

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DA REGIÃO DOS VINHEDOS – CARVI
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

ANDRIELE RIGOTTI

**MERCADO IMOBILIÁRIO: PLANO DE NEGÓCIO PARA A ABERTURA DE UMA
IMOBILIÁRIA NO SEGMENTO DE LOCAÇÕES DE IMÓVEIS MOBILIADOS POR
TEMPORADA EM BENTO GONÇALVES - RS**

BENTO GONÇALVES

2020

ANDRIELE RIGOTTI

**MERCADO IMOBILIÁRIO: PLANO DE NEGÓCIO PARA A ABERTURA DE UMA
IMOBILIÁRIA NO SEGMENTO DE LOCAÇÕES DE IMÓVEIS MOBILIADOS POR
TEMPORADA EM BENTO GONÇALVES - RS**

Relatório de trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador TCC I: Prof.^a M.^a Melissa Bacon
Orientador TCC II: Prof. M.^o Dr. Deonir De Toni

BENTO GONÇALVES

2020
ANDRIELE RIGOTTI

**MERCADO IMOBILIÁRIO: PLANO DE NEGÓCIO PARA A ABERTURA DE UMA
IMOBILIÁRIA NO SEGMENTO DE LOCAÇÕES DE IMÓVEIS MOBILIADOS POR
TEMPORADA EM BENTO GONÇALVES - RS**

Relatório de trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aprovado em ____/____/____.

Banca Examinadora

Orientador Prof. M.^e Dr. Deonir De Toni
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. M.^e Carlos Eduardo Roehe Reginato
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. M.^e Jaci Natal Tasca
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Dedico este trabalho aos meus pais Eva e Valdir Rigotti e ao meu noivo Lucas Gazolla, por todo o apoio e motivação, sendo eles pilares da concretização deste momento marcante na minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, o divino pai eterno, Jesus, Nossa Senhora e ao meu anjo protetor; que ouvem minhas orações e que abençoam a minha família e a mim, concedendo saúde, sabedoria e persistência para continuar o caminho escolhido da formação acadêmica.

Aos meus pais Eva e Valdir Rigotti, que não pouparam esforços para que pudesse ter a oportunidade que eles não tiveram, ajudando no que fosse necessário para a concretização da formação.

Ao meu noivo Lucas Gazolla, apoiador nesta caminhada, compreendendo que a trajetória acadêmica é longa, mas que vale a pena ser percorrida, motivador em prol do compartilhamento deste mesmo sonho.

Agradeço a Universidade de Caxias do Sul, Campus Universitário da Região do Vale dos Vinhedos e seu corpo docente, especialmente aos meus orientadores Prof.^a M.^a Melissa Baccon e o Prof. M.^e Deonir De Toni pelos ensinamentos compartilhados, pelo seu empenho e disponibilidade para a realização deste trabalho.

Gratidão por todos aqueles que, de alguma maneira auxiliaram com informações, contribuindo com seus conhecimentos para tornar este trabalho possível, meus sinceros agradecimentos.

RESUMO

O presente trabalho percebe a análise de viabilidade para a abertura de um novo negócio no município de Bento Gonçalves-RS, sendo este uma Imobiliária denominada Dia a Dia. Sistemáticamente foram evidenciados conceituação de empreendedorismo e sobre o ramo de atividade, além de efetuar e retratar a pesquisa qualitativa e a pesquisa quantitativa, que servirão para uma melhor compreensão do ramo pretendido, as indicações das possíveis direções e de que forma proceder diante das dificuldades baseadas na experiência de quem já passou por diversas situações. Deste modo, com o suporte das pesquisas efetivou-se um plano de negócios, desenvolvendo as etapas a serem percorridas para iniciar a atividade da imobiliária. Baseado nas informações desenvolveu-se um plano de negócios revelando as estratégias a serem superadas para a abertura da imobiliária, complementando com a apresentação de um plano financeiro demonstrando quais os investimentos fundamentais, além da elaboração de um cenário realista, outro pessimista e um terceiro cenário otimista, que podem acontecer no andamento do negócio. Portanto, identifica-se um plano de possibilidades, que direciona o empreendedor na tomada de decisões que consente a estabilidade e o enriquecimento das transações em qualquer meio. Assim sendo, comprovou-se que há a viabilidade mercadológica e financeira para a abertura do novo negócio proposto.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Negócios. Imobiliária. Ramo imobiliário.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Airbnb.....	25
Figura 2 – Imóveis em oferta.....	26
Figura 3 – Imobiliária Milan	27
Figura 4 – Mídias sociais.....	28
Figura 5 – Mínimo Produto Viável / Frente.....	37
Figura 6 – Mínimo Produto Viável / Verso	38
Figura 7 – Fluxograma da empresa	39
Figura 8 – Logotipo da empresa.....	88
Figura 9 – Diagrama dos serviços.....	97
Figura 10 – Prédio Edifício Viena.....	99
Figura 11 – Sala Comercial 04	100
Figura 12 – <i>Layout</i>	101

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Faixa etária dos entrevistados	51
Gráfico 2 – Gênero dos entrevistados	51
Gráfico 3 – Renda mensal.....	52
Gráfico 4 – Entrevistados que já realizaram locação temporária	52
Gráfico 5 – Tempo de duração da locação temporária	53
Gráfico 6 – Custo da diária.....	53
Gráfico 7 – Considerações importantes no imóvel	54
Gráfico 8 – Motivo da locação temporária	55
Gráfico 9 – Frequência para uma locação temporária	55
Gráfico 10 – Alugaria novamente ou pela primeira vez uma locação temporária.....	56
Gráfico 11 – Preferência de moradia.....	56
Gráfico 12 – DRE para 5 anos	133
Gráfico 13 – Fluxo de Caixa no Ano 1 do Cenário Pessimista	133

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Modelo Canvas por Dornelas <i>et al.</i> (2015).....	30
Quadro 2 – Modelo Canvas do Novo Negócio	31
Quadro 3 – Método de pesquisa	46
Quadro 4 – Matriz Swot da imobiliária Dia a Dia	68
Quadro 5 – Plano Mercadológico	95
Quadro 6 – Custos terceirizados mensal	98
Quadro 7 – Horários de atendimento da Imobiliária Dia a Dia	102
Quadro 8 – Plano operacional para o novo negócio	103
Quadro 9 – Organograma da Imobiliária Dia a Dia	105
Quadro 10 – Descrição dos cargos	106
Quadro 11 – Plano de Recursos Humanos	109
Quadro 12 – Simples Nacional 2020 – Anexo III.....	113
Quadro 13 – Percentual Repartição Tributos Simples Nacional 2020.....	113
Quadro 14 – TIR do negócio nos cenários Realista, Otimista e Pessimista.....	129
Quadro 15 – Payback para cenários Realista, Otimista e Pessimista.....	130

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Valores das diárias com base no tipo de imóvel e localização.....	77
Tabela 2 – Valores das diárias com baseado na média dos bairros e nos prazos....	78
Tabela 3 – Número de apartamentos alugados em janeiro de 2021.....	78
Tabela 4 – Número de apartamentos alugados em fevereiro de 2021.....	79
Tabela 5 – Número de apartamentos alugados em março de 2021.....	79
Tabela 6 – Número de apartamentos alugados em abril de 2021.....	79
Tabela 7 – Número de apartamentos alugados em maio de 2021.....	80
Tabela 8 – Número de apartamentos alugados em junho de 2021.....	80
Tabela 9 – Número de apartamentos alugados em julho de 2021.....	81
Tabela 10 – Número de apartamentos alugados em agosto de 2021.....	81
Tabela 11 – Número de apartamentos alugados em setembro de 2021.....	81
Tabela 12 – Número de apartamentos alugados em outubro de 2021.....	82
Tabela 13 – Número de apartamentos alugados em novembro de 2021.....	82
Tabela 14 – Número de apartamentos alugados em dezembro de 2021.....	82
Tabela 15 – Previsão de quantidade de locações da imobiliária Dia a Dia.....	83
Tabela 16 – Valor das diárias no mês de janeiro de 2021.....	83
Tabela 17 – Valor das diárias no mês de fevereiro de 2021.....	84
Tabela 18 – Valor das diárias no mês de março de 2021.....	84
Tabela 19 – Valor das diárias no mês de abril de 2021.....	84
Tabela 20 – Valor das diárias no mês de maio de 2021.....	84
Tabela 21 – Valor das diárias no mês de junho de 2021.....	85
Tabela 22 – Valor das diárias no mês de julho de 2021.....	85
Tabela 23 – Valor das diárias no mês de agosto de 2021.....	85
Tabela 24 – Valor das diárias no mês de setembro de 2021.....	85
Tabela 25 – Valor das diárias no mês de outubro de 2021.....	85
Tabela 26 – Valor das diárias no mês de novembro de 2021.....	86
Tabela 27 – Valor das diárias no mês dezembro de 2021.....	86
Tabela 28 – Previsão de faturamento da Imobiliária Dia a Dia em 2021.....	86
Tabela 29 – Preços do Airbnb.....	90
Tabela 30 – Móveis e acessórios.....	100
Tabela 31 – Plano de investimento.....	111

Tabela 32 – Balanço Inicial	115
Tabela 33 – Demonstração do Resultado de Exercícios para primeiro ano – Cenário Realista	117
Tabela 34 – Demonstrativo do Resultado do Exercício para 5 anos – Cenário Realista	118
Tabela 35 – Demonstrativo do Resultado do Exercício para 5 anos – Cenário Pessimista	119
Tabela 36 – Demonstrativo do Resultado do Exercício para 5 anos – Cenário Otimista	119
Tabela 37 – Fluxo de caixa para 1º ano – Cenário Realista	121
Tabela 38 – Fluxo de Caixa para 5 anos – Cenário Realista	122
Tabela 39 – Fluxo de Caixa para 1º ano – Cenário Pessimista	123
Tabela 40 – Fluxo de Caixa para 5 anos – Cenário Pessimista	124
Tabela 41 – Fluxo de Caixa para 1º ano – Cenário Otimista.....	125
Tabela 42 – Fluxo de Caixa para 5 anos – Cenário Otimista	126
Tabela 43 – VPL para cenário Realista.....	127
Tabela 44 – VPL para cenário Pessimista	128
Tabela 45 – VPL para cenário Otimista.....	128
Tabela 47 – Retorno sobre as vendas – Cenário Realista	129
Tabela 48 – Retorno sobre as vendas – Cenário Pessimista.....	130
Tabela 49 – Retorno sobre as vendas – Cenário Otimista	130
Tabela 50 – Ponto de Equilíbrio - Cenário Realista.....	131
Tabela 51 – Ponto de Equilíbrio - Cenário Pessimista	131
Tabela 52 – Ponto de Equilíbrio - Cenário Otimista	131

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 TEMA, PROBLEMA E OBJETIVOS	17
2.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	17
2.2 OBJETIVOS	18
2.2.1 Objetivo geral	18
2.2.2 Objetivos específicos	19
2.3 JUSTIFICATIVA	19
3 REVISÃO DA LITERATURA	21
3.1 NOÇÕES SOBRE EMPREENDEDORISMO	21
3.1.1 Empreendedorismo e suas motivações	21
3.1.2 Empreendedorismo no Brasil	22
3.2 LITERATURA DO NEGÓCIO PROPOSTO	22
3.2.1 A história de como surgiu o ramo imobiliário	22
3.2.2 Mercado imobiliário	23
3.2.3 Empreendimentos de sucesso	24
4 CANVAS	29
4.1 CONCEITUAÇÃO DE CANVAS	29
4.2 CANVAS DO NEGÓCIO PROPOSTO	30
4.3 DESENVOLVIMENTO DA PROPOSTA DE VALOR	33
4.3.1 Missão	35
4.3.2 Objetivos	36
4.4 MÍNIMO PRODUTO VIÁVEL	36
4.5 FLUXOGRAMA DA EMPRESA	38
5 PESQUISA DE MARKETING	41
5.1 OBJETIVOS DA PESQUISA DE MARKETING	42
5.2 DELINEAMENTO DA PESQUISA	43
5.3 PARTICIPANTES DO ESTUDO	44
5.4 PROCESSO DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS	46

5.5 RESULTADOS DA PESQUISA.....	46
5.5.1 Resultados da pesquisa qualitativa	47
5.5.1.1 Resultado da pesquisa com o empreendedor Aldomir Tresoldi	48
5.5.1.2 Resultado da pesquisa com o corretor de imóveis Lucas Gazolla	49
5.5.2 Resultados da pesquisa quantitativa	50
5.5.3 Sugestões propostas	57
6 ANÁLISE DO CONTEXTO DO NOVO NEGÓCIO.....	58
6.1 MICROAMBIENTE.....	58
6.1.1 Clientes	59
6.1.2 Fornecedores	59
6.1.3 Concorrentes	60
6.1.4 Entidades regulamentadoras	61
6.2 MACROAMBIENTE	61
6.2.1 Fatores econômicos	61
6.2.2 Fatores políticos-legais	63
6.2.3 Fatores tecnológicos	64
6.2.4 Fatores sociais	64
6.3 OPORTUNIDADES E AMEAÇAS	65
6.4 FORÇAS E FRAQUEZAS.....	66
6.5 ANÁLISE SWOT	67
7 PLANO MERCADOLÓGICO	70
7.1 SEGMENTOS DE CLIENTES.....	71
7.2 ANÁLISE DE MERCADO.....	75
7.2.1 Previsão de vendas	77
7.2.2 Previsão de faturamento	83
7.3 PRODUTO	87
7.3.1 Marca e logotipo	88
7.4 PREÇO	89
7.4.1 Garantias locatícias	90
7.4.2 Formas de pagamento	91
7.4.3 Contratos	91
7.4.4 Políticas de reajuste	92

7.5 PROMOÇÃO.....	92
7.5.1 Publicidade	92
7.5.2 Propaganda	93
7.5.3 Canais de comunicação	94
7.6 RELACIONAMENTO COM CLIENTES.....	94
7.7 PLANO DE AÇÃO MERCADOLÓGICO.....	95
8 PLANO OPERACIONAL	96
8.1 PROCESSOS.....	96
8.2 ATIVIDADES TERCEIRIZADAS E PARCERIAS.....	98
8.3 INFRAESTRUTURA E LAYOUT.....	98
8.3.1 Layout.....	101
8.4 CAPACIDADE PRODUTIVA.....	102
8.5 INFORMAÇÕES.....	102
8.6 MANUTENÇÃO.....	103
8.7 PLANO DE AÇÃO OPERACIONAL.....	103
9 PLANO DE RECURSOS HUMANOS	105
9.1 ORGANOGRAMA DE CARGOS.....	105
9.1.1 Cargos	105
9.1.2 Salários	106
9.2 PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO.....	107
9.3 PROCESSO DE TREINAMENTO.....	108
9.4 POLÍTICA SALARIAL E BENEFÍCIOS.....	108
9.5 PLANO DE AÇÃO DE RECURSOS HUMANOS.....	108
10 PLANO FINANCEIRO	110
10.1 PLANO DE INVESTIMENTOS.....	110
10.2 ESTRUTURA LEGAL.....	112
10.3 BALANÇO INICIAL.....	114
10.4 CUSTOS E DESPESAS.....	115
10.5 PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA.....	120
10.6 INDICADORES DE VIABILIDADE FINANCEIRA.....	126
10.6.1 TMA – Taxa Mínima de Atratividade	126
10.6.2 VPL – Valor Presente Líquido	127

10.6.3 TIR – Taxa Interna de Retorno	128
10.6.4 RSV – Retorno sobre as Vendas	129
10.6.5 Payback – Período de Retorno do Investimento	130
10.6.6 Ponto de Equilíbrio	130
11 PLANOS DE CONTINGÊNCIA E ANÁLISE DE RISCOS	132
11.1 CENÁRIO PESSIMISTA	132
12 CONSIDERAÇÕES FINAIS	135
REFERÊNCIAS.....	137
APÊNDICE A – PESQUISA QUANTITATIVA	143
APÊNDICE B – PESQUISA QUALITATIVA 1: QUESTÕES DA PESQUISA COM O EMPREENDEDOR ALDOMIR TRESOLDI.....	146
APÊNDICE C – PESQUISA QUALITATIVA 1: QUESTÕES DA PESQUISA COM O CORRETOR DE IMÓVEIS LUCAS GAZOLLA	147
APÊNDICE D – PROCURAÇÃO DO PROPRIETÁRIO.....	148
APÊNDICE E – CONTRATO DE INTERMEDIÇÃO ENTRE IMOBILIÁRIA E PROPRIETÁRIO.....	149
APÊNDICE F – CONTRATO ENTRE IMOBILIÁRIA E LOCATÁRIO.....	152

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho visa estudar a viabilidade de um novo negócio no ramo imobiliário, localizado no município de Bento Gonçalves, com serviços prestados na área de locações de imóveis mobiliados para temporada. O tema abordado, está sendo frequentemente buscado por pessoas que visam oportunidades temporárias, casais em processo de separação ou para turistas com intenção em trocar experiências, conhecer a cultura e as vinícolas da região.

Segundo a Notícia R7 (R7 – ECONOMIA, 2019) através de um levantamento da OLX em dezembro de 2019 feita em todo o Brasil, indica o crescimento da busca por imóveis por temporada de 222% no início de 2019, comparando com os anos anteriores, sendo estes, turistas preferindo privacidade, maior conforto e melhores preços e mais acessíveis que os hotéis da cidade.

Diante disso, segundo o site Booking.com (2020) é possível encontrar hospedagem em hotéis a partir de R\$ 107,00 em Bento Gonçalves, no entanto, não sendo possível realizar reservas de mais tempo que 30 dias.

Locações de imóveis costumam demandar tempo, envolvimento e dinheiro. Portanto proprietários investidores, optam pela intermediação e a administração de seus imóveis, administrados por uma imobiliária competente. Isto se deve ao fato de já presenciarem experiências ruins em alugar diretamente para o locatário e constatar possíveis problemas, além de não receber o aluguel, danificações ou até mesmo abandono do imóvel por parte do locatário.

Por isso, a troca de ideias com proprietários e conversas com possíveis locatários que buscam por algo temporário, trouxe à tona o interesse na administração de imóveis e a viabilidade deste nicho de mercado, com a determinação em um futuro empreendimento, que contribuirá para a economia da sociedade.

O capítulo dois aponta, além do assunto pretendido, tem como propósito definir os objetivos a serem atingidos através da execução da pesquisa e a justificativa para tal. São apresentados fundamentos a respeito de como o negócio poderá colaborar para o município.

Posteriormente, para dar sustentação ao progresso do projeto, o capítulo três salienta a revisão de literatura sobre empreendedorismo e suas particularidades, bem como sobre a área do estabelecimento apresentado.

A ferramenta Canvas e a abertura de todos os seus constituintes serão apresentados no capítulo quatro, onde também será mencionada a proposta de valor da imobiliária, resultante em uma tarefa definida e em um mínimo produto provável inicial.

No capítulo cinco será demonstrado os resultados apurados da pesquisa de marketing desenvolvida através dos métodos qualitativos e quantitativos, aprimorando o potencial de mercado a ser investigado sobre o novo empreendimento e averiguando os aspectos citados.

O estudo do detalhamento relacionado ao contexto do novo negócio ocorre no capítulo seis, tornando visível o diagnóstico do micro e macro ambiente, as oportunidades e ameaças, constituindo uma matriz SWOT da empresa.

O capítulo sete especifica o plano marketing, aprofundando a percepção dos 8 Ps de Marketing e o desenvolvimento de um plano de ação mercadológico baseado nas pesquisas realizadas.

O estudo do capítulo oito esclarece o plano operacional da nova imobiliária, explicando como será o funcionamento das técnicas e processos para se concretizar uma boa gestão da organização e no capítulo nove o desenvolvimento de como conceder a gestão de recursos humanos em um empreendimento pretende prestar serviços deste porte.

A avaliação financeira da proposta será analisada no capítulo dez, encarregada por apontar as fontes de receitas e as previsões de despesas, trabalhando com a organização de panoramas com expectativas das projeções de resultados para os cenários mencionados como o realista, otimista e pessimista.

Para enfrentar as dificuldades e riscos da empresa, o capítulo onze compreende a concepção de planos de contingência para situações alheias ao controle de administração do negócio, de forma a aperfeiçoar a mesma para estas possibilidades.

A conclusão sobre a viabilidade é pronunciada no capítulo doze, onde posteriormente são declaradas as considerações finais por parte da autora.

2 TEMA, PROBLEMA E OBJETIVOS

No capítulo presente, será estabelecido o tema relevante ao assunto de análise; o problema do plano de estudo que orienta a pesquisa e os objetivos que orientarão auxiliando a ponderar os resultados.

2.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

O mercado imobiliário oferece várias oportunidades para quem pretende empreender. Entre elas, está o seguimento de locações de imóveis, tanto comerciais, quanto residenciais.

Grande parte de proprietários buscam os serviços das imobiliárias, justamente por não se dispor a envolver-se direto com o locatário e tomar partido, realizando a cobrança direta. Por outro lado, o locatário que está prestes a vir de outro lugar, possivelmente de outro estado, terá custos altíssimos para a mudança dos móveis, muitas vezes não sendo vantajosa a vinda para experiências e trabalhos temporários. Por isso, a ideia é viabilizar a imobiliária que trabalha com locações de imóveis mobiliados e temporários, possibilitando investir em parcerias de administradoras e proprietários para este tipo de nicho, realizando contratos com os proprietários investidores, incentivando a colocação de toda a mobília disponibilizando imóveis para esta finalidade.

Associado a isso, Mello (2017, p. 213) menciona que os contratos por temporada têm o prazo máximo de 90 dias, com antecipação da cobrança de 3 meses, que ao final da locação, quando houver problemas na entrega do imóvel, o valor poderá ser devolvido no final da locação. Outras modalidades que poderão ser exigidos do locatário, é a locação através do fiador, referida a uma pessoa e cônjuge que possui imóvel quitado no nome, este que servirá de garantia e a outra modalidade, se refere ao seguro fiança locatícia realizada por uma seguradora que se encarregará de acionar o sinistro caso necessário.

Deste modo, as modalidades de locação citadas, são maneiras de garantia para atender as obrigações do contrato e para que o imóvel possa ser entregue ao proprietário nas condições iniciais, conforme o locatário recebeu na entrada.

Neste sentido, os problemas chave são: as formas de abordagem o empreendimento deverá aderir para alcançar clientes em potencial, tendo em vista

que a imobiliária é uma organização habitualmente mais conhecida entre pessoas que necessitam do serviço, ou seja, qual a melhor maneira de causar demanda e atendê-la no estabelecimento; e como o empreendedor deverá dispor seu ramo de atividade perante seus concorrentes, buscando detectar as técnicas mais convenientes para o posicionamento do negócio no mercado. Relacionado a isso, pode ser entendido como problemática o fato de que o sócio empreendedor não tem experiência sobre a administração temporária para gestão do novo negócio, sendo indispensável lhe apresentar um estudo de viabilidade que orientará nas decisões sobre a inauguração do negócio e os repercussões que este ramo pode ocasionar.

A formulação de um problema de pesquisa é mais que a elaboração de qualquer pergunta. Existe uma compreensão satisfatória do tema para uma interpretação crítica. Espera-se que a formação do problema seja o enunciado de um interesse fomentando pela formação da realidade e de sua complexidade (KAHLMAYER-MERTENS *et al.*, 2007, p. 40).

Concluindo, estabelece-se o seguinte problema de pesquisa: Como se apresenta a viabilidade para abertura de uma imobiliária que trabalhe com locações temporárias na cidade Bento Gonçalves – RS?

2.2 OBJETIVOS

Para a concretização desta pesquisa, foram traçados o objetivo geral e os objetivos específicos, sendo cada um deles indispensáveis para o comprometimento em alcançar o resultado proposto.

2.2.1 Objetivo geral

O objetivo é de atingir o resultado que se pretende chegar. É decorrência direta do problema e das hipóteses formuladas, indicando o que explorar, argumenta Duarte e Furtado (2014, p. 197).

Sendo assim, o objetivo geral do presente trabalho é analisar a viabilidade de uma imobiliária no segmento de locações de imóveis temporários em Bento Gonçalves- RS.

2.2.2 Objetivos específicos

Conforme Robbins (2005, p. 141), especifica os objetivos de uma determinada meta, mesmo sendo objetivos específicos difíceis, quando aceitos a comprometer-se, juntamente com o feedback, são capazes de atingir alto desempenho, melhorando positivamente o resultado final. Por tanto, os objetivos específicos definem-se da seguinte forma:

- a) perceber os aspectos relevantes do empreendedor de sucesso;
- b) pesquisa de dados do mercado imobiliário;
- c) descrever a estrutura organizacional desenvolvida para a organização;
- d) elaborar um planejamento do plano de negócio para o estabelecimento;
- e) apresentar as possibilidades financeiras da empresa.

2.3 JUSTIFICATIVA

Analisando o cenário de mercado imobiliário e o aumento do Turismo em Bento Gonçalves, existe uma demanda considerada por procura de imóveis para temporada. Por trabalhar neste ramo, nota-se a importância de uma imobiliária em Bento Gonçalves, para suprir principalmente a necessidade de turistas, divorciados e colaboradores com tempo de contrato menor de 12 meses.

São inúmeras imobiliárias existentes em Bento Gonçalves, porém nenhuma delas está disposta a de fato trabalhar com tempo de contrato menor a 12 meses, pelo fato de ser trabalhoso, pois no início e no final da locação, será necessário a vistoria de entrada e após, a vistoria de saída.

A grande motivação para a realização da pesquisa, é a existência de clientes em potencial, a procura de opções de locação por temporada visando como um nicho de mercado, podendo estudar sobre a viabilidade da possibilidade de concretizar em Bento Gonçalves.

Conforme Atlas Brasil (2013), o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) em Bento Gonçalves é 0,778 em 2010, no Rio Grande do Sul, sendo considerado alto, o que destaca a qualidade de vida desfrutada pela sua população e, de modo consequente, pelos turistas que na cidade busca aconchego e lazer, numa das mais admiradas regiões turísticas do Brasil.

No momento atual, início de 2020, a grande parte dos imóveis disponíveis

encontram-se sem a mobília, voltados para pessoas que já tem uma estabilidade e condições de adquirir seus próprios móveis. Porém, com o aumento de separações e propostas de emprego que a cidade oferece em situação de fase para a adaptação, o nicho para estas finalidades tem aumentado consideravelmente, sendo visados contratos a curto prazo.

Algumas evidências são esclarecidas pelo 8º Tabelionato de Porto Alegre que confirma, após a lei que permite a separação um dia após o casamento, o aumento de divórcios tem crescido rapidamente. De acordo com o levantamento de Porto Alegre, realizado pelo IBGE em 2009, salientou 640 divórcios naquele mesmo ano.

Nesta perspectiva, o jornal Semanário em fevereiro de 2020, divulgou que o Sine Bento Gonçalves, disponibilizado 52 vagas de emprego para diversas áreas como operadores, motoristas, técnicos de enfermagem, entre outros.

Portanto, o estudo será relevante para estas pessoas, futuras locatárias que tenham a necessidade de passar um tempo indefinido em Bento Gonçalves, sem precisar se preocupar com móveis e utensílios. A importância de realizar este estudo, pode nortear investidores que possuem seus imóveis mobiliados e que não estão na cidade por um tempo, tendo a oportunidade de ter um rendimento neste período que estarão fora ou não fazendo uso do imóvel, viabilizando o negócio.

3 REVISÃO DA LITERATURA

Para explicar e esclarecer o problema apontado no presente trabalho, argumenta Roesch (1999, p. 34) a revisão da literatura envolve englobar o que é significativo e fundamental sobre o assunto apresentado, de forma de administrar a metodologia do trabalho, as estratégias de recolhimento, análise de dados e as medidas tomadas, conduzindo aos resultados futuros.

Nesta seção será mencionada a concepção fundamental sobre empreendedorismo e sobre atributos básicas a empreendedores de sucesso, características de negócios, buscando dar suporte ao projeto de uma nova empresa.

3.1 NOÇÕES SOBRE EMPREENDEDORISMO

Empreender é atribuir à sociedade produtos ou serviços contribuindo para suprir as necessidades em prol de lucratividade e rentabilidade da empresa, sendo de extrema importância para a economia atual.

Dornelas (2008, p. 22) afirma que empreendedorismo pode ser definido como a união de uma equipe caminhando juntos e transformando conhecimentos em realidade. Estes conhecimentos sendo positivos e aplicados, poderão gerar ótimos resultados.

Evidenciam Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p. 153) que a maior parte dos empreendedores começam suas atividades entre 22 e 45 anos, pois independentemente da idade, é necessário conhecimento, desempenho e ajuda financeira para chegar no resultado esperado. Por isso, se faz necessário analisar a possibilidade em dar um grande passo e decidir empreender ou ser o empregado.

3.1.1 Empreendedorismo e suas motivações

Segundo Maximiliano (2012, p. 08) existem vantagens e desvantagens para ser empreendedor da própria empresa. As vantagens são a autonomia que para muitos é a mais importante, pois as decisões são tomadas pelo próprio empreendedor. O desafio em estar fazendo algo novo e correr atrás do próprio sucesso e o controle financeiro, tudo isso, tendo a total consciência dos lucros e do próprio salário.

Desvantagens são o sacrifício pessoal, pois o empreendedor trabalha duro

pra fazer acontecer, muitas vezes deixando a família de lado, para se dedicar ao negócio, gerando grande probabilidade de estresse. A sobrecarga de responsabilidades, ou seja, o veredito final assumindo os problemas futuros sempre estará sob a própria responsabilidade e a mínima margem de erro, que estará presente nas empresas menores, infelizmente é um risco que sempre existirá na vida do empresário.

3.1.2 Empreendedorismo no Brasil

O Brasil possui muitos empreendedores em comparação com outros países. Empreender é uma dádiva, para outros, é uma estratégia e independente do motivo da escolha, por isso é necessário utilizar de recursos e persistir até alcançar o sucesso, afirma Diniz (2019).

“Os resultados não se limitam ao lucro financeiro. Além de gerar riqueza e desenvolvimento para a sociedade, empreender significa uma das maiores fontes de realização pessoal” (CHIAVENATO, 2007, p. 78).

Portanto, o empreendedor pode nascer com o dom de empreender, mas também poderá aprender a ser um bom empreendedor, desde que esteja preparado, buscando aprimorar-se e se dedicar, colocando seus próprios conhecimentos em prática, tendo a noção de que altos e baixos farão parte da jornada.

3.2 LITERATURA DO NEGÓCIO PROPOSTO

Nesta seção será apontada a revisão de literatura do negócio proposto, descrito o contexto de introdução histórica e os aspectos obtidos com o tempo, análise do mercado atual, além de referências de empreendimentos de sucesso na área do ramo imobiliário.

3.2.1 A história de como surgiu o ramo imobiliário

A multipropriedade iniciou na Europa, com a procura de imóveis no litoral ou até mesmo em zonas rurais em razão de aproveitamento das férias, sendo procurado principalmente por empresários, cuja a atividade econômica se tratava de turismo, tendo a intenção de tornar acessível a todos.

No Brasil, a profissão de corretor de imóveis iniciou em 1850, sendo conhecido como agente auxiliar de comércio. A legislação específica de corretor de imóveis surgiu apenas em 1962, não prevendo a formação educacional mínima, porém em 1978 juntamente com a lei nº 6.530 e o decreto nº 81.871, determinou o regulamento da profissão de corretor de imóveis, que passou a opinar-se sobre as transações imobiliárias, podendo realizar a intermediação entre interessados, relativos aos imóveis pertinentes.

Em 2002 no Brasil, a profissão de corretor de imóveis foi reconhecida, podendo ser pessoa física ou jurídica para exercer a atividade de prestação de serviços correspondente a corretagem imobiliária, relacionado com direitos e obrigações conforme a lei nº 6.530/1978.

De acordo com Paiva *et al.* (2013), a corretagem imobiliária é a principal fase para alcançar a intermediação e está ligada a oportunidades, conhecimentos, negociação e a estruturação organizacional.

A intermediação dos imóveis acontece somente após o resultado da corretagem e a negociação com o cliente, procedendo a compra ou a locação do imóvel desejado, conforme o procedimento da imobiliária.

3.2.2 Mercado imobiliário

O mercado no ramo imobiliário tem crescido nos últimos tempos, tanto na oferta quanto demanda de locações. Por isso, é necessária uma administração eficaz e competente na resolução de problemas futuros, para que ambos, locador e locatário estejam satisfeitos.

Para Bortone Júnior (2017), além de lidar com imóveis, existe a gestão de pessoas e a parte documental que fazem parte do meio. Por isso, é importante realizar o trabalho com transparência e ética, pois refletirá mais adiante no resultado final.

No processo também é necessário levar em consideração, a eficiência e a eficácia, que possuem significados diferentes e as quatro funções importantes para uma ótima administração:

- a) Planejamento: é a tática para chegar no propósito que pretende alcançar.
- b) Direção: entender os motivos que o movem a realizar as tarefas, focando e conduzir da melhor maneiras os conflitos existentes.
- c) Organização: traçar e preparar o serviço, criando condições organizando e

fundamentando os processos.

d) Controle: avaliar o desempenho e organizar as possíveis decisões.

Neste contexto proposto, aplicam-se as demais funções que são básicas da administração servindo de sustentação para a tomada de ações e que contribuem para o resultado da organização.

Administrar imóveis lida com diversas situações, intermediação e questões burocráticas como: controle de pagamentos do aluguel, condomínio e IPTU; realização das vistorias de entrada e saída, conferindo a situação do imóvel.

O contrato de locação é elaborado conforme os termos acertados entre as partes e assinado pelo locatário e proprietário no início da locação, tendo o dever de certificar de que ambos cumpram com o combinado em contrato, entregando o imóvel em perfeitas condições pelo locador e recebendo conforme a entrada pelo locatário.

Por isso, conforme Lima (2012, p. 51) o mercado imobiliário necessita de colaboradores responsáveis e competentes, capazes de elaborar e implementar estratégias competitivas, favorecendo o posicionamento perante a concorrência, no ramo de atividade imobiliária para melhor atender os clientes cada vez mais informados e exigentes.

3.2.3 Empreendimentos de sucesso

Um grande exemplo de sucesso é o Airbnb, um serviço online para anúncios de imóveis ou a intenção de alugar uma parte da casa, para que as pessoas possam reservar acomodações e hospedagem em todo o mundo.

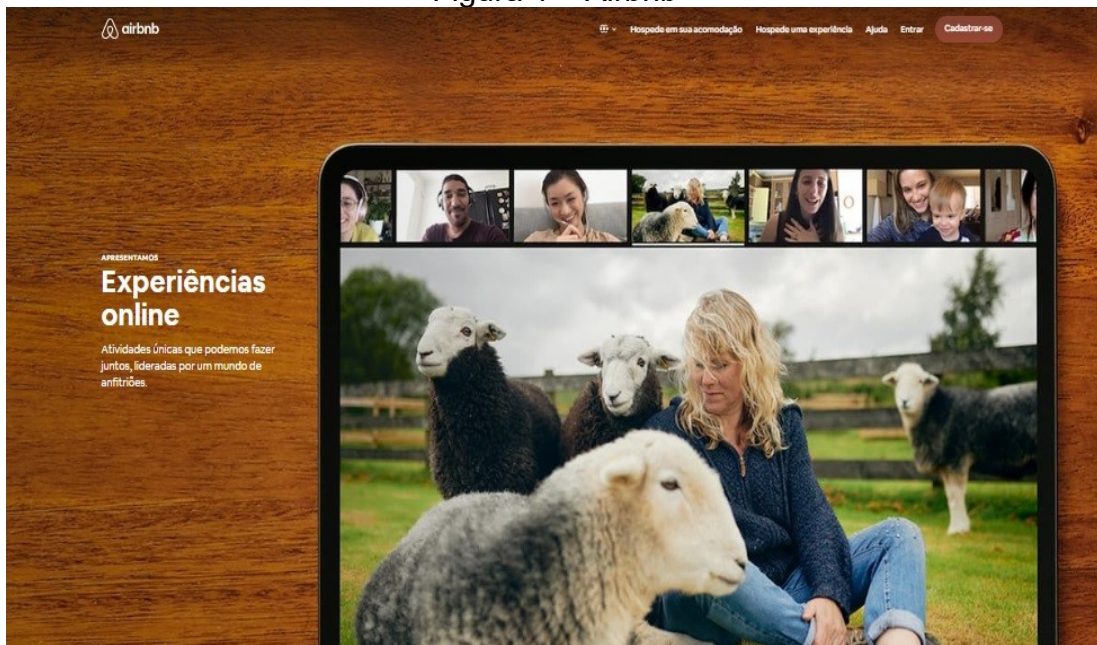
Gallagher (2010) argumenta em seu livro, sobre a iniciação do negócio em 2008, de modo que, no início a proposta era alugar dormitórios em suas próprias casas para quem precisasse de um lugar temporário. A ideia não era nova, mas a startup tecnológica ganhou a atenção internacional, com o propósito de mudar o modo de vivenciar novos lugares e o modo como viver a vida, tornando possível planejar a viagem inteira.

No site do Airbnb, é possível ver comentários de pessoas que já passaram pela experiência, comentadas nos possíveis imóvel que deseja alugar. São das mais variadas oportunidades diferentes, para viagens diferentes, de maneira prática e fácil, com recorde máximo de procura e crescimento em todo o mundo.

A Figura 1 apresenta o site do Airbnb e fotos de possíveis experiências

oferecidas para pessoas que buscam experimentar novas vivências em diferentes cantos do mundo.

Figura 1 – Airbnb



Fonte: Airbnb (2020).

O Airbnb permite que empreendedores de hospedagens do mundo inteiro possam divulgar seus espaços aconchegantes, desde casa na árvore até casas e apartamentos de alto padrão, em busca de tranquilidade e privacidade. Para outros, é a oportunidade de experiência que são oferecidas em qualquer parte do mundo, concedendo vivenciar momentos diferentes do cotidiano em busca de conhecimento.

A Figura 2 apresenta opções de imóveis mobiliados disponíveis em Bento Gonçalves e possíveis valores que estão sendo ofertados no site Airbnb, podendo comparar localização, tamanho e valores.

Figura 2 – Imóveis em oferta

The screenshot displays the Airbnb search results for Bento Gonçalves, Brazil. At the top, there are search filters for location, dates, and number of guests. Below the filters, there are buttons for 'Flexibilidade de cancelamento', 'Tipo de lugar', 'Preço', 'Reserva Instantânea', and 'Mais filtros'. The main content area shows two property listings:

- Apartamento inteiro em Pomarosa:** Cantinho do descanso. 2 hóspedes · 1 quarto · 2 camas · 1 banheiro. Estacionamento gratuito · Wifi · Cozinha · Ar-condicionado. Preço: R\$ 2.015/mês. Avaliação: 5,0 (7).
- Casa inteira em Bento Gonçalves:** Casa Aconchegante!. 6 hóspedes · 3 quartos · 5 camas · 1 banheiro. Estacionamento gratuito · Wifi · Cozinha · Ar-condicionado. Preço: R\$ 1.617/mês. Avaliação: 5,0 (12) Superhost.

To the right of the listings is a map showing the location of the properties. The map includes a search bar with the text 'Buscar enquanto eu movo o mapa' and a price range filter set to 'R\$ 1.862'. The map shows several property locations with their respective prices: R\$ 1.277, R\$ 2.167, R\$ 1.870, R\$ 1.617, R\$ 2.371, R\$ 2.330, R\$ 2.601, and R\$ 2.015.

Fonte: Airbnb (2020).

Pelo site do Airbnb é possível visualizar os imóveis disponíveis no período necessário para a determinada cidade que pretende conhecer. O site dispõe diversas opções, com valores atrativos, atendendo diversas classes sociais interessadas em alugar por prazo determinado, possibilitando a visualização de comentários de outras pessoas que já frequentaram o imóvel e deixaram seu feedback no anúncio.

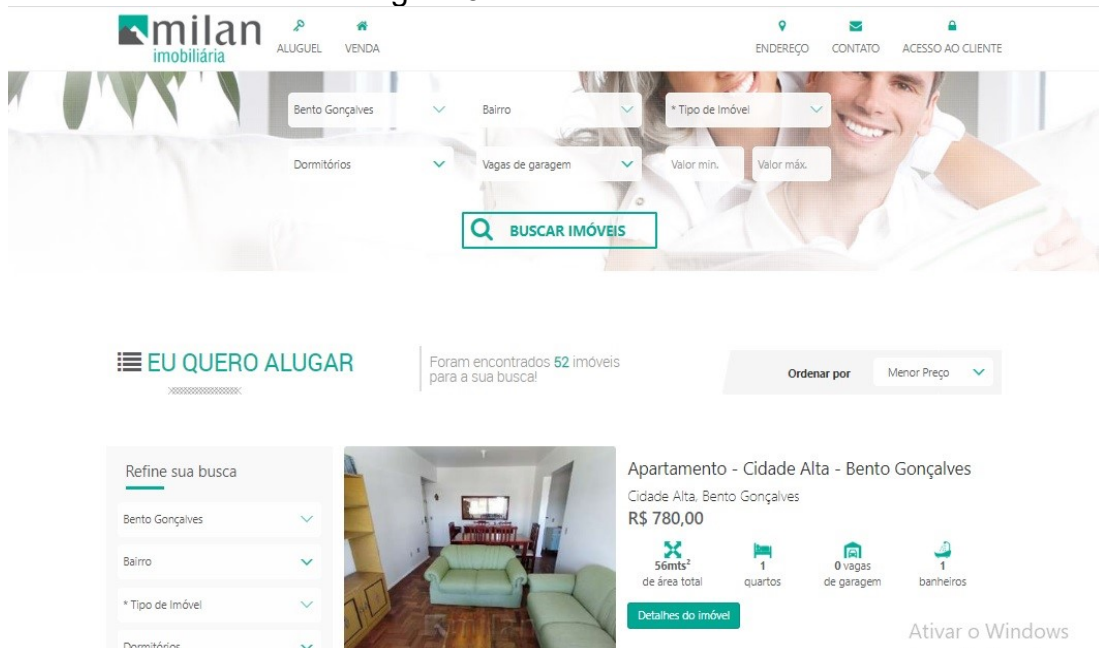
Outro exemplo de sucesso localizada em Bento Gonçalves, inspira pela credibilidade, experiência e profissionalismo, a Imobiliária Milan LTDA atua no mercado há 27 anos, tornando-se um exemplo de administração e negociação perante as locações comerciais e residenciais da cidade.

A sociedade de longos anos surgiu em virtude de dois sócios trabalharem em uma mesma imobiliária, um deles como corretor de imóveis e a outra, nas finanças. Por sua vez, o empreendedor da imobiliária resolveu vender e os dois colaboradores decidiram comprá-la.

Desde então, os dois sócios iniciaram uma jornada de muito empenho e dedicação, sendo eles, o próprio exemplo de que com trabalho duro, conhecimento e empenho, é possível ser empreendedor de sucesso, principalmente quando a chance bater na porta e surgir a possibilidade de administrar a própria empresa.

A Figura 3 apresenta o site da imobiliária Milan, ofertando alguns imóveis disponíveis na cidade de Bento Gonçalves e selecionado imóveis com mobília, com ou sem garagem.

Figura 3 – Imobiliária Milan



Fonte: Imobiliária Milan (2020).

Através do site da imobiliária, é possível encontrar diversos imóveis em oferta, com ou sem mobília, podendo ser residencial ou comercial somente no município de Bento Gonçalves. As opções são dos mais diferenciados valores, possibilitando selecionar opções conforme as necessidades do cliente.

A Figura 4 apresenta a página da Imobiliária Milan no Facebook, sendo uma ótima alternativa de divulgação de serviço, sem custos adicionais dependendo dos interesses e alcance que pretende atingir.

Figura 4 – Mídias sociais



Fonte: Imobiliária Milan (2020).

A imobiliária dispõe de mídia social para divulgar seus imóveis disponíveis para locação e venda, facilitando o acesso com o cliente. No Facebook será ofertado imóveis que tiveram seus valores reduzidos e vídeos informativos explicando o funcionamento do processo de locação e da venda.

4 CANVAS

De acordo com Carvalho (2014, p. 15) o modelo Canvas permite ajustar as transições, podendo organizar as táticas relevantes da melhor forma, ordenando as estratégias da empresa, ainda assim, sendo a produção de menor tempo, comparando com o modelo de plano de negócios mais tradicional.

Segundo Pize (2017) o modelo foi criado para servir como exemplo de apoio, apresentação de maneira eficiente e contribuindo para um melhor planejamento estratégico, facilitando o entendimento de como melhorar o desempenho da organização.

Neste capítulo, será relatado uma das ferramentas mais utilizadas para o gerenciamento estratégico direcionados aos produtos e serviços, esclarecendo questionamentos do negócio proposto para contribuir com as expectativas e necessidades dos clientes. Business Modelo Canvas é a metodologia que mais tem auxiliado a constituição de empresas de grande reconhecimento mundial.

4.1 CONCEITUAÇÃO DE CANVAS

Constata-se que o modelo Canvas direciona as hipóteses para experimentar o conceito com os possíveis clientes, levando em consideração a análise de oportunidades, para possível pesquisa do nicho de mercado e sucessivamente, a concretização do plano de negócios da imobiliária.

O processo de desenvolvimento de um plano empresarial é de grande importância, porém para isso acontecer, é necessário prevenir-se de estratégias que permita a solidificação do plano de negócios analisando o potencial e a viabilidade, antes mesmo de colocar em prática. Deste modo, Tajra (2014, p. 13) esclarece a respeito do Modelo Canvas, conceituação de Alexander Osterwalder criada em 2011, as formas básicas para o desenvolvimento de 9 pontos principais para colocar em prática, com o intuito de ajudar no entendimento entre os pontos que são primordiais para resultados positivos na empresa.

Para a consolidação da recomendação do modelo Canvas de Alexandre, mostra-se no Quadro 1, o modelo reproduzido por Dornelas *et al.* (2015) classificando de forma clara e objetiva de como o empreendedor poderá desenvolver produtivamente as indagações propostas.

Quadro 1 – Modelo Canvas por Dornelas *et al.* (2015)

Parceiros-chave	Atividades-chave	Propostas de valor	Relacionamentos com os clientes	Segmentos de clientes
<i>Quem são seus parceiros-chave? Quem são seus fornecedores-chave? Quais recursos-chave adquirimos de nossos parceiros? Quais atividades nossos parceiros realizam?</i>	<i>Quais atividades nossa proposta de valor requer? Quais são nossos canais de distribuição? Como é o relacionamento com o cliente? Quais são as fontes de receita?</i>	<i>Que valores entregamos aos nossos clientes? Quais problemas dos nossos clientes ajudamos a resolver? Que categorias de produtos e serviços oferecemos a cada segmento de clientes? Quais necessidades dos clientes nós satisfazemos? O que/qual é o nosso mínimo produto viável?</i>	<i>Como nós conquistamos, mantemos e aumentamos nossos clientes? Quais relacionamentos com o cliente nós definimos/temos? Como esses relacionamentos estão integrados no nosso modelo de negócio? Qual é o custo envolvido?</i>	<i>Para quem nós criamos valor? Quem são nossos mais importantes clientes? Quais são nossos clientes típicos/padrão?</i>
	Recursos-chave <i>Quais recursos-chave nossa proposta de valor requer? Canais, relacionamentos, modelo de receita?</i>		Canais <i>Através de quais canais nossos segmentos de clientes querem ser alcançados? Como outras empresas chegam até eles hoje? Quais canais funcionam melhor? Quais canais são mais eficientes em custo? Como promovemos a integração dos canais com a rotina dos clientes?</i>	
Estrutura de custos <i>Quais são os custos mais importantes de nosso modelo de negócio? Quais recursos-chave são os mais caros? Quais atividades-chave são as mais caras?</i>		Fontes de receita <i>Para qual proposta de valor nossos clientes estão dispostos a pagar? O que eles estão comprando/pagando hoje? Qual é nosso modelo de receita? Quais são nossas políticas de preços?</i>		

Fonte: Dornelas *et al.* (2015).

Para Tjara (2014), o modelo Canvas é fragmentado em 2 etapas:

- a) em um lado a análise dos parceiros-chave, as atividades-chave e os recursos-chave, que são conhecidas como parte da estratégia do raciocínio coerente e eficaz;
- b) do outro lado o seguimento e relacionamento de clientes, a estrutura de custos e as fontes de receita devem ser estabelecidos pelo lado das sensações.

Estas fases agregam-se de modo planejado para acrescentar benefícios ao cliente, e com o a utilização da ferramenta Canvas esta metodologia é visualizada para melhor desempenho e auxiliar no desempenho da organização.

4.2 CANVAS DO NEGÓCIO PROPOSTO

Após a observação dos benefícios que se remetem ao modelo Canvas para a identificação e elaboração do planejamento das estratégias para pôr em prática no novo negócio, emprega-se este processo com o intuito de preparação para utilização

no novo negócio em neste trabalho proposto.

O Quadro 2 demonstra a execução da proposta de valor para a imobiliária através do Canvas.

Quadro 2 – Modelo Canvas do Novo Negócio

Parceiros-chave	Atividades-chave	Propostas de valor	Relacionamentos com os clientes	Segmentos de clientes
Proprietários Administradoras Construtoras Prestadores de serviços referente a manutenções e limpeza	Imobiliária Locação temporária residencial	Conforto e comodidade Estabilidade e segurança Economia para o locatário em relação a compra dos móveis Lucratividade maior para o proprietário	Atendimento presencial no acompanhamento do cliente até o imóvel Atendimento e fechamento via internet	Proprietários Colaboradores com prazos determinados Turistas Estudantes Divorciados
	Recursos-chave Agenciamentos de imóveis Captação de clientes	Valor de locação podendo variar conforme localização, tamanho e disponibilidade de garagem	Canais Whatsapp Site Internet Jornal E-mail Facebook	
Estrutura de custos Sistema Via SW Site Jornal Cartões		Fontes de receita Comissão de 30% calculado através do subtotal do aluguel (preço por noite, mais taxa de limpeza, sem impostos e taxas condominiais). Pagamento de 50% na entrada e 50% na saída.		

Fonte: elaborado pela autora (2020).

De modo que, possa perceber o desempenho do Canvas para o negócio apresentado no atual trabalho, especifica-se a seguir, revela as circunstâncias de cada conjunto do exemplo, com as considerações efetivas relacionadas a cada uma das áreas dos elementos.

- a) Proposta de valor: o novo empreendimento apontado trabalhará com a locação temporária com imóveis mobiliados para o conforto e comodidade para o cliente, conduzindo-o a estabilidade e segurança, atuando na qualidade de vida através da necessidade e o tipo de imóvel buscado;
- b) Segmento de clientes: a seção de clientes do negócio necessita ser dividida em 6 grupos: I- Proprietários de imóveis com a intenção em alugar seus próprios apartamentos; II- Turistas em busca de um lugar aconchegante

para ficar por alguns dias ou meses e aproveitar as belezas dos pontos turísticos que a cidade de Bento Gonçalves pode proporcionar; III: Estudantes com o intuito de realizar estágios com prazo determinado, locando um imóvel com toda a mobília, sem precisar pensar em fazer a mudança; IV: Colaboradores com prazo determinado, muitos deles para trabalhar em instituições públicas, hospital e outras empresas, com contrato de experiência; V: Divorciados em processo de separação que deixaram o cônjuge com o imóvel que era dos dois e buscam algo mobiliado para ficar por um tempo;

- c) Canais: o negócio utilizará as mídias digitais: redes sociais, aplicativos, sites e e-mail, para a propagação e apresentação do serviço. A imobiliária terá uma sala térrea para atendimento, onde o cliente poderá tirar suas dúvidas e visualizar as melhores opções conforme a necessidade e os benefícios necessários, agendando possíveis visitas nos imóveis;
- d) Relacionamento com os clientes: para atrair e manter os clientes, a empresa concentra os esforços através de um ótimo atendimento no início da locação e solicitar *feedback* na entrega do imóvel, identificando o que pode ser melhorado;
- e) Atividades Chaves: a atividade principal do imobiliária é trabalhar com locação de imóveis mobiliados por temporada. A modalidade será apresentada como a solução para uma gama de locatários que precisam de um lugar para ficar e que já tenha todo o suporte necessário para uma boa qualidade de vida e preços acessíveis;
- f) Recursos chave: a imobiliária contará com um espaço físico para o agenciamento e a realização da locação dos imóveis. Este espaço será de fácil acesso, podendo ser facilmente encontrado por pessoas que não conhecem a cidade;
- g) Parcerias Chaves I: a imobiliária contará com parcerias dos próprios proprietários que são fundamentais para a locação acontecer. II: Administradoras responsáveis pelas administrações de condomínio, auxiliando nas informações dos contatos de proprietários dos apartamentos. III: Construtoras responsáveis pelas construções dos imóveis, podendo facilitar a parceria para locações e para venda, indicando possíveis investidores. IV: Prestadores de serviços como encanador,

eletricista, faxineira, pintor; entre outros. Todos os prestadores que auxiliarão no melhor funcionamento, cooperando nos consertos que impedem a funcionalidade devida do imóvel;

- h) Fontes de Receitas: a principal fonte de receita do negócio será através da corretagem de 30%, calculada em cima do subtotal do aluguel do imóvel (preço por noite, sem impostos, mas com taxa de limpeza na desocupação). Este pagamento será efetuado pelo locatário na entrada, repassando 50% e após a desocupação, o custo restante de 50% referente ao valor do imóvel. O repasse para os proprietários será todo dia 12 de cada mês, pagando em cheque ou depositando o valor;
- i) Estrutura de custos: Além dos custos iniciais para a compra de equipamentos como computadores e materiais de escritório, haverá custos fixos e variáveis do estabelecimento. I - Sistema via SW é uma ferramenta completa para armazenamentos de dados referente ao ramo imobiliário. II – O site é indispensável para ofertar os imóveis que estão disponíveis no mercado. III-Divulgações em mídias sociais fazem toda a diferença, principalmente para quem quer ingressar um negócio novo no mercado; IV- Jornais são principais meios para chamar atenção na divulgação da imobiliária, voltados para o público da cidade. V - Cartões com números de contatos e e-mail, pode ser muito útil neste ramo de atividade, sendo interessante distribuir em caixas de correios dos edifícios.

4.3 DESENVOLVIMENTO DA PROPOSTA DE VALOR

Um novo negócio pode ser explorado através do aproveitamento da chance em ingressar no mercado, em um nicho com necessidades que precisam ser supridas. Através das técnicas de administração, o empreendimento pode ser colocado em prática, porém se o cliente não perceber o valor existente no que está recebendo, são reduzidas as chaves de sucesso. Por isso, ao implantar e desenvolver um empreendimento novo, é necessário a percepção das necessidades do cliente para agregar valor, estabelecendo um relacionamento entre o consumidor e marca, para o aumento da procura e conseqüentemente alavancando as chances de grandes resultados.

Portanto, a imobiliária tem grande responsabilidade em intermediar e administrar imóveis. Isto se deve ao fato de que proprietários tendem a despreocupar-se em encontrar possíveis clientes para seus imóveis e cobrar o aluguel todo mês, pois a imobiliária é quem fará isso por eles.

Por outro lado, ter um local para morar, mesmo sendo temporário é primordial. Locatários em potencial, precisarão de um imóvel próximo a escola, trabalho e lazer. Um lugar que se sintam confortáveis e seguros, com toda a mobília para que, quando houver qualquer eventualidade, poderá ser habitado.

Deste modo, o novo negócio proposto neste trabalho utilizará a locação de imóveis como um instrumento de uma necessidade fisiológica do cliente, conduzindo-o a tranquilidade, segurança e estabilidade, buscando melhorar a qualidade de vida, satisfazendo suas necessidades. Por isso, a imobiliária está disposta a contribuir para a melhora da qualidade de vida dos locatários, oferecendo as mais variadas ofertas de imóveis, baseado na necessidade e satisfação do cliente.

O empreendimento, ansiará ser reconhecida como uma imobiliária de excelência e agilidade na prestação de serviços. Portanto, as estratégias deverão estar organizadas com base das necessidades deste nicho de mercado, obtendo êxito nos resultados. Neste sentido, sugere-se que os segmentos de clientes que serão abordados sejam focados nos benefícios apresentados abaixo:

- a) Proprietários investidores interessados em alugar seus imóveis, são muito importantes para a realização da locação, pois quanto mais imóveis disponíveis, maior as chances de alugar;
- b) Turistas: interessados em permanecer mais tempo na cidade, afim de adquirir conhecimento e envolvimento com o município, conhecendo novos lugares e passando por experiências diferentes do habitual;
- c) Estudantes: em busca de aprimoramento desenvolvendo atividades de curto prazo, proporcionará bons momentos e silêncio para poder se dedicar- se a aprimorar o conhecimento;
- d) Colaboradores: com prazo determinado: sendo procurado por algumas empresas que contratam funcionários de fora, proporcionará o aconchego necessário conforme o período estipulado de trabalho;
- e) Divorciado: em processo de separação, o cônjuge precisará de um lugar para ficar por um tempo até decidir qual será o próximo passo a resolver e passa isso, será necessária toda mobília.

Ao compreender o posicionamento da imobiliária no mercado, a empresa deverá escolher por estratégias baseadas nesta disposição para obter o sucesso esperado em sua trajetória. Portanto, o estímulo para a Imobiliária Dia a Dia consiste em estabelecer a empresa como um centro de agilidade e excelência na prestação de serviços e a proposta de valor deve basear-se na qualidade dos imóveis oferecidos e na busca contínua pela satisfação dos seus clientes.

4.3.1 Missão

Considerando que a proposta de valor esteja implantada na cultura da empresa, ou seja, para que o empreendimento assuma sua razão de ser e seu argumento seja confirmado no modo de comportamento da equipe, é indispensável definir a missão, a visão, os valores e os objetivos do trabalho.

Para Lucio Jr. (2008, p. 11), a missão consiste em ser o propósito do negócio.

A visão e a missão se complementam, pois, a visão indica um ideal, enquanto que a missão explica a forma como chegar até o ideal da organização. Portanto, a missão representa a razão de ser da empresa.

Já Braga e Monteiro (2010, p. 45), consideram que a missão atua como forma de orientação do planejamento na ação da empresa, sendo realizado em um determinado tempo estendido, envolvendo crenças e outras especificidades inerentes ao empreendimento.

Analisando a criação da proposta de um ambiente para agregar valor no novo empreendimento, seja continuamente mantida para conduzir a empresa em seu mercado, determina-se abaixo a missão, visão, valores e objetivos para a imobiliária Dia a Dia.

- a) Missão: “é prontificar uma experiência agradável para os clientes, atendendo as autênticas expectativas com profissionalismo, excelência e valores éticos, contribuindo para a satisfação e conforto e garantindo uma ótima relação entre custo e benefício”;
- b) Visão: Ser reconhecida pela agilidade e ser de exemplo como ótima prestadora de serviços para o ramo imobiliário no município de Bento Gonçalves até 2030;
- c) Valores: I- Evoluir na ética dentro da organização, respeitando os direitos do próximo; II-Satisfação das experiências dos clientes; III-Transparência e

responsabilidade perante os compromissos assumidos; IV- Igualdade no tratamento das pessoas; V- Agilidade e melhoria contínua no processo de locação.

4.3.2 Objetivos

Estabelecendo estratégias para alcançar as metas são significativamente importantes clareando as ideias. Assim sendo, para que o negócio seja alcançado com sucesso pelo sócio, espera-se atingir os seguintes objetivos iniciais:

a) Objetivos Financeiros:

1º) Reaver o investimento inicial no prazo de 2 anos;

2º) Gerar mensalmente aos sócios, um pró labore na ordem de um salário mínimo nacional;

b) Objetivos Mercadológicos:

3º) Reconhecimento pela agilidade e sendo exemplar como imobiliária na região de Bento Gonçalves, proporcionando satisfação para 92% dos clientes.

4.4 MÍNIMO PRODUTO VIÁVEL

Posteriormente, a realização da proposta de valor, é necessário à validação do conceito para a proposta de negócio, analisando conforme mercado e as respectivas necessidades que serão supridas. É fundamentalmente a construção da ferramenta MVP sigla correspondente a expressão em inglês de Minimum Viable Product, que traduzida para português significa Mínimo Produto Viável.

Dorf e Blank (2018, p. 501) argumentam que MVP pode ser bastante simples, porém será ótimo auxiliador nas respostas esperadas em relação às expectativas dos clientes. O MVP precisa demonstrar o motivo real da necessidade/problema e de que forma o serviço irá solucionar e apresentar benefícios para o público alvo. Esse processo é chamado de criação de um produto mínimo de valor para o usuário final (MVP).

Associado a isso, para o novo negócio proposto neste trabalho o MVP é apresentado na Figura 5, que se constitui em um anúncio com a exibição da nova empresa e de seus serviços no ramo imobiliário. O objetivo deste material é anunciar

ao mercado a intenção da abertura da imobiliária Dia a Dia para medir o grau de interesse e aceitação do público em relação ao novo negócio.

Figura 5 – Mínimo Produto Viável / Frente



Fonte: elaborado pela autora (2020).

A Figura 6 é o verso do folder, informando algumas das modalidades que podem ser optadas para a efetivação da locação e os documentos necessários que deverão ser apresentados pelo locatário para alugar através da imobiliária Dia a Dia.

Figura 6 – Mínimo Produto Viável / Verso



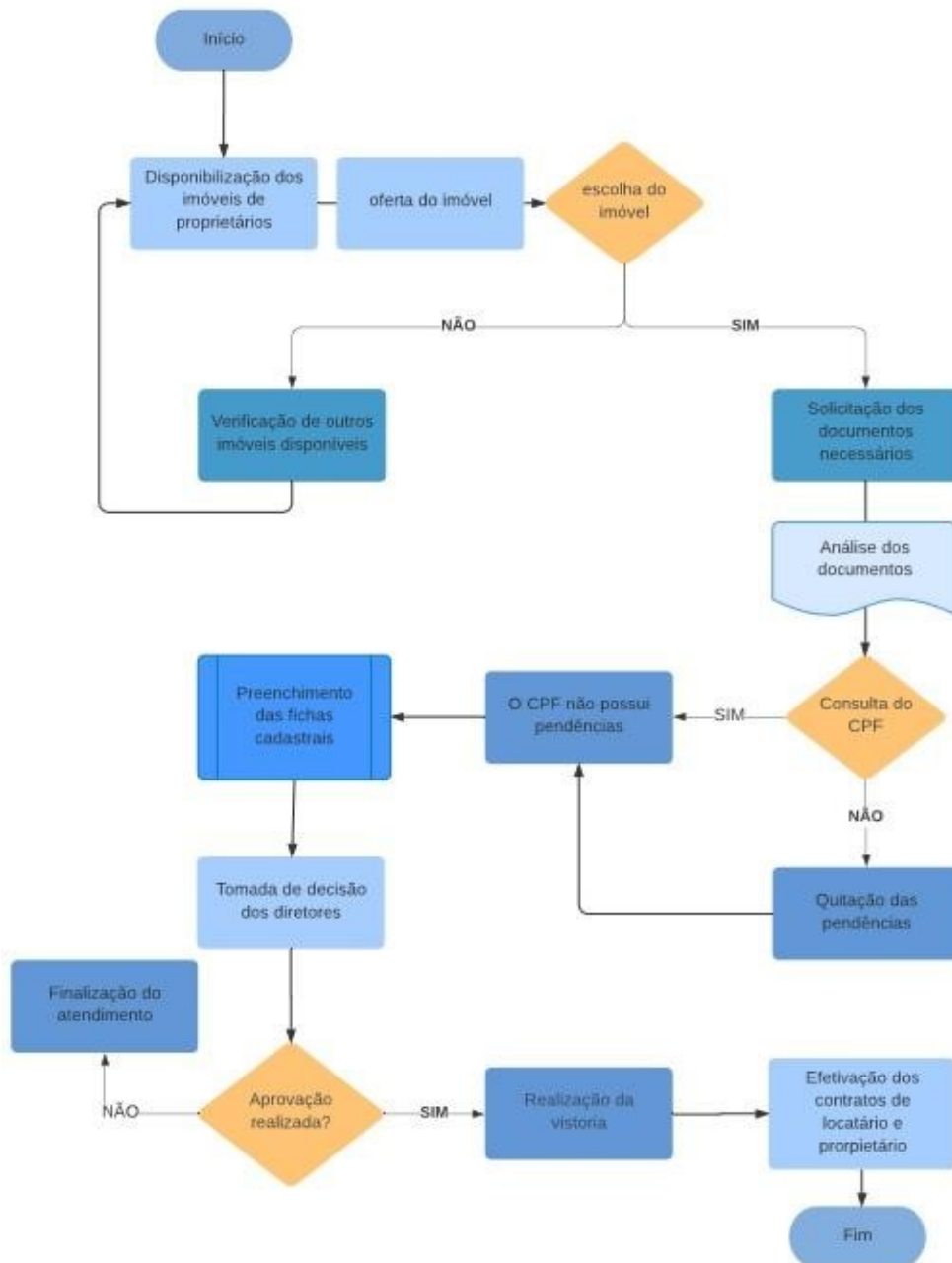
Fonte: elaborado pela autora (2020).

4.5 FLUXOGRAMA DA EMPRESA

De acordo com Vergueiro (2002, p. 53), o fluxograma é um gráfico usado para a organização e processos. Esta ferramenta tem o intuito de verificar a necessidade, analisar os fatos a seguir e conseqüentemente, melhorar a qualidade do serviço realizado. Existem vários tipos de gráficos, também conhecidos por diagramas de blocos, porém todos tem a função de especificar e de oferecer uma satisfação organizacional para a empresa.

Apresenta-se o fluxograma do processo com forma de MVP (mínimo do produto viável) sendo uma estratégia com mínimas características necessárias para a validação do modelo de negócio. A ideia é atingir benefícios e resolver problemas em menos tempo e menor valor, com o intuito de analisar e resolução de um problema do cliente através da disponibilidade do serviço.

Figura 7 – Fluxograma da empresa



Fonte: elaborado pela autora (2020).

O fluxograma da imobiliária (Figura 7) se inicia com o ponto chave, a disponibilidade de imóveis dos proprietários interessados em ofertar para locação. Quanto mais imóveis ofertamos, maior a probabilidade de concretizar a transação.

Os futuros locatários visitarão os imóveis conforme as próprias necessidades e desejos, com possibilidade de gostar ou não dos imóveis disponíveis.

Após a escolha do locatário, o próximo passo é a solicitação de documentos essenciais para o procedimento e na sequência a análise dos mesmos, consultando o CPF dos interessados. Caso houver pendências, é necessário a quitação dos

valores em aberto para dar sequência.

Documentos e CPF aprovados, o locatário preenche as fichas cadastrais com contatos principais e e-mail para que a direção concretize a provação. Desta forma, a direção levará em consideração o tempo de trabalho, o CPF sem restrições e a garantia escolhida pelo locatário. A direção é quem dará o veredito final para a concretização, após a confirmação é realizado a vistoria no imóvel, com fotos, parecer descritivo, efetivado os contratos de locador e locatário para as assinaturas.

5 PESQUISA DE MARKETING

Certamente, contribuir para a correta tomada de decisões que estão por vir referente a viabilidade da implantação de um nova Imobiliária no município de Bento Gonçalves, se faz indispensável a realização da pesquisa de Marketing.

Conforme Kotler e Keller (2006, p. 98) a definição da pesquisa de Marketing é a preparação e análise da coleta de dados sobre a atitude do consumidor referente ao assunto pesquisado com o intuito de encontrar respostas sobre a situação específica da empresa.

Associado a isso, a pesquisa de marketing para Mattar (1997), tem o intuito de repassar aos gestores conhecimentos que apoiam na tomada de decisões. Esta pesquisa é elaborada por meio de um conjunto de conhecimentos e a utilização por procedimentos de investigação científica. Refere-se a um processo que envolve inúmeras etapas, como:

- a) definição do problema;
- b) desenvolvimento de uma abordagem;
- c) elaboração de concepção de pesquisa;
- d) trabalho de campo ou coleta de dados;
- e) organização e análise dos dados;
- f) preparação e apresentação dos resultados.

Para Malhotra *et al.* (2005, p. 15) a pesquisa de marketing tem como definição, analisar as informações fornecidas com clareza, para auxiliar na tomada de decisão baseados em conhecimentos sólidos. A utilização nas empresas mantém as mesmas competitivas e evita gastos desnecessários.

Conforme Chaoubah e Barquette (2007) para empreendedores que queiram diminuir as incertezas relacionadas as decisões, a pesquisa de marketing ajuda a identificar as questões problema e a criar soluções para se sobressair no marketing.

Dalmarco (2020, cap. 6) evidências a existência de dois objetivos para a realizar a pesquisa de marketing:

Identificar um problema: avaliar e levantar possíveis ameaças ou oportunidades de mercado para a empresa. Tem relação com pesquisa de potencial e participação de mercado, imagem da marca, tendências comerciais, entre outras.

Solucionar o problema: Uma vez identificado um problema que o gestor de marketing esteja enfrentando, parte-se para a realização de uma pesquisa

que fornecerá informações de apoio à solução desse problema. Trata-se de estudos relacionados, de maneira geral, à segmentação de mercado e as definições sobre o composto de marketing: produto/serviço, preço, comunicação, distribuição (DALMARCO, 2020, cap. 6).

Mattar (1997), alega que uma pesquisa faz parte de um processo de busca reunir informações contribuindo para o gestor na tomada de decisão. Certifica-se que a pesquisa de marketing é indispensável para a prosperidade do novo negócio apresentado, pois envolvem em uma constituição de dados reunidos e que são relevantes para conduzir ações do empreendimento futuro. “Apenas a pesquisa de Marketing, no entanto, não é garantia de sucesso, o uso inteligente da pesquisa é o fator chave para as conquistas negociais” (AAKER; KUMAR; DAY, 2004, p. 27).

5.1 OBJETIVOS DA PESQUISA DE MARKETING

Conforme Malhotra *et al.* (2005, p. 10) o fundamental propósito de uma pesquisa de marketing é “reconhecer, e após, atender as necessidades do público alvo”. Isso se deve ao fato da realização eficiente da coleta e verificação das informações. Com isso, o profissional estará mais aproximado de ofertar as sensatas soluções para a resolução dos problemas de uma determinada empresa. Assim sendo, o propósito da pesquisa de marketing apontada neste trabalho terá a finalidade de identificar qual o potencial de mercado para a abertura de uma nova imobiliária em Bento Gonçalves, identificando as necessidades do mercado e oferecendo-lhes soluções na busca de suprir a satisfação e os desejos dos clientes. Diante disso, tem-se por objetivos:

- a) realizar análise da competência de mercado e verificar o público alvo;
- b) verificar a capacidade do conhecimento de mercado, relacionado ao serviço ofertado;
- c) avaliar o que de fato se anseia de um novo negócio no ramo apresentado;
- d) mensurar o nível de adaptação e importância do ramo de segmento;
- e) reconhecer momentos oportunos relacionados a serviços para o empreendimento.

Na próxima seção serão relatados quais os tipos de pesquisa que deverão ser empregadas para cumprir os objetivos informados acima.

5.2 DELINEAMENTO DA PESQUISA

A pesquisa é uma metodologia destinada a encontrar um meio de resolver os problemas com o auxílio da aplicação de procedimentos científicos. O processo constitui-se contemplar e ponderar as transformações de um acontecimento, para que, com base na análise possa ser criado argumentos consistentes gerando possíveis conhecimentos.

Associado ao processo, Mattar (1997) determina que as pesquisas podem ser consideradas ao que se refere:

- a) à natureza das variáveis pesquisadas: pesquisa quantitativas e pesquisa qualitativas;
- b) à constituição do relacionamento entre as variáveis estudadas: pesquisas descritivas e pesquisas causais;
- c) ao objetivo e ao grau de problema: pesquisa exploratória e pesquisa conclusiva;
- d) à forma utilizada para a coleta: pesquisa por comunicação e observação;
- e) ao sentido da pesquisa em termos de amplitude e profundidade: estudo de campo, estudo de caso e apuramentos amostrais;
- f) à dimensão no tempo: pesquisas ocasionais e evolutivas;
- g) ao possível controle sobre as variáveis: pesquisas experimentais;
- h) ao ambiente: pesquisa de campo, laboratório e simulação.

Conforme Mattar (1999), Cervo e Bervian (2002), Malhotra *et al.* (2005) e Gil (2010), os tipos de pesquisa podem ser enquadrados como:

- a) Pesquisas exploratórias: o propósito desta pesquisa é transformar o problema mais familiar, com o objetivo de torná-la mais visível ou a instruir possibilidades. Habitualmente o planejamento costuma ser ajustável pois auxilia nas diversas questões relacionadas nos impasses que serão avaliados. Por fazer-se aconselhada principalmente quando houver pouco conhecimento a respeito das questões estudadas, é apropriada para a abertura de novos empreendimentos, visto que o resultado concede informações consideráveis sobre a amostra. Os processos utilizados e que são aplicados neste tipo de pesquisa são: apuramento de fontes secundários (levantamentos bibliográficos, estatísticos, documentais e pesquisas efetivadas), verificação de experiências, estudo de casos

selecionados e observação informal;

- b) Pesquisa descritiva: a finalidade de apontar as definições e especificidades de uma estabelecida amostra. Em contraposição da pesquisa exploratória, a descritiva estima um certo conhecimento relativo ao problema a ser questionado. No geral se qualifica por uns argumentos evidentes do problema, eventualidades próprias e análise dos dados, sendo as principais ferramentas: entrevistas (conversas pessoais, telefone ou pela internet), formulários, questionários e a observação;
- c) Pesquisas explicativas/causal: busca a identificação das razões que motivam acontecimentos de estipuladas ocorrências, sendo assim, obtendo os indicativos sobre a razão e o resultado, a causa dos assuntos. Associado a isso, estabelece o tipo mais complicado de pesquisa, conforme precisará ser resistente na administração sobre a amostras e as circunstâncias.

Contudo, com base nos tipos de pesquisa evidenciados e as finalidades sujeitas a serem seguidas no trabalho exploratório de viabilidade da implantação de um novo empreendimento empregou-se os seguintes recursos para a execução da pesquisa de marketing:

- a) Pesquisa qualitativa exploratória: onde foi desenvolvida uma entrevista com um empreendedor e um profissional do ramo imobiliário;
- b) Pesquisa quantitativa descritiva: onde foi elaborado um questionário com perguntas fechadas a ser apresentado a amostra.

Através desta pesquisa realizou-se a coleta dos dados necessários para posterior avaliação e orientação quanto a conclusão do trabalho.

5.3 PARTICIPANTES DO ESTUDO

Em resumo, a declaração dos entrevistados é a razão eficiente e eficaz para que a pesquisa divulgue excelentes resultados. Para isso, o participante precisa estabelecer sua apresentação que será analisada de forma participativa, para adquirir o resultado.

De acordo com Mattar (1997), amostragem é o método de colher amostras de indivíduos e a amostra é qualquer parte dos indivíduos. Associado a isso, para autor as concepções principais da amostragem determinam a importância das informações

inerentes às organizações, já que a efetivação de uma adequação, onde a análise dos indivíduos é um processo longo e custoso. Isto significa que ao analisar parte dos indivíduos, é possível atingir questões de seu todo. Conforme o autor, pode-se estabelecer:

- a) Participantes: a soma total dos elementos que compartilham algum conjunto comum de características e que compreende o universo para o problema de pesquisa de marketing;
- b) Censo: enumeração completa dos elementos de uma população ou de objetos de estudo;
- c) Amostra: um subgrupo de elementos da população selecionado para participação no estudo.

Da mesma forma, Mattar (1997) esclarece dois princípios que servem de serventia para efetuar uma pesquisa por amostragem: a de que há semelhanças entre os membros da população e de que a divergência entre as crenças das circunstâncias é reduzida.

Malhotra (2001) e Mattar (1999) afirmam que o procedimento da realização de uma amostra baseia-se em cinco etapas:

- a) determinar os indivíduos que serão objetivos alvo: conjunto de elementos que dispõem informações investigada pelo investigador e referente os quais devem ser realizadas suposições, estabelecendo em conclusão dos elementos amostrais, ampliação e período;
- b) constituição da amostra: um entendimento dos fundamentos dos indivíduos que serão objetivos alvo, resumindo-se em uma lista baseado em instruções para reconhecer o público alvo;
- c) distinção do método de amostragem: decisão sobre como será considerada, por meio das técnicas probabilísticas ou não probabilísticas;
- d) dimensão da amostra: registros de fundamentos que serão envolvidos na pesquisa;
- e) aplicação do procedimento de amostragem: caracterização descrita de como serão executadas as providências sobre os indivíduos, formação da amostra, elemento amostral, método de amostragem e a dimensão da amostra. A pesquisa relacionada a avaliação da viabilidade de uma nova imobiliária que é apontada não probabilística, analisando público em geral no município de Bento Gonçalves e municípios vizinhos.

5.4 PROCESSO DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Nesse aspecto fundamental, a atividade de pesquisa de marketing constitui-se em suceder influências. O Quadro 3, a seguir, identifica-se os recursos de pesquisa empregados no efetivo trabalho.

Denominam-se aos métodos de coleta empregadas e a maneira de como as ferramentas foram desenvolvidos e implementados. Mostra-se o processo de pesquisas aplicadas e os aspectos das informações exploradas.

Quadro 3 – Método de pesquisa

Delineamento			Participantes ou População e Amostra	Processo de Coleta	Processo de Análise
Natureza	Nível	Estratégia			
Qualitativa	Exploratório	Estudo Qualitativo	Entrevista com 2 pessoas, empreendedor e profissional do ramo imobiliário	Questionário com questões abertas	Análise empírica e subjetivas das respostas
Quantitativa	Descritivo	Enquete	80 pessoas	Questionário com questões fechadas	Dados estatísticos

Fonte: elaborado pela autora (2020).

Conforme o Quadro 3, a pesquisa qualitativa aplicou-se através do nível exploratório, com o objetivo de realizar a estratégia de estudo qualitativo feito através de uma entrevista enviada no dia vinte e três de maio de 2020, com doze perguntas abertas para dois entrevistados, sendo o primeiro deles um empreendedor e o outro, um profissional do ramo imobiliário, com o intuito de entendendo melhor o setor de atuação o obter conhecimentos a partir das experiências dos entrevistados.

A pesquisa quantitativa, realizada a nível descritivo, foi elaborado uma enquete contendo doze questões aplicadas via internet, disponibilizada dia onze de maio de 2020, alcançando oitenta entrevistados que responderam ao questionário com questões fechadas, como objetivo de analisar os dados estatísticos a partir das respostas obtidas com o público-alvo do negócio proposto.

5.5 RESULTADOS DA PESQUISA

Após a coleta de dados qualitativo e quantitativos através das pesquisas

aplicadas aos grupos de interesses selecionados de acordo com a metodologia de pesquisa, foram analisados os resultados e as conclusões de ambas as pesquisas.

O despertar da procura de imóveis por temporada mobiliados em Bento Gonçalves, se deve ao fato de ser uma cidade bastante procurada por turistas que buscam vivenciar novas experiências. No site do município encontram-se assuntos voltados a região do Vale dos Vinhedos, com diversas vinícolas repletas de histórias e valores culturais, sendo referência e de grande relevância no enoturístico do Brasil, além de feiras como a FIMMA Brasil - Feira internacional de Máquinas, Matérias-primas e Acessórios para a Indústria Moveleira, conhecida entre as três mais grandiosas feiras em âmbito mundial.

Alguns fatos da vida, que pode acarretar a busca por um imóvel mobiliado é a separação de casais, sendo necessário que um deles encontre um lugar para ficar. Algumas evidências são esclarecidas pelo IBGE referente a Bento Gonçalves em 2018, com registros de 131 divórcios e 471 casamentos no Civil deste mesmo ano, sendo um número considerável de pessoas que possivelmente precisarão de um tempo para resolver suas situações pessoais e conseqüentemente alugar um imóvel mobiliado.

Outra situação que favorece a busca por imóveis, é a abertura de processos seletivos para Censo demográfico em março de 2020, ocorrendo processos seletivos para trabalhos temporários, sendo que em Bento Gonçalves são 133 vagas disponíveis e no Rio Grande do Sul totalizando 12.899 oportunidades de empregos.

5.5.1 Resultados da pesquisa qualitativa

A pesquisa qualitativa teve dois entrevistados, conforme apresentado abaixo:

- a) o primeiro entrevistado, é um empreendedor chamado Aldomir Tresoldi, que está no mercado imobiliário há sete anos, sócio proprietário de uma imobiliária. O objetivo da entrevista é entender características necessárias para administrar o funcionamento de um estabelecimento deste ramo e a adaptação da empresa em relação as mudanças constantes pensando em um futuro a curto e longo prazo;
- b) o segundo entrevistado corresponde a um profissional da área, com 2 anos de mercado. O objetivo dos questionamentos é entender a visão do profissional a respeito do ramo imobiliário, sua evolução desde o início,

compreender o que este profissional considera fundamental para novos profissionais do ramo e quais os principais desafios que este irá enfrentar.

5.5.1.1 Resultado da pesquisa com o empreendedor Aldomir Tresoldi

A entrevista se inicia através de questionamentos voltados sobre si mesmo sendo o ponto de partida, compreendendo o comportamento escolar indagando sobre ser bom aluno, se gostava de estudar e como era a maneira com que se comportava para apreender mais. Desta forma, revelou ser bom aluno, não gostando muito de estudar, mas sabendo da importância do conhecimento e aprendo mais observando para após pôr em prática.

Quando perguntado na segunda pergunta sobre quais suas características pessoais mais importantes para a sua empresa, o empresário acredita ser a entrega, o comprometimento e a dedicação. Trabalhe para sua empresa como se estivesse trabalhando para você, o resultado é consequência da do que você entrega.

Na terceira pergunta da entrevista tendo em vista a visão de como surgiu a ideia de ser empreendedor e se a ideia foi fruto da inquietação ou de uma oportunidade, para ele empreender não é uma tarefa fácil, é preciso ter muita coragem para arriscar e é preciso muito trabalho e dedicação para ter sucesso. A inquietação é o combustível que promove a mudança e que nos instiga a evoluir e a empreender.

Na quarta questão, refere-se sobre o que desejava conquistar quando escolheu empreender e em resposta é o que todos buscam, a realização profissional, o sucesso, o dinheiro e acima de tudo a qualidade de vida.

A questão seguinte, interrogado sobre quais foram as dificuldades enfrentadas no início de seu negócio e a principal dificuldade foi a falta de recursos para se manter em atividade e para investir na melhoria dos processos dentro da empresa. Outro fator que dificulta é que a criação de expectativas, mais as coisas precisam de um tempo para dar frutos.

Na sexta pergunta, indaga-se sobre suas motivações para empreender e a principal motivação do empresário, sempre foi o desejo de fazer algo diferente, de fazer algo útil e que pudesse proporcionar uma mudança na vida das pessoas.

Na sétima questão, houve o interesse em saber sobre seu trabalho de como o empreendedor identifica oportunidades e na sua opinião, é preciso estar ligado 24 horas, as mudanças são constantes e o jogo muda a toda hora. Assim é preciso

entender que mudou o jogo, mudam as regras. Sempre atento a eventos que influenciam e que quebram a rotina das pessoas e quando identificou a oportunidade de alinhar o meu negócio a necessidade atual das pessoas, eu mudo.

O questionamento a seguir, investiga-se suas características pessoais mais importantes para administrar a empresa. Desta forma, a pontualidade, responsabilidade, comprometimento e entrega e todos os processos, sempre lembrando que as pessoas são mais importantes do que coisas, são características chave para a administração do empreendimento.

Na nona pergunta, buscando compreender fatores mais importante para o sucesso de sua empresa, o entrevistado considera o comprometimento sendo fator chave, mas também em sua opinião, é preciso entender a necessidade do cliente e entregar o que o próprio cliente precisa.

A décima pergunta se remete a realização de estabelecer metas pessoais, que são realizadas através de metas anuais. Separando-as em pessoais e profissionais. Nos pessoais menciona coisas que pretende fazer para si e com sua família. Nas profissionais, são as ambições.

O questionamento seguinte, revela sua opinião sobre o que considera mais importante para a retenção dos clientes. Baseado no questionamento, o mais importante é criar conexões, ser rápido e sempre resolver os problemas de uma forma que não afeta as relações.

A última pergunta foi destinada à sua visão sobre o mercado daqui a cinco ou dez anos. Em sua perspectiva, é muito difícil falar em futuro em uma era que estamos expostos a mudanças constantes. O uso das tecnologias vem transformando os mercados e mudando as relações entre empresas e clientes a todo momento. Talvez, em dez anos, o seu negócio deixe de existir, por isso, a busca é a adaptação sempre, o modelo de negócio as novas tecnologias e acompanhando o processo de transformação digital atual.

5.5.1.2 Resultado da pesquisa com o corretor de imóveis Lucas Gazolla

Resultando a compreensão voltada escolha da profissão no ramo imobiliário, considera-se a entrevista com um profissional buscando perceber o motivo da decisão em se tornar um corretor de imóveis. Desta forma, visto como uma grande oportunidade, concretizando o curso do CRECI, já pensando em um mercado em

ascensão, sendo uma carreira direcionada para quem gosta de trabalhar com pessoas e a concretização de sonhos, satisfazendo a necessidade essencial de ter espaço, um lugar para chamar de seu lar.

Na questão seguinte, indaga-se a sua própria visão sobre a profissão de corretor imobiliário, sendo destacado que por enquanto é uma profissão sem muito apoio, mas que tem tudo para ser bastante valorizada em um futuro próximo.

Questionado na terceira pergunta, sobre as características fundamentais para os novos profissionais no ramo imobiliário, Lucas completou ser importante a dedicação e paciência pois o início exige estas características no processo inicial, sempre estando plenamente capacitado para resolver qualquer problema, pois eles são parte da jornada para a concretização do sucesso.

A quarta questão, se remete a quais desafios que estes profissionais irão enfrentar. Deste modo, o profissional ressalta a grande dependência da situação financeira do cliente na compra de um imóvel por exemplo, também sendo importante para a locação de um imóvel e de situações a respeito de pendências que são relevantes tanto para locação, quanto a venda de um imóvel, podendo impossibilitar a transação de um possível negócio.

Última pergunta, se remete ao interesse em se tornar um empreendedor no futuro, ressaltando a intenção em ser um empreendedor. No momento atual a intenção primordial é adquirir todas as experiências possíveis para que possa estar preparado pondo em prática todo o conhecimento adquirido para o próprio negócio.

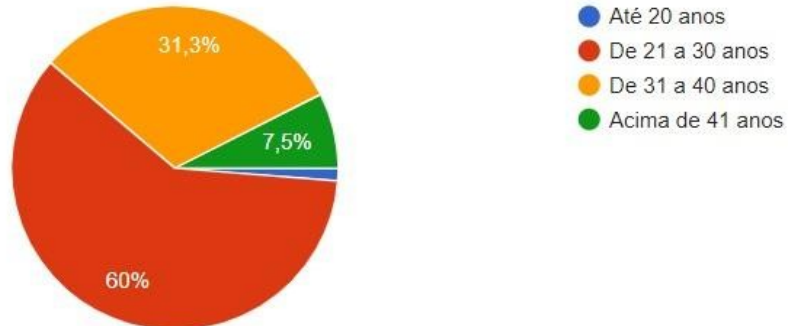
5.5.2 Resultados da pesquisa quantitativa

Realizada a enquete descritiva composta por doze questões de forma que a última se refere a possíveis sugestões. A pesquisa se concretizou via internet, concluída com oitenta entrevistados, com o intuito de analisar os dados e a viabilidade com base nas respostas conclusivas.

Gráfico 1 – Faixa etária dos entrevistados

1- Faixa etária?

80 respostas



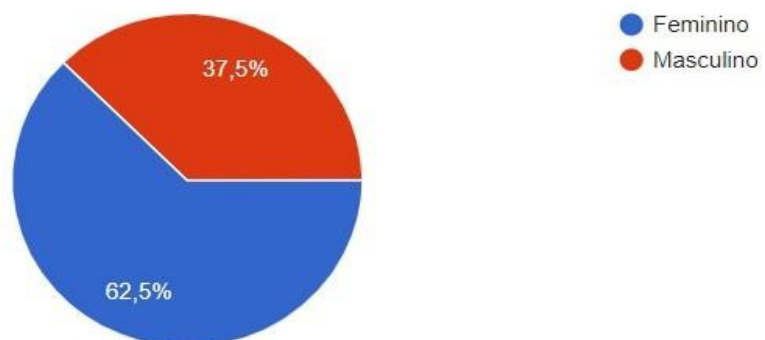
Fonte: elaborada pela própria autora (2020).

O Gráfico 1 demonstra que a faixa etária da amostra corresponde à 60% do maior número de entrevistados que se encontram com idade entre 21 à 30 anos, que corresponde ao início da independência, despertando o interesse em ter seu próprio espaço; 31,3% com idade de 31 à 40 anos; 7,5% entrevistados acima de 41 anos e a menor amostra com 1,2% com menos de 20 anos.

Gráfico 2 – Gênero dos entrevistados

2 - Gênero?

80 respostas



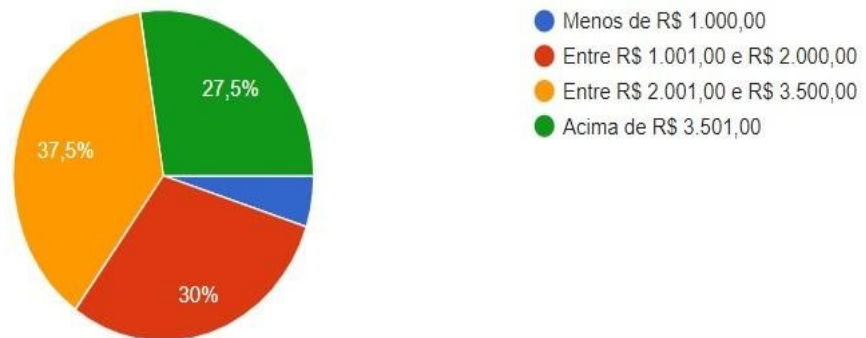
Fonte: elaborada pela própria autora (2020).

No Gráfico 2, resulta que a maioria dos entrevistados que responderam à pesquisa são mulheres, correspondendo a 62,5% de representatividade e os homens representa 37,5% da amostra.

Gráfico 3 – Renda mensal

3- Renda mensal?

80 respostas



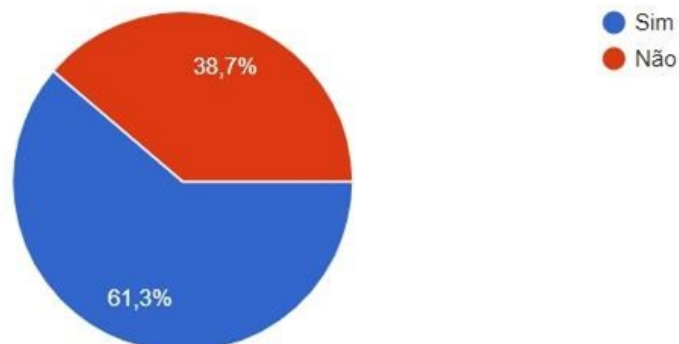
Fonte: elaborada pela própria autora (2020).

A pesquisa esclarece a renda mensal no Gráfico 3, considerando o maior número de entrevistados com 37,5% o rendimento salarial mensal corresponde R\$ 2.001,00 à 3.500,00, 30% dentro de R\$ 1.001,00 à 2.000,00, sendo ambos possibilitando conciliar possíveis despesas e o pagamento do aluguel mensal; 27,5% com rendimento salarial acima de R\$ 3.501,00 com possíveis chances de financiar um imóvel para compra e 5% ganhando menos de R\$ 1.000,00 mensais.

Gráfico 4 – Entrevistados que já realizaram locação temporária

4- Você já alugou um imóvel temporário?

80 respostas



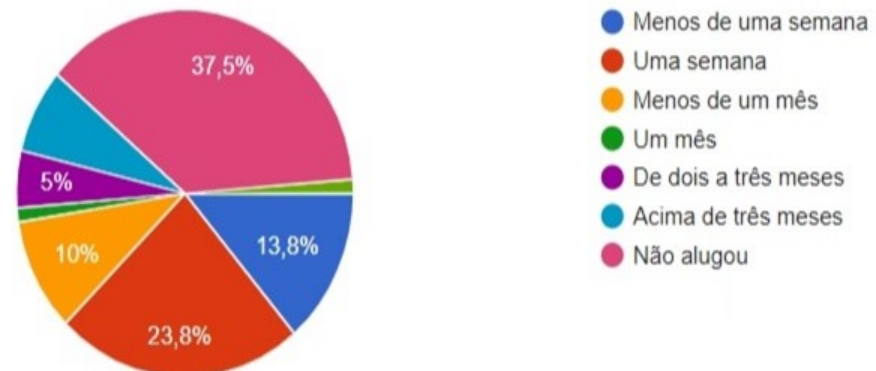
Fonte: elaborada pela própria autora (2020).

Pode-se visualizar no Gráfico 4, grande parte dos indivíduos entrevistados, sendo mais específico 61,3% já alugaram imóveis temporários, enquanto que 38,7% ainda não precisaram até o momento.

Gráfico 5 – Tempo de duração da locação temporária

5- Se sua resposta anterior foi sim, quanto tempo durou a locação?

80 respostas



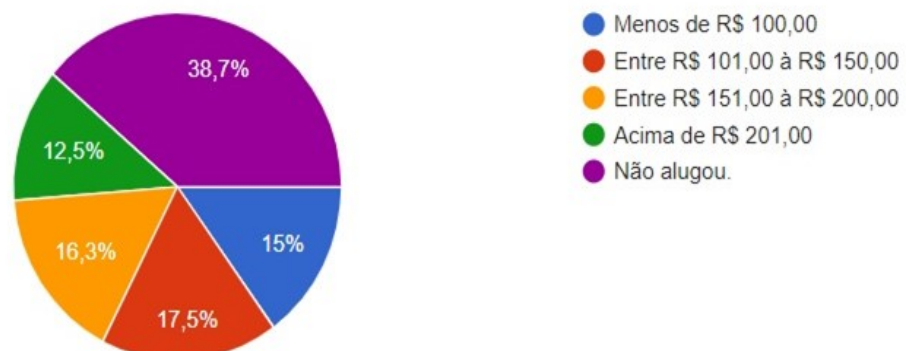
Fonte: elaborada pela própria autora (2020).

É possível identificar no Gráfico 5, a porcentagem de 37,5% nunca alugou um imóvel temporário até o momento. A maioria dos entrevistados sendo eles 62,5% já alugaram um imóvel temporário, com tempo de duração sendo, 23,8% deles locaram um imóvel por uma semana, 13,8% menos de uma semana; 10% deles alugaram por aproximadamente um mês; 9,9% acima de um mês e finalizando, 5% deles, necessitam para o período de dois a três meses.

Gráfico 6 – Custo da diária

6- Quanto custou a diária?

80 respostas



Fonte: elaborada pela própria autora (2020)

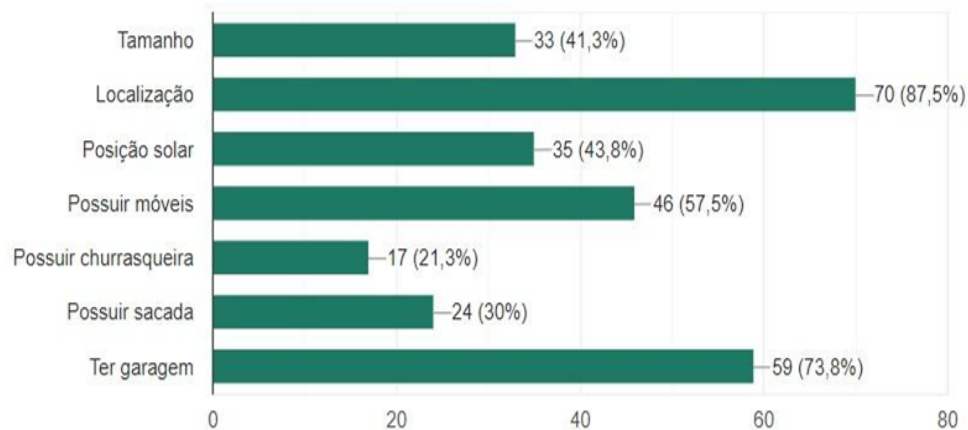
Estas pessoas que alugaram imóveis temporários, foram questionadas sobre o custo da diária no período da locação. No Gráfico 6, é possível evidenciar que 17,5% do pagamento da locação temporária custou entre R\$ 151,00 à R\$ 200,00 da

diária, na sequência, com 16,3% entre 101,00 à R\$ 150,00 da diária, 15% dos entrevistados gastaram menos de R\$ 100,00 e 12,5% com o custo acima de R\$ 201,00; considerando que 38,7% até agora, não efetivaram uma locação, conclui-se que 61,3% dos entrevistados já passaram pela experiência da locação temporária.

Gráfico 7 – Considerações importantes no imóvel

7- O que considera importante no imóvel? Pode ser mais de uma opção.

80 respostas



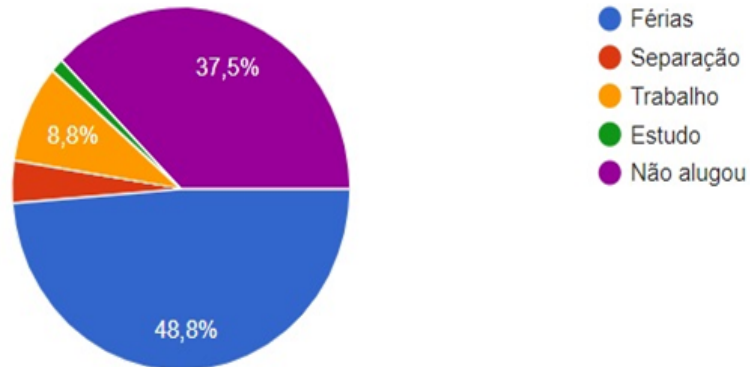
Fonte: elaborada pela própria autora (2020).

Analisando as características consideradas importantes em um imóvel, no Gráfico 7 é possível identificar que a localização, com 70 do total de 80 dos entrevistados votaram, sendo o mais expressivo com 87,5%. Na sequência, para 59 dos indivíduos a existência da garagem também é relevante caracterizando 73,8% da amostra. Totalizando 46 dos entrevistados consideram a importância do imóvel possui móveis com 57,5%. Após, 35 deles revelaram o interesse da posição solar com 43,8%, não tão distante da relevância do tamanho do imóvel, sendo 33 pessoas alcançando 41,3% da representatividade, após, representando menos relevantes, 24 pessoas se importando com possuir sacada no imóvel, representando 30% e finalmente a churrasqueira, sendo 17 dos entrevistados considerando essencial, representando 21,3% da amostra.

Gráfico 8 – Motivo da locação temporária

8- Qual foi o motivo da locação temporária?

80 respostas



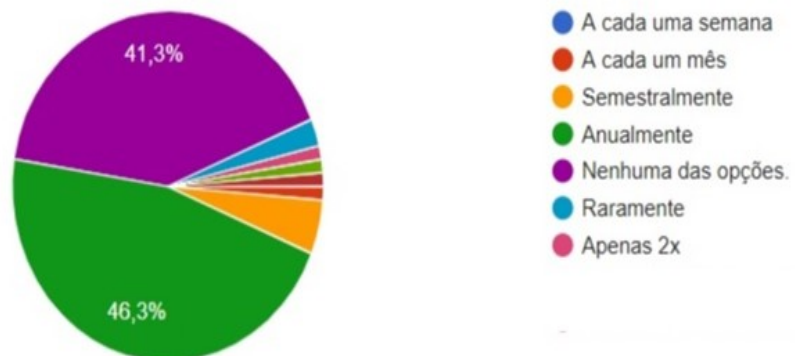
Fonte: elaborada pela própria autora (2020).

Destaca-se no Gráfico 8, de 62,5% dos entrevistados que locaram imóveis, o motivo maior da locação temporária, ressalta-se que 48,8% dos entrevistados, a procura constante são para passar as férias, na sequência a a necessidade de encontrar um locação por motivos que envolvem o trabalho sendo 8,8% e outros casos como motivo de separação e estudo com a representatividade de 4,9% da amostra. Levando em consideração que 37,5% ainda não tiveram a necessidade de locar até o momento.

Gráfico 9 – Frequência para uma locação temporária

9- Qual a frequência você aluga um imóvel?

80 respostas



Fonte: elaborada pela própria autora (2020).

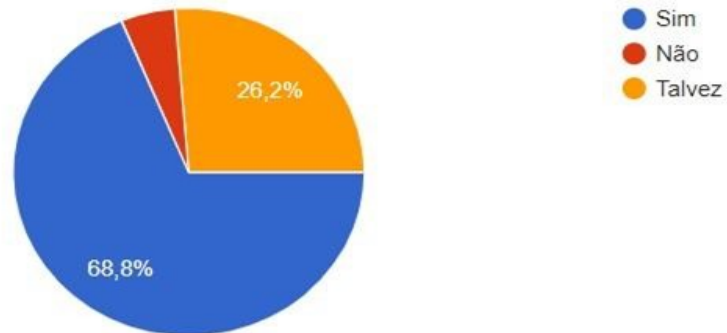
No presente Gráfico 9, totalizando 58,7% dos interrogados que já realizaram a locação em algum período de sua vida, sendo eles 46,3% alegam já ter alugado

anualmente e os demais como sendo semestralmente; raramente e apenas 2 vezes; todos correspondendo a 12,4%, sendo que 41,3% não alugam, conforme a amostra.

Gráfico 10 – Alugaria novamente ou pela primeira vez uma locação temporária

10- Alugaria novamente ou pela primeira vez, uma locação temporária?

80 respostas



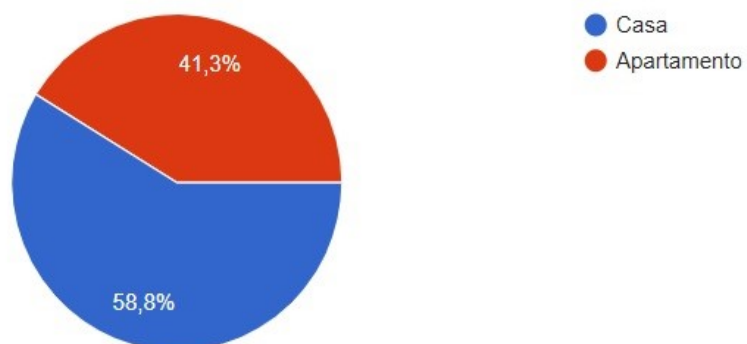
Fonte: elaborada pela própria autora (2020).

No presente Gráfico 9, totalizando 58,7% dos interrogados que já realizaram a locação em algum período de sua vida, sendo eles 46,3% alegam já ter alugado anualmente e os demais como sendo semestralmente; raramente e apenas 2 vezes; todos correspondendo a 12,4%, sendo que 41,3% não alugam, conforme a amostra.

Gráfico 11 – Preferência de moradia

11- Qual é a sua preferência de moradia?

80 respostas



Fonte: elaborada pela própria autora (2020)

No questionário do Gráfico 11, é possível visualizar o favoritismo que corresponde a 58,8% preferindo morar em casa, enquanto que 41,3% dos indivíduos tem a preferência de moradia por apartamento.

5.5.3 Sugestões propostas

Finalizando a enquete na questão 12, propõe-se quaisquer sugestões em relação a locação de imóveis, sendo de grande relevância para análise da viabilidade do novo empreendimento.

Desta forma, os interrogados salientam que a população está sendo tensionada, tanto pelas condições econômicas do país, como pela velocidade com que tendências mudam hoje em dia. Menciona-se que as pessoas têm liberdade de deixar para trás suas vidas e recomeçar a cada momento. Mudar de emprego, carreira, trocar de faculdade, trocar de curso, trocar de carro, de casa, de cidade ou até de cônjuge.

Num mundo tão volátil e com um país onde se paga tão caro para viver, o ideal será investir em praticidade e custo. Um lugar mobiliado, incluindo todos os eletrodomésticos e utensílios domésticos, contendo roupas de cama, mesa e banho por um preço favorável, será a escolha certa para investir.

Em virtude da qualidade vida de algumas pessoas que são transferidas por justificativa de trabalho ou estudos, é interessante pensar a respeito de contratos de menos tempo, não sendo obrigatório permanecer um ano no imóvel.

Contratos curtos, onde a pessoa pode cancelar com maior facilidade, embora pensando sempre na segurança, conservação e limpeza; voltado para a realização de um bom investimento entre todos os envolvidos.

Embora não se encontram muitas opções de locação por temporada residencial, acredita-se em uma crescente procura por este tipo de serviço, com possibilidade de avaliar o tipo de imóvel, dependendo do motivo da viagem que o cliente irá buscar.

É difícil, porém necessário pensar nas pessoas e não apenas nas estatísticas e valores comerciais. Avaliar o cliente, seus intensões e sua personalidade antes de fechar um negócio de ser sem dúvidas primordial aprofundar-se na ciência de analisar indivíduos deve favorecer a solidez dos negócios em um mundo tão volátil.

6 ANÁLISE DO CONTEXTO DO NOVO NEGÓCIO

No capítulo presente, serão apresentados os assuntos que abraçam a integração do empreendimento no seu ambiente organizacional, e de que modo a mesma é associada com o micro e macroambiente, concluindo com um parecer relativo a suas forças e fraquezas por meio da utilização de estudo da análise SWOT.

Conforme Chiavenato (1995), nenhum negócio está só no mundo. Os empresariais envolvem-se em um ambiente de iniciativas e de incessantes mudanças, tendo que estabelecer relações de forma a buscar a sobrevivência e entendimento. Associado a isso, o empreendimento precisa identificar seu ambiente e observar variáveis internas – microambiente – e externas – macroambiente – em seu planejamento estratégico.

Kotler (2000) alega que os apontamentos macro ambientais a serem apontados são: tecnológicos, políticos-legais, econômicos e socioculturais, e os razões micro ambientais a serem apontadas são: clientes, fornecedores, concorrentes, e entidades regulamentadoras.

Assim sendo, a administração do empreendimento necessita reconhecer em seu centro, as oportunidades e ameaças agregados a cada variável, bem como compreender suas forças e dificuldades, de modo a desenvolver o planejamento, diminuindo os riscos e fortalecer as chances de triunfar com sucesso. Como observado, encontram-se a seguir, a análise micro e macro ambiental relacionada a orientação de novo negócio apontado neste trabalho.

6.1 MICROAMBIENTE

A análise do microambiente, pode ser esclarecida através da afirmação do autor brasileiro mais renomado na área de administração de empresas e de recursos humanos.

Envolve um conjunto de fatores competitivos – a ameaça de novos entrantes, fornecedores e poder de barganha de compradores, produtos substitutos e o grau de intensidade da rivalidade entre concorrentes - que exerce influência direta sobre a organização, suas ações e reações competitivas (CHIAVENATO; SAPIRO, 2009, p. 110).

De forma a reconhecer as variáveis apresentadas acima, apresenta-se abaixo o mapeamento dos agentes microambientes do novo negócio.

6.1.1 Clientes

A localização do novo negócio se dará no município de Bento Gonçalves e acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2019), o município tem uma população 120.454 habitantes, e um PIB Per Capita de R\$ 48.069,12 (2017). Estes dados demonstram que o município de Bento Gonçalves é considerado uma cidade de população de classes A, B e C. Além destes dados, a pesquisa quantitativa demonstrou que 97% da amostra possui renda mensal média de até 10 salários mínimos. Com bases nos dados demonstrados acima, estima-se que o novo empreendimento possuirá uma carteira de clientes bastante diversificada em relação a sua classe social, com ênfase nas classes A, B e C, uma vez que estas possuem uma renda média que permite o investimento na locação de imóveis.

- a) Mídias Sociais: através de site, redes sociais como Facebook e Instagram para divulgar os imóveis da empresa;
- b) Empresas: buscando realizar parcerias com empresas locais, que precisam de locais temporários para funcionários que serão contratados fora do município.

6.1.2 Fornecedores

Para que o estabelecimento ofereça aos seus clientes um atendimento condizente com a proposta de valor apresentada neste trabalho, no ramo imobiliário os fornecedores são os próprios proprietários dos imóveis disponíveis para locação. Relacionado a isso, como o novo negócio pretende oferta imóveis temporários e com mobília, a orientação aos proprietários dispostos é fornecer com todos os eletros e móveis necessários para a efetivação do negócio. A parceria com administradora de condomínios do município pode ajudar a captar proprietários dispostos a alugar temporário.

- a) Adcon atua no município desde 2007, conhecida como uma das empresas que mais cresceram no seu segmento nos últimos anos;
- b) Brunetto: surgiu como uma ferramenta de organização burocrática para as

edificações na década de 80, através de características fundamentais de caráter, como estímulo por gostar da administração condominial;

c) Caza: com o objetivo de facilitar o Dia a Dia de síndicos e condôminos através do gerenciamento transparente, sempre com ética, respeito e responsabilidade;

d) Sindicare: atua desde 2011 no mercado, é uma empresa de administração de condomínios sempre focada à transparência na prestação de contas de seu condomínio, buscando soluções ágeis nos serviços prestados.

Além das administradoras de condomínios, a empresa necessitará de bons profissionais terceirizados, uma vez que os imóveis necessitarão de reparos e limpeza evitando problemas que impossibilitem a ocorrência do mesmo. A parceria com profissionais autônomos para serviços de reparos e manutenção será indispensável para o funcionamento do negócio.

6.1.3 Concorrentes

No mercado presente, as imobiliárias locais prezam por prazos indeterminados e a maioria dos imóveis em oferta são sem móveis, portanto não sendo tão consideráveis para o novo negócio. O concorrente relevante e exemplo de sucesso é o serviço online para anúncios de imóveis Airbnb, com a possibilidade de reservar acomodações e hospedagem em todo o mundo.

O novo negócio possui características parecidas, porém inicialmente apenas será no município de Bento Gonçalves e dependendo do andamento, possivelmente estenderá para cidades vizinhas. Estabelecer somente neste município, permite proporcionar o diferencial de que a própria imobiliária se encarregará de fazer todos os trâmites necessários, bem como a vistoria do imóvel na entrada e saída, diferentemente do Airbnb em que o próprio proprietário se encarrega de entregar e busca as chaves verificando se o imóvel está de acordo.

Pensando nisso, o proprietário não terá esse compromisso e não precisará se preocupar com a entrada e saída, pois a limpeza e os cuidados necessários para o funcionamento do imóvel, a imobiliária é quem se responsabilizará.

6.1.4 Entidades regulamentadoras

Em uma Imobiliária é necessário que o corretor obtenha a carteira registrada no CRECI – Conselho Regional de corretores de imóveis, sendo o órgão responsável por toda fiscalização e regulamentação do setor de corretagem imobiliária. O mesmo foi fundado em 1962, no mesmo ano de criação do Conselho Federal dos Corretores de Imóveis (COFECI).

Os órgãos fiscalizadores não realizam visitas periódicas, porém atuam com rapidez frente a denúncias de irregularidade no exercício da profissão. Desta forma, é uma certificação indispensável para o corretor, permitindo o profissional trabalhar com de forma legal, garantindo segurança nas transações imobiliárias.

6.2 MACROAMBIENTE

De acordo com Wright, Kroll e Parnell (2000), as empresas são afetadas por quatro forças macro ambientais: as político-legais, as econômicas, as tecnológicas e as sociais. De maneira geral, estas forças não estão sob o controle direto da empresa, mas influenciam diretamente em seu planejamento. Já para Serra, Torres e Torres (2003), estas forças também apontam um elemento considerável para reconhecer oportunidades e ameaças, de forma que a organização avalie constantemente o posicionamento competitivo no mercado.

6.2.1 Fatores econômicos

O Brasil e o mundo têm enfrentado no ano atual de 2020, o pior cenário econômico, político e fiscal dos últimos tempos. Com a imprevisível pandemia viral conhecida como COVID - 2019 ou Corona vírus, a rotina de toda população não está sendo mais a mesma. Após decreto de paralisação para a prevenção de disseminação com o objetivo de evitar aumento de mortes pela doença, empresas e estabelecimentos foram obrigados a fechar, funcionando apenas os empreendimentos essenciais como mercados, farmácias e postos de combustíveis.

Desta forma, segundo o site IBGE (2020) é possível visualizar que o PIB do Brasil em 2019, foi de R\$ 7,3 trilhões e em 2020 no 2º trimestre, o valor foi de R\$ 1

653,0 bilhões. Portanto não houve crescimento, sendo – 2,2% acumulado em 4 trimestres de 2020.

Esta situação atual de grande instabilidade, têm ocasionando em um forte impacto na atividade econômica e conseqüentemente afetando o aumento do índice de desemprego, queda da renda familiar, queda dos principais indicadores macroeconômicos, como o PIB, e atração de capital internacional, levando a um pessimismo empresarial generalizado.

O contexto inibe a geração de trabalho e renda, podendo afetar os resultados de captação e retenção de clientes para o novo negócio, tendo em vista que um dos nichos que levam as pessoas a procurar a imobiliária, justamente são turistas com interesse em passar alguns dias na cidade de Bento Gonçalves.

As condições econômicas têm grande influência nas transações imobiliárias. Afirmam Wright, Kroll e Parnell (2000) que os fatores com maior relevância são consagrados como: as mudanças constantes de aumento ou diminuição do PIB - produto interno bruto do país, as oscilações da inflação, do dólar e na taxa de juros. De acordo com Chiavenato e Sapiro (2009), é necessário avaliar a renda real dos indivíduos, a taxa de distribuição, o acréscimo de renda, o modelo de consumo e poupança, o nível de emprego, o mercado de capitais e a balança de pagamentos.

Com base no jornal Pioneiro (2020), através de um levantamento tecnológico é possível observar que 60% dos turistas são do estado do Rio Grande do Sul e 38% dos mesmos realizam viagens para apenas uma cidade turística. Desta forma, o mesmo acontece com turistas de outros estados, representando 45% que visitam o Rio Grande do Sul e a tendência é visitar mais de um local turístico.

Em pesquisas do Sebrae do Rio Grande do Sul, analisou-se o fluxo turístico de 15 municípios em 2019, entre eles está Bento Gonçalves. Esta pesquisa constatou que 60% dos turistas são gaúchos; 38% viajam apenas para uma cidade; 45% de turistas de outros estados conhece apenas uma cidade do RS, sendo que a metade dos turistas de outros estados que viajam para o RS são de classes A e B, concluindo que 50% deles têm entre 18 e 40 anos.

Apesar das restrições ainda impostas pela pandemia, a busca por viagens a destinos brasileiros se intensificou ao longo do mês de julho e a procura por viagens para os meses de agosto a outubro teve crescimento médio de 30% a cada semana, em comparação ao período imediatamente anterior, com buscas contínuas para os

demais meses restantes do ano e início de 2021, resultando em boas perspectivas para os anos futuros.

6.2.2 Fatores políticos-legais

No que diz a respeito dos fatores políticos legais, Chiavenato e Sapiro (2009) categorizam as principais políticas de governo que influenciam as empresas como: política monetária e fiscal, legislação social e regulamentos, leis de defesa econômica e relacionamento do governo com setores produtivos. É responsabilidade da empresa dominar as principais leis que influenciam, bem como perceber de que forma estas afetam os concorrentes e seus consumidores. Segundo consulta ao site do Sebrae (2020), para que se inicie um novo negócio são necessários os seguintes procedimentos:

- a) registros junto à Secretaria de Receita Federal, para aquisição do CNPJ;
- b) registros na Junta Comercial;
- c) registros junto a Receita estadual, para obtenção da inscrição estadual;
- d) registros junto a prefeitura, para obtenção do alvará de localização e de licença sanitária;
- e) registros na Secretaria Estadual da Fazenda;
- f) enquadramento na Entidade Sindical Patronal em que a empresa se encaixa (obrigatório o recolhimento da Contribuição Sindical Patronal por ocasião da constituição da empresa até o dia 31 de janeiro de cada ano);
- g) ser credenciada pelo CRECI – Conselho Regional de Corretores de Imóveis, onde a instituição pode ser encontrada nos estados da federação e no distrito federal.
- h) cadastro na Caixa Econômica Federal (CEF) no sistema Conectividade Social;
- i) autorização do Corpo de Bombeiros;
- j) cadastro Municipal de Vigilância Sanitária (CMVC), do Sistema Estadual de Vigilância Sanitária (Sevisa); Além dos procedimentos listados acima, a organização deverá atentar-se as constantes atualizações e edição de novas normas e leis pelos órgãos regulamentadores, uma vez que esta é uma característica de nosso país (CONJUR, 2017).

6.2.3 Fatores tecnológicos

Relativo fatores tecnológicos, Chiavenato e Sapiro (2009) esclarecem que o progresso do conhecimento e tendências tecnológicas podem intervir na utilização de produtos e serviços. Do mesmo modo, para Wright, Kroll e Parnell (2000, p. 54), “as mudanças na tecnologia afetam as operações de uma empresa, bem como seus produtos e serviços.” Dentro desta compreensão, relacionando a imobiliária como um método tradicional pouco influenciado pelas evoluções tecnológicas, compreende-se que os aperfeiçoamentos neste setor não são desfavoráveis ao novo empreendimento. Pelo contrário, as novas tecnologias são fonte de perspectivas positivas, uma vez que recursos digitais são inclusos na imobiliária Dia a Dia através de aplicativos de agendamentos softwares de gestão, bem como a modernização da divulgação dos imóveis em oferta.

6.2.4 Fatores sociais

Conforme Kotler (1998) determina que os fatores sociais são a forma como a sociedade expandem seus valores, crenças e normas. “As pessoas absorvem, quase inconscientemente, uma visão de mundo que define seu relacionamento consigo mesmas, com os outros e com o universo” (KOTLER, 1998, p. 155).

Complementando este raciocínio, Hisrich, Peters e Shepherd (2014) relatam que esta força engloba os valores, as tradições, as tendências sociais e as expectativas que uma sociedade tem em relação a empresa. Deste modo, os fatores sociais também devem incluir as mudanças demográficas, pois é possível afetar diretamente a demanda do negócio.

O município de Bento Gonçalves é colonizado pela maioria dos imigrantes italianos, e que até o momento presente esta cultura é predominante no município, sendo muito comum ouvir pelas ruas do expressões do dialeto Italiano.

Por conta da forte presença desta cultura entre os potenciais proprietários, sugere-se que os colaboradores da empresa tenham conhecimento de algumas das expressões e possam comunicar-se desta forma com seus clientes, de maneira a manter alinhado os valores da sociedade, a fim de criar um laço emocional com a imobiliária.

6.3 OPORTUNIDADES E AMEAÇAS

Para a conclusão da análise do macroambiente, a imobiliária deve perceber oportunidades e ameaças relacionado ao modelo de negócios. Estas podem ser categorizadas, segundo Churchill Jr. e Peter (2013), como atividades do ambiente externo que são de difícil controle. Já Djalma (1999) classifica as oportunidades e oportunidades como:

- a) Oportunidades: são as variáveis externas e não controláveis pela empresa, que podem criar condições favoráveis para a empresa, desde que a mesma tenha condições e/ou interesse de usufruí-las;
- b) Ameaças: são variáveis externas e não controláveis pela empresa que podem criar condições desfavoráveis a empresa.

Na concepção de Kotler (1998), as oportunidades devem ser classificadas de acordo com sua atratividade e probabilidade de sucesso e as ameaças de acordo com gravidade e probabilidade de ocorrência. Desta maneira, o administrador terá maiores condições de elaborar estratégias de defesa para ameaças que ponham em risco a viabilidade de negócio bem como acompanhar com maior distância as ameaças que lhe permitam correr os riscos, além de potencializar as melhores oportunidades do mercado de forma a aumentar seus lucros.

Ao realizar uma análise no macroambiente do novo negócio proposto, apresentam-se abaixo as ameaças e oportunidades encontradas:

- a) Oportunidades:
 - Crescimento da demanda por imóveis: o crescimento da demanda poderá gerar um aumento do nível de emprego e renda, levando ao crescimento da demanda por serviços, uma vez que mais pessoas entrarão no mercado de trabalho e precisarão de serviços voltado a locação de imóveis;
 - Exposição em feiras e eventos: Bento Gonçalves, oferece muitas oportunidades de feiras e a exposição da imobiliária será excelente marketing para o reconhecimento, principalmente porque o público que frequenta estes eventos será o público alvo para os serviços ofertados;
 - Ampliação com imóveis de cidade vizinhas: conforme o andamento do processo de trabalho em Bento Gonçalves, a longo prazo os serviços poderão ser ampliados para cidades vizinhas como Garibaldi e Carlos

Barbosa;

- Mercado de nichos: conhecendo os nichos que a imobiliária pretende alcançar, será acessível a divulgação para poder atraí-los. São estabelecidos como nichos, os divorciados, turistas, estudantes e trabalhadores temporários, sendo a maioria deles de fora da cidade.

b) Ameaças:

- Crise Econômica: a baixa atividade industrial e conseqüente estabilidade do PIB em baixos níveis, deve manter o raso nível de emprego e renda, ampliando a crise econômica e fiscal e reduzindo a demanda por serviços imobiliários;
- Normas e Legislação: a instabilidade política e o viés ideológico político partidário presente nas instituições públicas nas esferas nacional, estadual e municipal podem culminar em novas normas e legislações que inviabilizem o funcionamento da empresa;
- Alterações culturais: Com o costume de locações por prazo determinado e imóveis sem mobília, poderá haver divergências e dúvidas principalmente para proprietários inseguros;
- Concorrência: empreendimentos de outros setores do mercado imobiliário, podem afetar nas locações temporárias.

6.4 FORÇAS E FRAQUEZAS

Após a identificação das ameaças e oportunidades que cercam a empresa, o gestor deve realizar uma avaliação no microambiente de seus pontos forte e pontos fracos. Djalma (1999) classifica as forças e fraquezas da organização como:

- a) Pontos fortes: são as variáveis internas e controláveis que propiciam uma condição favorável para a empresa, em relação a seu ambiente;
- b) Pontos fracos: são as variáveis internas e controláveis que provocam uma situação desfavorável para a empresa, em relação a seu ambiente. Ainda para Kotler (2000), cada empresa deve fazer uma avaliação periódica de suas forças e fraquezas.

Desta forma, seguem abaixo as forças e as fraqueza do negócio proposto:

a) Pontos fortes:

- Qualificação profissional: qualificação dos funcionários para o

atendimento, através de cursos profissionalizantes e o certificado do curso para a concretização do CRECI;

- Acompanhamento das visitas nos imóveis: Como serão imóveis mobiliados, será seguido à risca os agendamentos com acompanhamento para as visitas nos imóveis interessados;
- Sistema específico para o ramo imobiliário: Será utilizado o sistema via SW, sendo um sistema de gestão específico para o ramo imobiliário para melhor aproveitamento das informações e dados;
- Apresentação dos imóveis através de fotos e vídeos: É imprescindível o material de fotos e vídeos dos imóveis, pois permitirá que o locatário tenha um entendimento do imóvel, facilitando na busca e poupando tempo para a escolha definitiva.

b) Pontos Fracos:

- Baixa capacidade de investimento: Baixa capacidade de investimento em equipamentos e instalações, uma vez que por conta do investimento inicial os primeiros anos deverão ser utilizados para pagamento do capital investido;
- Equipe reduzida: Inicialmente, a equipe de locação contará com uma equipe reduzida para diminuição de custos de funcionários, porém com possibilidade de contratações após a imobiliária ser reconhecida no mercado;
- Dificuldade no manuseio do sistema: A dificuldade em lidar com o sistema, poderá ser um obstáculo a ser superado, visto que o sistema possui vasta utilidade para armazenar os dados, tornando a troca de informações ágil e eficaz;
- Inexperiência em empreender: Por ser o primeiro negócio dos empreendedores, a inexperiência dificulta ao lidar com situações cotidianas, principalmente na tomada de decisões.

6.5 ANÁLISE SWOT

Para a análise global das oportunidades, ameaças, forças e fraquezas de um negócio e o posicionamento da organização em seu ambiente, encontram-se diversificados modelos que podem ser empregados. Dentre tantos, a matriz SWOT se

sobressai pelo seu grande alcance e por conceber capacidades consideradas e aproveitadas na concepção de estratégias organizacionais (CHIAVENATO; SAPIRO, 2009).

A matriz SWOT, acrônimo de Opportunities (Oportunidades) e Threats (ameaças), Strengths (forças), Weaknesses (fragilidades), originou-se acerca dos anos de 1960 nas escolas de negócio dos Estados Unidos, e constitui-se em uma “metodologia capaz de abordar tanto o ambiente externo como o ambiente interno da organização em termos de oportunidades e ameaças exógenas e de forças e fraquezas endógenas” (CHIAVENATO; SAPIRO, 2009, p. 181).

Levantados as oportunidades e ameaças, pontos fortes e fracos para a abertura de uma nova imobiliária no município de Bento Gonçalves, cruzando estes dados em uma matriz SWOT, é possível adquirir o resultado apresentado no Quadro 4 apresentado abaixo:

Quadro 4 – Matriz Swot da imobiliária Dia a Dia

ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO		ANÁLISE DO AMBIENTE INTERNO							
		FATORES CRÍTICOS				FATORES CRÍTICOS			
		FATORES CRÍTICOS				FATORES CRÍTICOS			
		PONTOS FORTES				PONTOS FRACOS			
		Qualificação Profissional	Acompanhamento nas visitas dos imóveis	Sistema específico para o ramo imobiliário	Apresentação dos imóveis em oferta através de fotos	Baixa capacidade de investimento	Equipe reduzida	Dificuldade no manuseio do sistema	Inexperiência em empreender
OPORTUNIDADES	Crescimento da demanda por imóveis	Amarelo	Amarelo	Verde	Verde	Amarelo	Amarelo	Amarelo	Amarelo
	Exposição em feiras e eventos	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde
	Ampliação com imóveis de cidades vizinhas	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde
	Mercado de nichos	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde
AMEAÇAS	Crise econômica	Amarelo	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde
	Normas e legislação	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde
	Alterações culturais	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde
	Concorrência	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde	Verde

	Crítico – Ação Imediata
	Atenção – Acompanhamento
	Sob controle
	Sem relação

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Analisando o cruzamento da matriz Swot, evidencia-se que existem cinco pontos críticos que recomendam atenção do empreendedor. A elaboração de estratégias permitirá a ação da empresa para que estes pontos críticos não comprometam o negócio a médio e a longo prazo.

Os pontos de cruzamentos entre a concorrência, a qualificação do profissional e a habilidade do manuseio do sistema são fundamentais para que a empresa possa se sobressair entre os demais no ramo imobiliário e conseqüentemente sendo uma referência no mercado. Como as necessidades da sociedade mudam cada vez mais rápido, é necessário a adaptação e aperfeiçoamento constante.

Portanto, é importante que o profissional buscar uma qualificação profissional bem como a capacitação em processos voltados para a locação e agenciamento de imóveis, para o entendimento também do outro ponto de cruzamento entre a qualificação profissional e as normas e legislação para que possam ser compreendidas. Visto que esta área de atuação é bastante voltada para inúmeras normas e regulamentos, é necessário o conhecimento básico, principalmente a lei do inquilinato que deverão ser cumpridas.

O ponto de cruzamento das alterações culturais entre a inexperiência em empreender e a baixa capacidade de investimento; deverá ser analisado necessitando de uma ação imediata, já que será um trabalho de modo diferenciado em comparação as demais imobiliárias da cidade. Assis sendo, a ação imediata destes principais pontos sendo considerados críticos, pode acarretar em uma significativa relevância para a concretização de resultados positivos, sendo fatores chave no cenário imobiliário.

7 PLANO MERCADOLÓGICO

O conceito mais convencional do Marketing estabelece um planejamento mercadológico constituído pelo mix de marketing, denominado de 4 Ps do Marketing – Produto, Preço, Praça e Promoção, ordenados desta maneira, para atingir os objetivos do processo organizacional. Especificam Kotler e Armstrong (2008):

- a) Produto: se refere a ordem entre bens e serviços disponibilizado pela organização;
- b) Preço: é o montante que deverá ser pago pelo cliente para adquirir o serviço ou o produto em oferta;
- c) Praça: traduz-se em como é disposta pela organização para garantir a consumação dos serviços e produtos;
- d) Promoção: fundamenta sobre a forma de comunicação e exposição relativos ao mercado que são apresentadas pelas instituições.

Na atualidade Kotler e Keller (2019, p. 28) destacam que além dos 4 Ps, é agregado os 4 Ps da moderna administração de marketing, criada pelo professor Jerome McCarthy. A complementação da metodologia, tem como objetivo mostrar o motivo de algumas marcas que são mais agregadas que outras, porque algumas são mais reconhecidas que outras e porque são mais vendidas que as demais; garantindo um plano de marketing mais completo.

- a) Pessoas: condiz a respeito do atendimento dos funcionários e o relacionamento com o cliente os vendo com outros olhos, não apenas como compradores;
- b) Processos: se remete a organização de toda administração para a concretização do sucesso da empresa, inclusive ideias inovadoras, aperfeiçoamentos e relacionamentos longos;
- c) Programa: está relacionada aos tradicionais 4 Ps mais antigos e a variedade de outras relações a marketing da atualidade. Independentemente do que for aplicado, a intenção é o sucesso da empresa;
- d) Performance: é a conquista de evidências dos resultados e consequências em relação a empresa.

Neste capítulo será retratado o plano mercadológico para o novo negócio mencionado, com o intuito de desenvolver os oito pilares fundamentais baseados no

mix de marketing e os 4 Ps da moderna administração de marketing, estabelecendo estratégias inerentes para a efetivação na prática empresarial.

7.1 SEGMENTOS DE CLIENTES

Considerado uma resolução de grande relevância para quem está iniciando uma empresa, é necessário determinar para que público alvo será ofertado os produtos e serviços.

Levando em consideração de que as empresas possuem ambientes com processos insuficientes e implementações de marketing precisando ser centralizadas, de forma a otimizar as ações de marketing, buscando o nicho de mercado e potencializando os seguimentos.

Esta metodologia de Kotler (1998) é conhecida como segmentação de mercado. Conforme Weinstein (1995, p. 18), “a segmentação é o processo de dividir mercados em grupos de consumidores potenciais com necessidades e ou características similares, que, provavelmente, exibirão comportamento de compra similar”. Estes atos resultam na descoberta dos consumidores que o empreendimento conquistará melhores rendimentos em suas ações de marketing e em concordância com Kotler e Armstrong (2008) fragmentado e classificados com segmentação geográfica, segmentação demográfica, segmentação comportamental e psicográfica.

Estabelecendo qual o planejamento de segmentação a Imobiliária Dia a Dia executará, identificando-os a seguir as preferências e suas peculiaridades:

- a) Segmentação geográfica: funda-se na divisão das transações em diversas unidades de mercado conforme a área geográfica, sendo como países, regiões, estados ou bairros. Como a imobiliária Dia a Dia possuirá um site com as ofertas, não haverá limites em relação a negociação;
- b) Segmentação demográfica: representa a distribuição das transações separadas em agrupamento com o apoio nas circunstâncias baseadas na mais utilizadas como a renda para custos da diária entre R\$ 70,00 à R\$ 350,00 a diária, para as classes A, B e C;
- c) Segmentação comportamental e psicográfica: embasa-se em separar as transações em agrupamento fundamentado no conhecimento relacionado ao serviço ou produto, nos comportamentos do mesmo, no uso e a resistência ao serviço. O principal intuito é a locação de imóveis relacionado

ao turismo e negociações à curto prazo de no mínimo uma semana e de no máximo três meses.

Conforme Kotler e Armstrong (2008) a segmentação comportamental pode ser composta em:

- a) Ocasião: quando os interessados a sentem a necessidade de buscar o serviço. Portanto, quando o cliente em potencial precisa de um local temporário, no máximo para três meses a imobiliária surge como opção para fornecer esta necessidade;
- b) Benefícios: estabelece quando os clientes interessados buscam diferentes benefícios nos serviços ofertados, sendo eles a economia, qualidade, praticidade, rapidez. Por isso, a imobiliária pode oferecer consideráveis benefícios a este nicho de mercado, adaptando-se as necessidades deste público;
- c) Status de utilizadores: diz respeito a clientes em potencial são segmentados em grupos de não utilizadores, ex utilizadores, utilizadores em potencial e novos utilizadores. A imobiliária Dia a Dia é um serviço ofertado na área de abrangência da nova empresa, possui exatamente estes perfis de público;
- d) Classificação de utilizadores: quando os clientes são segmentados em pequenos, médio e grandes usuários. Cabe, portanto, ao estabelecimento concentrar seus esforços para a captação de grandes clientes, superando as expectativas dos serviços ofertados;
- e) Status de Lealdade: baseia-se no mercado segmentado por padrão de lealdade a uma marca. Portanto, a imobiliária deverá captar clientes com alto poder de lealdade;
- f) Estágio de aptidão do utilizador: se remete aos clientes que possuem diferentes estágios de aptidão para adquirir o serviço. Com base a isso, a empresa deverá criar táticas para conscientizar seu mercado sobre os serviços da imobiliária e potencializar como clientes.

O novo negócio em questão, trabalha com a prestação de serviços, representada tangibilidade e necessidade básica, a segmentação mais apropriada é a comportamental, pois através desta segmentação é estabelecida e caracterizada o tipo de serviço que será proporcionado. Portanto, através da segmentação demográfica e comportamental, o novo empreendimento poderá avaliar e decidir o

segmento, através dos benefícios obterá o atendimento com maior perspectiva de sucesso, determinando o público alvo, formado por um grupo de pessoas interessadas com necessidades em comum e que buscam o novo negócio que se propõe a atender.

Baseado a isto, a empresa deverá adotar uma estratégia de marketing diferenciado, aderindo a estratégia de marketing segmentado, o novo negócio deverá possuir ferramentas para buscar diferenciação no seu mercado de atuação, agregando valor ao serviço. Para a concretização, serão adotadas as seguintes estratégias:

- a) parcerias com administradoras para contatos com proprietários de imóveis;
- b) parcerias com feiras e eventos na cidade;
- c) parcerias com o turismo e empresas que contratam colaboradores de outros municípios e estados.

Dentro do processo de segmentação de mercado para o novo negócio, foi realizada uma pesquisa de mercado com questões de classificação comportamental e demográfica, registrada no capítulo 5 do presente trabalho.

Conforme a pesquisa com 80 entrevistados, 61,3% já alugaram imóveis temporários, variando locações entre uma semana à três meses correspondendo a 62,5% já tiveram a experiência de locação temporária, sendo mais requisitadas locações com a diária entre R\$ 101,00 à R\$ 150,00 representado 17,5%, levando em consideração principalmente a localização dos imóveis e a disponibilidade de garagem, com o principal motivo de aproveitar as férias e a frequência de uma vez a cada ano e com base nas pesquisas, 68,8 % que alugariam novamente.

Para ampliar a avaliação, buscou-se dados macro do região onde a imobiliária será instalada e conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2019), o município de Bento Gonçalves encontra-se situado na região serrana do Rio Grande do Sul e conta com uma população 120.454 pessoas, com IDHM – índice de desenvolvimento humano alto de 0,778 e um PIB Per Capita de R\$ 48.069,12 (2017). Estes dados demonstram que o município de Bento Gonçalves é considerado uma cidade de população de classes A, B e C e um ótimo índice de desenvolvimento.

Ainda no processo de segmentação de clientes, sugere-se no Canvas do presente trabalho a segmentação de um público específico relacionado a turismo, estudantes, divorciados e trabalhadores de grandes empresas do município, portanto deve-se identificar estas oportunidades. Bento Gonçalves possui grandes empresas, que geram emprego e renda ao município e conseqüentemente potenciais clientes

para o negócio proposto. Apresenta-se abaixo algumas das principais empresas do município:

- a) Hospital Tacchini: o único hospital de Bento Gonçalves, que também atende municípios vizinhos e nasceu com o apoio da comunidade, completando 96 anos de história, com foco na saúde e bem-estar das pessoas. Sendo grande referência para 31 municípios do interior do Estado, é um dos hospitais mais bem equipados no Rio Grande do Sul e mais bem conceituado hospital privado de excelência no Brasil. São 271 mil de área construída, conta com 265 médicos clínicos e são mais de R\$ 1.600 funcionários, com diversas contratações de colaboradores capacitados de outro estado, necessitando de imóveis para locação da cidade (HOSPITAL TACCHINI, 2020);
- b) M. Dias Branco – Fábrica Isabela: a fábrica M. Dias Branco, conhecida como Isabella, já com 65 anos de experiência e tem o propósito de oferecer alimentos e felicidade para toda a sociedade, sendo uma das maiores indústrias alimentícias do Brasil nos segmentos de mercado referente a biscoitos e massas, com marcas regionais e nacionais. A sede está localizada no estado do Ceará, contando com um total de 17.500 colaboradores que são distribuídos em 15 indústrias, sendo uma delas, localizada em Bento Gonçalves. Por isso, algumas contratações temporárias são pessoas de outros municípios e estados, que precisam de uma moradia até a conclusão de suas atividades (M. DIAS BRANCO, 2020);
- c) RGE: a empresa RGE é encarregada por distribuir 65% da energia elétrica utilizada no Rio Grande do Sul, em 381 municípios, sendo a maior distribuidora da CPFL em relação a número de cidades atendidas e em extensão territorial urbanas e rurais do Centro-Oeste, Norte e Nordeste do estado, com inúmeros investimentos já realizados que são essenciais para desenvolvimento socioeconômico. Desta forma, profissionais de outros municípios são transferidos com prazos determinados para Bento Gonçalves para a concretização de obras de fortalecimento de rede e trocas de diversos postes locais da cidade (RGE-RS, 2020).

Portanto, através das empresas da cidade, é possível perceber que estes colaboradores buscarão imóveis conforme o segmento de clientes proposto no

modelo Canvas - pessoas pertencentes as classes A, B e C, colaboradores de empresas e indústrias locais estão alinhados com a realidade do município e comprovada a necessidade de imóveis temporários conforme os dados obtidos na pesquisa de mercado.

7.2 ANÁLISE DE MERCADO

A cidade de instalação do novo empreendimento será o município de Bento Gonçalves. Como apresentado no capítulo 7.1, o município apresenta importantes características para a abertura de um novo negócio no setor de serviços voltado ao ramo imobiliário, como:

- a) o município possui um IDHM – índice de desenvolvimento humano alto de 0,778, isto é, uma cidade que oferece ótima qualidade de vida;
- b) o PIB de Bento Gonçalves é elevado, o que identifica que há poder aquisitivo entre as potenciais empresas;
- c) o município possui grandes empresas, dentre elas, 3 citadas neste trabalho e que empregam grandes quantidades de mão de obra, sendo muitas destas contratações de outras municípios ou então outros estados do Brasil e, portanto, se encaixando no perfil de público que necessita do serviço proposto.

Da mesma maneira que o mercado apresenta boas potencialidades de clientes, também encontram-se concorrentes relevantes para o município. Além de haver hotéis que disponibilizam quartos por alguns dias com preços agregados, por outro lado existem as imobiliárias com prazo mínimo de 12 meses, sendo a sua maioria sem mobília necessária, não sendo um bom negócio para estes contratados à curto prazo.

Por isso, o concorrente mais significativo é o serviço online para anúncios de imóveis Airbnb utilizada em todo o mundo, sendo uma plataforma de intermediação de aluguéis entre proprietário e locatário, portanto o acompanhamento acontece pelo próprio proprietário do imóvel, tornando uma tarefa corriqueira e trabalhosa, principalmente para investidores com mais de um imóvel.

Sendo assim, a imobiliária Dia a Dia prestará os serviços necessários e se encarregará de fazer todos os trâmites e administração entre locador e locatário, bem como a vistoria do imóvel na entrada e saída, realizando o acompanhamento na entrega e recebimento e averiguando se o imóvel será entregue de acordo com a

vistoria de entrada, contratando profissionais de limpeza, encanadores ou eletricitas caso necessário.

A cidade de Bento Gonçalves, conhecida como “a capital brasileira do vinho” tem se destacado nos últimos anos e demonstrando ser bastante promissora com a diversidade de rotas turísticas oferecidas; suas feiras e eventos, gerando economia nas quatro estações do ano e pela importância dos polos industriais e moveleiros que são conhecidos nacional e internacionalmente (BENTO GONÇALVES, 2020a, 2020c).

Infelizmente com a situação atual de 2020 à nível mundial, referente a pandemia Corona Vírus, todos os eventos agendados foram desmarcados para prazos indeterminados, com o objetivo de evitar aglomerações para que não haja proliferação do vírus. Todas as rotas turísticas precisaram se adaptar com medidas de higienização e diminuição de turistas, mudando totalmente o cenário que poderia ter sido o melhor dos últimos tempos. A vacina para todos ainda está longe de acontecer e no momento é preciso nos manter em isolamento para diminuir a transmissão para pessoas com fatores de risco.

Na Serra Gaúcha, que se sobressai no cenário nacional no progresso do Enoturismo, de acordo com Parisotto entrevistado para Revista News (2020), relata sobre o impacto do COVID-19, pois houve o começo dos cancelamentos pelos turistas que estavam marcados em março e outros que já estavam em Bento Gonçalves com pacotes comprados, mas que preferiram cancelar e regressar para suas cidades.

Com base na comparação de resultados de 2019 e 2020 relativos ao desenvolvimento da cidade, Parisotto avalia conforme o mesmo período do ano de 2019 e em março deste mesmo ano, a cidade recebeu 116.415 visitantes e um mês depois, em abril 102.613, contabilizando um total de 219.028 turistas. Em 2020, no mês de março são 49.187 visitantes e em abril 3.207, acumulando 52.394 turistas.

Baseado no levantamento, houve uma queda de 42,25% no mês de março. Já em abril, houve uma queda drástica de 97% e projeções para o PIB – Produto Interno Bruto sendo de -5,12% com base em relatórios da CNC - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, apenas dados com base em uma parcela, pois ainda não há uma data definitiva para o término da crise. A CNC destaca que o segmento de serviços é um dos mais atingidos pelo COVID-19, sendo o segmento com maior dificuldade de adaptação referente a algumas atividades atuais, dentre eles o turismo.

7.2.1 Previsão de vendas

Estabelecer a previsão de vendas além de existir a imprevisibilidade do ambiente externo, relacionados a aspectos políticos, econômicos, tecnológicos e sociais, há também ajustes internos a serem realizados no próprio negócio em decorrência de sua evolução e amadurecimento. O autor Gobe *et al.* (2007), explica que a previsão de vendas é uma estimativa numérica das expectativas da empresa para um determinado momento e que seu sucesso depende de fatores externos que não estão sob controle da organização e de fatores internos, que baseiam-se na capacidade dos gestores de entenderem este cenário.

Para o negócio proposto do presente trabalho, a principal fonte de receita da empresa será do mercado imobiliário. Assim, para estabelecer um preço condizente com a proposta de valor alinhado com o mercado atual, pesquisou-se o site Airbnb.

Baseado nos dados do site Airbnb (2020) atualmente são 300 imóveis ofertados no município de Bento Gonçalves, desde quitinete a casas individuais mobiliados, para melhor comodidade e privacidade dos visitantes interessados.

Na pesquisa, os bairros que costumam ser mais procurados e que serão mais procurados para temporada são: Centro, Cidade Alta, Fenavinho, São Francisco e Humaitá. Enquanto que os tipos de imóveis procurados são: apartamento de 1 dormitório, apartamento de 2 dormitórios, apartamento de 3 dormitórios, casa residencial e quitinete.

Tabela 1 – Valores das diárias com base no tipo de imóvel e localização

BAIRROS	APTO 1 DORMITÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE
Centro	R\$ 110,00	R\$ 145,00	R\$ 200,00	R\$ 350,00	R\$ 90,00
Cidade Alta	R\$ 120,00	R\$ 165,00	R\$ 210,00	R\$ 450,00	R\$ 95,00
Fenavinho	R\$ 80,00	R\$ 120,00	R\$ 170,00	R\$ 250,00	R\$ 55,00
São Francisco	R\$ 90,00	R\$ 135,00	R\$ 190,00	R\$ 300,00	R\$ 70,00
Humaitá	R\$ 100,00	R\$ 135,00	R\$ 180,00	R\$ 300,00	R\$ 65,00
Média de bairros	R\$ 100,00	R\$ 140,00	R\$ 190,00	R\$ 330,00	R\$ 75,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

A Tabela 1 estabelece os valores com base na média dos valores em relação a apartamentos de 1, 2 e 3 dormitórios, casa residencial e quitinetes. Desta forma, baseia-se também no tempo de locação conforme a intenção do cliente, sendo destes

prazos, o tempo mínimo é de 3 dias e o prazo máximo de até 90 dias, com um contrato assinado.

Tabela 2 – Valores das diárias com baseado na média dos bairros e nos prazos

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE
Valor de 3 dias	R\$ 300,00	R\$ 420,00	R\$ 570,00	R\$ 990,00	R\$ 225,00
Valor de 7 dias	R\$ 700,00	R\$ 980,00	R\$ 1.330,00	R\$ 2.310,00	R\$ 525,00
Valor de 10 dias	R\$ 1.000,00	R\$ 1.400,00	R\$ 1.900,00	R\$ 3.300,00	R\$ 750,00
Valor de 15 dias	R\$ 450,00	R\$ 2.100,00	R\$ 2.850,00	R\$ 4.950,00	R\$ 1.125,00
Valor de 30 dias	R\$ 3.000,00	R\$ 4.200,00	R\$ 5.700,00	R\$ 9.900,00	R\$ 2.250,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Inicialmente, o foco total da imobiliária Dia a Dia, será nos agenciamentos de imóveis, com o intuito de angariar o total de 70 imóveis mobiliados, sendo 25 imóveis de 1 dormitório, 20 imóveis de 2 dormitórios, 8 de três dormitórios, 12 casas e 10 quitinetes todos mobiliados que serão revezados durante o mês, dependendo do período que o visitante pretende locar.

Baseado no calendário de eventos da cidade, elaborou-se o plano de previsão de vendas para o ano de 2021, com base nas diárias estabelecidas.

Janeiro, fevereiro e março ocorrerá a Estação Vindima, uma grande festa com o propósito de valorizar a cultura da região. É uma época do ano para colher a uva, fazendo com que os visitantes participem da colheita e a pisa das uvas, com muitas atrações e vinho, conseqüentemente um período bastante promissor para as locações.

Tabela 3 – Número de apartamentos alugados em janeiro de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	10	6	2	1	3	22
7 dias	2	5	2	2	4	15
10 dias	2	3	3	4	2	14
15 dias	0	2	1	1	1	5
20 dias	1	0	1	0	4	6
30 dias	0	2	1	2	2	7
VALOR TOTAL	15	18	10	10	16	69

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Fevereiro haverá continuação da Vindima e o evento Jantar Sob as Estrelas, uma experiência ao ar livre, que reúne vários estabelecimentos da cidade com muita

música, gastronomia, turismo e encantos da região, com duração de um dia do mês na Av. Planalto, no município.

Tabela 4 – Número de apartamentos alugados em fevereiro de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	6	9	8	2	8	33
7 dias	13	15	4	4	7	43
10 dias	2	4	3	6	3	18
15 dias	2	1	2	4	7	16
20 dias	2	1	0	7	2	12
30 dias	1	0	3	5	5	14
VALOR TOTAL	26	30	20	28	32	136

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Em março, o evento de maior repercussão sendo o maior período sazonalidade, FIMMA Brasil - A Feira Internacional de Máquinas, Matérias-Primas e Acessórios para a Indústria Moveleira, está entre as três maiores feiras do setor em âmbito mundial, com empreendedores e investidores de vários cantos do mundo e a Móvelsul, feira internacional de móveis da América Latina, ambas acontecerão por quatro dias no parque de eventos em Bento Gonçalves, sendo a FIMMA realizada apenas em anos ímpares (BENTO GONÇALVES, 2020a).

Tabela 5 – Número de apartamentos alugados em março de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	KITINETE	TOTAL
3 dias	17	20	8	7	20	72
7 dias	12	10	3	4	16	45
10 dias	5	3	3	2	4	17
15 dias	4	2	2	2	5	15
20 dias	2	2	2	3	2	11
30 dias	3	3	2	2	3	13
VALOR TOTAL	43	40	20	20	50	173

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Em abril, acontecerá ExpoMotor Sul Serra Gaúcha, atração com vários modelos de automóveis e que ocorrerá em três dias, do mês no parque de eventos.

Tabela 6 – Número de apartamentos alugados em abril de 2021

(continua)

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	8	11	4	3	14	40
7 dias	5	10	5	10	8	38
10 dias	8	8	7	15	6	44

(conclusão)

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
15 dias	8	7	8	5	3	31
20 dias	4	2	2	0	2	10
30 dias	2	1	4	2	1	10
VALOR TOTAL	35	39	30	35	34	173

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

No mês de maio acontecerá a Feira do livro Infantil do SESC, com atrações e vendas de livros na Via Del Vino, com duração de cinco dias.

Tabela 7 – Número de apartamentos alugados em maio de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	6	8	5	4	9	32
7 dias	9	10	5	4	6	34
10 dias	5	8	10	8	6	37
15 dias	2	5	6	7	4	24
20 dias	3	2	2	0	3	10
30 dias	5	2	2	5	2	16
VALOR TOTAL	30	35	30	28	30	153

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Em junho o evento bastante esperado da Expobento e Fenavinho, considerada a maior feira multissetorial do país, inúmeras diversidades que acontecerá com duração de onze dias e a Fiema - Feira Internacional de Tecnologia para o Meio Ambiente é uma feira de negócios da área ambiental ocorrendo em três dias, ambos no parque de eventos.

Tabela 8 – Número de apartamentos alugados em junho de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	10	11	4	5	5	35
7 dias	15	14	10	8	6	53
10 dias	11	8	1	10	7	37
15 dias	8	4	9	8	3	32
20 dias	3	3	1	7	5	19
30 dias	4	5	5	2	6	22
VALOR TOTAL	51	45	30	40	32	198

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Em julho haverá um período de um a três semanas referente as férias das escolas e faculdades e se refere a uma época de maior frio, atraindo alguns turistas, despertando o interesse de muitos visitantes em conhecer a cidade.

Tabela 9 – Número de apartamentos alugados em julho de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	10	9	10	2	10	41
7 dias	15	14	15	8	15	67
10 dias	6	4	2	15	2	29
15 dias	3	5	5	7	6	26
20 dias	9	2	4	5	7	27
30 dias	2	3	4	5	5	19
VALOR TOTAL	45	37	40	42	45	209

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Continuação das férias de inverno, passeios e visitas em Bento Gonçalves e nas cidades vizinhas.

Tabela 10 – Número de apartamentos alugados em agosto de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	10	9	9	5	4	37
7 dias	4	8	2	11	10	35
10 dias	8	10	10	4	12	44
15 dias	5	4	12	12	6	39
20 dias	4	2	1	1	2	10
30 dias	1	2	1	3	1	8
VALOR TOTAL	32	35	35	36	35	173

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

O Festival de Balonismo para quem quiser apreciar e possivelmente voar, acontecerá em quatro dias no mês de setembro.

Tabela 11 – Número de apartamentos alugados em setembro de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	10	9	5	7	4	35
7 dias	7	10	7	6	5	35
10 dias	4	12	4	7	2	29
15 dias	3	11	1	12	9	36
20 dias	2	1	7	1	4	15
30 dias	2	2	1	8	6	19
VALOR TOTAL	28	45	25	41	30	169

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Em outubro haverá a festa Nacional da Música com apresentações no Centro da cidade, que terá a duração quatro dias.

Tabela 12 – Número de apartamentos alugados em outubro de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	15	8	5	6	5	39
7 dias	14	5	10	1	15	45
10 dias	15	4	2	2	2	25
15 dias	3	7	9	10	10	39
20 dias	10	4	1	1	2	18
30 dias	5	2	7	10	1	25
VALOR TOTAL	62	30	34	30	35	191

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Início do período de férias e viagens programadas.

Tabela 13 – Número de apartamentos alugados em novembro de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	6	10	2	3	2	23
7 dias	7	5	5	5	4	26
10 dias	8	7	9	13	10	47
15 dias	3	8	10	10	7	38
20 dias	2	2	4	7	8	23
30 dias	3	2	5	2	4	16
VALOR TOTAL	29	34	35	40	35	173

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Em dezembro ocorrerá a Cúpula de Chefes de Estado do Mercosul e Estados Associados com duração de 4 dias no Vale dos Vinhedos, Tecnovitis - Feira de Tecnologia para viticultura com acontecimento de 3 dias e a última semana costuma ser o período de férias referente ao natal e a véspera de ano novo.

Tabela 14 – Número de apartamentos alugados em dezembro de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	10	11	10	8	2	41
7 dias	14	13	7	7	10	51
10 dias	4	10	9	10	12	45
15 dias	2	4	1	14	5	26
20 dias	2	7	2	0	6	17
30 dias	2	5	1	1	2	11
VALOR TOTAL	34	50	30	40	37	191

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

A Tabela 15 apresenta a soma de todos os imóveis locados durante os 12 meses do ano, totalizando 837 locações.

Tabela 15 – Previsão de quantidade de locações da imobiliária Dia a Dia

ANO DE 2021	APTO 1 DORMITÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL MENSAL
JANEIRO	15	18	10	10	16	69
FEVEREIRO	26	30	20	28	32	136
MARÇO	43	40	20	20	50	173
ABRIL	35	39	30	35	34	173
MAIO	30	35	30	28	30	153
JUNHO	51	45	30	40	32	198
JULHO	45	37	40	42	45	209
AGOSTO	32	35	36	35	35	173
SETEMBRO	28	45	25	41	30	169
OUTUBRO	62	30	34	30	35	191
NOVEMBRO	29	34	35	40	35	173
DEZEMBRO	34	50	30	40	37	191
TOTAL NO ANO	430	438	340	389	411	2008

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Constata-se que o período sazonal é março e junho, os demais meses com alta demanda serão julho, agosto, janeiro e dezembro, pois estima-se que os eventos, programações e a disponibilidade dos clientes em relação a feriados e férias, serão relevantes para o município de Bento Gonçalves. Enquanto que respectivamente, o mês de maio, outubro, abril, setembro, novembro e fevereiro serão de menor procura.

7.2.2 Previsão de faturamento

Levando em consideração o número de imóveis locados e a média dos bairros, presente na Tabela 1, multiplica-se o número de imóveis locados pelo número de dias locados e o resultado multiplica-se pela média de bairros, o que resultará nos valores de faturamento mensal dos 12 meses, totalizando o faturamento de todo o ano de 2021, conforme se vê nas Tabelas 16 a 27.

Tabela 16 – Valor das diárias no mês de janeiro de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMITÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	R\$ 3.000,00	R\$ 2.520,00	R\$ 1.140,00	R\$ 990,00	R\$ 675,00	R\$ 8.325,00
7 dias	R\$ 1.400,00	R\$ 4.900,00	R\$ 2.660,00	R\$ 4.620,00	R\$ 2.100,00	R\$ 15.680,00
10 dias	R\$ 2.000,00	R\$ 4.200,00	R\$ 5.700,00	R\$ 13.200,00	R\$ 1.500,00	R\$ 26.600,00
15 dias	R\$ -	R\$ 4.200,00	R\$ 2.850,00	R\$ 4.950,00	R\$ 1.125,00	R\$ 13.125,00
20 dias	R\$ 2.000,00	R\$ -	R\$ 3.800,00	R\$ -	R\$ 6.000,00	R\$ 11.800,00
30 dias	R\$ -	R\$ 8.400,00	R\$ 5.700,00	R\$ 19.800,00	R\$ 4.500,00	R\$ 38.400,00
VALOR TOTAL	R\$ 8.400,00	R\$ 24.220,00	R\$ 21.850,00	R\$ 43.560,00	R\$ 15.900,00	R\$ 113.930,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Tabela 17 – Valor das diárias no mês de fevereiro de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	R\$ 1.800,00	R\$ 3.780,00	R\$ 4.560,00	R\$ 1.980,00	R\$ 1.800,00	R\$ 13.920,00
7 dias	R\$ 9.100,00	R\$ 14.700,00	R\$ 5.320,00	R\$ 9.240,00	R\$ 3.675,00	R\$ 42.035,00
10 dias	R\$ 2.000,00	R\$ 5.600,00	R\$ 5.700,00	R\$ 19.800,00	R\$ 2.250,00	R\$ 35.350,00
15 dias	R\$ 3.000,00	R\$ 2.100,00	R\$ 5.700,00	R\$ 19.800,00	R\$ 7.875,00	R\$ 38.475,00
20 dias	R\$ 4.000,00	R\$ 2.800,00	R\$ -	R\$ 46.200,00	R\$ 3.000,00	R\$ 56.000,00
30 dias	R\$ 3.000,00	R\$ -	R\$ 17.100,00	R\$ 49.500,00	R\$ 11.250,00	R\$ 80.850,00
VALOR TOTAL	R\$ 22.900,00	R\$ 28.980,00	R\$ 38.380,00	R\$ 146.520,00	R\$ 29.850,00	R\$ 266.630,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Tabela 18 – Valor das diárias no mês de março de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	R\$ 11.900,00	R\$ 8.400,00	R\$ 4.560,00	R\$ 6.930,00	R\$ 4.500,00	R\$ 36.290,00
7 dias	R\$ 8.400,00	R\$ 9.800,00	R\$ 3.990,00	R\$ 9.240,00	R\$ 8.400,00	R\$ 39.830,00
10 dias	R\$ 5.000,00	R\$ 4.200,00	R\$ 5.700,00	R\$ 6.600,00	R\$ 3.000,00	R\$ 24.500,00
15 dias	R\$ 6.000,00	R\$ 6.300,00	R\$ 5.700,00	R\$ 9.900,00	R\$ 5.625,00	R\$ 33.525,00
20 dias	R\$ 4.000,00	R\$ 5.600,00	R\$ 7.600,00	R\$ 19.800,00	R\$ 3.000,00	R\$ 40.000,00
30 dias	R\$ 9.000,00	R\$ 12.600,00	R\$ 11.400,00	R\$ 19.800,00	R\$ 6.750,00	R\$ 59.550,00
VALOR TOTAL	R\$ 44.300,00	R\$ 46.900,00	R\$ 38.950,00	R\$ 72.270,00	R\$ 31.275,00	R\$ 233.695,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Tabela 19 – Valor das diárias no mês de abril de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	R\$ 2.400,00	R\$ 4.620,00	R\$ 2.280,00	R\$ 2.970,00	R\$ 3.150,00	R\$ 15.420,00
7 dias	R\$ 3.500,00	R\$ 9.800,00	R\$ 6.650,00	R\$ 23.100,00	R\$ 4.200,00	R\$ 47.250,00
10 dias	R\$ 8.000,00	R\$ 11.200,00	R\$ 13.300,00	R\$ 49.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 86.500,00
15 dias	R\$ 12.000,00	R\$ 16.800,00	R\$ 22.800,00	R\$ 24.750,00	R\$ 3.375,00	R\$ 79.725,00
20 dias	R\$ 8.000,00	R\$ 5.600,00	R\$ 7.600,00	R\$ -	R\$ 3.000,00	R\$ 24.200,00
30 dias	R\$ 6.000,00	R\$ 4.200,00	R\$ 22.800,00	R\$ 19.800,00	R\$ 2.250,00	R\$ 55.050,00
VALOR TOTAL	R\$ 39.900,00	R\$ 52.220,00	R\$ 75.430,00	R\$ 120.120,00	R\$ 20.475,00	R\$ 308.145,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Tabela 20 – Valor das diárias no mês de maio de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	R\$ 1.800,00	R\$ 3.360,00	R\$ 2.850,00	R\$ 3.960,00	R\$ 2.025,00	R\$ 13.995,00
7 dias	R\$ 6.300,00	R\$ 9.800,00	R\$ 6.650,00	R\$ 9.240,00	R\$ 3.150,00	R\$ 35.140,00
10 dias	R\$ 5.000,00	R\$ 11.200,00	R\$ 19.000,00	R\$ 26.400,00	R\$ 4.500,00	R\$ 66.100,00
15 dias	R\$ 3.000,00	R\$ 10.500,00	R\$ 17.100,00	R\$ 34.650,00	R\$ 4.500,00	R\$ 69.750,00
20 dias	R\$ 6.000,00	R\$ 5.600,00	R\$ 7.600,00	R\$ -	R\$ 4.500,00	R\$ 23.700,00
30 dias	R\$ 15.000,00	R\$ 8.400,00	R\$ 11.400,00	R\$ 49.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 88.800,00
VALOR TOTAL	R\$ 37.100,00	R\$ 48.860,00	R\$ 64.600,00	R\$ 123.750,00	R\$ 23.175,00	R\$ 297.485,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Tabela 21 – Valor das diárias no mês de junho de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	R\$ 3.000,00	R\$ 5.880,00	R\$ 2.280,00	R\$ 4.950,00	R\$ 1.125,00	R\$ 17.235,00
7 dias	R\$ 10.500,00	R\$ 13.720,00	R\$ 13.300,00	R\$ 18.480,00	R\$ 3.150,00	R\$ 59.150,00
10 dias	R\$ 11.000,00	R\$ 11.200,00	R\$ 1.900,00	R\$ 33.000,00	R\$ 5.250,00	R\$ 62.350,00
15 dias	R\$ 12.000,00	R\$ 8.400,00	R\$ 25.650,00	R\$ 39.600,00	R\$ 3.375,00	R\$ 89.025,00
20 dias	R\$ 6.000,00	R\$ 8.400,00	R\$ 3.800,00	R\$ 46.200,00	R\$ 7.500,00	R\$ 71.900,00
30 dias	R\$ 12.000,00	R\$ 21.000,00	R\$ 28.500,00	R\$ 1.320,00	R\$ 13.500,00	R\$ 76.320,00
VALOR TOTAL	R\$ 54.500,00	R\$ 68.600,00	R\$ 75.430,00	R\$ 143.550,00	R\$ 33.900,00	R\$ 375.980,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Tabela 22 – Valor das diárias no mês de julho de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	R\$ 3.000,00	R\$ 3.780,00	R\$ 5.700,00	R\$ 1.980,00	R\$ 2.250,00	R\$ 16.710,00
7 dias	R\$ 10.500,00	R\$ 13.720,00	R\$ 19.950,00	R\$ 18.480,00	R\$ 7.875,00	R\$ 70.525,00
10 dias	R\$ 6.000,00	R\$ 5.600,00	R\$ 3.800,00	R\$ 49.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 66.400,00
15 dias	R\$ 4.500,00	R\$ 10.500,00	R\$ 14.250,00	R\$ 34.650,00	R\$ 6.750,00	R\$ 70.650,00
20 dias	R\$ 18.000,00	R\$ 5.600,00	R\$ 15.200,00	R\$ 33.000,00	R\$ 10.500,00	R\$ 82.300,00
30 dias	R\$ 6.000,00	R\$ 12.600,00	R\$ 22.800,00	R\$ 49.500,00	R\$ 11.250,00	R\$ 102.150,00
VALOR TOTAL	R\$ 48.000,00	R\$ 51.800,00	R\$ 81.700,00	R\$ 187.110,00	R\$ 40.125,00	R\$ 408.735,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Tabela 23 – Valor das diárias no mês de agosto de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	R\$ 3.000,00	R\$ 3.780,00	R\$ 5.130,00	R\$ 4.950,00	R\$ 900,00	R\$ 17.760,00
7 dias	R\$ 2.800,00	R\$ 7.840,00	R\$ 2.660,00	R\$ 25.410,00	R\$ 5.250,00	R\$ 43.960,00
10 dias	R\$ 8.000,00	R\$ 14.000,00	R\$ 19.000,00	R\$ 13.200,00	R\$ 9.000,00	R\$ 63.200,00
15 dias	R\$ 7.500,00	R\$ 8.400,00	R\$ 34.200,00	R\$ 59.400,00	R\$ 6.750,00	R\$ 116.250,00
20 dias	R\$ 8.000,00	R\$ 5.600,00	R\$ 300,00	R\$ 6.600,00	R\$ 3.000,00	R\$ 23.500,00
30 dias	R\$ 3.000,00	R\$ 8.400,00	R\$ 5.700,00	R\$ 29.700,00	R\$ 2.250,00	R\$ 49.050,00
VALOR TOTAL	R\$ 32.300,00	R\$ 48.020,00	R\$ 66.990,00	R\$ 139.260,00	R\$ 27.150,00	R\$ 313.720,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Tabela 24 – Valor das diárias no mês de setembro de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	R\$ 3.000,00	R\$ 3.780,00	R\$ 2.850,00	R\$ 6.930,00	R\$ 900,00	R\$ 17.460,00
7 dias	R\$ 4.900,00	R\$ 9.800,00	R\$ 9.310,00	R\$ 13.860,00	R\$ 2.625,00	R\$ 40.495,00
10 dias	R\$ 4.000,00	R\$ 16.800,00	R\$ 7.600,00	R\$ 23.100,00	R\$ 1.500,00	R\$ 53.000,00
15 dias	R\$ 4.500,00	R\$ 23.100,00	R\$ 2.850,00	R\$ 59.400,00	R\$ 10.125,00	R\$ 99.975,00
20 dias	R\$ 4.000,00	R\$ 2.800,00	R\$ 26.600,00	R\$ 6.600,00	R\$ 6.000,00	R\$ 46.000,00
30 dias	R\$ 600,00	R\$ 8.400,00	R\$ 5.700,00	R\$ 79.200,00	R\$ 13.500,00	R\$ 107.400,00
VALOR TOTAL	R\$ 21.000,00	R\$ 64.680,00	R\$ 54.910,00	R\$ 189.090,00	R\$ 34.650,00	R\$ 364.330,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Tabela 25 – Valor das diárias no mês de outubro de 2021

(continua)

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	R\$ 4.500,00	R\$ 3.360,00	R\$ 2.850,00	R\$ 5.940,00	R\$ 1.125,00	R\$ 17.775,00
7 dias	R\$ 9.800,00	R\$ 4.900,00	R\$ 13.300,00	R\$ 2.310,00	R\$ 7.875,00	R\$ 38.185,00
10 dias	R\$ 15.000,00	R\$ 5.600,00	R\$ 3.800,00	R\$ 6.600,00	R\$ 1.500,00	R\$ 32.500,00
15 dias	R\$ 4.500,00	R\$ 14.700,00	R\$ 25.650,00	R\$ 49.500,00	R\$ 11.250,00	R\$ 105.600,00
20 dias	R\$ 20.000,00	R\$ 11.200,00	R\$ 3.800,00	R\$ 6.600,00	R\$ 3.000,00	R\$ 44.600,00

(conclusão)

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
30 dias	R\$ 15.000,00	R\$ 8.400,00	R\$ 39.900,00	R\$ 99.000,00	R\$ 2.250,00	R\$ 164.550,00
VALOR TOTAL	R\$ 68.800,00	R\$ 48.160,00	R\$ 89.300,00	R\$ 169.950,00	R\$ 27.000,00	R\$ 403.210,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Tabela 26 – Valor das diárias no mês de novembro de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	R\$ 1.800,00	R\$ 4.200,00	R\$ 1.140,00	R\$ 2.970,00	R\$ 450,00	R\$ 10.560,00
7 dias	R\$ 4.900,00	R\$ 4.900,00	R\$ 6.650,00	R\$ 11.550,00	R\$ 2.100,00	R\$ 30.100,00
10 dias	R\$ 8.000,00	R\$ 9.800,00	R\$ 17.100,00	R\$ 42.900,00	R\$ 7.500,00	R\$ 85.300,00
15 dias	R\$ 4.500,00	R\$ 16.800,00	R\$ 28.500,00	R\$ 49.500,00	R\$ 7.875,00	R\$ 107.175,00
20 dias	R\$ 4.000,00	R\$ 5.600,00	R\$ 15.200,00	R\$ 46.200,00	R\$ 12.000,00	R\$ 83.000,00
30 dias	R\$ 9.000,00	R\$ 8.400,00	R\$ 28.500,00	R\$ 19.800,00	R\$ 9.000,00	R\$ 74.700,00
VALOR TOTAL	R\$ 32.200,00	R\$ 49.700,00	R\$ 97.090,00	R\$ 172.920,00	R\$ 38.925,00	R\$ 390.835,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Tabela 27 – Valor das diárias no mês dezembro de 2021

PRAZOS	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL
3 dias	R\$ 3.000,00	R\$ 4.620,00	R\$ 5.700,00	R\$ 7.920,00	R\$ 450,00	R\$ 21.690,00
7 dias	R\$ 9.800,00	R\$ 12.740,00	R\$ 9.310,00	R\$ 16.170,00	R\$ 5.250,00	R\$ 53.270,00
10 dias	R\$ 4.000,00	R\$ 14.000,00	R\$ 17.100,00	R\$ 33.000,00	R\$ 9.000,00	R\$ 77.100,00
15 dias	R\$ 3.000,00	R\$ 21.000,00	R\$ 2.850,00	R\$ 69.300,00	R\$ 13.500,00	R\$ 109.650,00
20 dias	R\$ 4.000,00	R\$ 19.600,00	R\$ 7.600,00	-	R\$ 9.000,00	R\$ 40.200,00
30 dias	R\$ 6.000,00	R\$ 21.000,00	R\$ 5.700,00	R\$ 9.900,00	R\$ 4.500,00	R\$ 47.100,00
VALOR TOTAL	R\$ 29.800,00	R\$ 92.960,00	R\$ 48.260,00	R\$ 136.290,00	R\$ 41.700,00	R\$ 349.010,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

A Tabela 28 de previsão de faturamento esclarece que dependendo do período e o tipo de imóvel escolhido pelo cliente, irá influenciar nos valores finais. O valor de previsão de vendas total bruto é de R\$ 3.841.180,00 em doze meses.

Tabela 28 – Previsão de faturamento da Imobiliária Dia a Dia em 2021

ANO DE 2021	APTO 1 DORMIÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE	TOTAL MENSAL
Janeiro	R\$ 8.400,00	R\$ 24.220,00	R\$ 21.850,00	R\$ 43.560,00	R\$ 15.900,00	R\$ 113.930,00
Fevereiro	R\$ 22.900,00	R\$ 28.980,00	R\$ 38.380,00	R\$ 146.520,00	R\$ 29.850,00	R\$ 266.630,00
Março	R\$ 44.300,00	R\$ 46.900,00	R\$ 38.950,00	R\$ 72.270,00	R\$ 31.275,00	R\$ 233.695,00
Abril	R\$ 39.900,00	R\$ 52.220,00	R\$ 75.430,00	R\$ 120.120,00	R\$ 20.475,00	R\$ 308.145,00
Mai	R\$ 37.100,00	R\$ 48.860,00	R\$ 64.600,00	R\$ 123.750,00	R\$ 23.175,00	R\$ 297.485,00
Junho	R\$ 54.500,00	R\$ 68.600,00	R\$ 75.430,00	R\$ 143.550,00	R\$ 33.900,00	R\$ 375.980,00
Julho	R\$ 48.000,00	R\$ 51.800,00	R\$ 81.700,00	R\$ 187.110,00	R\$ 40.125,00	R\$ 408.735,00
Agosto	R\$ 32.300,00	R\$ 48.020,00	R\$ 66.990,00	R\$ 139.260,00	R\$ 27.150,00	R\$ 313.720,00
Setembro	R\$ 32.200,00	R\$ 64.680,00	R\$ 54.910,00	R\$ 189.090,00	R\$ 38.925,00	R\$ 379.805,00
Outubro	R\$ 68.800,00	R\$ 48.160,00	R\$ 89.300,00	R\$ 169.950,00	R\$ 27.000,00	R\$ 403.210,00
Novembro	R\$ 32.200,00	R\$ 49.700,00	R\$ 97.090,00	R\$ 172.920,00	R\$ 38.925,00	R\$ 390.835,00
Dezembro	R\$ 29.800,00	R\$ 92.960,00	R\$ 48.260,00	R\$ 136.290,00	R\$ 41.700,00	R\$ 349.010,00
TOTAL DO ANO	R\$ 450.400,00	R\$ 625.100,00	R\$ 752.890,00	R\$ 1.644.390,00	R\$ 368.400,00	R\$ 3.841.180,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

7.3 PRODUTO

O produto que será oferecido para empreendimento consiste em um serviço voltado a locação de imóveis. De acordo com Zeithaml, Binter e Gremler (2011) as principais características dos serviços são a intangibilidade, a heterogeneidade, a simultaneidade e a perecibilidade.

A intangibilidade é a principal característica do serviço, pois não pode ser palpável, não pode ser visto ou experimentado como outro produto tangível. Este aspecto de serviço apresenta dificuldade na percepção pelo cliente, do mesmo modo que confunde sua importância em comparação com os concorrentes. Desta maneira, serão tomadas atitudes para que os imóveis possam transmitir uma mensagem de higiene e limpeza, além de expressar a qualidade e eficiência dos serviços relacionados a imobiliária em geral. Também os materiais de comunicação deverão ser elaborados de forma a materializar o serviço, com a utilização de fotos para melhor compreensão pelo cliente, relativo aos imóveis que estão sendo ofertados.

A heterogeneidade é definida por não separar a produção e o consumo, ou seja, cada serviço é único. Este ambiente permite ao serviço um sentido de experiência, sendo que o produto é utilizado no momento que o imóvel é locado. Logo, entendendo que a percepção da qualidade dos serviços pode ser vista de diferentes maneiras no decorrer do tempo e que a qualidade depende de muitos fatores que não podem ser totalmente controlados pela imobiliária, esta deverá adotar artifícios de avaliação dos imóveis com o objetivo de orientar o cliente interessado com base nas experiências de outros, comprovando desta forma a qualidade dos serviços oferecidos.

Em vista disso, o cliente possui participação importante para que a experiência seja percebida com aptidão. Assim sendo, a organização deverá realizar inspeções nos imóveis que permitam atender as expectativas dos clientes, bem como oferecer consertos caso houver algum tipo de imprevisto.

A perecibilidade dos serviços é identificada pelo fato de não ser possível estocar o produto. O período específico que um imóvel é locado, não pode ser utilizado para outro cliente. Esta impossibilidade de estocar o serviço poderá ser minimizada com outras possíveis opções de imóveis semelhantes em oferta.

Portanto, para dar complemento ao conteúdo, o serviço oferecido pelo Imobiliária Dia a Dia, apresenta-se como produto, está determinado os principais

fundamentos que serão aprofundados nas seções seguintes.

7.3.1 Marca e logotipo

A American Marketing Association define marca da seguinte forma: “Marca é um nome, termo, sinal, símbolo ou combinação dos mesmos, que tem o propósito de identificar bens ou serviços de um vendedor ou grupo de vendedores e de diferenciá-los de concorrentes” (KOTLER, 2000, p. 211). Assim sendo, a marca é a identidade da organização, a forma como a empresa será reconhecida pelo mercado.

Para Strunck (2007, p. 36) a “individualidade de cada produto ou serviço lhe é conferido por sua marca”. Esta individualização permite a diferenciação no mercado e como consequência, associar mais valor ao produto. O crescimento da marca fortalece e em contrapartida dificulta a entrada de novos concorrentes, sendo essencial para o desenvolvimento da fidelização do cliente. A marca é o cartão de visita, o visual da empresa e deverá transmitir a personalidade a esta, através de um conjunto de elementos gráficos, chamado de logotipo. A representação da escrita da marca, poderá estar acompanhada de símbolos e cores alinhados com a proposta de valor da empresa.

A empresa será chamada de Imobiliária Dia a Dia e sua inspiração parte da busca pelo imóvel ideal por um curto período de locação, proporcionando privacidade, segurança e conforto. Portanto, busca-se de início apresentar ao mercado de maneira clara e objetiva a área de atuação da organização através do ramo imobiliário.

O logotipo da organização, está ilustrada na Figura 8 mostrada a seguir.

Figura 8 – Logotipo da empresa



Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

A cor azul e laranja são as escolhidas para o logo, pois é uma boa combinação de cores, transmitindo um dia com o céu azul com o sol brilhando e aliado a letra “a” o telhado de casa, associando a imóveis e ao nome da imobiliária. As palavras Dia a

Dia, tem a intenção de representação da proposta de tempo diferenciado, sendo um contrato temporário no município, com o intuito de transmitir sentimentos de confiança, segurança e viabilidade.

7.4 PREÇO

A definição do preço de um produto ou serviço é algo essencial para o sucesso ou fracasso de uma organização, já que este deverá estar de acordo o método de posicionamento do empreendimento no mercado, direcionado para a cobertura dos custos de produção potencializado para gerar significativo resultado de faturamento. Para Kotler e Armstrong (2008) o preço pode ser definido como a soma de todos os valores que o consumidor paga para obter um produto ou serviço. Também Kotler (1998), explica que o estabelecimento dos preços deve levar em conta a demanda de mercado, os custos internos da empresa e o preço dos concorrentes.

O autor determina que a política de preços pode dar-se através de:

- a) Preço de *Markup*: estratégia que constitui-se em agregar uma margem ao custo de um serviço;
- b) Preço de retorno-alvo: consiste em definir um preço que lhe assegure uma taxa de retorno estipulada;
- c) Preço por valor percebido: quando organização opta por entender a percepção de valor que o cliente tem em relação ao produto/serviço para então determinar seu preço;
- d) Preço de valor: a empresa adota um preço baixo para um produto de alta qualidade;
- e) Preço de mercado: a empresa baseia seu preço em função dos cobrados pelos concorrentes.

Para o negócio proposto do presente trabalho, a principal fonte de receita da empresa será do mercado imobiliário. Assim, para estabelecer um preço condizente com a proposta de valor alinhado com o mercado atual, pesquisou-se o site Airbnb.

Na Tabela 29 apresentam-se os valores encontrados nesta pesquisa.

Tabela 29 – Preços do Airbnb

BAIRROS	APTO 1 DORMITÓRIO	APTO 2 DORMITÓRIOS	APTO 3 DORMITÓRIOS	CASA RESIDENCIAL	QUITINETE
Centro	R\$ 110,00	R\$ 145,00	R\$ 200,00	R\$ 350,00	R\$ 90,00
Cidade Alta	R\$ 120,00	R\$ 165,00	R\$ 210,00	R\$ 450,00	R\$ 95,00
Fenavinho	R\$ 80,00	R\$ 120,00	R\$ 170,00	R\$ 250,00	R\$ 55,00
São Francisco	R\$ 90,00	R\$ 135,00	R\$ 190,00	R\$ 300,00	R\$ 70,00
Humaitá	R\$ 100,00	R\$ 135,00	R\$ 180,00	R\$ 300,00	R\$ 65,00
Média de bairros	R\$ 100,00	R\$ 140,00	R\$ 190,00	R\$ 330,00	R\$ 75,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020)

Além da análise dos concorrentes, também verificou-se na pesquisa de mercado os valores que o público entrevistado está predisposto a pagar pela locação temporária. Considerando que dos 80 entrevistados, 61,3% deles já passaram pela experiência de alugar imóveis, dentre eles 17,5% que alugou, o custo da locação foi de R\$ 151,00 à R\$ 200,00 a diária, 16% alugou com o custo entre 101,00 à R\$ 150,00 a diária, 15% dos entrevistados desembolsaram menos de R\$ 100,00 e a minoria sendo 12,5% com o custo acima de R\$ 201,00 a diária.

Portanto, a imobiliária proporcionará um atendimento personalizado, realizando o acompanhamento presencial, administrando e se responsabilizando pela entrega impecável dos imóveis, contando com a vistoria de entrada e saída, bem como fotos anexadas e se necessário, contratará profissionais para possíveis consertos e melhorias nos imóveis administrados. A empresa levará em conta o valor cobrado pelo mercado atualmente, buscando ter um preço médio e posicionando-se desta maneira ofertando opções de imóveis mobiliados em bom estado e com um preço condizente com o mercado.

7.4.1 Garantias locatícias

As modalidades de garantias previstas no art. 37 da lei do inquilinato relatam as principais formas de modalidades:

- a) Caução: é um valor adiantado que não pode exceder 3 meses do aluguel. Este valor deverá ser depositado em caderneta de poupança para esse fim;
- b) Fiança: no Código Civil no art. 818 e seguintes, nos contratos de locação, essa é a modalidade tradicionalmente mais utilizada como garantia. Refere-se garantia na qual um terceiro garante o contrato e assegura o

cumprimento das obrigações do locatário, sendo outro responsável, caso este não cumpra com a obrigações;

- c) Seguro fiança locatícia; nesta modalidade de garantia ao contrato de locação, a seguradora contratada se compromete a cumprir as obrigações do locatário, na falta do seu cumprimento por este, chamado de sinistro;
- d) Garantia por cartão de crédito: Para aderir a esta modalidade de garantia, o locatário precisa apresentar o número do cartão de crédito, a cópia da última fatura paga do cartão de crédito com limite aprovado correspondente a quatro vezes o valor do aluguel e a data de vencimento do cartão.

Deste modo, as modalidades de locação citadas, são maneiras de garantia para atender as obrigações do contrato e para que o imóvel possa ser entregue ao proprietário nas condições iniciais, conforme o locatário recebeu na entrada.

7.4.2 Formas de pagamento

A diversidade de formas para que o cliente efetue o pagamento dos serviços é relevante para que a imobiliária minimize o risco de inadimplência, uma vez que o cliente terá alternativas viabilizadas como opções conhecidas no mercado.

Abaixo apresenta-se as formas de pagamento que serão aceitas no estabelecimento:

- a) dinheiro;
- b) cheque;
- c) cartão de débito/crédito;
- d) boleto bancário.

Estima-se que com as opções apresentadas, os clientes terão acesso as principais modalidades de pagamento existente no mercado, mas também registra-se que a empresa deverá estar atenta as tecnologias de pagamento que vem surgindo, através de meios digitais.

7.4.3 Contratos

Baseado na lei do inquilino, constuiu-se as cláusulas contratuais relevantes dos direitos e deveres de locador e locatário, estabelecendo acordo entre ambos. A procuração, contrato do proprietário e contrato de locatário encontram-se nos

apêndices D, E e F.

7.4.4 Políticas de reajuste

Para que haja uma recomposição de custos que contribua para a manutenção da saúde financeira da empresa e manutenção dos padrões de qualidade, serão realizados reajustes anuais cobradas de forma transparente e adequada a realidade do mercado. Define-se que a política de reajustes se dará pela variação do IGP-M do ano anterior, mantendo a viabilidade do negócio.

7.5 PROMOÇÃO

Após a elaboração de uma proposta de valor alinhada com uma necessidade a ser suprida no mercado, a empresa deve comunicar seu posicionamento de forma a atrair clientes, através de uma mensagem clara, objetiva e convincente. Em situações, poderá ser conversado com o proprietário sobre possibilidades de descontos nas diárias.

7.5.1 Publicidade

O conceito de publicidade será abordado neste projeto como o desenvolvimento de boas relações com os mais variados públicos com qual a empresa se relacionará. Para Kotler e Armstrong (2008), as organizações devem utilizar-se das relações públicas para construir bons relacionamentos com clientes, mídia e comunidade, objetivando promover seus produtos e serviços. A imobiliária Dia a Dia abordará este tema como uma importante ferramenta para a construção de uma marca associada a relações confiança e responsabilidade. Para isso, ocorrerá a participação frequente em eventos do município, como:

- a) FIMMA Brasil - A Feira Internacional de Máquinas, Matérias-Primas e Acessórios para a Indústria Moveleira;
- b) a participação na Expobento e Fenavinho;
- c) parcerias com pontos turísticos da cidade e dos municípios vizinhos.

O objetivo com as ações previstas em publicidade será o de criar a imagem de uma empresa inserida no e presente nos momentos ramo do turismo, pois a

proposta de valor da organização será de gerar privacidade e conforto para que seus clientes possam usufruir destes momentos. Assim, espera-se que a empresa possua uma divulgação conhecida como “boca a boca”, gerando publicidade positiva e conquistando novos clientes.

7.5.2 Propaganda

Para uma melhor gestão da propaganda, Kotler e Amostrong (2008) explicam que o tema deve ser dividido em quatro áreas, sendo: objetivo da propaganda, orçamento, estratégia e avaliação. O objetivo da propaganda deve estar alinhado ao posicionamento que a empresa adotará o mercado, e tem o propósito de comunicar ao cliente o valor do serviço. Logo, para o negócio proposto, a propaganda deverá ser a missão de informar ao mercado sobre o novo estabelecimento e propostas referente a locação de imóveis.

Como a empresa será nova no mercado, será necessário no primeiro momento, a confiança dos proprietários para os agenciamentos de imóveis mobiliados, explicando-lhes a política e o comprometimento que a imobiliária se propõe a fazer, garantindo uma maior lucratividade realizando a locação temporária.

Baseado no objetivo da propaganda, é necessário estabelecer as estratégias que serão utilizadas para o correto emprego da divulgação no novo negócio. Esta definição passa pela criação da mensagem e pelas escolhas das mídias que serão utilizadas.

Determina-se para a Imobiliária Dia a Dia as seguintes opções:

- a) site da própria Imobiliária informando os imóveis disponíveis e com agenda voltado a disponibilidade de cada imóvel para os dias que o cliente optar;
- b) *Facebook*: esta conta será voltada a postagens semanais com teor informativo sobre as vantagens de alugar por imobiliária voltado aos proprietários e os móveis disponíveis para locação. Para utilização desta mídia não há investimento;
- c) *Instagram*: esta conta será voltada a postagens semanais com os imóveis disponíveis para locação. Para utilização desta mídia não há investimento;
- d) jornal: será divulgado em jornais do Semanário, com em chamar a atenção de proprietários com interesse em alugar seus imóveis, já que a maioria de quem lê os jornais são pessoas mais velhas.

Para dimensionar a proporção de alcance, deverá ser questionado após a efetivação da locação, como este cliente chegou até o estabelecimento, identificando qual meio é mais eficiente na captação de novos clientes, podendo direcionar os próximos investimentos nas frentes que apresentem melhores resultados.

7.5.3 Canais de comunicação

Para que os clientes tenham conhecimento dos serviços oferecido pela empresa, serão divididos em duas etapas:

- a) a primeira etapa consiste na comunicação através das mídias tradicionais e digitais, que identificarão o serviço oferecido de forma genérica;
- b) a segunda etapa consiste na visitação dos imóveis de maior interesse, especificando os pontos positivos e vantagens, entre eles a posição solar, localização e demais interesses.

7.6 RELACIONAMENTO COM CLIENTES

O negócio proposto neste estudo de viabilidade caracteriza-se pela tangibilidade, sendo desta forma, avaliada pelos clientes que utilizaram o serviço para garantir melhorias em sua gestão. Esta avaliação poderá ser realizada no próprio site da imobiliária com a pontuação e a descrição do feedback relatando a suas respectivas experiências que serão fatores chaves para o aprimoramento do serviço oferecido.

Outras alternativas para a avaliação no relacionamento são os métodos para retenção de clientes. Uma das estratégias que poderá ser utilizada, será a formação de parcerias com administradoras, construtoras e incorporadoras, ou seja, um grupo inserido no ramo imobiliário que poderão contribuir para o agenciamento de imóveis, conhecendo e indicando possíveis investidores proprietários com interesse na locação temporária.

Parcerias com prestadores de serviço como encanadores, eletricitas, pintores, pedreiros e faxineiras será de grande importância para possíveis reparos e limpeza imediata na entrada e saída do imóvel.

7.7 PLANO DE AÇÃO MERCADOLÓGICO

O Quadro 5 apresenta o plano mercadológico para a nova empresa, contemplado um planejamento detalhado das ações que serão necessárias para a execução do projeto.

Quadro 5 – Plano Mercadológico

AÇÃO (O QUE)	MÉTODO (COMO)	PRAZO (QUANDO)	CUSTO (QUANTO)
Locação de uma sala comercial	Definir localização e valores	dez/20	R\$ 1.500,00
Comprar notebooks e telefones	Definir fornecedor	dez/20	R\$ 4.300,00
Sistema via SW	Definir fornecedor	dez/20	R\$ 8.000,00
Site da própria imobiliária	Definir fornecedor	dez/20	R\$ 5.000,00
Publicidade e placa externa	Definir fornecedor	dez/20	R\$ 2.300,00
Confeccionar cartão	Definir fornecedor e confeccionar arte	jan/20	R\$ 90,00
Criar página no Facebook e Instagram	Através das redes sociais	dez/20	R\$ -
Providenciar máquina de cartão de crédito	Definir fornecedor	dez/20	R\$ -
Visitar administradoras	Adcon, caza e Sindicare	nov/20	R\$ -
Definição dos profissionais para consertos e limpeza	Autônomos	nov/20	R\$ -

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

8 PLANO OPERACIONAL

Após a elaboração de um bom planejamento estratégico, muitas empresas falham na sua implantação, pois não operacionalizam suas ideias com métodos e processos definidos. Para que haja perfeita harmonia entre planejamento e execução, este capítulo propõe-se apresentar o plano operacional para o novo empreendimento.

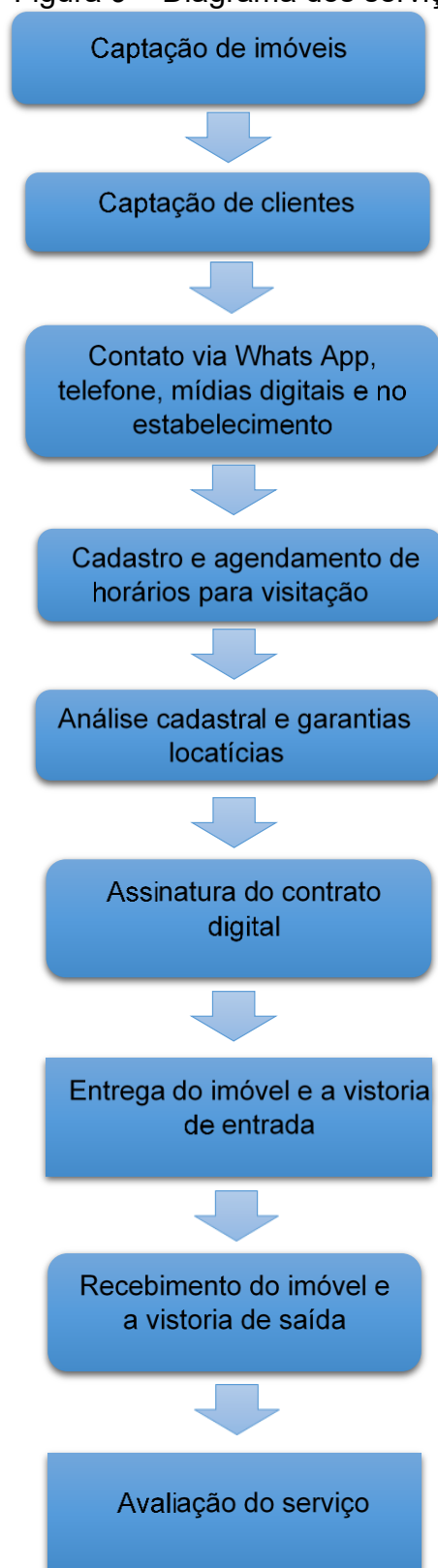
8.1 PROCESSOS

Para estabelecer planos que demonstrem o conjunto de ações necessárias para o andamento do estabelecimento, este capítulo definirá os processos e operações para a nova empresa. Um diagrama de serviços se traduz em um mapa que representa com precisão o sistema de serviço, sendo uma representação visual de todas as etapas da prestação do serviço.

Abaixo as etapas do processo de operações para entrega do serviço no ramo imobiliário (Figura 9):

- a) captação de imóveis através das ações descritas na seção 7.5;
- b) captação de cliente;
- c) contato inicial: cliente poderá fazer contato pelo site, por telefone, Whats app, mídias digitais, telefone, ou mesmo pessoalmente no estabelecimento;
- d) cadastro e agendamento: o cliente receberá o atendimento inicial onde será realizado o cadastro e verificado disponibilidade dos dias em que ele tem interesse em locar o imóvel;
- e) análise cadastral do CPF escolha da forma de garantia locatícia;
- f) assinatura do contrato digital: Realização da vistoria;
- g) entrega das do imóvel com a vistoria de entrada;
- h) recebimento do imóvel: recebimento das chaves e vistoria de saída;
- i) avaliação do serviço: poderá ser feito pelo site da imobiliária.

Figura 9 – Diagrama dos serviços



Fonte: elaborado pela própria autora (2020)

8.2 ATIVIDADES TERCEIRIZADAS E PARCERIAS

De acordo com Neto (2014), a terceirização é uma técnica administrativa que permite que a empresa realize a transferência, a terceiros, de atividades acessórias e de apoio a atividade principal, permitindo que a organização concentre-se em sua atividade principal. A rede de profissionais e parceiros-chaves são peças fundamentais para o desenvolvimento do negócio. Para o empreendimento proposto os principais parceiros são:

- a) profissional de limpeza, para faxinas e organização dos imóveis a medida que o imóvel é desocupado;
- b) prestadores de serviço de manutenção nos imóveis como eletricitistas, encanadores, pintores, pedreiros e montadores de móveis a fim de concertar reparos necessários.

Os custos de limpeza serão cobrados dos locatários na desocupação do imóvel. Em relação a manutenção necessárias nos imóveis, caso não seja ocasional pelo locatário, as custas serão do proprietário do imóvel.

Apresentam-se no Quadro 6 os custos pesquisados para a execução mensal dos serviços terceirizados.

Serviço	Custo mensal
Limpeza	R\$ 30,00 a hora
Reparos no imóvel, dependendo do serviço	R\$ 35,00 a hora

Fonte: elaborado pela própria autora (2020)

Os custos para as atividades terceirizadas serão reajustados anualmente e detalhados nas seções do plano financeiro as estimativas de percentuais.

8.3 INFRAESTRUTURA E LAYOUT

Os recursos principais caracterizam-se por ser os fundamentais para dar andamento ao empreendimento, uma vez que para prestar o atendimento de locação de imóveis são necessários uma sala confortável e ampla, além de equipamentos de escritório para o estabelecimento proposto serão necessários três grupos de recursos

principais: espaço físico, móveis e equipamentos/acessórios. Detalham-se abaixo:

- a) Espaço Físico: o espaço físico para abertura da imobiliária deverá ser amplo, bem localizado, com facilidade para estacionamento e mobilidade, bem iluminado, decorado e arejado. O estabelecimento será uma sala térrea com as dimensões de 50 metros quadrados atendendo às necessidades mínimas para um estabelecimento de qualidade. A sala localizada no bairro Humaitá no município de Bento Gonçalves, terá um custo de um aluguel mensal que será negociado no valor de R\$ 1.380,00, condomínio R\$ 130,00 e IPTU que será cobrado em 12 parcelas de R\$ 70,00. Após avaliar das opções à disposição, definiu-se que o imóvel localizado na Rua Humaitá, número 333, sendo uma sala nova, com 2 vagas de estacionamento em frente a sala, é a melhor opção para o empreendimento. O edifício possui 4 salas comerciais e o restante, trata-se de imóveis residenciais.

A Figura 10 demonstra uma visão frontal do prédio a ser instalada a empresa.

Figura 10 – Prédio Edifício Viena



Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Figura 11 – Sala Comercial 04



Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

Para a abertura do empreendimento no imóvel citado, deverão ser providenciadas a instalação de uma fachada para identificação. Esta identificação poderá ser instalada na parte superior do vidro (Figura 11), ocupando a parte superior da frente do estabelecimento e sendo bastante visível. Estima-se que, dada as características da fachada, que é toda em vidro, a mesma será aproveitada para a publicidade;

- b) Móveis: Os móveis necessários para a abertura do estabelecimento são avaliados como fundamentais, pois o ambiente da imobiliária deve estar alinhado com a proposta de valor pretendida. Assim, o ambiente de recepção do cliente deve ser elegante e confortável, reforçando o compromisso da empresa em oferecer conforto aos clientes.

A Tabela 30 demonstra a lista de móveis sugeridos para o empreendimento.

Tabela 30 – Móveis e acessórios

(continua)

Item	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Ar condicionado 30.000 btus	1	R\$ 2.900,00	R\$ 2.900,00
Mesa de escritório	2	R\$ 330,00	R\$ 660,00
Cadeira de escritório	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00
Mesa e 2 cadeiras para cozinha	1	R\$ 290,00	R\$ 290,00
Poltrona	6	R\$ 260,00	R\$ 1.560,00

(conclusão)

Item	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Tapete	2	R\$ 80,00	R\$ 160,00
Vaso de flor decorativo	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
Geladeira	2	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Cozinha	1	R\$ 1.470,00	R\$ 1.470,00
			R\$ 7.740,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

8.3.1 Layout

A visualização de como será o ambiente do novo negócio está melhor demarcada na planta do espaço, que foi desenhada no Floorplanner. Esse ambiente pode ser visualizado na Figura 12, já com a estrutura e possíveis móveis.

Figura 12 – Layout



Fonte: elaborada pela própria autora no Floorplanner (2020).

O estabelecimento contará com rampa de acesso para cadeirante na entrada. Portas com abertura acessível e banheiro adaptado para estas necessidades. Terá um espaço para espera com capacidade para duas pessoas sentadas. Todo o espaço terá iluminação LED, que gera menos impacto, além de ter, plantas e arborização,

proporcionando, ao cliente, uma sensação de bem e estar e preservação da mesma.

8.4 CAPACIDADE PRODUTIVA

Uma das grandes dificuldades do setor de serviços é a sua incapacidade de formar estoque. Não há como um prestador de serviços fazer um estoque de seções de imóveis para oferecer a clientes eu queiram atendimento no mesmo período. “Esta impossibilidade de compor estoque deve-se ao caráter perecível dos serviços e sua simultaneidade de produção e consumo” (ZEITHAM; BINTER; GREMLER, 2011, p. 480).

As características descritas acima demonstram que a capacidade produtiva da empresa é fixa e limitada ao número de horas disponíveis, já que cada atendimento tem duração de cerca de 1 hora. Portanto, considerando os horários de abertura e fechamento do estabelecimento, citados no Quadro 7.

O Quadro 7 apresenta a capacidade produtiva da prestação de serviço no estabelecimento.

Quadro 7 – Horários de atendimento da Imobiliária Dia a Dia

ATENDIMENTO DA IMOBILIÁRIA DIA A DIA

Disponibilidade	manhã	tarde
Segunda	8hs às 11:45hs	13hs às 18hs
Terça	8hs às 11:45hs	13hs às 18hs
Quarta	8hs às 11:45hs	13hs às 18hs
Quinta	8hs às 11:45hs	13hs às 18hs
Sexta	8hs às 11:45hs	13hs às 18hs
Sábado	8hs às 11:45hs	

Fonte: elaborado pela própria autora (2020)

8.5 INFORMAÇÕES

No setor de serviços, a troca de informações entre a empresa e o mercado é um fator que está ligado a intangibilidade. Como o serviço não é um produto, ele deve ter formas de comunicar-se com o cliente antes, durante e depois de sua execução, de forma a materializar-se. Para que o cliente comunique-se com a empresa, as principais ferramentas iniciais serão o telefone e aplicativo WhatsApp. Através destes, o cliente poderá entrar em contato com a imobiliária, marcar e desmarcar horários,

solicitar informações, dentro outros.

8.6 MANUTENÇÃO

A manutenção dos imóveis é de suma importância para a qualidade dos serviços oferecidos, pois somente com móveis e eletrodomésticos em boas condições para a satisfação dos clientes. Em pesquisa realizada junto a profissionais, é recomendado que sejam realizadas manutenções preventivas a cada 3 meses, de forma a manter os mesmos em perfeitas condições de uso. A manutenção preventiva dos imóveis não tem um custo elevado, pois consistem em pequenos ajustes e não envolvem substituições de móveis na maioria das vezes. Assim, estipula-se que ocorrerão duas manutenções preventivas anuais, nos meses de abril, agosto e dezembro, com o custo estimado de aproximadamente R\$ 250,00 em cada conserto sendo custos de proprietários descontados após a locação.

8.7 PLANO DE AÇÃO OPERACIONAL

Definido o funcionamento dos processos e operações necessários para o andamento da empresa, elabora-se um plano operacional para o novo negócio, que permitirá que todas as etapas sejam cumpridas para que, após a abertura do estabelecimento, todas as atividades tenham um fluxo contínuo.

O Quadro 8 apresenta o plano operacional para o novo negócio.

Quadro 8 – Plano operacional para o novo negócio

(continua)

AÇÕES (OQUE)	METODO (COMO)	PRAZO (QUANDO)	CUSTO (QUANTO)
Definir responsável para limpeza	Pesquisar diaristas	dez/20	R\$ 200,00
Definir contador	Pesquisar profissionais	dez/20	R\$ 200,00
Aluguel, condomínio e IPTU	Celebrar contrato	dez/20	R\$ 1.570,00

(conclusão)

AÇÕES (OQUE)	METODO (COMO)	PRAZO (QUANDO)	CUSTO (QUANTO)
Compra dos móveis	analisar opções	dez/20	R\$ 7.740,00
Placa e adesivos nos vidros	Definir fornecedor	dez/20	R\$ 2.300,00
Sistema via SW	Definir fornecedor	dez/20	R\$ 8.000,00
Site da própria imobiliária	Definir fornecedor	dez/20	R\$ 5.000,00
Instalação dos móveis	Familiares	dez/20	R\$ -
Total			R\$ 25.010,00

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

O plano operacional permitirá operacional permitirá que a empresa entre em funcionamento com toda a estrutura pronta e preparada para atender a proposta de valor que foi definida, permitindo que o cliente tenha uma experiência única e que sinta que o que lhe foi permitido está sendo entregue.

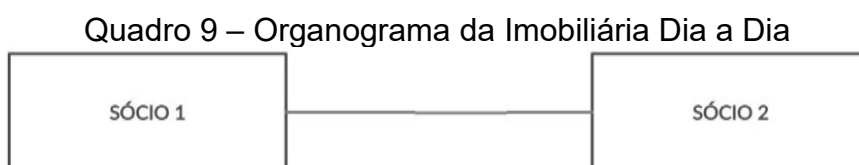
9 PLANO DE RECURSOS HUMANOS

Um dos pilares do sucesso das organizações encontra-se nas pessoas que são capazes de transformar o seu meio, evoluindo constantemente e promovendo desta forma a evolução da empresa. São as pessoas “a principal vantagem competitiva em um mundo globalizado, instável, mutável e fortemente concorrencial” (CHIAVENATO, 2008, p. 4).

As pessoas, portanto, tem papel fundamental para o sucesso das organizações e atualmente constituem-se como um diferencial competitivo, afinal, todas as empresas têm acesso as melhores tecnologias e equipamentos, porém são as pessoas que farão uso destes recursos. Quando trazemos este conceito pra o setor de serviços, este panorama avança para uma visão ainda mais direta do diferencial que as pessoas empregam na qualidade entregue ao consumidor final, devido as suas características. Nesta seção, abordaremos o planejamento de recursos humanos da imobiliária Dia a Dia.

9.1 ORGANOGRAMA DE CARGOS

Independente do porte da empresa, pequena, média ou grande, a administração de cargos e salários deve ser tratada com a devida importância, pois os envolvidos no processo estão trocando o seu tempo por uma remuneração. O valor pelos serviços prestados pelo profissional deve estar de acordo com o trabalho realizado e com o que o mercado está praticando, de forma haver justiça e transparência na relação capital x trabalho. Apresenta-se o organograma da empresa no Quadro 9.



Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

9.1.1 Cargos

Para Chiavenato (2008) a construção de cargos consiste em especificar o

conteúdo de cada cargo definindo as competências do ocupante e as tarefas esperadas. Já para Lacombe, o cargo consiste em um conjunto de funções de mesma natureza de trabalho, de requisitos e nível de dificuldade semelhantes e com responsabilidades em comum” (LACOMBE, 2012, p. 182). Por isso, a descrição e análise de cargos podem ser entendidas como o ponto de partida para a solução da maioria dos problemas relacionados à área de recursos humanos nas organizações, sendo de fundamental importância para: a determinação do perfil do ocupante para definir os procedimentos para a seleção de pessoal; o fornecimento de dados necessários ao levantamento de necessidades e seleção dos conteúdos dos programas de treinamento de pessoal (GIL, 2010). Desse modo, a descrição de cargos, exigências e competências serão assim definidas:

- a) Dois sócios proprietários: graduação em administração, conhecimento em diversos setores da administração, bem como conhecimento no ramo imobiliário e em informática. A facilidade no relacionamento e em técnicas em atendimentos. Serão atribuídas a área administrativa e as tomadas de decisões para o melhor da empresa.

No Quadro 10, a seguir há a descrição geral dos cargos conforme estabelecido pela imobiliária Dia a Dia.

Quadro 10 – Descrição dos cargos

CARGO	DESCRIÇÃO
Dois sócios proprietários	Atuam na definição do planejamento estratégico da empresa; definem e executam plano de marketing e a qualidade das locações de imóveis e a administração financeira. Participam da definição de políticas de recursos humanos e definem a tomada de decisão em relação as locações.

Fonte: elaborado pela própria autora (2020).

9.1.2 Salários

Gil (2010) explica que nos últimos anos as empresas passaram a perceber que os antigos métodos de remuneração estavam em descompasso com as novas gerações e com a nova ênfase dada a valores como qualidade, serviço ao cliente, produtividade e trabalho em equipe. Desta forma, propõe políticas salariais mais coerentes com a atualidade, sendo:

- a) Remuneração por conhecimento e habilidades: onde o profissional é

remunerado à medida que amplia seu conhecimento e desenvolve novas habilidades, tornando-se um profissional flexível as constantes mudanças do mercado;

- b) Remuneração por competências: quando o profissional é remunerado não pelo cargo ou tempo de serviço, mas pelas competências que possui;
- c) Broadbanding: quando a empresa adota a estratégia de classificar cargos por faixas salariais únicas e o profissional move-se horizontalmente na estrutura, recebendo gratificações à medida que aumentam seu desempenho;
- d) Remuneração variável baseada em desempenho: que não se trata de um método novo, mas que tem sido adotado com maior agressividade ao premiar com maior intensidade o desempenho;
- e) Remuneração baseada em equipes: ocorre quando a empresa valoriza a equipe de forma igualitária, montados grupos de trabalho de acordo com cada etapa de um projeto.

Devida a estrutura de recursos humanos da empresa ser composta apenas pela prestadora de serviço e o resultado da empresa estar atrelado diretamente a seu trabalho, define-se que seus rendimentos se darão através de um pró-labore mensal na ordem de um salário mínimo e da remuneração do capital investido na empresa.

9.2 PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

O processo de recrutamento e seleção será feito através de empresas de Recursos Humanos da cidade ou por anúncio em outros locais. A seleção será feita pelos proprietários, que levarão em conta os seguintes requisitos básicos:

- a) ter conhecimento na área;
- b) ser proativo;
- c) ter empatia;
- d) ter segundo grau, ou estar estudando;
- e) ser atencioso e receptivo;
- f) residir nas proximidades.

Estes requisitos serão observados em conversa formal e avaliados através de instrumentos. Estas competências podem ser medidas de formas distintas, como cases práticos, testes situacionais, de perfil. Outra análise importante na escolha será

a identificação do alinhamento do candidato a respeito de seus valores e os valores da empresa.

A empresa terá o recrutamento interno, avaliando para a função de recepcionista. Para isso, deverá ser avaliado o perfil de comportamento, buscando contratar profissionais comprometidos e com facilidade em trabalhar em equipe, o foco principal da empresa.

9.3 PROCESSO DE TREINAMENTO

O treinamento, segundo Chiavenato (2010), é uma ferramenta muito importante para o funcionário e a empresa na qual ele atinge, pois proporciona maior produtividade, excelência, qualidade e principalmente gratificação pessoal, por aquele que o busca, por adquirir habilidades e competência naquilo que faz. Futuramente, quando houver maior número de funcionários, o treinamento para o cargo financeiro e aos atendentes de locação, será procurado cursos específicos de especialização para melhor andamento e qualificação dos funcionários na área de atuação do novo negócio. Os sócios já possuem o CRECI, a regulamentação da profissão de corretor. Desta maneira o conteúdo estará sendo constantemente atualizado e a qualidade do serviço prestado e aperfeiçoado.

9.4 POLÍTICA SALARIAL E BENEFÍCIOS

Os salários e benefícios constituem parte importante da política de uma empresa, para efeitos da lei, um dos sócios em uma sociedade LTDA precisa receber pró-labore. Para o sócio será recolhido apenas 11% do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), em um total mensal de R\$ 220 reais. Todos os custos serão descritos com detalhes, mais adiante, na sessão relacionada aos custos da empresa.

9.5 PLANO DE AÇÃO DE RECURSOS HUMANOS

Para que todos os membros da organização saibam exatamente quais são as ações a serem desempenhadas para o bom funcionamento do estabelecimento, apresenta-se no Quadro 11 o planejamento de recursos humanos.

Quadro 11 – Plano de Recursos Humanos

Ação (o que)	Método (como)	Prazo (quando)	Custo (quanto)
Contratação de uma recepção	Não é necessário experiência	jan/22	R\$ 1.250,00
Contratação de um atendente de locação	Seleção levando em conta a experiência	mar/22	R\$ 1700,00 + 1% de comissão
Contratação de um financeiro	Seleção levando em conta a experiência	jun/22	R\$ 2.000,00
Pesquisa de escolas para treinamento	Através da internet	jun/22	R\$ 200,00

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

10 PLANO FINANCEIRO

Citado por muitos administradores como a principal razão para a existência de uma empresa, o lucro é a medida usada para avaliar a viabilidade de um investimento. Para alcançar este objetivo, as organizações devem contar com um plano financeiro elaborado através de dados confiáveis e de ferramentas de gestão alinhadas com a necessidade do mercado.

O presente capítulo apresentará o plano financeiro para o novo negócio proposto e se destinará a apresentar ao seu final o desenho de três cenários financeiros para a empresa, contemplando um modelo realista, um otimista e um pessimista, culminando com a constatação da viabilidade ou não do empreendimento.

Também serão apresentadas informações fundamentais para a tomada de decisão sobre a viabilidade da proposta, como o balanço patrimonial, a análise das demonstrações financeiras, as projeções de fluxo de caixa e indicadores de viabilidade comuns no mercado, como: TMA (Taxa Mínima de Atratividade), RSV (Retorno sobre Vendas), VPL (Valor Presente Líquido), TIR (Taxa Interna de Retorno), Payback e Ponto de Equilíbrio.

10.1 PLANO DE INVESTIMENTOS

Para dar início ao um novo negócio, a empresa necessita de injeção de capital, seja através de recursos próprios dos sócios ou através de financiamentos de terceiros, já que a organização terá uma série de gastos e investimentos para que então consiga começar a gerar caixa. Hoji (2012) explica que para negócios com prazo de retorno longo e elevado risco a melhor fonte de financiamento é o capital próprio, já que em caso de insucesso haveria menor problema com liquidez.

Ainda para o autor, em investimentos com menor risco e menor prazo de retorno, poderão ser utilizadas fontes de financiamento variadas, como emissão de ações para aumento do capital social, emissão de debentures, emissão de notas promissórias, emissão de eurobônus, arrendamento mercantil, securitização de recebíveis por meio de FIDIC – Fundo de Investimentos e Direitos Creditórios, e etc.

O Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa) enumera uma gama variada de opções de financiamentos para novos negócios e empreendedores que necessitam de capital de terceiros para iniciarem seus projetos

(SEBRAE, 2020). As opções mais conhecidas são:

- a) Sócio Investidor: onde o empreendedor vende parte do negócio para um investidor interessado;
- b) Investimento Anjo: modalidade moderna onde pessoas físicas contribuem para desenvolvimento de empresas em etapa inicial;
- c) Fundo de Investimento: nesta modalidade funda de pessoas jurídicas investem em empresas com claro potencial lucrativo;
- d) Investimento Coletivo: modelo de captação de recursos pela internet;
- e) Programas de incubação: onde o empresário realiza estudos em incubadoras e órgãos de apoio a aceleração;
- f) BNDES: banco público de investimento em pequenas, média e grandes empresas;
- g) PNMPO: Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado;
- h) Proger: Programa de Geração de Emprego e Renda. Dentre as opções de financiamento disponíveis no mercado, os sócios optarão pela aplicação de recursos próprios no negócio, sendo que integralizará a quantia de R\$ 60.000,00.

O valor será destinado a compra de notebooks com o sistema referente ao ramo imobiliário, móveis e acessórios e adequações na sala, aplicação em banco do saldo remanescente após os investimentos iniciais, de forma a ter capital de giro para os primeiros meses. Os investimentos iniciais necessários para a abertura do estabelecimento são apresentados no Tabela 31 e divididos em dois grupos, sendo:

- a) móveis e acessórios;
- b) equipamentos.

Tabela 31 – Plano de investimento

(continua)

PLANO DE INVESTIMENTOS - IMOBILIÁRIA DIA A DIA

MÓVEIS E ACESSÓRIOS

Item	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Ar condicionado 30.000 btus	1	R\$ 2.900,00	R\$ 2.900,00
Mesa de escritório	2	R\$ 330,00	R\$ 660,00
Cadeira de escritório	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00

(conclusão)

Item	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Mesa e 2 cadeiras para cozinha	1	R\$ 290,00	R\$ 290,00
Poltrona	6	R\$ 260,00	R\$ 1.560,00
Tapete	2	R\$ 80,00	R\$ 160,00
Vaso de flor decorativo	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
Geladeira	2	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Cozinha	1	R\$ 1.470,00	R\$ 1.470,00
Total			R\$ 7.740,00

EQUIPAMENTOS

Item	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Notebook	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00
Telefone	2	R\$ 100,00	R\$ 200,00
Publicidade e placa externa	1	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00
Sistema via SW	1	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00
Site da própria imobiliária	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
Total			R\$ 19.500,00
Total de investimentos			R\$ 27.240,00

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Os investimentos iniciais compreendem um valor de R\$ 27.240,00 em materiais essenciais para o funcionamento do estabelecimento. São despesas imprescindíveis para a abertura da empresa e que contribuirão para que a imobiliária entregue a proposta de valor prevista.

Resgatar o plano de investimento inicial necessário para alavancar o futuro negócio, considerando todas as possibilidades e contingências. Também deve-se considerar os itens abaixo descritos.

10.2 ESTRUTURA LEGAL

A constituição de uma empresa deve ser balizada pela sua atividade e pelo número de sócios que a compõem, sendo que isso irá refletir nos seus direitos e deveres. De acordo com o Sebrae (2020) os tipos de empresa disponíveis atualmente são:

- a) Empresário Individual: exerce em nome próprio uma atividade empresarial, individualmente e sem sócios;

- b) MEI – Micro Empreendedor Individual: é um empresário individual com receita bruta anual limitada, sendo que em 2020 o limite é de R\$ 81.000,00. Deve ser optante pelo Simples Nacional;
- c) Empresa Individual de Responsabilidade Limitada: empresa de atuação individual do sócio proprietário com responsabilidade limitada ao capital social investido no negócio;
- d) Sociedade Simples: é exercida por dois ou mais sócios, mas limita-se a atuação de LTDA;
- e) Sociedade Empresaria: é constituída por dois ou mais sócios e é possível de ser modelo S/A ou LTDA.

Para a imobiliária Dia a Dia, considerando as opções disponíveis para a constituição jurídica de uma empresa e o faturamento projetado de acordo com as estimativas de venda apresentadas neste trabalho, define-se que a forma mais vantajosa será a opção de sociedade simples, enquadrado no regime do simples nacional para fins de tributação.

A empresa enquadra-se, de acordo com a legislação vigente, no anexo III da tabela do Simples Nacional, na faixa 4 com uma alíquota de 16% sobre o faturamento, conforme especificado no Quadro 12.

Quadro 12 – Simples Nacional 2020 – Anexo III

FAIXA	Receita Bruta Total em 12 meses	Alíquota	Quanto descontar do valor recolhido
FAIXA 1	Até R\$ 180.000,00	6,00%	R\$ -
FAIXA 2	De R\$ 180.000,01 a R\$ 360.000,00	11,20%	R\$ 9.360,00
FAIXA 3	De R\$ 360.000,01 a R\$ 720.000,00	13,50%	R\$ 17.640,00
FAIXA 4	De R\$ 720.000,01 a R\$ 1.800.000,00	16,00%	R\$ 35.640,00
FAIXA 5	De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 3.600.000,00	21,00%	R\$ 125.640,00
FAIXA 6	De R\$ 3.600.000,01 a R\$ 4.800.000,00	33,00%	R\$ 648.000,00

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Já o Quadro 13 apresenta o percentual de tributos que compreende o simples nacional.

Quadro 13 – Percentual Repartição Tributos Simples Nacional 2020

(continua)

CPP	ISS	PIS	CSLL	IRPJ	COFINS	Alíquota Total	Receita Bruta em 12 meses (em R\$)
4,00%	2,01%	0,00	0,00	0,00	0	6%	De 0,00 a R\$ 180.000,00
4,00%	2,79%	0,00	0,00	0,00	1,42%	8,21%	De R\$ 180.000,01 a R\$ 360.000,00
4,07%	3,50%	0,35%	0,43%	0,48%	1,43%	10,26%	De R\$ 360.000,01 a R\$ 540.000,00

(conclusão)

CPP	ISS	PIS	CSLL	IRPJ	COFINS	Alíquota Total	Receita Bruta em 12 meses (em R\$)
4,47%	3,84%	0,38%	0,53%	0,53%	1,56%	11,31%	De R\$ 540.000,01 a R\$ 720.000,00
4,52%	3,87%	0,38%	0,52%	0,53%	1,58%	11,40%	De R\$ 720.000,01 a R\$ 900.000,00
4,92%	4,23%	0,40%	0,57%	0,57%	1,73%	12,42%	De R\$ 900.00,01 a R\$ 1.080.000,00
4,97%	4,26%	0,42%	0,56%	0,59%	1,74%	12,54%	De R\$ 1.080.000,01 a R\$ 1.260.000,00
5,03%	4,31%	0,42%	0,57%	0,59%	1,76%	12,68%	De R\$ 1.260.000,01 a R\$ 1.440.000,00
5,37%	4,61%	0,45%	0,61%	0,63%	1,88%	13,55%	De R\$ 1.440.00,01 a R\$ 1.620.000,00
5,42%	4,65%	0,45%	0,64%	0,63%	1,89%	13,68%	De R\$ 1.620.000,01 a R\$ 1.800.000,00
5,98%	5%	0,50%	0,69%	0,69%	2,07%	14,93%	De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 1.980.000,00
6,09%	5%	0,50%	0,70%	0,69%	2,09%	15,06%	De R\$ 1.980.000,01 a R\$ 2.160.000,00
6,19%	5%	0,50%	0,70%	0,71%	2,10%	15,20%	De R\$ 2.160.000,01 a R\$ 2.340.000,00
6,30%	5%	0,51%	0,70%	0,71%	2,13%	15,35%	De R\$ 2,340.000,01 a R\$ 2.520.000,00
6,40%	5%	0,51%	0,76%	0,72%	2,15%	15,48%	De R\$ 2.520.000,01 a R\$ 2.700.000,00
7,41%	5%	0,56%	0,78%	0,78%	2,34%	16,85%	De R\$ 2.700.000,01 a R\$ 2.880.000,00
7,50%	5%	0,56%	0,79%	0,78%	2,36%	16,98%	De R\$ 2.880.000,01 a R\$ 3.060.000,00
7,60%	5%	0,57%	0,79%	0,80%	2,37%	17,13%	De R\$ 3.060.000,01 a R\$ 3.240.000,00
7,71%	5%	0,57%	0,79%	0,80%	2,40%	17,27%	De R\$ 3.240.000,01 a R\$ 3.420.000,00
7,83%	5%	0,57%	0,79%	0,81%	2,42%	17,42%	De R\$ 3.420.000,01 a R\$ 3.600.000,00

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

10.3 BALANÇO INICIAL

Para avaliar a empresa em um determinado momento e compreender qual a sua composição financeira, utiliza-se o balanço patrimonial, que “demonstra a situação estática da empresa em determinado momento” (HOJI, 2012, p. 242).

O balanço apresenta duas colunas distintas, sendo de um lado os ativos da imobiliária, ou seja, tudo o que a mesma possui de bens e direitos, e do outro lado os passivos e o patrimônio líquido, sendo tudo o que a organização tem de dívidas e obrigações. Inclui-se no passivo o patrimônio líquido por ser uma fonte de recurso, seja com os acionistas ou sócios.

Com as informações coletadas no desenvolvimento do trabalho e a elaboração das planilhas financeiras, a Tabela 32 apresenta o balanço inicial da imobiliária Dia a Dia.

Tabela 32 – Balanço Inicial

Ativo	Ano 0		Passivo	Ano 0	
Ativo Circulante			Passivo Circulante		
Caixa / Bancos	R\$	12.760,00	Fornecedores	R\$	-
Contas a receber	R\$	-	Custos fixos a pagar	R\$	-
Estoques	R\$	-	Impostos a pagar	R\$	-
Aplicações financeiras	R\$	-	Empréstimos de curto prazo	R\$	-
Outros	R\$	-	Outras contas a pagar	R\$	-
Ativo Circulante Total	R\$	12.760,00	Outros	R\$	-
Ativo Não Circulante			Passivo Circulante Total	R\$	-
Ativo Realizável a Longo Prazo			Exigível a Longo Prazo		
Contas a receber (LP)	R\$	-	Financiamentos		
Investimentos de longo prazo	R\$	-	Leasings	R\$	-
Outros	R\$	-	Outros	R\$	-
Imobilizado			Passivo Não Circulante Total	R\$	-
Imóveis	R\$	-	Patrimônio Líquido		
Veículos	R\$	20.000,00	Capital social	R\$	60.000,00
Máquinas e Equipamentos	R\$	19.500,00	Lucros acumulados	R\$	-
Móveis e Utensílios	R\$	7.740,00	Patrimônio Líquido Total	R\$	60.000,00
Outros			Passivo Total	R\$	60.000,00
Ativo Não Circulante Total	R\$	47.240,00			
Ativo Total	R\$	60.000,00			

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Na coluna de ativos, registra-se o valor de R\$ 60.000,00 dispostos entre as seguintes contas:

- a) Caixa/Banco: que contém a quantia de R\$ 12.760,00 disponível para utilização imediata;
- b) Máquinas e Equipamentos: imobilizado nos equipamentos da Imobiliária;
- c) Móveis e utensílios: imobilizados nos móveis utilizados no escritório.

Na coluna do passivo, registra-se o valor de R\$ 60.000,00, disposto entre as seguintes contas:

- a) Capital Social: que contém o valor do capital integralizado pelos sócios do empreendimento.

10.4 CUSTOS E DESPESAS

Para que o estabelecimento entre em funcionamento e tenha regularidade em suas atividades, incorrerão em uma série de custos e despesas inerentes ao processo. A presente seção destina-se a resgatar e agrupar estas contas de forma a permitir uma avaliação mais específica destes dados e permitir a elaboração do plano financeiro com informações completas e coerentes com a necessidade da empresa. Estas contas serão divididas em custos e despesas, já que há diferenças significativas

entre ambas. Custo refere-se aos gastos diretamente relacionados a elaboração de um produto ou serviço. Já a despesa refere-se aos gastos que não podem ser diretamente relacionados à elaboração do produto ou serviço.

Os custos e despesas ainda podem ser classificados como fixos ou variáveis de acordo com o nível de atividade da empresa. Nas seções abaixo apresentaremos a relação de custos e despesas que são projetados para a imobiliária Dia a Dia.

Para que as previsões de despesas estejam projetadas dentro de uma realidade prevista pelo mercado, estipulou-se que serão reajustadas considerando uma taxa de 5% a ano, já que o Banco Central do Brasil projeta uma meta de inflação de 4,25% para os próximos anos (AGENCIA BRASIL, 2020).

Tabela 33 – Demonstração do Resultado de Exercícios para primeiro ano – Cenário Realista

DRE	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Receita Bruta	R\$ 10.420,00	R\$ 22.240,00	R\$ 24.050,00	R\$ 28.760,00	R\$ 25.090,00	R\$ 32.700,00	R\$ 34.515,00	R\$ 29.115,00	R\$ 29.630,00	R\$ 29.385,00	R\$ 30.135,00	R\$ 32.075,00
Deduções	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Impostos	R\$ 625,20	R\$ 1.334,40	R\$ 1.443,00	R\$ 1.725,60	R\$ 1.505,40	R\$ 1.962,00	R\$ 2.070,90	R\$ 1.746,90	R\$ 1.777,80	R\$ 1.763,10	R\$ 1.808,10	R\$ 1.924,50
Receita Líquida	R\$ 9.794,80	R\$ 20.905,60	R\$ 22.607,00	R\$ 27.034,40	R\$ 23.584,60	R\$ 30.738,00	R\$ 32.444,10	R\$ 27.368,10	R\$ 27.852,20	R\$ 27.621,90	R\$ 28.326,90	R\$ 30.150,50
Custos Variáveis e comissões	R\$ 7.606,60	R\$ 16.235,20	R\$ 17.556,50	R\$ 20.994,80	R\$ 18.315,70	R\$ 23.871,00	R\$ 25.195,95	R\$ 21.253,95	R\$ 21.629,90	R\$ 21.451,05	R\$ 21.998,55	R\$ 23.414,75
Custos Fixos	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Lucro Bruto	R\$ 1.888,20	R\$ 4.370,40	R\$ 4.750,50	R\$ 5.739,60	R\$ 4.968,90	R\$ 6.567,00	R\$ 6.948,15	R\$ 5.814,15	R\$ 5.922,30	R\$ 5.870,85	R\$ 6.028,35	R\$ 6.435,75
Desp. Mkt e Vendas	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Desp. Administrativas	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00
Desp. Financeiras	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Receitas Financeiras	R\$ 79,85	R\$ 128,86	R\$ 206,87	R\$ 300,76	R\$ 395,60	R\$ 502,41	R\$ 629,89	R\$ 748,23	R\$ 857,39	R\$ 967,53	R\$ 1.079,59	R\$ 1.198,60
Depreciação	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83
Outras Despesas Operacionais	R\$ 2.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Outras Receitas Operacionais	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Lucro Operacional	R\$ (6.026,78)	R\$ (1.495,57)	R\$ (1.037,46)	R\$ 45,53	R\$ (630,34)	R\$ 1.074,57	R\$ 1.583,21	R\$ 567,55	R\$ 784,85	R\$ 843,54	R\$ 1.113,11	R\$ 1.639,52
Despesas Não Operacionais	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Receitas Não Operacionais	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Lucro Antes do Imposto	R\$ (6.026,78)	R\$ (1.495,57)	R\$ (1.037,46)	R\$ 45,53	R\$ (630,34)	R\$ 1.074,57	R\$ 1.583,21	R\$ 567,55	R\$ 784,85	R\$ 843,54	R\$ 1.113,11	R\$ 1.639,52
Imposto de Renda	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Contribuição Social	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Lucro Depois do Imposto	R\$ (6.026,78)	R\$ (1.495,57)	R\$ (1.037,46)	R\$ 45,53	R\$ (630,34)	R\$ 1.074,57	R\$ 1.583,21	R\$ 567,55	R\$ 784,85	R\$ 843,54	R\$ 1.113,11	R\$ 1.639,52
Dividendos	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Lucro Líquido	R\$ (6.026,78)	R\$ (1.495,57)	R\$ (1.037,46)	R\$ 45,53	R\$ (630,34)	R\$ 1.074,57	R\$ 1.583,21	R\$ 567,55	R\$ 784,85	R\$ 843,54	R\$ 1.113,11	R\$ 1.639,52

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Já na Tabela 34, apresenta-se o DRE previsto para o período de 5 anos no cenário realista. Após um primeiro ano com prejuízo, a empresa estima operar com lucro operacional e líquido já a partir do segundo ano. O resultado é alcançado através do crescimento de receitas, em função do reconhecimento e procura por imóveis temporários, e do baixo crescimento das despesas.

Tabela 34 – Demonstrativo do Resultado do Exercício para 5 anos – Cenário Realista

	Ano 1		Ano 2		Ano 3		Ano 4		Ano 5	
Receita Bruta	R\$	328.115,00	R\$	459.459,43	R\$	530.675,65	R\$	612.933,26	R\$	741.643,35
Deduções	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-
Impostos	R\$	19.686,90	R\$	27.567,57	R\$	47.760,81	R\$	55.163,99	R\$	66.747,90
Receita Líquida	R\$	308.428,10	R\$	431.891,87	R\$	482.914,84	R\$	557.769,26	R\$	674.895,45
Custos Variáveis e comissões	R\$	239.523,95	R\$	306.167,06	R\$	322.922,71	R\$	340.740,56	R\$	376.837,12
Custos Fixos	R\$	3.600,00	R\$	3.690,00	R\$	3.784,50	R\$	3.883,73	R\$	3.987,91
Lucro Bruto	R\$	65.304,15	R\$	122.034,81	R\$	156.207,63	R\$	213.144,98	R\$	294.070,42
Desp. Mkt e Vendas	R\$	6.000,00	R\$	6.360,00	R\$	6.756,00	R\$	7.191,60	R\$	7.670,76
Desp. Administrativas	R\$	58.440,00	R\$	61.362,00	R\$	64.430,10	R\$	67.651,61	R\$	71.034,19
Desp. Financeiras	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-
Receitas Financeiras	R\$	7.095,58	R\$	9.698,15	R\$	12.806,88	R\$	17.733,21	R\$	25.325,58
Depreciação	R\$	7.498,00	R\$	7.498,00	R\$	7.498,00	R\$	7.498,00	R\$	7.498,00
Outras Despesas Operacionais	R\$	2.000,00	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-
Outras Receitas Operacionais	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-
Lucro Operacional	R\$	(1.538,27)	R\$	56.512,96	R\$	90.330,40	R\$	148.536,99	R\$	233.193,05
Despesas Não Operacionais	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-
Receitas Não Operacionais	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-
Lucro Antes do Imposto	R\$	(1.538,27)	R\$	56.512,96	R\$	90.330,40	R\$	148.536,99	R\$	233.193,05
Imposto de Renda	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-
Contribuição Social	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-
Lucro Depois do Imposto	R\$	(1.538,27)	R\$	56.512,96	R\$	90.330,40	R\$	148.536,99	R\$	233.193,05
Dividendos	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-
Lucro Líquido	R\$	(1.538,27)	R\$	56.512,96	R\$	90.330,40	R\$	148.536,99	R\$	233.193,05

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Para uma análise completa do projeto de viabilidade, o presente trabalho apresenta na Tabela 35 o DRE projetado para um cenário pessimista e na Tabela 36 o DRE projetado para um cenário otimista. Para a elaboração destes cenários optou-se por manter as despesas fixas dentro do estimado nos cenários realistas, já que a estrutura da empresa é bastante enxuta e pouco provável de mutações. Assim, trabalhou-se com alterações na previsão de venda do serviço, já que esta variável impacta diretamente no resultado da empresa.

Deste modo, para o cenário pessimista, o número de diárias não alcança as expectativas previstas e compromete a geração de faturamento. Com este cenário, o prejuízo no primeiro ano aumenta significativamente, culminando com um resultado de R\$ (16.817,05). Mesmo assim, para os próximos anos a empresa ainda conseguiria apresentar resultados, porém bem abaixo dos estimados no cenário realista.

Tabela 35 – Demonstrativo do Resultado do Exercício para 5 anos – Cenário Pessimista

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Bruta	R\$ 208.635,00	R\$ 292.151,59	R\$ 337.435,09	R\$ 389.739,54	R\$ 471.581,32
Deduções	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Impostos	R\$ 12.518,10	R\$ 17.529,10	R\$ 30.369,16	R\$ 35.076,56	R\$ 42.442,32
Receita Líquida	R\$ 196.116,90	R\$ 274.622,50	R\$ 307.065,93	R\$ 354.662,98	R\$ 429.139,00
Custos Variáveis e comissões	R\$ 152.303,55	R\$ 194.679,20	R\$ 205.333,43	R\$ 216.663,09	R\$ 239.615,43
Custos Fixos	R\$ 3.600,00	R\$ 3.690,00	R\$ 3.784,50	R\$ 3.883,73	R\$ 3.987,91
Lucro Bruto	R\$ 40.213,35	R\$ 76.253,30	R\$ 97.948,00	R\$ 134.116,17	R\$ 185.535,66
Desp. Mkt e Vendas	R\$ 6.000,00	R\$ 6.360,00	R\$ 6.756,00	R\$ 7.191,60	R\$ 7.670,76
Desp. Administrativas	R\$ 58.200,00	R\$ 61.110,00	R\$ 64.165,50	R\$ 67.373,78	R\$ 70.742,46
Desp. Financeiras	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Receitas Financeiras	R\$ 4.511,30	R\$ 4.680,17	R\$ 5.716,26	R\$ 7.832,31	R\$ 11.562,81
Depreciação	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00
Outras Despesas Operacionais	R\$ 2.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Outras Receitas Operacionais	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Lucro Operacional	R\$ (28.899,35)	R\$ 6.039,47	R\$ 25.318,75	R\$ 59.959,11	R\$ 111.261,25
Despesas Não Operacionais	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Receitas Não Operacionais	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Lucro Antes do Imposto	R\$ (28.899,35)	R\$ 6.039,47	R\$ 25.318,75	R\$ 59.959,11	R\$ 111.261,25
Imposto de Renda	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Contribuição Social	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Lucro Depois do Imposto	R\$ (28.899,35)	R\$ 6.039,47	R\$ 25.318,75	R\$ 59.959,11	R\$ 111.261,25
Dividendos	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Lucro Líquido	R\$ (28.899,35)	R\$ 6.039,47	R\$ 25.318,75	R\$ 59.959,11	R\$ 111.261,25

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Já para o cenário otimista, ocorre a partir do segundo ano um reconhecimento do estabelecimento por parte do mercado e o número de diárias, resultando com um aumento expressivo nos resultados financeiros da empresa.

Tabela 36 – Demonstrativo do Resultado do Exercício para 5 anos – Cenário Otimista

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Bruta	R\$ 424.895,00	R\$ 607.599,85	R\$ 735.195,82	R\$ 889.591,49	R\$ 1.125.324,42
Deduções	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Impostos	R\$ 25.493,70	R\$ 36.455,99	R\$ 66.167,62	R\$ 80.063,23	R\$ 101.279,20
Receita Líquida	R\$ 399.401,30	R\$ 571.143,86	R\$ 669.028,19	R\$ 809.528,26	R\$ 1.024.045,23
Custos Variáveis e comissões	R\$ 310.173,35	R\$ 404.882,45	R\$ 447.375,77	R\$ 494.539,63	R\$ 571.789,40
Custos Fixos	R\$ 3.600,00	R\$ 3.690,00	R\$ 3.784,50	R\$ 3.883,73	R\$ 3.987,91
Lucro Bruto	R\$ 85.627,95	R\$ 162.571,41	R\$ 217.867,93	R\$ 311.104,91	R\$ 448.267,91
Desp. Mkt e Vendas	R\$ 6.000,00	R\$ 6.360,00	R\$ 6.756,00	R\$ 7.191,60	R\$ 7.670,76
Desp. Administrativas	R\$ 79.800,00	R\$ 82.710,00	R\$ 85.765,50	R\$ 88.973,78	R\$ 92.342,46
Desp. Financeiras	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Receitas Financeiras	R\$ 9.528,39	R\$ 12.550,62	R\$ 17.041,79	R\$ 24.569,62	R\$ 36.675,15
Depreciação	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00
Outras Despesas Operacionais	R\$ 2.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Outras Receitas Operacionais	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Lucro Operacional	R\$ (67,66)	R\$ 78.628,04	R\$ 134.964,21	R\$ 232.085,16	R\$ 377.505,84
Despesas Não Operacionais	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Receitas Não Operacionais	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Lucro Antes do Imposto	R\$ (67,66)	R\$ 78.628,04	R\$ 134.964,21	R\$ 232.085,16	R\$ 377.505,84
Imposto de Renda	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Contribuição Social	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Lucro Depois do Imposto	R\$ (67,66)	R\$ 78.628,04	R\$ 134.964,21	R\$ 232.085,16	R\$ 377.505,84
Dividendos	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Lucro Líquido	R\$ (67,66)	R\$ 78.628,04	R\$ 134.964,21	R\$ 232.085,16	R\$ 377.505,84

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

As demonstrações do resultado do exercício para os três cenários propostos demonstram que a empresa sofre maiores impactos com as oscilações de demanda do que com o aumento dos custos. Portanto, a área de maior atuação da gestão deverá ser a divulgação dos serviços, trabalhando para atrair clientes que buscam este tipo de serviço e parcerias com empresas com contratação com período de adaptação, oferecendo um resultado financeiro considerável e diretamente proporcional.

10.5 PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

Historicamente, muitas empresas possuem excelentes planos de negócio, mas mesmo assim acabam quebrando. Em pesquisa realizada pelo Sebrae no ano de 2013 com pequenas e médias empresas, constatou-se que 24,4% delas fecham as portas com menos de 2 anos de atividade (SEBRAE, 2020). Um dos principais motivos para este elevado índice consiste na má administração do fluxo de caixa.

A demonstração dos fluxos de caixa consiste em um resumo da movimentação de dinheiro durante um determinado período (GITMAN, 2010). É de suma importância entender se a organização está gerando caixa suficiente para o pagamento de suas obrigações sem recorrer a fontes alternativas de capital de giro, tradicionalmente com custos elevados. Eis o motivo de muitos negócios prósperos não vingarem, a empresa pode até gerar resultado, mas não no momento em que precisa de capital para o pagamento de suas obrigações.

A nova empresa proposta neste trabalho possui capacidade de gerar caixa com custos variáveis praticamente inexistentes, o que permite uma previsão otimista de resultados nesta operação. Como podemos ver na Tabela 37, o fluxo de caixa mantém-se positivo desde o primeiro mês, em um cenário realista, devido ao bom aporte de capital inicial mantido em ativo circulante e as entradas crescentes de recursos referentes ao pagamento das diárias.

Tabela 37 – Fluxo de caixa para 1º ano – Cenário Realista

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Entradas												
Investimento Inicial (Capital Próprio)	R\$ 60.000,00											
Recebimentos de Vendas	R\$ 5.210,00	R\$ 16.330,00	R\$ 23.145,00	R\$ 26.405,00	R\$ 26.925,00	R\$ 28.895,00	R\$ 33.607,50	R\$ 31.815,00	R\$ 29.372,50	R\$ 29.507,50	R\$ 29.760,00	R\$ 31.105,00
Outras Receitas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Empréstimos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total de Entradas	R\$ 65.210,00	R\$ 16.330,00	R\$ 23.145,00	R\$ 26.405,00	R\$ 26.925,00	R\$ 28.895,00	R\$ 33.607,50	R\$ 31.815,00	R\$ 29.372,50	R\$ 29.507,50	R\$ 29.760,00	R\$ 31.105,00
Saídas												
Impostos	R\$ 0,00	R\$ 625,20	R\$ 1.334,40	R\$ 1.443,00	R\$ 1.725,60	R\$ 1.505,40	R\$ 1.962,00	R\$ 2.070,90	R\$ 1.746,90	R\$ 1.777,80	R\$ 1.763,10	R\$ 1.808,10
Deduções	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Fornecedores	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Comissões	R\$ 0,00	R\$ 312,60	R\$ 667,20	R\$ 721,50	R\$ 862,80	R\$ 752,70	R\$ 981,00	R\$ 1.035,45	R\$ 873,45	R\$ 888,90	R\$ 881,55	R\$ 904,05
Salários e encargos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Outros custos fixos	R\$ 0,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Despesas de marketing e vendas	R\$ 0,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Despesas administrativas	R\$ 0,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00	R\$ 4.870,00
Despesas financeiras	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Outras despesas fixas	R\$ 2.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Dividendos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Amortizações	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Investimentos em ativo imobilizado	R\$ 47.240,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total de saídas	R\$ 49.240,00	R\$ 6.607,80	R\$ 7.671,60	R\$ 7.834,50	R\$ 8.258,40	R\$ 7.928,10	R\$ 8.613,00	R\$ 8.776,35	R\$ 8.290,35	R\$ 8.336,70	R\$ 8.314,65	R\$ 8.382,15
Saldo de Caixa	R\$ 15.970,00	R\$ 9.722,20	R\$ 15.473,40	R\$ 18.570,50	R\$ 18.666,60	R\$ 20.966,90	R\$ 24.994,50	R\$ 23.038,65	R\$ 21.082,15	R\$ 21.170,80	R\$ 21.445,35	R\$ 22.722,85
Fluxo de Caixa Acumulado	R\$ 15.970,00	R\$ 25.772,05	R\$ 41.374,31	R\$ 60.151,68	R\$ 79.119,04	R\$ 100.481,54	R\$ 125.978,44	R\$ 149.646,99	R\$ 171.477,37	R\$ 193.505,56	R\$ 215.918,43	R\$ 239.720,88
Rendim. aplicações financeiras (0,5%)	R\$ 79,85	R\$ 128,86	R\$ 206,87	R\$ 300,76	R\$ 395,60	R\$ 502,41	R\$ 629,89	R\$ 748,23	R\$ 857,39	R\$ 967,53	R\$ 1.079,59	R\$ 1.198,60
Fluxo de Caixa Acumulado com Aplicações Financeiras	R\$ 16.049,85	R\$ 25.900,91	R\$ 41.581,18	R\$ 60.452,44	R\$ 79.514,64	R\$ 100.983,94	R\$ 126.608,34	R\$ 150.395,22	R\$ 172.334,76	R\$ 194.473,08	R\$ 216.998,03	R\$ 240.919,48
Despesas não desembolsáveis												
Depreciação	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83
Reservas de capital	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total despesas não desembolsáveis	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83	R\$ 624,83
Fluxo de Caixa acum. c/ desp. não desemb.	R\$ 15.425,02	R\$ 25.276,08	R\$ 40.956,35	R\$ 59.827,61	R\$ 78.889,80	R\$ 100.359,11	R\$ 125.983,50	R\$ 149.770,39	R\$ 171.709,92	R\$ 193.848,25	R\$ 216.373,19	R\$ 240.294,65

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Já a Tabela 38 apresenta projeções para o fluxo de caixa para o período de 5 anos, onde percebe-se que há previsão de uma boa saúde financeira em relação a geração de caixa e capital de giro.

Tabela 38 – Fluxo de Caixa para 5 anos – Cenário Realista

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Entradas					
Investimento Inicial (Capital Próprio)	R\$ 60.000,00				
Recebimentos de Vendas	R\$ 312.077,50	R\$ 456.352,79	R\$ 527.708,30	R\$ 609.505,86	R\$ 736.280,43
Outras Receitas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Empréstimos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total de Entradas	R\$ 372.077,50	R\$ 456.352,79	R\$ 527.708,30	R\$ 609.505,86	R\$ 736.280,43
Saídas					
Impostos	R\$ 17.762,40	R\$ 27.194,77	R\$ 46.078,04	R\$ 54.547,06	R\$ 65.782,58
Deduções	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Fornecedores	R\$ 0,00	R\$ 292.383,28	R\$ 307.002,44	R\$ 322.352,56	R\$ 354.587,82
Comissões	R\$ 8.881,20	R\$ 13.597,38	R\$ 15.742,23	R\$ 18.182,35	R\$ 21.927,53
Salários e encargos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Outros custos fixos	R\$ 3.300,00	R\$ 3.682,50	R\$ 3.776,63	R\$ 3.875,46	R\$ 3.979,23
Despesas de marketing e vendas	R\$ 5.500,00	R\$ 6.330,00	R\$ 6.723,00	R\$ 7.155,30	R\$ 7.630,83
Despesas administrativas	R\$ 53.570,00	R\$ 61.118,50	R\$ 64.174,43	R\$ 67.383,15	R\$ 70.752,30
Despesas financeiras	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Outras despesas fixas	R\$ 2.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Dividendos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Amortizações	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Investimentos em ativo imobilizado	R\$ 47.240,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total de saídas	R\$ 138.253,60	R\$ 404.306,43	R\$ 443.496,76	R\$ 473.495,88	R\$ 524.660,28
Saldo de Caixa	R\$ 233.823,90	R\$ 52.046,36	R\$ 84.211,55	R\$ 136.009,98	R\$ 211.620,15
Fluxo de Caixa Acumulado	R\$ 240.919,48	R\$ 292.965,84	R\$ 386.875,54	R\$ 535.692,39	R\$ 765.045,76
Rendim. aplicações financeiras (0,5%)	R\$ 7.095,58	R\$ 9.698,15	R\$ 12.806,88	R\$ 17.733,21	R\$ 25.325,58
Fluxo de Caixa Acumulado com Aplicações Financeiras	R\$ 240.919,48	R\$ 302.663,99	R\$ 399.682,42	R\$ 553.425,61	R\$ 790.371,33
Despesas não desembolsáveis					
Depreciação	R\$ 7.498,00	R\$ 7.498,00	R\$ 7.498,00	R\$ 7.498,00	R\$ 7.498,00
Reservas de capital	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total despesas não desembolsáveis	R\$ 7.498,00	R\$ 7.498,00	R\$ 7.498,00	R\$ 7.498,00	R\$ 7.498,00
Fluxo de Caixa acum. c/ desp. não desemb.	R\$ 233.421,48	R\$ 295.165,99	R\$ 392.184,42	R\$ 545.927,61	R\$ 782.873,33

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Porém ao considerar um cenário pessimista para a avaliação de fluxo de caixa, verifica-se que no primeiro ano a empresa terá problemas de caixa a partir do 5º mês, o que implicará em falta de capital para o pagamento de suas despesas, devendo buscar fontes alternativas de capital de giro, seja com empréstimos de curtos prazo ou com injeção de capital, já que não há despesas a serem cortadas para que se possa equilibrar as saídas com as entradas.

A Tabela 39 demonstra as projeções de fluxo de caixa para os doze primeiros meses da empresa neste cenário pessimista.

Tabela 39 – Fluxo de Caixa para 1º ano – Cenário Pessimista

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Entradas												
Investimento Inicial (Capital Próprio)	R\$ 60.000,00											
Recebimentos de Vendas	R\$ 5.250,00	R\$ 14.920,00	R\$ 20.295,00	R\$ 20.160,00	R\$ 18.030,00	R\$ 17.105,00	R\$ 16.197,50	R\$ 17.262,50	R\$ 18.025,00	R\$ 18.350,00	R\$ 18.350,00	R\$ 16.520,00
Outras Receitas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Empréstimos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total de Entradas	R\$ 65.250,00	R\$ 14.920,00	R\$ 20.295,00	R\$ 20.160,00	R\$ 18.030,00	R\$ 17.105,00	R\$ 16.197,50	R\$ 17.262,50	R\$ 18.025,00	R\$ 18.350,00	R\$ 18.350,00	R\$ 16.520,00
Saídas												
Impostos	R\$ 0,00	R\$ 630,00	R\$ 1.160,40	R\$ 1.275,00	R\$ 1.144,20	R\$ 1.019,40	R\$ 1.033,20	R\$ 910,50	R\$ 1.161,00	R\$ 1.002,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.002,00
Deduções	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Fornecedores	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Comissões	R\$ 0,00	R\$ 315,00	R\$ 580,20	R\$ 637,50	R\$ 572,10	R\$ 509,70	R\$ 516,60	R\$ 455,25	R\$ 580,50	R\$ 501,00	R\$ 600,00	R\$ 501,00
Salários e encargos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Outros custos fixos	R\$ 0,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Despesas de marketing e vendas	R\$ 0,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Despesas administrativas	R\$ 0,00	R\$ 4.850,00	R\$ 4.850,00	R\$ 4.850,00	R\$ 4.850,00	R\$ 4.850,00	R\$ 4.850,00	R\$ 4.850,00	R\$ 4.850,00	R\$ 4.850,00	R\$ 4.850,00	R\$ 4.850,00
Despesas financeiras	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Outras despesas fixas	R\$ 2.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Dividendos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Amortizações	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Investimentos em ativo imobilizado	R\$ 47.920,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total de saídas	R\$ 49.920,00	R\$ 6.595,00	R\$ 7.390,60	R\$ 7.562,50	R\$ 7.366,30	R\$ 7.179,10	R\$ 7.199,80	R\$ 7.015,75	R\$ 7.391,50	R\$ 7.153,00	R\$ 7.450,00	R\$ 7.153,00
Saldo de Caixa	R\$ 15.330,00	R\$ 8.325,00	R\$ 12.904,40	R\$ 12.597,50	R\$ 10.663,70	R\$ 9.925,90	R\$ 8.997,70	R\$ 10.246,75	R\$ 10.633,50	R\$ 11.197,00	R\$ 10.900,00	R\$ 9.367,00
Fluxo de Caixa Acumulado	R\$ 15.330,00	R\$ 23.731,65	R\$ 36.754,71	R\$ 49.535,98	R\$ 60.447,36	R\$ 70.675,50	R\$ 80.026,58	R\$ 90.673,46	R\$ 101.760,33	R\$ 113.466,13	R\$ 124.933,46	R\$ 134.925,13
Rendim. aplicações financeiras (0,5%)	R\$ 76,65	R\$ 118,66	R\$ 183,77	R\$ 247,68	R\$ 302,24	R\$ 353,38	R\$ 400,13	R\$ 453,37	R\$ 508,80	R\$ 567,33	R\$ 624,67	R\$ 674,63
Fluxo de Caixa Acumulado com Aplicações Financeiras	R\$ 15.406,65	R\$ 23.850,31	R\$ 36.938,48	R\$ 49.783,66	R\$ 60.749,60	R\$ 71.028,88	R\$ 80.426,71	R\$ 91.126,83	R\$ 102.269,13	R\$ 114.033,46	R\$ 125.558,13	R\$ 135.599,75
Despesas não desembolsáveis												
Depreciação	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67
Reservas de capital	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total despesas não desembolsáveis	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67
Fluxo de Caixa acum. c/ desp. não desemb.	R\$ 14.787,98	R\$ 23.231,64	R\$ 36.319,82	R\$ 49.165,00	R\$ 60.130,93	R\$ 70.410,21	R\$ 79.808,04	R\$ 90.508,16	R\$ 101.650,46	R\$ 113.414,79	R\$ 124.939,46	R\$ 134.981,08

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Já a Tabela 40 demonstra as projeções de fluxo de caixa para o período de 5 anos, comprovando que o grande problema se concentra no primeiro ano.

Tabela 40 – Fluxo de Caixa para 5 anos – Cenário Pessimista

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Entradas					
Investimento Inicial (Capital Próprio)	R\$ 60.000,00				
Recebimentos de Vendas	R\$ 200.465,00	R\$ 288.148,61	R\$ 335.548,27	R\$ 387.560,19	R\$ 468.171,25
Outras Receitas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Empréstimos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total de Entradas	R\$ 260.465,00	R\$ 288.148,61	R\$ 335.548,27	R\$ 387.560,19	R\$ 468.171,25
Saídas					
Impostos	R\$ 11.537,70	R\$ 17.048,74	R\$ 29.299,15	R\$ 34.684,28	R\$ 41.828,51
Deduções	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Fornecedores	R\$ 0,00	R\$ 185.914,65	R\$ 195.210,38	R\$ 204.970,90	R\$ 225.467,99
Comissões	R\$ 5.768,85	R\$ 8.524,37	R\$ 10.009,84	R\$ 11.561,43	R\$ 13.942,84
Salários e encargos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Outros custos fixos	R\$ 3.300,00	R\$ 3.682,50	R\$ 3.776,63	R\$ 3.875,46	R\$ 3.979,23
Despesas de marketing e vendas	R\$ 5.500,00	R\$ 6.330,00	R\$ 6.723,00	R\$ 7.155,30	R\$ 7.630,83
Despesas administrativas	R\$ 53.350,00	R\$ 60.867,50	R\$ 63.910,88	R\$ 67.106,42	R\$ 70.461,74
Despesas financeiras	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Outras despesas fixas	R\$ 2.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Dividendos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Amortizações	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Investimentos em ativo imobilizado	R\$ 47.920,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total de saídas	R\$ 129.376,55	R\$ 282.367,75	R\$ 308.929,88	R\$ 329.353,78	R\$ 363.311,13
Saldo de Caixa	R\$ 131.088,45	R\$ 5.780,85	R\$ 26.618,40	R\$ 58.206,41	R\$ 104.860,12
Fluxo de Caixa Acumulado	R\$ 135.599,75	R\$ 141.380,60	R\$ 172.679,17	R\$ 236.601,84	R\$ 349.294,27
Rendim. aplicações financeiras (0,5%)	R\$ 4.511,30	R\$ 4.680,17	R\$ 5.716,26	R\$ 7.832,31	R\$ 11.562,81
Fluxo de Caixa Acumulado com Aplicações Financeiras	R\$ 135.599,75	R\$ 146.060,78	R\$ 178.395,43	R\$ 244.434,16	R\$ 360.857,08
Despesas não desembolsáveis					
Depreciação	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00
Reservas de capital	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total despesas não desembolsáveis	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00
Fluxo de Caixa acum. c/ desp. não desemb.	R\$ 128.175,75	R\$ 138.636,78	R\$ 170.971,43	R\$ 237.010,16	R\$ 353.433,08

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Quando consideramos um cenário otimista para a empresa, as previsões de fluxo de caixa apresentam excelentes resultados desde o primeiro mês de abertura, gerando uma boa remuneração do capital nos anos subsequentes.

A Tabela 41 demonstra as previsões de fluxo de caixa para o primeiro ano de funcionamento, onde comprova-se que o caixa será muito saudável neste cenário.

Tabela 41 – Fluxo de Caixa para 1º ano – Cenário Otimista

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Entradas												
Investimento Inicial (Capital Próprio)	R\$ 60.000,00											
Recebimentos de Vendas	R\$ 14.695,00	R\$ 28.970,00	R\$ 30.200,00	R\$ 33.850,00	R\$ 36.075,00	R\$ 37.125,00	R\$ 38.237,50	R\$ 38.807,50	R\$ 37.120,00	R\$ 36.130,00	R\$ 36.885,00	R\$ 37.565,00
Outras Receitas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Empréstimos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total de Entradas	R\$ 74.695,00	R\$ 28.970,00	R\$ 30.200,00	R\$ 33.850,00	R\$ 36.075,00	R\$ 37.125,00	R\$ 38.237,50	R\$ 38.807,50	R\$ 37.120,00	R\$ 36.130,00	R\$ 36.885,00	R\$ 37.565,00
Saídas												
Impostos	R\$ 0,00	R\$ 1.763,40	R\$ 1.713,00	R\$ 1.911,00	R\$ 2.151,00	R\$ 2.178,00	R\$ 2.277,00	R\$ 2.311,50	R\$ 2.345,40	R\$ 2.109,00	R\$ 2.226,60	R\$ 2.199,60
Deduções	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Fornecedores	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Comissões	R\$ 0,00	R\$ 881,70	R\$ 856,50	R\$ 955,50	R\$ 1.075,50	R\$ 1.089,00	R\$ 1.138,50	R\$ 1.155,75	R\$ 1.172,70	R\$ 1.054,50	R\$ 1.113,30	R\$ 1.099,80
Salários e encargos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Outros custos fixos	R\$ 0,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Despesas de marketing e vendas	R\$ 0,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Despesas administrativas	R\$ 1.500,00	R\$ 6.350,00	R\$ 6.350,00	R\$ 6.350,00	R\$ 6.350,00	R\$ 6.350,00	R\$ 6.350,00	R\$ 6.350,00	R\$ 6.350,00	R\$ 6.350,00	R\$ 6.350,00	R\$ 6.350,00
Despesas financeiras	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Outras despesas fixas	R\$ 2.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Dividendos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Amortizações	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Investimentos em ativo imobilizado	R\$ 47.920,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total de saídas	R\$ 51.420,00	R\$ 9.795,10	R\$ 9.719,50	R\$ 10.016,50	R\$ 10.376,50	R\$ 10.417,00	R\$ 10.565,50	R\$ 10.617,25	R\$ 10.668,10	R\$ 10.313,50	R\$ 10.489,90	R\$ 10.449,40
Saldo de Caixa	R\$ 23.275,00	R\$ 19.174,90	R\$ 20.480,50	R\$ 23.833,50	R\$ 25.698,50	R\$ 26.708,00	R\$ 27.672,00	R\$ 28.190,25	R\$ 26.451,90	R\$ 25.816,50	R\$ 26.395,10	R\$ 27.115,60
Fluxo de Caixa Acumulado	R\$ 23.275,00	R\$ 42.566,28	R\$ 63.259,61	R\$ 87.409,40	R\$ 113.544,95	R\$ 140.820,68	R\$ 169.196,78	R\$ 198.233,01	R\$ 225.676,08	R\$ 252.620,96	R\$ 280.279,16	R\$ 308.796,16
Rendim. aplicações financeiras (0,5%)	R\$ 116,38	R\$ 212,83	R\$ 316,30	R\$ 437,05	R\$ 567,72	R\$ 704,10	R\$ 845,98	R\$ 991,17	R\$ 1.128,38	R\$ 1.263,10	R\$ 1.401,40	R\$ 1.543,98
Fluxo de Caixa Acumulado com Aplicações Financeiras	R\$ 23.391,38	R\$ 42.779,11	R\$ 63.575,90	R\$ 87.846,45	R\$ 114.112,68	R\$ 141.524,78	R\$ 170.042,76	R\$ 199.224,18	R\$ 226.804,46	R\$ 253.884,06	R\$ 281.680,56	R\$ 310.340,14
Despesas não desembolsáveis												
Depreciação	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67
Reservas de capital	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total despesas não desembolsáveis	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67	R\$ 618,67
Fluxo de Caixa acum. c/ desp. não desemb.	R\$ 22.772,71	R\$ 42.160,44	R\$ 62.957,24	R\$ 87.227,78	R\$ 113.494,01	R\$ 140.906,11	R\$ 169.424,10	R\$ 198.605,51	R\$ 226.185,79	R\$ 253.265,40	R\$ 281.061,89	R\$ 309.721,47

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Na Tabela 42 demonstram-se as previsões de fluxo de caixa para o período de 5 anos, reforçando as previsões de ótimos resultados a longo prazo.

Tabela 42 – Fluxo de Caixa para 5 anos – Cenário Otimista

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Entradas					
Investimento Inicial (Capital Próprio)	R\$ 60.000,00				
Recebimentos de Vendas	R\$ 405.660,00	R\$ 601.518,19	R\$ 729.879,32	R\$ 883.158,34	R\$ 1.115.502,22
Outras Receitas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Empréstimos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total de Entradas	R\$ 465.660,00	R\$ 601.518,19	R\$ 729.879,32	R\$ 883.158,34	R\$ 1.115.502,22
Saídas					
Impostos	R\$ 23.185,50	R\$ 35.726,19	R\$ 63.691,65	R\$ 78.905,27	R\$ 99.511,20
Deduções	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Fornecedores	R\$ 0,00	R\$ 386.654,45	R\$ 425.319,90	R\$ 467.851,88	R\$ 538.029,67
Comissões	R\$ 11.592,75	R\$ 17.863,10	R\$ 21.736,88	R\$ 26.301,76	R\$ 33.170,40
Salários e encargos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Outros custos fixos	R\$ 3.300,00	R\$ 3.682,50	R\$ 3.776,63	R\$ 3.875,46	R\$ 3.979,23
Despesas de marketing e vendas	R\$ 5.500,00	R\$ 6.330,00	R\$ 6.723,00	R\$ 7.155,30	R\$ 7.630,83
Despesas administrativas	R\$ 71.350,00	R\$ 82.467,50	R\$ 85.510,88	R\$ 88.706,42	R\$ 92.061,74
Despesas financeiras	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Outras despesas fixas	R\$ 2.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Dividendos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Amortizações	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Investimentos em ativo imobilizado	R\$ 47.920,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total de saídas	R\$ 164.848,25	R\$ 532.723,74	R\$ 606.758,93	R\$ 672.796,08	R\$ 774.383,07
Saldo de Caixa	R\$ 300.811,75	R\$ 68.794,45	R\$ 123.120,39	R\$ 210.362,26	R\$ 341.119,15
Fluxo de Caixa Acumulado	R\$ 310.340,14	R\$ 379.134,59	R\$ 514.805,60	R\$ 742.209,65	R\$ 1.107.898,43
Rendim. aplicações financeiras (0,5%)	R\$ 9.528,39	R\$ 12.550,62	R\$ 17.041,79	R\$ 24.569,62	R\$ 36.675,15
Fluxo de Caixa Acumulado com Aplicações Financeiras	R\$ 310.340,14	R\$ 391.685,22	R\$ 531.847,39	R\$ 766.779,28	R\$ 1.144.573,57
Despesas não desembolsáveis					
Depreciação	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00
Reservas de capital	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total despesas não desembolsáveis	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00	R\$ 7.424,00
Fluxo de Caixa acum. c/ desp. não desemb.	R\$ 302.916,14	R\$ 384.261,22	R\$ 524.423,39	R\$ 759.355,28	R\$ 1.137.149,57

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020)

10.6 INDICADORES DE VIABILIDADE FINANCEIRA

Nesta seção serão apresentados os principais índices para avaliação da viabilidade do projeto proposto, sustentados por ferramentas conhecidas no mercado e que aproximam a realidade empresarial.

10.6.1 TMA – Taxa Mínima de Atratividade

Ao analisar a possibilidade de investir em um novo projeto de investimento o empreendedor deve considerar o fato de que existem outras oportunidades de negócio nas quais este pode aplicar seu capital e obter retornos que estejam de acordo com suas expectativas e dentro dos parâmetros aceitáveis para o mercado. Assim, este novo projeto deve possuir taxas de retorno minimamente equivalentes as que ele conseguiria com outras investimentos mais seguros. Esta taxa é conhecida como TMA - Taxa Mínima de Atratividade.

A Taxa Mínima de Atratividade é aceita como a uma taxa mínima que deva

ser alcançada por um determinado negócio (KASSAI *et al.*, 2000). “No Brasil, é comum a Taxa Mínima de Atratividade ser igual a rentabilidade da caderneta de poupança ou de aplicações de renda fixa em bancos de primeira linha: baixíssimo risco e alta liquidez” (CASAROTTO FILHO, 2010, p. 97).

Portanto, a taxa utilizada é de 12% considerada suficiente para a rentabilidade do negócio proposto.

10.6.2 VPL – Valor Presente Líquido

O Valor Presente Líquido (VPL) é um método de avaliação de um projeto de investimentos que consiste em trazer para o presente o valor do fluxo de caixa de um determinado período descontando deste montante o custo de capital ou a taxa de retorno exigida (WESTON; BRIGHAM, 2000).

Para Kassai *et al.* (2000) o VPL consiste em um excelente instrumento para se avaliar propostas de investimentos e reflete a riqueza em valores monetários considerando uma determinada taxa. Para o autor, todo investimento com VPL maior que 0 (zero) é considerado atraente. Também para Gitman (2010) se o VPL for maior que 0 (zero) o investimento deve ser entendido como viável, pois demonstra que o investidor obterá um retorno maior do que o custo de seu capital.

Quando considerada a avaliação do cenário realista e a taxa de atratividade de 12% definida na seção 10.6.2, o VPL encontrado é de R\$ 505.837,96, demonstrando que o negócio é atrativo. A Tabela 43 demonstra o VPL alcançado neste cenário.

Tabela 43 – VPL para cenário Realista

(continua)				
Saldos de Caixa	VP	VP Acumulado	Período	Payback (anos)
Investimento -R\$ 60.000,00	-R\$ 60.000,00	0,00	0	0,28
(conclusão)				
Saldos de Caixa	VP	VP Acumulado	Período	Payback (anos)
Ano 1 R\$ 240.424,25	R\$ 214.664,51	214.664,51	1	(2,13)
Ano 2 R\$ 61.987,43	R\$ 49.416,00	264.080,51	2	(0,95)
Ano 3 R\$ 97.282,35	R\$ 69.243,65	333.324,16	3	0,21
Ano 4 R\$ 154.029,46	R\$ 97.888,51	431.212,67	4	1,24
Ano 5 R\$ 237.255,77	R\$ 134.625,30	565.837,96	5	5,89
VPL	R\$ 505.837,96			

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Já quando o cenário considerado é o pessimista e utilizada a mesma taxa de atratividade de 12%, o VPL encontrado é de apenas R\$: 505.837,96, o que caracteriza o projeto como baixíssima atratividade.

Na Tabela 44 exibe-se este baixo número.

Tabela 44 – VPL para cenário Pessimista

Saldos de Caixa		VP	VP Acumulado	Período	Payback (anos)
Investimento	-R\$ 60.000,00	-R\$ 60.000,00	0,00	0	0,50
Ano 1	R\$ 135.599,75	R\$ 121.071,21	121.071,21	1	(6,32)
Ano 2	R\$ 10.461,02	R\$ 8.339,46	129.410,67	2	(1,02)
Ano 3	R\$ 32.334,66	R\$ 23.015,17	152.425,84	3	0,80
Ano 4	R\$ 66.038,73	R\$ 41.968,80	194.394,64	4	1,97
Ano 5	R\$ 116.422,93	R\$ 66.061,50	260.456,14	5	5,77
VPL		R\$ 200.456,14			

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Porém se o cenário considerado para a avaliação for o otimista, aplicando a mesma taxa de atratividade se encontra um VPL de R\$ 200.456,14, o que deixa o negócio altamente atrativo.

A Tabela 45 evidencias os excelentes números deste cenário.

Tabela 45 – VPL para cenário Otimista

Saldos de Caixa		VP	VP Acumulado	Período	Payback (anos)
Investimento	-R\$ 60.000,00	-R\$ 60.000,00	0,00	0	0,22
Ano 1	R\$ 310.340,14	R\$ 277.089,41	277.089,41	1	(2,35)
Ano 2	R\$ 81.345,08	R\$ 64.847,80	341.937,21	2	(0,83)
Ano 3	R\$ 140.162,18	R\$ 99.764,67	441.701,88	3	0,44
Ano 4	R\$ 234.931,88	R\$ 149.303,46	591.005,34	4	1,52
Ano 5	R\$ 377.794,30	R\$ 214.370,63	805.375,97	5	5,93
VPL		R\$ 745.375,97			

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

10.6.3 TIR – Taxa Interna de Retorno

A Taxa Interna de Retorno (TIR) consiste em uma importante ferramenta de avaliação de uma proposta de investimento (Kassai *et al.*, 2000). O autor explica que a TIR, representada por uma taxa, deve igualar em um único momento aos fluxos de entrada e saída de caixa para produzir um VPL igual a zero. Igualmente para Casarotto Filho (2010) a TIR deve zerar o valor presente dos fluxos de caixa.

Quando encontrada, a TIR deve-se ser maior ou igual a TMA para tornar o investimento atraente. Para Gitman (2010, p. 371) os critérios para utilização da TIR são:

- a) “Se a TIR for maior do que o custo de capital, aceitar o projeto.
- b) Se a TIR for maior do que o custo de capital, rejeitar o projeto.”

Quadro 14 – TIR do negócio nos cenários Realista, Otimista e Pessimista

TAXA	PESSIMISTA	REALISTA	OTIMISTA
TIR PARA 5 ANOS	152,9%	337,60%	452,40%

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020)

10.6.4 RSV – Retorno sobre as Vendas

O Retorno sobre as Vendas (RSV), também conhecido no mercado como margem líquida ou margem operacional, é um indicador que demonstra o percentual de lucro gerado sobre as vendas realizadas. A Tabela 47 demonstra o RSV para o cenário padrão, onde constata-se que a exceção do primeiro ano, o índice alcançado para negócio é muito atrativo, referente as vendas líquidas ao final do 5º ano.

Elencar os principais riscos que o negócio pode estar sujeito. Considerar a probabilidade de ocorrência dos cenários otimista e pessimista e o que fazer em relação a eles.

Tabela 46 – Retorno sobre as vendas – Cenário Realista

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Retorno sobre as Vendas (RSV - Receitas Brutas)	-0,5%	12,3%	17,0%	24,2%	31,4%
Retorno sobre as Vendas (RSV - Receitas Líquidas)	-0,5%	13,1%	18,7%	26,6%	34,6%

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Já quando trabalhamos com um cenário pessimista, os índices de retorno sobre as vendas caem bastante, chegando a apenas 25,9% sobre as vendas líquidas ao final do 5º ano.

A Tabela 47 demonstra a evolução do retorno esperado para 5 anos com este cenário

Tabela 47 – Retorno sobre as vendas – Cenário Pessimista

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Retorno sobre as Vendas (RSV - Receitas Brutas)	-13,9%	2,1%	7,5%	15,4%	23,6%
Retorno sobre as Vendas (RSV - Receitas Líquidas)	-14,7%	2,2%	8,2%	16,9%	25,9%

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Mas se considerarmos para a avaliação o cenário otimista, o retorno sobre as vendas chega a excelente marca de 28,7% sobre as vendas líquidas ao final do 5º ano, demonstrando a ótima atratividade sobre o negócio.

Tabela 48 – Retorno sobre as vendas – Cenário Otimista

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Retorno sobre as Vendas (RSV - Receitas Brutas)	0,0%	12,9%	18,4%	26,1%	33,5%
Retorno sobre as Vendas (RSV - Receitas Líquidas)	0,0%	13,8%	20,2%	28,7%	36,9%

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

10.6.5 Payback – Período de Retorno do Investimento

O Payback refere-se ao número de anos que são necessários para que o investidor recupere o capital inicial aplicado no projeto e são muito utilizados por empreendedores para a tomada de decisão sobre a entrada em novo negócio. Para Gitman (2010, p. 366) os critérios de decisão a respeito do Payback são:

- a) Se o período de Payback for menor do que o período máximo aceitável de Payback, aceitar o projeto;
- b) Se o período de Payback for maior do que o período máximo aceitável de Payback, rejeitar o projeto.

O Quadro 15 apresenta o Payback esperado para cada um dos cenários avaliados neste trabalho.

Quadro 15 – Payback para cenários Realista, Otimista e Pessimista

TAXA	PESSIMISTA	REALISTA	OTIMISTA
Payback	10 anos e 9 meses	3 anos e 6 meses	3 anos e 9 meses

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

10.6.6 Ponto de Equilíbrio

A análise do ponto de equilíbrio demonstra qual a quantidade de produtos e serviços que a empresa deverá vender para cobrir os seus custos e despesas totais (HOJI, 2012).

Para o cenário realista, a empresa não alcançará o ponto de equilíbrio no primeiro ano, já que serão necessários 13,5 meses para este resultado. A partir do 2º ano, o ponto de equilíbrio é alcançado ainda no primeiro semestre.

A Tabela 50 apresenta o ponto de equilíbrio esperado para o cenário realista.

Tabela 49 – Ponto de Equilíbrio - Cenário Realista

Ponto de Equilíbrio (para Receita Bruta)	369.228,57	288.375,42	273.538,94	243.516,76	224.417,31
Ponto de Equilíbrio (para Receita Líquida)	347.074,86	271.072,89	248.920,44	221.600,25	204.219,75
Quantidade de meses para atingir o ponto de equilíbrio	13,5	7,5	6,2	4,8	3,6

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

A Tabela 51 apresenta o ponto de equilíbrio esperado para o cenário pessimista.

Tabela 50 – Ponto de Equilíbrio - Cenário Pessimista

Ponto de Equilíbrio (para Receita Bruta)	367.733,33	287.184,05	272.415,84	242.522,96	223.507,06
Ponto de Equilíbrio (para Receita Líquida)	345.669,33	269.953,01	247.898,42	220.695,89	203.391,42
Quantidade de meses para atingir o ponto de equilíbrio	21,2	11,8	9,7	7,5	5,7

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

A Tabela 52 apresenta o ponto de equilíbrio esperado para o cenário otimista.

Tabela 51 – Ponto de Equilíbrio - Cenário Otimista

Ponto de Equilíbrio (para Receita Bruta)	470.590,48	366.120,93	344.060,58	303.525,74	277.253,31
Ponto de Equilíbrio (para Receita Líquida)	442.355,05	344.153,67	313.095,13	276.208,42	252.300,51
Quantidade de meses para atingir o ponto de equilíbrio	13,3	7,2	5,6	4,1	3,0

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

11 PLANOS DE CONTINGÊNCIA E ANÁLISE DE RISCOS

Após a realização de um trabalho de mapeamento das oportunidades e ameaças para a implantação do novo negócio proposto, e da elaboração dos planos mercadológico, operacional, financeiro e de recursos humanos, arquitetou-se uma previsão realista, uma pessimista e uma otimista para futuro da imobiliária.

Espera-se que, com base nas pesquisas realizadas e na estratégia definida para a empresa, que o cenário realista conforme-se e que os resultados almejados sejam alcançados. Porém, não se pode descartar a possibilidade de que os demais cenários traçados se concretizarem, devendo a empresa estar preparada para eventos desta magnitude e sabendo exatamente as ações a realizar para superar os novos desafios. Para isso, devem ser elaborados planos de contingência para os cenários pessimista e otimista.

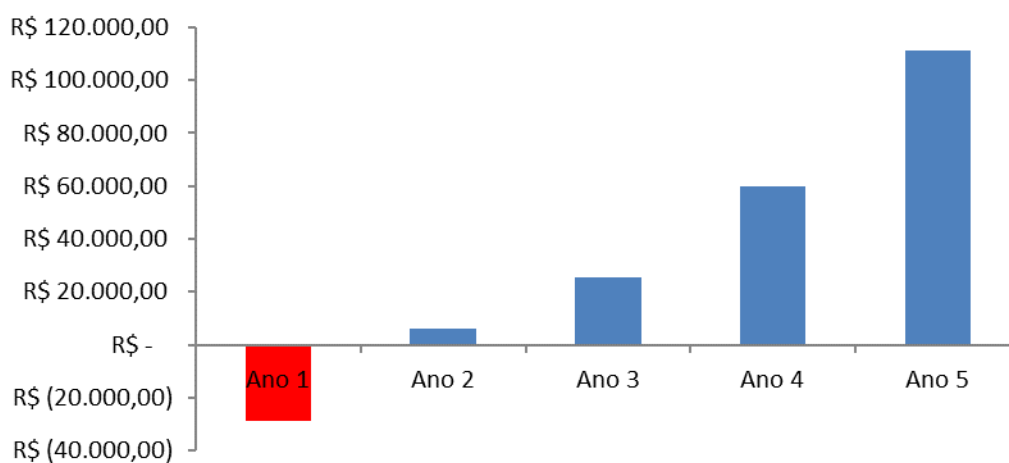
Os planos de contingência são elaborados para que a empresa tenha poder de reação frente a adversidades que poderá enfrentar em sua trajetória, prevendo ações que permitam o controle dos cenários que se apresentam. Apresenta-se abaixo os planos de contingência para a Imobiliária Dia a Dia.

11.1 CENÁRIO PESSIMISTA

O modelo de negócios da empresa consiste na prestação de serviços. Logo, dada a característica de perecibilidade, a baixa demanda afeta de maneira muito contundente os resultados da empresa.

Para o cenário pessimista, trabalha-se com a possibilidade de que haja uma menor procura por locação temporária de maneira mais lenta que o previsto no cenário padrão, e essa lentidão culmine com uma ocupação ao final do 2º ano de apenas $\frac{1}{4}$ dos horários disponibilizados. Esta previsão implicaria em uma dificuldade maior no primeiro ano, ampliando um resultado anual projetado de R\$ (4.069,95) no cenário realista para R\$ (23.991,04), conforme Gráfico 12.

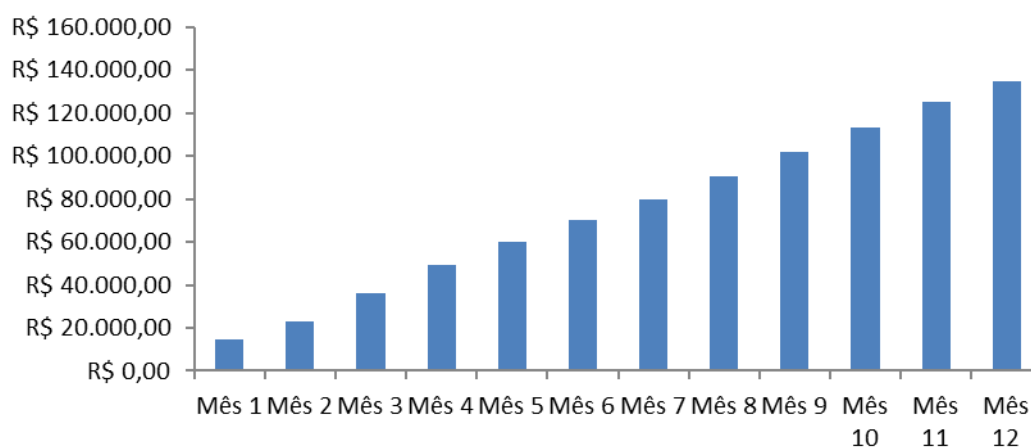
Gráfico 12 – DRE para 5 anos
DRE: Lucro Líquido - 5 anos



Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Porém o maior problema no cenário pessimista encontra-se no fluxo de caixa, que passa a ser negativo a partir do 5º mês do primeiro ano, conforme exposto no Gráfico 13. Esta situação é extremamente preocupante para a empresa, já que acarreta em falta de dinheiro para o pagamento das despesas fixas e consequente inadimplência.

Gráfico 13 – Fluxo de Caixa no Ano 1 do Cenário Pessimista
Fluxo de Caixa - 12 meses



Fonte: elaborado pelo próprio autor (2020).

Para que esta situação possa ser contornada, sugere-se duas ações, descritas abaixo:

- a) **AUMENTO DO CAPITAL PRÓPRIO:** aumentar o valor do capital próprio para R\$ 70.000,00, integralizando o valor de R\$ 5.000,00. Desta maneira,

a empresa obteria fôlego para finalizar o primeiro ano com as contas em dia;

- b) EMPRÉSTIMO FINANCEIRO: se não houver capacidade de novo investimento no negócio através da ampliação do capital social, pode-se viabilizar através de uma instituição financeira um empréstimo na ordem de R\$ 5.000,00, com carência de 6 meses. Esta ação permitirá também que a empresa finalize o primeiro ano com fluxo de caixa positivo, porém com a contratação de uma dívida.
- c) LOCAÇÃO COMERCIAL: Trabalhar com locações comerciais, com prazo de no mínimo 12 meses, assim como as demais imobiliárias.

12 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste projeto representou o principal objetivo que um empreendedor sonha, o seu próprio negócio garantindo seu sustento, sua fonte de renda de maneira satisfatória e prazerosa, sendo visto como uma oportunidade de aplicar na projeção do novo empreendimento.

Com base nos processos, a análise de viabilidade mercadológica e financeira representando propósitos, valores e princípios para a abertura da imobiliária Dia a Dia em Bento Gonçalves, buscou-se apresentar um mapa para a inauguração e condução do novo negócio de maneira viável, fundada em conhecimentos acadêmicos e em técnicas de gestão alinhadas com a realidade do mercado atual.

A pesquisa realizada comprovou que há um mercado em potencial e aceitação para um novo empreendimento neste ramo. O levantamento também orientou a construção de uma proposta de valor alicerçada na qualidade dos serviços e atendimento, conformidade por análises dos concorrentes e de empreendimentos de sucesso.

Através da ferramenta Canvas, analisou-se os pontos essenciais para que a proposta de valor fosse conferida, definindo como esta será entregue, ou seja, esclarecendo as principais parcerias, atividades-chaves e recursos, para quem a proposta de valor será apresentada, ou seja, quais os segmentos de clientes, os canais e a forma de relacionamento com o mercado, além de gerar a estrutura de custos e as fontes de receitas e operações necessárias para que o negócio tomasse forma e a organização de diferentes estratégias de decisão.

A elaboração de um plano mercadológico atende aos oito pilares do marketing, bem como construindo as ferramentas de apoio para a entrega do serviço. Também foi ilustrado um plano operacional, destacando os processos e operações que definem o funcionamento da empresa, e um plano de recursos humanos, explicando como estará organizado este setor na nova empresa.

Por fim, construiu-se um plano financeiro considerando as informações levantadas no decorrer do trabalho, demonstrando os resultados esperados para cenário realista, pessimista e otimista. Em ambas as hipóteses o negócio é considerado como viável, sendo que no cenário padrão o retorno sobre o investimento ocorrerá com 3 anos e 6 meses de funcionamento, a taxa de retorno será de 337,60% e após o quinto ano.

Sustentado pela veracidade das informações coletas, pelas técnicas de administração amplamente comprovadas e explanadas no trabalho, e pelo roteiro cuidadosamente elaborado para a condução do negócio, recomenda-se a abertura do empreendimento. Também se verificou que a concorrência no serviço prestado não é fator dificultante para abertura do negócio, já que há muita procura.

Destaca-se a dificuldade em transformar todo o planejamento de um projeto em realidade e como pode ser difícil, diante de cenários constantemente variáveis, manter o equilíbrio das finanças de um empreendimento, fazendo também com que o sonho do negócio próprio alavanque de modo a suprir as necessidades pessoais e coletivas.

Os pontos positivos é a diferença de nicho das demais imobiliárias já existentes da cidade, que atenderá clientes por um período curto de tempo, permitindo uma proposta de conforto e particularidade, através de informações mais precisas e maiores referências em relação ao que o imóvel pode oferecer. Sendo assim, com transparência e dedicação é possível alcançar trabalho satisfatório para ambas as partes.

A respeito dos pontos negativos, por ser algo com maior rotatividade, a locação temporária será mais trabalhosa, pois a frequência do profissional em termos de vistoria, exigirá maior conferência para não ocasionar problemas maiores no futuro.

Verificou-se ao longo deste estudo que o negócio proposto é viável, porém existem alguns desafios e decisões a serem tomadas neste contexto desafiador, precisando ser sempre amparadas pelo bom senso e profundo conhecimento das variáveis econômicas, culturais e pessoais dos gestores, além da competência e intuição do empreendedor que quer transformar seu sonho em realidade.

REFERÊNCIAS

- AAKER, David A.; KUMAR, V.; DAY, George S. **Pesquisa de marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- AIRBNB. **Imóveis em oferta**. [2020]. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/>. Acesso em: 05 abr. 2020.
- ATLAS BRASIL. **Perfil do município de Bento Gonçalves**. [2013]. Disponível em: http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/bento-goncalves_rs. Acesso em: 29 mar. 2020.
- BENTO GONÇALVES. **Feiras e eventos permanentes**. [2020a]. Disponível em: <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/a-cidade/feiras-e-eventos-permanentes/fimma-brasil>. Acesso em: 25 maio 2020.
- BENTO GONÇALVES. **IBGE abre processos seletivos para censo 2020 com vagas em Bento Gonçalves**. [2020b]. Disponível em: <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/noticia/ibge-abre-processos-seletivos-para-censo-2020-com-vagas-em-bento-goncalves>. Acesso em: 10 jun. 2020.
- BENTO GONÇALVES. **Turismo e roteiros turísticos**. [2020c]. Disponível em: <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/turismo/roteiros-turisticos>. Acesso em: 25 maio 2020.
- BENTO TUR. **Estação vindima Bento Gonçalves**. Disponível em: <https://bento.tur.br/estacao-vindima-bento-goncalves/>. Acesso em: 02 out. 2020.
- BOOKING.COM. **[Hotéis em Bento Gonçalves]**. [2020]. Disponível em: <https://www.booking.com/city/br/bento-goncalves.pt-br.html>. Acesso em: 28 mar. 2020.
- BORTONE JÚNIOR, Rafale Mota. **Transações imobiliárias: aspectos fundamentais para gestão de negócios**. São Paulo: Érica, 2017.
- BRAGA, Ryon; MONTEIRO, Carlos. **Planejamento estratégico sistêmico para instituições de ensino**. [S.l.: s.n.], 2010.
- CARREIRA DALGRANDE JUSBRASIL. **Garantias locatícias: conheça as modalidades**. 2016. Disponível em: <https://carreiraodalgrande.jusbrasil.com.br/artigos/395473139/garantias-locaticias-conheca-as-modalidades>. Acesso em: 15 ago. 2020.
- CARVALHO, Fábio Câmara Araújo de. **Gestão de projetos**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

CHAOUBAH, Alfredo; BARQUETTE Stael. **Pesquisa de marketing**. Rio de Janeiro: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de empresas**: uma abordagem contingencial. 3. ed. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1995.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento estratégico**: fundamentos e aplicações. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

CHURCHILL JR, Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing**: criando valor para os clientes. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

CONJUR. **Brasil editou 5,4 milhões de normas desde a Constituição de 1988, diz estudo**. 2017. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2017-jul-30/brasil-editou-54-milhoes-normas-1988-estudo>. Acesso em: 25 set. 2020.

CRECI. Disponível em: <https://www.crecisp.gov.br/>. Acesso em: 10 jun. 2020.

DALMARCO, Denise. **Gestão de marketing e pesquisa de mercado**. São Paulo: Editora Senac, 2020.

DINIZ, Janguê. **A arte do empreender**: manual do empreendedor e do gestor das empresas de sucess. Barueri: Novo Século Editora, 2019.

DJALMA, P. R. **Excelência na administração estratégica**: competitividade para administrar o futuro das empresas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

DORF, Bob; BLANK, Stive. **Startup**: manual do empreendedor: o guia passo a passo para construir uma grande empresa. [S.l.: s.n.], 2018.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José *et al.* **Plano de negócios com o modelo Canvas**: guia prático de avaliação de ideias de negócio a partir de exemplos. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

DUARTE, S. V.; FURTADO, M. S. V. **Trabalho de conclusão de curso (TCC) em ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Saraiva, 2014.

FACEBOOK. **Imobiliária Milan**. [2020]. Disponível em: <https://www.facebook.com/milanimobiliaria/>. Acesso em: 05 abr. 2020.

GALLAGHER, Leigh. **A história da Airbnb: como três rapazes comuns agitaram a indústria, ganharam bilhões... e ganharam muita controvérsia.** [S.l.]: Buzz Editora, 2010.

GAUCHA ZH. Número de divórcios no Rio Grande do Sul e maior no último trimestre do ano. Disponível:
<https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2019/11/numero-de-divorcios-no-rio-grande-do-sul-e-maior-no-ultimo-trimestre-do-ano-ck2lyg0zm0cxf01r2il122fsy.html>. Acesso em: 25 maio 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira.** 12. ed. São Paulo: Pearson, 2010.

GOBE, Antônio Carlos *et al.* **Administração de vendas.** 2. ed. São Paulo: Saraiva 2007.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo.** 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial.** 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

HOSPITALTACCHINI. Disponível em: <https://www.hospitaltacchini.com.br/>. Acesso em: 28 ago. 2020.

IBGE. **Bento Gonçalves, panorama.** [2020]. Disponível em:
<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/bento-goncalves/panorama>. Acesso em: 10 jun. 2020.

IBGE. **Turismo, roteiros turísticos.** [2020]. Disponível em:
<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/bento-goncalves/pesquisa/20/29767>. Acesso em: 25 maio 2020.

IMOBILIÁRIA MILAN. **Imóveis em oferta.** [2020]. Disponível em:
<http://www.imobiliariamilan.com.br/>. Acesso em: 05 abr. 2020.

IVO IMÓVEIS. **História do corretor de imóveis.** [2018]. Disponível em:
<https://www.ivoimoveisrs.com.br/blog/2018/5/19/historia-do-corretor-de-imoveis>. Acesso em: 28 mar. 2020.

JORNAL SEMANÁRIO. **Número de divórcios é maior que o de casamentos em Bento.** 2019. Disponível em: <https://jornalsemanario.com.br/numero-de-divorcios-e-maior-que-o-de-casamentos-em-bento/>. Acesso em: 10 jun. 2020.

JORNAL SEMANÁRIO. **Sine Bento Gonçalves disponibiliza 52 vagas na próxima semana**. 2020. Disponível em: <https://jornalsemanario.com.br/sine-bento-goncalves-disponibiliza-52-vagas-na-proxima-semana/>. Acesso em: 28 mar. 2020.

KAHLMEYER-MERTENS, R. S. *et al.* **Como elaborar projeto de pesquisa: linguagem e método**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

KASSAI, José Roberto *et al.* **Retorno de investimento: abordagem matemática e contábil do lucro empresarial**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2006.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2019.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Pearson, 2000.

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

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2008.

LACOMBE, Francisco José Masset. **Recursos humanos: princípios e tendências**. 2. ed. São Paulo: Saravia, 2011.

LIMA, Ari. **Como vencer no mercado imobiliário**. Belo Horizonte: [s.n.], 2012.

LUCIO Jr., Norival. **Planejamento estratégico para pequenas e médias empresas**. [S.l.: s.n.], 2008.

M. DIAS BRANCO. **Empresa**. [2020]. Disponível em: <https://mdiasbranco.com.br/empresa/>. Acesso em: 29 ago. 2020.

MALHOTRA, Naresh K *et al.* **Introdução a pesquisa de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing: planejamento**. São Paulo: Atlas, 1997.

MAXIMILIANO, Antonio Cesar Amaru. **Empreendedorismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

MELLO, Cleison de Moraes. **Locação e despejo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2017.

MONTEIRO FILHO, Carlos Edison do Rêgo; ROSEVELD, Nelson; DENSA, Roberta (coord.). **Coronavírus e responsabilidade civil: impactos contratuais e extracontratuais**. Indaiatuba: Foco, 2020.

NETO, João Amato. **Gestão estratégica de fornecedores e contratos uma visão integrada**. São Paulo: Saraiva, 2014.

PAIVA, F. *et al.* **Direito Imobiliário Atual**. [S.l.]: Elsevier Brasil, 2013.

PIONEIRO. **Turismo regional e a tendência para o pós pandemia**. 2020. Disponível em: <http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs/economia/noticia/2020/08/turismo-regional-e-a-tendencia-para-o-pos-pandemia-13043753.html>. Acesso em: 14 nov. 2020.

PIZE, Adilson. **Planejamento estratégico e alinhamento estratégico de projetos: um guia prático aplicando os modelos SPCanvas PSACanvas**. Rio de Janeiro: Brasport, 2017.

R7 – ECONOMIA. **Busca por imóveis de temporada cresce 157 diz pesquisa**. 2019. Disponível em: <https://noticias.r7.com/economia/busca-por-imoveis-de-temporada-cresce-157-diz-pesquisa-22122019>. Acesso em: 28 mar. 2020.

REVISTA NEWS. **Bento Gonçalves apresenta dados de impacto da pandemia no segmento do turismo**. 2020. Disponível em: <https://revistanews.com.br/2020/06/13/bento-goncalves-apresenta-dados-do-impacto-da-pandemia-no-segmento-do-turismo/>. Acesso em: 20 nov. 2020.

RGE-RS. Disponível em: <https://www.rge-rs.com.br/institucional/quem-somos/a-rge/Paginas/default.aspx>. Acesso em: 29 ago. 2020.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio do curso de administração: guia para pesquisas, projetos, estágios e trabalho de conclusão de curso**. São Paulo: Atlas, 1999.

SEBRAE. **Passos para iniciar bem o seu negócio**. [2020]. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/6-passos-para-iniciar-bem-o-seu-novo-negocio,a28b5e24d0905410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 16 jun. 2020.

SERRA, Fernando A. Ribeiro; TORRES, Maria Cândida S.; TORRES, Alexandre Pavan. **Administração estratégica: conceitos, roteiro prático e casos**. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2003.

STRUNCK, Gilberto Luiz. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores. 3. ed. atual. e rev. Rio de Janeiro: Rio Books, 2007.

TABELIONATO. **Um ano depois da nova lei, divórcios disparam em cartórios do RS**. [2020]. Disponível em:<http://www.8tabelionato.com.br/?p=188>. Acesso em: 28 mar. 2020.

TAJRA, Sanmya Feitosa. **Empreendedorismo**: conceitos e práticas inovadoras. São Paulo: Érica, 2014.

VERGUEIRO, Waldomiro. **Qualidade em serviços de informação**. São Paulo: Arte & Ciência, 2002.

WEINSTEIN, Art. **Segmentação de mercado**. São Paulo: Atlas, 1995

WESTON, J. Fred; BRIGHAM, Eugene F. **Fundamentos da administração financeira**. 10. ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

WRIGHT, Peter L.; KROLL, Mark J.; PARNELL, John. **Administração estratégica**: conceitos. São Paulo: Atlas, 2000.

ZEITHAML, Valarie A.; BITNER, Mary Jo; GREMLER, Dwayne D. **Marketing de serviços**: a empresa em foco no cliente. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

APÊNDICE A – PESQUISA QUANTITATIVA

Pesquisa de locação residencial temporária no Município de Bento Gonçalves

1 Faixa etária?

- Até 20 anos
- De 21 a 30 anos
- De 31 a 40 anos
- Acima de 41 anos

2 Qual é o seu gênero:

- Feminino
- Masculino

3 Qual sua renda mensal?

- Menos de R\$ 1.000,00
- Entre R\$ 1.001,00 e R\$ 2.500,00
- Entre R\$ 2.001,00 e R\$ 3.500,00
- Acima de R\$ 3.501,00

4 Você já alugou um imóvel por temporada?

- Sim
- Não

5 Se sua resposta anterior foi sim, quanto tempo durou a locação?

- menos de uma semana
- uma semana
- menos de um mês
- um mês
- De dois a três meses
- Acima de três meses
- Não alugou

6 Qual foi o custo da diária?

- Menos de R\$ 100,00
- Entre R\$ 101,00 a R\$ 150,00
- Entre R\$ 151,00 a R\$ 200,00
- Acima de R\$ 201,00
- Não alugou

7 O que considera importante no imóvel? Pode ser mais de uma opção.

- Tamanho
- Local
- Posição solar
- Churrasqueira
- Sacada
- Garagem

8 Qual foi o motivo da locação temporária?

- Férias
- Turismo
- Trabalho
- Estudo
- Nunca alugou

9 Qual a frequência que você aluga um imóvel?

- A cada uma semana
- A cada um mês
- Semestralmente
- Anualmente
- Nenhuma das opções
- Raramente

10 Alugaria por temporada novamente?

- Sim
- Não
- Talvez

11 Qual sua Preferência de moradia?

Casa

apartamento

APÊNDICE B – PESQUISA QUALITATIVA 1: QUESTÕES DA PESQUISA COM O EMPREENDEDOR ALDOMIR TRESOLDI

- 1) Foi bom aluno? Gostava de estudar? Como você aprende mais?
- 2) Quais suas características pessoais mais importantes para a sua empresa?
- 3) Como surgiu a ideia de ser empreendedor? Foi fruto da inquietação ou de uma oportunidade?
- 4) O que você desejava conquistar quando escolheu empreender?
- 5) Quais foram as dificuldades enfrentadas no início de seu negócio?
- 6) Explique suas motivações para empreender?
- 7) Como você identifica oportunidades?
- 8) Quais suas características pessoais mais importantes para a sua empresa?
- 9) Qual o fator mais importante para o sucesso da sua empresa?
- 10) Você estabelece metas?
- 11) Na sua opinião, o que você considera mais importante para a retenção dos clientes.
- 12) Como você vê o seu mercado daqui a 5 ou 10 anos?

**APÊNDICE C – PESQUISA QUALITATIVA 1: QUESTÕES DA PESQUISA COM O
CORRETOR DE IMÓVEIS LUCAS GAZOLLA**

- 1) Porque você decidiu se tornar um corretor de imóveis?
- 2) Qual é a sua própria visão sobre a profissão de corretor imobiliário?
- 3) Quais as características fundamentais para os novos profissionais no ramo imobiliário?
- 4) Quais são os desafios que estes profissionais irão enfrentar?
- 5) Você pretende se tornar um empreendedor no futuro?

APÊNDICE D – PROCURAÇÃO DO PROPRIETÁRIO

IMOBILIÁRIA MILAN LTDA
Humaitá 333 sala 04
CRECI 21.468 – Fone (54)54 3452-0000
CNPJ 88.809.746/0001-94
95700-000 – Bento Gonçalves-RS
E-mail imobiliariadiaadia@diaadia.com.br

PROCURAÇÃO

Pelo presente instrumento particular, a Imobiliária Milan Ltda. CGC/MF: 94.809.746/0001-94, CRECI 21468, representada por sua gerente, por sua gerente, Andriele Rigotti, brasileira, solteira, corretora de imóveis, CPF nº 000.037.530-04, ou por seu procurador Lucas Gazolla, brasileiro, solteiro, corretor de imóveis, CPF nº 000.868.620-04, CRECI nº 00.078, é constituída procuradora pelo(a) Sr.(a) **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, que lhe confere poderes especiais para promover a locação de sua propriedade sito na Rua **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, Bento Gonçalves, RS podendo para tanto assinar contratos de locação, receber aluguéis dar recibos de quitação, pagar impostos, promover vistorias, enfim, agir em nome do (a) outorgante bem e fielmente na gestão da locação que efetivar, podendo inclusive constituir advogado com poderes "adjudicia" e os especiais da acordar, discordar, transigir, receber e dar quitação, caso haja necessidade propor ações que visem o interesse do outorgante, fazer defesa, recorrer e substabelecer.

Bento Gonçalves, **XXXXXXXXXX**.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

APÊNDICE E – CONTRATO DE INTERMEDIÇÃO ENTRE IMOBILIÁRIA E PROPRIETÁRIO



IMOBILIÁRIA MILAN LTDA
 Humaitá 333 sala 04
 CRECI 21.468 – Fone (54)54 3452-0000
 CNPJ 88.809.746/0001-94
 95700-000 – Bento Gonçalves-RS
 E-mail
 imobiliariadiaadia@diaadia.com.br

CONTRATO DE INTERMEDIÇÃO, ADMINISTRAÇÃO PREDIAL, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Que fazem, de um lado, (**dados do proprietário**), a seguir denominado de **CONTRATANTE**, e de outro, **IMOBILIÁRIA DIA A DIA LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, sita na Rua Humaitá 333 sala 104, Galeria Zanoni - fundos, Bairro Centro, cidade de Bento Gonçalves - RS, inscrita no CGC/MF sob nº 88.809.746/0001-94 e no CRECI inscrita sob nº 21.468, representada neste ato por sua gerente, Andriele Rigotti, brasileira, solteira, corretora de imóveis, CPF nº 000.037.530-04, ou por seu procurador **Lucas Gazolla**, brasileiro, solteiro, corretor de imóveis, CPF nº 000.868.620-04, CRECI nº 00.078, adiante denominada simplesmente de **ADMINISTRADORA CONTRATADA**, pelo presente instrumento, ajustam e contratam a administração, para fins de locação, do imóvel abaixo indicado, de acordo com as cláusulas seguintes:

CLÁUSULA I - O contratante entrega neste ato à contratada, para fins de locação, o imóvel de sua propriedade, situado na cidade de Bento Gonçalves na Rua XXXXXXXXXXXXXXXX, para isso, lhe confere todos os poderes necessários, nomeadamente para elaborar e firmar contratos de locação, alterá-los, aditá-los, conceder descontos, carência e rescindi-los, receber, passar recibos, dar quitação e mais os poderes gerais para o Foro, para representá-lo em quaisquer questões relacionadas com a locação, acordar, transigir, desistir e substabelecer.

CLÁUSULA II - O imóvel será locado, para a finalidade de **Residencial**, fazendo-o mediante contrato escrito dentro das normas legais vigentes, o contrato de locação a ser firmado pelo prazo de **XXX** dias, comissão a ser paga pelo contratante a administradora contratada de 20%(vinte por cento) sobre o valor do aluguel e eventuais multas por atrasos cobrados pela locação do mesmo, que serão descontados de imediato quando ao pagamento pelo locatário.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - O contrato será feito de acordo com a legislação vigente, ficando o contratante ciente da garantia locatícia apresentada através da garantia **XXX**.

PARÁGRAFO SEGUNDO - O locador fica ciente de que os bens móveis e utensílios cuja deterioração seja decorrente do uso normal, inclusive a pintura do imóvel, os mesmos não serão consertados ou substituídos.

PARÁGRAFO TERCEIRO - O imóvel objeto do presente instrumento, foi locado para **XXXXXXXXXX**.

CLÁUSULA III - São, ainda, obrigações da contratada administradora, enquanto o locatário estiver ocupando o imóvel:

a) repassar o valor do aluguel mensal após tê-lo recebido do locatário, deduzida a quantia equivalente a taxa de administração da contratada, disposta na cláusula II do presente contrato.

b) promover as ações de despejo por falta de pagamento e as de cobrança, devendo o contratante antecipar as custas processuais, das quais será reembolsado logo que recebidas pela parte contrária;

PARÁGRAFO ÚNICO - O preço mínimo do aluguel a ser cobrado pela locação do imóvel supra descrito será de XXXXXXXX valor bruto mensal. O reajuste será anual conforme Índice Geral de Preços do Mercado (IGPM).

CLÁUSULA IV - É OBRIGAÇÃO DO CONTRATANTE PROVIDENCIAR A CONTRATAÇÃO DO SEGURO DO IMÓVEL CONTRA INCÊNDIO E OUTRAS AVARIAS, POIS EM CASO DE SINISTRO, NÃO SE RESPONSABILIZA A CONTRATADA PELOS DANOS OCORRIDOS NO IMÓVEL ADMINISTRADO.

CLÁUSULA V- Tendo em vista que a Lei 8.245/91, artigo 22, inciso VII, atribui ao locador a obrigação de pagar as taxas de administração da imobiliária e de intermediação, nestas compreendidas as despesas necessárias à aferição da idoneidade do pretendente e de seu fiadores, caberá ao locador pagar a taxa de intermediação de 20% sobre o valor da diária, de acordo com a tabela de honorários mínimos fixada pelo SECOVI/RS e homologada pelo CRECI, III região, sem prejuízo do pagamento da comissão fixada na cláusula II do presente contrato.

CLÁUSULA VI - A administradora contratada não terá nenhuma responsabilidade nos seguintes casos:

a) se o locador interferir na locação, impondo a aceitação de determinado locatário, ou se dispensá-lo de alguma exigência feita pela administradora;

b) quando o locador, por qualquer motivo, retirar o imóvel, aliená-lo, cobrar os aluguéis diretamente do locatário ou deste receber devolução das chaves, caso, em que o locador responderá pelos débitos do locatário, tais como custas e honorários advocatícios por ventura pendentes, cessando a responsabilidade da administradora a partir da data da ocorrência do fato.

CLÁUSULA VII - A administradora não se responsabiliza, em hipótese alguma, por arrombamento, instruções, depredação ou danos eventualmente causados no imóvel por terceiros, nem por móveis, luminárias e outros objetos deixados.

CLÁUSULA VIII - A administradora contratada não se obriga a pagar impostos, taxas, despesas de condomínio, consertos, seguros e quaisquer outras, enquanto não receber do locador ou locatário, conforme o caso, e respectivo valor e se o fizer, será por mera liberalidade, que poderá em qualquer tempo suspender, devendo o locador reembolsá-la logo que solicitado.

CLÁUSULA IX - O presente contrato é firmado a prazo indeterminado, iniciando-se em XXX até XXX. Entretanto, fica desde já estabelecido que o contratante se obriga a manter o presente contrato com a contratada pelo período em que o Locatário estiver ocupando o imóvel, sob pena de pagamento de 3(três) meses de aluguel.

Parágrafo primeiro - Caso haja valores a serem ressarcidos por força do presente contrato os mesmos deverão ser liquidados no período do aviso prévio e mediante comprovação das despesas.

CLÁUSULA X - O presente contrato obriga as partes contratantes e os seus herdeiros e sucessores, sendo que elegem o Foro de Bento Gonçalves - RS, para dirimir quaisquer questões com ele relacionada.

E, assim, justos e contratados, assinam o presente instrumento, em duas vias de igual forma e teor, na presença de duas testemunhas.

Bento Gonçalves, XXXX

XXXXX

Imobiliária Dia a Dia Ltda
CNPJ 88.809.746/0001-94

Testemunha

Testemunha

APÊNDICE F – CONTRATO ENTRE IMOBILIÁRIA E LOCATÁRIO

IMOBILIÁRIA DIA A DIA LTDA
Rua Humaitá 333 sala 04
CNPJ 88.809.746/0001-94
95700-000 – Bento Gonçalves-RS

CONTRATO DE LOCAÇÃO RESIDENCIAL Nº 1670

Que fazem, de um lado (**nome e dados do proprietário**), neste ato representado por sua bastante procuradora **IMOBILIÁRIA DIA A DIA LTDA**, empresa sita na Rua Humaitá nº 333 sala 04, Bairro Humaitá, cidade de Bento Gonçalves - RS, inscrita no CGC/MF sob nº 88.809.746/0001-94 e no CRECI inscrita sob nº 23.468, representada neste ato por sua gerente, Andrielle Rigotti, brasileira, solteira, corretora de imóveis, CPF nº 000.037.530-04, ou por seu procurador **Lucas Gazolla**, brasileiro, solteiro, corretor de imóveis, CPF nº 000.868.620-04, CRECI nº 00.078, adiante denominado de **LOCADORA** e, de outro (**nome e dados do locatário**), adiante denominado de **LOCATÁRIO**, têm justo e contratado o que segue:

CLÁUSULA I - O objeto do presente contrato é a locação do imóvel (**endereço do imóvel locado**).

CLÁUSULA II - O prazo de locação é de XXX, iniciando-se em XXX e termina, de pleno direito, em XXX, independente de notificação judicial ou extrajudicial, obrigando-se o locatário a desocupar o imóvel objeto do presente instrumento, entregando-o nas condições previstas neste contrato. Entretanto, fica convencionado que antes do prazo supracitado, não poderá o LOCADOR retomar o imóvel, salvo se motivado por infração contratual do LOCATÁRIO, e nem poderá este último devolvê-lo ao LOCADOR, sob pena de pagamento de multa proporcional equivalente a 3 (três) meses de aluguel.

CLÁUSULA III - O aluguel mensal convencionado nesta data é de R\$ XXXXX pagável em moeda corrente nacional, sendo uma entrada de até XXX, diretamente na rede bancária através de cobrança bancária independente de qualquer aviso ou interpelação judicial ou extrajudicial, sob pena de ser aplicada, em caso de atraso multa no percentual de 10% (dez por cento) sobre o valor do aluguel, bem como juros de mora em 01% (um por cento) ao mês e correção monetária, além do ajuizamento da competente ação de despejo por falta de pagamento.

Parágrafo único: - A taxa bancária será suportada pelo locatário.

CLÁUSULA V - A locação é feita para fins exclusivamente residencial, ficando proibido, sob pena de rescisão contratual a mudança de destinação, a cessão de locação, a sublocação o empréstimo do imóvel, seja total ou parcial, sem prévio e expresso consentimento do LOCADOR, sob pena de infração contratual.

CLÁUSULA VI - O locatário é responsável pelas custas, honorários advocatícios ou quaisquer outros encargos, nos termos da lei e do presente contrato, seja de forma judicial ou extrajudicial.

CLÁUSULA VII - O locatário declara ter recebido o imóvel ora locado, bem como seus acessórios, em perfeitas condições de ser habitado, conforme vistoria em anexo.

Parágrafo único - Poderá o locatário, dentro de 72 (setenta e duas) horas após a assinatura do presente instrumento, fazer constar em uma ficha de vistoria, eventuais problemas existentes no imóvel e que estejam em desacordo com as cláusulas aqui constantes.

CLÁUSULA VIII - O locatário obriga-se a manter o imóvel, objeto deste contrato sempre limpo durante a locação e obriga-se restituí-lo nas mesmas condições de habitabilidade referidas nas cláusulas anteriores; obriga-se ainda respeitar as normas de condomínio, bem como o código de postura municipal, eis que necessário para o bom convívio em vizinhança.

Parágrafo primeiro - Caso o imóvel, suas dependências, instalações ou utensílios nele existente, não forem restituídos nas mesmas condições estipuladas nesta cláusula e cláusula

oitava, o aluguel e seus acessórios continuarão a correr até que o locatário cumpra todas as exigências do locador.

Parágrafo terceiro - Ocorrendo a hipótese prevista no parágrafo primeiro da presente cláusula, muito embora a obrigação do locatário de continuar pagando o aluguel e seus acessórios, não terá o mesmo, direito de voltar a ocupar o imóvel cujas chaves foram entregues. Se assim fizer poderá contra ele movida uma ação de reintegração de posse, com a expedição de mandato liminar, sujeitando-se as perdas que se apurarem, sem prejuízo da exigibilidade das obrigações assumidas neste instrumento.

CLÁUSULA IX - O LOCATÁRIO não poderá fazer no imóvel quaisquer obras ou benfeitorias, sem o consentimento prévio e por escrito do LOCADOR e as que fizer, mesmo as consentidas, não darão àquelas, o direito de retenção ou indenização.

CLÁUSULA X - Caracteriza infração contratual, podendo o locador dar como rescindido de pleno direito, independentemente de qualquer interpelação judicial ou extrajudicial o presente contrato, sem que assista ao locatário o direito a qualquer reclamação ou indenização:

- a) se o locatário não pagar pontualmente qualquer das obrigações do aluguel ou faltar ao exato cumprimento de qualquer das obrigações assumidas;
- b) se ocorrer incêndio no prédio causado pelo ato do locatário;
- c) se o locatário usar o imóvel, objeto deste contrato, para fim diverso daquele para o qual foi locado;
- d) se verificada uma das hipóteses previstas no parágrafo 2º da cláusula XVIII, o locatário não apresentar dentro do prazo ali previsto ou daquele que for fixado, fiador idôneo a juízo do locador;
- e) se o locatário deixar de observar qualquer exigência do regulamento do edifício.
- f) abandono ou descaso manifesto do LOCATÁRIO pela sua conservação.
- g) não respeitarem o horário de silêncio legalmente estabelecidos

CLÁUSULA XI - o Locatário obriga- se a respeitar as normas e legislação vigente acerca de publicidade externa, sob pena de responder integralmente pelos danos e ou prejuízos que vier por ventura causar a terceiros.

CLÁUSULA XII - No caso de haverem danos devido a caso fortuito ou força maior deverá o locatário avisar sua procuradora por escrito, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas, sob pena de responder por danos causados a terceiros.

CLÁUSULA XIII - O locatário não terá direito a reter pagamento do aluguel ou qualquer outra quantia devida nos termos do presente contrato, sob alegação de não terem sido atendidas exigências por ventura solicitadas.

CLÁUSULA XIV - Não poderá o locatário escusar-se ao pagamento de quaisquer diferenças de aluguel ou outro ônus a que estiver obrigado, nos termos da lei ou do presente instrumento, sob alegação de que o pagamento não lhe foi exigido na época fixada neste contrato de locação.

CLÁUSULA XV - Quaisquer tolerância ou concessões do locador para com o locatário, quando não manifestas por escrito, não constituirão precedentes invocáveis por este e não terão a virtude de alterar obrigações estipuladas neste instrumento.

CLÁUSULA XVI - A falta de cumprimento de quaisquer das cláusulas deste contrato, sujeitará ao infrator ao pagamento de multa equivalente a 03 (três) aluguéis mensais, vigentes na data da infração em benefício da parte prejudicada sem prejuízo de exigibilidade das obrigações assumidas neste instrumento.,

CLÁUSULA XVII - Como fiador principal pagador de todas as obrigações que incumbem o locatário, inclui por força da lei ou do presente contrato e até a desocupação do imóvel e sua entrega nas condições previstas, bem como pelas alterações do aluguel e acessórios que ocorrem no curso da locação, assina-o XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, locatário e fiadores.

Parágrafo primeiro - O fiador principal pagador, expressamente renuncia aos direitos conferidos pelos artigos 360, 827, 830 e 829 do Código Civil Brasileiro, ficando responsável pelas custas judiciais e honorários advocatícios na aludida ação de despejo, nas bases da cláusula XVI deste contrato.

Parágrafo terceiro - Fica expressamente convencionado que a morte e ou separação judicial do locatário não exonera o fiador, continuando sua responsabilidade como fiador e principal pagador até a desocupação do imóvel e sua entrega nas condições previstas nas cláusulas XVII e XVIII.

CLÁUSULA XVIII- O(s) FIADOR(es) CONCORDA (m) EXPRESSAMENTE E DECLARA (m) ESTAR (em) CIENTE (s) DE QUE AS OBRIGAÇÕES AQUI ASSUMIDAS PRORROGAM-SE ATÉ QUE O LOCATÁRIO PERMANEÇA NO IMÓVEL, INDEPENDENTE DE PRAZO CONTRATUAL, NÃO SENDO NECESSÁRIA NOVA ANUÊNCIA OU ADITAMENTO CONTRATUAL. TUDO CONFORME DISPOSTO NO ARTIGO 821 DO CCB COMBINADO COM ARTIGO 39 DA LEI 82/45/91.

CLÁUSULA XIX -Para as questões resultantes deste contrato, será competente o Foro da cidade de Bento Gonçalves, neste Estado, renunciando as partes contratantes, desde logo, a qualquer outro, seja qual for seu futuro domicílio.

E, por estarem justos e contratados, assinam o presente contrato, em duas vias de igual forma e teor, na presença de duas testemunhas.

Bento Gonçalves, xxxxxxxx

IMOBILIÁRIA DIA A DIA LTDA

XXXXXXX - Locatário

XXXXXXXXXXXXX

Fiador(a) XXXXXXXXXXXX

Testemunha -

Testemunha -