até alguns anos atrás, acreditava-se que o empreendedor era inato, que nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso nos negócios. Pessoas sem essas características eram desencorajadas a empreender. Como já se viu isto é um mito. Hoje em dia, esse discurso mudou e, cada vez mais, acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia de seu empreendimento. (DORNELAS, 2005, p. 40 - 41).

O autor revela que o empreendedorismo pode ser ensinado, não existe mais esse preconceito de que todo empreendedor nasce com essas características, é por isso que ele demonstra que para administrar nos dias de hoje, a pessoa pode ser ensinada, basta ter competência e dedicação em poder adquirir as características do empreendedor. É isso que faz a diferença para se ter um empreendimento de sucesso nesse grande mercado que vive o mundo de hoje.

Os empreendedores inatos continuam existindo, e continuam sendo referências de sucesso, mas muitos outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras. Isso não garante que apenas pelo ensino do empreendedorismo serão gerados novos mitos como Bill Gates, Silvio Santos e outros. No entanto, com certeza o ensino de empreendedorismo ajudará na formação de melhores empresários, melhores empresas e na maior geração de riqueza ao país. (DORNELAS, 2005, p. 40 - 41).

A perspectiva de que os empreendedores nascem com características para o empreendedorismo ainda são evidentes, na verdade eles continuam sendo grandes empresários de sucesso, mas isso não impede de capacitar pessoas para que se torne grande empresário de sucesso. Pois é assim que Dornelas prevê que o ensino do empreendedorismo trará grandes riquezas para o país. Na verdade uma pessoa bem instruída dentro do mercado, provavelmente conseguirá trazer melhores rendimentos para seu empreendimento. Por isso que é irrelevante prever algo que na verdade pode ser ensinado a qualquer pessoa que esteja com vontade de aprender.

Empreendimento

Segundo o autor, a importância do plano de negócio é a principal razão, é que um bom plano aumenta significativamente as chances de sucesso de um novo negócio, ainda ele representa uma oportunidade única para o futuro empreendedor pensar e analisar todas as facetas do novo negócio, antes da elaboração de um novo empreendimento. (DEGEN, 1989, p. 177 - 178).

O plano de negócio é a principal ferramenta para se ter um bom projeto de viabilidade de um empreendimento, pois contextualizar, planejar e definir do que seu projeto pressupõe para o mercado dentro da realidade de seu segmento de trabalho, ou seja, a sua atividade de comércio, da sua empresa. É nesse sentido que todas as idéias e oportunidades bem estruturadas dentro de um plano de negócio, seguindo estratégias, planejamento e objetivos possui uma grande chance de ser um empreendimento de sucesso dentro do mercado brasileiro.

Empreendedor

Segundo o autor, o empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro. O empreendedor é alguém que acredita que pode colocar a sorte ao seu favor, por entender que ela é produto do trabalho duro. Um dos principais atributos do empreendedor é identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-las em negócio lucrativo. Não é indispensável que ele possua os meios necessários à criação de sua empresa. Mas deve ser capaz de atrair tais recursos, demonstrando o valor do seu projeto e comprovando que tem condições de torná-lo realidade. (DOLABELA, 1999, p. 43 - 45).

O empreendedor é uma pessoa que possui uma característica dinâmica, pois ele precisa saber lidar com grandes situações adversas dentro do empreendedorismo, além

de contar sempre com a sorte, para poder enfrentar todos os obstáculos sabendo que, muitas vezes, seu negócio pode ou não dar certo. Porém é isso que faz o empreendedor, um empresário de sucesso aprendendo a lidar com todas essas situações. É por isso que Dolabela (1999), diz que o empreendedor tem a sorte como um instrumento de trabalho, na verdade ele sabe fazer uma oportunidade virar um grande negócio lucrativo, e é assim que se define um grande empreendedor de sucesso no mercado brasileiro.

5 SUMARIO EXECUTIVO

5.1 Descrição do Negócio

A Loja D’Kraque Ltda “A Loja do Atleta” – Materiais Esportivos em Geral, atuará na área do comércio, no setor de esporte, a qual oferecerá o melhor em materiais esportivos em todas as modalidades. A Loja D’Kraque comercializará toda linha de materiais esportivos, com várias marcas e em diferentes tipos de equipamentos e acessórios para prática do esporte.

Os principais produtos e serviços da Loja D’Kraque, serão os calçados em todas as modalidades mais praticadas na região, também todos os equipamentos e acessórios para uniforme do atleta. Pois o público alvo, que irá buscar abranger é o público infantil, como também um público mais adolescente e inclusive o adulto, porque existe a necessidade em atingir toda faixa etária, principalmente priorizando a pratica do esporte entre a população da região, para que possa agradar também todo tipo de classe, mas levando em consideração mais a classe média encontrada na região com um maior numero de pessoas, mas claro também a Loja D’Kraque terá linha para classe alta e classe baixa, sem desmerecer nenhum tipo de cliente.

Os produtos da Loja D’Kraque estarão relacionados com todo tipo de modalidade praticada na região, mas irá trabalhar com alguns produtos mais comercializados e as marcas mais procuradas dentro de todo o contexto esportista, pois será na parte das modalidades de futebol de campo, futsal, vôlei, handebol e ciclismo, porque são esses produtos que serão mais vendidos dentro da loja. Por isso eles se tornam referência, buscando atingir o sucesso da Loja D’Kraque.

A Loja D’Kraque estará localizada na Cidade de Ceres – GO, precisamente com sede á Avenida Bernardo Sayão, sem número, setor centro, num ponto estratégico onde se encontram muitas lojas atuando em outros segmentos. Ainda a Loja D’Kraque vai atuar pelo vale do São Patrício tentando abranger aproximadamente 20 (vinte) Cidades da região, para que a Loja D’kraque possa futuramente ser uma loja de referência em materiais esportivos.

O Capital a ser investido na Loja D’Kraque será no valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), os quais serão aplicados em todo o projeto interno e externo da loja de materiais esportivos em geral, podendo assim realizar todo processo do empreendimento com muito sucesso. Esse capital é exclusivamente de obrigação dos sócios, que pagarão esse capital de forma integralizada, para que seja feito todo o processo de viabilidade e conclusão do projeto.

Para que o empreendimento se torne viável e com boa aceitação no mercado do comércio, será de extrema importância que a condição de vida da Loja D’Kraque, o seu faturamento mensal precisa ser lucrativo para que não haja dificuldade em suprir as necessidades da empresa, para que assim o lucro seja de aproximadamente 12% do valor montante, pois ainda haverá uma retirada de pró-labore. Será feito um plano financeiro o qual irá dizer que a partir de quando será atribuída essa retirada, pois será preciso recuperar o investimento inicial, para que futuramente não haja risco de que o negócio não seja viável, só assim poderá verificar quando o valor investido possa ser recuperado dentro de um tempo de variação de 02 (dois) anos a 03 (três) anos, considerando assim um rendimento favorável para que o negócio siga em frente ao seu investimento.

5.2 Dados dos Empreendedores, Perfis e Atribuição

A Loja D’Kraque Ltda é uma loja de materiais esportivos em geral, seus representantes, ou melhor dizendo, seus sócios são:

O primeiro sócio é o Senhor André Luis Azevedo da Silva, brasileiro, solteiro, residente e domiciliado na Cidade de Ceres, Estado de Goiás. É estudante do curso de Administração de empresas, já trabalhou em rede de supermercado, atuou como secretário no Instituto de Previdência e Assistência dos Servidores de Ceres, atualmente é funcionário público na área da gerência do departamento de Contratos da Prefeitura Municipal de Ceres, possui vários cursos profissionalizantes e prática esporte pensando sempre no bem estar.

O segundo sócio é o Senhor Alan da Silva Sobrinho, brasileiro, solteiro, residente e domiciliado na Cidade de Ceres, Estado de Goiás, possui o segundo grau

completo, trabalha atualmente como gerente da Auto Mecânica Del Rey, e gosta muito de praticar esportes, porque vê a necessidade de preservar a saúde, através do bem estar físico.

5.3 Dados do Empreendimento

O empreendimento é uma loja de materiais e artigos esportivos em geral, a qual trabalhará em todas as modalidades esportivas demonstrando os modelos de acessórios no esporte em equipe e individual, onde acrescentará todas as unidades endereçadas a todos os esportes, principalmente naqueles esportes e modalidades mais praticadas na região, para obter melhor distribuição e satisfação do cliente que deseja adquirir os materiais da loja D’Kraque.

A razão social que representará como o nome: Loja D’Kraque Ltda, que girará com denominação inscrita no CNPJ sob n.º 01.028.011/0001-33, representado pelo endereço situado á Avenida Bernardo Sayão, sem numero, setor centro, na Cidade de Ceres-GO, Cep 76.300-000.

O nome fantasia será: Loja D’Kraque – A Loja do Atleta, que corresponde diretamente ao ramo de atividade de negócio do empreendimento.

5.3.1 Setor de Atividade

A empresa será de atividade comercial, onde comercializará a mercadoria diretamente com o cliente, basicamente como oferta dos produtos diretos com consumidor final, onde ali terá a diversificação entre a sua atividade de negócio.

5.3.2 Forma Jurídica

Loja D’Kraque Ltda possui como forma a sociedade limitada, por possuir uma atividade de bens e serviços diretamente ao consumidor e que também não exige um faturamento anual estrondoso para uma empresa de pequeno porte, tornando uma sociedade simples.

5.3.3 Forma de Enquadramento

O enquadramento da Loja D’Kraque Ltda, é o modelo simples nacional, por ser uma empresa de comércio e com produtos que normalmente não estão retidos a

qualquer tributação, além de que seu faturamento estimado enquadra nesse regime de tributação.

5.3.4 Capital Social

O Capital Social da Loja D’Kraque Ltda, é dividido entre os sócios que serão representados:

Nome dos Sócios	Valor	(%)	Integralizado
1º André	60.000,00	60%	60.000,00
2º Alan	40.000,00	40%	40.000,00

Este capital social é para formalizar o negócio, e o tornar uma oportunidade de um bom empreendimento para o ramo da atividade esportiva na região do Vale do São Patrício e inclusive na Cidade de Ceres.

5.4 Missão

Proporcionar conforto, qualidade e satisfação, buscando sempre harmonia para os clientes, com produtos excelentes e com preço bem acessível, e com um grande diferencial, um ótimo atendimento, se tornando uma grande empresa em materiais esportivos na região e no mercado esportista.

5.5 Visão

Ser referência em qualidades de produtos esportivos na cidade de Ceres e região, fazendo com que a Loja D’Kraque seja mais do que uma grande empresa, mas uma referência para os esportistas.

5.6 Metas

Atingir um grau suficiente para que as pessoas e a sociedade vejam que a Loja D’Kraque é a melhor em artigos esportivos da região e que tem os melhores preços, além de buscar mostrar para a sociedade que praticar esporte é vida. E assim que as pessoas, sentirão á vontade para comprar na loja, sabendo que a sua meta é fazer com que as pessoas se sintam satisfeitas com os objetivos e propostos da Loja D’Kraque.

6 PLANO DE MARKETING

A Loja D’Kraque buscará definir formas para conquistar seus clientes de todo o tipo de segmento. Basicamente irá buscar quais são os clientes que mais necessitam do produto da loja D’Kraque, inclusive saber quais são os clientes que mais procuram materiais esportivos: podem ser clientes infantis, adolescentes e adultos. Mas além desta prerrogativa de saber qual o tipo de cliente que possa adquirir o produto, ainda irá identificar quais tipos de esporte que eles mais praticam para saber se ainda há uma grande ascensão de alguns produtos principais, os quais a loja D’Kraque pretende dar maior preferência.

Os produtos da loja D’Kraque serão de boa qualidade, pois além de notar-se o interesse do cliente em adquirir o produto, pensa-se também no seu conforto e prazer. Por isso irá mencionar algumas marcas mais requisitadas pelos clientes, mas que estarão sempre acessíveis em termos de custo para que o consumidor não possa se preocupar com o preço do produto, mas sim com a qualidade que envolverá o produto da loja D’Kraque.

6.1 Descrição dos principais produtos

A Loja D’Kraque irá trabalhar com vários modelos de produtos, pois verá a necessidade de conter na loja todos os tipos de produtos e todos os tipos de modelos na linha de materiais esportivos, inclusive na área de esportes mais praticados pela sociedade em geral.

Mas além de toda essa linha de materiais esportivos, a Loja D’Kraque não deixará de trabalhar com calçados sociais e camisetas que são as mercadorias mais consumidas, ou seja, o traje social, como alguns tipos de tênis e camisetas com manga e regata, para todos os tipos de clientes da Loja D’Kraque.

Os principais produtos da linha da Loja D’Kraque, serão os calçados esportivos em todas as modalidades esportivas e também camisetas de times de futebol, tanto originais como também de segunda linha, irá ter também alguns acessórios na área de futebol de campo, futsal, handebol, vôlei, tênis de mesa, basquete e entre outras

modalidades em geral, o que significa que a loja irá trabalhar com todo o tipo de material que tem em concepção para o atleta na atualidade.

Todos os produtos da Loja D’Kraque terão marcas diferentes, por que cada marca se discrimina um tipo de preço na hora da compra. Para que o consumidor e cliente da Loja D’Kraque estejam sempre satisfeitos com os produtos, ele terá desde as marcas mais tradicionais, até as marcas menos conhecida do mercado esportista.

6.2 Estudo dos Clientes

O cliente da Loja D’Kraque será no geral, toda aquela pessoa que possua um cadastro na loja, o qual precisará ser maior de idade e com renda fixa, para ter melhor identificação deste cliente. Mas ainda não haverá nenhuma restrição com relação à classe social, por que precisará sempre de atender todos consumidores e clientes que queiram adquirir um produto e que pretenderão fazer parte do cadastro da Loja D’Kraque.

Os clientes que irás alcançar não estão somente em Ceres, mas está em todo Vale do São Patrício em aproximadamente 20 (vinte) cidades da região. Por isso buscando alguns dados teremos certo nível de população em todo esse contexto. Assim, não terá exatamente um percentual bem definido, e conseqüentemente também não haverá grandes condições e nem tempo de estar indo a todas as Cidades para buscar um índice específico de população, mas de acordo com a tabela a seguir, a pesquisa de mercado, que irá levantar segundo alguns órgãos do governo, um percentual que possa ser acessível ao volume original do número de cidadãos que nos cercam. No entanto, não haverá restrições quanto os clientes. Pretenderá atingir todos os tipos e todas as classes sociais, por isso não buscará números de renda. Entender-se-á que terá produtos a todo consumidor e cliente que visitará e fará parte da família da Loja D’Kraque.

Os clientes que a Loja D’Kraque buscará encontrar para fazer parte do empreendimento, são os clientes que têm interesse em artigos esportivos, ou seja, que possa ser ou não um atleta, que seja um cidadão qualquer, pois não existirá restrição a todo e qualquer tipo de cliente. Desta forma que a Loja D’Kraque buscará sempre

definir suas estratégias para que todo o cliente saia satisfeito na hora que realizar sua compra na Loja D’Kraque.

6.2.1 Dados do IBGE e SEPLAN

Segundo alguns dados do IBGE (2000), o Vale do São Patrício possui 22 (vinte e duas) cidade que o compõem. A Loja D’Kraque pretende atuar em todo vale do são patrício, abrangendo aproximadamente umas 20 (vinte) cidades da região, até por que não existe nenhuma loja especializada em artigos esportivos em geral.

Buscará através destas cidades segundo estatística do IBGE (2000), um mapa para dizer em que posição estará. Como o endereço está na cidade de Ceres, a posição encontra-se no centro do Vale de São Patrício. Terá um mapa com as cidades e especificações sobre o numero de habitantes de ambos os sexos, com base do ano de 2000 a cima. Veja o mapa e suas especificações:

6.2.2 Mapa do Vale de São Patrício



Ilustração n.º 6.2 – Mapa das Cidades do Vale do São Patrício.

6.2.3 Cidades com numero de população :

Tabela n.º 01 – Numero de habitantes por sexo das Cidades do Vale do São Patrício.

Id.	Cidade	N.º de Hab. Sexo Masculino	N.º de Hab. Sexo Feminino	Total de Habitantes

1	Barro Alto	3.3.147	3.104	6.251
2	Carmo do Rio Verde	4.060	3.881	7.941
3	Ceres	11.082	11.127	22.209
4	Goianésia	24.610	24.550	49.160
5	Guarinos	1.493	1.351	2.844
6	Guaraita	1.444	1.350	2.794
7	Hidrolina	2.331	2.217	4.548
8	Ipiranga de Goiás	1.347	1.456	2.803
9	Itapaci	7.058	6.873	13.931
10	Itapuranga	13.387	13.353	26.740
11	Morro Agudo	1.266	1.223	2.489
12	Nova América	1.154	1.031	2.185
13	Nova Glória	4.472	4.472	8.944
14	Pilar de Goiás	1.809	1.530	3.339
15	Rialma	4.990	5.220	10.210
16	Rianópolis	2.222	2.142	4.364
17	Rubiataba	9.002	9.085	18.087
18	Santa Isabel	1.881	1.711	3.592
19	Santa Rita Novo Destino	1.623	1.402	3.025
20	São Luiz do Norte	2.121	1.968	4.089
21	São Patrício	940	895	1.835
22	Uruana	6.992	6.946	13.938

Fonte de Pesquisa : IBGE (2000) acima e Site do Seplan – Superintendência de Estatística, Pesquisa e Informação : www.seplan.go.gov.br/seplin.

A Loja D’Kraque terá que buscar os clientes, abrangendo aproximadamente 20 (vinte) cidades do Vale do São Patrício, as quais estão identificadas acima na Tabela n.º 01, mas ainda irá identificar outros clientes. Por isso há sempre novas possibilidades de pesquisa para se alcançar o público alvo e selecionar a base de clientes que a Loja D’Kraque pretende buscar para suprir todas necessidades em artigos esportivos em geral.

6.2.4 - Identificando as características dos clientes

Os consumidores e clientes da Loja D’Kraque no geral serão mais pessoa física, mas nunca descartando a possibilidade de se manter alguns clientes de

característica jurídica também. No entanto, pretenderá trabalhar com produtos que compartilhe com pessoas da idade de 07 (sete) anos acima e com clientes distintos sem nenhuma restrição sobre pretensão de classe, por que terá produtos distintos para todas classes sociais, podendo também ser do sexo masculino ou feminino.

Existe um fator importante destinado ao que esse cliente faz, e como ele irá fazer para adquirir os produtos da Loja D’Kraque, por que isso é preocupante, mas terá sistema de cadastro do cliente, tanto até pelo controle, mas trabalhará com quase todo tipo de pagamento. Por isso, irá trabalhar bastante com público infantil e adolescente, para que os pais desses clientes possam estar cadastrados na nossa Loja.

6.2.5 Identificando os interesses e comportamentos dos clientes

A Loja D’Kraque além de se preocupar com o cliente, certamente precisa sempre estar a par do que o cliente sempre procura, qual a sua real necessidade. Os vendedores para estar pensando nesta parte em ver qual o produto carente que a Loja possa estar faltando naquele momento, e ainda explicando para o cliente e consumidor com atenção sobre falta deste produto, para que ele esteja sempre interessado em estar adquirindo os produtos da Loja D’Kraque.

6.2.6 Identificando onde está o cliente e o que levam eles a comprar

Precisará além dessas preocupações, saber o porquê esse cliente compra, para sempre estar buscando-o para que veja a qualidade dos produtos da Loja D’Kraque. Assim, é necessário ter uma boa apresentação da empresa, ter uma boa propaganda, bons profissionais qualificados para está atendendo bem esses clientes e consumidores, até por que buscará abranger todo vale do são patrício, então terá muitas pessoas para estar buscando em meios essas cidades, o que realmente queremos e trazer esses clientes pra perto da Loja D’Kraque. Por isso, precisará de muita identificação desses clientes: Onde moram? De que eles gostam ? Qual a qualidade do produto?, Preocupa-se com o preço.

Tudo isso para que a Loja D’Kraque veja que o ponto de distribuição não seja um fator de risco, então isso faz necessário para que esteja sempre aprofundando em promoção, produto e preço, para que o cliente e consumidor passam ter interesse pelo ponto, pois a pretensão é estar atuando em toda região do vale do são patrício.

A Loja D’Kraque realizou uma pesquisa de mercado, buscando avaliar qual é a maior preocupação do cliente, para saber qual a dificuldade do cliente e o que ele possa vim a querer que a loja demonstre a esse cliente. A seguir, têm-se as perguntas com o grau de porcentagem de aceitação da loja com relação ao produto, preço, promoção e ponto de distribuição da empresa para o cliente.

6.3 Pesquisa de Mercado

6.3.1 Questionário

A Loja D’Kraque “A loja do atleta”, tem como atividade de negócio a comercialização de materiais esportivos em geral, trabalhando com vários tipos de esporte, toda linha de acessórios para o atleta.

A Loja D’kraque é uma loja que se preocupa com seu cliente, por que a visão do empreendimento é ser a melhor revendedora de artigos esportivos no Vale do São Patrício.

Para que a Loja D’Kraque possa ser competitiva no mercado e que seja uma realidade na região, terá que fazer uma pesquisa com a população do Vale do São Patrício, com aproximadamente cem pessoas a partir dos 16 (dezesesseis) anos, no sentido de saber como será à aceitação da loja na cidade e nos municípios da região. Para tanto, foi elaborado um questionário para verificação do negócio dentro da cidade e região, enfatizando as seguintes perguntas para que os futuros consumidores da Loja D’Kraque, estejam a par do que a loja irá oferecer em localização, produto, preço, promoção, estrutura, organização e administração :

- 1ª Pergunta : Você pratica algum esporte ? Qual é o seu esporte favorito ?

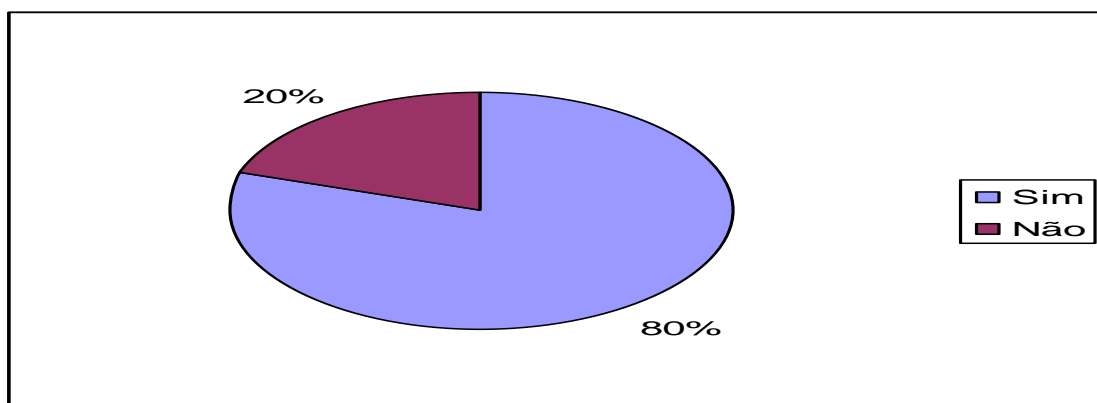


Ilustração 6.3 – Gráfico sobre a prática de Esporte.

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : Essa questão determina a relação das pessoas que gostam de praticar esportes, ou que sejam exercícios físicos dentro da região, especificamente na cidade de Ceres.

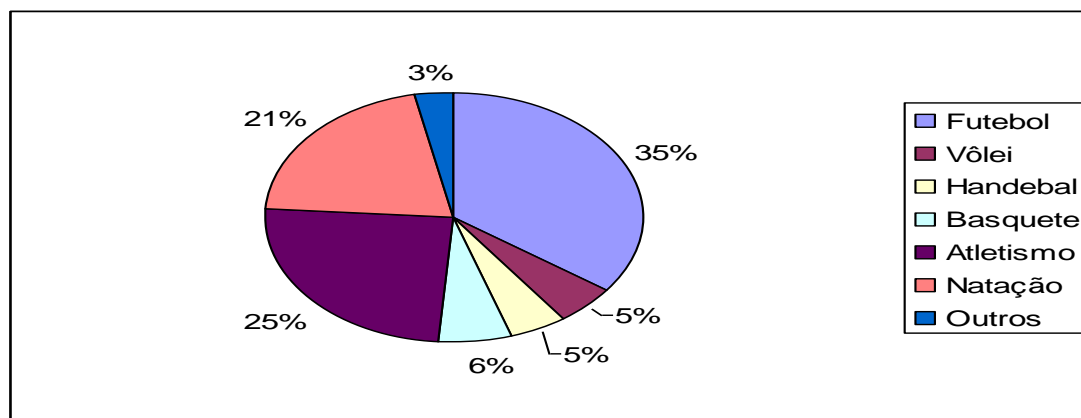


Ilustração 6.3.1 – Gráfico dos esportes mais praticados na Região.

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : Neste contexto define-se a obtenção de quais os esportes são mais praticados dentre todas as modalidades esportivas. Esses resultados são favoráveis ao que a Loja D’Kraque espera dentro das modalidades mais requisitadas no esporte.

- 2ª Pergunta : O que você acha de mais uma loja de artigos esportivos na cidade e no Vale do São Patrício ?

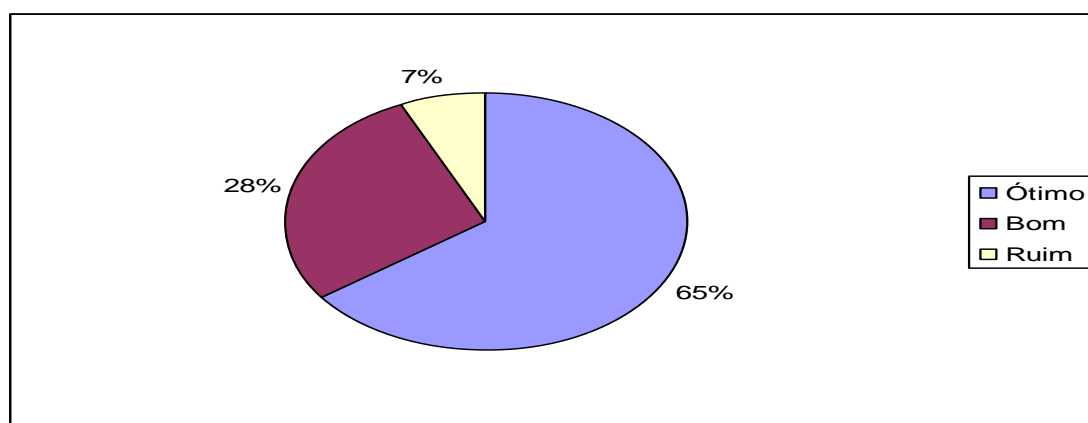


Ilustração 6.4 – Gráfico sobre a Loja D’Kraque

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : Praticamente nessa pergunta obtive-se o resultado esperado em toda região, mostrando a aceitação da Loja D’Kraque dentro da Cidade de Ceres e inclusive na região do Vale do São Patrício.

- 3ª Pergunta : No seu entendimento qual a localização ideal do estabelecimento?

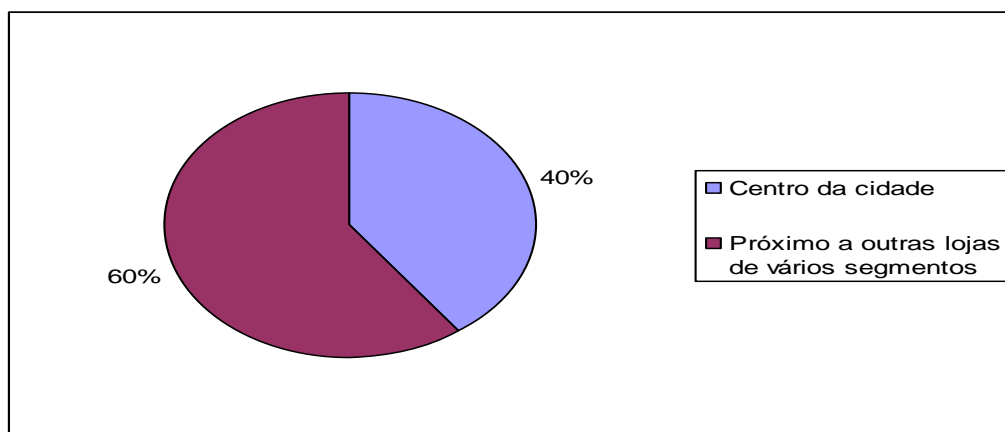


Ilustração 6.5 – Gráfico da localização da Loja D’Kraque

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : Essa análise é muito pertinente com relação ao ponto em que a loja possa ser sediada, por que através desta análise consegue-se definir um ponto estratégico para que a loja esteja bem posicionada para atrair vários clientes e consumidores.

- 4ª Pergunta : Com relação ao local da Loja D’Kraque, você gostaria que a loja fosse em outra Cidade ou neste local na Cidade de Ceres é muito favorável ?

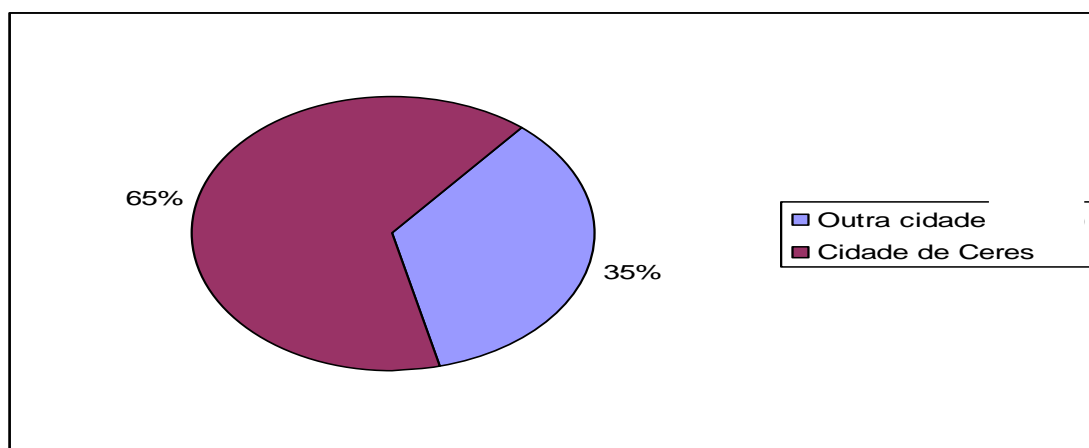


Ilustração 6.6 – Gráfico do ponto de localização da Loja D’Kraque.

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : A definição dessa questão também foi definida pertinentemente, até por que o interesse da loja é se localizar na Cidade de Ceres, e ocorrendo a pesquisa o resultado foi satisfatório aos empresários da Loja D’Kraque.

- 5ª Pergunta : Sendo cliente da Loja D’Kraque, em sua opinião, gostaria que tivesse sala de entretenimento dentro da loja ?

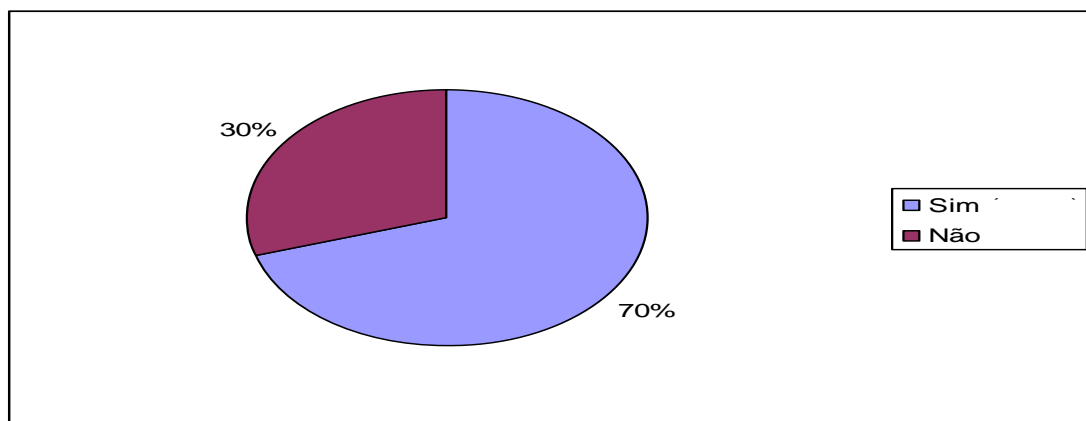


Ilustração 6.7 – Gráfico sobre sala de entretenimento da Loja D’Kraque

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : Essa pergunta foi definida, porque gerava uma dúvida entre definir uma sala ou recepção, para que as pessoas pudessem esperar algum atendimento. Por isso fez-se necessária essa questão a qual obteve um resultado previsto, até por que o cliente tem que exigir um conforto e prazer.

- 6ª Pergunta : O produto pra você, precisa esta acompanhada de alguma orientação por algum profissional da loja, te auxiliando na hora de comprá-lo ?

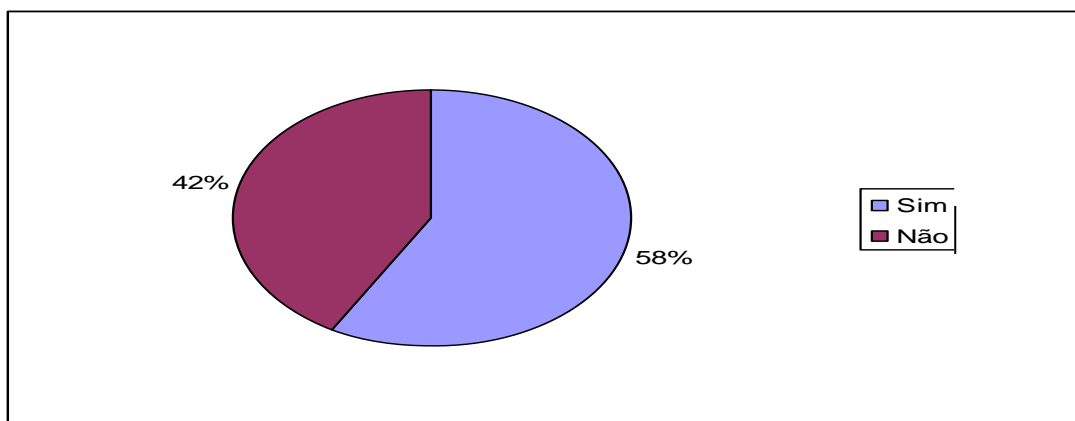


Ilustração 6.8 – Gráfico sobre referência do produto da Loja D’Kraque.

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : Nesse caso foi interessante pela questão colocada, em que a loja previa que o resultado predominante negativo, pelo motivo que as pessoas acham ruim quando, uma pessoa fica seguindo ela dentro da loja, mas o resultado foi muito pertinente, mostrando que o cliente deseja mesmo muita informação sobre o produto que vai comprar naquele momento, por isso essa definição foi muito satisfatória pra Loja D’Kraque.

- 7ª Pergunta : Como cliente da loja, gostaria de ter várias opções de marcas de produtos ou somente as marcas e produtos tradicionais ?

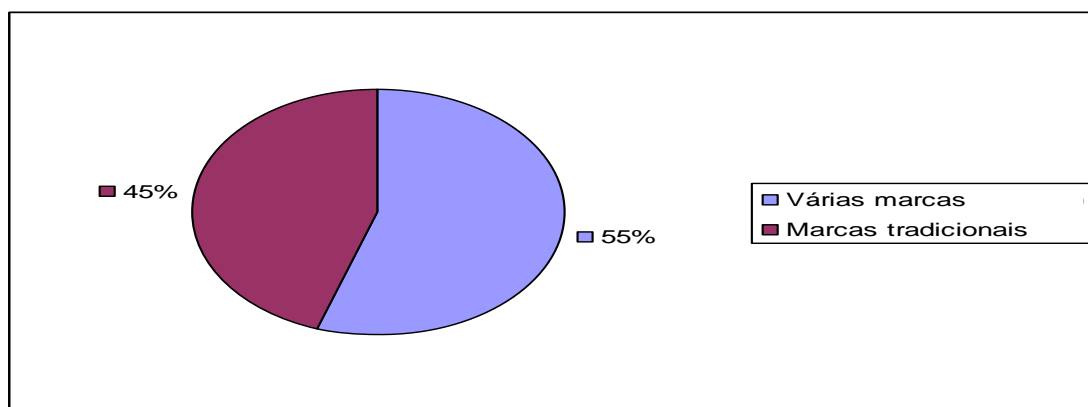


Ilustração 6.9 – Gráfico sobre marcas da Loja D’Kraque

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : Nessa ocasião obtiveram um elevado índice sobre as marcas, por que a loja se preocupará em atender a todos os clientes, e nessa situação, esse resultado foi extremamente satisfatório para loja poder trabalhar com todo tipo de marca.

- 8ª Pergunta : Na aquisição de um produto esportivo o que leva em consideração ? O produto precisa ser somente de marca famosa ou basta-o ter uma boa qualidade independente da marca ?

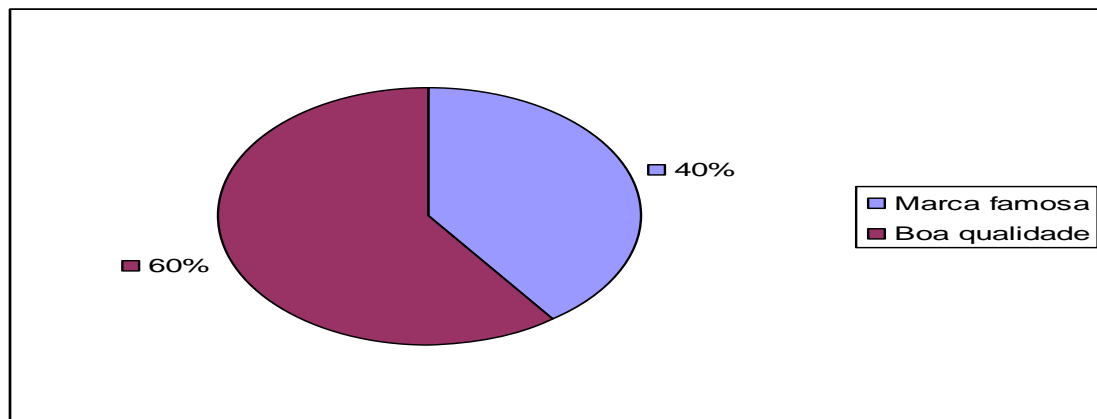


Ilustração 6.10 – Gráfico marcas famosas ou com qualidade.

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : A questão desse aspecto, é uma maneira de aceitação do cliente com relação aos produtos da Loja D’Kraque, por que a verdade que em muitas ocasiões as pessoas não vêem como se define um produto, sendo que são várias coisas que apresentam a definição de um produto.

- 9ª Pergunta : No ato da compra, você como cliente da loja, o preço poderia te deixar desmotivado para comprar um certo produto ?

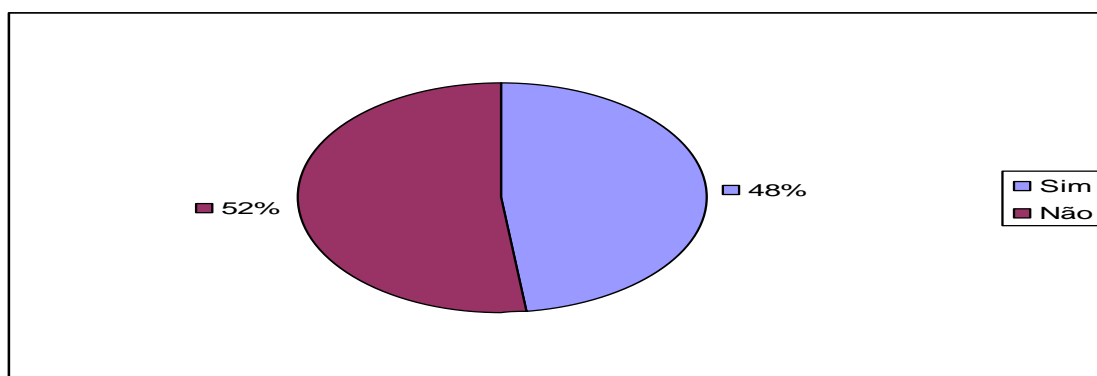


Ilustração 6.11 – Gráfico sobre os preços dos produtos da Loja D’Kraque.

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : A pertinência desta questão é bastante acirrada, por que mostra que a realidade em que as pessoas se encontram, às vezes, o preço é muito alto e alguns

tem essa necessidade, e pode até não comprar o produto, mas mesmo assim o índice de pessoas é menor daqueles que não importa com o preço.

- 10ª Pergunta : Você acha que o preço é decisivo na aquisição de um produto esportivo ?

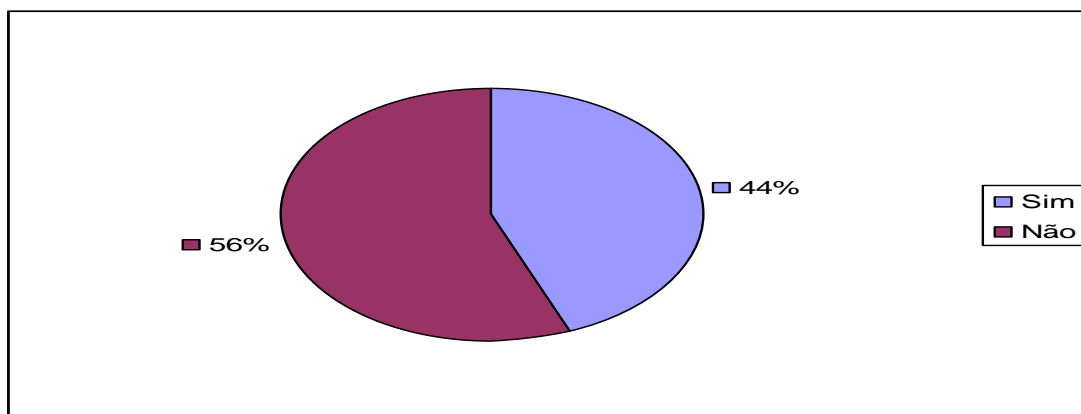


Ilustração 6.12 – Gráfico sobre os preços dos produtos da Loja D’Kraque.

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : A análise desta questão, mostrou um resultado satisfatório por que a definição lógica é mais predominante pelo sim, mas a intuição da loja é verificar esse índice, para que possa relevar a consideração pensando em todos os tipos de clientes.

- 11ª Pergunta : Para você o preço de algum produto é sempre um empecilho na hora da sua compra ? Ou para você, preço não se discute quando se tem qualidade no produto ?

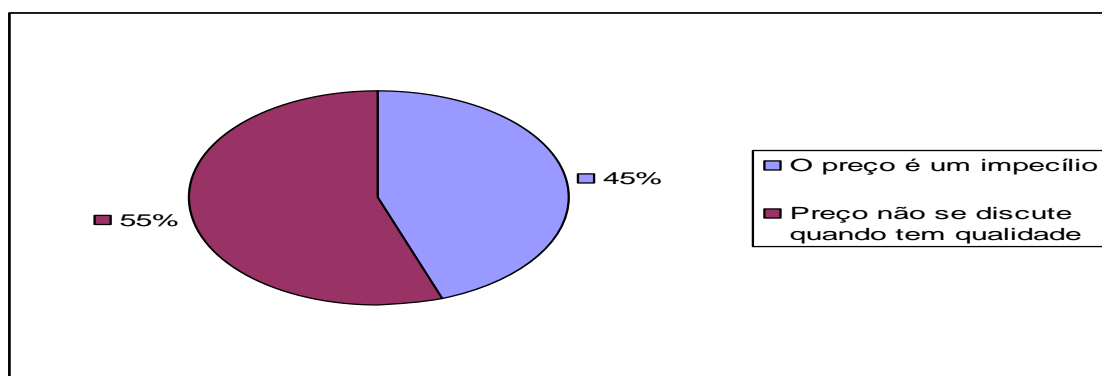


Ilustração 6.13 – Gráfico sobre os preços dos produtos da Loja D’Kraque

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : Na verificação dessa pergunta obteve-se uma colocação bem ponderante, mas em contraste algumas pessoas podem não optar por essa decisão pelo seu rendimento mensal. A intuição era analisar os índices e trabalhar com relação aos dois lados para que o cliente esteja sempre satisfeito com Loja D’Kraque.

- 12ª Pergunta : Que tipo de promoção você gostaria que tivesse na loja D’Kraque ?

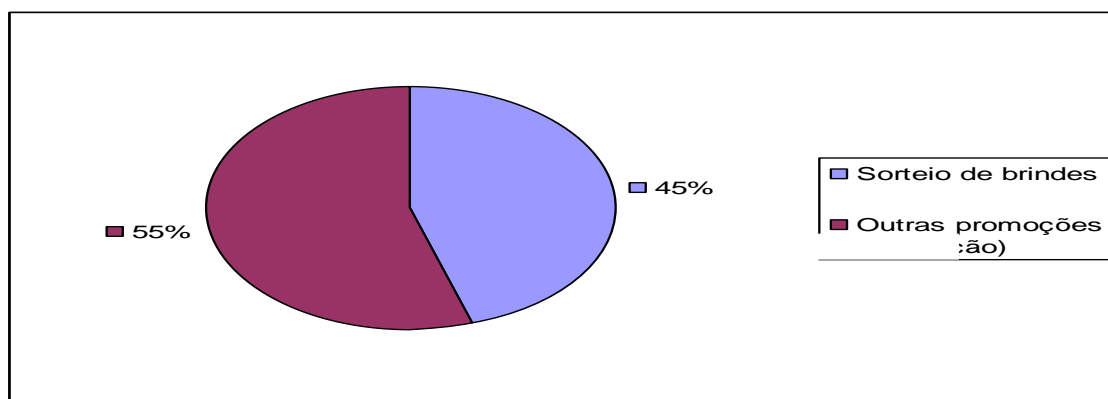


Ilustração 6.14 – Gráfico referente à promoção da Loja D’Kraque.

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : A pergunta definiu somente uma razão para que a loja trabalhe com vários tipos de promoções, essa idéia é muito boa para que os clientes vejam a realidade da loja com relação à compra de algum produto da Loja D’Kraque.

- 13ª Pergunta : Você optaria sempre por um desconto no produto, como forma de promoção ?

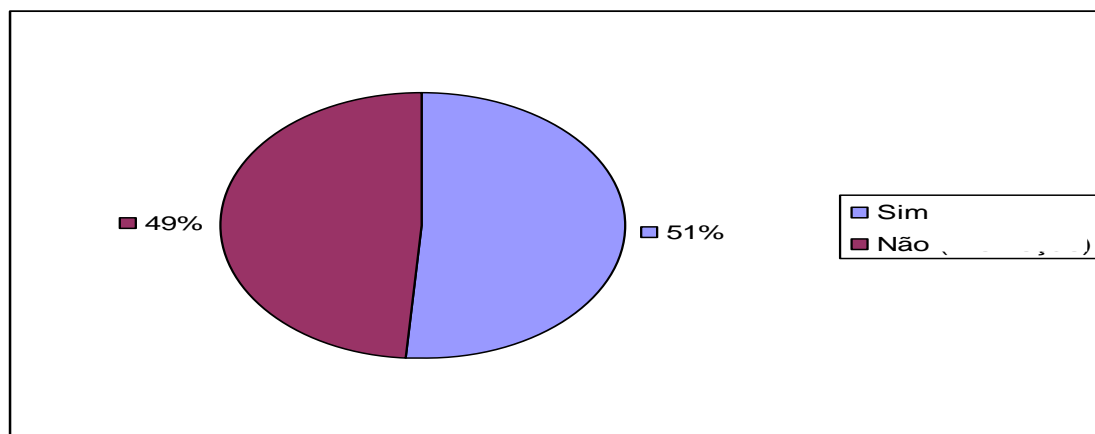


Ilustração 6.15 – Gráfico referente à promoção da Loja D’Kraque.

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : A razão dessa pergunta é simplesmente para definir o que propõe o cliente para que a loja possa trabalhar com algum tipo de promoção no ato da compra de algum produto na Loja D’Kraque.

- 14ª Pergunta : A promoção de algum produto para você, seria um fator predominante na hora de suas compras ?

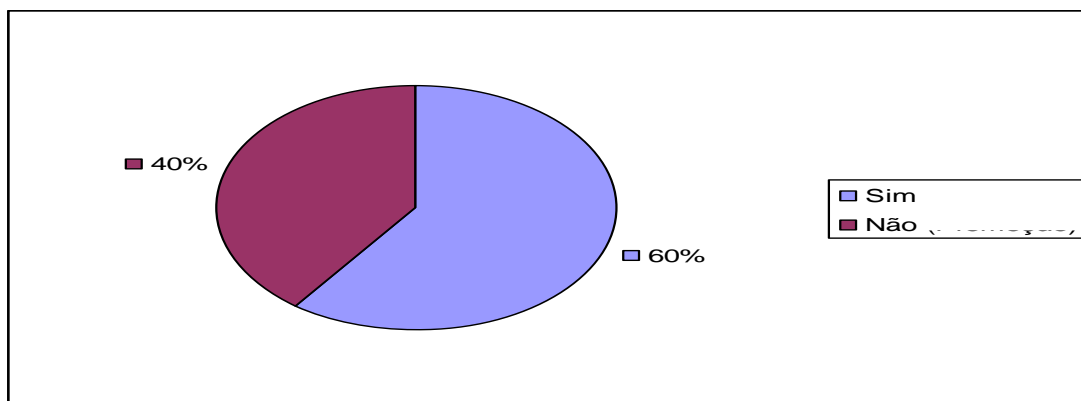


Ilustração 6.16 – Gráfico referente a promoção da Loja D’Kraque.

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : A proporção dessa pergunta é muito significativa, pois resulta no interesse de cada pessoa com questões sobre uma promoção de algum produto na hora de realizar uma compra.

- 15ª Pergunta : A questão da localização para você, quando não se tem nenhuma loja de outro segmento por perto, é difícil o acesso na hora de você sair para comprar o produto desejado ?

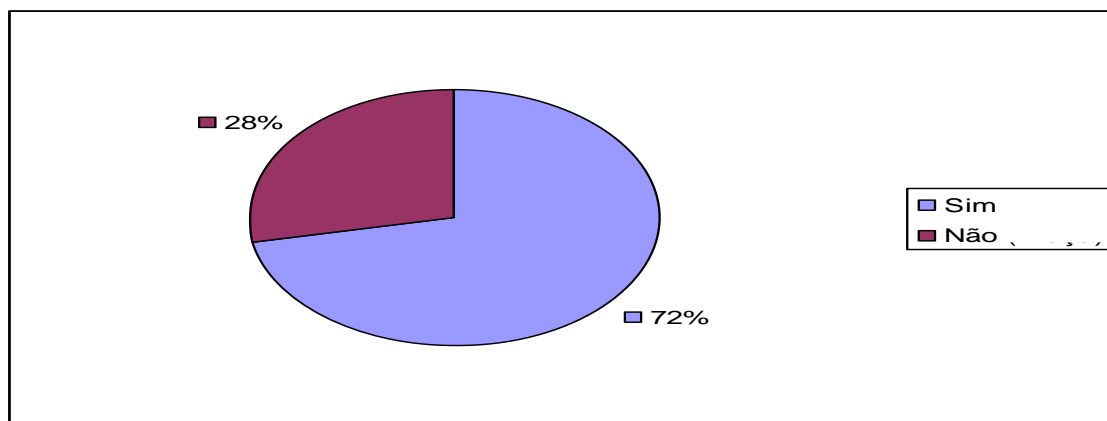


Ilustração 6.17 – Gráfico referente a localização da Loja D’Kraque.

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : Essa pergunta é muito significativa, por que define que o consumidor sai às ruas não só para comprar algum produto, mas sim, vários, por isso terá uma razão ainda maior de estabelecer essa questão.

- 16ª Pergunta : Como você vê os empreendedores da Loja D’kraque querendo saber a opinião de seus futuros clientes na idealização da loja ?

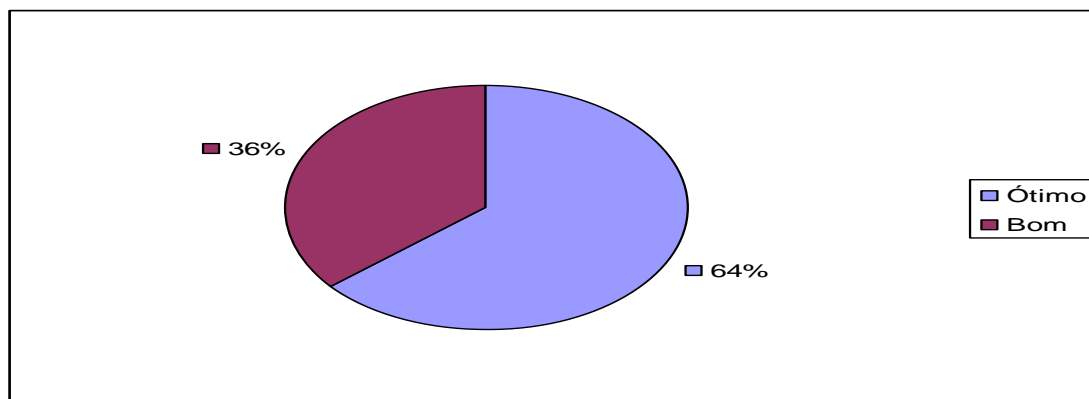


Ilustração 6.18 – Gráfico referente aos empreendedores da Loja D’Kraque.

Fonte: Pesquisa realizada na região do Vale do São Patrício, no mês de outubro de 2008.

Comentário : A definição desta pergunta é muito importante para os empreendedores da Loja D’Kraque, justamente para saber como seria a aceitação da loja dentro da região e exclusivamente na Cidade de Ceres, e o resultado foi esperado com uma boa aceitação, o que com certeza deixa esses futuros empreendedores muito felizes pela idéia do empreendimento.

Para Loja D’Kraque, este questionário é muito importante para o seu desenvolvimento, por que será onde os Administradores poderão encontrar mais razões para se concretizarem o negócio.

Este questionário é de forma fechada, é de caráter quantitativo descritivo que busca ter respostas diretas relacionando o cliente com o empreendimento. A pesquisa mostrou um caráter positivo para o empreendimento, superando as expectativas que os empreendedores esperam, por ser um empreendimento com um novo seguimento de mercado para toda população da região.

6.4 Estudo dos Concorrentes

A Loja D’Kraque tem alguns concorrentes, mas não diretamente em nossa região que será de atuação, mas existem alguns que de, alguma forma denominar-se-á de concorrentes indiretos.

Os concorrentes diretos são muito preocupantes, por que geralmente são empresas de médio e grande porte, que estão nas proximidades e principalmente na Internet. A Loja D’Kraque tem grandes preocupações com esses concorrentes, ainda não terá como referenciar dados de alguns, até por que não terá dados precisos deles. Mas já os concorrentes indiretos em nossa região existem bastante, mas que de alguma forma tiram muita vantagem por ter produtos similares aos que a Loja D’Kraque irá trabalhar no mercado.

Então, por isso, é necessário estudar algumas saídas para driblar esses concorrentes tantos diretos e indiretos, para que a gente possa estar batendo de frente com todos esses concorrentes. Os concorrentes indiretos estão todos numa linha no centro da Cidade, então também a loja irá ficar no centro da cidade também abrindo a concorrência, quanto aos indiretos estão elaborando um projeto de informática, para que possam também ter a venda por Internet futuramente, mas no estudo desse projeto não está em primeiro plano, à inauguração da loja, até por que nossa saída é concorrer com preço e promoção para que esses clientes do vale do são patrício, não se preocupem em deslocar da sua cidade para fazer uma compra em outra cidade longe onde tem shopping, só por motivo de custo do produto.

É assim que a Loja D’Kraque vai agir em primeiro momento, para que no ato de sua inauguração, os produtos estejam acessíveis á todos os clientes, em questão de preço, promoção, qualidade, conforto e prazer para que eles estejam sempre satisfeito com a empresa.

6.5 Estudo dos Fornecedores

A Loja D’Kraque realizou algumas pesquisas de alguns grandes distribuidores de produtos, apesar das marcas mais vendidas serem as internacionais, mas algumas

destas empresas são representantes destas grandes marcas. Considerando que existem inúmeras empresas representantes de várias marcas de artigos esportivos no Brasil, relacionará somente alguns fornecedores destes materiais esportivos.

Veja algumas empresas pesquisadas de fornecimento de materiais esportivos no Brasil :

Indústrias Vitória - Produção de troféus, medalha e placas. Contém informações sobre a empresa e fotos de produtos para diversas modalidades. Joinville - SC.

Ippon Yamamura - Fábrica de tatames, pisos esportivos sintéticos, playground, para todas as artes marciais.

Kashima Indústria de Bolas - Indústria e comércio de bolas. Promocionais, bolas de futebol de campo, salão, vôlei entre outras. Marechal Cândido Rondon - PR.

Máster Rede - Empresa que atua no mercado de redes esportivas. Redes para vôlei, rede para basquete, rede para futebol e material esportivo em geral. São Paulo - SP.

Max Ball Brasil - Indústria e comércio de bolas esportivas e promocionais. Atacado e varejo, com entregas em todo território nacional. São Paulo - SP.

Superteca - Empresa que fabrica petecas, com sede em São Paulo - SP.

Body Moving - Acessórios e equipamentos esportivos, luvas e acessórios de neoprene para ginástica, musculação, corrida, aeróbica e prevenção de lesões. Rio de Janeiro - RJ.

Casa do Troféu - Venda de troféus, jogos de camisetas, medalhas e artigos esportivos em geral. Maringá - PR.

Casa São Paulo - Fabrica bolas e camisetas personalizadas, artigos esportivos, roupas masculinas e femininas. Palmas - TO

Carreiro - Indústria e comércio de bolas, chuteiras e protetores esportivos. Conté histórico da empresa, fotos de produtos e mais. Patos - PB.

Endurance - Revendedor autorizado dos monitores de frequência cardíaca Polar. Representante Camelbak no Brasil. Belo Horizonte - MG.

HS Equipaments - Fabricação própria de acessórios de proteção para Cross, trilha e artigos em couro em geral etc. São José do Rio Preto - SP.

Leopardo Comércio de Artigos Esportivos Ltda – fabrica de Bolas de Futsal, Campo, Vôlei, Society e uniforme esportivos de todas modalidades em especial, Atletismo, Handebol, Vôlei, Futsal e Futebol de campo.

Essa pesquisa teve como fonte a Internet, para que a Loja D’Kraque fique sempre a par das distribuidoras de materiais esportivos. Além de falar o que empresa trabalha, nessa pesquisa mostrou algumas cidades onde essas empresas estão situadas. Por isso é muito importante para a Loja D’Kraque está por dentro de algumas distribuidoras, para que tenha sempre como comprar produtos com boa qualidade e bom preço.

6.6 Estratégias Promocionais

A Loja D’Kraque certamente terá uma grande promoção, até por que em primeiro momento o seu projeto de viabilidade financeira já inclui um plano de promoção para que ela já possa sair com uma ótima apresentação em busca de vários clientes e consumidores.

Praticamente a Loja D’Kraque se renderá em quase todo tipo de divulgação, somente não participará da propaganda televisiva, até por que o custo é muito alto. Mas quem sabe futuramente participará de uma divulgação televisiva, afinal o projeto da loja visa sempre em busca de grandes objetivos futuros também, mas atuará com muita propaganda nas rádios, panfletos, brindes, prêmios, jornais, carros de som e etc. Agindo sempre em pontos estratégicos, onde a circulação de pessoas é grande e em meios de comunicação procurar sempre empresas que têm um grande numero de ouvintes e leitores, por isso sempre garantirá boas informações sobre os produtos e também sobre a loja, para que o cliente e o consumidor estejam sempre satisfeitos com o que a empresa tem para mostrar.

6.7 Estrutura de Comercialização

A preocupação com a comercialização é muito importante, por que exige que tenha certo tipo de controle de como será ordenada a apresentação da empresa. O planejamento em primeiro momento é fazer uma boa estrutura a qual possa comportar vários segmentos de produtos, além de ter uma parte para administração e parte financeira junto com a parte de recursos humanos, para que possam ser tomadas as estratégias junto de todos os departamentos da empresa.

A parte de vendas será simples, apenas com vendedores internos sem ainda se preocupar como parte externa, como também com a venda por Internet. Buscará sempre esclarecer os produtos para os clientes para que eles vejam o potencial do produto que ele pretende adquirir, trabalhará com uma espécie de garantia dependendo de qual seja a marca e produto adquirido. Ainda os sócios serão encarregados apenas pela gestão e parte financeira, para o restante da loja haverá profissionais capacitados para o serviço com um bom atendimento, e sempre estará usando para comercialização ferramentas de marketing, para que a empresa esteja sempre demonstrando o produto com qualidade aos seus clientes e consumidores.

A Loja D’Kraque terá uma parte de auxílio aos consumidores e clientes da empresa, buscando demonstrar os produtos através da parte de confiança da loja, propondo ao cliente a garantia após a venda, ou seja, um serviço pós-venda dando sustentabilidade ao cliente e ao consumidor, notando também as oportunidades do mercado com novas tecnologias, com produtos mais inovadores e mais dinâmicos, trazendo em conta para que todos os clientes se sintam satisfeitos com o que a Loja D’Kraque propõe para todos os clientes. Esse será o diferencial em atender bem para que esse cliente possa voltar várias vezes na empresa.

7 PLANO OPERACIONAL

7.1 Localização do Negócio

A Loja D’Kraque possui um ponto estratégico, para o desenvolvimento do seu negócio. Para que esse ponto seja de grande sucesso, a loja irá encontrar um lugar onde

a circulação e aglomeração de pessoas será constante, onde também terá um grande fluxo de veículos visitantes e regionais da própria Cidade.

O ponto de localização, além de ter vários aspectos envolventes para que a Loja D’Kraque seja estabelecida neste local, a estrutura demonstrará um grande potencial tanto na parte interna como na parte externa, mas ainda para que este ponto seja mais estudado e aceito pela Loja D’Kraque, envolverá alguns aspectos positivos, os quais irão identificar uma forma mais adequada, para que seja apresentada a sede da loja de materiais esportivos na Cidade de Ceres :

- Primeiramente estudará a posição e localização do imóvel que fica na Avenida Bernardo Sayão, s/n, Centro, Ceres-GO. Endereço onde localizam várias lojas de outras atividades de negócio, que também é importante pela movimentação.
- Verificará a adequação da Loja D’Kraque na estrutura de localização, condicionando o espaço, segurança tanto na parte do imóvel, quanto também na parte de vizinhança
- Conseqüentemente estudará a possibilidade de um ano de aluguel, por que no exato momento a Loja D’Kraque não terá condições para comprar o imóvel e investir ao mesmo tempo nos seus produtos.
- Com relação ao fluxo de pessoas e veículos é muito intenso, por isso optará por este endereço, e também é fácil acesso para os fornecedores e cliente da cidade e daquelas pessoas que visitam a cidade e têm interesses em comprar produtos na região.
- Também não terá nenhum tipo de concorrente direto, temos apenas os concorrentes que vendem alguns produtos perpendiculares ao da Loja D’Kraque, mas os principais concorrentes são os externos e também as lojas virtuais, ou seja, a compra pela Internet.

A Loja D’Kraque já tem em mente a sua sede, a qual constara nesta estrutura todos os tipos de material esportivo para o atleta, além de vários acessórios e produtos de complemento, que são socialmente utilizados pelos clientes e consumidores de nossa região. Basicamente a estrutura já está localizada e analisada, o seu espaço por início está adequado ao projeto da loja, então podemos dizer que toda localização está adequada, para que seja instalada a Loja D’Kraque Ltda.

7.2 Layout

A Loja D’Kraque possui um projeto realizado por um especialista na área de projetos de como será dividido a estrutura interna da loja. Praticamente a Loja D’Kraque irá trabalhar com alguns produtos que têm maiores ocupações de espaço e outros que nem tanto necessitam de muito espaço, inclusive por seu tamanho, mas pensará em trabalhar com menos produtos nas apresentações aos clientes e consumidores, porque facilitará o atendimento, tempo, organização, locomoção das pessoas, além de se ter um melhor controle das mercadorias dentro da loja, pois precisará de uma excelente organização e controle dos produtos que será apresentado para os clientes.

A apresentação da empresa será bem importante para ter uma visão melhor dos clientes. Por isso a Loja D’Kraque tem algumas finalidades de como será essa apresentação :

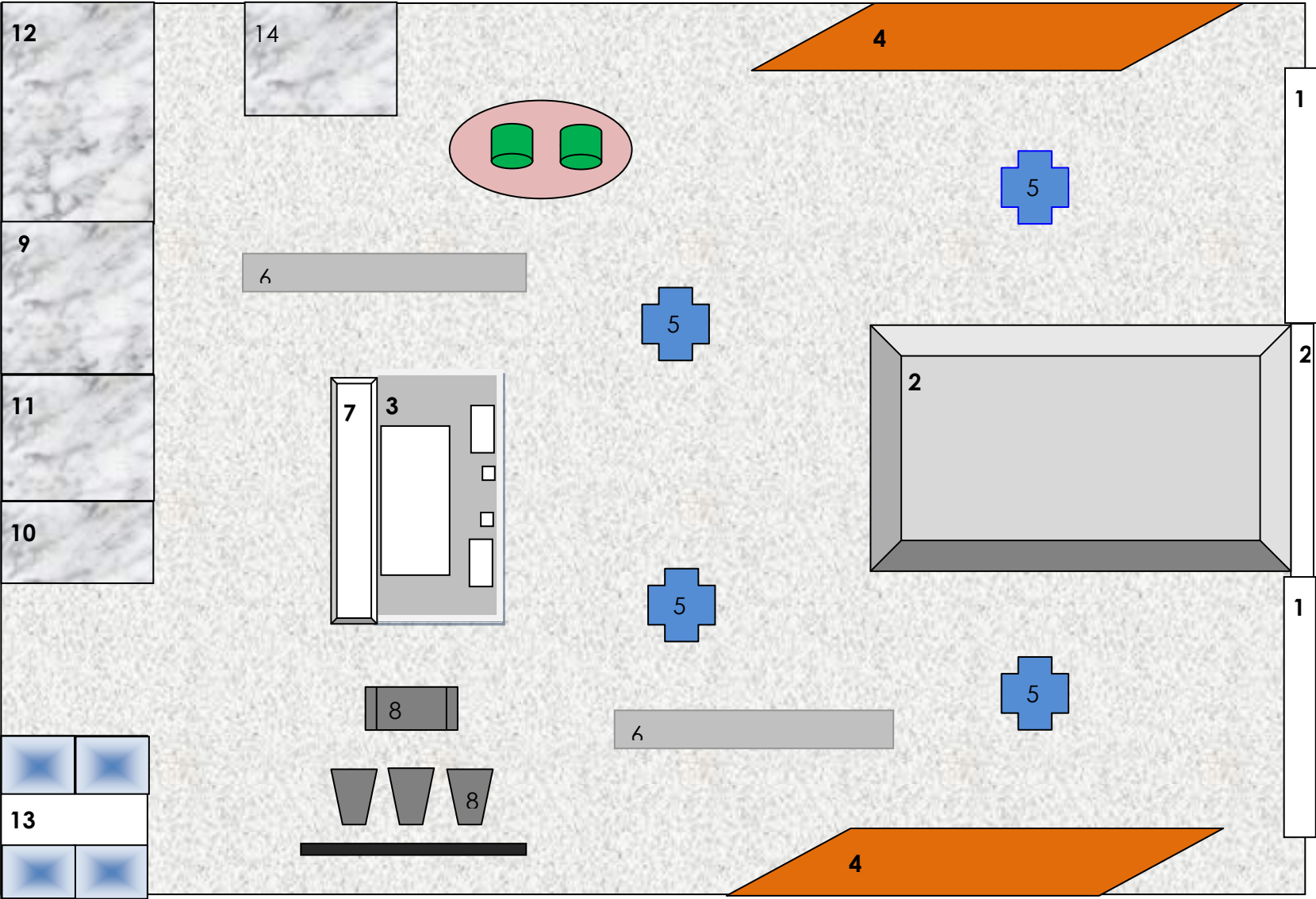
- A parte de entrada da loja será tudo no brindex, com vitrines internas mostrando alguns produtos de promoção e produtos lançamentos.
- Na loja haverá uma sala de recepção e entretenimento feito para o cliente em espera, que deseja descansar enquanto se espera o seu parente, amigo e etc, finalizando sua compra.
- Dentro da Loja terá todos os tipos de materiais para que seja feito à demonstração dos produtos como : estantes, gôndolas, prateleiras, mesas, vestuários, vitrines, manequins, araras e alguns mostruários.
- Também terá a parte de estoque, departamento financeiro embutido junto com o departamento de recursos humanos e sala de administração para atendimentos burocráticos da empresa.
- A Loja D’Kraque terá todas suas ramificações especificadas, pensando sempre no melhor para o cliente, também possuirá sanitários e também copa com espaço para os funcionários realizar bem sua alimentação.

Esses fatores relacionados são apenas o princípio de nossa estrutura, mas como não terá uma planta com o projeto interno feito da loja. Irá mostrar alguns serviços que serão atribuídos dentro da Loja D’Kraque, para que os clientes e consumidores estejam sempre à vista de nossas mercadorias.

A apresentação da estrutura da Loja D’Kraque, apenas define como serão apresentados os uniformes dos funcionários, e inclusive a parte externa e interna da estrutura da loja, para que o cliente possa se identificar melhor com a empresa.







7.2.1 Convenções

1 – Entrada	6 – Expositores	11 – Sala da Copa
2 – Vitrine	7 – Balcão	12 – Sala de Estoque
3 – Caixa	8 – Cadeira de Provar Calçados	13 – Vestiários
4 – Prateleira Com Vitrine	9 – Sala de Administração, Recurso Humano e Financeiro	14 – Sanitários
5 – Araras	10 – Sala Recepção e Entretenimento	

7.3 Capacidade Comercial

A Loja D’kraque Ltda irá trabalhar com todos os tipos de materiais esportivos, com muitos acessórios para todas as modalidades do esporte brasileiro para que nenhum cliente possa sair da Loja D’Kraque sem levar seu produto.

A preocupação da loja é atender todos os clientes e consumidores, por isso o estoque vai conter muitos produtos e também na apresentação da empresa vai ter de um a dois modelos de cada produto, os quais pretenderão estipular uma venda de aproximadamente de 100 a 300 itens comercializados na Loja D’kraque. Para que todos vejam com transparência os produtos da Loja D’kraque, mais em questão não haverá desperdício nem ociosidade, por que será estipulado no projeto o tempo aproximado de consumo dos produtos, para a loja estar sempre reforçando seu estoque, com isso seria melhor a comercialização dos produtos.

7.4 Necessidade Pessoal

A Loja D’Kraque irá possuir uma estrutura similar a uma grande empresa. Por isso, terá a necessidade de contratar alguns funcionários para compor o quadro funcional da loja. Em primeiro momento, o quadro funcional terá as seguintes funções;

- Serão quatro vendedores que exercerão a função na parte de venda e de apresentação do show Room da Loja D’Kraque;
- Na função de Chefe de Estoque será apenas uma vaga, o qual desempenhará o papel de controle das mercadorias de entrada e saída, e ainda zelará pela organização do mesmo;

- A vaga de caixa, será apenas uma pessoa com experiência na área, pois sua função será administrar toda parte de entrada e saída do dinheiro e também as anotações dos cadastros dos clientes;
- Na parte de serviços gerais existirá somente uma vaga, cuja sua função será de apenas limpar o salão, salas, banheiros, vestiários e cuidar da copa, organizando o lanche para os funcionários e alguns lanches para os clientes da Loja D’kraque.

Essas funções irão acarretar 07 (sete) funcionários, no primeiro momento, até por que será o início da loja e conseqüentemente não saberá o sucesso imediato e como acontecerá a aceitação dos clientes e consumidores. Na realidade precisará de alguns funcionários a mais futuramente, isso por que a loja propiciará um número maior de necessidade de inovação e comprometimento com o público, e pela exatidão, comodidade do negócio. Ainda a Loja D’Kraque irá optar sempre pelos melhores, os que estiverem mais preparados para exercer os cargos, desconsiderando as hipóteses de contratação somente de familiares, por que sempre estará buscando ideal da empresa e exaltando sempre a missão e visão que a Loja D’Kraque contextualiza dentro de seu projeto de comercialização dos produtos de materiais esportivos.

8 PLANO FINANCEIRO

8.1 Estimativa do investimento total

- ❖ A Loja D’Kraque irá investir o seu capital, em grande quantidade de materiais de esportes e também dentro da estrutura para que o layout da empresa esteja ordenado de forma que seus clientes e consumidores possam ter uma ótima comodidade.
- ❖ O investimento da Loja D’kraque terá em consonância a participação dos sócios, cada com sua cota parte totalizando um valor de R\$ 100.000,00 pra que possam dar início ao projeto da Loja D’Kraque.

Tabela n.º 02 – Investimento total da loja D’Kraque.

Investimentos Fixos	R\$	32.460,00
Investimentos Financeiros	R\$	58.370,00
Investimentos Pré-Operacionais	R\$	9.170,00

8.2 Estimativas dos investimentos fixos

Tabela n.º 03 – Investimento fixo.

Discriminação	(%)	Quant.	V. Unt.	V. Total
Caixa	6,14	02	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00
Balcão	3,99	05	R\$ 260,00	R\$ 1.300,00
Araras	2,46	04	R\$ 200,00	R\$ 800,00
Suportes de parede	5,22	10	R\$ 170,00	R\$ 1.700,00
Expositores	9,52	06	R\$ 500,00	R\$ 3.000,00
Manequins	4,61	10	R\$ 150,00	R\$ 1.500,00
Vitrines	10,75	05	R\$ 700,00	R\$ 3.500,00
Equip.informática	18,43	04	R\$ 1.500,00	R\$ 6.000,00
Impressoras fiscais	0,92	02	R\$ 150,00	R\$ 300,00
Leitores infra-vermelhos	1,11	02	R\$ 180,00	R\$ 360,00
Vestuários	6,14	04	R\$ 500,00	R\$ 2.000,00
Equipamentos de Utensílios (cadeiras, espelhos, cabides, mesas e etc)	30,71			R\$ 10.000,00
Total				R\$ 32.460,00

9 ESTIMATIVAS DOS INVESTIMENTOS FINANCEIROS

9.1 Estimativa do estoque inicial

- ❖ O estoque inicial da Loja D'kraque será de grande variedade em artigos esportivos em geral, em quase todas as modalidades esportivas. Por que a Loja D'kraque terá em mente quais as modalidades mais procuradas da região, por isso irá trabalhar com aproximadamente 740 quantidades de itens, o que corresponde de 50 a 150 tipos de materiais esportivos em diferentes marcas.
- ❖ A estimativa inicial desse estoque é de R\$ 33.370,00 (trinta e três mil e trezentos e setenta reais), a qual representará as despesas de estoque inicial da Loja D'kraque. Em seguida, encontra-se uma tabela com os principais produtos da loja que representará o estoque inicial :

Id.	Quant.	Produto	R\$ Custo	R\$ Total	(%)	R\$ Venda (unt.)	R\$ Venda (Total)
1	5	Camiseta oficial Seleção Brasileira	R\$ 110,00	R\$ 550,00	70%	R\$ 187,00	R\$ 935,00
2	5	Camiseta oficial do São Paulo	R\$ 100,00	R\$ 500,00	70%	R\$ 170,00	R\$ 850,00
3	5	Camiseta oficial do Palmeiras	R\$ 80,00	R\$ 400,00	70%	R\$ 136,00	R\$ 680,00
4	5	Camiseta oficial do Santos	R\$ 80,00	R\$ 400,00	70%	R\$ 136,00	R\$ 680,00
5	5	Camiseta oficial do Corinthians	R\$ 90,00	R\$ 450,00	70%	R\$ 153,00	R\$ 765,00
6	5	Camiseta oficial do Flamengo	R\$ 87,00	R\$ 435,00	70%	R\$ 147,90	R\$ 739,50
7	5	Camiseta oficial do Vasco	R\$ 75,00	R\$ 375,00	70%	R\$ 127,50	R\$ 637,50
8	5	Camiseta oficial do Fluminense	R\$ 80,00	R\$ 400,00	70%	R\$ 136,00	R\$ 680,00
9	5	Camiseta oficial do Grêmio	R\$ 95,00	R\$ 475,00	70%	R\$ 161,50	R\$ 807,50
10	5	Camiseta oficial do Goiás	R\$ 84,00	R\$ 420,00	70%	R\$ 142,80	R\$ 714,00
11	5	Camiseta oficial do Cruzeiro	R\$ 79,00	R\$ 395,00	70%	R\$ 134,30	R\$ 671,50
12	5	Camiseta oficial do Internacional	R\$ 100,00	R\$ 500,00	70%	R\$ 170,00	R\$ 850,00
13	5	Camiseta oficial do Botafogo	R\$ 80,00	R\$ 400,00	70%	R\$ 136,00	R\$ 680,00
14	5	Camiseta 2ª linha Seleção Brasileira	R\$ 35,00	R\$ 175,00	70%	R\$ 59,50	R\$ 297,50
15	5	Camiseta 2ª linha do São Paulo	R\$ 30,00	R\$ 150,00	70%	R\$ 51,00	R\$ 255,00
16	5	Camiseta 2ª linha do Palmeiras	R\$ 25,00	R\$ 125,00	70%	R\$ 42,50	R\$ 212,50
17	5	Camiseta 2ª linha do Santos	R\$ 25,00	R\$ 125,00	70%	R\$ 42,50	R\$ 212,50
18	5	Camiseta 2ª linha do Corinthians	R\$ 30,00	R\$ 150,00	70%	R\$ 51,00	R\$ 255,00
19	5	Camiseta 2ª linha do Flamengo	R\$ 30,00	R\$ 150,00	70%	R\$ 51,00	R\$ 255,00
20	5	Camiseta 2ª linha do Vasco	R\$ 20,00	R\$ 100,00	70%	R\$ 34,00	R\$ 170,00
21	5	Camiseta 2ª linha do Fluminense	R\$ 20,00	R\$ 100,00	70%	R\$ 34,00	R\$ 170,00
22	5	Camiseta 2ª linha do Grêmio	R\$ 30,00	R\$ 150,00	70%	R\$ 51,00	R\$ 255,00
23	5	Camiseta 2ª linha do Goiás	R\$ 25,00	R\$ 125,00	70%	R\$ 42,50	R\$ 212,50
24	5	Camiseta 2ª linha do Cruzeiro	R\$ 25,00	R\$ 125,00	70%	R\$ 42,50	R\$ 212,50
25	5	Camiseta 2ª linha do Internacional	R\$ 30,00	R\$ 150,00	70%	R\$ 51,00	R\$ 255,00

26	5	Camiseta 2ª linha do Vila Nova	R\$ 20,00	R\$ 100,00	70%	R\$ 34,00	R\$ 170,00
27	5	Calça para jogar futebol (Sobrosa)	R\$ 35,00	R\$ 175,00	50%	R\$ 52,50	R\$ 262,50
28	5	Calça para jogar futebol 2ª linha	R\$ 15,00	R\$ 75,00	70%	R\$ 25,50	R\$ 127,50
29	10	Chuteira de Cravo (futebol de campo) Nike	R\$ 72,00	R\$ 720,00	80%	R\$ 129,60	R\$ 1.296,00
30	10	Chuteira de Cravo (futebol de campo) Diadora	R\$ 63,00	R\$ 630,00	80%	R\$ 113,40	R\$ 1.134,00
31	10	Chuteira de Cravo (futebol de campo) Pênalti	R\$ 69,00	R\$ 690,00	80%	R\$ 124,20	R\$ 1.242,00
32	10	Chuteira de Cravo (futebol de campo) Dal Ponte	R\$ 55,00	R\$ 550,00	80%	R\$ 99,00	R\$ 990,00
33	10	Chuteira de Cravo (futebol de campo) Adidas	R\$ 81,00	R\$ 810,00	80%	R\$ 145,80	R\$ 1.458,00
34	10	Chuteira Society (futebol society) Adidas	R\$ 72,00	R\$ 720,00	80%	R\$ 129,60	R\$ 1.296,00
35	10	Chuteira Society (futebol society) Dal Ponte	R\$ 45,00	R\$ 450,00	80%	R\$ 81,00	R\$ 810,00
36	10	Chuteira Society (futebol society) Diadora	R\$ 58,00	R\$ 580,00	80%	R\$ 104,40	R\$ 1.044,00
37	7	Tênis (futebol de salão) Nike	R\$ 105,00	R\$ 735,00	70%	R\$ 178,50	R\$ 1.249,50
38	7	Tênis (futebol de salão) Adidas	R\$ 115,00	R\$ 805,00	70%	R\$ 195,50	R\$ 1.368,50
39	7	Tênis (futebol de salão) Dal Ponte	R\$ 65,00	R\$ 455,00	70%	R\$ 110,50	R\$ 773,50
40	7	Tênis (Basquete) Adidas	R\$ 120,00	R\$ 840,00	70%	R\$ 204,00	R\$ 1.428,00
41	7	Tênis (Basquete) Olímpicos	R\$ 80,00	R\$ 560,00	70%	R\$ 136,00	R\$ 952,00
42	7	Tênis (Basquete) Puma	R\$ 107,00	R\$ 749,00	70%	R\$ 181,90	R\$ 1.273,30
43	7	Tênis (Handebol) Olímpicos	R\$ 80,00	R\$ 560,00	70%	R\$ 136,00	R\$ 952,00
44	7	Tênis (Handebol) Nike	R\$ 100,00	R\$ 700,00	70%	R\$ 170,00	R\$ 1.190,00

45	7	Tênis (Handball) Adidas	R\$ 120,00	R\$ 840,00	70%	R\$ 204,00	R\$ 1.428,00
46	7	Tênis (Atletismo) Umbro	R\$ 110,00	R\$ 770,00	70%	R\$ 187,00	R\$ 1.309,00
47	7	Tênis (Atletismo) Puma	R\$ 100,00	R\$ 700,00	70%	R\$ 170,00	R\$ 1.190,00
48	7	Tênis (vôlei) Olímpicos	R\$ 85,00	R\$ 595,00	70%	R\$ 144,50	R\$ 1.011,50
49	7	Tênis (vôlei) Adidas	R\$ 110,00	R\$ 770,00	70%	R\$ 187,00	R\$ 1.309,00
50	4	Bola (futebol de campo) Wilson	R\$ 39,90	R\$ 159,60	70%	R\$ 67,83	R\$ 271,32
51	4	Bola (futebol de campo) Pênalti	R\$ 90,00	R\$ 360,00	70%	R\$ 153,00	R\$ 612,00
52	4	Bola (futebol de campo) Dal Ponte	R\$ 60,00	R\$ 240,00	60%	R\$ 96,00	R\$ 384,00
53	4	Bola (basquete) Wilson MP	R\$ 29,90	R\$ 119,60	60%	R\$ 47,84	R\$ 191,36
54	4	Bola (futebol Society) Pênalti	R\$ 70,00	R\$ 280,00	60%	R\$ 112,00	R\$ 448,00
55	4	Bola (futebol Society) Dal Ponte	R\$ 45,00	R\$ 180,00	60%	R\$ 72,00	R\$ 288,00
56	4	Bola (futebol Society) Wilson	R\$ 30,00	R\$ 120,00	60%	R\$ 48,00	R\$ 192,00
57	4	Bola (futebol de salão) Pênalti	R\$ 85,00	R\$ 340,00	60%	R\$ 136,00	R\$ 544,00
58	4	Bola (futebol de salão) Athletic	R\$ 40,00	R\$ 160,00	60%	R\$ 64,00	R\$ 256,00
59	4	Bola (futebol de salão) Max 500	R\$ 75,00	R\$ 300,00	60%	R\$ 120,00	R\$ 480,00
60	4	Bola (futebol de areia) Dal Ponte	R\$ 43,20	R\$ 172,80	60%	R\$ 69,12	R\$ 276,48
61	4	Bola (basquete) Pênalti	R\$ 85,15	R\$ 340,60	60%	R\$ 136,24	R\$ 544,96
62	4	Bola (vôlei) Pênalti	R\$ 75,90	R\$ 303,60	60%	R\$ 121,44	R\$ 485,76
63	4	Bola (vôlei de areia) Pênalti	R\$ 80,20	R\$ 320,80	60%	R\$ 128,32	R\$ 513,28
54	4	Bola (vôlei de areia) Dal Ponte	R\$ 40,30	R\$ 161,20	60%	R\$ 64,48	R\$ 257,92
65	4	Bola (handebol) Pênalti	R\$ 90,35	R\$ 361,40	60%	R\$ 144,56	R\$ 578,24
66	4	Bola (tênis de mesa) Speedo	R\$ 2,00	R\$ 8,00	60%	R\$ 3,20	R\$ 12,80
67	2	Bola (tênis de quadra)	R\$ 7,50	R\$ 15,00	60%	R\$ 12,00	R\$ 24,00
68	4	Luva (futebol de campo) Adidas	R\$ 53,00	R\$ 212,00	50%	R\$ 79,50	R\$ 318,00
69	4	Luva (futebol de campo) Pênalti	R\$ 42,60	R\$ 170,40	50%	R\$ 63,90	R\$ 255,60
70	4	Luva (futebol de salão) Adidas	R\$ 40,50	R\$ 162,00	50%	R\$ 60,75	R\$ 243,00
71	4	Luva (futebol de salão) Pênalti	R\$ 37,40	R\$ 149,60	50%	R\$ 56,10	R\$ 224,40

72	3	Luva (boxe)	R\$ 50,20	R\$ 150,60	50%	R\$ 75,30	R\$ 225,90
73	2	Saco de Areia Para Boxe	R\$ 65,20	R\$ 130,40	50%	R\$ 97,80	R\$ 195,60
74	5	Protetor Para Boca	R\$ 9,20	R\$ 46,00	70%	R\$ 15,64	R\$ 78,20
75	5	Cotoveleira Neoprene Pênalti	R\$ 14,60	R\$ 73,00	70%	R\$ 24,82	R\$ 124,10
76	5	Joelheira Pênalti	R\$ 24,60	R\$ 123,00	70%	R\$ 41,82	R\$ 209,10
77	5	Short Térmico Topper	R\$ 31,90	R\$ 159,50	50%	R\$ 47,85	R\$ 239,25
78	5	Short Térmico Pênalti	R\$ 37,50	R\$ 187,50	50%	R\$ 56,25	R\$ 281,25
79	5	Cochal Pênalti	R\$ 15,60	R\$ 78,00	70%	R\$ 26,52	R\$ 132,60
80	5	Tornozeleira Pênalti	R\$ 21,00	R\$ 105,00	70%	R\$ 35,70	R\$ 178,50
81	5	Munhequeira Pênalti	R\$ 11,90	R\$ 59,50	70%	R\$ 20,23	R\$ 101,15
82	10	Meião (futebol) Pênalti	R\$ 10,50	R\$ 105,00	40%	R\$ 14,70	R\$ 147,00
83	10	Meião (futebol) Topper	R\$ 8,25	R\$ 82,50	40%	R\$ 11,55	R\$ 115,50
84	10	Meia (varias modalidades) Lupo	R\$ 5,20	R\$ 52,00	50%	R\$ 7,80	R\$ 78,00
85	3	Bolsa para carregar materiais	R\$ 41,20	R\$ 123,60	50%	R\$ 61,80	R\$ 185,40
86	2	Mochila térmica (Camelbak)	R\$ 91,00	R\$ 182,00	50%	R\$ 136,50	R\$ 273,00
87	3	Capacete ciclista	R\$ 42,30	R\$ 126,90	50%	R\$ 63,45	R\$ 190,35
88	3	Roupa para ciclista (Kit)	R\$ 110,00	R\$ 330,00	40%	R\$ 154,00	R\$ 462,00
89	4	Bomba para encher bola	R\$ 20,30	R\$ 81,20	50%	R\$ 30,45	R\$ 121,80
90	4	Raquete (tênis de mesa)	R\$ 25,40	R\$ 101,60	40%	R\$ 35,56	R\$ 142,24
91	3	Rede (tênis de mesa)	R\$ 9,50	R\$ 28,50	50%	R\$ 14,25	R\$ 42,75
92	2	Rede (futebol salão) Kit seda fio 4	R\$ 130,40	R\$ 260,80	40%	R\$ 182,56	R\$ 365,12
93	3	Rede (vôlei)	R\$ 44,40	R\$ 133,20	40%	R\$ 62,16	R\$ 186,48
94	5	Peteca	R\$ 7,60	R\$ 38,00	60%	R\$ 12,16	R\$ 60,80
95	10	Cartões arbitragem (futebol de salão)	R\$ 5,30	R\$ 53,00	50%	R\$ 7,95	R\$ 79,50
96	10	Cartões arbitragem (futebol campo)	R\$ 9,30	R\$ 93,00	50%	R\$ 13,95	R\$ 139,50

97	5	Apito profissional	R\$ 25,00	R\$ 125,00	35%	R\$ 33,75	R\$ 168,75
98	20	Coletes poliéster	R\$ 11,20	R\$ 224,00	40%	R\$ 15,68	R\$ 313,60
99	4	Roupa para atletismo (Kit)	R\$ 105,20	R\$ 420,80	40%	R\$ 147,28	R\$ 589,12
100	4	Roupa para academia (kit)	R\$ 65,60	R\$ 262,40	40%	R\$ 91,84	R\$ 367,36
101	5	Luva para academia Rainha	R\$ 25,30	R\$ 126,50	30%	R\$ 32,89	R\$ 164,45
102	2	Kimôno (kit)	R\$ 160,00	R\$ 320,00	40%	R\$ 224,00	R\$ 448,00
103	2	Faixa Graduação	R\$ 23,20	R\$ 46,40	40%	R\$ 32,48	R\$ 64,96
104	10	Sunga para natação	R\$ 15,00	R\$ 150,00	60%	R\$ 24,00	R\$ 240,00
105	10	Toca para natação - Hammer	R\$ 12,00	R\$ 120,00	60%	R\$ 19,20	R\$ 192,00
106	5	Óculos natação – Hammer Sharky	R\$ 29,00	R\$ 145,00	40%	R\$ 40,60	R\$ 203,00
107	5	Suporte Tênis de Mesa	R\$ 9,10	R\$ 45,50	60%	R\$ 14,56	R\$ 72,80
108	5	Taco para sinuca	R\$ 32,00	R\$ 160,00	40%	R\$ 44,80	R\$ 224,00
109	100	Medalhas	R\$ 1,50	R\$ 150,00	50%	R\$ 2,25	R\$ 225,00
110	10	Troféus	R\$ 60,00	R\$ 600,00	40%	R\$ 84,00	R\$ 840,00
111	10	Boné	R\$ 10,00	R\$ 100,00	70%	R\$ 17,00	R\$ 170,00
112	15	Short para jogar bola	R\$ 11,00	R\$ 165,00	60%	R\$ 17,60	R\$ 264,00
113	2	Mesa de Ping Pong	R\$ 270,00	R\$ 540,00	40%	R\$ 378,00	R\$ 756,00
114	3	Skaite	R\$ 75,00	R\$ 225,00	70%	R\$ 127,50	R\$ 382,50
Total			R\$ 6.292,35	R\$ 33.370,00		R\$ 10.188,88	R\$ 55.158,55

9.2 Estimativa de capital de giro

- ❖ O capital de giro da Loja D’Kraque em primeiro momento para apresentação da empresa será de R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais). Foi estimativa própria do projeto no qual seria proposto 25 % (vinte e cinco por cento) aproximadamente do investimento.

9.3 Investimentos Financeiros

Tabela n.º 05 – Investimentos financeiros.

Investimentos	Valor	
Estoque Inicial	R\$	33.370,00
Capital de Giro	R\$	25.000,00
Total	R\$	58.370,00

9.4 Estimativa dos investimentos pré-operacionais

A tabela demonstra quais serão as estimativas de custo operacionais que a loja D’Kraque, irá desenvolver para projetar antes da inauguração. Esses investimentos serão fatores que serão inseridos no projeto de viabilidade da loja.

Tabela n.º 06 – Investimentos pré-operacionais.

Investimentos	Total	
Despesas Legalização	R\$	870,00
Reformas do Prédio	R\$	4.000,00
Divulgação	R\$	2.100,00
Mini-cursos e treinamentos	R\$	1.200,00
Outras despesas	R\$	1.000,00
Total	R\$	9.170,00

9.5 Estimativa do investimento Total

Este valor é o que os sócios pressupõem para iniciar o projeto de viabilidade do empreendimento, estipulando essas estimativas de investimentos do negócio.

Tabela n.º 07 – Os investimentos iniciais.

Descrição	Total	
Estimativa de investimento Fixos	R\$	32.460,00
Estimativa de Investimento Financeiros	R\$	58.370,00
Estimativa de investimento Pré-Operacional	R\$	9.170,00
Total	R\$	100.000,00

9.6 Estimativa do faturamento mensal da Loja D’Kraque

A demonstração do resultado projetado, da estimativa de faturamento de vendas dos produtos da loja, mostrando por mês uma margem de quantidade de venda, fornecendo no final um valor anual do que é uma estimativa de faturamento da loja D’Kraque.

Tabela n.º 08 – Faturamento mensal.

Mês	Quantidade	Preço venda	Faturamento Total
Janeiro	200	R\$ 130,00	R\$ 26.000,00
Fevereiro	210	R\$ 130,00	R\$ 27.300,00
Março	220	R\$ 140,00	R\$ 30.800,00
Abril	230	R\$ 140,00	R\$ 32.200,00
Maio	230	R\$ 140,00	R\$ 32.200,00
Junho	230	R\$ 140,00	R\$ 32.200,00
Julho	200	R\$ 120,00	R\$ 24.000,00
Agosto	220	R\$ 130,00	R\$ 28.600,00
Setembro	230	R\$ 150,00	R\$ 34.500,00
Outubro	250	R\$ 160,00	R\$ 40.000,00
Novembro	215	R\$ 160,00	R\$ 34.400,00
Dezembro	260	R\$ 170,00	R\$ 44.200,00
Total Ano			R\$ 386.400,00

9.7 Apuração do custo dos produtos vendidos

Nesta tabela fornece uma estimativa de custo dos produtos que foram vendidos mensalmente, e conseqüente mente o resultado da apuração do valor anual deste custo.

Tabela n.º 09 – Custo de apuração dos produtos

Mês	Quantidade	Preço aquisição	Total
Janeiro	200	R\$ 50,00	R\$ 10.000,00
Fevereiro	210	R\$ 55,00	R\$ 11.550,00
Março	220	R\$ 55,00	R\$ 12.100,00
Abril	230	R\$ 60,00	R\$ 13.800,00
Maio	230	R\$ 60,00	R\$ 13.800,00
Junho	230	R\$ 60,00	R\$ 13.800,00
Julho	200	R\$ 60,00	R\$ 12.000,00
Agosto	220	R\$ 65,00	R\$ 14.300,00
Setembro	230	R\$ 65,00	R\$ 14.950,00
Outubro	250	R\$ 65,00	R\$ 16.250,00
Novembro	215	R\$ 60,00	R\$ 12.900,00
Dezembro	260	R\$ 70,00	R\$ 18.200,00
Total Ano	----	----	R\$ 163.650,00

9.8 Estimativa dos custos de comercialização

Tabela n.º 10 – Encargo social simples nacional.

Descrição	(%) a.a	Faturamento Estimado a.a
Imposto e taxa (Simples Nacional)	7,54 %	R\$ 386.400,00
Total	---	R\$ 29.134,56

- ❖ A empresa é optante do simples nacional, onde as alíquotas (IRRJ, CSLL, COFINS, PIS/PASEP, INSS e ICMS) são resumidas em um único imposto, com alíquota de 7,54 % sobre o faturamento, segundo a planilha da Lei Complementar n.º 123 das empresas de comércio deste porte e com este faturamento.

9.9 Estimativa dos custos com mão-de-obra

Tabela n.º 11 – Custo de mão-de-obra e encargos sociais.

Cargo	Qtd	Salário mensal R\$	Salário anual R\$ + 13º Salário	Enc. Sociais Anuais de FGTS (8%)	Total Anual (salário - encarg.)
Caixa	01	R\$ 600,00	R\$ 7.800,00	R\$ 624,00	R\$ 7.176,00
Vendedor	04	R\$ 2.600,00	R\$ 33.800,00	R\$ 2.704,00	R\$ 31.096,00
Pacote	01	R\$ 550,00	R\$ 7.150,00	R\$ 572,00	R\$ 6.578,00
Serviços Gerais	01	R\$ 500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 520,00	R\$ 5.980,00
Total	06	R\$ 4.250,00	R\$ 55.250,00	R\$ 4.420,00	R\$ 50.830,00

9.10 Pró-labore e Encargos Sócios

Tabela n.º 12 – Pró-labore dos sócios e encargos sociais.

Cargo	Qtd.	Salários (R\$)	Encargos INSS (11%)	Encargos Totais Anual (R\$)
Sócio 1 – André	1	R\$ 2.300,00	R\$ 253,00	R\$ 3.036,00
Sócio 2 – Alan	1	R\$ 1.800,00	R\$ 198,00	R\$ 2.376,00
Total	2	R\$ 4.100,00	R\$ 451,00	R\$ 5.412,00

9.11 Estimativa dos custos com depreciação

Os equipamentos a serem utilizados na Loja D’Kraque, sofrerão de certa forma algum tipo de desgastes ou tornam-se ultrapassados com o passar dos anos, isso faz com que seja necessária uma reposição destes equipamentos.

Tabela n.º 13 – Custo de depreciação.

Item	Valor	Vida Útil Ano	Depreciação anual	Depreciação mensal
Equipamentos Moveis	R\$ 15.800,00	6	R\$ 2.633,33	R\$ 219,44
Equipamentos de Utensílios	R\$ 10.000,00	6	R\$ 1.666,66	R\$ 138,89
Equipamentos de Informática	R\$ 6.000,00	6	R\$ 1.000,00	R\$ 83,33
Equipamentos Eletrônicos	R\$ 660,00	4	R\$ 165,00	R\$ 13,75
Total	R\$ 32.460,00	22	R\$ 5.464,99	R\$ 455,41

9.12 Estimativa dos custos fixos mensais e anuais

Tabela n.º 14 – Estimativa dos custos fixos.

Custos Fixos	Valores a.m	Valores a.a	(%)
Mão-de-Obra	R\$ 4.250,00	R\$ 55.250,00	73,27%
Encargos (FGTS 8%)	R\$ 340,00	R\$ 4.420,00	5,86%
Depreciação	R\$ 455,41	R\$ 5.464,99	7,24%
Seguro	R\$ 55,25	R\$ 663,00	0,87%
Aluguel	R\$ 800,00	R\$ 9.600,00	12,73%
Total	R\$ 5.900,66	R\$ 75.397,99	100%

9.13 Despesas Fixas

Tabela n.º 15 – Estimativa de despesas fixas.

Despesas Fixas	Valor a.m. (R\$)	Valor a.a. (R\$)
Telefone	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Energia	R\$ 250,00	R\$ 3.000,00
Água	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Honorários Contábeis	R\$ 350,00	R\$ 4.200,00
Pró-labore	R\$ 4.100,00	R\$ 49.200,00
Encargos (INSS 11%)	R\$ 451,00	R\$ 5.412,00
Internet	R\$ 80,00	R\$ 960,00
Gastos Com Responsabilidade Social	R\$ 180,00	R\$ 2.160,00
Material de escritório	R\$ 83,33	R\$ 1.000,00
Material de limpeza	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00
Total	R\$ 6.044,30	R\$ 72.532,00

9.14 Estimativa dos custos variáveis mensais e anuais

Tabela n.º 16 – Estimativa de custos variáveis.

Custos Variáveis	Valores a.m	Valores a.a	(%)
Aquisição Mercadoria	R\$ 13.637,50	R\$ 163.650,00	84,89%
Impostos e Taxas	R\$ 2.427,88	R\$ 29.134,56	15,11%
Total	R\$ 16.065,38	R\$ 192.784,56	100%

9.15 Demonstrativo de resultados do exercício

O demonstrativo de resultado da loja D’Kraque, mostra que o projeto é viável por demonstrar um resultado líquido favorável, depois de realizado todas as deduções de acordo com o que foi investido dentro do empreendimento.

Tabela n.º 17 – Demonstrativo do resultado.

Demonstrativo do Resultado		
Descrição	Valor (R\$) a.a	(%)
Receita Total com Vendas	R\$ 386.400,00	100%
Deduções das Receitas (Simples)	R\$ 29.134,56	7,54%
(=) Receita Líquida com Vendas/Margem Contribuição	R\$ 357.265,44	0,92%
(-) CPV (soma dos custos variáveis com os fixos)	R\$ 239.047,99	61,86%
(=) Resultado Operacional	R\$ 118.217,45	30,59%
(-) Despesas	R\$ 72.532,00	18,77%
(=) Resultado Líquido	R\$ 45.685,45	11,82%

10 INDICADORES DE VIABILIDADE

10.1 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio é favorável para o empreendimento, porque mostra que a margem de viabilidade do negócio é estimável de acordo com o investimento do projeto de viabilidade da loja D’Kraque.

Faturamento Anual (R\$) :

$$\text{PE (R\$)} = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice Marg. Contribuição}} = \frac{147.929,99}{0,92\%}$$

R\$ 160.793,46

$$\text{Faturamento Mensal} = \frac{160.793,46}{12} = \mathbf{13.399,45}$$

10.2 Índice de Margem de Contribuição

A margem de contribuição devido os resultados do demonstrativo do resultado, é a Receita Líquida de Vendas (Margem de contribuição) / Receita Total, que resultará segundo o demonstrativo do resultado um Índice de Margem de Contribuição de 92 % (noventa e dois por cento) sobre todo faturamento estimado da Loja D’Kraque.

10.3 Lucratividade

O resultado de 11,82 % de lucratividade, mostra que a loja D’Kraque terá uma margem de lucro positiva pelo o que foi investido perante o projeto do empreendimento, demonstrando uma análise favorável para os empreendedores.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Receita Total}} = \frac{45.685,45 \times 100}{386.400,00}$$

R\$ 11,82 %

10.4 Rentabilidade

A rentabilidade mostra a porcentagem de chances de recuperação do investimento da loja, e esse resultado de 45,69 % é muito favorável pra recuperação do investimento total do empreendimento.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro líquido} \times 100}{\text{Invest. Total}} = \frac{45.685,45 \times 100}{100.000,00} =$$

R\$ 45,69 %

10.5 Payback (Prazo de retorno do investimento)

O prazo de retorno da loja D'kraque é de dois anos e dois meses, o que torna um processo bastante viável pelo o que será investido no plano de negócio do empreendimento.

$$\text{Payback} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} = \frac{100.000,00}{45.685,45} = 2,1888807$$

2 anos e 2 meses

10.6 Fluxo de Caixa

Tabela n.º 18 – Fluxo de caixa da loja D’Kraque.

Discriminação	Projeção Anual					
	Ano 0	Ano 01	Ano 02	Ano 03	Ano 04	Ano 05
1 – Investimento Total	(100.000,00)					
2 – Receitas Totais (10%)		386.400,00	425.040,00	467.544,00	514.298,40	564.728,24
3 – Custos e Despesas Anuais Totais (5%)		340.714,55	357.750,28	375.637,79	394.419,68	414.140,67
5 – Juros S/Finc. Pretendidos		6.078,00	5.381,56	3.862,06	2.817,41	823,06
Outros - Recurso Próprio						
6 – Lucro Tributável (2-3-9+7-5)		63.277,02	88.217,94	117.271,82	149.513,00	185.702,29
7 – Tributação-Simples Nacional (7,54%)		29.134,56	32.048,02	35.252,82	38.778,10	42.580,51
9 – Dep/Amort/Exaustão (5%)		5.464,99	5.738,24	6.025,15	6.326,41	6.642,73
10 – Disponibilidades (6+9-7)		39.607,45	61.908,16	88.044,15	117.061,31	149.764,51
12 – Repos. Financ. Pretendidos			25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
Outros - Recurso Próprio						
13 – Superávit/(Déficit) (10-12-11)	(100.000,00)	39.607,45	36.908,16	63.044,15	92.061,31	124.764,51
14 – Acumulado	(100.000,00)	(60.392,55)	(23.484,39)	39.559,76	131,621,07	256.385,58

10.7 Tabela do Cálculo de Reposição Juros sem Financiamento

Tabela n.º 19 – Cálculo dos juros sem financiamento.

Investimento Fixo					Taxa a.m. (%) 0,5065	
Empréstimo	Período	Amortização	Juros	Amortização	Juros	TOTAL
R\$	Mês	Mês	Mensal	Anual	Anuais	R\$
100.000,00	0					
100.000,00	1	-	506,50	-	-	506,50
100.000,00	2	-	506,50	-	-	506,50
100.000,00	3	-	506,50	-	-	506,50
100.000,00	4	-	506,50	-	-	506,50
100.000,00	5	-	506,50	-	-	506,50
100.000,00	6	-	506,50	-	-	506,50
100.000,00	7	-	506,50	-	-	506,50
100.000,00	8	-	506,50	-	-	506,50
100.000,00	9	-	506,50	-	-	506,50
100.000,00	10	-	506,50	-	-	506,50
100.000,00	11	-	506,50	-	-	506,50
100.000,00	12	-	506,50	-	6.078,00	506,50
97.916,67	13	2.083,33	506,50	-	-	2.589,83
95.833,33	14	2.083,33	495,95	-	-	2.579,28
93.750,00	15	2.083,33	485,40	-	-	2.568,73
91.666,67	16	2.083,33	474,84	-	-	2.558,18
89.583,33	17	2.083,33	464,29	-	-	2.547,63
87.500,00	18	2.083,33	453,74	-	-	2.537,07
85.416,67	19	2.083,33	443,19	-	-	2.526,52

83.333,33	20	2.083,33	432,64	-	-	2.515,97
81.250,00	21	2.083,33	422,08	-	-	2.505,42
79.166,67	22	2.083,33	411,53	-	-	2.494,86
77.083,33	23	2.083,33	400,98	-	-	2.484,31
75.000,00	24	2.083,33	390,43	25.000,00	5.381,56	2.473,76
72.916,67	25	2.083,33	379,88	-	-	2.463,21
70.833,33	26	2.083,33	369,32	-	-	2.452,66
68.750,00	27	2.083,33	358,77	-	-	2.442,10
66.666,67	28	2.083,33	348,22	-	-	2.431,55
64.583,33	29	2.083,33	337,67	-	-	2.421,00
62.500,00	30	2.083,33	327,11	-	-	2.410,45
60.416,67	31	2.083,33	316,56	-	-	2.399,90
58.333,33	32	2.083,33	306,01	-	-	2.389,34
56.250,00	33	2.083,33	295,46	-	-	2.378,79
54.166,67	34	2.083,33	284,91	-	-	2.368,24
52.083,33	35	2.083,33	274,35	-	-	2.357,69
50.000,00	36	2.083,33	263,80	25.000,00	3.862,06	2.347,14
47.916,67	37	2.083,33	253,25	-	-	2.336,58
45.833,33	38	2.083,33	242,70	-	-	2.326,03
43.750,00	39	2.083,33	232,15	-	-	2.315,48
41.666,67	40	2.083,33	221,59	-	-	2.304,93
39.583,33	41	2.083,33	211,04	-	-	2.294,38
37.500,00	42	2.083,33	200,49	-	-	2.283,82
35.416,67	43	2.083,33	189,94	-	-	2.273,27
	44					

33.333,33		2.083,33	179,39	-	-	2.262,72
31.250,00	45	2.083,33	168,83	-	-	2.252,17
29.166,67	46	2.083,33	158,28	-	-	2.241,61
27.083,33	47	2.083,33	147,73	-	-	2.231,06
25.000,00	48	2.083,33	612,02	25.000,00	2.817,41	2.695,35
22.916,67	49	2.083,33	126,63	-	-	2.209,96
20.833,33	50	2.083,33	116,07	-	-	2.199,41
18.750,00	51	2.083,33	105,52	-	-	2.188,85
16.666,67	52	2.083,33	94,97	-	-	2.178,30
14.583,33	53	2.083,33	84,42	-	-	2.167,75
12.500,00	54	2.083,33	73,86	-	-	2.157,20
10.416,67	55	2.083,33	63,31	-	-	2.146,65
8.333,33	56	2.083,33	52,76	-	-	2.136,09
6.250,00	57	2.083,33	42,21	-	-	2.125,54
4.166,67	58	2.083,33	31,66	-	-	2.114,99
2.083,33	59	2.083,33	21,10	-	-	2.104,44
0,00	60	2.083,33	10,55	25.000,00	823,06	2.093,89
Total		100.000,00	18.962,09	100.000,00	18.962,09	118.962,09

10.8 Taxa Mínima de Atratividade do Projeto (TMA)

A taxa mínima de atratividade definida pela Loja D’Kraque, será a taxa mostra pela SELIC (Sistema Especial de Liquidação e Custodia) mais a TJLP (Taxa de Juro de Longo Prazo), que condicionará uma taxa de 20 % a.a, essa estimativa é realizada segundo as normas de crescimento no mercado de comercialização de materiais esportivos.

Os cálculos abaixo descritos, nos mostram a taxa segundo esses parâmetros em ano e também ao mês;

Taxa Selic : 13,75%

Taxa Tjlp : 6,25%

Total Ano : 20,00% a.a

20	Enter
100	÷
1	+
12	n
1/x	yx
1	-
100	x

Resultado Mês : 1,53% a.m

10.9 TIR

A Taxa Interna de Retorno do investimento da Loja D’Kraque, demonstra uma taxa de 47,90 %, que apresenta a definição do próprio plano de negócio, a seguir está apresentada á fórmula da TIR ;

R\$ 100.000,00 - Enter - CHS – G – PV

1 – R\$ 39.607,45 – G – PMT

2 – R\$ 36.908,16 – G – PMT

3 – R\$ 63.044,15 – G – PMT

4 – R\$ 92.061,31 – G – PMT

5 – R\$ 124.764,51 – G – PMT – F – FV

Resultado : 47,90 %

10.10 Valor Presente Líquido (VPL)

O Valor Presente Líquido da Loja D’Kraque, está representado conforme os cálculos representados :

(Soma dos Benefícios) – (Investimento Total)

R\$ 356.385,58 – 100.000,00 = 256.385,58

Resultado da VPL Líquido R\$ 256.385,58

10.11 Valor Presente Líquido (VPL) Descontado

O valor presente líquido descontado da Loja D’Kraque está representado em seguida na forma de cálculos abaixo :

R\$ 100.000,00 - Enter - CHS – G – PV

1 – R\$ 39.607,45 – Enter – CHS – FV – 12 – n – 1,53 – i – PV = R\$ 33.009,90

2 – R\$ 36.908,16 – Enter – CHS – FV – 24 – n – 1,53 – i – PV = R\$ 25.636,41

3 – R\$ 63.044,15 - Enter – CHS – FV – 36 – n – 1,53 – i – PV = R\$ 36.496,14

4 – R\$ 92.061,31 – Enter – CHS – FV – 48 – n – 1,53 – i – PV = R\$ 44.416,73

5 – R\$ 124.764,51 – Enter – CHS – FV – 60 – n – 1,53 – i – PV = R\$ 50.168,13

Resultado Total R\$ 189.727,31

(Resultado Total) – (Investimento Total)

R\$ 189.727,31 – 100.000,00 = 89.727,31

Resultado R\$ 89.727,31

11 CONCLUSÃO (AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO)

O plano de negócio da Loja D’Kraque, possui como finalidade a comercialização de artigos esportivos em geral. Tem uma pretensão de abranger aproximadamente cerca de vinte cidades do Vale do São Patrício, o qual o comércio de materiais esportivos está muito carente com relação a esse tipo de atividade.

Com a realização de um plano de marketing e financeiro, houve uma grande possibilidade de análise do plano de negócio de uma loja de materiais esportivos em geral na região. O estudo de marketing mostra que ainda existe muita carência por esses produtos, por que os consumidores precisam, às vezes, se deslocar em distancia grande ou até mesmo buscar pela Internet algum produto, o que se torna um processo inviável e chega a ter um preço bem mais alto.

A Loja D’Kraque possui um projeto dinâmico o qual se localizará na cidade de Ceres, por que se trata de um local privilegiado, pois está localizada no centro da região do Vale do São Patrício. Por esta forma e por vários motivos a loja será uma empresa de grande repercussão na região. O seu projeto de viabilidade segundo o plano financeiro, será um investimento de R\$ 100.000,00, possui uma lucratividade de aproximadamente 12%, isso faz com o empreendimento seja considerável. A TIR (taxa interna de retorno) é de 47,90 %, superando-se a taxa mínima de atratividade, mostrando que o retorno do investimento é considerável para ser recuperado perante o que foi investido no empreendimento, demonstrando também que a análise do projeto em cinco anos, possa em um tempo de dois a três anos, recuperar o capital investido e seguir com uma grande possibilidade de crescimento no mercado de comércio de materiais esportivos.

12 ANEXO

12.1 Planilha do Simples Nacional – Comércio

Tabela n.º 20 – Simples nacional

Receita Bruta em 12 meses (em R\$)	ALÍQ.	IRPJ	CSLL	COFINS	PIS/PASEP	INSS	ICMS
Até 120.000,00	4,00%	0,00%	0,21%	0,74%	0,00%	1,80%	1,25%
De 120.000,01 a 240.000,00	5,47%	0,00%	0,36%	1,08%	0,00%	2,17%	1,86%
De 240.000,01 a 360.000,00	6,84%	0,31%	0,31%	0,95%	0,23%	2,71%	2,33%
De 360.000,01 a 480.000,00	7,54%	0,35%	0,35%	1,04%	0,25%	2,99%	2,56%
De 480.000,01 a 600.000,00	7,60%	0,35%	0,35%	1,05%	0,25%	3,02%	2,58%
De 600.000,01 a 720.000,00	8,28%	0,38%	0,38%	1,15%	0,27%	3,28%	2,82%
De 720.000,01 a 840.000,00	8,36%	0,39%	0,39%	1,16%	0,28%	3,30%	2,84%
De 840.000,01 a 960.000,00	8,45%	0,39%	0,39%	1,17%	0,28%	3,35%	2,87%
De 960.000,01 a 1.080.000,00	9,03%	0,42%	0,42%	1,25%	0,30%	3,57%	3,07%
De 1.080.000,01 a 1.200.000,00	9,12%	0,43%	0,43%	1,26%	0,30%	3,60%	3,10%
De 1.200.000,01 a 1.320.000,00	9,95%	0,46%	0,46%	1,38%	0,33%	3,94%	3,38%
De 1.320.000,01 a 1.440.000,00	10,04%	0,46%	0,46%	1,39%	0,33%	3,99%	3,41%
De 1.440.000,01 a 1.560.000,00	10,13%	0,47%	0,47%	1,40%	0,33%	4,01%	3,45%
De 1.560.000,01 a 1.680.000,00	10,23%	0,47%	0,47%	1,42%	0,34%	4,05%	3,48%
De 1.680.000,01 a 1.800.000,00	10,32%	0,48%	0,48%	1,43%	0,34%	4,08%	3,51%
De 1.800.000,01 a 1.920.000,00	11,23%	0,52%	0,52%	1,56%	0,37%	4,44%	3,82%
De 1.920.000,01 a 2.040.000,00	11,32%	0,52%	0,52%	1,57%	0,37%	4,49%	3,85%
De 2.040.000,01 a 2.160.000,00	11,42%	0,53%	0,53%	1,58%	0,38%	4,52%	3,88%
De 2.160.000,01 a 2.280.000,00	11,51%	0,53%	0,53%	1,60%	0,38%	4,56%	3,91%
De 2.280.000,01 a 2.400.000,00	11,61%	0,54%	0,54%	1,60%	0,38%	4,60%	3,95%

12.2 Contrato Social

CONTRATO SOCIAL
SOCIEDADE LIMITADA
Loja D’Kraque “A loja do Atleta”

1. André Luis Azevedo da Silva , brasileiro, solteiro, nascido em 28/10/1986 , cadastrado CPF n.º 005.326.415-67, portador da carteira de identidade 4415268 SSP-GO, domiciliado e residente na Rua 39, n.º 114, Centro, Ceres – GO.

2. Alan da Silva Sobrinho, brasileiro, solteiro, nascido em 22/04/1986, cadastrado CPF n.º 111.222.333-44, portador da carteira de identidade 7717713 DGPC – GO , domiciliado e residente na Avenida Bernardo Sayão, n.º 3.455, Setor Nova Vila, Ceres – GO. (art. 997, I , CC/2002) constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial . Loja D’Kraque e terá sede e domicílio na Avenida Bernardo Sayão, s/n, Setor Centro, Ceres - GO, CEP : 76.300-000.

2ª O capital social será R\$ 100.000,00 (CEM MIL REAIS) dividido em quotas de valor nominal R\$ 1.00 (um real), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

André Luis Azevedo da Silva 60% de quotas 100 R\$ 60.000,00

Alan da Silva Sobrinho 40% de quotas 100 R\$ 40.000,00 (art. 997, III, CC/2002) (art. 1.055, CC/2002)

3ª O objeto será a comercialização de produtos no segmento de materiais esportivos em geral.

4ª A sociedade iniciará suas atividades no mês de janeiro de 2009 e seu prazo de duração é indeterminado. (art. 997, II, CC/2002)

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente. (art. 1.056, art. 1.057, CC/2002)

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. (art. 1.052, CC/2002)

7ª A administração da sociedade caberá aos sócios com os poderes e atribuições e autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotizantes ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio. (artigos 997, VI; 1.013, 1.015, 1.064, CC/2002)

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados. (art. 1.065, CC/2002)

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso. (arts. 1.071 e 1.072, § 2º e art. 1.078, CC/2002)

10 A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11 Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “pro labore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12 Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio. (art. 1.028 e art. 1.031, CC/2002)

13 O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de

prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. (art. 1.011, § 1º, CC/2002).E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 02 (duas) vias.

Ceres-Go, janeiro de 2009.

André Luis Azevedo da Silva

Alan da Silva Sobrinho

Testemunhas

Testemunhas

CPF:

CPF:

12.3 Contrato de Locação do Imóvel

Os signatários, nas qualidades indicadas neste contrato, têm entre si, ajustada a presente locação, mediante as seguintes cláusulas e condições:

I) DO LOCADOR E LOCATÁRIO : LOCADOR: ANDRÉ LUIS AZEVEDO, brasileiro, solteiro, empresário, portador da Carteira de Identidade (RG) n.º 4415268 SSP-GO e do CPF n.º 005.326.415-67, residente e domiciliado na Cidade de Ceres – GO. LOCATÁRIO: JOSÉ ELIAS BRITO, brasileiro, casado, aposentado, portador da Carteira de Identidade (RG) n.º 2615448 e do CPF n.º 456.251.623-44, residente e domiciliado na Cidade de Ceres-GO.

II) VALOR MENSAL DA LOCAÇÃO:O aluguel mensal é no valor de R\$ 800,00 (oitocentos reais), devendo seu pagamento ser feito até o dia 10 (dez) de cada mês, diretamente ao LOCATÁRIO.

III) PRAZO DE LOCAÇÃO : O presente contrato terá a vigência de 12 (doze) Meses, com início em janeiro de 2009 e término no mês de dezembro de 2009, podendo ser prorrogado desde que haja interesse entre ambas as partes, sem nenhuma forma de reajuste durante o prazo estabelecido no presente contrato.

IV) TRIBUTOS E DEMAIS ENCARGOS : Obriga-se o LOCATÁRIO além do pagamento de alugues, a satisfazer ao pagamento, pôr sua conta exclusiva do consumo de água, esgoto, energia, e taxas de condomínio, pelo período em que morar no imóvel.

V) OBRIGAÇÕES GERAIS : O LOCATÁRIO declara ter procedido à vistoria do imóvel locado recebendo-o em perfeito estado e obrigando-se a :

a) manter o objeto da locação no mais perfeito estado de conservação e limpeza, para assim o restituir ao LOCADOR, quando finda ou rescinda a locação, correndo pôr sua conta exclusiva as despesas necessárias para esse fim, notadamente, as que se referem à conservação de pinturas, portas, comuns, fechaduras, trincos, puxadores, vitrais e vidraças, instalações elétricas, torneiras, aparelhos sanitários e quaisquer outras;

b) não fazer instalação, adaptação, obra ou benfeitoria, inclusive colocação de luminosos, placas, letreiros e cartazes sem prévia obtenção de autorização, pôr escrito, do LOCATÁRIO;

c) não transferir este contrato, não ceder ou emprestar, sob qualquer pretexto e de igual forma alterar a destinação da locação, não constituindo o decurso do tempo, pôr si só, na demora do LOCADOR reprimir a infração, assentimento à mesma;

d) encaminhar ao LOCADOR todas as notificações dos poderes públicos que forem entregues no imóvel, sob pena de responder pelas multas, correção monetária e penalidades decorrentes do atraso no pagamento ou satisfação no comprimento de determinações por aqueles poderes;

e) no caso de qualquer obra, reforma ou adaptação devidamente autorizada pelo LOCATÁRIO, repor pôr ocasião da entrega efetiva das chaves do imóvel locado, seu estado primitivo, não podendo exigir qualquer indenização;

f) facultar ao LOCATÁRIO ou ao seu representante legal examinar ou vistoriar o imóvel sempre que for para tanto solicitado, bem como no caso do imóvel ser colocado à venda, permitir que interessados o visitem;

g) na entrega do imóvel, verificando-se infração pelo LOCADOR de quaisquer das cláusulas que compõem este contrato, e que o imóvel necessite de algum conserto ou reparo, ficaria o mesmo LOCADOR, pagando o aluguel, até a entrega das chaves;

h) fim do prazo deste contrato, pôr ocasião da entrega das chaves, o LOCADOR mandará fazer uma vistoria no imóvel locado, a fim de verificar se o mesmo se acha nas condições em que foi recebido, pelo LOCATÁRIO.

VI) RECISÃO CONTRATUAL : A infração das obrigações consignadas na cláusula sétima, sem prejuízo de qualquer outra prevista em lei, pôr parte do LOCATÁRIO, é considerado como de natureza grave, acarretando a rescisão contratual, com o conseqüente despejo e obrigatoriedade de imediata satisfação dos conseqüentários e legais; Parágrafo Único : Caso o objetivo da locação vier a ser desapropriado pelo Poder Público, ficará o presente contrato, bem como o LOCADOR, exonerado de todas e quaisquer responsabilidades decorrentes.

VII) INDENIZAÇÃO E DIREITO DE RETENÇÃO : Toda e qualquer benfeitoria autorizada pelo LOCADOR, ainda que útil e necessária, ficará automaticamente incorporada ao imóvel, sem prejuízo do disposto na letra “e” , da cláusula sétima deste instrumento, não podendo o LOCATÁRIO pretender qualquer indenização ou ressarcimento, bem como argüir direito de retenção pelas mesmas.

VIII) VANTAGENS LEGAIS SUPERVENIENTES : A locação estará sempre sujeita ao Regime de Código Civil Brasileiro e a lei nº 8245 de 18/10/91, ficando assegurado ao LOCADOR todos os direitos e vantagens conferidas pela legislação que vier a ser promulgada durante a locação.

IX) GARANTIAS : Em garantia do fiel cumprimento de cada uma das obrigações assumidas neste contrato, e, especialmente do pagamento de aluguéis, assinam o presente instrumento, na qualidade de fiadores, anteriormente qualificados, e principais pagadores do LOCATÁRIO, obrigando-se solidariamente com este no cumprimento das cláusulas e condições desta avenca e renunciando, expressamente, ao disposto no artigo 1.491, do Código Civil, sendo que tal responsabilidade, perdurará até a entrega efetiva e real das chaves do imóvel, inclusive ocorrendo a hipótese prevista no parágrafo único da cláusula VII, e, é extensiva a toda e qualquer modificação na locação resultante da aplicação do texto legal, ou acordo entre as partes:

a) os fiadores declaram, expressamente, reconhecer que sua responsabilidade perdurará até a entrega das chaves, renunciando, desta parte, a faculdade contida no artigo 1.500 do código Civil; no caso de morte, falência ou insolência dos fiadores, obriga-se o LOCATÁRIO, a dar substituto idôneo, a juízo do LOCADOR dentro de 30 dias sob pena de incorrer em grave infração contratual com o conseqüente despejo. LOCADOR

deverá fazer o pagamento dos aluguéis mensais pontualmente até o dia 10 de cada mês, sendo vencido, ficando esclarecido que passado este prazo estará em mora sujeito às penas impostas neste contrato. Após o dia 10 do mês seguinte ao vencido, o LOCATÁRIO poderá enviar recibo de alugueis e encargos de locação para cobrança através de advogado de sua confiança.

X) PRAZO PARA OS PAGAMENTOS : Fica convencionado que o respondendo o LOCATÁRIO também pêlos honorários do advogado mesmo que a cobrança seja realizada extrajudicialmente ; no caso de cobrança judicial, pagará o LOCATÁRIO também as custas decorrentes:

a)Em caso de mora no pagamento dos alugueis e encargos previstos no presente contrato, ficará o LOCADOR obrigado, ao pagamento do principal, acrescido de juros de mora de 5% ao mês, mais multa de 3% e penalidades previstas nas clausulas anteriores.

XI) CLÁUSULA PENAL : O LOCADOR e o LOCATÁRIO obrigam-se a respeitar o presente contrato em todas as suas cláusulas e condições, incorrendo parte que infringir qualquer disposições contratual ou legal a multa igual à 10 (dez) %, do valor deste contrato, que será sempre paga integralmente, qualquer que seja o tempo contratual decorrido, inclusive se verificada a prorrogação da vigência da locação. O pagamento da multa não obsta a rescisão do contrato pela parte inocente, caso lhe convier :

A) fica estipulada entre as partes contratantes que o valor das cláusulas penal será reajustado toda vez que ocorre alteração do valor do aluguel, ficando sempre respeitada igual proporcionalidade, reajustamento esse que será automático, bem como o seu pagamento não exime, no caso de rescisão, a obrigações do pagamento dos alugueis e danos ocasionados no imóvel locado;

LOCATÁRIO : _____

LOCADOR : _____

TESTEMUNHAS :

CPF:

CPF :

13 APÊNDICE

13.1 Currículo Sócio 1

I – Dados Pessoais

Nome: André Luis Azevedo da Silva

Data de Nascimento: 28/10/1986

Nacionalidade: Brasileiro

Naturalidade: Ceres -GO

Estado Civil: Solteiro

Endereço: Rua 39, n.º 114, Bairro Vila Nova, Ceres-GO

Fone: (62)

II – Documentação Pessoal

Carteira de Identidade: 44152668

Órgão Expedidor: SSP-GO

CPF: 005.326.415-67

III – Formação Escolar

Nível Médio: Completo

Nível Superior: Cursando 8º período de Administração de Empresas

IV – Experiência Profissional

Empresa :Supermercado Cordeiros

Período: 04 (quatro) anos

Empresa: Prefeitura Municipal de Ceres

Período: 03 (três) anos

13.2 Currículo Sócio 2

I – Dados Pessoais

Nome: Alan da Silva Sobrinho

Data de Nascimento: 22/04/1986

Nacionalidade: Brasileiro

Naturalidade: Ceres -GO

Estado Civil: Solteiro

Endereço: Avenida Bernardo Sayão, n.º 3.455, Setor Nova Vila, Ceres-GO

II – Documentação Pessoal

Carteira de Identidade: 7717713

Órgão Expedidor: DGPC-GO

CPF: 111.222.333-44

III – Formação Escolar

Nível Médio: Completo

Nível Superior: cursando 1º período de Administração de Empresas

IV – Experiência Profissional

Empresa : Auto Peças e Mecânica Del Rey

Período: 05 (cinco) anos

Referências bibliográficas

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo, Saraiva, 2004.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo, McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 6. ed., São Paulo, Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 2. ed., Rio de Janeiro, Campus, 2005.

SOUZA, Alceu. **Decisões Financeiras e análise de investimentos**: fundamentos, técnicas e aplicações ; Alceu Souza, Ademir Clemente. 5. ed., São Paulo, Atlas, 2004.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. 10. ed., São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2000.

BREEN, George Edward. **Faça você mesmo pesquisa de mercado**. São Paulo, McGraw-Hill Ltda, 1991.

Pesquisa Site: Fonte, IBGE e Site do Seplan – Superintendência de Estatística, Pesquisa e Informação : www.seplan.gov.br/seplin.

Pesquisa Site: www.recita.federal.gov.br – Lei Complementar n.º 123 : Planilha do Simples.

Pesquisa Site: www.sebrae-sc.com.br/novos-destaques/oportunidades - Sebrae de Sar Catarina. informação sobre crescimento dia 10/12/2008.

Revisado por

Célia Romano Amaral Mariano
Biblioteconomista CRB/1-1528

DECLARAÇÃO

Eu, CÉLIA ROMANO DO AMARAL MARIANO, RG nº 5.714.022-4, formada em Biblioteconomia pela Faculdade de Sociologia e Política da USP com diploma registrado no MEC, inscrita no CONSELHO REGIONAL DE BIBLIOTECONOMIA – CRB/1-1528, DECLARO para os devidos fins acadêmicos que fiz a revisão das citações e referências bibliográficas da monografia de conclusão de **ANDRÉ LUIS AZEVEDO DA SILVA** do Curso de Administração de Empresas da Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER.

Rubiataba, 25 de janeiro de 2009

Célia Romano do Amaral Mariano

Biblioteconomista – FACER

CRB/1- 1528

DECLARAÇÃO

Eu, Marise de Melo Lemes, RG 853290/SSP-GO, graduada em Letras Modernas pela Faculdade de Filosofia do Vale de São Patrício (FAFISP) – Ceres – UniEvangélica, em 2004, declaro para os devidos fins que fiz a correção ortográfica do trabalho de conclusão de curso do aluno André Luís de Azevedo da Silva, do curso de Administração de Empresas – Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba - FACER – Rubiataba-GO.

Rubiataba, 05 de fevereiro de 2009.

Marise de Melo Lemes