

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROF. ARMANDO JOSÉ FARINAZZO
CENTRO PAULA SOUZA

Carlos Daniel Sautoreli Iashima
Fellype Gonçalves Souza Rodrigues
Lucas Kenji Sasaki Yashima
Victor Vieira de Souza

ABERTURA DE EMPRESA: NERD WORLD

Fernandópolis
2020

Carlos Daniel Sautoreli Iashima
Fellype Gonçalves Souza Rodrigues
Lucas Kenji Sasaki Yashima
Victor Vieira de Souza

ABERTURA DE EMPRESA: NERD WORLD

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de Técnico em Administração no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Ricardo Antonio Leal Soares.

Fernandópolis
2020

Carlos Daniel Sautoreli Iashima
Fellype Gonçalves Souza Rodrigues
Lucas Kenji Sasaki Yashima
Victor Vieira de Souza

ABERTURA DE EMPRESA: NERD WORLD

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de Técnico em Administração no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Ricardo Antonio Leal Soares.

Examinadores

Nome completo do examinador 1

Nome completo do examinador 2

Nome completo do examinador 3

Fernandópolis
2020

DEDICATÒRIA

Dedico a minha família que esteve comigo e me apoiou nessa jornada tão importante.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao professor Ricardo e a minha família por sempre estarem me ajudando nos momentos difíceis.

EPÍGRAFE

“O extraordinário está no que fazemos,
não em quem somos” (Game: Tomb
Raider)

RESUMO

A nerd world é uma empresa criada para satisfazer o desejo da ampla sociedade que se interessa pelo tema *geek*, somos uma opção para pessoas que preferem o entretenimento caseiro, inicialmente nossa loja será lançada on-line. trazendo um amplo catalogo para satisfazermos o público *geek* no geral, nossa loja foi criada pela falta de opção de compra atual, sem muitas opções decidimos tomar essa iniciativa para oferecermos uma extensa lista de itens sendo de entretenimento ou de coleção para o nosso público alvo. Após a realização de uma pesquisa quantitativa, identificamos que 99,56% acham viável uma loja com o tema, e apenas 0,44% disseram que não. Em relação aos produtos oferecidos pela nossa loja 65% do público votaram pela preferência do mangá, 12% *action figures*, 15 % jogos e HQ 8 %, pela nossa pesquisa a maior parte do público iriam comprar *mangás de animes*, e a menor taxa de votos foi nos HQ(História em quadrinhos),Com a grande aceitação tivemos a visão que a abertura seria totalmente possível.

Palavras-chave: *Geek*. Satisfação. Entretenimento.

ABSTRACT

Nerd world is a company created to satisfy the desire of the broad society that is interested in the geek theme, as an option for people who prefer home entertainment, initially our store will be launched online. Bringing a wide catalog to satisfy the geek audience in generates, our store was created due to the lack of current purchase option, without many options we decided to take this initiative to offer an extensive list of items for entertainment or collection to our target audience. After conducting a quantitative survey, we identified that 99.56% found a store with the theme viable, and only 0.44% said they did not. Regarding the products offered by our store, 65% of the public voted for the manga preference, 12% action figures, 15% games and HQ 8% For our research most of the public would buy manga from anime, and the lowest rate of faces was in the HQ (Comics). With the great acceptance we had the vision that the opening is totally possible.

Key words: Geek. Satisfy. Entertainment.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 01. Desligamento	38
Imagem 02. Desligamento.....	39
Imagem 03 da matriz BCG.....	45
Imagem 04 da matriz CVP.....	46

LISTA DE GRÁFICOS

Pesquisa I.....	59
Viabilidade da abertura de uma loja <i>geek</i>	59
Preço favorável aos clientes.....	60
Loja <i>on-line</i> ou física	60
Frequentaria a loja	60
Frequência da visita a loja.....	60
Pesquisa II.....	61
Infraestrutura do site	61
O que poderia ser mudado na infraestrutura do site	61
Viabilidade de um fórum para reclamações	61
Produto que mais consomem.....	62
Um aplicativo para a loja	62

LISTA DE TABELAS

Tabela 01. Maquinas e equipamentos.	50
Tabela 02. Estimativa de investimentos/Capital de giro.	50
Tabela 03. Investimentos pré-operacionais.	51
Tabela 04. Investimento Total.	52
Tabela 05. Estimativa do faturamento mensal.	52
Tabela 06. Estimativa com custos com matéria.	54
Tabela 07. Custos de comercialização.	54
Tabela 08. Custos dos funcionários.	55
Tabela 09. Despesas com depreciação.	56
Tabela 10. Estimativas de custos fixos mensais.	56
Tabela 11. Demonstrativo de resultado.	57
Tabela 12. Indicadores de viabilidade.	57

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Organograma da Nerd World	21
Quadro 02. Fornecedores da empresa.	23
Quadro 03. Gerente de compras	29
Quadro 04. Descrição do Cargo: Coordenador de TI ”	29
Quadro 05:Coordenador financeiro	30
Quadro 06. Coordenador administrativo	30
Quadro 07. Analise SWOT/CVP/BCG	44

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

LTDA – Limitada.

IE – Inscrição Estadual.

CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica.

PIS – Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio de Servidor Público.

COFINS – Contribuição para Financiamento de Seguridade Social.

IRPJ – Imposto sobre a Renda de Pessoa Jurídica.

ICMS – Imposto sobre Mercadoria e Circulação de Serviços.

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido.

TI – Técnico de Informática.

RH – Recursos Humanos.

CTPS – Carteira de Trabalho e Previdência Social.

CLT – Consolidação das Leis do Trabalho.

FGTS – Fundo de Garantia do Tempo de Serviço.

4Ps – Produto, Preço, Praça e Promoção.

SWOT – Strengths (Força), Weakness (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (ameaças).

CVP – Ciclo de Vida do Produto.

BCG – Boston Consulting Group (empresa que criou a matriz bcg).

HQ – História em quadrinhos.

DRE – Demonstrativo de Resultado do Exercício.

LISTA DE SÍMBOLOS

: – Alongamento do som

! – Exclamação

? – Interrogação, Pergunta

() – O que foi provavelmente dito (dúvida na transcrição)

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
CAPÍTULO I	18
1. Histórico	18
1.1. Missão	18
1.2. Visão	18
1.3. Valores	19
CAPÍTULO II	20
2. Apresentação da Empresa	20
2.1. Dados da Empresa	20
2.2. Forma Jurídica	20
2.3. Enquadramento Tributário	20
2.4. Contrato Social	21
2.5. Organograma da Empresa	21
CAPÍTULO III	22
3. Venda de Produtos	22
3.1 Fornecedores	22
3.1.1 Prospecção de Fornecedores:	22
3.1.3 Fornecedores da Empresa:	23
3.2 Layout	24
3.5 Capacidade de atendimento	24
3.6 Manutenção	24
3.6.1 Tipos de Manutenção:	25
3.6.2 Política de manutenção da empresa	26
CAPÍTULO IV	27
4.0 Gestão De Pessoas	27

4.1. Planejamento de Recursos Humanos.....	27
4.2. Descrição de Cargos e Salários.....	28
4.3. Recrutamento	31
4.3.1. Recrutamento Interno.....	31
4.3.2 Recrutamento externo	32
4.4 Seleção	32
4.5. Admissão.....	33
4.5.1. Contrato de Trabalho e registro na CTPS.....	33
4.5.2 Exames médico admissional.....	34
4.6. Integração.....	34
4.7 Treinamento.....	34
4.8. Benefícios.....	35
4.8.1. Sociais / Legais	35
4.9 Remuneração.....	36
4.9.3. Demonstrativo de pagamento/pró-labore	36
4.10. Avaliação de desempenho.....	37
4.13. Desligamento.....	37
4.14. Outsourcing	39
CAPÍTULO V.....	41
5. Planejamento de Marketing.....	41
5.1 Briefing	41
5.2. Definição do público alvo.....	41
5.4 O composto do Marketing.....	42
5.4.1 Produto:.....	42
5.4.2 Preço	42
5.4.3 Praça	43
5.4.4 Ponto De Venda	43
5.5 Analise SWOT/CVP/BCG	43
5.5.2. Matriz BCG / Matriz CVP	44
5.9 Definição de Marca	46
5.9.1 Uniforme.....	46

5.9.2 Manual de identidade visual	47
5.11 Planos de Fidelização	47
5.13 Responsabilidade social e Marketing verde.....	48
CAPÍTULO VI.....	49
6.0 Planejamento Financeiro.....	49
6.1. Investimento Fixo	49
6.1.1. Resumo do investimento físico	49
6.2. Investimento Financeiro.....	50
6.2.1. Estimativa de investimentos	50
6.2.2. Total de investimento financeiro	50
6.3. Investimentos pré-operacionais	51
6.3.1 Legalização.....	51
6.3.2. Dependências Físicas.....	51
6.3.3 Divulgação e treinamento	52
6.5. Estimativa do faturamento mensal.....	52
6.5.1. Elaboração do preço de venda	53
6.6 Estimativa do custo com materiais/insumos	54
6.7. Estimativa de custos de comercialização.....	54
6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra	55
6.9. Despesas com depreciação.....	56
6.10. Estimativa dos custos fixos mensais	56
6.11. Demonstrativo de resultados	57
6.12. Indicadores de viabilidade.....	57
6.12.1. Ponto de Equilíbrio.....	57
6.12.2. Lucratividade.....	57
6.12.3. Rentabilidade.....	58
6.12.4. Prazo de Retorno do Investimento.....	58
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64

INTRODUÇÃO

Com a falta de lojas de games e animes diversos em Fernandópolis, tivemos a grande ideia de implantar uma loja que venda produtos baseados neste tema, para que além de ser uma ideia inovadora atendemos a maioria dos gostos do nosso público alvo que seria dos 10 anos aos 40, pois muitas crianças, adolescentes e até adultos passam o tempo jogando vídeo game ou assistindo a alguns anime na internet.

E por meio da loja tudo ficaria mais fácil, podendo ter o jogo ou anime na loja física, ou até podendo pedir os produtos que deseja em casa, recebendo por entregas do mercado livre.

Uma das funções também é agradar as pessoas com seus personagens favoritos, e também fazer com que as pessoas introvertidas que passam muito tempo em casa, tenham vontade de procurar nossa loja e conhecer outras pessoas com os mesmos gostos.

Além desses benefícios, a nossa empresa pode também crescer no ramo que atua muito fácil, pois com toda a tecnologia que pode ser usada pra vendas e nosso desempenho, vai ser capaz de tornar realidade nossas metas, além da admiração de todos pelos mangás, animes e jogos, fazendo com que o nosso público alvo se manifeste e assim expandindo cada vez mais nossa empresa assim criando uma reputação e sendo mais fácil poder criar filiais pela região.

CAPÍTULO I

1. Histórico

Um grupo de amigos cansados de não conseguirem encontrar um produto bom para satisfazer a maioria dos públicos, decidiram abrir uma empresa tematizada e voltada ao tema geek.

Assim atraindo vários públicos, e também tendo a oportunidade de trabalhar com um tema que gostem e tenham conhecimento sobre o assunto.

1.1. Missão

Neste particular Scott; Jaffe; Tobe (1998, p. 62) registrara que:

A missão é a síntese de como os clientes veem a empresa, de como os empregados em seu grupo veem a empresa, de quais devem ser os produtos e serviços, de quem são os clientes e que Valores são agregados para eles, Ela também inclui como o ambiente maior percebe o seu propósito e o que realmente é feito. Ela é construída com Valores essenciais.

Missão: levar diversão e entretenimento de diversas áreas para os nossos consumidores para que eles tenham a incrível experiência ao comprar os nossos produtos.

1.2. Visão

Segundo Scott; Jaffe; Tobe (1998, p. 73) “A Visão é uma imagem mental poderosa do que queremos criar no futuro. Ela reflete aquilo com que nos preocupamos mais, representa uma expressão de como será nossa Missão e está em harmonia com nossos Valores e propósito.”

A Visão é planejar a abertura de novas filiais pelo mundo podendo assim garantir a experiência para que o público conheça nossos produtos mundialmente e para que todos conheçam e visitem nossa empresa.

1.3. Valores

Welch, (2005) relata sobre os valores, como o quanto são fáceis de compreender por sua funcionalidade e o quanto são importantes sendo um dos meios para poder garantir o sucesso da empresa.

Os nossos valores são:

- Ter respeito entre os funcionários
- Respeitar os nossos clientes
- Preservar o meio ambiente, por meio da reciclagem para os produtos que não serão mais utilizados.

CAPÍTULO II

2. Apresentação da Empresa

2.1. Dados da Empresa

Foi registrada com Razão Social Comércio Geek LTDA na Junta Comercial do Estado de São Paulo com o nome fantasia de Nerd World. O CNPJ 81.553.944/0001-98 e IE 358.761.832.154, localizada na Avenida Bento Miguel de Mendonça, nº322, Coester, Fernandópolis - São Paulo, CEP: 15600-000.

A Nerd World atuará no ramo de comércio de produtos *geek* como os *games*, mangás, filmes ou *animes*, além de *action figures* e também camisetas customizadas.

2.2. Forma Jurídica

Optamos pela Sociedade Limitada onde todos podem contribuir com 25% do capital social, sendo assim, todos possuem direitos e obrigações de igual importância, não sendo permitido que os bens pessoais de cada um se relacionem com os bens da empresa.

2.3. Enquadramento Tributário

Registrada na Junta Comercial, na forma jurídica Sociedade Limitada, com enquadramento tributário Lucro Presumido, atuando no setor de entretenimento. Desta forma, contribuindo PIS/COFINS 3,65%, IRPJ 15%, ICMS 18% e CSLL 9%.

2.4. Contrato Social

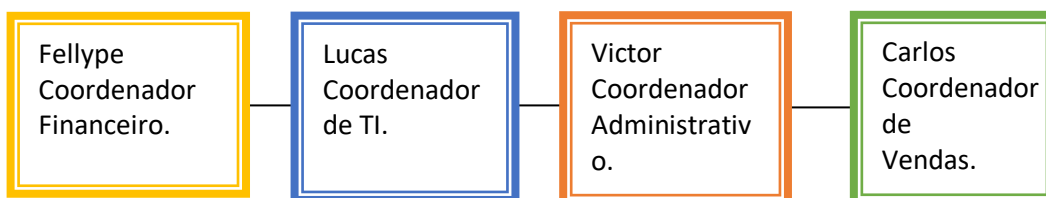
Segundo Rousseau (2003, p.31), contrato social é “Achar uma forma de sociedade que defenda e proteja com toda a força comum a pessoa e os bens de cada sócio, e pela qual, unindo-se cada um a todos, não obedeça, todavia, senão a si mesmo e fique tão livre como antes”.

Para ciência de nosso contrato social, vide apêndice 01.

2.5. Organograma da Empresa

Segundo Cury (1981, p.255) “Organograma é a representação gráfica simplificada da estrutura organizacional de uma instituição, especificando os seus órgãos, seus níveis hierárquicos e as principais relações formais entre eles”.

Quadro 01: Organograma da Nerd World



Fonte:(Dosautores,2020).

CAPÍTULO III

3. Venda de Produtos

Segundo, Kotler (1998, pg. 619) “o tempo em que tudo o que a força de vendas tinha de fazer era “vender, vender e vender” se foi. Hoje, o vencedor deve saber diagnosticar o problema do cliente e propor uma solução. Sua tarefa é mostrar como a empresa pode ajudar o cliente, atual ou potencial, a aumentar sua lucratividade.”

A palavra vender vem de transferir a propriedade em troca de pagamento convencionado.

O foco principal é sempre se colocar no lugar do cliente, entender suas necessidades e oferecer produtos e serviços que ele realmente precisa.

3.1 Fornecedores

Segundo Chiavenato (2006, p. 32):

“fornecedor de matérias-primas, de tecnologia ou serviços, que fornece ao negócio em troca de determinado lucro ou ganho; ele é o provedor das entregas (insumos) do negócio”.

Fornecedor é pessoa jurídica ou física, podendo ser pública ou privada, que exerce a atividade de comercialização de insumos ou serviços.

3.1.1 Prospecção de Fornecedores:

É de extrema importância a realização deste processo, pois garante o sucesso e também a qualidade dos produtos, a partir do momento que fazemos a busca de fornecedores de qualidade para a nossa empresa, evitando qualquer prejuízo por falta de qualidade ou de custo muito elevado.

A prospecção vai ser realizada por meio de telefone, pesquisa de internet, sites especializados e indicações.

3.1.3 Fornecedores da Empresa:

Quadro 02. Fornecedores da empresa.

Toyshow contato: (11) 3562-7117 www.toyshow.com.br Tipos de insumo: action figures, animes, acessórios de animes e entre outros
Amazon www.amazon.com.br Tipos de insumo: variedade de produtos de todos os gostos e todas as cores
Otaku sensei www.otakusensei.com.br Tipos de insumos: acessórios de animes, action figures e peças <i>hardware</i> para computadores
Saraiva www.saraiva.com Tipos de insumos: livros em geral com variedade de temas e preços, além de jogos e outros objetos eletrônicos
Pessoto Pessotomar@gmail.com Av. Líbero de Almeida Silveiras, 3045 - Bairro Coester, Fernandópolis - SP, 15600-000 TEL: (17) 3442-2725

Fonte: (Dos autores, 2020).

3.2 Layout

Segundo Paoleschi (2009, p.207)

O arranjo físico procura uma combinação otimizada das instalações industriais e de tudo que concorre para a produção, dentro de um espaço disponível. Visa harmonizar e integrar equipamento, mão de obra, material, áreas de movimentação, estocagem, administração, mão de obra indireta, enfim todos os itens que possibilitam uma atividade industrial.

Como a empresa vai ser on-line não terá o layout.

3.5 Capacidade de atendimento

Nossa empresa tem um atendimento bem organizado, e capaz de atender qualquer tipo de cliente, ou enfrentar qualquer tipo de problema em relação de atender ou vender algo para o cliente. Nossa empresa treina nosso funcionário para que ele saiba resolver qualquer tipo de problema que se deparar com isso

São treinados a atender o cliente da melhor forma para que além de fazer a venda, que ele seja bem atendido para que sinta vontade de voltar e comprar na loja novamente

3.6 Manutenção

Segundo Kardec e Nascif (2009, p. 11):

A atividade de manutenção precisa deixar de ser apenas eficiente para se tornar eficaz; ou seja, não basta, apenas, reparar o equipamento ou instalação tão rápido quanto possível, mas, principalmente, é preciso manter a função do equipamento disponível

para a operação, evitar a falha do equipamento e reduzir os riscos de uma parada de produção não planejada.

Manutenção é conservar, consertar e prevenir evitando falhas ou até mesmo quebra de algo.

Sendo a manutenção praticada constantemente na empresa, pois caso o equipamento quebre ou apresente defeitos em operação, o produto não apresentará o mesmo padrão de qualidade que poderia oferecer caso o equipamento não tivesse apresentado problemas, podendo gerar transtornos e prejuízos.

3.6.1 Tipos de Manutenção:

Manutenção planejada Redução significativa de tempo de parada não planejada; permite que a maior parte da manutenção nas máquinas e equipamentos possa ser planejada para ser executada quando os equipamentos não estão programados para produção;

Manutenção Corretiva; é a forma mais primária de manutenção, que consiste no ciclo “quebra repara” pois é o reparo do equipamento depois que o mesmo sofre algum dano.

Manutenção Preventiva; Como o próprio nome já diz, essa manutenção previne através de alguns estudos, possíveis danos que podem atrapalhar o desempenho dos equipamentos ou até mesmo ocasionar algum defeito nos mesmos.

Manutenção Preditiva; esse tipo de manutenção, assim como a anterior previne danos nos equipamentos, entretanto essa é feita através de acompanhamento de parâmetros diversos, permitindo a operação contínua do equipamento pelo maior tempo possível

Manutenção Detectiva; as ações de manutenção detectiva só devem ser feitas por pessoas da área de manutenção com treinamento para desempenhar essa função, junto ao profissional de operação, pois esse trabalho consiste em identificar as falhas ocultas para garantir o perfeito funcionamento dos aparelhos.

Manutenção não planejada a ausência de manutenções preventivas pode trazer graves consequências para a organização. Podemos dividi-las em duas classes, as manutenções corretivas não-planejadas e as manutenções ocasionais.

3.6.2 Política de manutenção da empresa

A Nerd World irá adotar a manutenção preventiva como política de manutenção, tendo os equipamentos prontos e todos preparados, além de prevenir possíveis danos nos equipamentos, evitando defeitos e também possível insatisfação dos clientes ao receberem os produtos danificados devido a má manutenção, também conservando os equipamentos para ter um menor custo, gastando com a manutenção do que comprando um novo produto.

CAPÍTULO IV

4.0 Gestão De Pessoas

De acordo com Fischer, modelo de gestão de pessoas é a maneira pela qual uma empresa se organiza para gerenciar e orientar o comportamento humano no trabalho. Um modelo de gestão de pessoas determina princípios e estratégias, práticas e políticas. Assim a gestão de pessoas tem como objetivos fazer com que o comportamento das pessoas na organização não faça com que a mesma venha a perder. Pois, "O comportamento das pessoas no trabalho pode interferir na preservação e na agregação de valor das empresas" (FISCHER, p.12).

Por meio da fala de Fischer, a gestão de pessoas é a maneira pela qual a empresa consegue se organizar para assim então gerenciar o comportamento humano no ambiente de trabalho. determinando princípios e estratégias, práticas e políticas. Assim a gestão de pessoas tem as finalidades de fazer com que os comportamentos não deixem a empresa em risco. Sendo "O comportamento das pessoas no trabalho pode interferir na preservação e na agregação de valor das empresas" (FISCHER, p.12).

Segundo Gil (2007, p. 60):

A gestão de Pessoas passa a assumir um papel de liderança para alcançar a excelência organizacional necessária para enfrentar desafios competitivos, tais como a globalização, a utilização das novas tecnologias e a gestão do capital intelectual.

4.1. Planejamento de Recursos Humanos

Sendo as áreas de atuação do RH fazendo a ligação entre empresa e funcionário, realizando a gestão dos mesmos, tendo como finalidade a busca de ambientes dentro da empresa favoráveis para todos os profissionais que ali se encontram para que haja um trabalho organizado, além do RH promover iniciativas para que possam incentivar os funcionários a trabalhar com mais garra e determinação e tendo como o planejamento de RH como uma importante ferramenta do setor de gestão de pessoas. Sendo necessário para o desenvolvimento de ações que contribuem com o bem-estar dos colaboradores e com o crescimento dos negócios. Além desse plano fazer a conciliação dos interesses da equipe e também das necessidades da corporação, para a realização do mesmo é necessário ter conhecimento dos planos estratégicos da empresa, e tendo as metas do empreendedorismo e da gestão ligados para assim conseguir fazer com que a empresa tenha uma boa organização e um trajeto certo para o crescimento.

Entre os itens de planejamento de recursos humanos estão:

- Recrutamento e seleção de novos membros para a equipe;
- Realizar treinamentos e desenvolvimento de pessoas;
- Rever estruturas e salários;
- Avaliar estratégias de liderança;
- Analisar benefícios oferecidos.

Gil (2007, p. 15) afirma que “O fim da Administração de Recursos Humanos, só poderá ocorrer após o fim de todas as outras áreas da Administração, pois todos os demais recursos das organizações são administrados por seus recursos humanos.”

A Nerd World está sempre ligada a gestão de pessoas, tanto com as metas, quanto com os treinamentos dos profissionais, além de iniciativas para além de conseguirmos o desempenho esperado da empresa, motivar os trabalhadores para que se empenhem ainda mais.

4.2. Descrição de Cargos e Salários

A Descrição de Cargos é o processo que consiste em determinar os elementos ou fatos que compõem um cargo.

Salário é uma Remuneração estabelecida pelo serviço prestado como pagamento acordado no contrato de trabalho.

Segundo Paschoal (1998, p. 13), “Administração de Cargos e Salários é uma especialização dentro da função Recursos Humanos que, por sua vez, é uma especialização dentro da administração”.

Quadro 03. Gerente de compras

Título do Cargo	Gerente de compras
Descrição do Cargo	É a pessoa responsável pela a compra e controle dos produtos vendidos
Escolaridade	Ensino Médio Completo. Curso profissionalizante de Técnico em Administração/Contabilidade.
Experiência Profissional	Ter experiência na área ou ter o curso técnico completo.
Relacionamento Humano	. Relacionar bem com o público em geral e sócios.
Conhecimentos necessários	Ter experiência na área ou ter o curso técnico completo.

Fonte: (Dos próprios autores, 2020).

Quadro 04. Descrição do Cargo: Coordenador de TI”

Título do Cargo	Coordenador de TI
Descrição do Cargo	Gerencia as atividades da área de Tecnologia da Informação, envolvendo a elaboração de projetos, implantação, racionalização e redesenho de processos, incluindo desenvolvimento e integração de sistemas, com utilização de alta tecnologia .
Escolaridade	Ensino Médio Completo. Curso superior; técnico na área de TI.

Experiência Profissional	Ter experiência na área ou ter o curso técnico completo.
Relacionamento Humano	. Relacionar bem com o público em geral e sócios
Conhecimentos necessários	Ter experiência na área ou ter o curso técnico completo.

Fonte: (Dos próprios autores, 2020).

Quadro 05: Coordenador financeiro

Título do Cargo	Coordenador financeiro
Descrição do Cargo	Coordena as atividades relativas as áreas de contas a pagar e receber, crédito e cobrança, tesouraria e faturamento. Acompanha fluxo de caixa e notas fiscais eletrônicas e negociação com instituições bancárias.
Escolaridade	.Ensino Médio Completo. Curso profissionalizante de Técnico em Administração/Contabilidade. Ter domínio em matemática básica e financeira.
Experiência Profissional	Ter trabalhado na área de no mínimo 6 meses
Relacionamento Humano	. Relacionar bem com o público em geral e sócios
Conhecimentos necessários	Ter domínio em matemática básica e financeira.

Fonte: (Dos próprios autores, 2020).

Quadro 06. Coordenador administrativo

Título do Cargo	Coordenador administrativo
Descrição do Cargo	Coordena, organiza e controla as atividades da área administrativa relativas à segurança patrimonial, arquivo, ouvidoria, secretaria, manutenção predial e atividades afins, definindo normas e procedimentos de atuação para atender as necessidades e objetivos da

	empresa.
Escolaridade	. Ensino Médio Completo. Curso profissionalizante de Técnico em Administração/Contabilidade. Ter domínio em matemática básica e financeira
Experiência Profissional	Ter trabalhado na área de no mínimo 6 meses
Relacionamento Humano	. Relacionar bem com o público em geral e sócios
Conhecimentos necessários	Conhecimento em toda área relacionada à administração e controles.

Fonte: (Dos próprios autores, 2020).

4.3. Recrutamento

O recrutamento é feito a partir das necessidades presentes e futuras de recursos humanos da organização. Consiste na pesquisa e intervenção sobre as fontes capazes de fornecer à organização um número suficiente de pessoas necessárias à consecução dos seus objetivos. É uma atividade que tem por objetivo imediato atrair candidatos dentre os quais serão selecionados os futuros participantes da organização. (CHIAVENATO, 2002 p. 198).

O recrutamento é o meio na qual as empresas podem chamar os candidatos e assim realizar a seleção daqueles que serão os colaboradores da empresa, com o recrutamento de pessoas agindo em questão das necessidades

Recrutamento é um conjunto de técnicas e procedimentos que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos e oferecer competências para a organização.

4.3.1. Recrutamento Interno

A divulgação de vagas em aberto dentro das empresas ou organizações, busca recrutar colaboradores com interesse em mudar de área buscando promoção, interesse profissional (CHIAVENATO, 2004, pág. 68).

Vantagens do Recrutamento Interno - de acordo com Carvalho e Nascimento (1997): “Recrutar pessoas conhecidas diminui o tempo de preenchimento da vaga.”

Não há investimento em treinamentos, pois os participantes deste processo já foram treinados;

Mostra chance de promoção a outros colaboradores;

Estimula a promoção profissional valorizando o pessoal que já está na empresa.

4.3.2 Recrutamento externo

Segundo CHIAVENATO, I, (1999), o recrutamento é externo quando, havendo uma determinada vaga, a organização tenta colmatar a mesma com candidatos externos que são atraídos pela organização através de técnicas de recrutamento. As técnicas de recrutamento são os métodos através dos quais a organização divulga a existência de uma oportunidade de trabalho junto às fontes de recursos humano mais adequadas. O que vai definir as técnicas são as fontes de recrutamento e as qualificações.

A nossa empresa não abre muitas vagas para recrutar pessoas externas, pois a gente prefere que pessoas de dentro da empresa que já conhece a empresa que seja funcionário de outro cargo se for preciso, mas funciona da seguinte forma, cada 6 meses abrimos 4 vagas externas seletivas, para que possamos recolher as melhores habilidades dos candidatos para que possamos aprovar ou reprovar, se ele passar nos testes em prol do cargo desejado ele está contratado

4.4 Seleção

A seleção de pessoas faz parte do processo de provisão de pessoal, vindo logo depois do recrutamento. O recrutamento e a seleção de recursos humanos devem ser tomados como duas fases de um mesmo processo: a introdução de recursos humanos na organização. Se o recrutamento é uma atividade de divulgação, de chamada, de atenção, de incremento da entrada, portanto, uma atividade positiva e convidativa, a seleção é uma atividade obstativa, de escolha, opção e decisão, de filtragem da entrada, de classificação e, portanto, restritiva (CHIAVENATTO, 2006, p. 185).

O processo de seleção da nossa empresa, também seria uma filtragem para obtermos os melhores funcionários para que possamos ter as melhores ideias e serviço.

4.5. Admissão

A função do recrutamento é a de suprir a seleção de pessoal com a matéria-prima básica (candidatos) para seu funcionamento adequado. Ambos – recrutamento e seleção – fazem parte de um processo maior que é o de suprir e prover a organização de talentos e competências necessários à sua continuidade e sucesso em um contexto altamente dinâmico e competitivo. (CHIAVENATO, 2009, p. 68).

Nossa empresa tem a admissão de novos funcionários passando por uma seleção de candidatos também para podermos eleger os melhores.

4.5.1. Contrato de Trabalho e registro na CTPS

O contratado de trabalho funciona depois da admissão do nosso funcionário passando por todo processo de admissão, pelo processo dos exames admissional entre outros, o registro na carteira de trabalho é conversado com o funcionário no mesmo dia do contrato de trabalho, ele concorda com os requisitos e cobrança que esperamos do seu desempenho e assina o contrato

4.5.2 Exames médico admissional

É por meio dele que é possível verificar a capacidade do candidato para a vaga de trabalho, detectando se ele tem as condições de saúde requeridas para exercer determinada atividade.

Exemplo de nossa empresa, um motorista para transportar nossas mercadorias, precisa enxergar bem para dirigir. Já um auxiliar de mecânica precisa estar com a mentalidade estável e saudável para que consiga desempenhar as funções plenamente.

Depois de feito o exame, é ter passado, o candidato está pronto para tua função

4.6. Integração

Finalizada a etapa de seleção, a gestão de recursos humanos inicializa o processo denominado programa de integração, uma vez que já foi estabelecido um contato. Esse trâmite caracteriza o início do programa de integração, que culmina na socialização dos novos funcionários (ARAÚJO, 2006).

Nossa empresa deverá ter a integração de novos membros, fazendo eles se socializarem entre si, para que possam se dar bem.

4.7 Treinamento

É um processo que iríamos passar conhecimentos tecnológicos sobre jogos e um conceito básico sobre entretenimento geek.

Segundo Marras (2009, p. 145),” treinamento é um processo de assimilação cultural a curto prazo, que objetiva repassar ou reciclar conhecimentos, habilidades ou atitudes relacionadas diretamente a execução de tarefas ou à sua otimização no trabalho.”

O recrutamento é feito a partir das necessidades presentes e futuras de recursos humanos da organização. Consiste na pesquisa e intervenção sobre as fontes capazes de fornecer à organização um número suficiente de pessoas necessárias à consecução dos seus objetivos. É uma atividade que tem por objetivo imediato atrair candidatos dentre os quais serão selecionados os futuros participantes da organização. (CHIAVENATO, 2002 p. 198).

o recrutamento na nossa empresa ia ser muito pautado em cima do perfil do entrevistado, uma pessoa com carisma e facilidade de lidar com o público que se interessam por entretenimento geek.

Baseado nos seus interesses geeks será passado um treinamento para cada funcionário novo

4.8. Benefícios

Segundo Chiavenato (1999), benefícios são recompensas não-financeiras baseadas no ato de um funcionário pertencer a organização e que são oferecidos para atrair e manter seus funcionários.

Os benefícios dos nossos funcionários serão basicamente recompensas do esforço de cada um integrante da equipe.

4.8.1. Sociais / Legais

Pela CLT, são obrigatórios os seguintes benefícios:

- FGTS;
- Vale Transporte;
- Férias;
- Décimo terceiro salário;
- Repouso semanal remunerado;
- Contribuição para previdência social;
- Salário família e

- Licença maternidade.

4.8.2. Espontâneos

A empresa por lei não é obrigada a ter esse tipo de benefícios, mas como queremos sempre nossos funcionários com 100% de capacidade tentamos ajudá-los com algumas coisas.

Bem haverá outros benefícios em nossa empresa como por exemplo: Assistência médica e odontológica, cestas básicas e programas de bem-estar e qualidade de vida.

4.9 Remuneração

Chiavenato (1999) afirma que a construção do plano de remuneração requer cuidados, pois provoca um forte impacto nas pessoas e no desempenho da organização pelos seus defeitos e consequências. O desenho do sistema de remuneração oferece dois desafios principais: de um lado, deve capacitar a organização para alcançar os seus objetivos estratégicos e, de outro lado, deve ser moldado e ajustado às características únicas da organização e do ambiente externo que a envolve.

Bem nossa remuneração iria ser baseada dependendo do lado do cargo e de quanto poderíamos oferecer a elas, assim não colocando a empresa a falência dando salários fora de cogitação, mantendo um equilíbrio em nossa empresa.

4.9.3. Demonstrativo de pagamento/pró-labore

O pró-labore será a forma utilizada para o pagamento dos quatro sócios administrativo, assim como os funcionários todos os sócios receberão o demonstrativo de pagamento conforme os valores combinados

4.10. Avaliação de desempenho

Segundo Chiavenato (1999, p. 195), “avalia o desempenho das pessoas através de fatores de avaliação previamente definidos e graduados.

E a nerd world irá avaliar seus funcionários da empresa de acordo com o microambiente da empresa, como está o desempenho de cada funcionário em seu respectivo cargo e como eles agem de acordo com determinada situação.

4.13. Desligamento

Segundo Machado 2004 apud Schirato, 2000, “visto que a demissão propriamente dita pode causar sentimentos traumáticos e dolorosos, podendo acarretar com que o colaborador se sinta descartável ou substituível. ”

Nossa empresa tem um sistema de desligamento que será feito da seguinte forma, o funcionário que for ser desligado ele assinará um documento, e passará por uma entrevista de desligamento.

Imagem 01. Desligamento
Entrevista de Desligamento

Nome: _____			Cargo: _____		
Superior: _____			Admissão: ___/___/___		Desligamento: ___/___/___
Natureza do Desligamento			Motivo do Desligamento		
Demitido ()	Demissionário ()	Aposentadoria ()			
Responda sim ou não às questões abaixo e, se for o caso, comente.		Sim	Não	Comentário	
Se dependesse de você, continuaria na empresa?					
Voltaria a trabalhar na empresa?					
Houve algum fato na empresa que o desagradou?					
Gostava de seu trabalho e sentia-se bem em fazê-lo?					
Considera os serviços prestados pela empresa importantes para a comunidade?					
Recebeu orientações em suas dificuldades no trabalho, bem como na compreensão dos regulamentos da empresa?					
Recebeu os equipamentos de segurança (EPI) adequados para desempenhar o seu trabalho?					
Como analisa a empresa quanto a:	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Comentário
Ambiente de trabalho					
Chefia (Relacionamento com seu chefe)					
Trabalho em equipe					
Comunicação					

Fonte: (Retirado da internet, 2020).

Imagem 02. Desligamento.

Como analisa a empresa quanto a:	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Comentário
Treinamento					
Reconhecimento					
Instalações					
Horário					
Salário					
Assistência Médica					
Vale alimentação					
Festas de confraternização/eventos em geral					
Bolsa de estudos					
Críticas ou sugestões:					
Parecer do entrevistador:					
Data e Assinatura do funcionário:				Data e Assinatura do entrevistador:	

Fonte: (Retirado da internet, 2020).

4.14. Outsourcing

Outsourcing é um termo inglês muito empregado no mundo dos negócios como conceito da terceirização.

Sérgio Pinto Martins (2001, p. 23), por seu turno, diz que:

Consiste a terceirização na possibilidade de contratar terceiro para a realização de atividades que não constituem o objeto principal da empresa. Essa contratação pode envolver tanto a produção de bens

como serviços, como ocorre na necessidade de contratação de serviços de limpeza, de vigilância ou até de serviços temporários.

CAPÍTULO V

5. Planejamento de Marketing

De acordo com Las Casas (2001, p. 18), “o plano de marketing estabelece objetivos, metas e estratégias do composto de marketing em sintonia com o plano estratégico geral da empresa”.

5.1 Briefing

Segundo S'antanna (1989, p.109), “chama-se briefing todas as informações preliminares que contém as instruções que o cliente fornece à agência para orientar os seus trabalhos.”

Nerd World, nossa empresa criada com intuito de agradar o pessoal que curte desenhos, animes, mangas e gibis, localizada em Fernandópolis-SP

Nossa empresa terá uma loja online, e uma outra loja física para que possam ir diretamente lá, para pegar seus produtos e aproveitarem nosso “espaço geek”.

5.2. Definição do público alvo

De acordo com Cobra (2002) o público alvo é um grupo de indivíduos que não são clientes da empresa, mas que influenciam ela por afetar a forma de organização econômica, social e política.

A Nerd world terá como foco de público alvo as crianças e os jovens, e alguns adultos que tiveram sua infância marcada pelos animes, na faixa etária entre 10 a 20 anos; de classe B, que se interessam por animes e jogos–*games e mangás* – contemporâneos; as pessoas que gostam de assisti-los para se divertir ou talvez desestressar de um dia complicado.

5.4 O composto do Marketing

Para Kotler e Armstrong (1993, p. 29) o composto de marketing é o grupo de variáveis controláveis de marketing que a empresa utiliza para produzir a resposta que deseja no mercado-alvo [...] consiste em ações que a empresa pode fazer para direcionar a demanda para seu produto.”

Estas variáveis são divididas em quatro diferentes grupos: Produto, Preço, Promoção e Praça e compõem os 4Ps do marketing.

5.4.1 Produto:

Nossa loja irá realizar a revenda dos seguintes produtos *action figures*, *cards*, roupas personalizadas, *mangás*, *light novels*, livros, quadrinhos, acessórios para cosplay, capas de celular, jogos, chaveiros e tabuleiros de *rpg(role playing games)*.

5.4.2 Preço

Nossos produtos irão variar de R\$ 20,00 a R\$ 500,00 por motivos de possuímos itens de coleção e autografados por autores renomados na área.

5.4.3 Praça

Nossa praça, ou o lugar onde será estabelecido a nossa loja ira ser online ou seja, será estabelecida no site <https://5fa0911bc881b.site123.me/>

5.4.4 Ponto De Venda

Peter (2000, p.368) acredita que é possível utilizar vários canais de distribuição. Para o autor o canal distribuição “é uma rede organizada de órgãos e instituições que executam todas as funções necessárias para ligar os produtores aos usuários finais, a fim de realizar a tarefa do marketing”.

como promoções utilizaremos como meio de propaganda, o pagamento a outros sites para transmitirem anúncios do nosso negócio

5.5 Analise SWOT/CVP/BCG

A análise SWOT é um método utilizado pela gestão para avaliar a empresa e diagnosticar as possíveis oportunidades, os pontos fortes, fraquezas e ameaças. Com a identificação desses pontos e possível elaborar estratégias e táticas para um plano de ação. (KOTLER; KELLER, 2006)

Quadro 07. Análise SWOT/CVP/BCG

Pontos Fortes Propagandas fáceis de serem publicadas Variedade de produtos para serem comprados Bom treinamento para atendimento Layout organizado para que os clientes tenham uma boa vista do site	Pontos Fracos Acaba de ser aberta pelas redes sociais Poucas pessoas tem interesse nos produtos
Oportunidades Parcerias com vários sites pra poder anunciar nossos produtos.	Ameaças Lojas do mesmo ramo de venda de produtos Poucas pessoas tem interesse nos produtos

Fonte: (Dos próprios autores, 2020).

5.5.2. Matriz BCG / Matriz CVP

A matriz BCG é um método gráfico que define e compara diferentes negócios ou produtos, baseada no volume, participação e crescimento do mercado, com o objetivo de se tomar as decisões estratégicas mais adequadas sobre cada produto ou negócio analisado.

Abaixo, imagem 03 da matriz BCG.



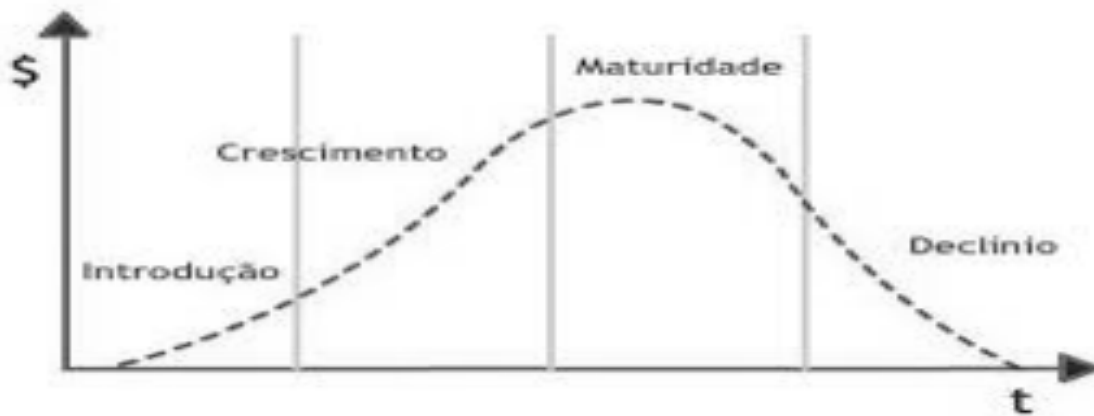
Fonte: (Retirado da internet, 2020).

A Nerd Word encontra-se na interrogação onde a pior característica é quanto ao fluxo de caixa, pois exige altos investimentos e apresenta baixo retorno sobre ativos e tem baixa participação de mercado. Nesse estágio é necessário criar estratégias de marketing e mercado para que o serviço cresça e assim avance para um produto “estrela”.

O CVP (Ciclo de Vida do Produto) é um modelo de como as vendas de um produto se comporta com o passar do tempo. É utilizado como base para se tomar decisões em relação a um produto.

O CVP assume que todo produto passará por etapas definidas de seu lançamento até sua descontinuação. Essas etapas são inspiradas no ciclo de vida biológico e levam os nomes: Introdução, Crescimento, Maturidade e Declínio.

Abaixo, imagem 04 da matriz CVP.



Fonte: (Retirado da internet, 2020).

Para sair da introdução/interrogação a Nerd World investirá sempre em novidades sobre o produto que vendemos, além de sempre procurar sobre os produtos que podem ser lançados para que possamos tanto de deixar os fãs atualizados sobre os nossos produtos, conseguimos fazer que a loja atraia novos clientes pelos produtos, e buscando sempre melhorar seu serviço fazendo com que conquiste clientes fiéis entrando assim na fase do crescimento/estrela chegando assim na maturidade/vaca leiteira.

A Nerd World irá utilizar de serviços terceirizados para segurança.

5.9 Definição de Marca

Pinho (1996, p. 14) define marca como "um nome, sinal, símbolo ou desenho, ou combinação dos mesmos, que pretende identificar os bens e serviços de um vendedor ou grupo de vendedores e diferenciá-los daqueles dos concorrentes".

Dessa forma nossa marca será única, para ter um significado forte para os concorrentes do nosso ramo.

5.9.1 Uniforme

Uniforme - O uniforme da nossa empresa é um uniforme " padrão " camiseta preta calça jeans comum e o logo da empresa no bolso direito da camiseta com o nome do funcionário no crachá

5.9.2 Manual de identidade visual

A identidade visual é essencial para uma empresa, pois expressa tudo o que a empresa é até mesmo de forma não verbal.

Segundo Alina Wheeler (2012, p. 14):

A identidade visual é uma das melhores parte, além de ser vista e poder causar uma impressão no público não só no público alvo mas também em todo mundo que está vendo, nossa empresa pensou muito para chegar até essa marca, para causar esse impacto nas pessoas.

- Preta: Elegância.
- Azul: sinceridade, lealdade, confiança e tranquilidade.
- Verde: energia, fertilidade, juventude e crescimento.
- Branco: segurança, pureza e limpeza

Para Kotler e Armstrong, (1993, p. 216), as decisões de preços de uma empresa são afetadas por muitos fatores internos e externos.

Os fatores internos incluem os objetivos de marketing da empresa, sua estratégia de mix de marketing, custos e organização. Os fatores externos incluem a natureza do mercado, a demanda, a concorrência e outros fatores ambientais.

5.11 Planos de Fidelização

Conforme afirma, Souki (2006, p.10): “fica cinco vezes mais barato manter os clientes que já conquistamos do que sair à procura de novos”.

Nossos planos de fidelização, será muito simples, a cada 2 compras a cima de 100 reais você ganha um vale de 25 reais para poder compra oque Quiser

da loja, isso fará com que o cliente possa sentir um certo prazer para comprar em nossa loja.

5.13 Responsabilidade social e Marketing verde

O principal objetivo do Marketing Social é o de diminuir ou eliminar problemas sociais, relacionados principalmente às questões de saúde pública, transportes, trabalho, educação, moradia e nutrição.

Sempre com o intuito de envolver a população em uma causa e elas funcionam justamente por não serem motivadas por interesses comerciais, mas sim de uma causa social.

Nosso marketing verde será realizado da seguinte forma. Produtos serão enviados através de caixas de papelão reciclável. Juntamente com caixas serão enviadas sementes de árvores e plantas para serem replantadas em bosques, florestas. Nossa empresa irá tentar o possível para preservar da melhor forma o meio ambiente

CAPÍTULO VI

6.0 Planejamento Financeiro

A organização é um sistema de decisões em que cada pessoa participa consciente e racionalmente escolhendo e decidindo entre alternativas mais ou menos racionais que são apresentadas de acordo com sua personalidade, motivações e atitudes. Os processos de percepção das situações e o raciocínio são básicos para a explicação do comportamento humano nas organizações: o que uma pessoa aprecia e deseja influencia o que se vê e interpreta, assim como o que se vê e interpreta influencia o que aprecia e deseja. Em outros termos, a pessoa decide em função de sua percepção das situações. Em resumo, as pessoas são processadores de informação, criadoras de opinião e tomadoras de decisão (CHIAVENATO, 2003, p. 348).

6.1. Investimento Fixo

De acordo com *Maikon Richardson* no site do SEBRAE os investimentos fixos são aqueles cujo valor não é afetado pelo volume total de produção ou de vendas da empresa. Isso significa que os montantes permanecem os mesmos, independentemente de a empresa estar vendendo muito ou pouco. Como exemplo é o aluguel do ponto comercial, salário de colaboradores, etc.

Ou seja, o investimento fixo corresponde a todos os bens que você deve comprar para que seu negócio possa funcionar de maneira apropriada.

6.1.1. Resumo do investimento físico

Tabela 01: Máquinas e Equipamentos

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Computadores	4	R\$ 884,50	R\$ 3.538,00
Impressora	1	R\$ 299,90	R\$ 299,90
Impressora de Nota Fiscal	1	R\$ 617,41	R\$ 617,41
SUBTOTAL			R\$ 4.455,31

Fonte: (Dos próprios autores, 2020).

6.2. Investimento Financeiro

O investimento financeiro da empresa é o capital aplicado com o objetivo de ter uma base para o início de suas atividades para que ela não venha a fracassar e a longo prazo o investimento retorna.

6.2.1. Estimativa de investimentos

Nós anunciaremos produtos de várias lojas e sites, como mercado livre e etc, mas também deixaríamos várias opções para que mandassem fazer ou encomenda

Nós anunciaremos produtos de várias lojas e sites, como mercado livre e etc, mas também deixaríamos várias opções para que mandassem fazer ou encomendar, com isso não possuiríamos um estoque ou local físico para guardar produtos e não teríamos despesa com um espaço físico.

Tabela 02: Estimativa de Capital de Giro

Descrição	Total
Reserva de Caixa (Cobertura dos Custos)	R\$ 50.000,00

Fonte: (Dos próprios autores, 2020)

6.2.2. Total de investimento financeiro

Já que não possuímos um estoque, pois não precisamos de um, seria só o investimento total do capital de giro no caso 50.000,00 (cinquenta, mil, reais)

6.3. Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais são todos os gastos realizados antes do início da empresa, antes que o negócio abra e comece a faturar. Como exemplo despesas com reforma de imóveis, taxas para registro e legalização da empresa, entre outros.

Tabela 03: Investimentos Pré-operacionais

Investimentos Pré-Operacionais		Total
	R\$	1.500,00
Treinamento	R\$	5.000,00
Divulgação		
Outras despesas	R\$	10.000,00
TOTAL	R\$	16.500,00

Fonte: (Dos próprios autores, 2020)

6.3.1 Legalização

não terá despesas pois será uma loja virtual que apenas atenderá custos ao da empresa que forneceu um site para nós

6.3.2. Dependências Físicas

Para o espaço online da empresa calculamos um gasto de R\$ 30,00 (trinta reais) mensais , para a abertura do site e anuncio de produtos, pois queremos apresentar a nossos clientes um site inovador e aconchegante.

6.3.3 Divulgação e treinamento

divulgação, ao todo juntamos cinco mil reais para divulgarmos nossa loja, em vídeos de alguns *youtubers*, *sites* como facebook e variados e temos um treinamento online para os funcionários para que eles aprendam a configurar e gerenciar o site da nossa loja virtual.

6.4 Estimativa do Investimento Total

A tabela abaixo, tabela n° 4, está descrevendo o que será investido para a abertura da Nerd World

Tabela 04: Investimento Total

Descrição	TOTAL
Estimativa dos Investimentos Fixos	R\$ 4455,31
Estimativa dos Investimentos Financeiros	R\$ 50.000,00
Estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 15.000,00
TOTAL	R\$ 70.955,31

Fonte: (Dos próprios autores, 2020)

6.5. Estimativa do faturamento mensal

A tabela abaixo, tabela n° 5, está discriminando a previsão de faturamento de 1 (um) mês da Nerd World.

Tabela 05: Estimativa do Faturamento

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário	Faturamento Total
<i>Mangás</i>	10000	R\$ 13,00	R\$ 130.000,00
<i>HQS</i>	200	R\$ 15,00	R\$ 3.000,00

Jogos	100	R\$	40,00	R\$	4.000,00
Action Figures	70	R\$	50,00	R\$	3.500,00
TOTAL				R\$	140.500,00

Fonte: (Dos próprios autores, 2020)

6.5.1. Elaboração do preço de venda

O preço de venda da Nerd World foi calculado através dos gastos que teremos como despesas com funcionários e despesas mensais que somam R\$ 140.500,00

Apurando o faturamento anual da empresa de R\$ 1.686.000,00 e faturamento mensal de R\$ 140.500,00, foi feito o seguinte cálculo:

$$15.205,12/140.500,00 \times 100 = 10.82\%$$

Somando as porcentagens da empresa que incluem: lucro de 3%, gasto com impostos do PIS/COFINS 3,65%, IRPJ 15%, ICMS 18%, CSLL 9%, obtemos uma porcentagem de 48,65%.

Para encontrarmos o mark-up, o seguinte cálculo foi feito:

$$48,65\% + 10,82\% = 59,47\% - 100 = -40,53 / -100 = 0,4053 = 0,40$$

Abaixo segue um exemplo de como foi calculado o preço de venda de um produto.

Um mangá tem de custo R\$ 5,00. Quando pegamos esse valor dividido pelo *mark-up* de 0,40, obtido no cálculo acima, temos um preço de venda de R\$ 12,05.

A partir desse valor podemos acrescentar o valor que desejarmos, não fugindo do valor de mercado. Portanto decidimos que o nosso mangá custará para o cliente R\$13,00. O mesmo foi aplicado para os outros produtos.

6.6 Estimativa do custo com materiais/insumos

Tabela 06: Estimativa do Faturamento

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Custo Unitário		CMV
<i>Mangás</i>	10000	R\$	5,00	R\$ 5.000,00
<i>HQS</i>	200	R\$	10,00	R\$ 2.000,00
Jogos	100	R\$	15,00	R\$ 1.500,00
<i>Action Figures</i>	70	R\$	20,00	R\$ 1.400,00
TOTAL				R\$ 9.900,00

Fonte: (Dos próprios autores, 2020)

6.7. Estimativa de custos de comercialização

A tabela abaixo, tabela n° 7, demonstra o que será pago de imposto do Lucro presumido, tendo PIS/COFINS 3,65%, ICMS 18%, IRPJ 15% e CSLL 9%.

Tabela 07: Custo de Comercialização

Descrição	BBase de Cálculo	Valores
ICMS	R\$140.500,60	R\$ 25.290,00
PIS/COFINS	R\$140.500,60	R\$ 5.0128,25
IRPJ	R\$ 44.960,00	R\$ 6.744,00
CSLL	R\$ 44.960,00	R\$ 4.0460,40
TOTAL		R\$ 41.208,65

Fonte: (Dos próprios autores, 2020)

6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra

A tabela abaixo, tabela n° 8, demonstra o salário dos funcionários e os encargos que a empresa deverá pagar.

No caso todo mundo irá receber a mesma quantidade de renda monetária pois a empresa foi criada como uma sociedade e todos investiram a mesma quantia monetária e tem partes iguais na empresa

Tabela 08: Custo de Mão de Obra

Função	Nº de Funcionários	Salário Total
Coordenador de TI	1	R\$ 3.783,78
administrador	1	R\$ 3.783,78
Gerente de compra	1	R\$ 3.783,78
Coordenador Financeiro	1	R\$ 3.783,78
Tabela 08: Custos com Mão-de-obra		
TOTAL DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA		R\$ 15.315,12

Fonte: (Dos próprios autores, 2020)

6.9. Despesas com depreciação

Na tabela abaixo, tabela nº 9, apresenta os valores que será poupado para a troca e manutenção dos equipamentos, máquinas, móveis e utensílios da empresa.

Tabela 09: Custos com Depreciação

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida Útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 4.455,31	10	R\$ 445,53	R\$ 37,13
TOTAL				R\$ 37,13

Fonte: (Dos próprios autores, 2020)

6.10. Estimativa dos custos fixos mensais

Custos fixos são aqueles que não sofrem alteração, independente da variação das vendas, e, todo mês são contabilizados. Alguns custos podem variar de valor de acordo com mudanças nas legislações, os reajustes, como por exemplo, salário dos funcionários, aumento nas contas de água, luz e telefone.

Tabela 10: Custos Fixos Mensais

Descrição	Custo Total Mensal	
Pró-Labore	R\$	15.135,12
Manutenção dos Equipamentos/ Sistema	R\$	500,00
Material de escritório	R\$	150,00
Taxas Diversas	R\$	100,00
Máquina de cartão/Juros	R\$	40,00
Propaganda	R\$	1.500,00
TOTAL	R\$	17.425,12

Fonte: (Dos próprios autores, 2020)

6.11. Demonstrativo de resultados

Tabela 11: D.R.E (Demonstrativo de Resultado do Exercícios)

Descrição	Valor	Índice	%
Receita Total com Vendas	R\$ 140.500,00		
Custos Variáveis Totais	R\$ 9.900,00	0,07	7,04
Margem de Contribuição	R\$ 130.600,00	0,93	93,00
Custos Fixos Totais	R\$ 17.425,12	0,12	12,04
Lucro do Exercício	R\$ 113.174,88	0,80	80,40

Fonte: Os autores.

6.12. Indicadores de viabilidade

Tabela 12: Indicadores

Ponto de Equilíbrio	R\$ 17.425,12	
Lucratividade	80,40%	
Rentabilidade	32,88%	
Prazo de Retorno do Investimento	1	Meses
	0,1	Anos

Fonte: Os autores.

6.12.1. Ponto de Equilíbrio

O indicador acima, tabela nº 12, demonstra quanto a empresa necessita faturar para que sua receita iguale a suas despesas, ou seja sem nenhum ganho, ponto de equilíbrio da empresa Nerd Word será R\$ 17.425,12

6.12.2. Lucratividade

De acordo com Sebrae a Lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sob a forma de valor percentual e que indica qual é o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve.

A lucratividade da Nerd World será de 80,40%, isso significa que a cada R\$ 100,00 reais vendidos sobrarão R\$ 80,40.

6.12.3. Rentabilidade

A rentabilidade e o retorno do capital investido na abertura da empresa, a Nerd World apresenta o indicador de 32,88%.

6.12.4. Prazo de Retorno do Investimento

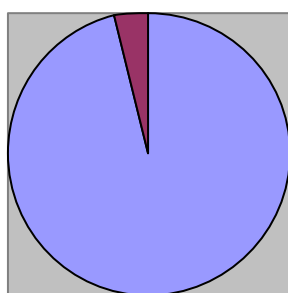
Este indicador representa quanto tempo levará para que o capital investido na abertura da empresa retorne aos sócios.

A Nerd World tem o prazo de retorno de 1 meses e 0,1 ano, ou seja, em um mês o capital investido retornará aos seus sócios.

PESQUISA SOBRE A ABERTURA DA EMPRESA

Pesquisa I

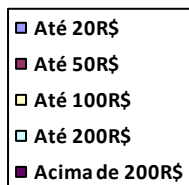
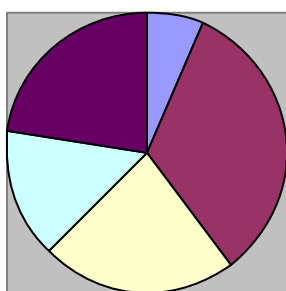
1. Você acha viável a abertura de uma loja geek?



- 106 pessoas votaram na opção “Sim.”
- 4 pessoas votaram na opção “Não.”

Fonte: (Dos autores, 2020).

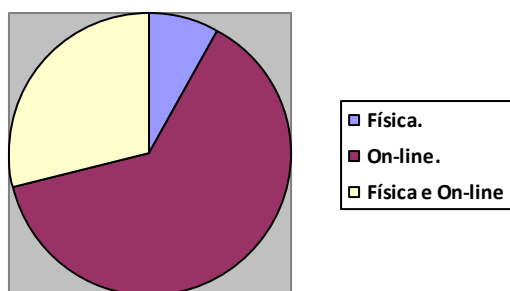
2. Quanto você estaria disposto a pagar por nossos produtos?



- 7 pessoas votaram na opção “Até 20R\$”
- 35 pessoas votaram na opção “Até 50R\$”
- 24 pessoas votaram na opção “Até 100 R\$”
- 16 pessoas votaram na opção “Até 200 R\$”
- 25 pessoas votaram na opção “Acima de 200 R\$”

Fonte: (Dos autores, 2020).

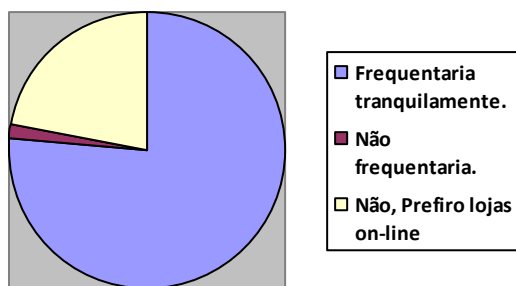
3. Gostaria que a loja fosse on-line ou física?



- 13 pessoas votaram na opção “Física”
- 49 pessoas votaram na opção “On-line”
- 45 pessoas votaram na opção “Física e On-line”

Fonte: (Dos autores, 2020).

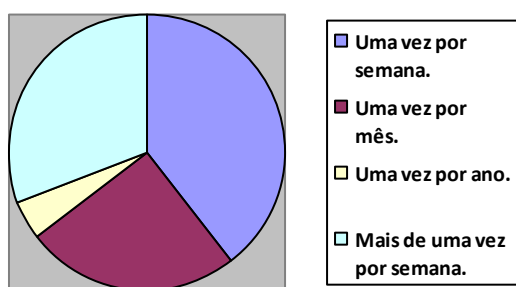
4. Você frequentaria a nossa loja?



- 75 pessoas votaram na opção “Frequentaria tranquilamente.”
- 2 pessoas votaram na opção “Não frequentaria.”
- 30 pessoas votaram na opção “Não, prefiro lojas on-line”

Fonte: (Dos autores, 2020).

5. Com qual frequência você iria nos visitar?

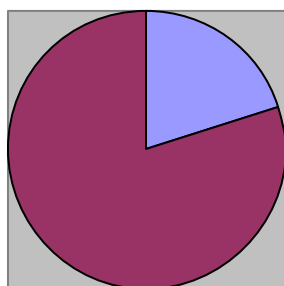


- 41 pessoas votaram na opção “Uma vez por semana”
- 26 pessoas votaram na opção “Uma vez por mês”
- 5 pessoas votaram na opção “Uma vez por ano.”
- 33 pessoas votaram na opção “Mais de uma vez por semana.”

Fonte: (Dos autores, 2020).

PESQUISA II

1. Nossa infraestrutura do site está adequada ou precisa de mudanças?

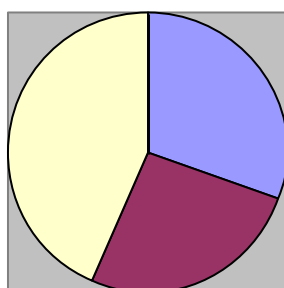


■ Sim, precisa de algumas mudanças
■ Não, está ótimo assim.

- 23 pessoas votaram na opção “Sim, precisa de algumas mudanças.”
- 90 votaram na opção “Não, está ótimo assim.”

Fonte: (Dos autores, 2020).

2. Se sim, o que você pensa que deveria mudar?

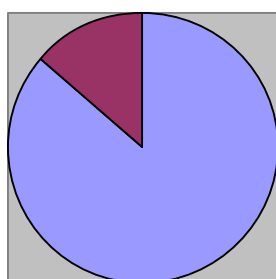


■ Nosso esquema básico.
■ Como são apresentados os produtos.
■ Nosso layout.

- 7 pessoas votaram na opção “Nosso esquema básico”.
- 6 pessoas votaram na opção “Como são apresentados os produtos”.
- 10 votaram na opção “Nosso layout”.

Fonte: (Dos autores, 2020).

3. Você acha viável a abertura de fórum para as reclamações?

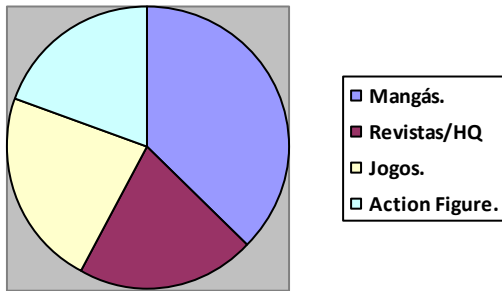


■ Sim.
■ Não,

- 19 pessoas votaram na opção “Sim”.
- 3 pessoas votaram na opção “Não”.
- 4. Que tipo de conteúdo mais gosta de consumir?

Fonte: (Dos autores, 2020).

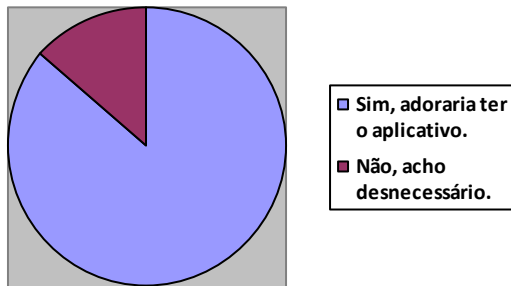
4. Que tipo de conteúdo mais gosta de consumir?



- 42 pessoas votaram na opção “Mangás”
- 23 pessoas votaram na opção “Revistas/HQ”
- 26 pessoas votaram na opção Jogos
- 2 pessoas votaram na opção *Action Figure*

Fonte: (Dos autores, 2020).

5. Você gostaria de ter um aplicativo para nossa loja?



- 95 pessoas votaram na opção “Sim, adoraria ter o aplicativo.
- 15 pessoas votaram na opção “Não, acho desnecessário.

Fonte: (Dos autores, 2020).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A empresa Nerd World, foi criada a o intuito de somente agradar determinado público, não uma empresa para ser gigante no mercado e gerar fortunas, depois de fazermos passo a passo na empresa, pesquisarmos, procurarmos e sabermos, descobrimos que uma empresa geek seria viável, caso queira agradar seus gostos e ter uma quantia um tanto quanto relevante, mas essa ideia foi mudada quando tivemos a noção do quanto podemos ajudar e obter ajuda por todas as pessoas que tem conhecimento e gostam do mesmo assunto que a gente, que são os variados jogos, animes, mangás e outros.

Contudo a Nerd Word tem sim suas grandes vantagens tendo estimativas muito boas e prosperas, tendo contas superpositivas contando com uma lucratividade de 80,40%, rentabilidade de 32,88%, com um prazo de retorno de dois meses e meio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

_____. **Recursos humanos: o capital humano das organizações**. 8. ed., São Paulo: Atlas, 2006.

_____. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

_____. **Recursos humanos**. 7 ed. Comp. São Paulo: Atlas, 2002

_____. **Empreendedorismo Dando asas ao espírito Empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2006.

_____. **Remuneração, benefícios e relações de trabalho: como reter talentos organização**. São Paulo: Manoele, 2009.

MARTINS, Sergio Pinto. **O pluralismo do direito do trabalho**. São Paulo: Adas, 2001.

CURY, A. **Organização e Métodos - Uma Visão Holística**. São Paulo, Atlas-1981.

FISCHER, A.L.; ARELLANO, E.B.; REIS, G.G.(et al). **As Pessoas na Organização**. 13ª ed. São Paulo: Gente, 2002.

KARDEC, A.; NASCIF J. **Manutenção: função estratégica**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark Petrobrás, 2009.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil Ltda, 1993.

_____. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5º. ed. São Paulo:Atlas, 1998

_____. KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo:Pearson Prentice Hall, 2006.

PAOLESCHI, B. **Logística industrial integrada: Do planejamento, produção, custo e qualidade à satisfação do cliente.** 2º ed. São Paulo: Érica, 2009.

PINHO, J.B. **O Poder das Marcas.** São Paulo: Summus Editorial, 1996.

SANT'ANA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática.** São Paulo: Cengage Learning, 1989.

_____. **Introdução à Teoria Geral da Administração.** 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SCOTT, Cynthia; D.; JAFFE, Denny T.; TOBE, Glenn R. **Visão, Valores e Missão Organizacional: contruindo a organização do futuro.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

APÊNDICES

Apêndice 01 – Contrato Social da Nerd World

CONTRATO SOCIAL – SOCIEDADE LIMITADA

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DA Nerd World

1. CARLOS DANIEL SAUTORELI IASHIMA, brasileiro, solteiro, coordenador de compras, portador do CPF nº 357.994.448-76 e do RG 40.304.898-9, residente e domiciliado na Rua Bento Miguel de Mendonça nº322, Coester, Fernandópolis - São Paulo, CEP: 15600-000.

2. Fellype Gonçalves Sousa Rodrigues, brasileiro, solteiro, diretor financeiro, portador do CPF nº 494.552.728-81 e do RG 59.664.262-3, residente e domiciliado na Rua Antônio Fortunato Pereira 421 Ouro este/Arabá- São Paulo, CEP 15600000

3) LUCAS KENJI SASAKI IASHIMA, brasileira, solteiro, coordenador de TI, portadora do CPF nº 237.690.978-31 e do RG 57.232.649-X, residente e domiciliada na Rua José Antônio Figueiredo nº 974, Fernandópolis - São Paulo, CEP: 15603-054.

4. VICTOR VIEIRA DE SOUZA, brasileiro, solteiro, faturista, portadora do CPF 584.463.238- 92 nº e do RG 39607788-2 residente e domiciliado na Rua Carlos santesso nº 256 Jardim Santa Bárbara , Fernandópolis -São Paulo, CEP: 15600-000.

Constituem uma sociedade limitada mediante as seguintes cláusulas:

1ª - A sociedade girará sob o nome empresarial NERD WORD LTDA e terá sede e domicílio na , Rua Bento Miguel de Mendonça nº 322, Coester, na cidade de Fernandópolis – SP, CEP: 15600-000;

2ª - Seu objeto social será uma Loja on-line

3ª - O capital social será de R\$ (setenta mil novecentos e cinquenta e cinco reais e trinta e um centavos) dividido em 70.955,31 (setenta mil novecentos e cinquenta e cinco reais e trinta e um centavos) quotas no valor nominal de R\$ 1,00 (um real), cada uma, subscritas

3.1 e integralizadas, neste ato, em moeda corrente do País, pelos sócios:

Carlos Daniel Sautoreli Iashima nº de quotas R\$ 17.738,82 R\$ 17.738,82

Fellype Gonçalves Sousa Rodrigues nº de quotas R\$ 17.738,82 R\$ 17.738,82

Lucas Kenji Sasaki Yashima nº de quotas R\$ 17.738,82 R\$ 17.738,82

VICTOR VIEIRA DE SOUZA nº de quotas R\$ 17.738,82 R\$ 17.738,82

Total nº de quotas R\$ 70.955,31 R\$ 70.955,31

3.2 que serão integralizadas até 21/12/2017, em moeda corrente do País, a partir de 02/11/2017 sendo distribuídas conforme segue:

Carlos Daniel Sautoreli Iashima nº de quotas R\$ 17.738,82 R\$ 17.738,82

Fellype Gonçalves Sousa Rodrigues nº de quotas R\$ 17.738,82 R\$ 17.738,82

Lucas Kenji Sasaki Yashima nº de quotas R\$ 17.738,82 R\$ 17.738,82

VICTOR VIEIRA DE SOUZA nº de quotas R\$ 17.738,82 R\$ 17.738,82

Total nº de quotas R\$ 70.955,31 R\$ 70.955,31

4ª - A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

5ª - As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço, o direito de preferência para sua aquisição se

postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª - A sociedade iniciará suas atividades em 01/01/2021.

7ª - A administração da sociedade caberá CARLOS DANIEL SAUTORELI IASHIMA , Fellype Gonçalves Sousa Rodrigues, Lucas Kenji Sasaki Yashima e VICTOR VIEIRA DE SOUZA com os poderes e atribuições de representar a sociedade em juízo ou fora dele, obrigar a sociedade, firmar contratos, abrir contas bancárias, e tudo o mais que se fizer necessário a sua gestão, podendo os sócios assinar na forma isoladamente ou em conjunto (a empresa que deverá decidir se as atribuições designadas aos sócios deverão ser feitas de forma isolada ou em conjunto), autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª - Ao término de cada exercício social, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

9ª - Fica eleito o foro de Fernandópolis/SP para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

10ª - (Os) Administrador (es) declara(m), sob as penas da Lei, de que não está(ão) impedido(s) de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. (art. 1.011, § 1º, CC/2002).

E por estarem assim justos e contratados, assinam o presente instrumento em 4 vias, na presença de duas testemunhas.

Fernandópolis – SP, 02 de novembro de 2020.

CARLOS DANIEL SAUTORELI IASHIMA

FELLYPE GONÇALVES SOUSA RODRIGUES

LUCAS KENJI SASAKI YASHIMA

VÍCTOR VIEIRA DE SOUZA

Testemunhas:

TESTEMUNHA A

TESTEMUNHA B