

CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO JOSÉ
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBÉIS

ANNA BEATRIZ GIL SEIXAS DE ALMEIDA
CAMILA LOPES LISBOA
CÁSSIA DE OLIVEIRA RODRIGUES PAZ
GUILHERME DA SILVA TAVARES
VINICIUS LIMA OLIVEIRA

PLANO DE NEGÓCIOS SHOES AND SANDALS

RIO DE JANEIRO

2021

ANNA BEATRIZ GIL SEIXAS DE ALMEIDA
CAMILA LOPES LISBOA
CÁSSIA DE OLIVEIRA RODRIGUES PAZ
GUILHERME DA SILVA TAVARES
VINICIUS LIMA OLIVEIRA

PLANO DE NEGÓCIOS SHOES AND SANDALS

Projeto de pesquisa apresentado para a Disciplina de TCC II, Plano de Negócio sob a orientação da PROFA. MA. Maria de Lourdes Ferraz Heleodoro.

RIO DE JANEIRO

2021

LISTA DE FIGURAS

Figura.1 – Lucratividade.....	7
Figura.1 – Rentabilidade.....	8
Figura.3 – Payback	8
Figura.4 – Ponto de Equilíbrio.....	8
Figura.5 – Logo Marca.....	8

LISTA DE TABELAS

Tabela.1 – Indicadores de Viabilidade	7
Tabela.2 – Capital Social	13
Tabela.3 – Concorrência	15
Tabela.4 – Produtos e Serviços	16
Tabela.5 – Análise da Matriz F.O.F.A	29

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
1.1 Contextualização.....	6
2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	7
2.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócios.....	7
2.2 Logomarca.....	9
2.3 Dados dos empreendedores.....	9
2.4 Dados do empreendimento.....	12
2.5 Missão da empresa.....	12
2.6 Setor de atividade.....	12
2.7 Forma Jurídica.....	12
2.8 Enquadramento tributário.....	13
2.9 Capital social.....	13
2.10 Fonte de recursos.....	13
3. ANÁLISE DE MERCADO.....	13
3.1 Estudo dos clientes.....	13
3.2 Estudo dos concorrentes.....	15
3.3 Estudo dos fornecedores.....	16
4. PLANO DE MARKETING.....	16
4.1 Descrição dos principais produtos e serviços.....	16
4.2 Preço.....	17
4.3 Estratégias promocionais.....	18
4.4 Estrutura de comercialização.....	18
4.5 Localização do negócio.....	19
5. PLANO OPERACIONAL.....	19
5.1 Layout ou arranjo físico.....	19
5.2 Capacidade produtiva/comercial/serviços.....	20
5.3 Processos operacionais.....	21
5.4 Necessidade de Pessoal.....	21
6. PLANO FINANCEIRO.....	21
6.1 Estimativa dos investimentos fixos.....	21

6.2 Capital de giro.....	22
6.3 Investimentos pré-operacionais.....	23
6.4 Investimento Total.....	23
6.5 Estimativa do faturamento mensal da empresa.....	24
6.6 Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações.....	24
6.7 Estimativa dos Custos de Comercialização	24
6.8 CMV.....	25
6.9 Estimativa dos Custos Com Mão de Obra	25
6.10 Estimativa do Custo Com Depreciação.....	25
6.11 Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais.....	26
6.12 Demonstrativo de Resultado.....	26
6.13 Indicadores de viabilidade.....	26
7. PLANO FINANCEIRO II.....	27
7.1 Balanço Patrimonial.....	27
8. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO.....	28
9. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	29
9.1 Análise da matriz F.O.F.A.....	29
10. CONSIDERAÇÕES PARCIAIS.....	29
10.1 Avaliação do plano de negócios.....	29
11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	30

1. INTRODUÇÃO

1.1. – Contextualização

A empresa Shoes and Sandals surgiu em 14 de outubro de 2012, em meio à insatisfação de uma jovem apaixonada por moda que resolveu se juntar com outros amigos do ramo e criar sua própria marca com modelos de calçados mais elaborados e com menor custo, voltado para pessoas que possuem comorbidades ortopédicas, tendo por objetivo o conforto de seus clientes sem abrir mão do estilo.

A empresa visava unir moda sem abrir mão do conforto, através de calçados que diminuíssem o incômodo provocado por enfermidades como esporão do calcâneo, fascite plantar, joanetes e desequilíbrio postural dando uma melhor qualidade de vida para o seu público alvo.

Com o surgimento da pandemia do novo coronavírus em março de 2020, a empresa reinventou-se através de vendas on-line com o intuito de sobreviver economicamente em meio ao caos mundial.

Com o fechamento do comércio, onde muitas empresas falharam, a loja Shoes and Sandals teve que lidar com um novo espaço de mercado de vendas on-line que antes era pouco explorado, tendo em vista que para tal feito foi necessário alterar toda a sua estratégia de venda e a maneira de chamar a atenção de seus clientes antigos e a conquista de novos.

Diante do exposto, surge a seguinte questão: Como elaborar um plano de negócios com o objetivo de manter os funcionários engajados e produtivos em prol do sucesso da empresa e manter a saúde financeira através desse novo método de vendas on-line?

“Plano de negócios é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado”. (SEBRAE, 2013)

“Podemos entender como empreendedor aquele que inicia algo novo, que vê o que ninguém vê, enfim, aquele que realiza antes, aquele que sai da área do sonho, do desejo e parte para ação.” (FILION,1999, p.19)

O empreendedorismo é a iniciativa de implementação de novos negócios ou mudanças em empresas já existentes envolvendo inovações e riscos, com o objetivo de construir um plano de negócios de qualidade, mesmo em meio ao cenário desfavorável de uma pandemia.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 – Resumo dos principais pontos do plano de negócio

O objetivo do presente trabalho é mostrar a viabilidade de transição da loja física para e-commerce. A empresa Shoes and Sandals é direcionada a saúde e bem-estar dos pés de seus clientes, oferecendo calçados estilosos como mocassins, sandálias, tamancos, tênis, rasteiras, sapatilhas e scarpins confortáveis para as mais diversas enfermidades ortopédicas.

Em face da pandemia, a empresa precisou se readequar, alterando a sua forma de venda para continuar atendendo ao seu público e sobreviver às consequências provocadas por esse acontecimento. Embora o estabelecimento tenha migrado para modalidade e-commerce, seu centro de distribuição fica situado na Avenida Nossa Senhora de Copacabana Nº 1.500 – Rio de Janeiro.

Serão descritos abaixo os indicadores de viabilidade como investimento, faturamento, lucro esperado e prazo esperado de retorno:

Indicadores de viabilidade	Percentuais/ prazos/ valores
Lucratividade	32,62%
Rentabilidade	153,22%
Prazo de retorno	7 Meses
Ponto de equilíbrio	R\$ 113.019,96

Tabela 1: Indicadores de Viabilidade

Lucratividade:

É o indicador que mede os ganhos em relação às atividades desenvolvidas. Ele indica se o negócio está sendo viável ou não, importante, portanto, para a competitividade da empresa. Nele são verificados se as vendas realizadas serão suficientes para arcar com os gastos de custos e despesas e ainda gerar lucro.

$$\left(\frac{\text{LUCRO LÍQUIDO}}{\text{RECEITA BRUTA}} \right) \times 100$$

Figura.1 – Lucratividade

Rentabilidade:

Este indicador obtido através de taxas percentuais serve para medir o retorno de uma aplicação. É calculado através da divisão do lucro líquido sobre o investimento total realizado.

$$\left(\frac{\text{LUCRO LÍQUIDO}}{\text{INVESTIMENTOS}} \right) \times 100$$

Figura. 2 – Rentabilidade

Prazo de retorno:

O Payback mostra em quanto tempo o empreendedor terá recuperado o seu investimento sob a forma de lucro. Em tempos de crise econômica como esta provocada pela pandemia, a utilização desse método é importante para elevar a segurança dos negócios realizados pela empresa. Este indicador geralmente é medido em meses ou anos.

$$\text{Payback} = \frac{\text{Investimento Inicial}}{\text{Lucro no Período}}$$

Figura. 3 – Payback

Ponto de equilíbrio:

O ponto de equilíbrio é o valor que a empresa precisa vender para alcançar a equivalência entre despesas e receitas, isto significa que não serão gerados nem lucro e nem prejuízo. Portanto, se o ponto de equilíbrio for superado em R\$ 1,00 já estará representando lucro para a organização.

$$PE_c = \frac{\text{Gastos Fixos}}{MC_u}$$

$$MC_u = PV - GV_u$$

Figura.4 – Ponto de Equilíbrio

2.2 – Logomarca



Figura.5 – Logo Marca

2.3 – Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições:

Sócio 1:

Nome: Anna Beatriz Gil Seixas de Almeida

Endereço: Rua Silva Neto, Casa 10 – Realengo CEP: 21.770-000.

Cidade: Rio de Janeiro

Estado: Rio de Janeiro

Telefone (21) 99399-7811

Perfil: Anna Beatriz Gil Seixas de Almeida, 22 anos, residente no município do Rio de Janeiro, é atualmente graduada em Ciências Contábeis pelo Centro universitário São José e Bacharel em Letras - Língua Inglesa pela Universidade Veiga de Almeida.

Possui vasto conhecimento no ramo da moda somado as suas experiências em empreendedorismo e finanças, faz parte do quadro de sócios da Shoes and Sandals, como Gerente Financeiro e de vendas, antes de se jogar no mundo dos negócios, participou de treinamentos em sociedades voltadas a vendas e ao marketing, atuou também como estagiária em uma empresa no exterior em seu intercâmbio.

Atribuições do sócio 1: Responsável pela gestão do empreendimento, bem como compras, contato a fornecedores, gestão de pessoas, financeiro e faturamento, ou seja, as áreas gerenciais com supervisão direta dos demais funcionários e suas atividades.

Sócio 2:

Nome: Camila Lopes Lisboa

Endereço: Rua Professor Clemente Ferreira, 422 - Padre Miguel CEP: 21.715-417.

Cidade: Rio de Janeiro

Estado: Rio de Janeiro

Telefone (21) 97549-2230

Perfil: Camila Lopes Lisboa, 25 anos, residente no município de Rio de Janeiro - RJ, é atualmente graduando do curso de Ciências Contábeis – Centro Universitário São José.

Possui conhecimento na área de departamento de pessoal; com certificação de participação em cursos de DP e Contábeis e conhecimento na área de fiscal.

Tem como características pessoais: bom senso, responsabilidade, seriedade, dedicação, organização, bom humor e vontade de liderar e empreender.

Atribuições do sócio 2: Responsável pela gestão do empreendimento, bem como compras, contato a fornecedores, gestão de pessoas, financeiro e faturamento, ou seja, as áreas gerenciais com supervisão direta dos demais funcionários e suas atividades.

Sócio 3

Nome: Cássia de Oliveira Rodrigues Paz

Endereço: Rua Jundiaí, 36 – Senador Camará – Cep 21.843-712

Cidade: Rio de Janeiro

Estado: Rio de Janeiro

Telefone (21) 97586-1172

Perfil: Cássia de Oliveira Rodrigues Paz, 27 anos, residente no município do Rio de Janeiro - RJ, é atualmente graduando do curso de Ciências Contábeis –Centro Universitário São José.

Possui vasto conhecimento na área de Contabilidade; com certificação de participação em Cursos de CRC, Eventos de Administração e Fiscal. Atuou como Analista Contábil; possui conhecimento na área de departamento de pessoal.

Tem como características pessoais: bom senso, responsabilidade, seriedade, dedicação, organização, bom humor e vontade de liderar e empreender.

Atribuições do sócio 3: Responsável pela contabilidade, bem como balanço, balancete, conferência, gestão financeira e faturamento, ou seja, as áreas gerenciais com supervisão direta dos demais funcionários e suas atividades.

Sócio 4

Nome: Guilherme da Silva Tavares

Endereço: Av. Senador Vitorino, 431 – Coelho Neto – CEP: 21.530-220

Cidade: Rio de Janeiro

Estado: Rio de Janeiro

Telefone (21) 96430-6610

Perfil: Guilherme da Silva Tavares, 24 anos, Residente no município do rio de janeiro, - RJ, é graduando em ciências contábeis na UniSãoJose no estado do Rio de Janeiro.

Possui conhecimentos em financeiro, legalizações de empresas, departamento fiscal entre outras atividades do dia a dia empresarial.

Tem como características pessoais: Responsabilidade, organização, dedicação e vontade de crescimento profissional e pessoal.

Atribuições do sócio 4: Responsável pela contabilidade, bem como balanço, balancete, conferência, gestão financeira e faturamento, ou seja, as áreas gerenciais com supervisão direta dos demais funcionários e suas atividades.

Sócio 5

Nome: Vinícius Lima Oliveira

Endereço: Rua Ponte Alta, 118 – Senador Camará – CEP: 21.832-290.

Cidade: Rio de Janeiro

Estado: Rio de Janeiro

Telefone (21) 98369-6566

Perfil: Vinícius Lima Oliveira, 22 anos, nascido na cidade do Rio de Janeiro – RJ, cursando Ciências Contábeis – Centro Universitário São José.

Atuando na área contábil há seis meses, com experiência em análise de lançamentos contábeis e classificação contábil.

Características pessoais e profissionais: bom humor, determinação, pontualidade, organização, esforço, responsabilidade e dedicação.

Atribuições do sócio 5: Responsável pela contabilidade, bem como balanço, balancete, conferência, gestão financeira e faturamento, ou seja, as áreas gerenciais com supervisão direta dos demais funcionários e suas atividades.

2.4 – Dados do empreendimento

Nome da Empresa: S&S SAPATARIA LTDA.

CNPJ/CPF: 12.345.678/0001-01

Nome Fantasia: Shoes and Sandals – Calçados e Acessórios

2.5. – Missão, Visão e Valores da empresa.

Missão: A nossa missão enquanto ativa é gerar conforto e qualidade aos nossos clientes, com produtos duráveis e beleza.

Visão: Visamos sempre o reconhecimento de uma marca que pensa em seus clientes como também os nossos colaboradores, queremos ser uma marca de referência em qualidade e personalidade.

Valores: Ética empresarial, comprometimento, perseverança e otimismo.

2.6 – Setores de atividade

As vendas serão tratadas diretamente com o consumidor. Sendo assim, a S&S SAPATARIA LTDA. faz parte do comércio varejista.

2.7 – Forma jurídica

Composta por 5 (cinco) sócios, todas pessoas físicas, formando-se uma Sociedade Limitada.

2.8 – Enquadramento tributário

A empresa em questão se classifica em uma Sociedade Limitada, enquadrada no Simples Nacional, por se tratar de empresa de pequeno porte. A empresa será constituída por 5 (cinco) sócios e 2 (dois) funcionários responsáveis pelo atendimento ao cliente. O investimento inicial será de responsabilidade dos cinco sócios, cada uma participando com vinte por cento (20%) do capital.

2.9 – Capital social

Nº	Sócio	Valor	Participação
1	Anna Beatriz Gil Seixas de Almeida	R\$ 14.000,00	20.00%
2	Camila Lopes Lisboa	R\$ 14.000,00	20.00%
3	Cassia de Oliveira Rodrigues Paz	R\$ 14.000,00	20.00%
4	Guilherme da Silva Tavares	R\$ 14.000,00	20.00%
5	Vinicius Lima Oliveira	R\$ 14.000,00	20.00%
	Total	R\$ 70.000,00	100.00%

Tabela 2: Capital Social - elaboração própria.

2.10 – Fonte de recursos

A origem dos recursos será proveniente de empréstimos junto a bancos e reservas financeiras dos sócios.

3. ANÁLISE DE MERCADO

3.1 Estudo dos clientes

Os clientes na grande maioria correspondem a pessoas do sexo feminino, abrangendo todas as classes (especialmente as classes C, D e E), entre a faixa etária de 30~65 anos, profissionais de diversas áreas, principalmente de escritórios de advocacia, contabilidade, empreendedorismo, com rendas familiares de R\$ 2.090,01 a R\$ 4.180,00. Nesta categoria estão 80% dos clientes. Porém, existem também clientes do sexo masculino a procura de presentear familiares e amigos, o que corresponde a 20% da clientela.

É preciso destacar que a qualidade e conforto dos calçados são de suma importância para sanar os problemas de quem necessita. A procura por produtos específicos faz com que o cliente mostre a finalidade da busca por tal produto, de

maneira que venha solucionar problemas como incômodos ao caminhar, ao ficar muito tempo de pé, postura corporal e etc.

Para conquistar a atenção do cliente e tornar o produto atraente, é preciso mostrar porque a S&S SAPATARIA LTDA. é renomada no ramo em que atua, com índices de avaliação dos produtos oferecidos, preços acessíveis, qualidade de atendimento e suporte, promoções para novos cadastros, qualidade dos produtos e como irão servi-los.

Os clientes são atraídos pelos produtos de qualidade que a empresa oferece, que além de elegantes e estilosos, são calçados destinados a cada consumidor com as mais diversas enfermidades ortopédicas. Por possuir valores acessíveis aos consumidores, formas de pagamento, entregas e políticas de troca eficientes, trazem satisfação, comodidade e bem-estar, aumentando a confiabilidade do cliente para com a empresa.

Os clientes da Shoes and Sandals encontram-se espalhados por todo o país. Por atuar através de E-commerce, é encontrada com facilidade na internet, por meio de redes sociais e banners disponibilizados nas páginas da web, possuindo com isso liberdade geográfica, atendendo a clientes de diversos estados. Desta forma, busca-se atingir o maior público possível para um crescimento contínuo e assim obter êxito como marca de qualidade e preço justo.

3.2 Estudo dos concorrentes

Empresas	Qualidade	Preço	Condições de pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes	Garantias oferecidas
Shoes and Sandals	Média	40,00 – 150,00	à vista, Crédito	Zona Sul	On-Line	Suporte a Escolha de Produtos	30 dias
Concorrente 1 (Usaflex)	Alta	170,00 – 310,00	à vista, Crédito	Zona Oeste, Zona Sul, Zona Norte	Presencial e On-line	Suporte a Escolha de Produtos	10 dias
Concorrente 2 (Di Santinni)	Média	50,00 – 180,00	à vista, Crédito	Zona Oeste	Presencial e On-line	Suporte a Escolha de Produtos	15 dias

Tabela 3: Concorrência

Conclusões

Teremos como principal concorrente a empresa de calçados Usaflex, por se tratar de uma marca altamente conhecida, bastante procurada e que comercializa calçados ortopédicos. Essa já se encontra no ramo há mais tempo, onde também tem investido em acessórios como bolsas e carteiras.

Já a empresa Di Santinni, com lojas espalhadas por todo o país e com preço acessível para os consumidores, tem semelhante proposta de variedades de produtos para a revenda, através de vendas on-line e em lojas físicas.

A empresa Shoes and Sandals está há menos tempo que as concorrentes no mercado, porém tem se mostrado altamente qualificada na comercialização de seus calçados, pois, além de oferecer preços acessíveis, seus produtos são ofertados aos clientes com enfermidades ortopédicas, o que nem todas as empresas mais experientes no ramo de calçados são capazes de oferecer.

3.3 Estudo dos fornecedores

Ordem	Mercadorias	Nome do fornecedor	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de entrega	Localização
1	Chinelos/sandálias	Distribuidora Wilson	R\$ 13,50	30% de sinal e restante parcelado	Em até 10 dias úteis	Brás, São Paulo – SP.
2	Calçados ortopédicos	Saúde store	R\$ 37,85 - R\$87,92	50% de sinal quando a compra for até R\$4.500,00	Em 20 dias.	Santo André, São Paulo - SP.
3	Sapatos Sociais	Calvest	R\$ 70,00 - R\$ 100,00	40% de sinal e restante parcelado ou à vista	Em 15 dias úteis	Nova Cidade, Franca - SP.
4	Bolsas Embalagens, Caixas para envios	Gandhi Embalagens	R\$9,15 – R\$ 30,00	10% de sinal e restante parcelado ou à vista	Em 3 dias úteis	Todos os Santos, Rio de Janeiro – RJ
5	Logística, Entregas.	Pier8 – Logística para E-commerce	R\$ 600,00	Pagamento à vista todo dia 20	-	CD 2 – Vitória, Espírito Santo

Tabela 4: Produtos e serviços.

4. PLANO DE MARKETING

4.1 Descrição do principais produtos e serviços

No DNA de nossos produtos, a Shoes and Sandals imprime: cores, formas, texturas, conforto e praticidade; características da Cidade Maravilhosa. Em busca de se renovar e se atualizar a cada coleção, nossa marca investe constantemente em: pesquisas, treinamento de seus colaboradores, tecnologia, ou qualquer outro

elemento que possa aprimorar o processo de criação e qualidade de nossos produtos.

Sobre os Produtos: O couro é atemporal e um material versátil, usado na indústria têxtil, de móveis, de decoração, de calçados e acessórios. É uma matéria-prima que tem diferentes níveis de qualidade: O TopGrain (o segundo da lista, durável e resistente). Em pesquisa com os nossos fornecedores negociamos modelos cujo material seja couro top grano, pois tem características mais duradouras e preço mais atraente. Já o plástico é o material mais utilizado na produção de calçados no Brasil. A cada 100 pares que saem das fábricas, 46 são feitos em plástico/borracha, tendo o Nordeste como campeão na produção de modelos com esse material. Investimos na compra de calçados feitos com materiais de plástico, visto que, estão se reinventando e sendo reconhecidos como intenso de moda e de design diferenciado, além de materiais devidamente analisados quando pensamos nas aquisições dos produtos, também pensamos no conforto de nossos clientes.

Prezamos por calçados com costuras em seus solados, pois a costura confere maior resistência. Um sapato confortável “abraça” o pé naturalmente.

4.2 Preço

O preço é o valor que o cliente está disposto a pagar pelo produto, o qual deve ser compatível com o valor de mercado, considerando os custos e o retorno desejado. A formação do preço dos produtos, por ter concorrência direta de produtos idênticos, se baseia no poder aquisitivo da população e seus hábitos de compra, pelo qual os custos totais são analisados e definidos. O preço faz parte do tão conhecido “Mix de Marketing”, ou dos 4Ps (preço, produto, praça e promoção), e é o único que produz receita (já que os demais produzem custos) e se a empresa deseja que seu produto ou marca e todo o conjunto de ações de marketing sejam relevantes para o consumidor (possível cliente) também deve dedicar atenção a estratégia de preço. Como estratégias de preço, adotar-se-á durante o funcionamento:

- Descontos em períodos especiais (datas comemorativas como Dia das Mães, Dia dos Pais e Final de Ano);
- Desconto de baixa estação, praticado em épocas sazonais, oferecendo descontos para determinados meses cuja procura é baixa.

Época de verão (dezembro a março), com o objetivo de manter o equilíbrio de estoque e evitar prejuízos, a loja realiza liquidação de sapatos que são mais utilizados no inverno, como sapatos fechados e botas. Já em época de inverno, os calçados que entram em promoção são as sandálias e chinelos que têm baixa procura nesse período.

4.3 Estratégias promocionais

Com o objetivo de atrair novos e manter a fidelidade dos antigos clientes, a empresa tem como principais estratégias promocionais: frete grátis para compras acima de R\$ 250,00 e também para trocas; descontos especiais na compra de 2 ou mais produtos; desconto de 10% em pagamentos realizados via PIX e transferências bancárias; cartão fidelidade, onde o cliente pode ganhar prêmios ou descontos após 10 compras efetuadas. Através das nossas redes sociais (Instagram, Facebook), também realizamos sorteios para quem compartilhar e marcar amigos nas fotos dos produtos selecionados pela empresa, a fim de ampliar a divulgação de nossos calçados para novas pessoas.

4.4 Estrutura de comercialização

“A estrutura de comercialização diz respeito aos canais de distribuição, isto é, como seus produtos e/ou serviços chegarão até os seus clientes.”
(SEBRAE, 2013)

O principal canal de distribuição da Shoes and Sandals será a loja virtual disponível em: www.shoesandsandals.com.br. Além disso, os nossos colaboradores ajudarão com os atendimentos via Direct, Messenger e WhatsApp, facilitando a comunicação entre empresa e cliente, auxiliando na escolha do produto quando o cliente requerer, como por exemplo tamanho adequado, o tipo de calçado apropriado para determinada enfermidade. O objetivo de nossa empresa vai além das vendas, pois o nosso maior sucesso é o bem estar de nossos clientes.

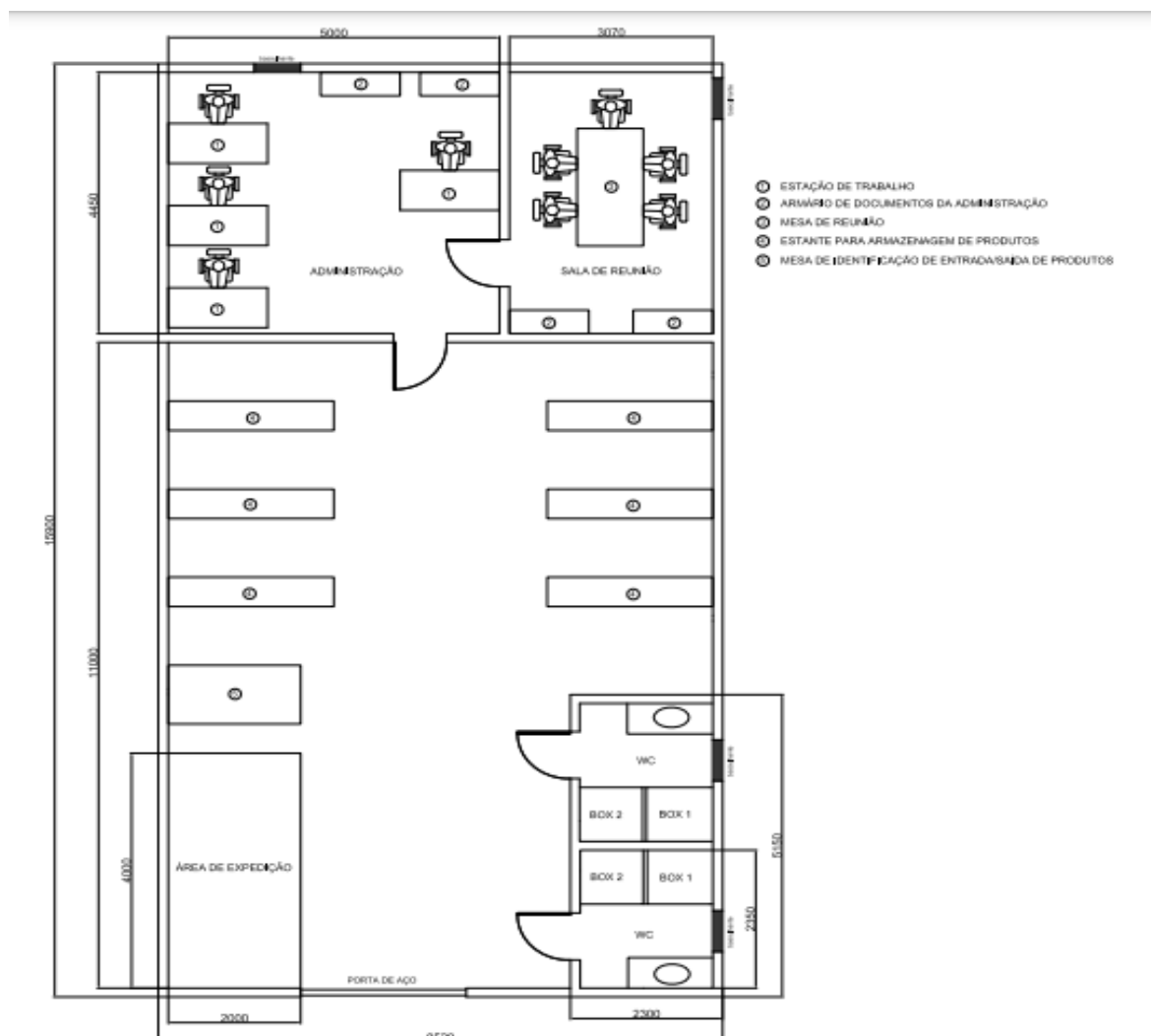
Contudo, apesar do sucesso de vendas da empresa via internet, a mesma estudará a possibilidade de retornar com sua loja física após melhorias sanitárias no país.

4.5 Localização do negócio

Com nosso centro de distribuição localizado na principal via da cidade, para atendermos de forma rápida e eficaz nossos clientes, temos um trabalho integrado com as transportadoras que são nossos parceiros estratégicos na distribuição de nossos produtos, realizando uma logística agregada com nosso site para ter rapidez, segurança, tendo todos os cuidados necessários com a saúde por conta do covid-19.

5. PLANO OPERACIONAL

5.1 Layout ou arranjo físico

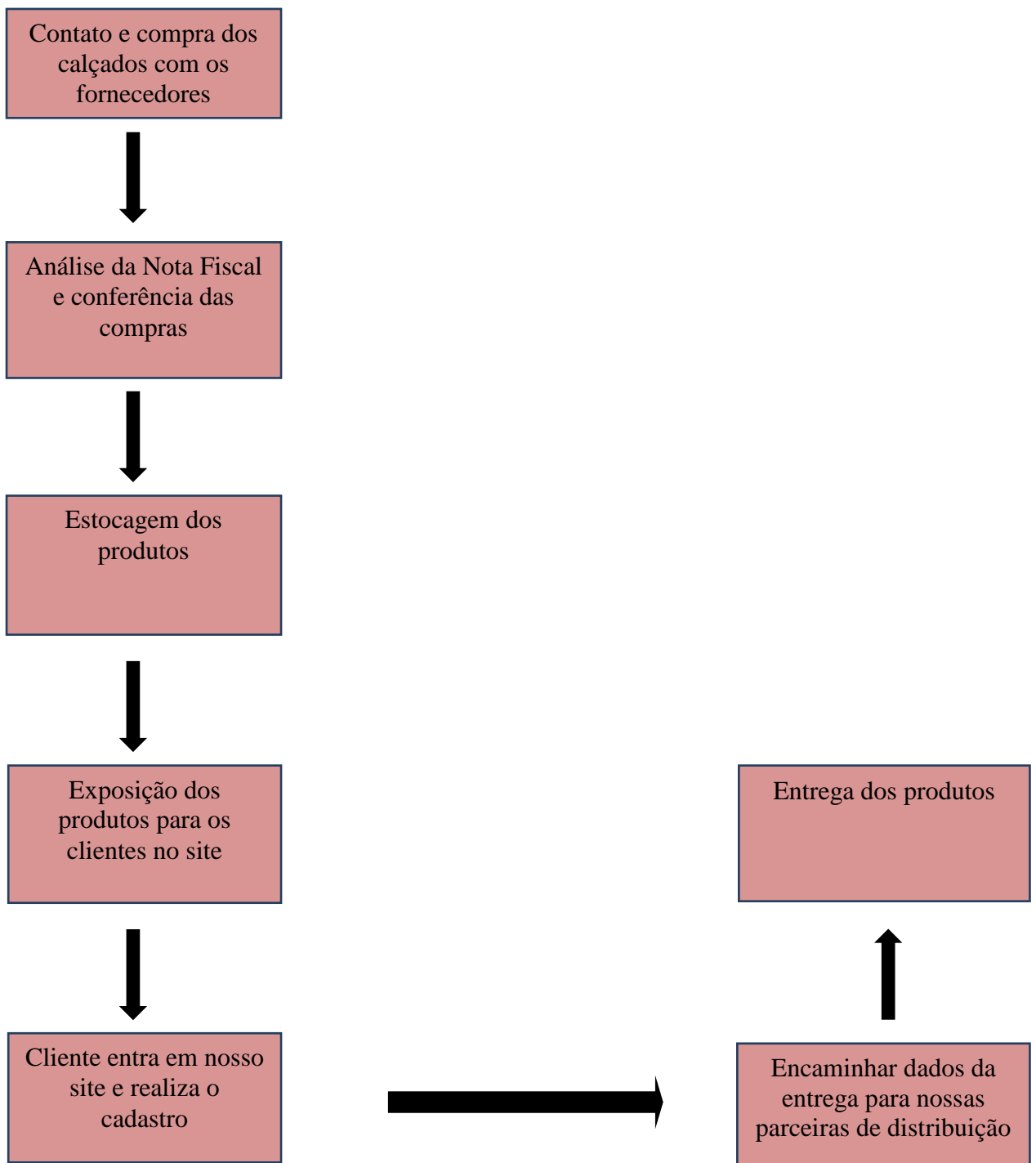


5.2 Capacidade produtiva/comercial/serviços

A capacidade máxima de comercialização será de R\$ 75.000,00 e o volume de comercialização inicial será de R\$ 20.000,00 de acordo com o estoque apresentado no capital de giro.

5.3 Processos operacionais

Principais atividades do negócio.



5.4 Necessidade de pessoal

Necessidade de Pessoal	
Sócio 1 - Financeiro / Vendas	Experiência em moda, empreendedorismo, finanças e marketing.
Sócio 2 - DP / Contábil / Fiscal	Gestão de pessoas, noções operacionais, administrativas, tributação e controle.
Sócio 3 - Contábil	Analista contábil, fiscal e financeira.
Sócio 4 - Tributário / Operacional / ADM	Conhecimento financeiro, jurídico, fiscal e administrativo.
Sócio 5 - Contábil	Conhecimento operacional, capacidade analítica e controle de entrada e saída.
Auxiliar / Assistente Geral / SAC	Relacionamento com cliente, Liderança, controle operacional, controle de caixa e administrativo.
Auxiliar / Assistente Geral / SAC	Relacionamento com cliente, Liderança, controle operacional, controle de caixa e administrativo.

6. PLANO FINANCEIRO

6.1. Estimativa dos investimentos fixos

Capital Inicial	Valor	%
Capital Social Próprio	R\$70.000,00	70
Capital Social de Terceiros	R\$30.000,00	30
Total:	R\$100.000,00	10

Divisão do Investimento Fixo		
Bens	Valor	%
Conta Corrente	R\$ 21.000,00	21
Galpão	R\$ 4.000,00	4
Máquinas e Eq. Operacionais	R\$ 5.000,00	5
Mercadorias para revenda	R\$ 20.000,00	20
Móveis e Utensílios	R\$ 5.000,00	5
Veículos	R\$ 15.000,00	15
Capital a Integralizar	R\$ 30.000,00	30
Total:	R\$ 100.000,00	100

6.2 Capital de giro

Contas a Receber

Estimativa de Recebimento	%
A vista	0,25
À prazo 1	0,4
À prazo 2	0,2
À prazo 3	0,15
Total	1

Fornecedores

Estimativa de Compra	%
A vista	0,2
À prazo 1	0,2
À prazo 2	0,2
À prazo 3	0,4
Total	1

Estoque

	nº dias
Necessidade média	7

Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

	nº dias
Recursos da empresa fora do caixa	
1 - Contas a Receber - Prazo média de vendas	38
2. Estoques – Necessidade média de estoques	7
Subtotal (1+2)	45
Recursos de Terceiros no Caixa da Empresa	
3. Fornecedores- Prazo média de compras	16
Subtotal (2)	16
Necessidade líq. De capital de Giro em Dias	
Subtotal (1-2)	29

Caixa Mínimo

Descrição	Quantidade
1.Custo Fixo Mensal (Quadro 5.11)	R\$ 14.281,36
2.Custo Variável Mensal (Sub 2 Qd.5.12)	R\$ 1.767,00
3.Custo total da Empresa (1+2)	R\$ 16.048,36
4.Custo Total diário (item3 /30 dias)	R\$ 534,94
5.Necessidade liq. De Cap. Giro (em dias)	29
Total de Caixa Mínimo (item 4x5)	R\$ 15.513,26

Capital de Giro	
Estoque	R\$ 20.000,00
Caixa Mínimo	R\$ 15.513,26
Total:	R\$ 35.513,26

6.3 Investimentos pré-operacionais

Investimentos Pré Operacionais	
Legalização	R\$ 2.200,00
Obra/ Reformas	R\$ 1.000,00
Marketing	R\$ 1.500,00
Outras Despesas	R\$ 500,00
Total:	R\$ 5.200,00

6.4 Investimento Total

Descrição dos Investimentos	Valor	%
Investimento Fixo (Qd. 5.1)	R\$ 70.000,00	0,63
Capital de Giro (Qd. 5.2)	R\$ 35.778,76	0,32
Investimento Pré Operacional (Qd. 5.3)	R\$ 5.200,00	0,05
Total:	R\$ 110.978,76	100

Fonte de recursos	Valor	%
Capital Social Próprio	R\$ 70.000,00	70
Capital Social de Terceiros (a integralizar)	R\$ 30.000,00	30
Total:	R\$ 100.000,00	100

6.5 Estimativa do faturamento mensal da empresa

Estimativa Mensal do Faturamento			
Produto	Quantidade (Estimada de Venda)	\$ (un)	Faturamento Mensal
Chinelo Moda Praia	90	R\$ 65,00	R\$ 5.850,00
Tênis Sociais	55	R\$ 250,00	R\$ 13.750,00
Sandália Moda Cor	80	R\$ 200,00	R\$ 16.000,00
Bolsas de Material sintético	65	R\$ 300,00	R\$ 19.500,00
Cinto de Material Sintético	45	R\$ 100,00	R\$ 4.500,00
Total			R\$ 59.600,00

6.6 – Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações

Materiais/ Produtos	Quantidade	Custo Unitário (\$)	Total
Sacolas	300	R\$ 4,49	R\$ 1.347,00
Cartão de Visitas	300	R\$ 1,00	R\$ 300,00
Brinde	100	R\$ 1,20	R\$ 120,00
Total			R\$ 1.767,00

6.7 Estimativa dos Custos de Comercialização

Descrição	%	Fat. Estimado	Custo Total
1.Imposto			
Simples	0,04	R\$ 59.600,00	R\$ 2.384,00

ICMS	0,18	R\$ 59.600,00	R\$ 10.728,00
ISS		R\$ -	R\$ -
2.Gastos c/ Vendas			
Comissões	0,05	R\$ 59.600,00	R\$ 2.980,00
Propaganda	0,02	R\$ 59.600,00	R\$ 1.192,00
Taxa de Cartão de Crédito	0,027	R\$ 44.700,00	R\$ 1.206,90
Total		R\$ -	R\$ 18.490,90

6.8 - CMV

Descrição	Preço Unit	Quant	Total
Chinelo Moda Praia	R\$ 14,00	90	R\$ 1.260,00
Tênis Sociais	R\$ 76,00	55	R\$ 4.180,00
Sandália Moda Cor	R\$ 41,00	80	R\$ 3.280,00
Bolsas de Material sintético	R\$ 102,00	65	R\$ 6.630,00
Cinto de Material Sintético	R\$ 15,00	45	R\$ 675,00
Total			R\$ 16.025,00

6.9 Estimativa dos Custos Com Mão de Obra

Função	nº	Salário	% Encargos	Encargos	Total
Comercial	1	R\$ 1.200,00	0,225	R\$ 267,42	R\$ 1.467,42
Estoquista	1	R\$ 1.200,00	0,225	R\$ 267,42	R\$ 1.467,42
Total					R\$ 2.934,84

6.10 Estimativa do Custo Com Depreciação

Ativos Fixos	Valor de Bem	Vida útil	Dep. Mensal	Dep. Anual
1.Máq. Equipamentos	R\$ 5.000,00	3	R\$ 138,89	R\$ 1.666,67
2. Móveis Utensílios	R\$ 5.000,00	2	R\$ 208,33	R\$ 2.500,00
3.Veículos	R\$ 15.000,00	5	R\$ 250,00	R\$ 3.000,00
Total			R\$ 597,22	R\$ 7.166,67

6.11 Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais

Descrição	Quantidade
Aluguel	R\$ 3.000,00
IPTU	R\$ 100,00
Água	R\$ 200,00
Energia Elétrica	R\$ 400,00
Telefone	R\$ 150,00
Honorário Contador	R\$ 550,00
Pró-labore	R\$ 5.500,00
Manutenção de Equipamentos	R\$ 150,00
Salário + Encarg.	R\$ 2.934,14
Mat. Limpeza	R\$ 100,00
Mat. Escritório	R\$ 100,00
Combustível	R\$ 200,00
Serviços de Terceiros	R\$ 300,00
Depreciação	R\$ 597,22
Total	R\$ 14.281,36

6.12 Demonstrativo de Resultado

Receita Total	R\$ 59.600,00
(-) CMV	R\$ 16.025,00
(-) Impostos s/ Vendas	R\$ 13.112,00
(-) Gastos com Vendas	R\$ 5.378,90
1.Receita líquida	R\$ 25.084,10
2.Custos Variáveis Totais	R\$ 1.767,00
3. Margem de Contribuição (1-2)	R\$ 23.317,10
4. Custos Fixos Totais	R\$ 14.281,36
5. Resultado Operacional (3-4)	R\$ 9.035,74

6.13 INDICADORES DE VIABILIDADE

Ponto de Equilíbrio

Descrição	Valor
Custo Fixo Total (Qd. 5.11)	R\$ 14.281,36
Índice de Margem de Contribuição	R\$ 10,00
PE	R\$ 1.428,14

(*) Índice da Margem de Contribuição

Descrição	Valor
Receita Total (Qd. 5.5)	R\$ 59.600,00

Custo Variável Total (Qd. 5.6)	R\$ 1.767,00
Total	0,97

Lucratividade

Descrição	Valor
Lucro Líquido (Qd. 5.12)	R\$ 9.035,74
Receita Total (Qd. 5.5)	R\$ 59.600,00
Lucratividade	15,16

Rentabilidade

Descrição	Valor
Lucro Líquido (Qd. 5.12)	R\$ 9.035,74
Investimento Total (Qd. 5.1)	R\$ 14.281,36
Rentabilidade	R\$ 63,27

Prazo de Retorno do

Investimento

Descrição	Valor
Investimento Total	R\$ 110.978,76
Lucro Líquido	R\$ 9.035,74
Retorno de Investimento	12,28

7. PLANO FINANCEIRO II

7.1 Balanço Patrimonial

ATIVO		PASSIVO	
ATIVO CIRCULANTE		PASSIVO CIRCULANTE	
Banco	R\$ 31.518,64	Impostos a Pagar	R\$ 15.057,90
Clientes	R\$ 59.600,00		
Mercadorias	R\$ 3.975,00		
Imóveis	R\$ 4.000,00		
ATIVO NÃO CIRCULANTE		PASSIVO NÃO CIRCULANTE	
Máquinas e Equipamentos	R\$ 4.861,11	FINANCIAMENTO BANCÁRIO	R\$ 30.000,00
Móveis e utensílios	R\$ 4.791,67	PATRIMONIO LÍQUIDO	
Veículos	R\$ 14.750,00	Lucro Operacional	R\$ 9.035,74
Depreciação Acumulada	R\$ 597,22	CAPITAL SOCIAL	R\$ 70.000,00

TOTAL	R\$ 124.093,64	TOTAL	R\$ 124.093,64
--------------	----------------	--------------	----------------

8. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO

Quadro	Descrição	Cenário Provável		Cenário Pessimista		Cenário Otimista	
		Valor (\$)	(%)	Valor (\$)	(%)	Valor (\$)	(%)
5.1	1. Receita c/ Vendas	R\$ 50.000,00		R\$ 29.000,00		R\$ 70.000,00	
	2. Custos Variáveis totais	R\$ 1.200,00		R\$ 1.065,00		R\$ 2.075,33	
5.8	(-) CMV	R\$ 13.443,79		R\$ 7.797,39		R\$ 18.821,30	
5.7 - (Subtotal 1)	(-) Impostos s/ vendas	R\$ 11.000,00		R\$ 6.380,00		R\$ 15.400,00	
5.7 - (Subtotal 2)	(-) Gastos c/ vendas	R\$ 4.276,25		R\$ 2.480,22		R\$ 5.986,75	
	Subtotal 2	R\$ 21.279,96		R\$ 12.342,39		R\$ 29.791,95	
	3. Margem de Contribuição (1-2)	R\$ 22.479,96		R\$ 13.407,39		R\$ 31.867,28	
5.11	4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 14.281,36		R\$ 14.281,36		R\$ 14.281,36	
	5. Lucro/Prejuízo	R\$ 8.198,60		-R\$ 873,97		R\$ 17.585,92	

9. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

9.1 Análise da matriz F.O.F.A

	Fatores internos (controláveis)	Fatores externos (incontroláveis)
PONTOS FORTES	Forças <ul style="list-style-type: none"> • Boa imagem da empresa no mercado de calçados; • Boas parcerias com fornecedores; • Obediência às leis; • Diversidade de produtos; • Preço acessível. 	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Comércio eletrônico; • Alta da produção de couro; • Crescente demanda; • Aumento do poder de compra dos clientes; • Programa governamental de incentivo à exportação.
PONTOS FRACOS	Fraquezas <ul style="list-style-type: none"> • Reservas de capital baixas; • Ausência de lojas físicas em relação à concorrência; • Acúmulo de funções; • Baixos salários; • Funcionários pouco qualificados. 	Ameaças <ul style="list-style-type: none"> • Crise econômica; • Entrada de novos concorrentes; • Receio das pessoas em relação a compras virtuais; • Alteração de preços das matérias primas; • Carência de qualificação profissional.

Tabela 5: Análise da matriz F.O.F.A

10. CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

10.1 Avaliação do plano de negócios

Empreender envolve riscos, principalmente em meio a uma pandemia. Manter os funcionários engajados em meio a esse momento difícil é um dos principais desafios para que a empresa continue sendo promissora em seu ramo. Com base nas situações atuais, é necessário muito discernimento para poder alcançar o sucesso tanto para a empresa quanto para o funcionário. Para mantê-los engajados, a empresa Shoes and Sandals segue as práticas do Intraempreendedorismo – que tem como conceito o desenvolvimento dos colaboradores dentro da organização, dando-lhes a oportunidade de fazer com que suas ideias sejam implementadas e se traduzam em resultados para a empresa e para si. Nesse contexto, conseguimos criar um vínculo de maior confiabilidade e

parceria com nossa equipe, uma vez que, ouvindo-a estaremos dando a oportunidade de contribuir para melhorias e pontos a serem avaliados da empresa, promovendo qualidade de vida, oportunidade de crescimento profissional e geração de valores.

Para a ascensão e permanência do sucesso da empresa, faz-se necessário que os colaboradores envolvidos estejam satisfeitos com as atividades que desempenham obtendo com isso qualidade e excelência em todos os aspectos. Apesar de ser uma empresa de pequeno porte e os funcionários serem pouco qualificados, os mesmos têm oportunidades de crescimento profissional, pois a Shoes and Sandals procura valorizar os esforços de seus funcionários, estimular o desenvolvimento de suas habilidades e isso faz com que eles sejam motivados a investir no trabalho, trazendo resultados positivos para a empresa.

Diante da crise econômica que se assolou mundialmente, a empresa precisou experimentar um novo método de vendas para manter-se no mercado. Através das vendas on-line a empresa alcançou um elevado número de clientes em regiões diferentes, conseqüentemente elevando sua receita e diminuindo suas despesas, como por exemplo, o consumo de água, luz e etc.

A pandemia do novo coronavírus trouxe inúmeros desafios para diferentes setores da economia, impulsionando as empresas a se reinventarem, pois muitas delas agiam de forma obsoleta. Esse acontecimento provou que mesmo diante de uma fase ruim, é possível manter a saúde financeira da empresa através de novos métodos para a sobrevivência e sucesso financeiros.

11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRINDESSP – Estratégias promocionais: **6 ações para usar na sua empresa** – Disponível em: <https://www.brindessp.com.br/blog/estrategias-promocionais/> Acesso em: 16 Maio de 2021.

CONTÁBEIS – **O que é e como calcular o Payback** – Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/noticias/30249/o-que-e-e-como-calcular-o-payback/> Acesso em: 28 Mar de 2021.

CONTÁBEIS - Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/noticias/47108/pandemia-sete-em-cada-dez->

[empreendedores-fizeram-vendas-online-no-periodo-da-crise/](#) Acesso em: 13 Jun de 2021.

DANIEL ATACADO – Site disponível em: <https://www.danielatacado.com.br/> Acesso em: 14 Maio de 2021

GEDORE – **O que é ser empreendedor** – Disponível em: <http://www.gedore.com.br/blog/o-que-e-ser-empendedor/#:~:text=Numa%20vis%C3%A3o%20mais%20simplista%2C%20pode mos,%E2%80%93%20Filion%2C%201999%2C%20p>. Acesso em: 07 Mar de 2021.

INOVAÇÃO SEBRAE – Disponível em: <https://inovacaosebraeminas.com.br/> Acesso em: 13 Maio de 2021.

QUANTO SOBRA – **Lucratividade e rentabilidade** – Disponível em: <https://blog.quantosobra.com.br/lucratividade-e-rentabilidade/> Acesso em: 28 Mar de 2021.

SEBRAE – **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Como elaborar um plano de negócios** – Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/df/bis/manual-como-elaborar-um-plano-de-negocio_562e39a2ade2e510VgnVCM1000004c00210aRCRD Acesso em: 07 Mar de 2021.

SOULIER – Disponível em: <https://www.soulier.com.br/> Acesso em: 14 Maio de 2021.

TUDO MASTIGADINHO – **Ponto de equilíbrio contábil** – Disponível em: <http://tudomastigadinho.com.br/ponto-de-equilibrio-contabil/> Acesso em: 28 Mar de 2021.

TERRA EMPRESAS – Site disponível em: <https://www.terraempresas.com.br/?cdConvenio=CVTR00002029> Acesso em: 9 Maio de 2021.