

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
Etec TRAJANO CAMARGO
CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

LARISSA BARBOSA RODRIGUES
LETHÍCIA BARBOSA RODRIGUES
TAMIRES MISTIERI PEREIRA CUNHA

ABERTURA DE E-COMMERCE LITERÁRIO

LIMEIRA – SP

2021

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

Etec TRAJANO CAMARGO

CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

LARISSA BARBOSA RODRIGUES

LETHÍCIA BARBOSA RODRIGUES

TAMIRES MISTIERI PEREIRA CUNHA

ABERTURA DE E-COMMERCE LITERÁRIO

Trabalho de conclusão de curso, apresentado à Banca Examinadora, como exigência parcial para obtenção de título de Técnico em Administração, da Escola Técnica Trajano Camargo de Limeira, sob a orientação do Professor Carlos Schmidt.

LIMEIRA - SP

2021

AGRADECIMENTOS

Queremos agradecer aos professores que nos auxiliaram para a realização deste trabalho, à família e aos amigos que nos motivaram e que responderam à pesquisa. Sem vocês, esta jornada não estaria completa.

RESUMO

Este trabalho se refere a um projeto para abertura de uma livraria online destinada ao público jovem de baixa renda. Ele mostra uma pesquisa a respeito do índice de leitura no Brasil, indicando o público-alvo e os passos para abertura de um negócio.

Palavra-chave: livraria online, público jovem, baixa-renda.

ABSTRACT

This paper refers to a project to open a bookstore website destined for low-income young people. The paper also shows a research about the cities reading rate in Brazil, indicating target audience and the steps to open a business.

Keyword: bookstore website, young people, low-income.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
1.1. Objetivo Geral.....	7
1.2. Objetivo Específico.....	7
1.3. Justificativa.....	8
1.4. Metodologia.....	8
1.4.1. Identificação de Oportunidade.....	9
1.4.2. Plano de Negócio.....	9
1.4.3. Captação de Recursos.....	9
1.4.4. Gerenciamento.....	10
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
2.1. Sumário Executivo.....	11
2.2. Análise de Mercado.....	11
2.3. Plano de Marketing.....	11
2.4. Plano Operacional.....	12
2.5. Plano Financeiro.....	12
3. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	13
4. DESENVOLVIMENTO.....	16
4.1. Desenvolvimento das Etapas do Plano de Negócio.....	16
4.1.1. Aspectos Jurídicos.....	16
4.1.2. Missão.....	16
4.1.3. Aspectos Operacionais.....	16
4.1.4. Processo Operacional.....	16
4.2. Análise de Viabilidade Financeira e Econômica.....	16
4.2.1. Capital Inicial.....	16

4.2.2. Receitas, Custos e Despesas.....	16
4.3. Análise S.W.O.T.....	17
5. IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE RECURSOS.....	17
6. GESTÃO DE PROJETOS.....	18
6.1. Escopo.....	18
6.2. Qualidade.....	18
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS (CONCLUSÃO).....	19

1. INTRODUÇÃO

Devido a crescente taxa de pessoas que leem e que começaram a ler, tanto por causa da pandemia, quanto por já terem este hábito, e também, a dificuldade de muitos não obterem este direito pelo alto custo dos livros, este é um planejamento de abertura para uma livraria online.

Na figura abaixo, é mostrado o índice de leitura por capitais no Brasil em 2020. É notável que, a região nordeste tem o maior índice de leitura no país, com a liderança da capital da Paraíba, João Pessoa, com 64% da população leitora. Enquanto, a cidade de São Paulo lidera o índice de leitura da região sudeste, com 60% da população leitora. (CAPUANO, 2020).

Figura 1 - Índice de Leitura no Brasil por Capitais em 2020.



Fonte: SOUZA, [200-?]. CAPUANO, 2020.

1.1. Objetivo Geral

O objetivo deste planejamento é abrir uma livraria online (e-commerce literário), ou seja, um lugar onde todos possam comprar o produto pela internet e um espaço no site para escritores anônimos publicarem suas histórias.

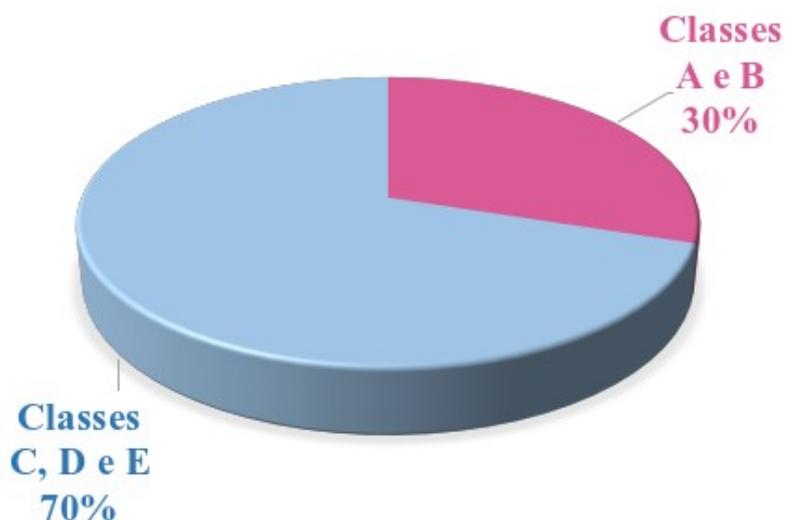
1.2. Objetivo Específico

Abrir uma livraria online, destinada ao público jovem de baixa renda. Além de avaliar o que desejam e esperam de uma livraria digital, para que se possa organizar a estrutura da empresa com base em uma pesquisa, tornando referência na área literária.

1.3. Justificativa

Além de ajudar pequenas editoras que não poderiam arcar com os custos da impressão e distribuição dos livros impressos, escritores anônimos que não possuem verba ou aprovação de editoras para a publicação de suas histórias, também estaria dando maiores possibilidades às classes sociais mais desfavorecidas. Então, por meio de uma pesquisa, foi verificado que 67% da classe A é leitora, 63% da classe B, 53% da classe C e apenas 38% das classes D e E são leitoras, sendo que, 70% dos leitores do país, são das classes C, D e E. Concluindo então, as classes D e E são as mais desfavorecidas, pois apenas 38% é leitora. (CAPUANO, 2020).

Figura 2 - Porcentagem de Leitores por Classes.



Fonte: CAPUANO, 2020. Elaborado pelos próprios autores, 2021.

A livraria online proporcionará acesso a eles à um baixo custo, estimulando a compra e a leitura destes.

1.4. Metodologia

Há quatro fases para o processo de abertura de um negócio, a identificação de oportunidade para a abertura de um negócio, a elaboração do plano de negócio, a captação de recursos e o

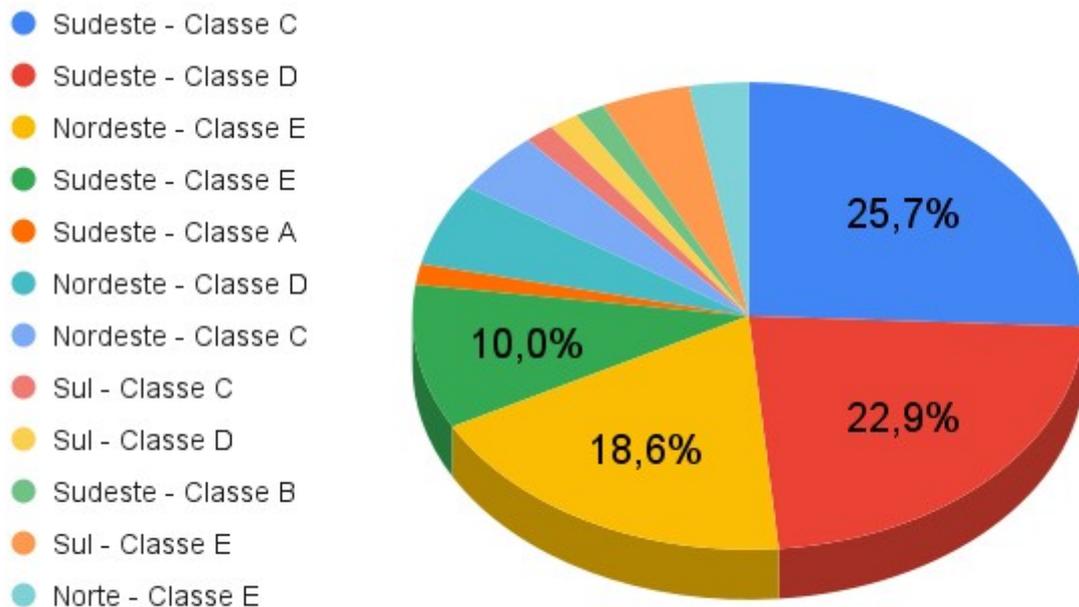
gerenciamento. (SEBRAE, 2013). O Plano de Negócio é uma das ferramentas mais importantes, pois, ele apresenta o planejamento para uma nova abertura de um negócio, os seus objetivos e metas a curto, médio e longo prazo, assim, auxiliando o empreendedor, sócios, executivos e investidores a traçarem a trajetória da empresa, diminuindo as incertezas, os riscos referentes aos concorrentes, ao mercado e o destaque no mesmo. (PIERANTONI, 2021).

1.4.1. Identificação de Oportunidade

A identificação de oportunidade é quando o empreendedor vê o potencial no mercado para a abertura de um novo negócio. (MARQUES, 2018). Referente a este negócio, a abertura de um e-commerce literário tem potencial no mercado.

Segundo os principais dados da pesquisa realizada, na qual, foram entrevistadas 70 pessoas de 13 a 25 anos que, as mesmas compram de 0 a 3 livros por mês e que, 25,7% são da região sudeste e da classe C; 22,9% são da região sudeste e da classe D; 18,6% são da região nordeste e da classe E; 10% são da região sudeste e da classe E.

Figura 3 - Você é de qual região e a qual classe social pertence?



Fonte: Elaborado pelos próprios autores, 2021.

1.4.2. Plano de Negócio

Segundo Dornelas (200-?), o plano de negócio é utilizado para planejar um empreendimento, sendo elaborado no início de tudo, ou se não em qualquer período que a empresa possa estar passando, e tem como objetivo traçar as estratégias que serão utilizadas.

1.4.3. Captação de Recursos

A Captação de Recursos é o levantamento de meios e estratégias para o financiamento da execução de operações empresariais, ou seja, o quanto o empreendedor vai investir para a execução de abertura de um negócio. (CAPTAÇÃO, 2020).

Para a abertura deste, o recurso financeiro será dos próprios investidores, adquirido legalmente durante a trajetória individual de trabalho de cada um.

1.4.4. Gerenciamento

O Gerenciamento de Projeto é a junção dos conhecimentos, das habilidades e das técnicas em prática para atingir os objetivos (geral e específico) para a execução de abertura do negócio. (MONTES, [200-?]).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Para a abertura de uma empresa, é fundamental a elaboração de um plano de negócio. Abaixo, serão abordadas as cinco etapas:

2.1. Sumário Executivo

No sumário executivo será destacado todas as etapas do plano de negócio, resumidamente. (MADONA, 2019).

É recomendado que o faça por último, pois será retratado a descrição da empresa, os diferenciais competitivos, a missão, visão e os valores, perfil dos empreendedores, produtos e serviços, mercado de atuação, localização, investimento inicial, forma jurídica e enquadramento tributário. (MARQUES, 2019).

2.2. Análise de Mercado

Análise de Mercado é o estudo do perfil do público alvo, dos concorrentes, do cenário econômico e dos fornecedores. (QUAL, 2018).

Para Eugênio (2019), com uma análise de mercado bem elaborada o empreendedor conseguirá diminuir os riscos de fracasso e aumentar as chances de sucesso, e também, saber como o público irá reagir.

2.3. Plano de Marketing

Para Kotler e Keller (2006, p.41 apud OLIVEIRA et al., 2012), o plano de marketing exerce a sua função em dois níveis:

- Marketing Estratégico: estabelece os mercados-alvo e a oferta de proposta de valor que trará ao mesmo.
- Marketing Tático: especifica as táticas de marketing, incluindo características do produto, promoção, comercialização, determinação do preço, canais de venda e serviços.

Para a realização das estratégias do plano de marketing será utilizado como base o Mix de Marketing (os 4 P's: Produto, Preço, Praça e Promoção). (MADONA,2019).

- Produto: Definição das características daquilo que a empresa irá vender: seus serviços, produtos, ideias.

- Preço: É responsável pela sobrevivência do negócio. O preço é definido de acordo com os custos da produção, o lucro que é desejado e o quanto o cliente está disposto a pagar.
- Praça: Local onde o público-alvo irá encontrar a empresa, os pontos de venda, onde frequentam para solucionar os próprios problemas, buscar orientação, ajuda etc.
- Promoção: Forma para fazer com que o cliente reconheça a empresa, seus produtos, saber da existência dela através dos canais de divulgação, por meio da publicidade e irem até ela para solucionar seus problemas e usar seus produtos.

2.4. Plano Operacional

O plano operacional promove o desenvolvimento e a execução dos serviços, incluindo a definição de quais equipamentos e materiais devem ser usados e a quantidade de pessoas e tempo que irá levar para a comercialização dos produtos e dos serviços. (SEBRAE, 2014).

De acordo com PLAEJAMENTO (2020), existem dois tipos de plano operacional:

- Single-use: Um planejamento a curto prazo, problemas “pequenos” de projetos específicos.
- Ongoing: Planejamento a longo prazo, gerando alterações a cada resultado coletado.

2.5. Plano Financeiro

É a última etapa do Plano de Negócio. Por ele, o empreendedor terá a visão de todas as despesas, movimentações financeiras. Ele saberá localizar onde ele está, o quanto ele tem para investir em determinadas áreas e até que ponto ele pode investir para o desenvolvimento do projeto. (MELLO,2015).

Para Paula (2020), o planejamento financeiro é essencial para uma empresa, pois com ele, trará melhores resultados através de um conjunto de ações que englobam as projeções de receitas, despesas e cenários, faturamento mensal, planejamento de gastos, despesas e investimentos, entre outros. Assim, organizando-se para não faltar dinheiro no final do mês.

3. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAPTAÇÃO de recursos para uma empresa: 11 formas de fazer. 2020. Disponível em: < <https://www.xerpa.com.br/blog/captacao-de-recursos-financeiros-para-empresas/> >. Acesso em: 05 mai. 2021.

CAPUANO, Amanda. **Nordeste é a região brasileira que mais lê, diz pesquisa.** 2020. Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/cultura/nordeste-e-a-regiao-brasileira-que-mais-le-diz-pesquisa/> >. Acessado em: 13 mai. 2021.

DORNELAS, José. **Como criar um plano de negócios sem mistérios: parte 1.** [200-?]. Disponível em: < <https://www.josedornelas.com.br/blog/como-criar-um-plano-de-negocios-sem-misterios-parte-1> >. Acessado em: 23 de jun. de 2021.

EUGÊNIO, Marcio. **Como fazer análise de mercado em 5 passos simples, rápidos e eficazes.** 2019. Disponível em: < <https://www.dlojavirtual.com/planejamento/como-fazer-analise-de-mercado/#:~:text=Afinal%2C%20como%20fazer%20an%C3%A1lise%20de,a%20empresa%20atuar%20no%20mercado.> >. Acesso em: 15 mai. 2021.

KOERBEL, Alan. **Plano de marketing: o que é e como fazer na era digital.** [200-?]. Disponível em: < <https://www.ekyte.com/guide/pt-br/conceitos/plano-de-marketing-o-que-e-e-como-fazer-na-era-digital/> >. Acesso em: 15 mai. 2021.

MADONA, Leonardo. **Soluções em plano de negócio 5 etapas.** 2019. Disponível em: < https://ufabcjr.com.br/solucoes-em-plano-de-negocios/?gclid=Cj0KCCQjw4v2EBhCtARIsACan3nxeu2dAFIK-PRtJ-snKVQ4Lnk9yVtYBdFowlCwlnp02Fto3jFO1gMkaAmmUEALw_wcB >. Acesso em: 15 mai. 2021.

MARQUES, José Roberto. **Aprenda algumas táticas para identificar oportunidades de negócios.** 2018. Disponível em: < <https://www.ibccoaching.com.br/portal/empreendedorismo/aprenda-algumas-taticas-para-identificar-oportunidades-de-negocios/> >. Acesso em: 05 mai. 2021.

MARQUES, José Roberto. **Saiba quais são as etapas do plano de negócio.** 2019. Disponível em: < <https://www.ibccoaching.com.br/portal/saiba-quais-sao-as-etapas-do-plano-de-negocio/> >. Acesso em: 15 mai. 2021.

MELLO, Lucas. **Entenda a importância do planejamento financeiro para sua empresa.** 2015. Disponível em: < <https://syhus.com.br/2015/04/14/entenda-a-importancia-do-planejamento-financeiro-para-sua-empresa/> >. Acesso em: 17 mai. 2021.

MONTES, Eduardo. **O que é Gerenciamento de Projetos?**. [200-?]. Disponível em: < [https://escritoriodeprojetos.com.br/o-que-e-gerenciamento-de-projetos#:~:text=Gerenciamento%20de%20projetos%20%C3%A9%20a,Guia%20PMBOK%20%C2%AE%20Sexta%20Edi%C3%A7%C3%A3o\).](https://escritoriodeprojetos.com.br/o-que-e-gerenciamento-de-projetos#:~:text=Gerenciamento%20de%20projetos%20%C3%A9%20a,Guia%20PMBOK%20%C2%AE%20Sexta%20Edi%C3%A7%C3%A3o).) >. Acesso em: 05 mai. 2021.

OLIVEIRA, Monaliza de Souza et al. **Plano de marketing: proposta de implantação na empresa Paula modas – esperança -pb.** 2012. Disponível em: < <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/1316617.pdf> >. Acessado em: 23 jun. 2021.

PAULA, Gilles B. de. **Planejamento financeiro empresarial: aprenda a fazer e conheça as 5 dicas essenciais.** 2020. Disponível em: < <https://syhus.com.br/2015/04/14/entenda-a-importancia-do-planejamento-financeiro-para-sua-empresa/> >. Acesso em: 17 mai. 2021.

PIERANTONI, Alexandre. **Plano de Negócios: tudo o que deve ter em um Business Plan.** 2021. Disponível em: < <https://endeavor.org.br/estrategia-e-gestao/o-plano-de-negocios-business-plan/> >. Acesso em: 05 mai. 2021.

PLANEJAMENTO operacional de uma empresa: o que é, importância e passo a passo de como fazer. 2020. Disponível em: < <https://www.siteware.com.br/blog/gestao-estrategica/planejamento-operacional/> >. Acesso em: 17 mai. 2021.

QUAL a importância e como fazer uma análise de mercado. 2018. Disponível em: < <https://www.friendslab.co/qual-a-importancia-e-como-fazer-uma-analise-de-mercado> >. Acesso em: 15 mai. 2021.

SEBRAE. **Como Elaborar um Plano de Negócios – parte 5 – O Plano Operacional** [Internet]. Minas Gerais, 2014. Disponível em: < <https://atendimento.sebraemg.com.br/biblioteca-digital/content/como-elaborar-um-plano-de-negocios-parte-5-o-plano-operacional#:~:text=O%20plano%20operacional%20define%20como,tempo%20demandado%20para%20cada%20etapa.> >. Acesso em: 17 mai. 2021.

SEBRAE. **O que é preciso saber para montar um plano de negócio.** 2013. Disponível em: < <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-preciso-saber-para-montar-um-plano-de-negocio,9dc89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD#:~:text=Devem> >.

%20ser%20abordadas%20quest%C3%B5es%20como,s%C3%B3cio%2C%20um
%20profissional%20contratado%20etc. >. Acesso em: 05 mai. 2021.

SOUSA, Rafaela. **Mapa do Brasil.** [200-?]. Disponível em: <
<https://brasilecola.uol.com.br/geografia/mapa-brasil.htm> >. Acesso em: 13 mai. 2021.

4. DESENVOLVIMENTO

4.1. Desenvolvimento das Etapas do Plano de Negócio

4.1.1. Aspectos Jurídicos

A livraria online está no setor de comércio atacadista, na forma jurídica Sociedade Limitada com o enquadramento tributário no Simples Nacional.

4.1.2. Missão

Entregar às pessoas os seus títulos favoritos, brindes personalizados, entretenimento, oferecendo ao cliente um bom atendimento, rápida entrega e tudo isso com um preço que caiba no bolso do consumidor.

4.1.3. Aspectos Operacionais

Tanto para clientes, quanto interessados em entrar em contato com a organização da livraria, terão que entrar em contato pelas comunicações de rede ou, ir ao escritório administrativo.

4.1.4. Processo Operacional

As mercadorias chegarão das editoras e irão para o depósito. Serão armazenadas lá até o cliente fazer a sua compra no site, e será encaminhada à casa dos mesmos. O trabalho do escritório administrativo da livraria é conjunto. Todos os setores estão ligados para a realização dos serviços.

4.2. Análise de Viabilidade Financeira e Econômica

4.2.1. Capital Inicial

O capital inicial (o dinheiro a ser investido para a abertura de um negócio), para este projeto, é calculado em R\$100.000,00 (Cem Mil Reais).

Sócios	Valor	Porcentagem
Sócio 1	R\$33.330,00	33,3%
Sócio 2	R\$33.330,00	33,3%
Sócio 3	R\$33.340,00	33,4%
Total	R\$100.000,00	100%

4.2.2. Receitas, Custos e Despesas

Como o canal da livraria é um site, precisará ter como principal investimento os recursos físicos, computadores e rede. A fonte das receitas se dará em função às vendas diretas, ou

seja, diretamente com o cliente. As formas de pagamento serão realizadas à vista ou parceladas, cartão de débito e/ou crédito. A estrutura dos custos fixos estará interligada com a chegada dos produtos das editoras e a saída dos produtos do estoque para a casa do cliente, os impostos relacionados à permissão do site para o mesmo permanecer no ar e contas do estabelecimento. As despesas estarão em função ao aluguel do espaço do escritório e a todos os aspectos administrativos da empresa. A livraria dependerá das editoras produzindo os livros para prestar o serviço. Os preços dos livros são determinados pelas editoras.

Inicialmente, diante do cenário de mercado atual, durante e pós pandemia, quando muitas pessoas perderam o seu emprego e têm dificuldades de se reerguerem no mercado de trabalho e/ou sua única fonte de renda é o auxílio emergencial fornecido pelo Governo Federal, é esperado que, nos primeiros meses de atividade da livraria, o faturamento cresça constantemente.

4.3. Análise S.W.O.T.

	Fatores Positivos	Fatores Negativos
Fatores Internos	<p>Força (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestão qualificada; • Atendimento personalizado; • Baixo custo. 	<p>Fraqueza (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atendimento online, o cliente não teria contato diretamente; • Empresa iniciante.
Fatores Externos	<p>Oportunidade (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercado virtual com grande potencial em crescimento. • Nicho de mercado sub-atendido. 	<p>Ameaças (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concorrência; • Falta de estímulo à leitura.

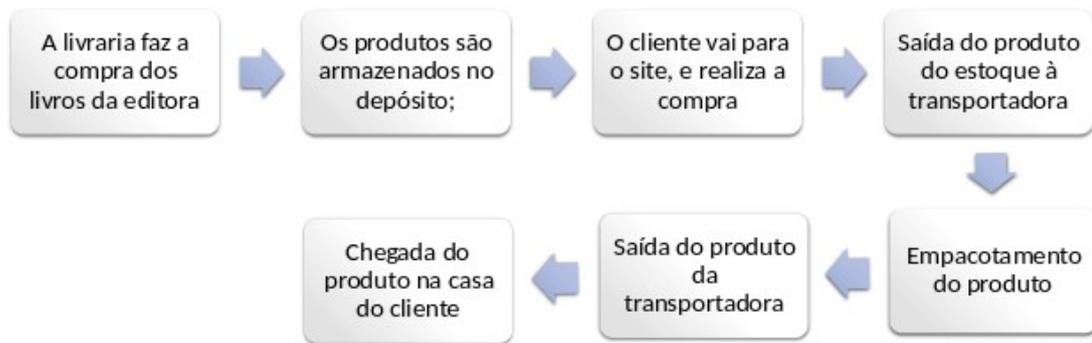
5. IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE RECURSOS

Para a abertura da livraria na web será aplicado o recurso financeiro próprio dos investidores, adquiridos legalmente durante a trajetória individual de trabalho de cada um. Os produtos da livraria, pelas editoras fornecedoras e os recursos técnicos virão por meio da contratação dos funcionários.

6. GESTÃO DE PROJETOS

6.1. Escopo

O serviço da empresa funcionará desta maneira:



6.2. Qualidade

Atualmente, a qualidade no produto/serviço é mais do que essencial, é obrigatória. É almejado que o serviço prestado pela livraria ultrapasse das expectativas e que desempenhe o seu papel como negócio.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS (CONCLUSÃO)

Conclui-se que devido aos resultados obtidos durante a elaboração do trabalho, o projeto obtenha êxito em alcançar os objetivos traçados, que são facilitar o acesso dos livros aos leitores de baixa renda, revelar autores de sucesso que não tiveram oportunidade ou recursos financeiros para investir, e assim, a livraria se tornar referência na área.