

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
Centro De Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Graduação em Administração – GADM

PLANO DE NEGÓCIO: JAIR MATERIAL DE CONSTRUÇÃO

CAMILA FIRMINO VIEIRA

João Pessoa
junho/2023

CAMILA FIRMINO VIEIRA

PLANO DE NEGÓCIO: JAIR MATERIAL DE CONSTRUÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos para a obtenção do Grau de Bacharela em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Professor Orientador: Suelle Cariele de Souza e Silva, Mestra.

João Pessoa
junho/2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

V658p Vieira, Camila Firmino.

Plano de negócio: Jair Material de Construção /
Camila Firmino Vieira. - João Pessoa, 2023.
47 f.

Orientação: Suelle Cariele de Souza e Silva.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de negócios. 2. Empreendedorismo. 3.
Materias de construção civil. I. Silva, Suelle Cariele
de Souza e. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração.

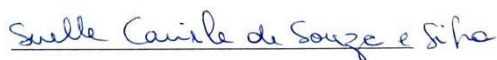
Aluna: Camila Firmino Vieira

Trabalho: Plano de Negócio: JAIR MATERIAL DE CONSTRUÇÃO

Área da Pesquisa: Finanças (Empreendedorismo)

Data de Aprovação: 02/06/2023

Banca Examinadora



Orientador



Membro 1



Membro 2

Dedico este trabalho de conclusão de curso a Deus e aos meus pais, que sempre me apoiaram nos meus estudos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me dado saúde e me abençoado ao longo dessa jornada acadêmica.
Aos meus pais por sempre terem me dado suporte para que eu me mantivesse nos estudos.
A minha orientadora Suelle Cariele de Souza e Silva por ter me auxiliado em todo este trabalho e pela paciência e dedicação que teve comigo.

SUMÁRIO EXECUTIVO

Jair Material de Construção é uma empresa fundada desde 27/05/1998 no município de João Pessoa – PB, atualmente situa-se na Rua João Vieira Carneiro, 295A, no bairro Pedro Gondim. A empresa atua com venda de materiais elétricos, hidráulicos, tintas e ferragens em geral. O proprietário, Antonio Vieira da Silva, sempre trabalhou com reparos, pinturas e vendas de materiais para construção, e após ver-se desempregado o conhecimento por esta área o fez iniciar o empreendimento. A razão social da empresa é dada por Antonio Vieira da Silva – 160.946.894-53 – MEI e o nome fantasia é Jair Material de Construção. O capital social veio de recursos próprios, e na época da fundação da empresa foi de R\$ 6.000,00 reais. Entretanto, após a elaboração deste Plano de Negócios, verificou-se que o capital social da empresa é de R\$ 18.238,90, referente ao investimento total realizado pelo proprietário. A missão da empresa Jair Material de Construção é entregar produtos de qualidade, com agilidade, preço justo e excelência no atendimento. Este plano de negócios foi elaborado seguindo a metodologia do SEBRAE de acordo com a cartilha “Como elaborar um plano de negócios” de 2013. A empresa possui o seguinte indicadores de viabilidade:

Ponto de Equilíbrio	R\$ 55.880,40
Lucratividade	12,20%aa
Rentabilidade	50,16%aa
Prazo de Retorno de Investimento	2 anos

Fonte: elaboração própria (2023)

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Descrição CNAE.....	14
Figura 2 – Logomarca da Empresa Jair Material de Construção.....	28
Figura 3 – <i>Layout</i>	30

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Capital social	14
Quadro 2 – Indicadores de viabilidade atual	15
Quadro 3 – Análise da concorrência	16
Quadro 4 – Análise dos fornecedores	18
Quadro 5 – Fatores internos da análise SWOT	19
Quadro 6 – Fatores externos da análise SWOT	19
Quadro 7 – Investimento fixo inicial.....	32
Quadro 8 – Investimento em estoque inicial	33
Quadro 9 – Prazo médio de recebimento de vendas.....	33
Quadro 10 – Prazo médio de compras.....	34
Quadro 11 – Necessidade média de estoques	34
Quadro 12 – Necessidade líquida de capital de giro (em dias)	34
Quadro 13 – Caixa mínimo	34
Quadro 14 – Capital de giro (resumo).....	35
Quadro 15 – Investimento total	35
Quadro 16 – Fonte de recursos	35
Quadro 17 – Estimativa do faturamento mensal	36
Quadro 18 – Custo unitário do produto.....	36
Quadro 19 – Custo de comercialização mensal	37
Quadro 20 – Custos com depreciação	37
Quadro 21 – Despesas operacionais mensais	38
Quadro 22 – DRE	38
Quadro 23 – Projeção da receita e custo unitário do produto para o cenário otimista.....	40
Quadro 24 – Projeção dos custos de comercialização para o cenário otimista	40
Quadro 25 – Projeção da DRE para o cenário otimista	40
Quadro 26 – Projeção da receita e custo unitário do produto para o cenário pessimista	41
Quadro 27 – Projeção dos custos de comercialização para o cenário pessimista	41
Quadro 28 – Projeção da DRE para o cenário pessimista	41
Quadro 29 – Comparativo de resultados entre cenários	43

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gênero dos respondentes	21
Gráfico 2 – Faixa etária dos respondentes	21
Gráfico 3 – Estado civil.....	21
Gráfico 4 – Renda mensal	22
Gráfico 5 – Escolaridade	22
Gráfico 6 – Frequência de compras de materiais nos últimos 6 meses independente do estabelecimento.....	23
Gráfico 7 – Valor gasto, em média, nos últimos 6 meses, nas compras de materiais para reparo e construção, independente do estabelecimento.....	24
Gráfico 8 – Você conhece a empresa Jair Material de Construção?	24
Gráfico 9 – Como você conheceu esta empresa?.....	25
Gráfico 10 – Preços praticados pela empresa Jair Material de Construção	25
Gráfico 11 – Em relação a essa empresa, o que você acha que precisa ser melhorado?	26
Gráfico 12 – Qualidade dos produtos vendidos na empresa Jair Material de Construção.....	27
Gráfico 13 – Frequência de compras, nos últimos 6 meses, na empresa Jair Material de Construção.....	27

SUMÁRIO

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO	13
1.1 Definição do negócio.....	13
1.2 Empreendedor	13
1.3 Síntese das responsabilidades da equipe dirigente	13
1.4 Exigências legais.....	13
1.5 Área de atuação.....	13
1.6 Capital social.....	14
1.7 Indicadores estratégicos da organização.....	14
1.7.1 Missão.....	14
1.7.2 Visão.....	14
1.7.3 Valores.....	15
2. ANÁLISE DE MERCADO	16
2.1 Análise dos clientes	16
2.1.1 Público-alvo	16
2.1.2 Comportamento dos clientes	16
2.2 Análise da concorrência.....	16
2.3 Análise dos fornecedores	18
2.4 Análise SWOT	19
2.4.1 Forças	19
2.4.2 Fraquezas	19
2.4.3 Oportunidades	20
2.4.4 Ameaças.....	20
2.5 Análise do perfil do cliente	20
3. PLANO DE MARKETING.....	28
3.1 Logomarca da empresa.....	28
3.2 Produtos.....	28
3.3 Preço.....	28
3.4 Estratégias promocionais	28
3.5 Estrutura de comercialização	28
3.6 Localização do negócio	29
4. PLANO OPERACIONAL	30
4.1 Layout.....	30
4.2 Capacidade instalada	30
4.3 Processos operacionais	31
4.3.1 Pedido de mercadorias para o fornecedor	31
4.3.2 Recebimento de mercadorias	31
4.3.3 Atendimento ao cliente	31
4.3.4 Pagamento.....	31
4.4 Necessidade de pessoal.....	31
5. PLANO FINANCEIRO	32
5.1 Investimentos fixos	32
5.2 Capital de giro.....	32
5.2.1 Estoque inicial	32
5.2.2 Caixa mínimo	33
5.3 Investimentos pré-operacionais.....	35

5.4 Investimento total.....	35
5.5 Estimativa do faturamento mensal.....	35
5.6 Custo unitário do produto.....	36
5.7 Custo de comercialização.....	37
5.8 Custos com mão-de-obra.....	37
5.9 Custos com depreciação.....	37
5.10 Custos fixos operacionais mensais.....	38
5.10.1 Demonstrativo dos resultados.....	38
5.11 Indicadores de viabilidade.....	38
5.11.2 Lucratividade.....	39
5.11.3 Rentabilidade.....	39
5.11.4 Prazo de retorno do investimento.....	39
5.12 Construção de cenários.....	39
5.12.1 Cenário otimista.....	39
5.12.2 Cenário pessimista.....	41
6. DECISÃO GERENCIAL.....	43
REFERÊNCIAS.....	44
APÊNDICE A.....	45

1.DESCRICÃO DO EMPREENDIMENTO

Aqui serão encontradas informações acerca do proprietário, do estabelecimento e dados que mostrem sua atuação no mercado.

1.1 Definição do negócio

Jair Material de Construção é uma empresa que atua no mercado desde 1998 vendendo materiais elétricos, hidráulicos e ferragens, buscando a satisfação e a preferência dos clientes.

1.2 Empreendedor

O proprietário chama-se Antonio Vieira da Silva, natural de Limoeiro – PE, casado, três filhos, residente a rua João Vieira Carneiro, 295, bairro Pedro Gondim, João Pessoa – PB, não concluiu o ensino médio, tendo estudado até o 1º ano científico, atualmente é autônomo, trabalha há mais de 40 anos fazendo consertos, pinturas e afins, trabalhos voltados para a prestação de serviços.

1.3 Sínteses da responsabilidade da equipe dirigente

O proprietário, Antonio, é o responsável total em relação às responsabilidades da empresa. O mesmo tem a responsabilidade de fazer vendas, entrar em contato com fornecedores, pagar contas, etc.

1.4 Exigências legais

O negócio tem como razão social Antonio Vieira da Silva – 160.946.894-53 – MEI.

1.5 Área de atuação

A empresa Jair Material de Construção atua no ramo de venda de materiais para construção, elétricos, hidráulicos e ferragens.

Figura 1 – Descrição CNAE

The screenshot shows the CNAE interface with two tabs: 'Atividades' and 'Estrutura'. The 'Estrutura' tab is active, displaying a classification hierarchy. At the top, there is a search bar with 'CNAE-Subclasses 2.3' selected, and buttons for 'buscar' and 'todas as seções'. Below this, the 'Hierarquia' section shows the following levels:

- Seção:** G COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS
- Divisão:** 46 COMÉRCIO POR ATACADO, EXCETO VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS
- Grupo:** 46.1 Representantes comerciais e agentes do comércio, exceto de veículos automotores e motocicletas
- Classe:** 46.13-3 Representantes comerciais e agentes do comércio de madeira, material de construção e ferragens
- Subclasse:** 4613-3/00 Representantes comerciais e agentes do comércio de madeira, material de construção e ferragens

Below the hierarchy, the 'Notas Explicativas:' section states: 'Esta subclasse compreende:' followed by a list of activities:

- as atividades de representantes comerciais e agentes do comércio de:
- madeira em bruto perfilada ou serrada
- produtos derivados - tábuas, ripas, vigas, pranchas, dormentes, barrotes e similares
- o comércio atacadista de pré-moldados de madeira para construção
- louças e aparelhos sanitários - pias, lavatórios, banheiras e outros similares
- material de revestimento - azulejos e pisos, mosaicos, pastilhas, ladrilhos e outros similares

Fonte: CNAE/IBGE (2021)

1.6 Capital social

O capital social utilizado para a abertura do negócio veio de recursos próprios do proprietário e foi no valor de R\$6.000,00 reais. Mas atualmente conta com o seguinte capital social decorrente da formalização deste Plano de Negócios a empresa deveria ter:

Quadro 1 – Capital social

Sócios	Valor (R\$)	Participação (%)
Antonio Vieira da Silva	R\$ 18.238,90	100

Fonte: Elaboração Própria (2023)

1.7 Indicadores estratégicos da organização

1.7.1 Missão

A missão da empresa Jair Material de Construção é entregar produtos de qualidade, com agilidade, preço justo e excelência no atendimento.

1.7.2 Visão

Ser reconhecida na cidade de João Pessoa como referência em venda de materiais para construção, elétricos, hidráulicos e ferragens, diferenciação no atendimento, valorizando o bom relacionamento e comprometimento com os clientes.

1.7.3 Valores

Atenção aos clientes, comprometimento, confiança, qualidade, respeito.

1.8 Indicadores financeiros

Quadro 2–Indicadores da Viabilidade Atual

Ponto de Equilíbrio	R\$ 55.880,40
Lucratividade	12,20%aa
Rentabilidade	50,16%aa
Prazo de retorno de investimento	2 anos

Fonte: Elaboração Própria (2023)

2. ANÁLISE DE MERCADO

É importante que o empresário conheça bem seu mercado de atuação, pois todas as decisões relacionadas a novos empreendimentos contêm um certo grau de incerteza, e para que ele conheça bem seu empreendimento, pode ser utilizada a pesquisa de mercado, que ajuda o empreendedor a definir suas estratégias empresariais. A pesquisa de mercado pode ser utilizada por meio de coleta de dados primários (diretamente com o público-alvo, como em entrevistas presenciais e questionários *online*), como também por meio de análise de dados secundários (dados já existentes, como dados do IBGE).

2.1 Análise dos clientes

A análise dos clientes envolve a identificação do tipo de cliente, suas necessidades e desejos para que a empresa consiga oferecer o que eles procuram e atender às suas demandas. Ao se fazer a análise dos clientes é importante entender fatores como localização geográfica, comportamento de compra, renda do cliente, e também preferência por marcas. Tais informações podem ser obtidas fazendo-se uma pesquisa de mercado e análise da concorrência. Com essas informações as empresas podem desenvolver estratégias de *marketing* eficazes e oferecer produtos e serviços que atendam às necessidades dos clientes.

2.1.1 Público-alvo

Ao se definir o público-alvo, consideram-se fatores como renda, idade, localização geográfica e preferência de consumo. Entendendo qual é o público-alvo, pode-se desenvolver produtos e serviços que atendam às necessidades e desejos dos consumidores, como também pode-se desenvolver estratégias de venda e precificação adequada, fazendo com que a empresa maximize seus recursos.

O público-alvo da empresa Jair Material de Construção são, em sua maioria, pessoas da vizinhança do estabelecimento, como também trabalhadores que estão fazendo algum serviço próximo ao estabelecimento, pessoas de outras localidades que já conheciam o proprietário. Observando-se os clientes no dia a dia da empresa, nota-se que a maioria das pessoas que vão ao estabelecimento são homens de faixa etária variadas.

2.1.2 Comportamento dos clientes

O comportamento dos clientes refere-se às escolhas que os clientes tomam ao adquirir um produto ou serviço, como também a motivação que os leva a fazer tais escolhas e os fatores que os influenciam a essa decisão.

Parte das pessoas que procuram a empresa Jair Material de Construção conheceram a loja através do *Instagram*, por conhecidos, ou conheceram por acaso, e que veem os preços praticados pela empresa como compatíveis com a média do mercado.

2.2 Análise da concorrência

Nas proximidades do bairro em que se localiza a empresa, existem fortes concorrentes, como mostrados no Quadro 3:

Quadro 3 - Análise da Concorrência

EMPRESA	SERVIÇOS	QUALIDADE	PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO	ATENDIMENTO
---------	----------	-----------	-----------	-------------	-------------

Tatu ferragens	Entregas, vendas de materiais elétricos, hidráulicos e para construção	Boa	À vista ou no cartão	Excelente	Razoável
Lemos Construções e Ferragens	Entregas, vendas de materiais elétricos, hidráulicos e para construção .	Muito boa	À vista ou no cartão	Excelente	Bom
Pra Casa e Condomínio – Material de construção	Entregas, vendas de materiais elétricos, hidráulicos e para construção .	Muito boa	À vista ou no cartão	Excelente	Muito bom

Fonte: Elaboração Própria (2023)

2.3 Análise dos fornecedores

Quadro 4- Análise dos Fornecedores

ITENS	FORNECEDOR	PREÇO	PAGAMENTO	PRAZO DE ENTREGA	LOCALIZAÇÃO
Conexões, martelo, marreta, materiais para pintura, lixas, materiais elétricos, fitas, alicates.	Martins Distribuidora	Bom	À vista, a prazo ou boleto	A partir de 3 dias úteis	Distrito Industrial
Material hidráulico, material elétrico, cimento, espátula, luva, pá, disco de corte, conexões, óleo lubrificante.	Portela Distribuidora	Bom	À vista, a prazo ou boleto	A partir de 3 dias úteis	Distrito Industrial
Massa plástica, bucha de fixação, material elétrico, material hidráulico, sifão, material para pintura, ralo, fitas.	Costa Porto	Bom	À vista, a prazo, boleto	A partir de 3 dias úteis	Varadouro
Mangueira de jardim, tintas, disjuntor, material elétrico.	Projecta Distribuidora	Bom	À vista, a prazo, boleto	A partir de 3 dias úteis	Renascer
Cadeados, fitas, serra, thinner, torneiras, chave phillips, parafusos, silicone, material para pintura, durepox, brocas, corantes, corda, eletroduto, material hidráulico, mangueira para gás, regulador de gás, rebite, disjuntor, espátula, material elétrico, canaleta, ralo.	Negrão	Bom	À vista, a prazo, boleto	A partir de 3 dias úteis	Distrito Industrial
Argamassa, rejunte.	Polimassa	Bom	À vista, a prazo, boleto	A partir de 3 dias úteis	Alhandra
Cal.	Cimacol	Bom	À vista	A partir de 3 dias úteis	Colinas do Sul
Conexões	Tigre	Bom	À vista, a prazo, boleto	A partir de 3 dias úteis	Distrito Industrial
Argamassa, rejunte	Solomassas	Bom	À vista, a prazo, boleto	A partir de 3 dias úteis	Distrito Industrial
Abraçadeira, disco	Bartofil	Bom	À vista, a prazo,	A partir de 3	R. Antônio

de corte, eletrodo, tinta spray, material hidráulico, parafusos, canaleta, corantes.			boleto	dias úteis	Frederico Ozanan, 255 - Centro, Pte. Nova - MG
Tintas, massa corrida, cadeados, aguarráz, thinner, material hidráulico	LDF	Bom	À vista, a prazo, boleto	A partir de 3 dias úteis	Bairro dos Ipês

Fonte: Elaboração Própria (2023)

2.4 Análise SWOT

Nos Quadros 5 e 6 são apresentadas a análise SWOT da empresa, mostrando suas forças e fraquezas, oportunidades e ameaças.

Quadro 5 - Fatores Internos da análise SWOT

Forças	Fraquezas
- Qualidade no atendimento - Variedade de formas de pagamento - Preço justo - Boa localização - Produtos de qualidade	- Falta de pontualidade para abrir - Local não sinalizado - Não há um <i>software</i> para organização - Falta de divulgação

Fonte: Elaboração própria (2023)

Quadro 6 - Fatores externos da análise SWOT

Oportunidades	Ameaças
- Não há lojas do mesmo ramo no bairro - Localização privilegiada (numa rua principal) - Variedade de produtos	- Não conhecerem a loja (por falta de divulgação) - Lojas maiores em bairros próximos - Situação econômica abalada devido à pandemia - Aumento dos preços de mercadorias

Fonte: Elaboração própria (2023)

2.4.1 Forças

- **Qualidade no atendimento:** o atendimento é voltado para que o cliente se sinta satisfeito e acolhido, e para sanar todas as dúvidas e satisfazer as necessidades do mesmo.
- **Variedades de formas de pagamento:** A empresa conta com pagamentos à vista, no cartão e por pix, o que facilita no momento da venda.
- **Preço justo:** a empresa sempre busca os fornecedores com os melhores preços para poder repassar a mercadoria ao cliente por um preço acessível e justo.
- **Boa localização:** localiza-se em uma rua principal onde existem outros tipos de comércio.
- **Produtos de qualidade:** junto aos melhores preços dos fornecedores, a empresa preza pela qualidade do produto.

2.4.2 Fraquezas

- **Falta de pontualidade para abrir:** a empresa não tem um horário fixo para abrir.
- **Local não sinalizado:** a empresa não possui uma fachada ou placa que chame atenção para o estabelecimento.
- **Não há *software* para organização:** a empresa não conta com sistema informatizado.
- **Falta de divulgação:** a empresa não investe na divulgação do estabelecimento.

2.4.3 Oportunidades

- **Não há lojas do mesmo ramo no bairro:** o que faz com que as vendas sejam menos competitivas e as pessoas busquem mais o local.
- **Localização privilegiada:** por ser numa rua principal, o fluxo de transeuntes é alto, o que leva a se ter potenciais novos clientes.
- **Variedade de produtos:** a empresa conta com vários produtos de marcas diferentes para buscar atender as necessidades do cliente.

2.4.4 Ameaças

- **Não conhecerem a loja (por falta de divulgação):** por não saberem da existência do estabelecimento, algumas pessoas se deslocam para bairros vizinhos para fazerem suas compras.
- **Lojas maiores em bairros próximos:** em alguns bairros próximos há lojas maiores que vendem o mesmo tipo de produto por um preço mais barato.
- **Situação econômica abalada devido a pandemia:** a economia foi bastante afetada devido a pandemia, o que fez com que as pessoas se resguardassem mais em relação a compras para reparos e reformas em casa.
- **Aumento dos preços de mercadorias:** diante da crise econômica, os insumos aumentaram de preço.

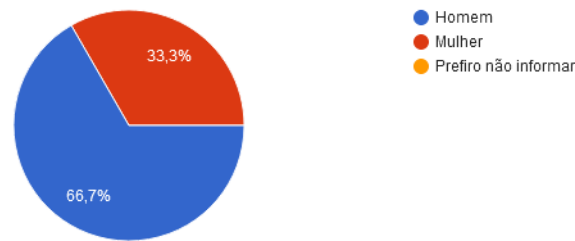
2.5 Análise do perfil do cliente

Para entender melhor o perfil dos clientes, foi realizada uma pesquisa de mercado quantitativa por meio de questionário elaborado no *google forms*, o link do questionário foi divulgado via *whatsapp* e *instagram*.

Durante o período de divulgação do questionário, foram coletados dados de 66 respondentes: sendo 66,7% do sexo masculino e 33,3% do sexo feminino, como mostra o Gráfico 1.

Gráfico 1 – Gênero dos Respondentes

1 - Gênero
66 respostas

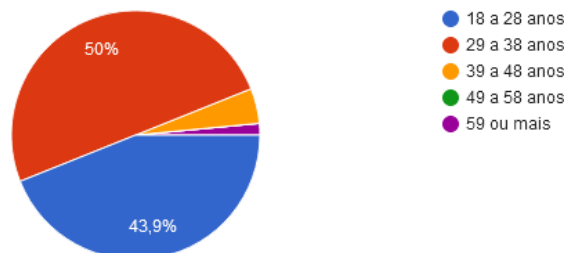


Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Em relação à idade, pode-se observar que a maior parte dos respondentes está na faixa entre 28 e 39 anos de idade, ou seja, um público jovem (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Faixa Etária dos Respondentes

2 - Qual sua faixa etária?
66 respostas

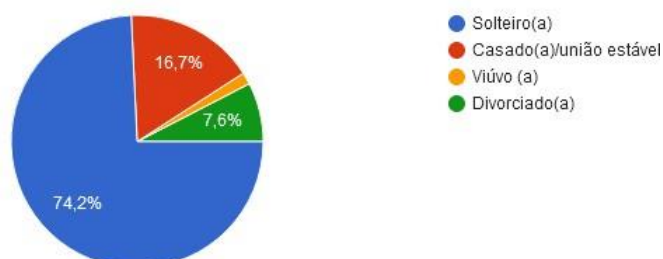


Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

No Gráfico 3, podemos observar que a maioria dos respondentes são pessoas solteiras (74,2%).

Gráfico 3 – Estado Civil

3 - Qual seu estado civil?
66 respostas



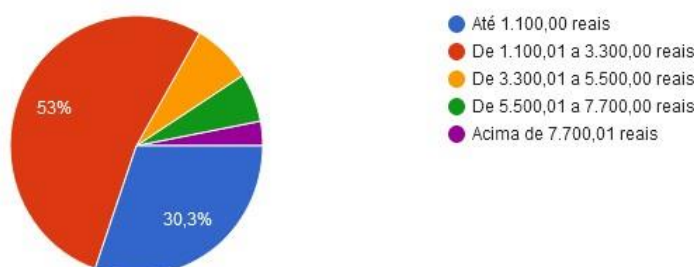
Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Em relação à renda dos respondentes, no Gráfico 4, podemos ver que a maioria das pessoas que responderam o questionário possuem renda entre 1.100,01 a 3.300,00 reais, ou seja, classe social D e E.

Gráfico 4 – Renda Mensal

5 – Qual sua renda mensal?

66 respostas



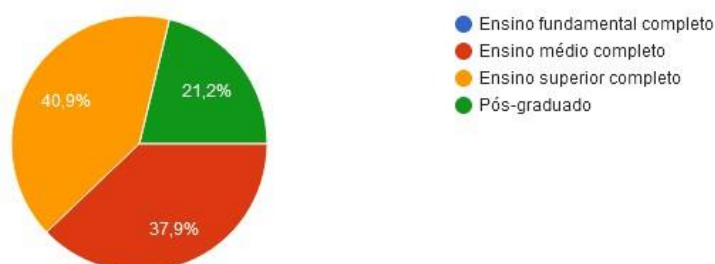
Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

No Gráfico 5, ao que se refere a escolaridade, percebe-se que a maioria dos respondentes, representados por 40,9% possui ensino superior completo e quase 38% possui ensino médio completo.

Gráfico 5 – Escolaridade

6 – Qual sua escolaridade?

66 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

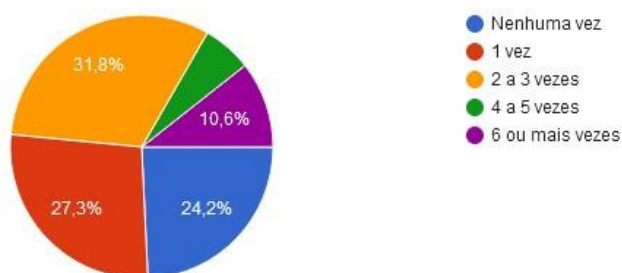
Foi perguntado no questionário em qual bairro os respondentes residem, e foi observado que a maioria dos respondentes residem nos bairros do Bancários e Pedro Gondim, havendo também residentes de Manaíra, Mangabeira, Tambaú, Bessa, Altiplano e Torre.

A fim de saber a frequência com que os respondentes consomem materiais para reparos e construção, foi perguntado a eles com qual frequência eles compraram materiais para reparos e construção nos últimos 6 meses, independente do estabelecimento. Foi observado (Gráfico 6) que a maioria dos respondentes (31,8%) comprou materiais de 2 a 3 vezes nos últimos 6 meses e que 27,3% comprou 1 vez nos últimos 6 meses, ou seja, mais de 50% dos respondentes realizaram compras em estabelecimento de material de construção.

Gráfico 6 – Frequência de Compras de Materiais nos Últimos 6 Meses Independente do Estabelecimento

7 - Nos últimos 6 meses, você comprou materiais para reparos e construção com qual frequência independentemente do estabelecimento?

66 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Foi perguntado quais materiais eles costumam comprar independente do estabelecimento. A maioria dos materiais citados foram materiais elétricos, cimento, tinta, parafusos, lâmpada, materiais hidráulicos, óleos lubrificantes e chave de fenda.

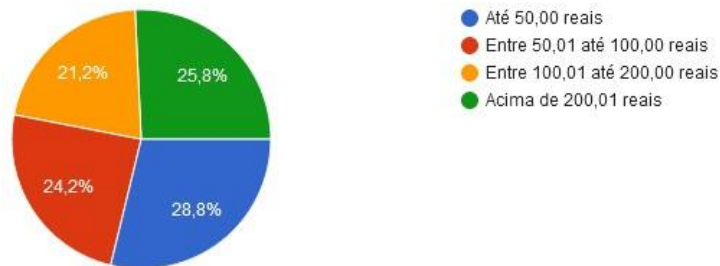
Quando foi perguntado sobre o nome dos estabelecimentos que os respondentes costumam fazer suas compras de materiais, a maioria respondeu que costuma comprar No Ferreira Costa, também foram citados Carajás, LDF, Lojão da construção, Karol construções, Jair material de construção, e armarinhos próximo à casa dos respondentes.

No Gráfico 7 é possível observar o valor gasto, em média, nas compras de materiais para reparo e construção independente do estabelecimento nos últimos 6 meses:

Gráfico 7 – Valor Gasto, em Média, nos Últimos 6 Meses, nas Compras de Materiais para Reparo e Construção, Independente do Estabelecimento

10 - Em média, quanto você gastou, nos últimos 6 meses, nas suas compras de materiais para reparos e construção independentemente do estabelecimento?

66 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

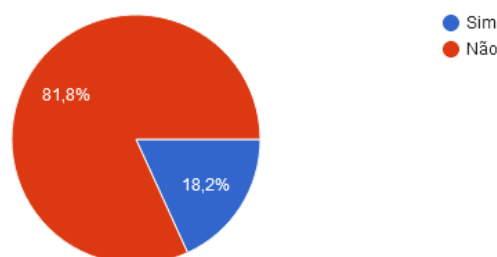
Foi observado que, entre as faixas de gastos, os percentuais dos respondentes foram próximos. 28,8% dos respondentes, o que representa a maioria, gastou em média até R\$ 50,00 reais nos últimos 6 meses em compras de material deste tipo. 21,2% dos respondentes, representado a minoria, gastou entre R\$ 100,01 até R\$ 200,00.

Em relação a pergunta “Você conhece a empresa Jair Material de Construção?”, a maioria dos respondentes não conhecem a empresa (Gráfico 8).

Gráfico 8 – Você conhece a empresa Jair Material de Construção?

11 - Você conhece a empresa Jair material de construção?

66 respostas



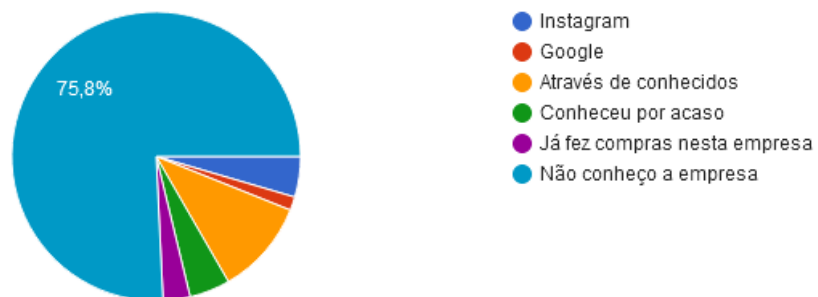
Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Foi perguntado também como os respondentes conheceram a empresa (Gráfico 9). 75,8% dos respondentes não conhecem a empresa. Os outros respondentes conheceram através de conhecidos (10,6%), por acaso (4,5%), *Instagram* (4,5%), já fez compras nesta empresa (3,0%), *Google* (1,5%).

Gráfico 9 – Como Você Conheceu esta Empresa?

12 - Como você conheceu esta empresa (Jair material de construção)?

66 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

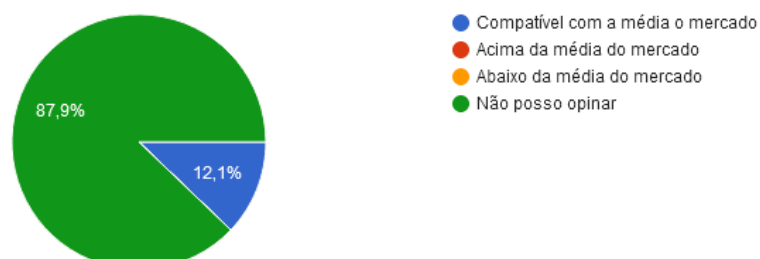
Foi pedido aos respondentes que classificassem os preços praticados pela empresa Jair Material de Construções entre: compatível com a média do mercado, acima da média do mercado, abaixo da média do mercado, e “não posso opinar” como alternativa aos que não conhecem a empresa.

O resultado obtido (Gráfico 10) foi de 87,9% dos respondentes que não puderam opinar, e 12,1% responderam que os valores são compatíveis com a média do mercado.

Gráfico 10 – Preços Praticados pela Empresa Jair Material de Construção

13 - Em relação aos preços, de maneira geral, como você classifica os preços praticados por esta empresa (Jair material de construção)?

66 respostas



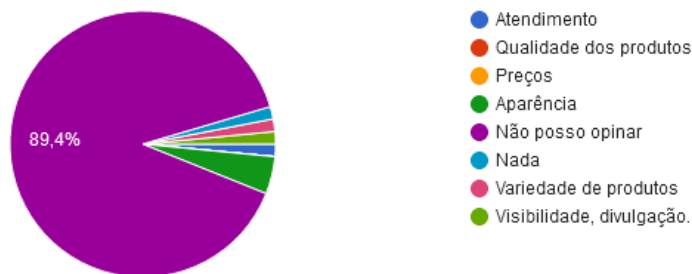
Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Na pergunta “em relação a empresa, o que você acha que precisa ser melhorado?”, Gráfico 11, 89,4% não puderam opinar, 4,5% respondeu “aparência”, e as outras respostas dividiram-se em “variedade dos produtos”, “divulgação”, “aparência” e “atendimento”.

Gráfico 11 – Em Relação a esta Empresa, o que Você Acha que Precisa ser Melhorado?

14 - Em relação esta empresa (Jair material de construção), o que você acha que precisa ser melhorado?

66 respostas



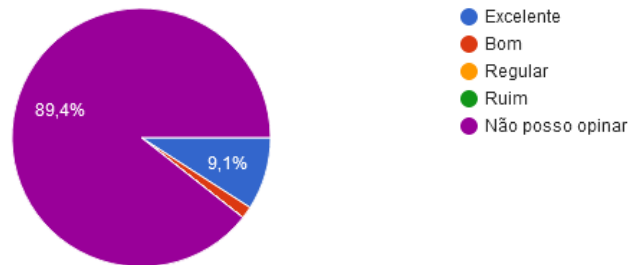
Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Em relação a qualidade dos produtos vendidos na empresa Jair Material de Construção, foi pedido para que os respondentes escolhessem entre Excelente, Bom, Regular, Ruim, e “Não posso opinar” (para os que não conhecem a empresa). O resultado foi o seguinte (Gráfico 12): 89,4% não puderam opinar, 9,1% avaliaram a qualidade dos produtos vendidos pela empresa como “excelente”.

Gráfico 12 – Qualidade dos Produtos Vendidos na Empresa Jair Material de Construção

15 - Como você avalia a qualidade dos produtos vendidos por esta empresa (Jair material de construção)?

66 respostas



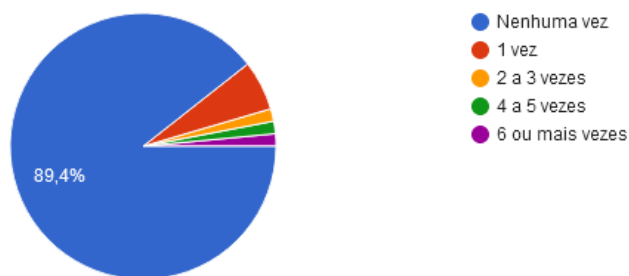
Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Foi perguntado com qual frequência os respondentes compraram, nos últimos 6 meses, na empresa Jair Material de Construção (Gráfico 13). 89,4% dos respondentes não compraram nenhuma vez, 6,1% compraram uma vez.

Gráfico 13 – Frequência de Compras, nos Últimos 6 Meses, na Empresa Jair Material de Construção

16 - Nos últimos 6 meses, neste estabelecimento (Jair material de construção), você comprou materiais para reparos e construção com qual frequência?

66 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

A última pergunta do questionário foi em relação a quais produtos a empresa poderia para atender melhor ao mercado. As respostas citaram produtos como cerâmica, porcelanato, piso vinílico, produtos diferenciados, areia, artigos para decoração, arame, e também foi sugerido que os produtos pudessem ser vendidos por uma loja *online*.

3. PLANO DE MARKETING

No plano de *marketing* concentram-se as estratégias para promover produtos e serviços oferecidos pela empresa. A partir da pesquisa de mercado, pode-se concluir que a empresa precisa melhorar seu *marketing*, para que as pessoas lembrem que existe essa empresa como opção de compra, bem como para fazer o cliente retornar. Assim, neste capítulo serão mostrados os produtos comercializados pela empresa, localização, preço e proposições de melhorias na logomarca e estratégias promocionais.

3.1 Logomarca da empresa

A logomarca da empresa apresenta-se da seguinte forma (Figura 2):



Fonte: Elaboração Própria (2023)

3.2 Produtos

A empresa atua na venda de materiais elétricos, hidráulicos e para construção. A escolha dos produtos é feita levando-se em conta a qualidade dos produtos, o preço de compra e também a procura dos clientes.

3.3 Preço

Os preços dos produtos são atribuídos levando-se em conta:

- qualidade do produto;
- preço de compra;
- preço do produto no mercado.

3.4 Estratégias Promocionais

A estratégia promocional da empresa é feita através de *Whatsapp*, *Instagram* e *Google*, onde as pessoas podem entrar em contato para pedir informações sobre um produto que desejam comprar, como também saber se há o produto disponível em estoque antes de se deslocar até o estabelecimento. No *Instagram* é feita a divulgação dos produtos que são vendidos na loja através do *feed*. No *Google* as pessoas podem encontrar o endereço e telefone da empresa, como também fazer avaliações sobre o que acharam da empresa, do atendimento e dos produtos.

3.5 Estrutura de Comercialização

A comercialização dos produtos é feita pelo proprietário no local em que a empresa se encontra.

3.6 Localização do Negócio

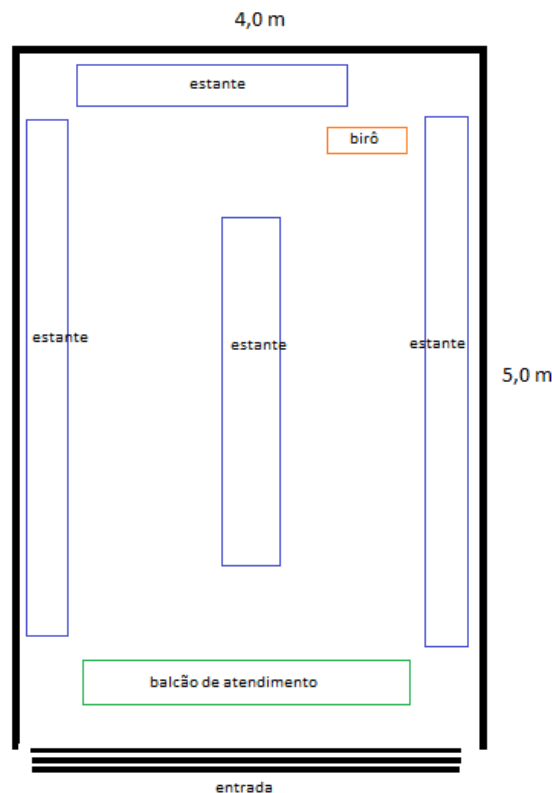
A empresa localiza-se na Rua João Vieira Carneiro, número 295, Bairro Pedro Gondim desde 2018.

4. PLANO OPERACIONAL

O plano operacional descreve as atividades operacionais necessárias para que sejam alcançadas metas e objetivos estabelecidos. No plano operacional devem ser incluídos metas e objetivos específicos, com prazos e metas para que sejam alcançados. Nesta seção será mostrado o atual arranjo físico da empresa e as principais atividades realizadas na empresa.

4.1 Layout

Figura 3 - Layout



Fonte: Elaboração Própria (2023)

O setor administrativo da empresa situa-se no bairro Pedro Gondim, e é um espaço anexo a residência do proprietário que conta com birô, balcão de atendimento na entrada da loja e estantes para expor as mercadorias.

4.2 Capacidade Instalada

A empresa funciona das 9 às 18 horas, de segunda a sexta-feira, e das 9 às 16 horas aos sábados. O espaço tem capacidade de atender 2 clientes por vez dentro do estabelecimento.

4.3 Processos Operacionais

As principais tarefas desempenhadas na empresa são:

4.3.1 Pedido de Mercadorias para o Fornecedor

Faz-se a apuração dos materiais que precisam ser repostos e assim é feito o pedido para o fornecedor.

4.3.2 Recebimento de Mercadorias

Após o pedido feito, no ato do recebimento das mercadorias é feita a conferência das mesmas.

4.3.3 Atendimento ao Cliente

É feito o atendimento ao cliente no balcão da empresa e também por telefone, onde o cliente se informa sobre determinado produto.

4.3.4 Pagamento

O pagamento da mercadoria vendida é feito diretamente a pessoa que estiver atendendo (que pode ser o proprietário ou alguma das pessoas que o auxiliam voluntariamente). As formas de pagamento aceitas são em dinheiro, cartão de crédito ou débito, e via pix.

4.4 Necessidade de Pessoal

O quadro de funcionários é composto apenas pelo proprietário da empresa, onde ele é responsável por todos os processos. Eventualmente a esposa ou o filho colaboram de maneira voluntária no atendimento aos clientes.

5 PLANO FINANCEIRO

Nesta seção, serão determinados os recursos totais investidos para que a empresa funcione.

5.1 Investimentos Fixos

Os investimentos fixos são os bens necessários na empresa para que esta passe a funcionar apropriadamente. No Quadro 7, é possível ver a relação dos bens que compõem o investimento fixo inicial da empresa.

Quadro 7 – Investimento Fixo Inicial

Item	Descrição	Quantidade	Valor unitário	Valor total
1	Cadeira	2	R\$ 70,00	R\$ 140,00
2	Birô	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
3	Estante	5	R\$ 100,00	R\$ 500,00
4	Cesto expositor	40	R\$ 100,00	R\$ 4.000,00
5	Maquineta de cartão	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
TOTAL:				R\$ 5.140,00

Fonte: Elaboração Própria (2023)

5.2 Capital de Giro

O capital de giro é a quantia de recursos necessários para o funcionamento normal da empresa, que compreende a compra de mercadorias, o financiamento de vendas e o pagamento de despesas.

5.2.1 Estoque Inicial

No Quadro 8 é possível verificar o estoque inicial da empresa, onde consta a quantidade de cada produto, seu valor unitário e total.

Quadro 8 - Investimento em Estoque Inicial

Item	Descrição	Valor unitário	Quantidade	Valor total
1	Sifão duplo	R\$ 8,00	15	R\$ 120,00
2	Obturador	R\$ 22,00	15	R\$ 330,00
3	Interruptor duplo c/ tomada	R\$ 25,00	30	R\$ 750,00
4	Tomada tripla	R\$ 29,00	10	R\$ 290,00
5	Resistência	R\$ 22,00	15	R\$ 330,00
6	Extensão 5m	R\$ 50,00	3	R\$ 150,00
7	Disco de corte	R\$ 63,00	20	R\$ 945,00
8	Rolo de pintura antigotas	R\$ 30,00	3	R\$ 90,00
9	Spray super color	R\$ 18,00	6	R\$ 108,00
10	Solvente (aguarraz)	R\$ 23,00	6	R\$ 138,00
11	Tinta 900 mL	R\$ 45,00	5	R\$ 225,00
12	Tinta 3,6 L	R\$ 58,00	2	R\$ 116,00
13	Cadeado	R\$ 56,00	20	R\$ 1.120,00
14	Cola p/ piso	R\$ 16,00	35	R\$ 560,00
15	Reboco pronto	R\$ 15,00	25	R\$ 375,00
16	Massa corrida 5,7 kg	R\$ 36,00	3	R\$ 108,00
17	Cano PVC água 6 m	R\$ 66,00	15	R\$ 990,00
18	Cano PVC esgoto 6 m	R\$ 114,00	5	R\$ 570,00
19	Trena	R\$ 20,00	10	R\$ 200,00
20	Cola instantânea	R\$ 10,00	10	R\$ 100,00
21	Spray desengripante	R\$ 36,00	30	R\$ 1.080,00
TOTAL:				R\$ 8.695,00

Fonte: Elaboração Própria (2023)

5.2.2 Caixa Mínimo

O caixa mínimo mostra qual o valor necessário que a empresa deve ter para que consiga arcar com seus custos até que o dinheiro das contas a receber dos clientes esteja disponível no caixa.

Para isso, é necessário que se faça o cálculo do prazo médio de recebimento de vendas, do prazo médio de compras, da necessidade de estoque e da necessidade líquida de capital de giro em dias, como pode ser observado abaixo:

1º passo: Contas a receber – cálculo do prazo médio de recebimento de vendas

Quadro 9 - Prazo Médio de Recebimento de vendas

Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média ponderada em dias
À Vista	60	0	0
À prazo (1)	25	30	7,5
À prazo (2)	10	60	6
À prazo (3)	5	90	4,5
Prazo médio total:			18

Fonte: Elaboração Própria (2023)

2º passo: Fornecedores – cálculo do prazo médio de compras

Quadro 10 - Prazo Médio de Compras

Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média ponderada em dias
À vista	0	0	0
À prazo (1)	25	30	7,5
À prazo (2)	25	60	15
À prazo (3)	25	90	22,5
À prazo (4)	25	120	30
Prazo médio total:			75

Fonte: Elaboração Própria (2023)

3º Passo: Estoques – cálculo da necessidade média de estoques

Quadro 11 - Necessidade Média de Estoques

	Número de dias
Necessidade média de estoques	90

Fonte: Elaboração própria (2023)

4º passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Quadro 12 - Necessidade Líquida de Capital de Giro (em dias)

	Número de dias
Recurso da empresa fora do seu caixa	
1. Contas a receber – prazo médio de vendas	18
2. Estoques – necessidade média de estoques	90
Subtotal 1 (item 1 + item 2):	108
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	75
Subtotal 2:	75
Necessidade líquida de capital de giro em dias (subtotal 1 – subtotal 2):	33

Fonte: Elaboração Própria (2023)

Após os passos anteriores, consolidados, no Quadro 13, é possível fazer a projeção do caixa mínimo, onde constarão os valores do custo fixo mensal, do custo variável mensal, do custo total da empresa e também a necessidade líquida de capital de giro em dias.

Quadro 13 – Caixa Mínimo

Custo fixo mensal	R\$ 171,70
Custo variável mensal	R\$ 3.831,83
Custo total da empresa	R\$ 4.003,53
Custo total diário	R\$ 133,45
Necessidade líquida de capital de giro (dias)	33
Caixa mínimo	R\$ 4.403,85

Fonte: Elaboração Própria (2023)

No Quadro 14 é possível observar a soma do valor do estoque inicial com o do caixa mínimo para obter o total do capital de giro.

Quadro 14 – Capital de Giro (resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque inicial	R\$ 8.695,00
B – Caixa mínimo	R\$ 4.403,85
Total do capital de giro (A + B)	R\$ 13.098,85

Fonte: Elaboração Própria (2023)

5.3 Investimentos Pré-Operacionais

Nos investimentos pré-operacionais são indicados os gastos realizados ante do início de funcionamento da empresa, que são representados como por exemplo, despesas com reforma, despesas com taxas para registro da empresa, etc. No caso desta empresa, não foi feito nenhum tipo de investimento pré-operacional.

5.4 Investimento Total

O investimento total mostra qual o total a ser investido no negócio. No quadro 15, chega-se ao valor do investimento total fazendo o somatório da estimativa dos investimentos fixos, do capital de giro e da estimativa de investimentos pré-operacionais.

Quadro 15 – Investimento Total

Descrição	Valor	%
Estimativa dos investimentos fixos – Quadro 7	R\$ 5.140,00	28%
Estimativa do capital de giro – Quadro 14	R\$ 13.098,85	72%
Estimativa dos investimentos pré-operacionais	R\$ 0,00	0,00
TOTAL:	R\$ 18.238,90	100,0

Fonte: Elaboração Própria (2023)

Quadro 16 – Fonte de recursos

Descrição	Valor	%
Recursos próprios	\$ 18.238,90	100
TOTAL:	\$ 18.238,90	100

Fonte: Elaboração Própria (2023)

5.5 Estimativa do Faturamento Mensal

No Quadro 18 pode-se observar o quanto a empresa fatura, por mês, de acordo com as mercadorias mais vendidas no estabelecimento

Quadro 17 – Estimativa do Faturamento Mensal

Item	Descrição	Valor unitário	Quantidade estimada de venda	Faturamento/mês	Faturamento/ano
1	Sifão duplo	R\$ 8,00	4	R\$ 32,00	R\$ 384,00
2	Obturador	R\$ 22,00	12	R\$ 264,00	R\$ 3.168,00
3	Interruptor duplo c/ tomada	R\$ 25,00	14	R\$ 308,00	R\$ 3.696,00
4	Tomada tripla	R\$ 29,00	12	R\$ 348,00	R\$ 4.176,00
5	Resistência	R\$ 22,00	1	R\$ 22,00	R\$ 264,00
6	Extensão 5m	R\$ 50,00	3	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00
7	Disco de corte	R\$ 63,00	17	R\$ 1.071,00	R\$ 12.852,00
8	Rolo de pintura antigotas	R\$ 30,00	7	R\$ 210,00	R\$ 2.520,00
9	Spray super color	R\$ 18,00	10	R\$ 180,00	R\$ 2.160,00
10	Solvente (aguarraz)	R\$ 23,00	8	R\$ 184,00	R\$ 2.208,00
11	Tinta 900 mL	R\$ 45,00	9	R\$ 405,00	R\$ 4.860,00
12	Tinta 3,6 L	R\$ 58,00	6	R\$ 348,00	R\$ 4.176,00
13	Cadeado	R\$ 56,00	13	R\$ 728,00	R\$ 8.736,00
14	Cola p/ piso	R\$ 16,00	22	R\$ 352,00	R\$ 4.224,00
15	Reboco pronto	R\$ 15,00	16	R\$ 240,00	R\$ 2.880,00
16	Massa corrida 5,7 kg	R\$ 36,00	5	R\$ 180,00	R\$ 2.160,00
17	Cano PVC água 6 m	R\$ 66,00	5	R\$ 330,00	R\$ 3.960,00
18	Cano PVC esgoto 6 m	R\$ 114,00	6	R\$ 684,00	R\$ 8.208,00
19	Trena	R\$ 20,00	4	R\$ 80,00	R\$ 960,00
20	Cola instantânea	R\$ 10,00	7	R\$ 70,00	R\$ 840,00
21	Spray desengripante	R\$ 36,00	2	R\$ 72,00	R\$ 864,00
TOTAL:				R\$ 6.258,00	R\$ 75.096,00

Fonte: Elaboração Própria (2023)

5.6 Custo unitário do produto

No Quadro 18 pode-se observar o custo unitário de venda dos produtos, bem como seus custos por mês e por ano.

Quadro 18 – Custo unitário do produto

Item	Descrição	Custo unitário das aquisições	Custo/mês	Custo/ano
1	Sifão duplo	R\$ 4,30	R\$ 17,20	R\$ 206,40
2	Obturador	R\$ 12,99	R\$ 155,88	R\$ 1.870,56
3	Interruptor duplo c/ tomada	R\$ 15,00	R\$ 210,00	R\$ 2.520,00
4	Tomada tripla	R\$ 15,58	R\$ 186,96	R\$ 2.243,52
5	Resistência	R\$ 11,00	R\$ 11,00	R\$ 132,00
6	Extensão 5m	R\$ 25,00	R\$ 75,00	R\$ 900,00
7	Disco de corte	R\$ 31,50	R\$ 535,50	R\$ 6.426,00
8	Rolo de pintura antigotas	R\$ 15,00	R\$ 105,00	R\$ 1.260,00
9	Spray super color	R\$ 9,00	R\$ 90,00	R\$ 1.080,00
10	Solvente (aguarraz)	R\$ 11,00	R\$ 88,00	R\$ 1.056,00
11	Tinta 900 mL	R\$ 18,00	R\$ 162,00	R\$ 1.944,00
12	Tinta 3,6 L	R\$ 23,20	R\$ 139,20	R\$ 1.670,40
13	Cadeado	R\$ 28,00	R\$ 364,00	R\$ 4.368,00
14	Cola p/ piso	R\$ 9,80	R\$ 215,60	R\$ 2.587,20

15	Reboco pronto	R\$ 9,40	R\$ 150,40	R\$ 1.804,80
16	Massa corrida 5,7 kg	R\$ 18,00	R\$ 90,00	R\$ 1.080,00
17	Cano PVC água 6 m	R\$ 33,00	R\$ 165,00	R\$ 1.980,00
18	Cano PVC esgoto 6 m	R\$ 57,00	R\$ 342,00	R\$ 4.104,00
19	Trena	R\$ 9,41	R\$ 37,64	R\$ 451,68
21	Cola instantânea	R\$ 6,49	R\$ 45,43	R\$ 545,16
22	Spray desengripante	R\$ 15,00	R\$ 30,00	R\$ 360,00
TOTAL:			R\$ 3.215,81	R\$ 38.589,72

Fonte: Elaboração Própria (2023)

5.7 Custo de Comercialização

No Quadro 19 podem-se ver os dados referentes ao custo de comercialização, onde são descritas as despesas que incidem diretamente sobre as vendas e é classificado como um custo variável.

Quadro 19 – Custo de Comercialização Mensal

Descrição	%	Faturamento estimado	Custo total mensal
1. Impostos			
SIMPLES	0,0	R\$ 3.215,81	0,0
Subtotal 1			
2. Gastos com vendas			
Publicidade	0,0	R\$ 0,00	0,0
Taxa de administração do cartão de crédito	4,9	R\$ 1.286,32	R\$ 63,03
Subtotal 2			R\$ 63,03
TOTAL:			R\$ 63,03

Fonte: Elaboração Própria (2023)

5.8 Custos com Mão-de-Obra

Atualmente, na empresa, não há custo relacionado à mão-de-obra.

5.9 Custos com Depreciação

No Quadro 20 são mostrados os custos com a depreciação (processo pelo qual um bem perde seu valor durante a sua vida útil) mensal e anual que os bens da empresa sofrerão ao longo do tempo.

Quadro 20 – Custos com Depreciação

Item	Descrição	Valor	Vida útil	Depreciação anual	Depreciação mensal
1	Cadeira	R\$ 140,00	10 anos	R\$ 14,00	R\$ 1,17
2	Birô	R\$ 150,00	10 anos	R\$ 15,00	R\$ 1,25

3	Estante	R\$ 500,00	10 anos	R\$ 50,00	R\$ 4,17
4	Cesto expositor	R\$ 4.000,00	10 anos	R\$ 400,00	R\$ 33,33
5	Maquininha	R\$ 350,00	5 anos	R\$ 70,00	R\$ 5,83
TOTAL:				R\$ 549,00	R\$ 45,75

Fonte: Elaboração Própria (2023)

5.10 Custos Fixos Operacionais Mensais

Os custos fixos operacionais são os custos que a empresa terá que arcar mesmo não vendendo nenhum produto.

Quadro 21 – Despesas operacionais mensais

Item	Descrição	Valor
01	Energia elétrica	R\$ 50,00
02	Internet	R\$ 20,00
03	Aluguel	R\$ 0,00
04	Telefone	R\$ 30,00
06	MEI	R\$ 71,10
07	Pró-labore	R\$ 2.000,00
08	Salários+encargos	R\$ 0,00
09	Depreciação	45,75
TOTAL:		R\$ 2.216,85

5.10.1 Demonstrativo dos Resultados do Exercício

O Demonstrativo dos Resultados do Exercício (DRE) mostra qual será o lucro líquido do negócio a partir das estimativas realizadas, indicando se haverá lucro ou prejuízo.

Quadro 22 – DRE

Descrição	Valores mensais em R\$	Valor anual em R\$
RECEITA TOTAL (=)	R\$ 6.258,00	R\$ 75.096,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	- R\$ 3.278,84	- R\$ 39.346,10
2.1 (-) Custo do produto	R\$ 3.215,81	R\$ 38.589,70
2.2 (-) Custo com comercialização	R\$ 63,03	R\$ 756,36
RESULTADO OPERACIONAL (=)	R\$ 2.979,16	R\$ 35.749,90
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	- R\$ 2.216,85	- R\$ 26.602,20
LUCRO LÍQUIDO (=)	R\$ 762,31	R\$ 9.147,72

Fonte: Elaboração Própria (2023)

5.11 Indicadores de Viabilidade

O ponto de equilíbrio mostra o valor que a empresa precisa faturar para pagar seus custos operacionais. Para seu cálculo deve-se inicialmente encontrar o valor do IMC (Índice de Margem de Contribuição) conforme a fórmula abaixo:

$$\text{IMC} = \frac{\text{Receita total} - \text{Custo variável}}{\text{Receita total}} = \frac{75.096 - 39.346,10}{75.096} = 0,47606$$

Após se chegar ao Índice de Margem de Contribuição, pode-se calcular o Ponto de Equilíbrio (PE) conforme a fórmula abaixo:

$$\text{PE} = \frac{\text{Custo fixo}}{\text{IMC}} = \frac{26.602,20}{0,47606} = \text{R\$ } 55.880,40$$

$$\text{IMC} \quad 0,47606$$

Após os cálculos, conclui-se que a empresa deve contar com uma receita mínima anual de R\$ 55.880,40 para que não funcione no prejuízo.

5.11.2 Lucratividade

Esse indicador está relacionado com a competitividade da empresa e vai medir o lucro líquido em relação à receita. Esse indicador está relacionado com a competitividade da empresa e vai medir o lucro líquido em relação a receita. Seu cálculo é realizado conforme a fórmula abaixo.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Receita total}} \times 100 = \frac{9.147,72}{75.096,00} \times 100 = 12,2\% \text{ a.a}$$

5.11.3 Rentabilidade

O indicador de rentabilidade mostra o retorno do capital investido dos sócios, por isso ele indica a atratividade do negócio. Ele é obtido através da divisão do lucro líquido pelo investimento total, cuja fórmula é apresentada abaixo:

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{investimento total}} \times 100 = \frac{9.147,72}{18.238,90} \times 100 = 50,2\% \text{ a.a}$$

5.11.4 Prazo de Retorno do Investimento

O Prazo do Retorno do Investimento (PRI) mostra o tempo que será necessário para que se recupere o valor investido no negócio, seu cálculo é realizado usando a fórmula abaixo.

$$\text{PRI} = \frac{\text{Investimento total}}{\text{Lucro líquido}} = \frac{18.238,90}{9.147,72} = 2 \text{ anos}$$

lucro líquido 9.147,72

6.12 Construção de Cenários

6.12.1 Cenário Otimista

A projeção de cenários simula situações que podem ocorrer na empresa. O cenário otimista representa um ambiente favorável e foi feito com 5% a mais do faturamento atual da empresa representado no Quadro 18. Esse percentual foi escolhido tendo em vista que o PIB do Brasil em 2022 foi de 1,52% a.a, ou seja, o crescimento da economia brasileira foi inferior a 2%. Sendo assim, julgou-se adequado uma estimativa otimista de 5%, ou seja, acima do crescimento do PIB. Já para os custos dos produtos optou-se a atribuir o mesmo percentual. No Quadro 23 é apresentado o faturamento para o cenário otimista:

Quadro 23 – Projeção da Receita e Custo Unitário do Produto para o Cenário Otimista

Item	Descrição	Mês	Ano
1	Faturamento otimista	R\$ 6.570,90	R\$ 78.850,80
2	Custo unitário do produto	R\$ 3.376,60	R\$ 40.519,20

Fonte: Elaboração Própria (2023)

Diante destas informações, o novo custo de comercialização será:

Quadro 24 – Projeção dos custos de comercialização para o cenário otimista

Descrição	%	Faturamento estimado	Custo total mensal
1. Impostos			
SIMPLES	0,0	R\$ 6.570,90	0,0
Subtotal 1			
2. Gastos com vendas			
Publicidade	0,0	R\$ 0,00	0,0
Taxa de administração do cartão de crédito	4,9	R\$ 2.628,36	R\$ 128,79
Subtotal 2			R\$ 128,79
TOTAL:			R\$ 128,79

Fonte: Elaboração Própria (2023)

Sendo assim, a nova demonstração de resultado do exercício será:

Quadro 25 – Projeção da DRE para o Cenário Otimista

Descrição	Valores mensais em R\$	Valor anual em R\$
RECEITA TOTAL (=)	R\$ 6.570,90	R\$ 78.850,80
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	R\$ 3.505,39	R\$ 42.064,70
2.1 (-) Custo do produto	R\$ 3.376,60	R\$ 40.519,20
2.2 (-) Custo com comercialização	R\$ 128,79	R\$ 1.545,48
RESULTADO OPERACIONAL (=)	R\$ 3.065,51	R\$ 36.786,10

CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	R\$ 2.216,85	R\$ 26.602,20
LUCRO LÍQUIDO (=)	R\$ 848,66	R\$ 10.183,90

Fonte: Elaboração Própria (2023)

6.12.2 Cenário Pessimista

A projeção de cenários simula situações que podem ocorrer na empresa, o cenário pessimista representa um ambiente desfavorável e foi feito com 10% a menos do faturamento atual da empresa representado no Quadro 18. Esse percentual foi escolhido considerando que fatores externos aconteçam, como entrada de um novo concorrente. Já para os custos dos produtos optou-se a atribuir um percentual de aumento de 5% considerando o mesmo percentual do cenário otimista. No Quadro 26 é apresentado o faturamento e custo do produto para o cenário pessimista:

Quadro 26 – Projeção da Receita e Custo Unitário do Produto para o Cenário Pessimista

Item	Descrição	Mês	Ano
1	Faturamento pessimista	R\$ 5.632,20	R\$ 67.586,40
2	Custo do produto	R\$ 3.376,60	R\$ 40.519,20

Fonte: Elaboração Própria (2023)

Diante destas informações, o novo custo de comercialização será:

Quadro 27 – Projeção dos custos de comercialização para o cenário pessimista

Descrição	%	Faturamento estimado	Custo total mensal
1. Impostos			
SIMPLES	0,0	R\$ 6.570,90	0,0
Subtotal 1			
2. Gastos com vendas			
Publicidade	0,0	R\$ 0,00	0,0
Taxa de administração do cartão de crédito	4,9	R\$ 2.252,88	R\$ 110,39
Subtotal 2			R\$ 110,39
TOTAL:			R\$ 110,39

Fonte: Elaboração Própria (2023)

Sendo assim, a nova Demonstração de Resultado do Exercício será:

Quadro 28 – Projeção da DRE para o Cenário Pessimista

Descrição	Valores mensais em R\$	Valor anual em R\$
RECEITA TOTAL (=)	R\$ 5.632,20	R\$ 67.586,40
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS	R\$ 3.486,99	R\$ 41.843,90

(-)		
2.1 (-) Custo do produto	R\$ 3.376,60	R\$ 40.519,20
2.2 (-) Custo com comercialização	R\$ 110,39	R\$ 1.545,48
RESULTADO OPERACIONAL (=)	R\$ 2.145,21	R\$ 25.742,50
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	R\$ 2.216,85	R\$ 26.602,20
LUCRO LÍQUIDO (=)	- R\$ 71,64	- R\$ 859,69

Fonte: Elaboração Própria (2023)

7 DECISÃO GERENCIAL

A empresa Jair Material de Construção, atuante no mercado há mais de 10 anos, até o presente momento não possui seus dados informatizados, o que impede que haja um controle em relação a vendas, estoque, lucro, etc. Isso acaba por dificultar um pouco o controle dessas variáveis e também pode vir a ‘mascarar’ riscos que seriam notados caso houvesse um melhor controle, tais riscos poderiam vir a comprometer a viabilidade do estabelecimento. Deve-se investir também em melhorias em relação à área de marketing, fazendo mais divulgação em redes sociais, por exemplo, pois havendo uma maior divulgação o lucro poderia ser aumentado pelo fato de aumentarem as vendas e haver a captação de novos clientes.

Foi realizado um novo plano financeiro a fim de comparar os diferentes cenários, para que se possa ver os diferentes resultados, se trariam resultados positivos ou não para a empresa. No quadro 29 podemos observar tal comparação:

Quadro 29 – Comparativo de Resultados entre Cenários

	Pessimista	Provável	Otimista
Faturamento Anual	R\$ 67.586,40	R\$ 75.096,00	R\$ 78.850,80
Lucro Anual	- R\$ 859,69	R\$ 9.147,72	R\$ 10.183,90

Fonte: Elaboração Própria (2023)

Observando-se a comparação entre os cenários pessimista, provável e otimista, pode-se concluir que a permanência da empresa no mercado é viável, pois há maior probabilidade de o negócio ter sucesso do que de fracassar, observando-se que há uma alta lucratividade e rentabilidade, e que o prazo de retorno do investimento é relativamente baixo.

Diante dos resultados financeiros obtidos, pelo bom índice de rentabilidade, lucratividade e retorno do investimento, conclui-se que a permanência da empresa no mercado é viável.

REFERÊNCIAS

SEBRAE. Como elaborar um plano de negócios. SEBRAE. 2013. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf> Acesso em: março de 2023.

SEBRAE. Como fazer uma pesquisa de mercado. SEBRAE. 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MG/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Como+Elaborar+uma+Pesquisa+de+Mercado.pdf> Acesso em: outubro de 2022.

SEBRAE. Como o marketing pode ajudar na minha empresa. SEBRAE. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/como-o-marketing-pode-ajudar-minha-empresa,b027cd18a819d610VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Fideliza%C3%A7%C3%A3o%20%E2%80%93%20o%20marketing%20n%C3%A3o%20serve,suscet%C3%ADveis%20a%20fazer%20uma%20compra>. Acesso em: outubro de 2022.

APÊNDICE A

Meu nome é Camila. Sou estudante do curso de Administração na UFPB (Universidade Federal da Paraíba). Este questionário, contendo 16 questões, tem como objetivo recolher dados que complementarão meu trabalho de conclusão de curso, orientado pela professora Suelle Cariele, que consiste em um plano de negócio para a empresa Jair Material de Construção. A participação para resposta deste questionário é voluntária, anônima e confidencial.

QUESTIONÁRIO

1 - Gênero:

☐ homem ☐ mulher ☐ prefiro não informar

2 - Qual sua faixa etária?

☐ 18 a 28 anos

☐ 29 a 38 anos

☐ 39 a 48 anos

☐ 49 a 58 anos

☐ 59 ou mais

3 - Qual seu estado civil?

☐ solteiro(a) ☐ casado(a)/união estável ☐ viúvo (a) ☐ divorciado(a)

4 - Qual bairro você mora? _____

5 - Qual é sua renda mensal?

☐ até 1.100,00 reais

☐ de 1.100,01 a 3.300,00 reais

☐ de 3.300,01 a 5.500,00 reais

☐ de 5.500,01 a 7.700,00 reais

☐ acima de 7.700,01 reais.

6 - Qual é a sua escolaridade?

☐ ensino fundamental completo

☐ ensino médio completo

☐ ensino superior completo

☐ pós-graduado

7 - Nos últimos 6 meses, você comprou materiais para reparos e construção com qual frequência independentemente do estabelecimento?

☐ nenhuma vez ☐ 1 vez ☐ 2 a 3 vezes ☐ 4 a 5 vezes ☐ 6 ou mais vezes

8 - Quais materiais você costuma comprar (independente do estabelecimento)?

9 - Quais estabelecimentos você costuma comprar materiais para reparos e construção? (Caso não lembre o nome da loja, especificar o bairro em que ela se localiza)

10 - Em média, quanto você gastou, nos últimos 6 meses, nas suas compras de materiais para reparos e construção independentemente do estabelecimento?

☐ Até 50,00 reais

☐ Entre 50,01 até 100,00 reais

☐ entre 100,01 até 200,00 reais

☐ Acima de 200,01 reais

11 - Você conhece a empresa Jair material de construção?

() Não (Obrigada por participar desta pesquisa. Não precisa responder as questões seguintes)

() Sim (Por favor, responda as questões seguintes)

12 - Como você conheceu esta empresa (Jair material de construção)?

() Instagram

() Google

() Através de conhecidos

() Conheceu por acaso

() Já fiz compras nesta empresa

() outro _____

13 - Em relação aos preços, de maneira geral, como você classifica os preços praticados por esta empresa (Jair material de construção)?

() compatível com a média o mercado

() acima da média do mercado

() abaixo da média do mercado

() não posso opinar

14 - Em relação esta empresa (Jair material de construção), o que você acha que precisa ser melhorado?

() atendimento

() qualidade dos produtos

() preços

() aparência

() outro _____

() não posso opinar

15 - Como você avalia a qualidade dos produtos vendidos por esta empresa (Jair material de construção)?

☐ excelente ☐ bom ☐ regular ☐ ruim ☐ péssimo ☐ não posso opinar

16 - Nos últimos 6 meses, neste estabelecimento (Jair material de construção), você comprou materiais para reparos e construção com qual frequência?

☐ nenhuma vez ☐ 1 vez ☐ 2 a 3 vezes ☐ 4 a 5 vezes ☐ 6 ou mais vezes

17 - Em sua opinião, quais produtos esta empresa (Jair material de construção) poderia vender, para atender melhor o mercado?

Muito obrigada pela participação!