

**CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

Técnico em Administração

ANDRÉ LUIZ DOS SANTOS

JOSÉ LEANDRO PEREIRA SANCHES

MEIRI DIANNE CARDOSO DE SOUZA

MELINA YURI YAMANAKA

VAGNER ROBERTO BEVILACQUA

**O COMÉRCIO ELETRÔNICO COMO CANAL DE VENDAS DE
UTENSÍLIOS DOMÉSTICO E ARTIGOS DECORATIVOS PARA O
PÚBLICO MASCULINO**

Tupã - SP

2018

ANDRÉ LUIZ DOS SANTOS

JOSÉ LEANDRO PEREIRA SANCHES

MEIRI DIANNE CARDOSO DE SOUZA

MELINA YURI YAMANAKA

VAGNER ROBERTO BEVILACQUA

**O COMÉRCIO ELETRÔNICO COMO CANAL DE VENDAS DE
UTENSÍLIOS DOMÉSTICO E ARTIGOS DECORATIVOS PARA O
PÚBLICO MASCULINO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da ETEC Professor Massuyuki Kawano, orientado pelo Prof. Wilcer André Marcório, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em administração.

Tupã - SP

2018

ANDRÉ LUIZ DOS SANTOS
JOSÉ LEANDRO PEREIRA SANCHES
MEIRI DIANNE CARDOSO DE SOUZA
MELINA YURI YAMANAKA
VAGNER ROBERTO BEVILACQUA

**O COMÉRCIO ELETRÔNICO COMO CANAL DE VENDAS DE UTENSÍLIOS
DOMÉSTICO E ARTIGOS DECORATIVOS PARA O PÚBLICO MASCULINO**

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. M.S. WILCER ANDRÉ MARCÓRIO

Orientador

Prof.(a) Convidada: Natália Troccoli Marques da Silva
Avaliador (a)

Prof. Convidado: Lucas Hatano

Avaliador (a)

Convidado externo/Empresário: Taffarel Iglesias

Avaliador (a)

Tupã, 26 de junho de 2018.

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelos alunos. O Professor Orientador, a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

Dedico a todos os pais e familiares,
que acompanharam e apoiaram
durante toda a trajetória que levou a
tão sonhada conquista.

Agradeço a Deus minha vida e a oportunidade de concretizar e esse objetivo.

A ETEC Prof. Massuyuki Kawano por propiciar o ambiente necessário para minha aprendizagem e conseqüentemente por meu desenvolvimento pessoal e profissional.

Aos Docentes do Curso Técnico de Administração pela generosidade depositada em todos os momentos de compartilhamento de seus conhecimentos profissionais e humanos. Dedico a todos os pais, que apoiaram durante toda a trajetória que levou a tão sonhada conquista.

"Antes que você possa alcançar o topo de uma árvore e entender os brotos e as flores, você terá de ir fundo nas raízes, porque o segredo está lá. E, quanto mais fundo vão as raízes, mais alto vai a árvore"

Nietzsche

RESUMO

Com o crescimento do número de pessoas solteiras do público masculino, houve uma maior procura no mercado por produtos e utensílios domésticos personalizados para o respectivo público. Atualmente, há dificuldades em encontrar empresas especializadas no segmento, por isso o presente estudo teve como objetivo elaborar um plano de negócios para a abertura um comércio eletrônico de utensílios domésticos para o público masculino, visando analisar a viabilidade do processo. Foi realizada uma pesquisa de mercado, com aplicação de questionários, além da análise de SWOT, da análise de concorrentes e de fornecedores, do levantamento de custos, do cálculo de indicadores financeiros e do desenvolvimento de um plano de marketing. Foram identificados o posicionamento de mercado da empresa, sua estrutura de custos e seus indicadores financeiros. O projeto é viável financeiramente, visto apresentar uma estrutura de custos lucratividade e rentabilidade com investimentos retornável.

Palavras-chave: Comércio Eletrônico. Utensílios Domésticos. Público Masculino.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Layout da empresa.....	29
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Gênero dos entrevistados.....	15
Gráfico 2 – Quantas pessoas do sexo masculino moram na sua residência?	16
Gráfico 3 – Faixa etária dos entrevistados	16
Gráfico 4 – O que te motivaria a comprar em nossa loja?	17
Gráfico 5 - Produtos preferidos pelos entrevistados.....	17
Gráfico 6 - Você compraria produtos personalizados?.....	18
Gráfico 7 - Que tipo de estampas você prefere?.....	18
Gráfico 8 - Você faz compras com qual frequência?.....	19

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Capital social da empresa	23
Quadro 2 – Concorrentes diretos e indiretos da empresa	24
Quadro 3 – Características dos potenciais fornecedores da empresa	25
Quadro 4 - Lista de produtos que serão vendidos pela Casa do Homem	26
Quadro 5 - Lista dos preços praticados para os itens vendidos pela Casa do Homem	26
Quadro 6 - Endereço e contato da Casa do Homem.....	28
Quadro 7 - Necessidade de pessoal da empresa.....	30
Quadro 8 – Equipamentos e utensílios necessários para as operações	30
Quadro 9 - Estoque inicial da empresa	31
Quadro 10 - Contas a receber: Cálculo do prazo médio de vendas	31
Quadro 11 – Fornecedores: Cálculo do prazo médio de compras	32
Quadro 12 – Cálculo da necessidade média de estoques	32
Quadro 13 - Total do caixa mínimo necessário	32
Quadro 14 - Resumo do capital de giro.....	32
Quadro 15 - Investimentos pré-operacionais.....	33
Quadro 16 - Investimento total da empresa.....	33
Quadro 17 - Faturamento da empresa com os produtos vendidos.....	34
Quadro 18 - Custo variável por produto	34
Quadro 19 - Custo total da mão-de-obra	35
Quadro 20 - Custos fixos	35
Quadro 21 - Margem de contribuição do produto 1	35
Quadro 22 - Margem de contribuição do produto 2	36
Quadro 23 - Margem de contribuição do produto 3	36
Quadro 24 - Margem de contribuição do produto 4	36
Quadro 25 - Margem de contribuição do produto 5	36
Quadro 26 - Margem de contribuição do produto 6	36
Quadro 27 - Margem de contribuição do produto 7	37
Quadro 28 - Margem de contribuição do produto 8	37
Quadro 29 - Custos de comercialização.....	37
Quadro 30 - Preço de venda dos produtos.....	38
Quadro 31 - Demonstração dos Resultados da Casa do Homem.....	38
Quadro 32 - Análise de SWOT da Casa do Homem	40

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 PESQUISA DE MERCADO.....	15
3 PLANO DE NEGÓCIOS	20
3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	20
3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	20
3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários.....	20
3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições	21
3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO.....	22
3.3.1. Missão e Visão da Empresa	22
3.3.2. Setor de Atividade.....	22
3.3.3. Forma Jurídica.....	22
3.3.4. Enquadramento Tributário	23
3.4. CAPITAL SOCIAL.....	23
3.5. FONTE DE RECURSOS.....	23
3.6. ANÁLISE DE MERCADO.....	24
3.6.1. Análise dos Clientes	24
3.6.2. Análise dos Concorrentes.....	24
3.6.3. Análise dos Fornecedores	24
3.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços.....	25
3.7.2. Preço	26
3.7.3. Estratégias Promocionais	27
3.7.4. Estrutura de Comercialização.....	27
3.7.5. Localização da Empresa.....	27
3.8. PLANO DE OPERACIONAL	28
3.8.1. Layout ou Arranjo Físico	28
3.8.2. Capacidade Produtiva.....	29
3.8.3. Necessidade de Pessoal	29
3.9 INVESTIMENTOS.....	30
3.9.1 Investimentos.....	30
3.9.2 Capital de Giro.....	30
3.9.3 Investimentos pré-operacionais	32
3.9.4 Investimento total.....	33

3.10. PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO	33
3.10.1. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa	33
3.10.2. Estimativa do Custo Unitário Variável para cada Produto	34
3.10.3. Estimativa dos Custos Fixos Mensais da Empresa	34
3.10.4. Margem de Contribuição Unitária	35
3.10.5 Estimativa dos custos de comercialização.....	37
3.10.6 Custo total.....	37
3.10.7 Demonstrativo de resultados	38
3.10.8 Ponto de Equilíbrio.....	39
3.11 INDICADORES FINANCEIROS.....	39
3.11.1 Lucratividade	39
3.11.2 Rentabilidade.....	40
3.11.3 Prazo de retorno do investimento	40
3.12. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	40
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERÊNCIAS.....	43
GLOSSÁRIO	44
APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL.....	45
APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS.....	49

1 INTRODUÇÃO

O comércio de produtos para homem, são produtos em gerais e utensílios domésticos para homens com perfis inovadores no Município de Tupã.

Um novo padrão vem surgindo na sociedade, e o homem com pensamento em certa liberdade de escolha e privacidade vem buscando uma moradia com ambientes leves e estilo próprio. Viver sozinho acaba sendo visto como uma forma de usufruir de um leque imenso e sempre renovável de oportunidades criadas pela vida moderna

Conforme relatado à quantidade de pessoas do sexo masculino que moram sozinhos vem aumentando consideravelmente nas últimas décadas, e por ser uma parcela da população com novos hábitos relacionados ao aspecto de moradia, encontram algumas dificuldades quando relacionado a como deixar sua casa com a sua cara.

A dificuldade de encontrar no mercado produtos próprios que enquadram ao seu estilo são os questionamentos mais frequentes dessa nova parcela de clientes. A procura por estabelecimentos que ofereçam esses produtos está crescendo e nesse aspecto, lojas com produtos personalizados são mercado com boa perspectiva para ser explorado.

O projeto é uma empresa voltada para o público masculino, com produtos personalizados, variados e com preço acessível, oportunidade de negócio voltado para datas comemorativas e fidelização dessa parcela de consumidores.

O problema existe, mas haverá um público suficiente para consumir este tipo de produto?

Para responder essa pergunta, é preciso desenvolver a venda de produtos atendendo as necessidades do público masculino que residem sozinhos e buscam produtos com características própria e estilo masculino. Analisando o modelo de descrição dos cargos da organização; fazendo um diagnóstico para reconhecimento das peculiaridades inerentes a cada cargo, com vista a elaborar uma nova descrição de cargos da organização; especificando os requisitos para os cargos, atribuindo valores para o desempenho das atividades relativas a cada cargo; elaborando um modelo de avaliação do desempenho a partir de conceitos existentes

na literatura ou em organizações similares; discutindo o modelo de avaliação com os envolvidos (chefes e funcionários), com vistas à definição do arquétipo final da avaliação de desempenho na organização; propondo a implementação desse programa.

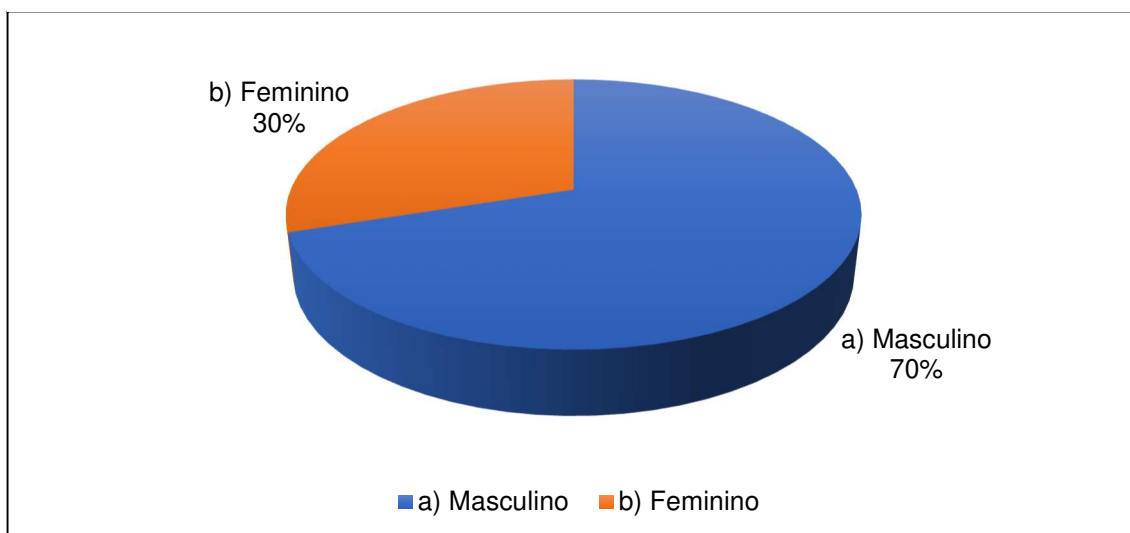
2 PESQUISA DE MERCADO

Conforme pesquisa realizada na cidade de Tupã – SP, constatou-se que um grande número de habitantes do sexo masculino que residem sozinhos ou em repúblicas.

A partir disto, notamos que há uma grande procura aos produtos para o lar com características masculinas, sendo que boa parte desses produtos são de características femininas que não agradam aos homens.

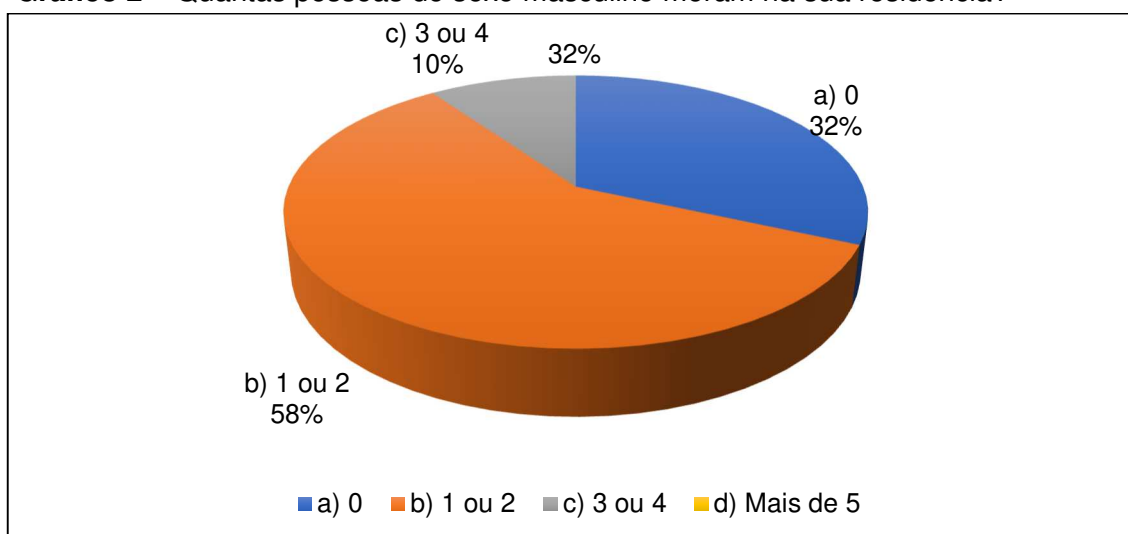
Assim através de uma pesquisa de campo realizada na escola ETEC Professor Massayuki Kawano com objetivo de ter por base a viabilização do investimento, no que diz respeito aos produtos e utensílios domésticos. A pesquisa foi aplicada aos alunos dos cursos voltados à área de gestão; dentro de suas próprias salas, sendo assim, feito por meio de questionários aplicando desta maneira uma pesquisa de caráter quantitativa, com perguntas e alternativas de múltiplas escolhas.

Gráfico 1 - Gênero dos entrevistados



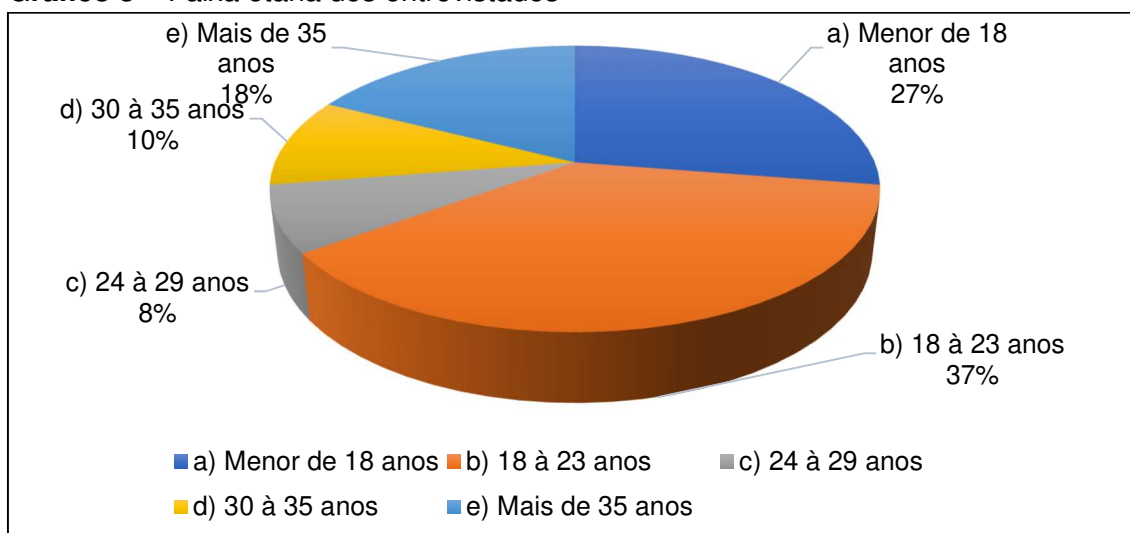
Fonte: Elaborado pelos autores

De acordo com a pesquisa aplicada, o total de entrevistados foram 40 alunos.

Gráfico 2 – Quantas pessoas do sexo masculino moram na sua residência?

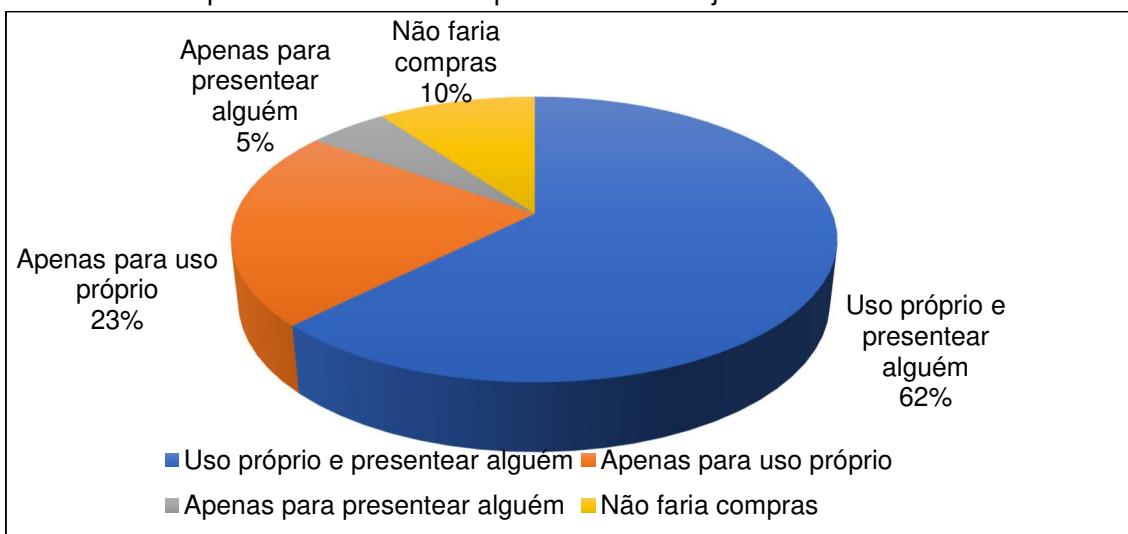
Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os entrevistados, nota-se uma variável de quantidade de homens que residem em cada residência.

Gráfico 3 – Faixa etária dos entrevistados

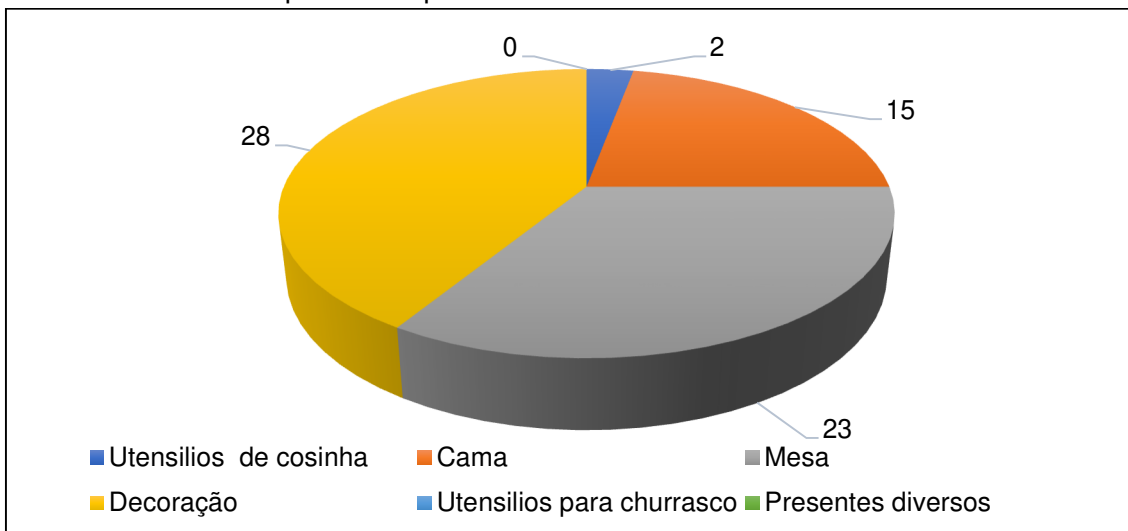
Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os entrevistados, nota-se uma variável faixa etária, tendo uma presença mais acentuada de público jovem entre 18 a 23 anos (37%) que frequenta os cursos de gestão na Etec.

Gráfico 4 – O que te motivaria a comprar em nossa loja?

Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os entrevistados nota-se que entre os 40 alunos, grande maioria compraria para uso próprio ou para presentear alguém.

Gráfico 5 - Produtos preferidos pelos entrevistados

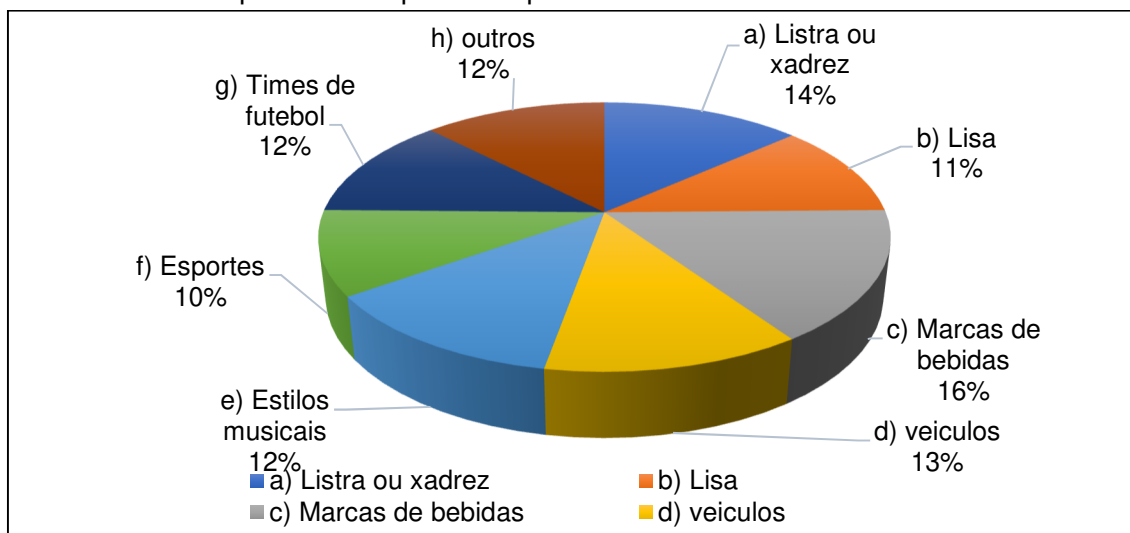
Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os entrevistados nota-se que o público entre 18 e 23 anos tem mais interesse em produtos de decoração para comprar.

Gráfico 6 - Você compraria produtos personalizados?

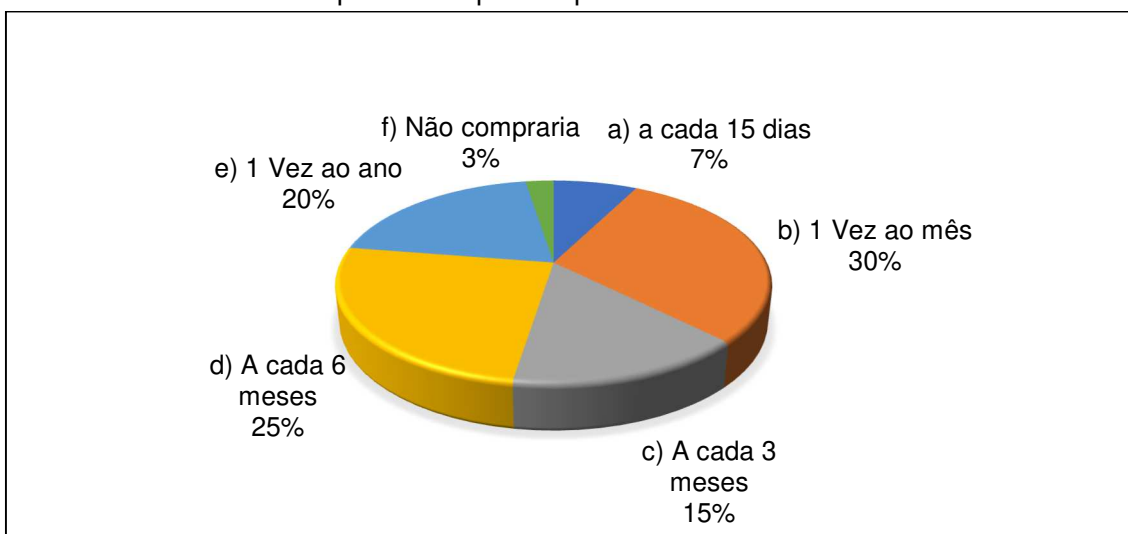
FONTE: Elaborado pelos autores

Dentre os entrevistados nota que há muito interesse em produtor personalizados.

Gráfico 7 - Que tipo de estampas você prefere?

Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os entrevistados nota-se que existe um equilíbrio nas preferencias por estilo e estampas.

Gráfico 8 - Você faz compras com qual frequência?

Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os entrevistados nota-se uma variável referente a compras, sendo que 20% compraria 1 vez por ano, 25% cada 6 meses, 30% mensalmente.

3 PLANO DE NEGÓCIOS

3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Esse plano de negócio tem por finalidade análise de viabilidade mercadológica e econômico financeira de uma loja virtual focada em produtos e utensílios para casa destinados ao público masculino. Os fatores determinantes para a abertura da empresa foram obtidos através de dados elaborados por pesquisa própria realizada aos alunos da ETEC Prof. Massauyki Kawano.

A seguir serão apresentados o desenvolvimento do estudo, as descrições do negócio e a análise do empreendimento.

Casa do Homem LTDA é uma empresa de pequeno porte regida pelo simples nacional e constituída por cinco sócios cotistas, que são responsáveis diretos pela tomada de decisões e definições de estratégias. Conta com um quadro de cinco funcionários divididos em administração, compras, expedição e vendas, sua sede é localizada na cidade de Tupã-SP, na Rua Piratinins,100, Centro.

Os recursos destinados para a abertura e funcionamento da empresa serão divididos de forma igual entre os sócios, sendo apurados investimentos iniciais de R\$50.000(cinquenta mil reais).

A empresa tem por missão a comercialização de produtos com as características e exclusividades para a classe masculina, tendo os principais produtos para casa como utensílios, cama, mesa, banho e decoração.

Através da análise de plano financeiro confirmou-se a viabilidade da empresa com uma taxa de lucratividade de 21% (acima da taxa de marcação de 5%).

3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários

Sócio Diretor / Administrador

Fundador 01	
Nome: André Luiz dos Santos	
Endereço: Rua Homes Bernardes nº155	Cidade/Estado: Tupã -SP
E-mail:andréluizsantos@outlook.com	Telefone(14)99635-4560

Sócio Diretor / Compras

Fundador 02	
Nome: José Leandro Pereira Sanches	
Endereço: Primeiro de maio nº576	Cidade/Estado: Herculândia-SP
E-mail:jllps.leandro@gmail.com	Telefone(14)99660-1060

Sócio Diretor / Expedição

Fundador 03	
Nome: Meiri Dianne Cardoso de Souza	
Endereço: Av. Santa helena nº124	Cidade/Estado: Quintana -SP
E-mail:diannemeire@gmail.com	Telefone(14)99850-5385

Sócio Diretor / Vendas

Fundador 04	
Nome :Melina Yuri Yamanaka	
Endereço: Rua Rui Barbosa nº961	Cidade/Estado: Bastos- SP
E-mail:melina_yamanaka@hotmail.com	Telefone(14)99728-2725

Sócio Diretor / Vendas

Fundador 05	
Nome: Vagner Roberto Bevilacqua	
Endereço: Rua Alberto Bereta nº50 apto32 bloco C	Cidade/Estado: Tupã-SP
E-mail:rbvagner@hotmail.com	Telefone: (14)99727-6455

3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições

- André Luiz dos Santos: Formação Técnico Informática, Logística e Administração. Experiências Profissionais, Almoxarife, Logística de Transporte e Encarregado de Almoxarife.
- José Leandro Pereira Sanches: Formação Técnico Informática e Administração.
- Meiri Dianne Cardoso de Souza: Formação Técnico em Administração.

- Melina Yuri Yamanaka: Formação Técnico em Administração e Inglês.
- Vagner Roberto Bevilacqua: Formação Bacharel em Direito e Técnico em Administração.

3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa/Nome Fantasia: Casa do Homem

CNPJ: 69.388.013.0001-50

3.3.1. Missão e Visão da Empresa

Missão

Comercializar os produtos com características e exclusividade para a classe masculina.

Visão

Atender a necessidade de nossos clientes e nos tornarmos uma referência no segmento de acessórios masculinos, agradando e proporcionando e satisfações.

Valores

Melhoria continua na comercialização e prezar pelo bem-estar de nossos clientes.

3.3.2. Setor de Atividade

Comercio Eletrônico de produtos para casa voltada ao público masculino.

3.3.3. Forma Jurídica

Empresa de Responsabilidade Limitada.

3.3.4. Enquadramento Tributário

A empresa será registrada como microempresa que permite a empresa ser registrada no regime tributário Simples Nacional que unifica os Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ), Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS), Contribuição para o PIS/Pasep, Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) e Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS). Devido a sua atividade poderá ser cobrado uma alíquota de 4,00% a 11,64%.

3.4. CAPITAL SOCIAL

O capital social da sociedade será de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), dividido em 50.000 (cinquenta mil) quotas de valor unitário de R\$ 1,00 (um real), dividido e integralizado pelos sócios da seguinte forma:

Quadro 1 – Capital social da empresa

Nomes do Fundador	Valor do Capital Integralizado
André Luiz dos Santos	R\$10.000,00
José Leandro Pereira Sanches	R\$10.000,00
Meiri Dianne Cardoso de Souza	R\$10.000,00
Melina Yuri Yamanaka	R\$10.000,00
Vagner Roberto Bevilacqua	R\$10.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores

3.5. FONTE DE RECURSOS

A fonte dos recursos utilizados para iniciar as atividades e aquisição de móveis e equipamentos será com reserva dos próprios sócios, divididos em cotas.

3.6. ANÁLISE DE MERCADO

3.6.1. Análise dos Clientes

A empresa tem como seu público principal Homens que moram sozinho e que buscam produtos para casa com temáticas masculina; esse seguimento busca atender nossa região e todo território nacional através de vendas online.

Através de pesquisa foi identificado que a maioria dos clientes são Homens com uma faixa etária de até 35 anos. De acordo com os entrevistados a frequência de compras variam em um período mensal a semestral, visto de se tratar bens duráveis.

As procuras desses produtos seriam em loja física ou virtual e a maioria com o intuito de presentear. Encontrando variedades de produtos e preços com formas de pagamento parceladas e entrega a domicilio conforme escolha do cliente.

3.6.2. Análise dos Concorrentes

Quadro 2 – Concorrentes diretos e indiretos da empresa

	Qualidade do Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
Portal do Cozinheiro	Praticidade	Competitivo	Parcelamento Cartão	Loja Física	Utensílios Cozinha
Homem de Marte	Variedade	Competitivo	Parcelamento Cartão	Online	Produto Cosmético
Versão Masculina	Variedade	Competitivo	Parcelamento Cartão	Loja Física	Moda Masculina

Fonte: Elaborado pelos autores

Mesmo sendo concorrentes indiretos, encontramos semelhanças na questão de vendas online, preços competitivos e formas de pagamento.

3.6.3. Análise dos Fornecedores

A empresa escolheu seus fornecedores abaixo relacionados por tratar de empresas que atuam no ramo com produtos que vem atingir as necessidades de nosso público. Encontramos nesses uma grande variedade de produtos, preço e forma de pagamento as quais buscamos oferecer aos nossos clientes com os eventos promocionais.

Quadro 3 – Características dos potenciais fornecedores da empresa

Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	Tok e Stok	Moveis e Decoração	Faixa de mercado	Em até 10x sem juros	Não informado (são entregues por uma equipe própria).	Possui lojas espalhadas por toda região sudeste
2	Dislar	Distribuidora de produtos para o lar	Faixa de mercado	Em até 10x sem juros	Entrega em sete dias uteis.	Rua Vicente Rodrigues da Silva, 666 Jd. Piratininga - Osasco - SP
3	Teca	Marca de produtos de mesa cama e banho	Custo alto	Boleto e cartão de credito.	Sete dias uteis	Blumenau-SC
4	Plásticos Santana	Produtos para cozinha e acessórios em geral	Custo Variável	Cartão de credito.	Sete dias uteis.	Bairrinho, Artur Nogueira - SP

Fonte: Elaborado pelos autores

3.7. PLANO DE MARKETING

3.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

A empresa irá oferecer utensílios domésticos e artigos de decoração voltados ao público masculino. Os produtos serão enviados em embalagens sustentáveis, como sacolas de papel e caixa de papelão, ambas personalizadas com o logotipo da empresa e customizadas de acordo com datas comemorativas.

O Quadro 1 mostra alguns dos produtos que serão comercializados pela Casa do Homem.

Quadro 4 - Lista de produtos que serão vendidos pela Casa do Homem

Produto	Departamento	Preço	Fornecedor
Pote Retangular Graduado 800 ml	Cozinha	R\$ 3,95	Plástico Santana
Pote Herm.Retang.Raso Grande Avulso 2,47 L	Cozinha	R\$ 9,99	Plásticos Santana
Canecas Plástico	Cozinha	R\$ 2,49	Tok e Stok
Caneca Porcelana	Cozinha	R\$25,00	Tok e Stok
Jogo de Cama Queen 150 fios - Icaro Cinza	Cama	R\$89,90	Teka
Pano de prato liso	Cozinha	R\$2,49	Atacado Malu Reis
Pano de prato estampado	Cozinha	R\$2,69	Atacado Malu Reis
Jogo de cama solteiro	Cama	R\$98,00	Teka

Fonte: Elaborado pelos autores

3.7.2. Preço

Segue a tabela abaixo com os preços os quais os consumidores estão dispostos a pagar conforme pesquisa realizada

Quadro 5 - Lista dos preços praticados para os itens vendidos pela Casa do Homem

Item	Departamento	Preço
Pote Retangular Graduado 800 ml	Cozinha	R\$ 12,76
Pote Herm.Retang.Raso Grande Avulso 2,47 L	Cozinha	R\$ 16,12
Canecas Plástico	Cozinha	R\$ 8,05

Caneca Porcelana	Cozinha	R\$ 48,45
Jogo de Cama Queen 150 fios - Icaro Cinza	Cama	R\$ 96,58
Pano de prato liso	Cozinha	R\$ 8,05
Pano de prato estampado	Cozinha	R\$ 8,70
Jogo de cama solteiro	Cama	R\$ 122,74

Fonte: Elaborado pelos autores

3.7.3. Estratégias Promocionais

Oferta promocionais por datas comemorativas, como dias dos pais, dia do trabalhador, dia dos namorados, natal, entre outras. Outra estratégia criar um cartão fidelidade oferecendo vantagens a cada compra acumulada. E montar kit de produtos personalizados e utilidades

3.7.4. Estrutura de Comercialização

Realizamos vendas online, com sistema de distribuição pelos correios ou transportadoras. Para a comunicação utilizaremos meios por catálogos de produtos, jornais informativos, por redes sociais e o próprio site da loja. As vendas através da internet pelo site Casa do Homem após venda determinado o meio de transporte despachamos o produto para ser entregue até cliente com menor tempo e custo. E assistência técnica com telefone 0800 para contato SAC.

3.7.5. Localização da Empresa

Mercado atuante, venda no varejo de utensílios domésticos e decoração, com público alvo masculino e jovens e adultos.

Loja terá um endereço virtual na internet endereço www.casadohomem.com.br,

Empresa localizada com sua sede física e escritório na cidade de Tupã S.P, onde foi constatado em pesquisa de campo um grande número de morados

Homens com características e necessidades voltados para perfil masculinos além de atingir a região a loja atendera todo território nacional e próximo a uma agência de correios.

Quadro 6 - Endereço e contato da Casa do Homem

Endereço da Empresa: Rua Piratinis nº100	
Bairro: Centro	Cidade/Estado: Tupã - SP
Telefone/Fax: 080070050	

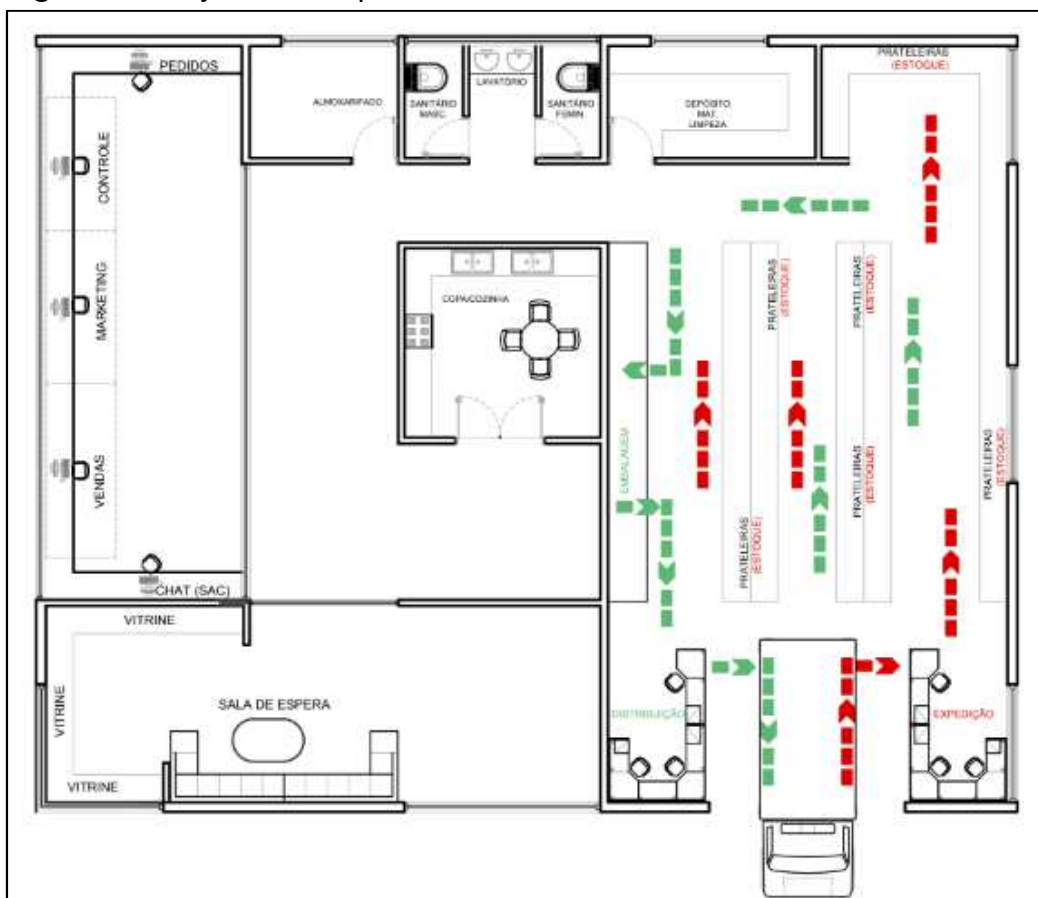
Fonte: Elaborado pelos autores

Justifica-se a escolha pelo endereço o fato de que o prédio está localizado no centro de Tupã, ficando próximo à agência de correios e a transportadoras, além de ser um local seguro, de fácil acesso e deslocamento.

3.8. PLANO DE OPERACIONAL

3.8.1. Layout ou Arranjo Físico

Figura 1 – Layout da empresa



Fonte: Elaborado pelos autores

3.8.2. Capacidade Produtiva

A empresa realiza suas atividades com prazo de entrega estendido, visto seus produtos serem adquiridos por fornecedores externos, não realizamos a produção dos mesmos. Realizaremos a compra de produtos de nossos fornecedores na proporção das vendas realizadas.

3.8.3. Necessidade de Pessoal

As atividades terão início com mão de obra e serviços prestados pelos próprios sócios.

Quadro 7 - Necessidade de pessoal da empresa

Cargo	Função	Qualificação Necessária
Administração	Administrador	Curso técnico ou superior Administração
Administração	Compras	Curso técnico ou superior Administração
Administração	Expedição	Curso técnico ou superior Administração
Administração	Vendas	Curso técnico Comercio ou Administração
Administração	Vendas	Curso técnico Comercio ou Administração

Fonte: Elaborado pelos autores

3.9 INVESTIMENTOS**3.9.1 Investimentos**

Segue abaixo todos os bens que adquirimos para iniciar nosso negócio, sendo esse com recurso próprio dos sócios.

Quadro 8 – Equipamentos e utensílios necessários para as operações

	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1	Computadores	6	R\$ 1.500,00	R\$ 9.000,00
2	Carro furgão	1	R\$ 25.000,00	R\$ 25.000,00
3	Moto	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
4	Mesas computadores	6	R\$ 150,00	R\$ 900,00
5	Mesas operacionais	3	R\$ 150,00	R\$ 300,00
6	Prateleiras	10	R\$ 120,00	R\$ 1.200,00
7	Carrinhos	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00
8	Embalagens diversas	700	R\$ 1,50	R\$ 1.050,00
9	Utensílios operacionais	40	R\$ 5,00	R\$ 200,00
=	Total de investimentos fixos			R\$ 43.050,00

Fonte: Elaborado pelos autores

3.9.2 Capital de Giro

De início a empresa não utilizará recurso externo (Capital de Giro), com o decorrer das atividades observaremos a real necessidade da empresa para a busca do recurso externo.

A – Estimativa do estoque inicial

Nosso estoque inicial é composto por produtos de distribuidores com as quantidades necessárias, levando em consideração capacidade de vendas conforme segue em planilha abaixo.

Quadro 9 - Estoque inicial da empresa

	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1	Pote Retangular Graduado 800 MI	100 unidades	R\$ 3,95	R\$ 395,00
2	Pote Herm.Retang.Raso Grande Avulso 2,47 l	100 unidades	R\$ 4,99	R\$ 499,00
3	Canecas Plástico	100 unidades	R\$ 2,49	R\$ 249,00
4	Caneca Porcelana	100 unidades	R\$ 15,00	R\$ 1.500,00
5	Jogo de Cama Queen 150 fios - Icaro Cinza	100 unidades	R\$ 29,90	R\$ 2.990,00
6	Pano de prato liso	100 unidades	R\$ 2,49	R\$ 249,00
7	Pano de prato estampado	100 unidades	R\$ 2,69	R\$ 269,00
8	Jogo de cama solteiro	100 unidades	R\$ 38,00	R\$ 3.800,00
	Total de estoques			R\$ 9.951,00

Fonte: Elaborado pelos autores

B – Caixa mínimo

É o capital de giro próprio necessário para movimentar seu negócio. Representa o valor em dinheiro que a empresa precisa ter disponível para cobrir os custos até que as contas a receber de clientes entrem no caixa.

Quadro 10 - Contas a receber: Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de Dias	Média ponderada em dias
A vista	30%	0	0
30 Dias	20%	30	6
2 Parcelas	20%	60	12
3 Parcelas	15%	90	13,5
Até 10 Parcelas	15%	300	45
		Prazo médio total	76,5

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 11 – Fornecedores: Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de Dias	Média ponderada em dias
A vista	5%	0	0
A prazo (1)	10%	30	15
A prazo (2)	15%	45	6,75
A prazo (3)	25%	90	22,5
A prazo (4)	45%	180	81
		Prazo médio total	125 dias

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 12 – Cálculo da necessidade média de estoques

	Número de dias
Recursos da Empresa fora do seu caixa	
1. Contas a Receber – Prazo médio das vendas	76,5 dias
2. Estoques – necessidade média de estoque	16 dias
Subtotal 1 (1+2)	92,5 dias
Recursos de terceiro no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio das compras	125 dias
Subtotal 2	125 dias
Necessidade líquida de capital de giro em dias (Subtotal 1 – subtotal 2)	- (32,5 dias)

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 13 - Total do caixa mínimo necessário

1. Custo fixo mensal	R\$ 18.224,50
2. Custo variável mensal	R\$ 7.190,00
3. Custo total da empresa (1+2)	R\$ 25.414,50
4. Custo total diário (item 3/ 30 dias)	R\$ 847,15
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (quadro anterior)	Não há necessidade
Total de B – Caixa mínimo (item 4x5)	Não há necessidade

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 14 - Resumo do capital de giro

Investimentos Financeiros	
A – Estoque Inicial	R\$ 9.951,00
B – Caixa mínimo	R\$ 0,00
Total do capital de giro	R\$ 9.951,00

Fonte: Elaborado pelos autores

3.9.3 Investimentos pré-operacionais

Os gastos abaixo representam as atividades da empresa de realizarmos as atividades.

Quadro 15 - Investimentos pré-operacionais

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$
Despesas de legalização	R\$ 1.000,00
Obras ou reformas	R\$ 0,00
Divulgação	R\$ 500,00
Cursos e treinamentos	R\$ 1.500,00
Total	R\$ 3.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores

3.9.4 Investimento total

A empresa utilizara de capital próprio (investimento dos proprietários) e de terceiros (instituições financeiras).

Quadro 16 - Investimento total da empresa

Descrição dos Investimentos	Valor R\$	(%)
1. Investimentos Fixos	R\$ 43.050,00	76,88
2. Capital de Giro	R\$ 9.951,00	17,77
3. Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 3.000,00	5,35
Total (1+2+3)	R\$ 56.001,00	100
FONTES DE RECURSOS		
	Valor R\$	(%)
1. Recursos próprios	R\$ 50.000,00	100
2. Recursos de Terceiros	R\$ 0,00	0
3. Outros	R\$ 0,00	0
Total (1+2+3)	R\$ 50.000,00	100

Fonte: Elaborado pelos autores

3.10. PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO

3.10.1. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa

Quadro 17 - Faturamento da empresa com os produtos vendidos

	DESCRIÇÃO	PREÇO DE VENDA	QTDE	VALOR TOTAL
1	Pote Retangular Graduado 800 MI	R\$ 12,76	100	R\$ 1.276,00
2	Pote Herm.Ret.Raso Gde Avulso 2,47 l	R\$ 16,12	100	R\$ 1.612,00
3	Canecas Plástico	R\$ 8,05	100	R\$ 805,00
4	Caneca Porcelana	R\$ 48,45	100	R\$ 4.845,00
5	Jogo de Cama Queen 150fios-Icaro	R\$ 96,58	100	R\$ 9.658,00
6	Pano de prato liso	R\$ 8,05	100	R\$ 805,00
7	Pano de prato estampado	R\$ 8,70	100	R\$ 870,00
8	Jogo de cama solteiro	R\$ 122,74	100	R\$ 12.274,00
	FATURAMENTO TOTAL			R\$ 32.145,00

Fonte: Elaborado pelos autores

3.10.2. Estimativa do Custo Unitário Variável para cada Produto

Os custos unitário dos produtos e quantidade vendida em um determinado período, levando em consideração o nosso ramo de atividade.

Quadro 18 - Custo variável por produto

Material/Insumos utilizados	Custo Unitário	Quantidade	Custo Total
Pote Retangular Graduado 800 MI	R\$ 3,95	100	R\$ 395,00
Pote Herm.Retang.Raso Grande Avulso 2,47 l	R\$ 4,99	100	R\$ 499,00
Canecas Plástico	R\$ 2,49	100	R\$ 249,00
Caneca Porcelana	R\$ 15,00	100	R\$ 1500,00
Jogo de Cama Queen 150 fios - Icaro Cinza	R\$ 29,90	100	R\$ 229,00
Pano de prato liso	R\$ 2,49	100	R\$ 249,00
Pano de prato estampado	R\$ 2,69	100	R\$ 269,00
Jogo de cama solteiro	R\$ 38,00	100	R\$ 3800,00
TOTAL	-		R\$7.190,00

Fonte: Elaborado pelos autores

3.10.3. Estimativa dos Custos Fixos Mensais da Empresa

Os custos fixos são todos os gastos que não se alteram em função do volume de produção ou da quantidade vendida em um determinado período.

Levando em consideração o nosso ramo de atividade, levantamos os custos fixos que a empresa teria que realizar mensalmente, conforme segue planilha abaixo.

Quadro 19 - Custo total da mão-de-obra

FUNÇÃO	QTDDE	SALÁRIO MENSAL	(%) DE ENCARGOS SOCIAIS	ENCARGOS SOCIAIS R\$	TOTAL R\$
Sócios	5	2.000,00	17,3	346,00	2.346,00
TOTAL	5	10.000,00	17,3	1.730,00	11.730,00

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 20 - Custos fixos

Custos	Valores
Aluguel	R\$ 1.500,00
Água	R\$ 100,00
Luz	R\$ 150,00
Telefones e Internet	R\$ 500,00
Provedor e Domínio	R\$ 250,00
Escritório	R\$ 500,00
Despesas Bancárias	R\$ 100,00
Combustível	R\$ 500,00
Gastos com pessoal	R\$ 11.730,00
Associações e sindicatos	R\$ 350,00
Total	R\$ 15.680,00

Fonte: Elaborado pelos autores

3.10.4. Margem de Contribuição Unitária

Quadro 21 - Margem de contribuição do produto 1

Pote Retangular Graduado 800 ml	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 12,76
Custos variáveis unitários	R\$ 3,95
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 8,81

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 22 - Margem de contribuição do produto 2

Pote Herm. Retangular Raso Grande Avulso 2,47 l	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 16,12
Custos variáveis unitários	R\$ 4,99
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 11,13

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 23 - Margem de contribuição do produto 3

Canecas de plástico	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 8,05
Custos variáveis unitários	R\$ 2,49
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 5,56

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 24 - Margem de contribuição do produto 4

Canecas de porcelana	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 48,45
Custos variáveis unitários	R\$ 15,00
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 33,45

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 25 - Margem de contribuição do produto 5

Jogo de Cama Queen 150 fios – Icaro Cinza	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 96,58
Custos variáveis unitários	R\$ 29,90
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 66,68

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 26 - Margem de contribuição do produto 6

Pano de prato liso	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 8,05
Custos variáveis unitários	R\$ 2,49
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 5,56

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 27 - Margem de contribuição do produto 7

Pano de prato estampado	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 8,70
Custos variáveis unitários	R\$ 2,69
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 6,01

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 28 - Margem de contribuição do produto 8

Jogo de cama solteiro	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 122,74
Custos variáveis unitários	R\$ 38,00
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 84,74

3.10.5 Estimativa dos custos de comercialização

Registramos os gastos com impostos e vendas. Despesa incide diretamente sobre as vendas e, assim como o custo com materiais diretos ou mercadorias vendidas, classificada como um custo variável.

Quadro 29 - Custos de comercialização

DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL (R\$)
1. IMPOSTOS			
Simplex	4%	R\$ 32.145,00	R\$ 1.285,80
SUBTOTAL 1		R\$ 32.145,00	R\$ 1.285,80
2. GASTOS COM VENDAS			
Propaganda	1,91%	R\$ 32.145,00	R\$ 614,00
Taxa de administração do cartão de crédito	3%	R\$ 21.490,00	R\$ 644,70
SUBTOTAL 2		R\$ 52,190,00	R\$ 1.258,70
TOTAL		R\$ 32.145,00	R\$ 2.544,50

Fonte: Elaborado pelos autores

3.10.6 Custo total

3.10.6.1. Preço de venda unitário

Quadro 30 - Preço de venda dos produtos

	DESCRIÇÃO	CUSTO VARIÁVEL UNITÁRIO	TAXA DE MARCAÇÃO	TOTAL
1	Pote Retangular Graduado 800 MI	R\$ 3,95	3,23	R\$ 12,76
2	Pote Herm.Retang.Raso Grande Avulso 2,47 l	R\$ 4,99	3,23	R\$ 16,12
3	Canecas Plástico	R\$ 2,49	3,23	R\$ 8,05
4	Caneca Porcelana	R\$ 15,00	3,23	R\$ 48,45
5	Jogo de Cama Queen 150 fios - Icaro Cinza	R\$ 29,90	3,23	R\$ 96,58
6	Pano de prato liso	R\$ 2,49	3,23	R\$ 8,05
7	Pano de prato estampado	R\$ 2,69	3,23	R\$ 8,70
8	Jogo de cama solteiro	R\$ 38,00	3,23	R\$ 122,74

Fonte: Elaborado pelos autores

3.10.7 Demonstrativo de resultados

Após reunir as informações sobre as estimativas de faturamento e os custos totais (fixos e variáveis), tivemos os resultados da empresa, verificando que irá operar com lucro.

Quadro 31 - Demonstração dos Resultados da Casa do Homem

ITENS	DESCRIÇÃO	R\$	(%)
	Receita total com vendas	32.145,00	100
	(-) Custo Comercialização	2.544,50	7,91
	(-) Custos variáveis	7.190,00	22,37
	(-) Custos fixos	15.680,00	48,78
	LUCRO DO PERÍODO	6.730,50	20,94

Fonte: Elaborado pelos autores

Com base no demonstrativo do resultado, foi identificado que um faturamento R\$32.145,00 permitiu atingir uma margem de lucro de 21%. O valor é superior à margem de lucro considerada na taxa de marcação. (5%)

3.10.8 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio representa o quanto sua empresa precisa faturar para pagar todos os seus custos em um determinado período.

$$\text{PE (Ponto de Equilíbrio)} = \frac{\text{R\$ 15.680,00 (custo fixo)}}{0,77 \text{ (margem de contribuição)}}$$

$$\text{PE} = \text{R\$ 20.363,64}$$

$$\text{IMC} = \frac{\text{R\$ 32.145,00 (faturamento Total)} - \text{R\$ 7.190,00 (custo variável)}}{\text{R\$ 32.145,00 (faturamento Total)}}$$

$$\text{IMC (Margem de Contribuição)} = \text{R\$ 24.955,00} / \text{R\$ 32.145,00} = 0,77 \times 100 = 77\%$$

Ou seja, no mês para não ter nem lucro nem prejuízo a empresa precisa vender/faturar R\$ 20.363,64. Acima disso passa a ter lucro.

3.11 INDICADORES FINANCEIROS

3.11.1 Lucratividade

É um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado à sua competitividade.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{R\$ 6.730,50}}{\text{R\$ 32.145,00}} = 0,209 \times 100 = 21\%$$

3.11.2 Rentabilidade

É um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo (mês ou ano). É calculada através da divisão do lucro líquido pelo investimento total. A rentabilidade deve ser comparada com índices praticados no mercado financeiro.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{R\$ 6.730,50}}{\text{R\$ 56.001,00}} = 0,12 \times 100 = 12\%$$

3.11.3 Prazo de retorno do investimento

Assim como a rentabilidade, também é um indicador de atratividade. Indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu em seu negócio.

$$\text{Prazo Retorno} = \frac{\text{R\$ 56.001,00}}{\text{R\$ 6.730,50}} = 8 \text{ anos}$$

3.12. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Quadro 32 - Análise de SWOT da Casa do Homem

	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Pontos Fortes	Forças Forças Inovação de produto Preços acessíveis Personalização de produtos e embalagens Variedades	Oportunidades Datas comemorativas Programa de fidelização Nicho de mercado Possibilidade de expandir

Pontos Fracos	Fraquezas Público alvo limitado Disponibilidade de produtos específicos Público não habituado a esse tipo de consumo Crise dos correios	Ameaças Custo de aluguel e Domínio Internet Legislação e impostos Escassez de produtos masculinos específicos Prazo de entrega Surgimento de concorrência
----------------------	--	---

Fonte: Elaborado pelos autores

A empresa busca inovação no mercado com seus produtos personalizados, usando da tecnologia e marketing para a divulgação em datas comemorativas com finalidade de ampliar as vendas. Essa ferramenta vem atrair o público alvo e diluir custos e despesas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos dados e indicadores utilizados no projeto Casa do Homem, “Análise Swot”, pesquisa de campo e indicadores financeiros, concluímos que o projeto é viável financeiramente, visto apresentar uma estrutura de custos com faturamento estimado e taxa de lucratividade 21%, com taxa de rentabilidade de 12% e o prazo de retorno dos investimentos será de 8 anos.

A lucratividade é compatível com o mercado local, e demais comércios eletrônicos, a empresa atuara de maneira competitiva e de forma inovadora junto aos demais concorrente conforme plano de negócio apresentado.

REFERÊNCIAS

G1. **Maioria dos que moram sozinhos no Brasil é homem solteiro, aponta IBGE.** 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2012/10/homem-solteiro-e-maioria-entre-os-que-moram-sozinhos-diz-ibge.html>>. Acesso em: 05 set. 2017.

IWAKURA, Mariana; CID, Thiago. **Os Novos negócios do novo Brasil.** Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI168216-17192-6,00-OS+NOVOS+NEGOCIOS+DO+NOVO+BRASIL.html>>. Acesso em: 24 out. 2017.

MENDONÇA, Gisele. **Homens gastam ‘sem culpa’ em utensílios de cozinha.** 2008. Disponível em: <<http://www.bonde.com.br/gastronomia/bonde-cozinha/homens-gastam-sem-culpa-em-utensilios-de-cozinha-89622.html>>. Acesso em: 24 out. 2017.

NETO, Jamille. **Comércio eletrônico brasileiro deve crescer até 15% em 2017.** 2017. Disponível em: <<http://www.fecomercio.com.br/noticia/comercio-eletronico-brasileiro-deve-encerrar-2016-com-crescimento-de-8>>. Acesso em: 26 outubro. 2017.

GLOSSÁRIO

Agradecimento:

É a manifestação de gratidão do autor da pesquisa às pessoas que colaboraram no seu trabalho. Deve ter a característica de ser curto e objetivo.

Amostra:

É uma parcela significativa do universo pesquisado ou de coleta de dados.

Análise:

É o trabalho de avaliação dos dados recolhidos. Sem ela não há relatório de pesquisa.

Anexo:

É uma parte opcional de um relatório de pesquisa. Nele deve constar o material que contribui para melhor esclarecer o texto do relatório de pesquisa.

Apêndice:

O mesmo que Anexo.

Apud:

Significa "*citado por*". Nas citações é utilizada para informar que o que foi transcrito de uma obra de um determinado autor na verdade pertence a um outro.

Ex.: (Napoleão apud Loi) ou seja, Napoleão "*citado por*" Loi

Bibliografia:

É a lista de obras utilizadas ou sugeridas pelo autor do trabalho de pesquisa.

Capa:

Serve para proteger o trabalho e dela deve constar o nome do autor, o título do trabalho e a instituição onde a pesquisa foi realizada.

Capítulo:

É uma das partes da divisão do relatório de pesquisa. Lembrando que o primeiro capítulo será a Introdução e o último as Conclusões do autor. Entre eles o texto da pesquisa.

Ciência:

É um conjunto organizado de conhecimentos relativos a um determinado objeto conquistados através de métodos próprios de coleta de informação.

Citação:

É quando se transcreve ou se refere o que um outro autor escreveu.

Coleta de Dados:

É a fase da pesquisa em que se reúnem dados através de técnicas específicas.

Conclusão:

É a parte final do trabalho onde o autor se coloca com liberdade científica, avaliando os resultados obtidos, propondo soluções e aplicações práticas.

Conhecimento Científico:

É o conhecimento racional, sistemático, exato e verificável da realidade. Sua origem está nos procedimentos de verificação baseados na metodologia científica. Podemos então dizer que o Conhecimento Científico:

- *É racional e objetivo.*
- *Atém-se aos fatos.*
- *Transcende aos fatos.*
- *É analítico.*
- *Requer exatidão e clareza.*

APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL

MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL – SOCIEDADE LIMITADA CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE: CASA DO HOMEM

1. André Luiz dos Santos, brasileiro, nascido em Santo André - SP, divorciado, 07/04/1978, Técnico em Administração, portador do CPF 259.938.218.17, RG 28.233.353-8, SSP Osvaldo Cruz – SP, residente em Tupã – SP na rua Homes Bernardes nº155, Vila Vargas, CEP17.605.230.
2. José Leandro Pereira Sanches, brasileiro nascido Herculândia - SP, solteiro, 05/12/1997, Técnico em Informática, portador do CPF 464.958.188-58, RG 55015824, SSP Herculândia – SP, residente em Herculândia – SP na rua Primeiro de maio nº576, Centro, CEP17.
3. Meiri Dianne Cardoso de Souza, nascida em Porteirinha- Minas Gerais, solteira, 23/08/1990, Técnico em Administração, portadora CPF405.446.558-77 RG 47.740.679-8, residente em Quintana – SP Av. Santa Helena nº124, CEP17.670.000.
4. Melina Yuri Yamanaka, Nascida em Bastos – SP, solteira, 27/04/1994 técnico Administração portadora CPF442.253.078-08 RG40.242.262-8SSP Bastos – SP, residente na rua Rui Barbosa nº 961 Bastos – SP CEP17.690-000.
5. Vagner Roberto Bevilacqua, nascido em Tupã – SP, divorciado, 07/06/1973, Administrador de Empresas, portador CPF174.085.648-10 RG 23.788.393-4 SSP, residente em Tupã na rua Alberto Bereta nº50 Apto 32 Bloco C, CEP17.607-322

Constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Casa do Homem e terá sede e domicílio na rua Piratinins nº100 centro Tupã SP CEP17.700-100.

2ª O capital social será 50.000,00 (cinquenta mil reais) (dividido em 50.000 quotas de valor nominal R\$1,00 (um real), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

André Luiz dos Santos nº de quotas 10.000 R\$10.000,00

José Leandro Pereira Sanches nº de quotas 10.000 R\$10.000,00

Meiri Dianne Cardoso de Souza nº de quotas 10.000 R\$10.000,00

Melina Yuri Yamanaka nº de quotas 10.000 R\$10.000,00

Vagner Roberto Bevilacqua nº de quotas 10.000 R\$10.000,00

3ª O objeto compreende o comércio eletrônico de artigos masculinos para casa.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 01/julho/2018 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 ao sócio Vagner Roberto Bevilacqua, com os poderes e atribuições de administrador, podendo os sócios assinar na forma isolada ou em conjunto, 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 apurados.

9ª A sociedade poderá levantar balanços ou balancetes patrimoniais em períodos inferiores a um ano, e o lucro apurado nessas demonstrações intermediárias, poderão ser distribuídos mensalmente aos sócios cotistas, a título de Antecipação de Lucros, proporcionalmente às cotas de capital de cada um dos sócios.

10ª - Opções de cláusula para solucionar divergências ocorridas na sociedade:

Opção 1: Da Eleição Do Foro

Fica eleito o foro de Tupã/SP para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

11ª - (Os) Administrador (es) declara(m), sob as penas da Lei, de que não est(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 de 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, na presença de duas testemunhas.

Tupã SP, 26 de junho de 2018

André Luiz dos Santos (Sócio Diretor) _____

José Leandro P Sanches (Sócio Diretor) _____

Melina Yuri Yamanaka (Sócio Diretor) _____

Meiri Dianne C de Souza (Sócio Diretor) _____

Vagner Roberto Bevilacqua (Sócio Diretor) _____

Testemunha (1) _____

Testemunha (2) _____

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO

1. Gênero?
 - a) Masculino
 - b) Feminino
2. Quantos homens moram com você?
 - a) 0
 - b) 1 ou 2
 - c) 3 ou 4
 - e) mais de 5
3. Qual sua idade?
 - a) menor de 18 anos
 - b) 18 à 23 anos
 - c) 24 à 29 anos
 - d) 30 à 35 anos
 - e) mais de 35 anos
4. Você compraria em uma loja virtual de utensílios domésticos direcionada ao público masculino?
 - a) Sim
 - b) Não
 - c) Não faço compra pela internet
5. Você faria compras na loja virtual para:
 - a) Uso próprio e presentear alguém
 - b) apenas para uso próprio
 - c) apenas para presentear alguém
 - d) Não faria compras
6. Qual tipo de produtos você compraria? (Assinale até 3 opções)
 - a) Utensílios de cozinha
 - b) Cama (Jogo de cama)
 - c) Mesa (toalhas)
 - d) Decoração
 - e) Utensílio para churrasco
 - f) Presentes diversos (canecas, acessórios)
7. Você compraria produtos personalizados?
 - a) sim
 - b) não
8. Qual estilo ou tipo de estampa você prefere? (escolha até 3 opções)
 - a) Listras ou Xadrez
 - b) Lisa
 - c) Marcas de bebidas
 - d) Veículos
 - e) Estilos musicais
 - f) Esportes
 - g) Times de futebol
 - h) outros. Qual? _____
9. Com que frequência você compraria estes produtos?
 - a) A cada 15 dias
 - b) 1 vez ao mês
 - c) A cada 3 meses
 - d) A cada 6 meses
 - e) 1 vez ao ano
 - f) Não compraria

APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS

