

CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO

Técnico em Administração

GABRIELA RODRIGUES DE SOUZA

GUILHERME DE SOUZA PEREIRA

ISABELA CABRAL COSTA

LARISSA PEREIRA DA SILVA

LUÍS GUILHERME DAMASCO DE ALMEIDA

EGGAMES - VENDA E ALUGUEL DE JOGOS.

Tupã-SP

2024

GABRIELA RODRIGUES DE SOUZA

GUILHERME DE SOUZA PEREIRA

ISABELA CABRAL COSTA

LARISSA PEREIRA DA SILVA

LUÍS GUILHERME DAMASCO DE ALMEIDA

EGGAMES - VENDA E ALUGUEL DE JOGOS

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico de Administração da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pela Profª Roseli Aparecida Viscardi, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

Menção do Trabalho: MB

Tupã-SP

2024

Etec Prof. Massuyuki Kawano

Técnico em Administração

Gabriela Rodrigues de Souza

Guilherme de Souza Pereira

Isabela Cabral Costa

Larissa Pereira da Silva

Luís Guilherme Damasco de Almeida

EGGAMES - Venda e Aluguel de Jogos

Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Prof^ª. Roseli Aparecida Viscardi

Orientadora

Prof. Dercílio Volpi Junior

Avaliador

Prof.

Avaliador

Tupã, 25 de junho de 2024

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O(A) Professor(a) orientador(a), a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a todos, que de alguma forma nos ajudaram e contribuíram para a realização deste trabalho.

Agradecemos a professora Roseli, por segurar nossas mãos e nos dar segurança para finalizar o trabalho, além de nos orientar. Obrigado aos outros professores por nos apoiarem.

Obrigado a professora Karen que nos guiou até onde pode.

Agradecemos à família e amigos, que nos encorajaram e auxiliaram durante este período, ajudando com as pesquisas e estudos.

A Etec. Professor Massuyuki Kawano, pelo suporte oferecido durante o curso e apoio necessário.

Às empresas Mudas Giovanna, Mudas Morandi e Zutec, por nos dar apoio necessário para a realização deste estudo.

Nosso sincero agradecimento a todos que tornaram possível a realização deste trabalho!

“Nunca subestime o poder do trabalho em equipe.”

HALO

RESUMO

Durante os últimos anos, o mercado dos jogos eletrônicos vem apresentando uma taxa de crescimento significativa no setor de vendas e revendas de jogos digitais. Este crescimento notável demonstra o potencial e a popularidade cada vez maior dos games. Contudo, apesar da expansão promissora nesta área, existem lacunas e falhas significativas na aquisição de jogos eletrônicos, especialmente no que se refere ao atendimento ao cliente. Diante desse cenário este evidenciado por meio de pesquisas científicas em diversas bibliografias, as quais identificaram deficiências no suporte ao cliente, principalmente no pós-venda. A principal problemática evidente é a carência de assistência adequada ao consumidor após a compra do jogo. Portanto, o propósito EGGAMES além de fazer as vendas é principalmente auxiliar o cliente, especialmente no pós-venda, proporcionando maior comodidade e segurança. A melhoria do suporte ao cliente visa aumentar a satisfação e fidelização, contribuindo para um mercado de jogos eletrônicos mais confiável e eficiente.

Palavras Chaves: Games; Vendas; Mercado digital; Clientes.

ABSTRACT

During the last few years, the electronic games market has shown a significant growth in sales and reseller sectors. This remarkable expansion highlights the potential and ever-increasing popularity of gaming. However, despite the promising growth in this area, there are notable gaps and shortcomings in the acquisition process of electronic games, especially concerning customer service. In view of this scenario, this is evidenced through scientific research in several bibliographies, which identified deficiencies in customer support, especially in the after-sales service. The primary issue is the lack of adequate assistance provided to consumers after the purchase of games. Therefore, the EGGAMES purpose in addition to making sales is mainly to assist the customer, especially in the after-sales phase, ensuring greater convenience and safety. Enhancing customer support is intended to increase satisfaction and loyalty, thereby contributing to a more reliable and efficient electronic gaming market.

Keywords: Games; Sales; Digital Marketplace; Customers.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Planta Eggames 2D	39
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Síntese para estruturação do método científico.....	18
Quadro 2 - Cronograma.....	20
Quadro 3 - Fundador 01	21
Quadro 4 - Fundador 02	21
Quadro 5 - Fundador 03	22
Quadro 6 - Fundador 04	22
Quadro 7 - Fundador 05	23
Quadro 8 - Capital social.....	23
Quadro 9 - Análise dos Concorrentes	26
Quadro 10 - Análise dos Fornecedores	30
Quadro 11 - Localização da empresa	38
Quadro 12 - Necessidade de pessoas.....	40
Quadro 13 - Avaliação estratégica	55

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Questão 1: Gênero?.....	31
Gráfico 2 - Questão 2: Qual a sua idade?	32
Gráfico 3 - Questão 3: Exerce atividade remunerada?	32
Gráfico 4 - Questão 4: Quanto pagariam por um jogo?.....	33
Gráfico 5 - Questão 5: Compram ou utilizam mídias físicas?	33
Gráfico 6 - Questão 6: Por onde jogam?.....	34
Gráfico 7 - Questão 7: Com que frequência jogam?.....	34
Gráfico 8 - Questão 8: Qual gênero preferem jogar?.....	35
Gráfico 9 - Questão 9: Por onde acompanham os lançamentos?	35

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Máquinas e equipamentos	40
Tabela 2 - Móveis e utensílios	41
Tabela 3 - Estimativa dos investimentos pré-operacionais.....	41
Tabela 4 - Estimativa de vendas no 1º ano.....	42
Tabela 5 - Estimativa do estoque inicial.....	44
Tabela 6 - Prazo médio de vendas	45
Tabela 7 - Prazo médio de compra	45
Tabela 8 - Necessidade média de estoque	46
Tabela 9 - Capital de giro	46
Tabela 10 - Descrição dos investimentos	47
Tabela 11 - Fontes de Recursos	47
Tabela 12 - Produto 1 Jogos PS5	48
Tabela 13 - Produto 2 Jogos PS4.....	48
Tabela 14 - Produto 3 Jogos XBOX ONE.....	48
Tabela 15 - Produto 4 NINTENDO SWITCH	49
Tabela 16 - Estimativa dos custos de comercialização.....	49
Tabela 17 - Apuração dos custos dos materiais diretos	51
Tabela 18 - Estimativa do custo com depreciação.....	51
Tabela 19 - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	52
Tabela 20 - Demonstrativo de resultados do exercício – DRE.....	53
Tabela 21 - Ponto de equilíbrio	54

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
2 REVISÃO DE LITERATURA.....	14
2.1 Plano de Negócios.....	14
2.2 Evolução dos jogos	15
2.3 Plataformas de jogos	16
2.4 Evolução do Esports.....	16
2.5 Pós-venda	17
3 METODOLOGIA DE PESQUISA	18
3.1 Cronograma.....	20
4 PLANO DE NEGÓCIOS	20
4.1 Descrição da Empresa.....	20
4.2 Fonte de Recursos.....	23
4.3 Análise de Mercado	24
4.3.1 Análise dos Clientes	24
4.3.2 Análise dos Concorrentes	26
4.3.3 Análise dos Fornecedores.....	30
4.3.4 Pesquisa de mercado.....	31
4.4 Plano Marketing.....	37
4.4.1 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços.....	37
4.4.2 Preço	37
4.4.3 Estratégias Promocionais.....	37
4.4.4 Estrutura de Comercialização	37
4.4.5 Localização da Empresa	38
4.5 Plano Operacional.....	39
4.5.1 Layout ou Arranjo Físico.....	39
4.5.2 Capacidade Produtiva.....	39
4.5.3 Necessidade de Pessoal	40
4.6 Plano Financeiro.....	40
4.6.1 Estimativa dos investimentos	40
4.6.1.1 Estimativa dos investimentos fixos.....	40
4.6.1.2 Estimativa dos investimentos pré-operacionais	41
4.6.2 Estimativa do faturamento da empresa	42
4.6.3 Capital de giro	44

4.6.3.1 Estimativa do estoque inicial	44
4.6.3.2 Prazo médio de vendas	45
4.6.3.3 Prazo médio de compra	45
4.6.3.4 Necessidade média de estoque.....	46
4.6.4 Estimativa de custos variáveis	47
4.6.4.1 Custo unitário do produto	47
4.6.4.2 Estimativa dos custos de comercialização (custo variável)	49
4.6.4.3 Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas.....	51
4.6.5 Estimativa de custos fixos	51
4.6.5.1 Estimativa do custo com depreciação	51
4.6.5.2 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	52
4.6.6 Demonstrativo de resultados do exercício – DRE	53
4.6.7 Ponto de equilíbrio	54
4.7 Avaliação estratégica.....	55
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
REFERÊNCIAS.....	57
APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL SOCIEDADE LIMITADA	58
APÊNDICE B - FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO	61
APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS.....	63

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, os jogos digitais vêm tomando grande espaço na sociedade moderna, graças a esse crescimento, foi inserido ao mercado uma nova categoria, a venda e revenda de *games*. Segundo a consultoria Newzoo (2023), o Brasil é o décimo maior mercado de games do mundo, com mais de 100 milhões de jogadores que gastaram 2,7 bilhões de dólares em 2022. A perspectiva é que os jogadores brasileiros gastem cerca de 3,5 bilhões de dólares até 2025, em uma taxa de crescimento médio acumulado de 10% ao ano desde 2020 (CARTACAPITAL, 2023).

Graças a essa mudança e crescimento exponencial de mercado, empresas criadas para suprir essa necessidade começaram a apontar algumas falhas, principalmente no setor pós-venda, uma vez que foi cultivado uma cultura de venda e revenda de produtos com resultados imediatos e não a longo prazo, oferecendo jogos a preços baixos e pouco atendimento pós-venda, como aponta Ricardo Syozi em sua análise sobre o setor "A conta e o jogo podem deixar de serem acessíveis a qualquer momento, já que o comprador não possui os dados principais de login. Essa prática é usada comumente como golpe, com o vendedor desaparecendo e retirando o acesso aos jogos logo que recebe o dinheiro" (TECNOBLOG, 2021). Bem também como diversas reclamações não respondidas em fóruns próprios, como o Reclame Aqui "Eu comprei o jogo Tales of Arise para PS4 com garantia vitalícia e não está mais disponível, a conta está com cadeado e precisando de uma nova senha, não consigo ativar o meu PS4 como principal, preciso de uma nova senha ou o meu dinheiro de volta!" (RECLAME AQUI, 2023).

Diante dessa lacuna no setor, o intuito da Eggames é oferecer jogos e serviços digitais com um preço justo ao cliente, além de prestar um serviço de atendimento capaz de suprir as necessidades geradas ao longo do tempo, por meio de um suporte direcionado a essa área, apresentando assim confiança e um conforto para nosso público.

Com base nesse cenário, a pesquisa tem como problema de pesquisa a ser respondida: qual a viabilidade da implantação de um site com enfoque em venda e aluguel de jogos? Para responder tal problemática, foi estabelecido o seguinte objetivo geral: investigar a viabilidade da implantação de um site com enfoque em venda e aluguel de jogos.

Para atingir o objetivo geral, alguns objetivos específicos tiveram que ser estabelecidos, dentre eles:

- Identificar o mercado a ser inserido, assim como potenciais clientes, concorrentes e fornecedores;

- Descrever o produto/serviço e as estratégias de marketing a serem utilizadas na empresa Eggames, no que se refere a promoção e divulgação dos produtos/serviços, ao preço, localização do negócio e estrutura de comercialização;
- Definir a distribuição dos setores e recursos da empresa (layout ou arranjo físico), a capacidade produtiva/comercial/serviços e o pessoal necessário para o funcionamento do negócio;
- Analisar a viabilidade financeira do negócio, por meio de índices financeiros e da estimativa do investimento total, capital de giro, custos e faturamento da empresa;
- Identificar os aspectos favoráveis e desfavoráveis do negócio por meio da análise S.W.OT.

A reflexão acerca da criação de uma empresa capaz de nutrir as dificuldades apresentadas no mercado se mostra como uma ideia de grande importância, uma vez que como apontado, se trata de um setor de potencial exponencial nos últimos e próximos anos, porém sem a estrutura adequada para prover um bom serviço prestado para os clientes.

Desde 2020, com o crescimento do consumo de mídias digitais para jogos e serviços eletrônicos, surgiram diversas empresas focadas na revenda desses produtos, mas a falta de compromisso ou conhecimento técnico geraram uma cultura inapropriada para o setor, deixando marcado como comum sites que são focados apenas nos números de vendas e não no suporte e atendimento ao cliente, fazendo com que os mesmos sempre optem por outras opções nas suas próximas compras.

O intuito do presente trabalho é apontar as falhas já existentes e sugerir prováveis opções para solucionarmos a causa, podendo assim, apresentar uma empresa com características viáveis e capazes de atender o público alvo, consolidando no mercado uma marca que vise a relação com os clientes e consiga proporcionar o bem-estar a longo prazo enquanto fornece os produtos desejados.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Plano de Negócios

O Plano de Negócios, também conhecido como Business Plan, é um documento essencial no qual a empresa delinea seus objetivos em curto, médio e longo prazo. Além disso, ele descreve minuciosamente a composição da empresa, incluindo sua estrutura física, recursos

humanos, forma jurídica e seus processos internos e externos (ATITUDE E NEGÓCIOS, 2014).

Normalmente, esse plano é desenvolvido por empreendedores com o intuito de evitar equívocos e gastos desnecessários em empreendimentos que podem não ter futuro. Em outras palavras, o Plano de Negócios é uma ferramenta valiosa que serve para validar a viabilidade do negócio antes de transformá-lo em realidade (ATITUDE E NEGÓCIOS, 2014).

O principal objetivo do Plano de Negócios é olhar para o futuro, mantendo um foco constante. Isso se deve ao fato de que diversas variáveis, como a gestão do capital de giro e o timing ideal para investir em expansão, precisam ser cuidadosamente consideradas (ATITUDE E NEGÓCIOS, 2014).

É importante ressaltar que essa ferramenta é recomendada para empresas de todos os tamanhos, independentemente de serem startups ou empresas já estabelecidas no mercado. Ela oferece segurança ao empreendedor na tomada de decisões, sendo fundamental para a continuidade do negócio (ATITUDE E NEGÓCIOS, 2014).

Um plano bem definido e estruturado possibilita a otimização dos recursos financeiros, humanos e tecnológicos, bem como a identificação precisa das oportunidades e ameaças que podem surgir durante a gestão da empresa. Isso, por sua vez, permite a elaboração de estratégias mais eficazes para lidar com os riscos, ao mesmo tempo em que possibilita o acompanhamento e a mensuração dos resultados (ATITUDE E NEGÓCIOS, 2014).

Embora não exista um modelo padrão a ser seguido, a estrutura mais comum de um Plano de Negócios é dividida em: Sumário Executivo, Apresentação da Empresa, Plano de Mercado, Plano de Marketing, Plano Operacional e Plano Financeiro. É nesses aspectos que este e-book visa aprofundar e detalhar, proporcionando uma base sólida para o desenvolvimento do seu próprio Plano de Negócios (ATITUDE E NEGÓCIOS, 2014).

2.2 Evolução dos jogos

Segundo Fernando Luiz Krüger e Giancarlo Moser o primeiro console de videogame, o Odyssey 100, começou a ser produzido pela Magnavox para comercialização nos Estados Unidos. Já no Brasil, o primeiro videogame com cartuchos a ser fabricado foi o Top-Game, da Bit Eletrônica, em 1981 (KRÜGER; MOSER, 2005).

Ao longo dos anos, jogos eletrônicos encantam crianças e adultos, sendo uma indústria promissora unindo lazer e tecnologia. No início dos anos 70 surgiram os videogames, conquistando um grande espaço no mercado (KRÜGER; MOSER, 2005).

Segundo Ehrlich (1986), é possível dizer que nenhum brinquedo fez tanto sucesso em todo planeta quanto o videogame. (EHRlich, 1986).

Com os jogos de videogame o ser humano deixou de ser espectador e passou a assumir o papel de usuário da máquina, podendo escolher o que passaria na tela e interferir na ação, além de que, os jogos unem estímulos visuais e sonoros, com um alto grau de envolvimento com imaginação e fantasia. (EHRlich, 1986).

2.3 Plataformas de jogos

O mercado de games não para de crescer no Brasil e no mundo, mas a mais recente Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia da PwC Brasil, obtida com exclusividade por Tilt, revela a dimensão desse crescimento: o mercado brasileiro irá dobrar em menos de cinco anos. A estimativa é que a receita total de videogames e esportes eletrônicos no país chegue a US\$2,8 bilhões (cerca de R\$13 bilhões) em 2026. Segundo o relatório, em 2021, ela foi de aproximadamente US\$1,4 bilhão (UOU, 2021).

Até o momento, o crescimento ano a ano é de 27,4%. Em 2021, o Brasil superou o México como o maior mercado da América Latina e, em 2026, representará 47,4% da receita total na região (UOU, 2021).

2.4 Evolução do Esports

A evolução dos Esports (esportes eletrônicos) no cenário brasileiro representa um fenômeno cultural e econômico significativo, influenciando diretamente a criação de sites revendedores de jogos e o consumo de jogos no Brasil. Para compreender essa interconexão, é essencial analisar a ascensão dos Esports no país e sua relação com o mercado de jogos eletrônicos (GE, 2022).

Os Esports surgiram no Brasil nas últimas duas décadas como um fenômeno de entretenimento, com raízes na popularização de jogos eletrônicos. Campeonatos renomados, como o Campeonato Brasileiro de League of Legends (CBLol) e a Copa do Mundo de Free Fire, ganharam destaque na cena Esports brasileira. Esses eventos atraem milhões de

espectadores e oferecem premiações substanciais, o que demonstra o crescimento da indústria (GE, 2022).

O sucesso dos Esports impulsionou a venda de jogos eletrônicos no Brasil. A exposição massiva de títulos populares durante as transmissões de torneios atraiu a atenção de novos jogadores, aumentando a demanda por jogos e consoles. A criação de um site revendedor de jogos pode capitalizar essa tendência, proporcionando uma plataforma de fácil acesso para aquisição de títulos (GE, 2022).

A ligação entre Esports e a criação de um site revendedor de jogos é reforçada pela demanda crescente por jogos online. Títulos competitivos como CS:GO, Dota 2 e Valorant são amplamente jogados e assistidos, estimulando a comunidade a buscar aquisições de jogos para participar ativamente desses cenários (GE, 2022).

Além disso, a crescente prevalência de plataformas digitais de distribuição, como Steam, Origin e Epic Games Store, facilitou o acesso aos jogos eletrônicos. Um site revendedor de jogos pode atuar como um intermediário eficaz, fornecendo conveniência e variedade de opções aos consumidores que desejam adquirir títulos digitais (GE, 2022).

O mercado de jogos eletrônicos no Brasil continua a se expandir. Com a chegada de novas tecnologias, como a próxima geração de consoles e a crescente popularidade da realidade virtual, espera-se que a demanda por jogos e produtos relacionados continue a crescer. Um site revendedor de jogos bem estruturado pode capitalizar essas tendências futuras (GE, 2022).

Em resumo, a relação entre Esports, a criação de um site revendedor de jogos e o crescimento do consumo de jogos no Brasil é intrínseca. A popularização dos Esports tem impulsionado a demanda por jogos eletrônicos e a criação de um meio de acesso facilitado a esses produtos é fundamental para atender a essa crescente demanda. A convergência desses fatores representa uma oportunidade substancial no mercado brasileiro de entretenimento digital (GE, 2022).

2.5 Pós-venda

Ao longo do tempo, as ferramentas estratégicas e de gestão evoluíram para atender às demandas do mercado e competição empresarial. Para garantir a fidelidade do cliente, é crucial que as empresas identifiquem claramente os atributos que agregam valor aos produtos e serviços. Com a crescente concorrência, o relacionamento com o cliente desempenha um papel crucial na diferenciação estratégica. Ferramentas como o CRM tornam-se essenciais, permitindo uma análise detalhada do comportamento do cliente para maximizar o serviço e

investir em produtos com base no verdadeiro valor do cliente (SANTOS, 2014).

O conceito de serviço pós-venda refere-se ao suporte oferecido ao cliente após a compra, abrangendo diversas atividades que garantem o adequado funcionamento do produto ou asseguram a eficácia na qualidade do serviço, conforme definido pelo autor Vitasek (2005).

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Quadro 1 - Síntese para estruturação do método científico

Síntese para estruturação do método científico	
Critérios de classificação	Atributos metodológicos
Tipo de conhecimento	O conhecimento buscado para a realização do projeto é científico. Foram analisadas algumas bibliografias e vários sites e artigos para um bom entendimento sobre o tema.
Natureza da pesquisa	A natureza do projeto é aplicada. A pesquisa aplicada tem como principal objetivo gerar conhecimento para resolver problemas atrelados ao atendimento pós compra na área de jogos digitais.
Objetivo	O objetivo está sendo exploratório e descritivo.
Abordagem	A abordagem do projeto é quali-quantitativa, pois utilizaremos dados qualitativos obtidos por meio de pesquisa bibliográfica e dados quantitativos.

Técnicas e ferramentas de coleta de dados	A técnica para coleta de dados foi uma pesquisa bibliográfica para compor a fundamentação do trabalho, o plano de negócios e a pesquisa de campo. A pesquisa de campo foi aplicada por meio de um questionário do Google Forms (pesquisa de mercado).
Amostra	83 pessoas.
Objeto de análise	Analisar a viabilidade da abertura de um site de venda e aluguel de jogos digitais com foco no atendimento pós compra.
Foco de análise	Realização da pesquisa bibliográfica para fundamentação do trabalho;
	Execução de uma pesquisa de mercado para análise;
	Desenvolvimento do Modelo de Negócio; Avaliação estratégica realizada por meio de análise S.W.OT. e CANVAS.
Sujeito de análise	Clientes.
Forma de análise dos dados obtidos	Análise gráfica por meio de pesquisa de mercado.
	Comparativa.
	Descritiva.
	Subjetiva.

Fonte: Elaborado pelos autores.

3.1 Cronograma

Quadro 2 - Cronograma

Etapas	Meses				
	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN
Introdução					
Revisão de Literatura					
Plano de Negócios					
Fonte de Recursos					
Análise de Mercado					
Pesquisa de Mercado					
Plano de Marketing					
Plano Operacional					
Plano Financeiro					
Avaliação Estratégica					
Apresentação					

Fonte: Elaborado pelos autores

4 PLANO DE NEGÓCIOS

4.1 Descrição da Empresa

Nome da Empresa: Eggames LTDA

Nome Fantasia: Eggames

CNPJ: 15.172.719/0001-27

Visão: Ser uma empresa de confiança quando se trata de vendas de jogos online.

Missão: Oferecer venda e locação de jogos juntamente a prestação de um atendimento de qualidade.

Valores:

- Respeito com o consumidor;
- Apoio diversidade;
- Ética;
- Honestidade;
- Segurança

Setor de Atividade: Jogos eletrônicos e serviços digitais.

Forma Jurídica: A forma jurídica será ME.

Enquadramento Tributário: O enquadramento tributário será Simples Nacional.

Dados dos fundadores

Quadro 3 - Fundador 01

Fundador 01	
Nome: Gabriela Rodrigues De Souza	
Endereço: R. Bezerra de Menezes, n° 215	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: eggames.direcao@hotmail.com	Telefone: 14 99888-0099

Fonte: Elaborado pelos autores

Diretora Geral - Técnica em Recursos Humanos e Administração.

Quadro 4 - Fundador 02

Fundador 02	
Nome: Guilherme de Souza Pereira	
Endereço: R. Bezerra de Menezes, n° 215	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: Eggames.marketing@hotmail.com	Telefone: 14 99997777

Fonte: Elaborado pelos autores

Diretor de Marketing - Marketing Digital, Técnico em Eletrônica e Técnico em Administração.

Quadro 5 - Fundador 03

Fundador 03	
Nome: Isabela Cabral Costa	
Endereço: Rua Bezerra de Menezes, n° 215	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: Eggames.recursoshumanos@hotmail.com	Telefone: 14 99888-8888

Fonte: Elaborado pelos autores

Diretora de Recursos Humanos e Financeiro, formada em Lógica de Programação, Técnica em Administração.

Quadro 6 - Fundador 04

Fundador 04	
Nome: Larissa Pereira da Silva	
Endereço: Rua Bezerra de Menezes, n° 215	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: Eggames.atendimento@hotmail.com	Telefone: 14 98108-8888

Fonte: Elaborado pelos autores

Atendimento ao cliente. Técnica em Recursos Humanos e Administração.

Quadro 7 - Fundador 05

Fundador 05	
Nome: Luís Guilherme Damasco de Almeida	
Endereço: Rua Bezerra de Menezes, nº 215	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: Eggames.vendas@hotmail.com	Telefone: 14 99877-0000

Fonte: elaborado pelos autores

Diretor de Vendas - Ciências Exatas, Técnico em Administrativo e Financeiro.

Quadro 8 - Capital social

Nomes do Fundador	Valor do Capital Integralizado
Gabriela Rodrigues De Souza	R\$15.000,00
Guilherme de Souza Pereira	R\$15.000,00
Isabela Cabral Costa	R\$15.000,00
Larissa Pereira da Silva	R\$15.000,00
Luís Guilherme Damasco de Almeida	R\$15.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores

4.2 Fonte de Recursos

Os recursos a serem utilizados serão obtidos por dois meios, capital próprio e investimento de terceiros que são as instituições financeiras. O investimento inicial deve ser de R\$75.000,00, com o intuito de adquirir equipamentos rápidos e potentes o suficiente para rodar o site e o setor de atendimento ao cliente com excelência, armazenar informações; obter produtos de qualidade de fornecedores de confiança, incluindo jogos eletrônicos, serviços digitais e itens colecionáveis;

4.3 Análise de Mercado

4.3.1 Análise dos Clientes

A análise dos dados revela um retrato detalhado do perfil dos consumidores no setor de jogos. Em primeiro lugar, destaca-se a predominância masculina, representando 55,4% do público, sinalizando uma clara tendência de dominância masculina nesse mercado. Além disso, uma parcela significativa, correspondente a 36,1%, está situada na faixa etária entre 20 e 25 anos, indicando que este grupo demográfico desempenha um papel crucial como público-alvo para as empresas do ramo.

Outro aspecto relevante é a condição financeira dos jogadores, com 80,7% deles possuindo alguma forma de renda. Isso sugere que muitos têm capacidade de investir em jogos e produtos relacionados. A disposição para gastos também é evidenciada, com 41% dos jogadores dispostos a pagar até R\$100,00 por um jogo, o que ressalta a importância de estratégias de precificação acessíveis.

Observa-se ainda uma preferência marcante pelo formato digital ou online, com a maioria (53%) optando por não adquirir mídias físicas. A plataforma móvel desponta como a favorita, com 59% dos jogadores preferindo jogar por meio de dispositivos móveis, o que reforça a necessidade de adaptação dos jogos para essas plataformas.

Quanto aos hábitos de jogo, uma considerável parcela de jogadores (36,1%) joga apenas algumas vezes por mês, indicando uma diversidade de comportamentos de consumo dentro do mercado de jogos.

No que diz respeito às preferências de gênero de jogo, os dados revelam uma clara inclinação (60,2%) em direção aos jogos de ação, sugerindo uma demanda por experiências dinâmicas e altamente envolventes.

Por fim, as redes sociais emergem como uma fonte crucial de informação sobre lançamentos de jogos, com 78,3% dos jogadores acompanhando os lançamentos por meio delas. Isso sublinha a importância dessas plataformas como canais eficazes de marketing e comunicação para as empresas do setor.

Essa análise oferece insights valiosos sobre o comportamento e as preferências dos clientes no mercado de jogos, fornecendo uma base sólida para o desenvolvimento de estratégias de negócios e marketing voltadas para atender às necessidades desse público diversificado e em constante evolução.

Assim, a busca em maior tendência jogos em período lançamento, pré-vendas e jogos que já estão no mercado há algum tempo, mas não o bastante para se tornarem antigos. O foco ao buscar esses produtos é seu preço e prazo de entrega, variando a plataforma desejada de acordo com o seu console (PlayStation ou Xbox). Porém, apuramos em comunidades, grupos e fóruns o crescimento na busca de sites confiáveis que apresentam qualidade no seu setor de atendimento, principalmente o pós-venda, recebendo como resposta na grande maioria a loja oficial dos consoles, o que gera a frustração dos clientes por conta do seu valor elevado.

O intuito do Eggames é ser prático e ágil no acesso, permitindo que qualquer pessoa com conexão à internet possa entrar, abrangendo o país inteiro, com a possibilidade de buscar o mercado no exterior caso haja demanda e compatibilidade com a ideia.

4.3.2 Análise dos Concorrentes

Quadro 9 - Análise dos Concorrentes

	Qualidade do Produto/Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
PlayStation Store	Bom	Aquisição gratuita ou no Valor entre R\$150,00 ~ R\$550,00	Cartão de crédito/débito	Assistência online.	Compra de jogos digitais, assinaturas, moeda virtual e outros conteúdos digitais.
Atacado dos Jogos	Excelente	Valor está entre R\$60,00 ~ R\$350,00	Cartões de crédito em até 10x sem juros, Débito, Pix e boleto bancário.	Telefone e celular, email e redes sociais.	Venda de jogos de atacado e varejo.
Rafa Gamer	Baixa qualidade	Aluguel de jogos está entre R\$60,00 e as vendas estão em até R\$259,99	Boleto bancário e cartão de crédito.	Email, telefone e redes sociais.	Venda e aluguel de jogos.

Game Shopp	Bom	Venda de jogos está entre R\$250,00 em até R\$15,00	Boleto bancário, cartão de crédito e débito, pix e transferências.	Assisten te virtual e email.	Venda de jogos e gift cards.
Meu Game Usado	Bom	Entre R\$1500,00 até R\$50,00.	Boletos com (5% de desconto) e cartões de crédito em até 12x sem juros.	Email.	Venda de jogos, mídias digitais, acessórios e colecionáveis.
R10 Gamer Gamestore	Regular	Entre R\$200,00 até R\$15,00	Boleto bancário, pix e cartão de crédito.	Assisten te virtual, telefone celular e whatsapp.	Vendas de jogos.
Big Boy Games	Bom	Entre R\$40,00 em até R\$250,00	Boleto bancário, cartão de crédito em até 3x sem juros e Pix.	Atendim ento via whatsapp, telefone celular, telegram e email.	Venda de jogos antigos e gift cards.

Epic Games Store	Bom	Aquisição gratuita ou em até R\$359,00	Boleto bancário (boleto flash), pix, paypal e cartão de crédito.	Atendimento via email, bate papo ao vivo e assistente virtual	Comprar jogos digitais, assinaturas, moeda virtual e outros conteúdos digitais.
Steam	Regular	Entre R\$ 27,99 em até R\$359,00	Boleto bancário (boleto flash), pix, Paypal, PagSeguro e cartão de crédito.	Contato com o Suporte Técnico	Compra de jogos e mídias digitais e entre outros conteúdos digitais.
Xbox Store	Bom	Aquisição gratuita ou em valores até R\$499,00	Cartão de crédito ou débito, cartão de presente e Paypal.	Suporte por telefone, bate-papo web, fórum de contato e assistente virtual	Compra de jogos digitais, assinaturas, aquisição de moedas virtuais (próprias para um jogo digital específico).

Fonte: Elaborado pelos autores

Conclusão da Análise dos Concorrentes: Diante da análise dos concorrentes, observamos que nas lojas oficiais há grande variedade de preços partindo de jogos gratuitos até os preços mais elevados no mercado. Observamos que por conta desses valores exorbitantes, há a necessidade de sites revendedores com preços mais acessíveis para o consumidor. A grande demanda de sites revendedores, acarreta em uma precariedade no suporte e atendimento ao cliente, gerando muitas insatisfações e reclamações de seus consumidores.

4.3.3 Análise dos Fornecedores

Quadro 10 - Análise dos Fornecedores

Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	Xbox Store	Jogos Eletrônicos	Aquisição gratuita ou em valores até R\$499,00	Cartão de crédito ou débito, cartão de presente e Paypal.	10 dias	
2	PlayStation Store	Jogos Eletrônicos	Aquisição gratuita ou no Valor entre R\$150,00 ~ R\$550,00	Cartão de crédito/débito (no máximo 3)	3-5 dias úteis	
3	Steam	Jogos Eletrônicos	Entre R\$ 27,99 em até R\$359,00	Boleto bancário (boleto flash), pix, Paypal, PagSeguro e cartão de crédito.	1-3 dias úteis	

Fonte: Elaborado pelos autores

Conclusão da Análise dos Fornecedores: Todas as três plataformas são viáveis para aquisição de jogos e outros conteúdos digitais, com suas próprias vantagens em termos de faixa de preços, formas de pagamento e seleção de produtos.

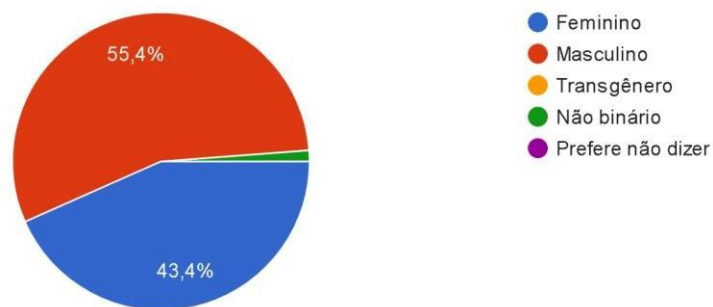
4.3.4 Pesquisa de mercado

A pesquisa realizada focou em diversos aspectos relacionados aos jogadores de videogame, abrangendo desde a identidade de gênero até a preferência por jogos e meios de acompanhamento de lançamentos. A pesquisa foi realizada por meio do Google Forms e contou com 83 participantes.

A pesquisa iniciou com o questionamento em relação à identidade de gênero. Foi constatado, como apresentado no gráfico 1, que 55,4% dos jogadores têm a identidade de gênero masculino.

Gráfico 1 - Questão 1: Gênero?

Qual é a sua identidade de gênero ?
83 respostas



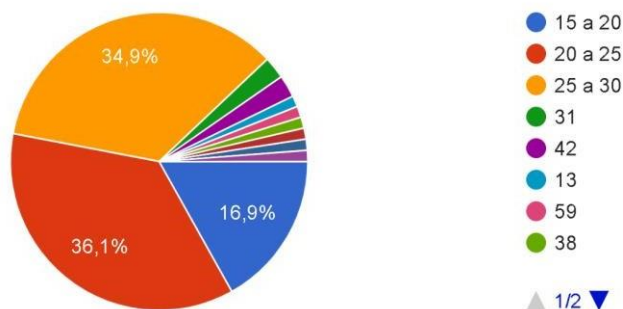
Fonte: Elaborado pelos autores

A seguir o próximo questionamento foi a respeito da idade dos jogadores. De acordo com o gráfico 2, é possível afirmar que 36,1% dos jogadores têm entre 20 a 25 anos.

Gráfico 2 - Questão 2: Qual a sua idade?

Qual sua idade

83 respostas



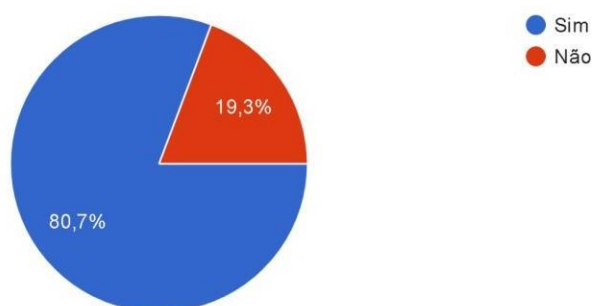
Fonte: Elaborado pelos autores

A seguinte questão abordada foi sobre atividade remunerada, se exercem ou não. Analisando o gráfico 3 foi possível constatar que 80,7% dos jogadores exercem atividade remunerada.

Gráfico 3 - Questão 3: Exerce atividade remunerada?

Você exerce atividade remunerada?

83 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores

Outra questão de suma importância foi realizada com o intuito de verificar o valor que nossos possíveis clientes pagariam por um de nossos produtos. De acordo com a análise do

gráfico 4, é correto afirmar que 41% dos jogadores pagariam o valor de até R\$100,00 por um jogo.

Gráfico 4 - Questão 4: Quanto pagariam por um jogo?

Quanto você pagaria por um jogo?

83 respostas



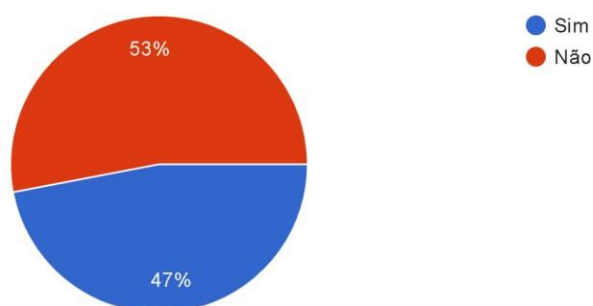
Fonte: Elaborado pelos autores

Uma análise também de suma relevância, foi sobre as mídias físicas que pretendemos disponibilizar no nosso site. De acordo com o gráfico 5 é possível afirmar que 53% dos jogadores não compram e não utilizam mídias físicas.

Gráfico 5 - Questão 5: Compram ou utilizam mídias físicas?

Você compra ou utiliza mídias físicas?

83 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores

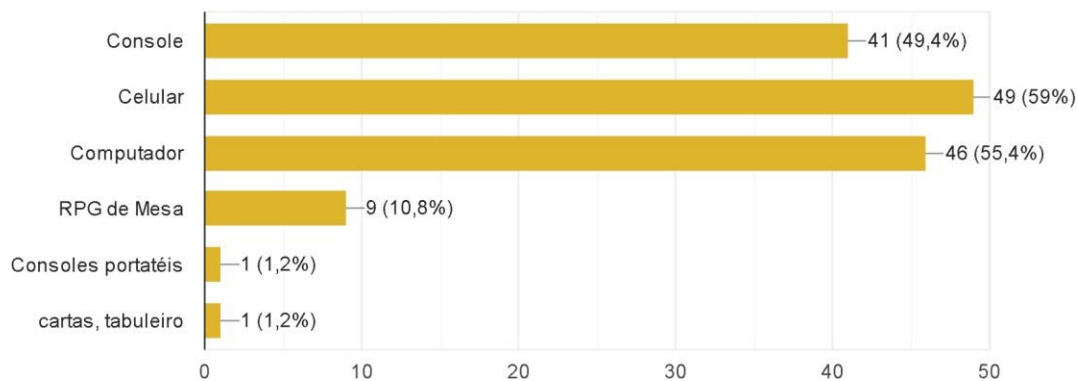
Foi questionado também na pesquisa aplicada quais meios os participantes preferem utilizar para jogar. Por meio do gráfico 6, verifica-se que 59% dos clientes e consumidores

tendem a preferir jogar em dispositivos móveis. O que nos abre a possibilidade de buscar como cativar esses clientes para que possam buscar nossos produtos para consumo pessoal.

Gráfico 6 - Questão 6: Por onde jogam?

Por onde você joga?

83 respostas



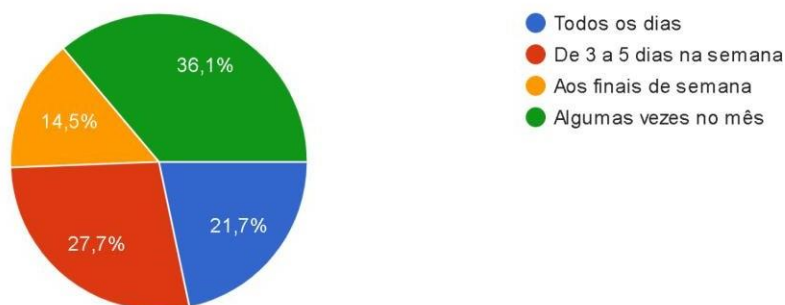
Fonte: Elaborado pelos autores

A próxima análise foi sobre a frequência com que nossos potenciais clientes jogam. Diante do gráfico 7 foi possível identificar que 36,1% jogam apenas algumas vezes ao mês.

Gráfico 7 - Questão 7: Com que frequência jogam?

Com que frequência você costuma jogar:

83 respostas



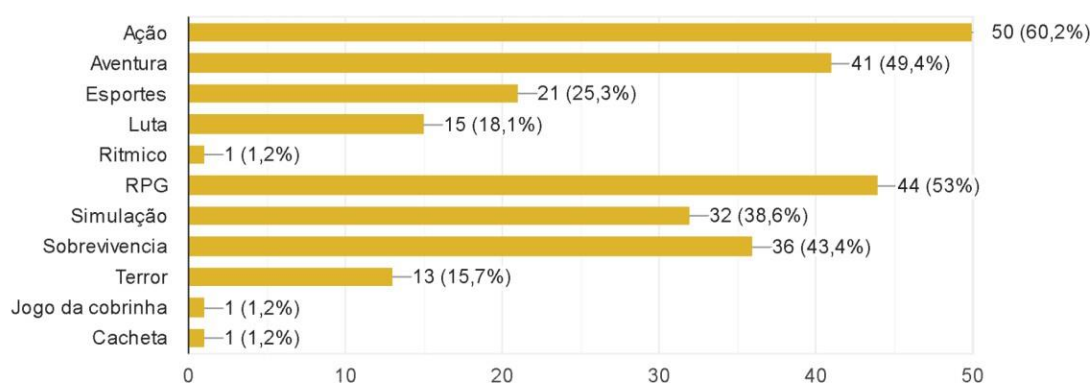
Fonte: Elaborado pelos autores

É de extrema importância também que tenhamos conhecimento sobre os gêneros favoritos de nossos clientes, diante de tal questionamento podemos observar no gráfico 8 que 60,2% dos jogadores preferem jogos de Ação.

Gráfico 8 - Questão 8: Qual gênero preferem jogar?

Qual o tipo de gênero que você mais gosta de jogar:

83 respostas



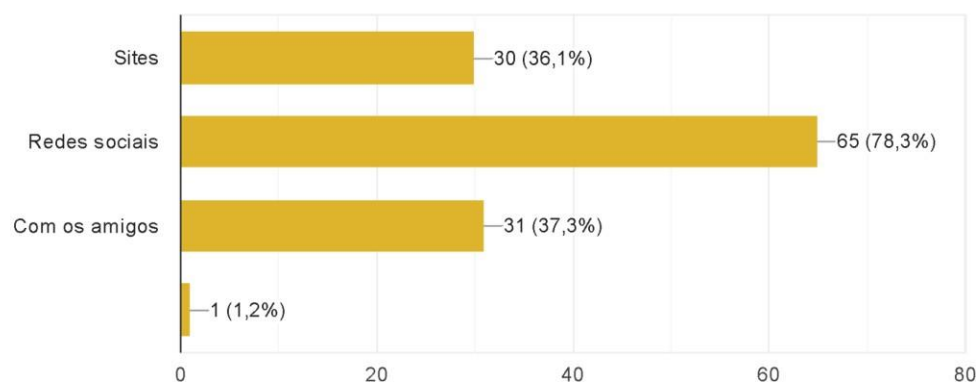
Fonte: Elaborado pelos autores

O gráfico abaixo nos mostra que 78,3% dos jogadores acompanham lançamentos através das redes sociais, nos fazendo intensificar campanhas, promoções e atualizações nas plataformas de mídias sociais.

Gráfico 9 - Questão 9: Por onde acompanham os lançamentos?

Onde você costuma acompanhar os lançamentos?:

83 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores

Em resumo, os resultados da pesquisa apontam para a necessidade de estratégias de marketing digital focadas em redes sociais, desenvolvimento de jogos para dispositivos móveis, e a consideração de preferências demográficas e de consumo dos jogadores. A atenção a esses detalhes pode auxiliar significativamente na captação e retenção de clientes neste segmento competitivo.

4.4 Plano Marketing

4.4.1 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

A Eggames trabalha com locação e revenda de jogos e serviços digitais. A fim de garantir atendimento de qualidade, selecionando os melhores produtos. Dentre as opções de locações e vendas, têm-se as classificações, no caso: Jogos em pré-venda, lançamentos, normais e antigos.

Já no setor de serviços digitais, é disponibilizado as assinaturas oficiais, serviços digitais e as de autoria própria da loja.

4.4.2 Preço

O preço dos produtos varia de acordo com a sua classificação, sendo o maior valor em pré-vendas R\$200,00. Já os lançamentos chegam a custar R\$175,00.

Os jogos normais e antigos são as opções mais em conta no site, tendo um valor de R\$145,00, uma vez que essa classe tende a possuir maior desconto com os fornecedores.

Referente aos serviços de assinaturas digitais, existem as opções essencial, extra e deluxe, sendo seus preços respectivos R\$278,90, R\$465,90 e R\$538,90

4.4.3 Estratégias Promocionais

Na Eggames, a principal estratégia promocional é garantir a qualidade a longo prazo dos produtos após a aquisição por parte dos clientes, sempre buscando auxiliá-los e resolver os problemas que ocorrem nas plataformas, já que esse mercado tende a apresentar diversas falhas e pouco se encontra em sites revendedores a características de apoio ao cliente pós-venda.

Além do suporte, deseja-se implementar promoções com descontos em datas comemorativas e brindes a cada certas quantidades de pedidos realizados.

Já em relação a divulgação da empresa, deseja-se utilizar uma página própria em redes sociais, juntamente de *promoters e influencers* divulgando o site através de vídeos ou *posts* em suas redes sociais.

4.4.4 Estrutura de Comercialização

A empresa apresentará ao público o sistema de autoatendimento na hora da aquisição dos produtos e serviços, disponibilizando um chat de suporte artificial ou humano, de acordo com a necessidade ou desejo do cliente. Antecedente à compra, o comprador deverá realizar o cadastro no site, onde seu e-mail será vinculado a sua conta, uma vez que após a finalização do pedido, os dados para instalação do jogo ou serviço serão encaminhados juntamente a um tutorial de instalação em seu e-mail.

4.4.5 Localização da Empresa

Quadro 11 - Localização da empresa

Endereço da Empresa: Rua Terenos, 563	
Bairro: Centro	Cidade/Estado: Tupã/SP
Telefone/Fax: 14 99638-4625	

Fonte: Elaborado pelos autores

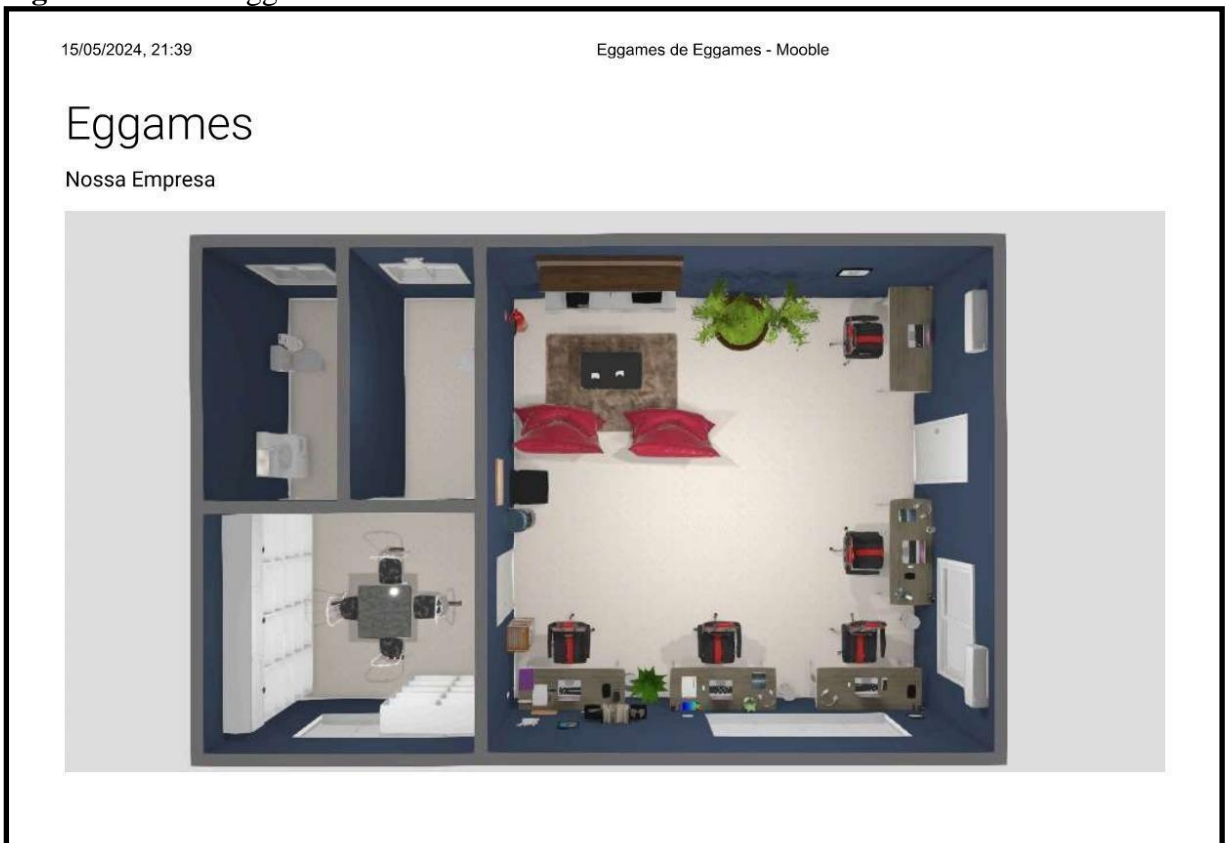
Uma vez que a Eggames é um site, com fornecedores, produtos e serviços digitais, o nosso endereço para atuação pode ser inicialmente remoto, não necessitando de um endereço fixo para o funcionamento, garantindo assim até uma economia financeira, dando maior viabilidade para a ideia.

Porém, visamos ao longo do crescimento da empresa a aquisição de um local para reunir os funcionários, mas mantendo esse endereço apenas para colaboradores, mantendo todas as atividades comerciais na internet.

4.5 Plano Operacional

4.5.1 Layout ou Arranjo Físico

Figura 1- Planta Eggames 2D



Fonte: Elaborado pelos autores

4.5.2 Capacidade Produtiva

A Eggames se enquadra como uma prestadora de serviços, uma vez que nosso foco está na revenda de jogos e serviços digitais, tendo como principal fator a qualidade no atendimento. Por isso, determinamos para o setor de vendas dois funcionários, sendo capazes de atender trinta e dois clientes diariamente, com cada atendimento levando em torno de trinta minutos. Além dos consultores para vendas, foram reservados três atendentes para problemas técnicos, porém graças ao leque de possibilidades em falhas, o tempo de resolução pode ser muito variável, mas

sempre tendo em vista uma meta de no máximo duas horas por cliente, sendo capaz de solucionar no mínimo doze casos abertos por dia.

Serviços como entrega estão inclusos nos prazos do setor de vendas, que cuida desde dúvidas pré-vendas até o envio das contas, uma vez que o sistema de entrega é via *e-mail*.

O início das compras das mídias digitais será baseado nos jogos que estão em alta, o que o nosso público mais está jogando ou estão curiosos para conhecer no momento. A ideia é iniciar adquirindo jogos que estão com preços promocionais e anunciar a venda após saírem da promoção, com preços menores que os do fornecedor. As contas serão vendidas para dois usuários, um primário que tenha maior benefício, como o domínio da conta, e um usuário secundário com menos privilégios e dependendo de conexão à internet para jogar.

4.5.3 Necessidade de Pessoal

Quadro 12 - Necessidade de pessoas

Cargo	Função	Qualificação Necessária
Leonardo	Analisa e desenvolve projetos de sistemas, levanta requisitos, mapeia processos e realiza modelagem de dados, com objetivo de estudar e implementar sistemas de acordo com as regras de negócio.	Analista de Sistemas Senior

Fonte: Elaborado pelos autores

4.6 Plano Financeiro

4.6.1 Estimativa dos investimentos

4.6.1.1 Estimativa dos investimentos fixos

A – Máquinas e equipamentos – Produção / Prestação de serviço

Tabela 1 - Máquinas e equipamentos

	Descrição	Qnt	Valor Unitário	Valor Total
	Notebooks	5	5.000,00	25.000,00
	Mouses	5	50,00	250,00
	Servidor	1	7.000,00	7.000,00
	Televisão	1	2.000,00	2.000,00

	Videogame	1	3.800,00	3.800,00
--	-----------	---	----------	----------

	Impressora	1	700,00	700,00
	Ar-condicionado	1	2.200,00	2.200,00
Subtotal				40.950,00

Fonte: Elaborado pelos autores

B – Móveis e utensílios

Tabela 2 - Móveis e utensílios

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
	Mesas	5	290,00	1.450,00
	Cadeiras	5	400,00	2.000,00
	Puffs	2	350,00	700,00
	Bebedouro	1	550,00	550,00
	Armários	2	500,00	1.000,00
	Frigobar	1	1.100,00	1.100,00
	Conjunto mesa cadeira	1	660,00	660,00
	Mesa de centro	1	500,00	500,00
Sub-Total				7.960,00

Fonte: Elaborado pelo autores

4.6.1.2 Estimativa dos investimentos pré-operacionais

Tabela 3 - Estimativa dos investimentos pré-operacionais

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$
Despesas de legalização	R\$500,00
Obras civis e/ou reformas	R\$4.000,00
Divulgação	R\$1.000,00
Cursos e treinamentos	-
Outras despesas	-
TOTAL	R\$5.500,00

Fonte: Elaborado pelos autores

4.6.2 Estimativa do faturamento da empresa

Tabela 4 - Estimativa de vendas no 1º ano**ESTIMATIVA DE VENDAS NO 1º ANO**

NO	M ESES	JOGOS PS5		JOGOS PS4		JOGOS XBOX ONE		NINTENDO SWITCH		QU ANTIDAD E VENDIDA	FATUR AMENTO
		end as	pre ço	end as	preç o	v endas		endas	preç o		
			R\$		R\$		R\$		R\$		
025	J aneiro	00	R\$ 64.000,00	50	R\$ 48.000,00	00	1 R\$ 32.000,00	0	R\$ 5.000,00	470	R\$ 149.000,00
025	F evereiro	00	R\$ 64.000,00	50	R\$ 48.000,00	00	1 R\$ 32.000,00	0	R\$ 5.000,00	470	R\$ 149.000,00
025	M arço	0	R\$ 28.800,00	0	R\$ 6.400,00	5	1 R\$ 4.800,00		R\$ 1.250,00	130	R\$ 41.250,00
	A		R\$		R\$		1 R\$		R\$	130	R\$

025	bril	0	28.800,00	0	6.400,00	5	4.800,00		1.250,00		41.250,00
	M		R\$		R\$	1	R\$		R\$	130	R\$
025	aio	0	28.800,00	0	6.400,00	5	4.800,00		1.250,00		41.250,00
	J		R\$		R\$	1	R\$		R\$	520	R\$
025	unho	50	80.000,00	50	48.000,00	00	32.000,00	0	5.000,00		165.000,00
	J		R\$		R\$	1	R\$		R\$	670	R\$
025	ulho	00	96.000,00	00	64.000,00	50	48.000,00	0	5.000,00		213.000,00
	A		R\$		R\$	1	R\$		R\$	130	R\$
025	gosto	0	28.800,00	0	6.400,00	5	4.800,00		1.250,00		41.250,00
	S		R\$		R\$	1	R\$		R\$	455	R\$
025	etembro	00	64.000,00	50	48.000,00	00	32.000,00		1.250,00		145.250,00
	O		R\$		R\$	1	R\$		R\$	515	R\$
025	utubro	50	80.000,00	50	48.000,00	00	32.000,00	5	3.750,00		163.750,00
	N		R\$		R\$	1	R\$		R\$	520	R\$
025	ovembro	50	80.000,00	50	48.000,00	00	32.000,00	0	5.000,00		165.000,00
	D		R\$		R\$	1	R\$		R\$	520	R\$
025	ezembro	50	80.000,00	50	48.000,00	00	32.000,00	0	5.000,00		165.000,00
	TOTA		R\$7		R\$	R	R\$29		R\$	466	R\$
L		260	23.200,00	330	425.600,00	\$ 910,00	1.200,00	60	40.000,00	0	1.480.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores

4.6.3 Capital de giro

4.6.3.1 Estimativa do estoque inicial

Tabela 5 - Estimativa do estoque inicial

	Descrição	Qnt	Valor unitário	Valor total
	Red dead 2 redemption - ps5	5	R\$248,90	R\$1.244,50
	Horizon forbidden west - ps5	5	R\$249,50	R\$1.247,50
	Cyberpunk 2077 - ps5	5	R\$249,50	R\$1.247,50
	Lego star wars- the skywalker saga - ps5	3	R\$ 229,90	R\$689,70
	Star wars jedi: fallen order - ps5	5	R\$ 238,90	R\$1.194,50
	Horizon forbidden west ps4	5	R\$ 249,50	R\$1.247,50
	Cyberpunk 2077 - ps4	5	R\$ 249,50	R\$1.247,50
	Lego star wars- the skywalker saga - ps4	3	R\$ 229,90	R\$689,70
	Star wars jedi: fallen order - ps4	5	R\$ 238,90	R\$1.194,50
	Red dead 2 redemption - xbox one	5	R\$ 249,95	R\$1.249,75
	Lego star wars- the skywalker saga - xbox one	2	R\$ 229,90	R\$459,80
	Star wars jedi: fallen order - xbox one	5	R\$ 239,90	R\$479,80
	Lego star wars- the skywalker saga - nintendo switch	2	R\$ 229,99	R\$459,98
	Total de estoque	55		R\$12.652,23

Fonte: Elaborado pelos autores

4.6.3.2 Prazo médio de vendas

Tabela 6 - Prazo médio de vendas

Prazo médio de <u>vendas</u>	% de vendas	Número de dias	Média ponderada em dias
À vista	20%	0	0
A prazo	40%	30	12
A prazo	30%	60	18
A prazo	10%	90	9
Prazo médio total			39

Fonte: Elaborado pelos autores

4.6.3.3 Prazo médio de compra

Tabela 7 - Prazo médio de compra

Prazo médio de <u>compras</u>	%	Número de dias	Média ponderada em dias
À VISTA	50%	30	15
A PRAZO	50%	30	15
Prazo médio total			30

Fonte: Elaborado pelos autores

4.6.3.4 Necessidade média de estoque

Tabela 8 - Necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque (em dias)	10
---	----

Fonte: Elaborado pelos autores

Assim, o capital de giro necessário é de R\$35.305,92, conforme tabela abaixo.

Tabela 9 - Capital de giro

Capital de giro	
Custo fixo mensal	R\$ 13.432,28
Custo variável mensal	R\$ 17.720,00
Custo total da empresa	R\$ 31.152,28
Custo total diário	R\$ 1.038,41
Necessidade líquida de capital de giro (em dias)	34
TOTAL	R\$ 35.305,92

Fonte: Elaborado pelos autores

Portanto, para a manutenção do negócio nos 12 primeiros meses será necessário investimento de R\$ 89.715,92, provenientes de 100% de recursos próprios e 0% de recursos de terceiros.

Tabela 10 - Descrição dos investimentos

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
Investimentos fixos	R\$ 48.910,00	55%
Capital de giro	R\$ 35.305,92	39%
Investimos pré-operacionais	R\$ 5.500,00	6%
Total	R\$ 89.715,92	100%

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 11 - Fontes de Recursos

Fontes de recursos	VALOR (R\$)	(%)
Recursos próprios	R\$ 75.000,00	100%
Recursos de terceiros		0%
Outros		0%
Total	R\$ 75.000,00	100%

Fonte: Elaborado pelos autores

4.6.4 Estimativa de custos variáveis

4.6.4.1 Custo unitário do produto

Tabela 12 - Produto 1 Jogos PS5

Jogos PS5	Quantidade	Custo unitário (r\$)	Total (R\$)
Conta primária	1	R\$ 124,45	R\$ 124,45
Conta secundária	1	R\$ 124,45	R\$ 124,45
			R\$ 248,90

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 13 - Produto 2 Jogos PS4

Jogos PS4	Quantidade	Custo unitário (r\$)	Total (R\$)
Conta primária	1	R\$ 124,75	R\$ 124,75
Conta secundária	1	R\$ 124,75	R\$ 124,75
			R\$ 249,50

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 14 - Produto 3 Jogos XBOX ONE

Jogos XBOX ONE	Quantidade	Custo unitário (R\$)	Total (R\$)
Conta primária	1	R\$ 124,98	R\$ 124,98
Conta secundária	1	R\$ 124,98	R\$ 124,98
			R\$ 249,96

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 15 - Produto 4 NINTENDO SWITCH

NINTENDO SWITCH	Quantidade	Custo unitário (R\$)	Total (R\$)
Conta primária	1	R\$ 114,99	R\$ 114,99
Conta secundária	1	R\$ 114,99	R\$ 114,99
			R\$ 229,98

Fonte: Elaborado pelos autores

4.6.4.2 Estimativa dos custos de comercialização (custo variável)

Tabela 16 - Estimativa dos custos de comercialização

Custos de comercialização		
DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO
1. IMPOSTOS		
IMPOSTOS FEDERAIS		
SIMPLES	10,70%	R\$ 1.480.000,00
IRPJ		R\$ 1.480.000,00
PIS		R\$ 1.480.000,00
CÓPIAS		R\$ 1.480.000,00

ICMS		R\$ 1.480.000,00	R\$ -
IMPOSTOS MUNICIPAIS			
ISS- IMPOSTO SOBRE SERVIÇO		R\$ 1.480.000,00	R\$ -
SUBTOTAL 1			R\$ 158.360,00
2. GASTOS COM VENDAS			
COMISSÕES		R\$ 1.480.000,00	R\$ -
PROPAGANDA	0, 07%	R\$ 1.480.000,00	R\$ 1.000,00
TAXA DE ADM. DO CARTÃO	3, 60%	R\$ 1.480.000,00	R\$ 53.280,00
SUBTOTAL 2			R\$ 54.280,00
TOTAL (SUBTOTAL 1 + 2)			R\$ 212.640,00
CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO (POR UNIDADE)			R\$ 45,63

Fonte: Elaborado pelos autores

4.6.4.3 Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

Tabela 17 - Apuração dos custos dos materiais diretos

CUSTOS DE MATERIAIS DIRETOS			
Produto/ serviço	Estimativa de vendas (unidades)	Custo unitário de materiais/ aquisição r\$	CMD/CM
			R\$
JOGOS PS5	2260	R\$ 248,90	R\$ 562.514,00
JOGOS PS4	1330	R\$ 249,50	R\$ 331.835,00
JOGOS XBOX ONE	160	R\$ 249,96	R\$ 39.993,60
NINTENDO SWITCH	160	R\$ 229,98	R\$ 36.796,80
TOTAL			R\$ 971.139,40

Fonte: Elaborado pelos autores

4.6.5 Estimativa de custos fixos

4.6.5.1 Estimativa do custo com depreciação

Tabela 18 - Estimativa do custo com depreciação

Ativos fixos	Valor do bem (r\$)	Vida útil em anos	Depreciação anual (r\$)
Obras civis/reformas	R\$ 4.000,00	25	R\$ 160,00
Máquinas e equipamentos	R\$ 40.950,00	10	R\$ 4.095,00
Móveis e utensílios	R\$ 7.960,00	10	R\$ 796,00

Veículos	R\$ -	5	R\$ -
Total			R\$ 5.051,00

Fonte: Elaborado pelos autores

4.6.5.2 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Tabela 19 - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

DESCRIÇÃO	CUSTO MENSAL (R\$)	CUSTO ANUAL (R\$)
Aluguel	R\$ -	R\$ -
Condomínio	R\$ -	R\$ -
IPTU	R\$ 91,67	R\$ 1.100,00
Água	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Energia Elétrica	R\$ 700,00	R\$ 8.400,00
Telefone	R\$ 119,70	R\$ 1.436,40
Honorário do contador	R\$ -	R\$ -
Pró- Labore	R\$ 10.000,00	R\$ 120.000,00
Manutenção dos equipamentos		R\$ -
Salários + Encargos	R\$ 1.800,00	R\$ 21.600,00
Material de limpeza	R\$ 80,00	R\$ 960,00
Material de escritório	R\$ 120,00	R\$ 1.440,00
Combustível	R\$ -	R\$ -

Taxas Diversas		R\$ -
Serviços de terceiros		R\$ -
Depreciação	R\$ 420,92	R\$ 5.051,00
Outras despesas		R\$ -
TOTAL	R\$ 13.432,28	R\$ 161.187,40
CUSTO FIXO (POR UNIDADE)		R\$ 34,59

Fonte: Elaborado pelos autores

4.6.6 Demonstrativo de resultados do exercício – DRE

Tabela 20 - Demonstrativo de resultados do exercício – DRE

Descrição	R\$
Receita total com vendas	R\$ 1.480.000,00
Custos variáveis totais	R\$ 1.183.779,40
(-) Custos com materiais diretos e/ou CMD (*)	R\$ 971.139,40
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 158.360,00
(-) Gastos com vendas	R\$ 54.280,00
Subtotal	R\$ 296.220,60
Margem de contribuição	R\$ 296.220,60
Custos fixos totais	R\$ 161.187,40

Resultado operacional (lucro/prejuízo)	R\$ 135.033,20
--	----------------

Fonte: Elaborada pelos autores

4.6.7 Ponto de equilíbrio

Tabela 21 - Ponto de equilíbrio

Ponto de Equilíbrio	
Índice da Margem de Contribuição	0,20
Custo Fixo	R\$ 161.187,40
Total	R\$ 805.336,81

Fonte: Elaborada pelos autores

Isso quer dizer que é necessário que a empresa tenha uma receita total de R\$805.336,81 ao ano para cobrir todos os seus custos, sendo assim este valor não gera lucro nem prejuízo.

4.7 Avaliação estratégica

Quadro 13 - Avaliação estratégica

	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Pontos Fortes	Forças <ul style="list-style-type: none"> • Atendimento de qualidade • Variedade de produtos 	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Grandes lançamentos de jogos • Eventos Sazonais
Pontos Fracos	Fraquezas <ul style="list-style-type: none"> • Pouca força de trabalho • Dificuldade em alavancar a reputação do negócio 	Ameaças <ul style="list-style-type: none"> • Quedas de energia e internet • Vazamento de dados • Novas políticas digitais

Fonte: Elaborado pelos autores

Com base na análise S.W.O.T. foi observado algumas características importantes da empresa. Por tratar-se de uma loja digital, a ampla gama de produtos disponibilizados num só lugar torna atrativo e prático o acesso para o cliente, não necessitando buscar em diversos lugares produtos relacionados ao setor.

Com um bom atendimento a longo prazo, é possível solucionar uma das principais fraquezas da empresa, o impulsionamento positivo da Eggames. Essa dificuldade ocorre devido a insegurança dos consumidores em utilizar sites terceirizados ao invés dos oficiais, já que muitas das vezes, são “esquecidos” pelas lojas em caso de algum problema pós-venda.

Após o crescimento da empresa, possui-se a intenção de expandir o espaço e consequentemente a quantidade de funcionários, podendo assim atender mais clientes e com melhor qualidade. Infelizmente, existem alguns fatores que podem ameaçar a Eggames, como eminentes quedas de energia ou internet, ataques cibernéticos capazes de afetar nosso banco de

dados e a criação de novas políticas digitais que influenciariam diretamente nas questões legais do site.

Por fim, com a análise é identificado que durante o ano, por diversas vezes, a loja digital poderá passar por eventos e grandes lançamentos de jogos, tendo oportunidades de atingir novos consumidores e propulsionar o número de vendas nessas datas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho tem como objetivo principal, analisar as lacunas no setor de venda de games. Através de pesquisas, é possível notar um problema latente de atendimento pós-venda.

Diante dessa lacuna no setor, o intuito da Eggames é oferecer jogos e serviços digitais com um preço justo ao cliente, além de prestar um serviço de atendimento capaz de suprir as necessidades geradas ao longo do tempo, por meio de um suporte direcionado a essa área, apresentando assim confiança e um conforto para nosso público.

Foi aplicada uma pesquisa de mercado para entender melhor as preferências dos nossos possíveis clientes, quais os gêneros de jogos preferidos, quais plataformas mais utilizam, a frequência com que jogam e quanto estão dispostos a pagar.

Foi elaborada também uma pesquisa de concorrentes e observamos que nas lojas oficiais há grande variedade de preços partindo de jogos gratuitos até os preços mais elevados no mercado. É possível constatar que por conta desses valores exorbitantes, há a necessidade de sites revendedores com preços mais acessíveis para o consumidor. Partindo desse ponto surgiu a ideia de comercializar contas primárias e secundárias. A conta primária o jogador compra o jogo e joga a partir da sua conta e seu login, a secundária por sua vez, nós disponibilizamos o login e a conta, o jogador compra por um determinado período de tempo.

Segundo a análise de fornecedores é possível afirmar que ambos são viáveis para aquisição de jogos e outros conteúdos digitais, possuindo uma variedade de formas de pagamento.

A Eggames busca suprir essa necessidade no mercado e angariar clientes.

Em relação ao plano financeiro destaca-se que será investido um valor de R\$75.000,00 reais entre os cinco sócios.

Com base em todas as pesquisas, chegamos a conclusão que é viável a criação da loja de compra e aluguel de jogos e outros conteúdos físicos e digitais.

REFERÊNCIAS

ATITUDE E NEGÓCIOS (comp.). Modelo de Plano de Negócio. 2014. Disponível em: <https://atitudeenegocios.com/wp-content/uploads/2014/10/EBOOK-Plano-de-Negócios-edição-outubro.pdf>. Acesso em: 24 set. 2023.

EHRlich, Márcio Videogames. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

FLEURE, Amanda. Exclusivo: em quatro anos, mercado de games e eSports deve dobrar no Brasil. 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2022/12/02/exclusivo-mercado-de-games-e-esports-deve-dobrar-no-brasil-em-quatro-anos.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 22 set. 2023.

KRÜGER, Fernando Luiz; MOSER, Giancarlo. O Marketing dos Jogos Eletrônicos. 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/6855734279064491189403319577494707266.pdf>. Acesso em: 25 set. 2023.

PRÁ, Matheus dal. Mercado de eSports: faturamento, audiência e o cenário no Brasil. 2021. Disponível em: <https://ge.globo.com/sc/noticia/o-mercado-de-esports-faturamento-audiencia-e-o-cenario-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 22 set. 2023.

SYOZI, Ricardo. Por que comprar ou alugar jogos de contas existentes não é uma boa ideia? 2021. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/por-que-comprar-ou-alugar-jogos-de-contas-existentis-nao-e-uma-bo-ideia/>. Acesso em: 06 nov. 2023

ZAMBON, Márcio Filho e Pedro. Setor de games no Brasil movimenta R\$ 13 bilhões por ano, mas ainda sem uma política nacional adequada. 2023. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/tecnologia/setor-de-games-no-brasil-movimenta-r-13-bilhoes-por-ano-mas-ainda-sem-uma-politica-nacional-adequada/>. Acesso em: 03 nov. 2023.

SANTOS, Carlos Alberto da Costa. **Pós-venda e CRM: A importância para o cliente como estratégia de diferenciação.** 2014. Disponível em: https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/3890/3/TMG/MBA_CarlosSantos.pdf. Acesso em: 15 mar. 2024.

VITASEK, K. (2005). **Supply Chain & Logistics Terms and Glossary**, Supply ChainVision, Belevue, WA.

AQUI, Reclame et al. Comprei jogo com garantia vitalícia e não está mais disponível! 2024. Reclame Aqui. Disponível em: https://www.reclameaqui.com.br/wpgames/comprei-jogo-com-garantia-vitalicia-e-nao-esta-mais-disponivel_sAMPRcFFPcNKQspY/. Acesso em: 06 maio 2024.

APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL SOCIEDADE LIMITADA

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE: EGGAMES LTDA

1. Gabriela Rodrigues de Souza, brasileira, tupãense, solteira, nascida em 15/02/1997, auxiliar administrativo, portadora do CPF 476.317.108-99 e RG 50.083.530-5, residente e domiciliada à Tia Terenos 563, centro, CEP 17600-130, Tupã, São Paulo;

2. Guilherme de Souza Pereira, brasileiro, tupãense, solteiro, nascido em 17/07/2002, auxiliar administrativo, portador do CPF 347.818.138-01 e RG 59.001.940-5, residente e domiciliado à Rua Dante Morcelli, 130A, Jardim Unesp, CEP 17.602-673, Tupã, São Paulo;

3. Isabela Cabral Costa, brasileira, tupãense, solteira, nascida em 27/05/2005, auxiliar administrativo, portadora do CPF 479.862.948-09 e RG 63.066.721-4, residente e domiciliado à Avenida Brasil, 401, Centro, CEP 17650-000, Herculândia, São Paulo;

4. Larissa Pereira da Silva, brasileira, bastense, solteira, nascida em 19/08/2001, auxiliar administrativo, portadora do CPF 547.894.138-170 e RG 58.748.061-0, residente e domiciliada à Rua Piauí, 1769, Centro, CEP 17680-000, Iacri, São Paulo;

5. Luís Guilherme Damasco de Almeida, brasileiro, tupãense, solteiro, nascido em 27/07/2006, auxiliar administrativo, portador do CPF 472.143.208-94 e RG 57.121.252-9, residente e domiciliado à Alameda Bedford, 100, Vila Inglesa, CEP 17603-700, Tupã, São Paulo;

constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Eggames LTDA e terá sede e domicílio na Rua Terenos, 563, Centro, CEP 17.600-130, Tupã, São Paulo.

2ª O capital social será R\$75.000,00 (setenta e cinco mil reais) dividido em 1 quotas de valor nominal R\$ 15.000,00 (quinze mil reais), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Gabriela Rodrigues De Souza - 1 quota de R\$ 15.000,00;

Guilherme de Souza Pereira - 1 quota de R\$ 15.000,00;

Isabela Cabral Costa - 1 quota de R\$ 15.000,00;

Larissa Pereira da Silva - 1 quota de R\$ 15.000,00;

Luís Guilherme Damasco de Almeida - 1 quota de R\$ 15.000,00.

3ª O objeto será uma loja digital de venda e aluguel de jogos.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 01/08/2024 e seu prazo de duração é indeterminado.

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.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade caberá a Gabriela Rodrigues De Souza com os poderes e atribuições de administrador autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

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 apuradas.

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso.

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 “pró 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 resolva em relação a seu sócio.

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.

14 Fica eleito o foro de Tupã - São Paulo para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 6 vias.

Tupã, 25 de junho de 2024

Gabriela Rodrigues De Souza

Guilherme de Souza Pereira

Isabela Cabral Costa

Larissa Pereira da Silva

Luís Guilherme Damasco de Almeida

Visto: _____(OAB/SP)

Nome

APÊNDICE B - FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO**1. Qual o seu gênero?**

Feminino

Masculino

Transgênero

Não binário

Prefere não dizer

2. Qual a sua idade?

15 a 20 anos

20 a 25 anos

25 a 30 anos

3. Exerce atividade remunerada?

Sim

Não

4. Quanto pagariam por um jogo?

Até R\$100,00

De R\$100,00 a R\$200,00

Até R\$500,00

Pago o preço que for quando é um jogo que gosto muito.

5. Compram ou utilizam mídias físicas?

Sim

Não

6. Por onde costumam jogar?

Console

Celular

Computador

RPG de mesa

Consoles portáteis

Cartas, tabuleiro

7. Com que frequência costumam jogar?

Todos os dias

De 3 a 5 dias na semana

Aos finais de semana

Algumas vezes no mês

8. Qual gênero preferem mais gostam de jogar?

Ação

Aventura

Esportes

Luta

Rítmico

RPG

Simulação

Sobrevivência

Terror

9. Por onde acompanham os lançamentos?

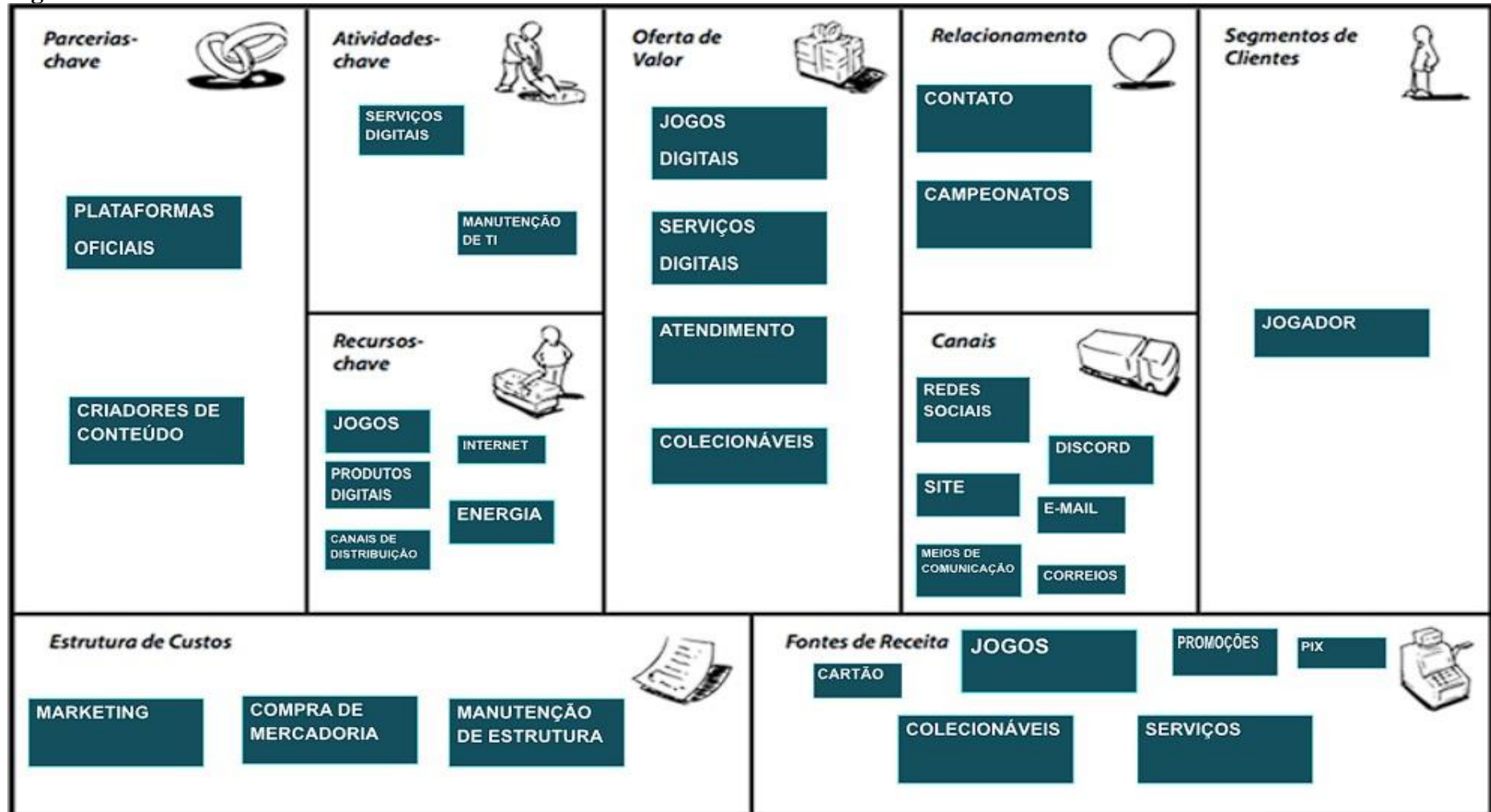
Sites

Redes sociais

Com os amigos

APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS

Figura 2 - CANVAS



Fonte: Elaborado pelos autores