



**UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA**  
**RAFAEL DA LUZ LISBOA**

**ESTUDO PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA LOJA VIRTUAL DE SURF WEAR**  
**DENOMINADA TERRA DO SURF**

Tubarão  
2021

**RAFAEL DA LUZ LISBOA**

**ESTUDO PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA LOJA VIRTUAL DE SURF WEAR  
DENOMINADA TERRA DO SURF**

Analisar aspectos locais, estratégicos, mercadológicos, operacionais e financeiros para implementação de uma loja virtual de surf wear denominada Terra do Surf. Trabalho apresentado ao curso de Administração da Universidade do Sul de Santa Catarina para a obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Rejane Roecker  
Avaliador: José Ricardo Tavares, Me.

Tubarão  
2021

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa do estado de Santa Catarina .....	23
Figura 2 – Mapa da Amurel - Associação dos Municípios da Região de Laguna .....	23
Figura 3 – Mapa do município de Imbituba .....	24
Figura 4 – Bandeira do município de Imbituba .....	26
Figura 5 – Logomarca da empresa .....	41
Figura 6 – Localização da empresa no município de Imbituba .....	44
Figura 7 – Organograma da empresa.....	45
Figura 8 – Prancha.....	52
Figura 9 – Camiseta masculina.....	53
Figura 10 – Camiseta baby look feminina.....	53
Figura 11 – Bermuda de banho .....	54
Figura 12 – Bermuda de moletom .....	54
Figura 13 – Shorts feminino.....	55
Figura 14 – Fluxo de distribuição.....	56
Figura 15 – Instagram da loja Terra do Surf .....	57
Figura 16 – Facebook da loja Terra do Surf .....	57
Figura 17 – Layout da empresa .....	58
Figura 18 – Fluxograma do processo operacional .....	59

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Bairros e distritos do município de Imbituba .....	22
Quadro 2 – Principais distâncias rodoviárias do município de Imbituba com as principais cidades e capitais do Brasil.....	25

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Área física do município de Imbituba. ....	21
Tabela 2 – Distribuição populacional segundo gênero e localização do município de Imbituba nos anos de 2007 a 2010.....	27
Tabela 3 – Faixa etária da população do município de Imbituba no ano de 2010 .....	27
Tabela 4 – Número de alunos matriculados por dependência administrativa do município de Imbituba no período de 2006 a 2015 .....	28
Tabela 5 – Distribuição do número de alunos matriculados por modalidade de ensino no município de Imbituba em 2017 .....	28
Tabela 6 – Taxa de analfabetismo da microrregião da amarel em 2010.....	29
Tabela 7 – Taxa bruta de natalidade no município de Imbituba e do estado de Santa Catarina no período 2004 a 2008 .....	30
Tabela 8 – Mortalidade infantil no município de Imbituba e no estado de Santa Catarina no período 2013 a 2017 .....	31
Tabela 9 – Expectativa de vida no município de Imbituba e no estado de Santa Catarina no período 2010 a 2016 .....	31
Tabela 10 – Morbidade hospitalar segundo gênero no município de Imbituba no período 2010 a 2014 .....	32
Tabela 11 – Profissionais vinculados a área da saúde no município de Imbituba em 2018.....	32
Tabela 12 – Número de profissionais vinculados por tipo de categoria no município de Imbituba em 2014 .....	33
Tabela 13 – Renda <i>Per Capita</i> do município de Imbituba no período de 2000 a 2010 .....	33
Tabela 14 – Número de domicílios no município de Imbituba no Ano de 2010 .....	34
Tabela 15 – Índice de Desenvolvimento Humano (IDH-M) do município de Imbituba no Período 2000 a 2010 .....	34
Tabela 16 – Indicadores municipais de saneamento básico de Imbituba e do estado de Santa Catarina no Ano de 2010 .....	35
Tabela 17 – Número de domicílios beneficiados com coleta de lixo em Imbituba no ano de 2010 .....	35
Tabela 18 – Produto Interno Bruto (PIB) do município de Imbituba e do estado de Santa Catarina no Período de 2010 a 2014.....	36
Tabela 19 – Renda média da população do município de Imbituba e do estado de Santa Catarina em 2010 .....	36

Tabela 20 – Salários médios do município de Imbituba e do estado de Santa Catarina no período 2011 a 2015 .....	37
Tabela 21 – Quantidade produzida, área plantada e valor da produção das lavouras permanente de Imbituba nos anos de 2003 e 2007.....	37
Tabela 22 – Produtos de origem animal do município de Imbituba em 2017.....	38
Tabela 23 – Tipos de rebanhos efetivos no município de Imbituba no Ano de 2016 .....	38
Tabela 24 – Produtos de origem animal no município de Imbituba em 2007.....	39
Tabela 25 – Quantidade de indústrias instaladas por atividade no município de Imbituba no ano de 2008 .....	39
Tabela 26 – Número de empresas estabelecidas em Imbituba classificadas por porte e participação relativa no Ano de 2008 .....	39
Tabela 27 – Capital social da empresa .....	42
Tabela 28- Preço de compra e venda dos itens comercializados.....	55
Tabela 29- Cargos e qualificações dos colaboradores.....	60
Tabela 30- Investimentos fixos.....	61
Tabela 31- Custos fixos operacionais mensais estimados.....	61

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>CENÁRIO SOCIOECONÔMICO DA REGIÃO E DO MUNICÍPIO DE</b>	
	<b>IMBITUBA.....</b>	<b>11</b>
2.1	HISTÓRICO DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA.....	11
2.2	ASPECTOS GEOGRÁFICOS DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA.....	20
2.2.1	Localização do Município de Imbituba.....	21
2.2.2	Área Física do Município de Imbituba.....	21
2.2.3	Municípios que Fazem Limite com o Município de Imbituba .....	21
2.2.4	Relevo do Município de Imbituba.....	22
2.2.5	Bairros e Localidades do Município de Imbituba .....	22
2.2.6	Mapas .....	26
2.2.7	Principais Distâncias Rodoviárias do Município de Imbituba com as Principais Cidades e Capitais do Brasil.....	26
2.2.8	Bandeira do Município de Imbituba .....	27
2.3	ASPECTOS POPULACIONAIS DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA.....	27
2.3.1	População Total.....	27
2.3.2	Distribuição Populacional Segundo Gênero e Localização do Município .....	23
2.3.3	Faixa Etária da População do Município de Imbituba.....	28
2.4	ASPECTOS SOCIAIS DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA .....	28
2.4.1	Educação .....	28
2.4.2	Saúde .....	30
2.4.2.1	Taxa Bruta de Natalidade .....	31
2.4.2.2	Taxa de Mortalidade Infantil .....	31
2.4.2.3	Expectativa de Vida.....	31
2.4.2.4	Morbidade Hospitalar do Município de Imbituba .....	32
2.4.2.5	Número de Estabelecimentos na Área da Saúde no Município de Imbituba .....	33
2.4.2.6	Profissionais Vinculados a Área da Saúde no Município de Imbituba .....	33
2.4.3	Renda <i>Per Capita</i> do Município de Imbituba .....	34
2.4.4	Número de Domicílios no Município de Imbituba .....	34
2.4.5	Índice de Desenvolvimento Humano do Município de Imbituba (IDH-M).....	34
2.5	INFRAESTRUTURA DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA.....	35
2.5.1	Saneamento Básico do Município de Imbituba .....	35
2.5.2	Coleta de Lixo no Município de Imbituba .....	35
2.5.3	Energia Elétrica no Município de Imbituba .....	36
2.6	ASPECTOS ECONÔMICOS DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA .....	36
2.6.1	Produto Interno Bruto (PIB) do Município de Imbituba e de Santa Catarina .....	36
2.6.2	Renda Média da População do Município de Imbituba e de Santa Catarina .....	36
2.6.3	Salário Médio do Município de Imbituba e de Santa Catarina .....	37
2.7	SETORES ECONÔMICOS DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA.....	37
2.7.1	Setor Primário do Município de Imbituba .....	37
2.7.1.1	Lavouras Permanentes.....	38

2.7.1.2	Lavouras Temporárias .....	38
2.7.1.3	Rebanho Efetivo .....	38
2.7.1.4	Produtos de Origem Animal.....	39
<b>2.7.2</b>	<b>Setor Secundário do Município de Imbituba.....</b>	<b>39</b>
<b>2.7.3</b>	<b>Setor Terciário do Município de Imbituba.....</b>	<b>40</b>
<b>3</b>	<b>PLANEJAMENTO EMPRESARIAL .....</b>	<b>41</b>
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO .....	41
3.1.1	Razão Social.....	41
3.1.2	Nome Fantasia .....	41
3.1.3	Logomarca .....	41
3.1.4	Regime Tributário.....	42
3.1.5	Ramo de Atuação .....	42
3.1.6	Capital Social.....	42
3.1.7	Forma Jurídica .....	42
3.1.8	Vantagens e Desvantagens da Forma Jurídica.....	43
3.1.9	Localização da Organização.....	43
3.1.10	Mapa de Localização.....	43
3.2	ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	44
3.2.1	Organograma.....	44
3.2.3	Missão.....	45
3.2.3	Visão .....	45
3.2.4	Valores.....	46
3.3.4	Pontos Fortes e Fracos.....	46
3.3.5	Objetivos Empresariais.....	47
3.3.6	Vantagens Competitivas.....	47
<b>4</b>	<b>ESTUDOS DE MERCADO E ESTRATÉGIAS DE MARKETING.....</b>	<b>48</b>
4.1	ESTUDO GENÉRICO DO SETOR.....	48
4.1.1	Surgimento do Setor Têxtil e Confeção no Brasil e no mundo.....	48
4.1.2	Setor Têxtil e de Confeção.....	49
4.2	ANÁLISE DE OPORTUNIDADES E AMEAÇAS.....	50
4.2.1	Oportunidades.....	50
4.2.2	Ameaças.....	50
4.3	ESTRATÉGIAS DE MARKETING.....	50
4.3.1	Objetivos de Marketing.....	51
4.3.2	Produto.....	56
4.3.4	Distribuição.....	56
4.3.5	Promoção.....	56
<b>5</b>	<b>PLANO OPERACIONAL.....</b>	<b>57</b>
5.1	ESTRATÉGIA DE LAYOUT.....	57
5.2	CAPACIDADE DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO.....	58
5.3	PROCESSOS OPERACIONAIS.....	59
5.4	NECESSIDADE DE PESSOAL.....	60
<b>6</b>	<b>PLANO FINANCEIRO.....</b>	<b>60</b>
6.1	INVESTIMENTOS FIXOS.....	60

6.2 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS.....	61
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>62</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>63</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Desde meus 14 anos tenho uma paixão pelo surf e seu estilo de vida, que juntamente com minha grande paixão pela administração, me colocaram no caminho para ter meu próprio negócio nesse ramo.

Ao longo dos tempos, tenho percebido o distanciamento das surf shops com seu público principal, os surfistas. Além disso, o atendimento tem se modificado de uma forma desagradável para quem realmente gosta do esporte e do surfstyle, causando um afastamento entre clientes em potencial e as lojas em questão.

Acredito que se se faz necessário rever alguns hábitos e criar uma melhor relação, maior e mais duradoura com o cliente, como era antigamente. Nessa época, era possível chegar nas lojas e encontrar amigos, e não apenas vendedores querendo vender seu produto a qualquer custo.

Dessa maneira, decidi abrir minha própria loja de surf, para pôr em prática tudo isso em que acredito, mas em um primeiro momento, de maneira virtual, como um E-COMMERCE, para criar um know-how nesse ramo específico e, no futuro, abrir lojas físicas. Desse modo, poderei estar mais familiarizado com o mercado em questão, além de já possuir uma carteira de clientes fidelizados e um mix maior de produtos e fornecedores.

O E-COMMERCE, nos dias de hoje, é a melhor forma de atingir o público-alvo que se almeja, pois nas plataformas virtuais, principalmente nas redes sociais, encontram-se todos os tipos de clientes para todos os tipos de produtos e serviços. A facilidade de acesso é muito maior, a comodidade, a praticidade de se achar o produto, loja, serviço, que gera uma ótima conveniência para o cliente. Os custos são muito menores na maioria das vezes, do que se ter uma loja física, tanto para o cliente quanto para o empresário.

Para a realização da abertura da loja virtual, foi realizado um projeto de viabilidade econômico-financeira na cidade de Imbituba-SC, de modo a compreender as questões econômicas da cidade, além de poder abranger os conhecimentos a respeito das localidades dos bairros e suas características socioeconômicas, para mais de tomar conhecimento a respeito do salário médio e do PIB da cidade.

O projeto está estruturado em sete capítulos:

1. Introdução;
2. Senário socioeconômico da região e do município de Imbituba;
3. Planejamento empresarial;

4. Estudos de mercado e estratégias de marketing;
5. Planejamento operacional;
6. Planejamento financeiro;
7. Considerações finais.

## **2 CENÁRIO SOCIOECONÔMICO DA REGIÃO E DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA**

A seguir será descrito o Cenário Socioeconômico da Região e do Município de Imbituba, contendo o Histórico do Município, Informações Geográficas, Aspectos Sociais e Financeiros envolvendo os três Setores da Economia.

### **2.1 HISTÓRICO DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA**

A seguir, será relatada a história do município de Imbituba, com fonte nos dados obtidos no site da Prefeitura de Imbituba. As informações descrevem a história da cidade, de acordo com História (2014).

A Capitania de Santana surgiu no ano de 1534, quando as terras brasileiras foram divididas em capitanias. Os padres missionários Antônio Araújo e Pedro da Mota, chegaram a Imbituba em 1622, com o objetivo de catequizar os índios Carijós, 122 anos após o descobrimento do Brasil, fixando-se onde hoje está o Santuário de Santa Ana, em Vila nova. Os padres permaneceram em Vila Nova até 1624, quando seguiram para a região de Santo Antônio dos Anjos da Laguna, por ordem de seus superiores.

A incursão dos missionários em Vila Nova, não foi das mais felizes, tendo em vista as dificuldades criadas por parte de alguns homens, de espírito aventureiro, que não desejavam ver os índios catequizados. Assim, os padres abandonaram a missão, em apenas dois anos. Os índios Carijós que habitavam a região litorânea de Vila nova e Laguna moravam em choças de palha e obedeciam cegamente ao chefe da tribo, tal qual a cultura indígena da época. Os sambaquis existentes na região de Roça Grande e Barbacena comprovam a proliferação indígena na região de Imbituba. Cerca de seis famílias, oriundas de Laguna, trazendo um reduzido número de escravos, em 1675, cinquenta e três anos após a incursão missionária, se fixaram em Vila Nova, construíram alguns casebres, porém sem maior desenvolvimento. Desbravaram algumas áreas e iniciaram o plantio de cereais, sem conseguirem, no entanto, a formação de um povoado, espalhando-se em Vila Nova, Imbituba e Mirim. O início do povoamento de Imbituba se deu, praticamente, no ano de 1715, com a chegada do Capitão Manoel Gonçalves de Aguiar, quando, por determinação do Governador do Rio de Janeiro, realizava viagem de inspeção às colônias do sul do Brasil, ocasião em que verificou se tratar de uma região promissora, no setor da pesca. Os colonizadores que iniciaram o povoamento em 1715, vieram de São Vicente e faziam parte da expedição vicentista que se descolara, na época,

para o Sul do Brasil, O Capitão Manoel Gonçalves de Aguiar, em seu relatório ao Governador, terminada a inspeção, disse do desenvolvimento que alcançava a colonização em Imbituba, e recomendou a implantação de uma armação destinada à pesca da baleia, o que se tornaria realidade em 1796. Em 1720, chegou a Vila Nova uma expedição de imigrantes portugueses, composta de casais procedentes das ilhas dos Açores e da Madeira. Geralmente, eram casais novos e poucos trouxeram filhos. Recrutados por portugueses, levados pela ilusão da esperança de enriquecer, muitos eram iludidos ou obrigados, na época, a virem para o Brasil.

Contudo, homens afeitos ao trabalho, deflagraram imediatamente uma verdadeira luta pela colonização. Enquanto alguns começavam a preparar a terra para o plantio, outros se dedicavam à pesca. Possuíam alguma cultura e muita prática nas atividades agrícolas, iniciando o desmatamento em Imbituba, Vila nova e Mirim. Em Vila Nova, ficou a maioria dos açorianos. Daí a razão pela qual afirmam os historiadores, que Vila Nova foi fundada antes de Imbituba, que constituía, com o Mirim, na época, o povoado de “Vila Nova”. A colonização do Mirim desenvolveu-se paralelamente à de Vila Nova, com os mesmos efeitos dos vicentistas oriundos de Laguna e dos açorianos e madeirenses, com um destaque favorável a Mirim, referente à maior concentração pesqueira. Desde cedo, Mirim transformou-se num movimentado centro de pesca, dadas as excelentes condições da Lagoa do Mirim. Em 1747, os portugueses açorianos construíram uma capela em Vila Nova, colocando em seu altar principal a imagem de Santa Ana, trazida na expedição. Com a povoação em franco progresso, o Governador do Estado, Manoel Escudeiro Ferreira de Souza, pediu à Capitania de São Paulo que providenciasse nova leva de portugueses, pois a colonização alcançava bom grau de desenvolvimento. Em 1749, o Rei Dom João V autorizou o Conselho Ultramarino a promover a vinda de novas famílias madeirenses e açorianas para povoar o sul do país, em especial a região litorânea. Os novos imigrantes juntaram-se aos compatriotas pioneiros, espalhando-se entre Imbituba, vila Nova e Mirim. Novas casas foram construídas e desenvolveram-se consideravelmente a agricultura e a pesca. É sabido, contudo, entre os historiadores, que os açorianos não se identificavam com a agricultura, da mesma forma que com a pesca, em razão de suas origens voltadas as atividade pesqueiras. Assim, a agricultura era voltada mais para a subsistência. Com a pesca sempre desempenhou função principal na economia do litoral catarinense, a salga do peixe, introduzida no século XVIII, juntamente com a exploração da baleia e seus derivados, formaram uma das atividades da economia catarinense.

As atividades da pesca da baleia foram deflagradas no sul do Estado, por determinação do Marquês de Pombal, no ano de 1796. Em seu retorno ao Rio de Janeiro, após inspecionar os trabalhos de colonização em Imbituba, no ano de 1715, o Capitão Manoel Gonçalves de Aguiar havia recomendado ao Governador, a instalação de armação para a pescaria baleeira. A armação em Imbituba, a quarta do Brasil, foi fundada em 1796 por Pedro Quintela e João Ferreira Sola, os quais pagavam uma taxa de exploração à Coroa Real. Os lucros eram compensadores. Baleias de grande porte eram arpoadas quase semanalmente e rebocadas para os barracões, onde se procedia com o retalhamento e retirava-se a gordura para derreter em grandes caldeiras. O azeite apurado tinha dupla utilidade: era usado para iluminação pública das poucas cidades brasileiras, especialmente Rio de Janeiro e São Paulo; utilizava-se também na argamassa destinada às construções de fortalezas e edifícios, oferecendo-lhes resistência semelhante ao cimento, inexistente na época. A descoberta do petróleo americano, ente 1867 a 1870, com a consequente fabricação do querosene, constituiu-se no principal motivo da decadência da pesca da baleia, pois o azeite já não mais interessava para a iluminação pública das poucas cidades brasileiras. Outro fator de primordial importância foi o início da fabricação do cimento Portland, pois como se sabe, o azeite era aplicado à argamassa, para dar mais consistência às edificações de fortalezas e prédios. O querosene produzia iluminação superior àquela derivada do azeite e o cimento oferecia mais resistência à argamassa. A pesca da baleia extinguiu-se completamente em 1829. A Armação para a pesca da baleia foi fundada em 1796 e extinta em 1829. Imbituba passou a chamar-se "Armação de Imbituba". A pesca da baleia contribuiu para o surgimento da cidade de Imbituba. De acordo com dados históricos, alguns anos após a fundação de Laguna, em 1676, devem ter se fixado em seu território, os primeiros habitantes atraídos pela pesca. Em setembro de 1998, após uma campanha popular liderada pelo Projeto Baleia Franca e empresários locais, a Prefeitura Municipal de Imbituba decretou o Tombamento Histórico do sítio do Barracão da Baleia, e Lei Municipal posterior, que transferiu o sítio ao Projeto com vistas à sua restauração.

Com a ajuda da comunidade e dos antigos caçadores que participaram das atividades de captura e processamento das baleias, o Barracão da baleia foi reconstruído e hoje é o local do Museu da Baleia, primeiro da América do Sul a reunir informações sobre a saga das baleias, sua matança e luta pela sua preservação. Imbituba situa-se no coração da Área de Proteção Ambiental (APA) da Baleia Franca, criada por Decreto Federal em setembro de 2000, e que se destina a assegurar a adequada tranquilidade para as baleias francas que fazem da costa centro-sul de Santa Catarina o seu berçário, harmonizando as atividades humanas com as necessidades

de proteção ambiental. O Município, que participou ativamente da campanha para a criação desse santuário, cedeu ao IBAMA a estrutura necessária para sediar aqui a Gerencia da APA da Baleia Franca, contribuindo, assim, para sua efetiva implantação pelo Governo Federal. Além das baleias, a APA da Baleia Franca deve proteger uma parcela expressiva dos ambientes naturais costeiros que fazem de Imbituba um dos mais belos municípios da costa do Brasil. Hoje as baleias visitam o município de junho a novembro, propiciando o turismo de observação de baleias. A implantação de um porto destinado ao embarque do carvão foi objeto de estudos realizados por uma companhia de engenharia inglesa, orçando as obras em dois mil contos de réis.

O projeto constava em um quebra-mar com galerias tubulares ou arcadas submersas, que partindo do fundo do leito, vinham até abaixo do nível do mar, com a finalidade de evitar o assoreamento interno do porto. Por determinação do Governo, foi construído apenas um trapiche com 70 metros de extensão, misto de ferro e madeira. As obras de construção foram realizadas por engenheiros ingleses, no ano de 1871. No ano de 1919, com a morte de seus dois irmãos, vítimas da gripe Espanhola, Henrique Lage assumiu o cargo de Diretor Presidente da Companhia Nacional de Navegação Costeira, cumulando-o com a direção da Organização Henrique Lage. Então, com maiores recursos financeiros, passou à realização de diversas obras junto ao porto e às melhorias do mesmo, auxiliado decisivamente por Álvaro Carão. O Visconde de Barbacena cedeu terreno e autorizou o deferimento da licença, junto ao Ministério da Viação. As obras tinham por objetivo o embarque do carvão, que era produzido numa média de 80 toneladas mensais. Em novembro de 1922, foi mudada a razão social da Organização Henrique Lage, para Companhia Docas de Imbituba, cujas atividades tiveram início em janeiro de 1923, tendo como diretor o engenheiro Álvaro Monteiro de Barros Catão e gerente Sávio da Cruz Secco.

Estava, assim, fundada a Companhia Docas de Imbituba. À nova empresa, foram incorporadas todas as obras, equipamentos e terrenos considerados necessários ao desenvolvimento das atividades portuárias. Os navios da Companhia Nacional de Navegação Costeira passaram a fazerem escalas normais e programadas em Imbituba, nas viagens do Rio a Porto Alegre, e vice-versa. Em 1923, fundou-se a primeira entidade de classe em Imbituba: o Sindicato dos Trabalhadores em Armazéns e Trapiches, operando nos serviços de carga e descarga do porto. Por iniciativa de Álvaro Catão, foi construído um moinho para beneficiamento da farinha de mandioca e descascador de arroz, a fim de servir os exportadores

do sul do Estado. Com o apoio de Henrique Lage, o engenheiro Álvaro Catão passou a desenvolver intensa atividade no setor portuário e transporte ferroviário, pois também exercia o cargo de diretor da Estrada de Ferro Dona Tereza Cristina. Iniciou uma série de obras, para dotar Imbituba de modernas instalações para embarque mecanizado de carvão. Executou ainda, várias obras indispensáveis ao funcionamento do porto, tais como um quebra-mar externo que assegurou, por vários anos, uma proteção às instalações existentes. Mandou construir armazéns para carga geral e local, prédios para escritórios e administração e cooperativa para atender a seus funcionários. Os trabalhadores do porto efetuavam compras conforme suas necessidades, pagando no fim do mês, através de descontos em suas folhas de pagamento, facilitando a aquisição das mercadorias com pequena margem de lucro, na forma de cooperativada. Na ala esquerda do prédio, ficava à disposição, secos e molhados (carnes, farinha, feijão, banha, pão vendido a peso, etc.) e na ala direita uma completa loja de tecidos, calçados, cama, mesa, banho, louças, perfumaria e outros produtos.

Em 9 de junho de 1931, o Presidente da República, pelo Decreto nº 20.089, determinou o aproveitamento ou consumo obrigatório de 10% de carvão nacional, em relação à tonelagem importada, abrindo mais perspectivas ao produto catarinense, assegurando-lhe, pela primeira vez, mercado consumidor certo e defendendo-o, assim, parcialmente, da concorrência do carvão importado com câmbio especial, dadas as dificuldades que o Governo Federal passou a enfrentar pela falta de combustível. Nessas condições, tornou-se evidente a necessidade de um escoadouro, por onde pudesse o carvão nacional atingir o mercado consumidor. Diante disso, Henrique Lage resolveu dar início, com recursos próprios, à execução das obras que considerava essencial, começando a construção da proteção ao primeiro trecho de cais, com a extensão de 100 metros. Nove anos após, nova legislação em favor do carvão nacional, reanimou Henrique Lage. O Decreto-Lei nº 2667, de 3 de outubro de 1940, que “dispõe sobre o melhor aproveitamento do carvão nacional”, entre outras medidas, elevou para 20% a taxa de consumo obrigatório de carvão brasileiro.

Quanto ao porto, o art. 3º, letra “f”, do referido Decreto Lei, estabeleceu o aparelhamento do Porto de Imbituba, mediante concessão para sua construção e exploração. A Companhia Docas de Imbituba, em requerimento de 11 de Novembro de 1940, dirigido ao Ministério da Viação e Obras Públicas, fez o pedido de concessão para a construção, aparelhagem e exploração do Porto de Imbituba, que foi deferido pelo Departamento Nacional de Portos e Navegação. Assim, o Governo Federal deu à Companhia Docas de Imbituba o

direito à exploração dos serviços portuários, pelo prazo de 70 anos, a partir de 6 de novembro de 1942, a terminar no ano de 2012. Em 6 de novembro de 1942, foi assinado um contrato, concedendo permissão à Companhia Docas de Imbituba, para realizar as obras, o aparelhamento e a exploração do tráfego do Porto de Imbituba. O contrato de concessão foi registrado em 15 de dezembro de 1942, pelo Tribunal de Contas da União. Ainda em 1942, foram concluídas e inauguradas as obras que se constituíam em um trecho de cais, de 100 metros, com respectivas instalações mecânicas para o embarque do carvão, com capacidade para 300 t/hora. No ano seguinte, 1943, o Governo determinou a instalação, em Imbituba, da Delegacia da Marinha Mercante que, em 30 de dezembro de 1970, pelo Decreto Federal nº 67.992, passou a denominar-se “Superintendência Nacional de Marinha Mercante – SUNAMAM”. No dia 13 de dezembro de 1957, o Decreto nº 42.805, do Ministério da Marinha, criou a Agência da Capitania dos Portos, em Imbituba. Em 1969, com a edição do Decreto 64.004, o Governo Federal, em 20 de janeiro, elevou a agência a “Delegacia da Capitania dos Portos”.

Com o falecimento de Henrique Lage, em 3 de julho de 1941, e o de Álvaro Monteiro de Barros Catão, em 18 de agosto do mesmo ano, a Cia Docas passou a funcionar sob nova orientação, tendo à frente o engenheiro Francisco Catão. A nova administração continuou as obras de ampliação do porto. Essas obras foram inauguradas em 1º de dezembro de 1970. A ampliação do Porto de Imbituba se constituiu sempre numa preocupação da empresa concessionária e do Departamento Nacional de Portos e Vias Navegáveis. Na década de 70, o porto recebia, diariamente, três composições férreas de 3.000 toneladas de carvão e granel. A quase totalidade desta carga era proveniente do Lavador de Capivari, distante de Imbituba de viagem de pouco mais de uma hora e trinta minutos. Nesse lavador, o carvão recebia o tratamento para retirar as impurezas. Quanto à profundidade do cais, Imbituba supera qualquer porto do Estado, equiparando-se aos maiores portos do Brasil, como Recife e Rio Grande. Por outro lado, o Porto de Laguna ficou caracterizado regionalmente como um porto pesqueiro, em função dos problemas de assoreamento da barra de acesso.

Em 1978, o Porto de Imbituba continuava praticamente com as mesmas instalações que possuía em 1942, com exceção da ampliação do cais nº 1, iniciada em 1969. Naquele ano, os equipamentos eram suficientes para atender à demanda, mas 36 anos após, com a evolução tecnológica dos navios, que eram construídos cada vez maiores, possibilitando transportar quantidade de carga sempre crescente, tornaram-se necessários investimentos urgentes. A revista Carvão de Pedra, em 1978, chamou a atenção para o problema portuário, fazendo uma

denúncia sobre os preços elevados dos serviços que, somados à falta de aparelhagem moderna, retardavam o seu carregamento. Assim, durante o ano de 1979, o Porto de Imbituba iniciou a reestruturação das suas instalações para atender às necessidades da Indústria Carboquímica Catarinense - ICC. Foi construído, dessa forma, um cais especial, em parceria com o Governo Federal, incorporado ao patrimônio da Companhia Docas de Imbituba. O sistema de correias montado nesse cais era reversível, isto é, tanto carregava como descarregava cargas sólidas. A crise do petróleo, que envolveu os países capitalistas centrais numa crise de abastecimento desse combustível, desenvolveu, em alguns países periféricos, como o Brasil, uma estrutura gigantesca para que o carvão fosse movimentado e substituísse industrialmente, com maior agilidade, a falta de petróleo. A partir de 1987, as instalações do porto passaram a servir tanto para carregar carvão, como ácido fosfórico. O programa energético brasileiro (final dos anos 70) exigiu a mecanização das operações de recebimento, estocagem e recuperação através de carvão e das correias transportadoras. Os reflexos das restrições operacionais já estavam comprometendo o funcionamento da RFFSA (Rede Ferroviária Federal), pois algumas vezes retinham mais de 300 vagões.

Era, sem dúvida, uma necessidade exigida principalmente pelos mineradores, mas que não ocorreu antes, por falta de recursos ao longo da ferrovia, entre Imbituba e Capivari. Os investimentos foram feitos por empresas estatais e privadas, entre elas a Petrobrás (Empresa de Portos do Brasil) e CAEB (Companhia Auxiliar das Estatais Brasileiras, responsável pela comercialização do carvão nacional), além da própria Companhia Docas e da Navegação Norsul (empresa privada de agenciamento marítimo). Assim, estariam resolvidas as restrições e as críticas ao embarque do carvão.

Durante três anos, o sistema conjunto de embarque de carvão atendeu às expectativas, mas, com o fim do subsídio, a sua movimentação decresceu drasticamente, transformando o sistema em peça obsoleta na área portuária. Como consequência da falta de uso e manutenção, as esteiras transformaram-se em sucata. A crise do petróleo estava chegando ao fim. Diante desse quadro, o carvão deixou de ser prioridade. No período inicial de utilização do porto, (1920), Henrique Lage e sua equipe concretizaram alguns projetos e idealizaram outros. No entanto, todo esse processo necessário à construção de um porto organizado levaria alguns anos para ser efetivado. Uma das primeiras medidas tomadas foi a construção do primeiro cais, de 140m, que até 1968 seria o único cais no porto. A sua ampliação era fundamental para dar continuidade ao escoamento do mineral e ampliar a capacidade de cabotagem. Dessa forma, a

construção de mais um cais, na sequência do primeiro cais nº 1, permitiu a ampliação da capacidade de movimentação portuária. Dez anos depois do início da construção do segundo cais (1978), foi construído o terceiro cais, com recursos do Governo federal, medindo 245 metros de comprimento, destinado a tornar viável o escoamento da produção da ICC. Completando os investimentos, também foi montada uma esteira, cujo objetivo era transportar, principalmente, rocha fosfórica até os depósitos da ICC, o que deveria evitar o transporte rodoviário. O último a ser construído foi o cais nº 4, com 24 m de frente e 96 m<sup>2</sup> de plataforma. Foi projetado especialmente para as embarcações do tipo Roll-on – Roll-off. Este cais tem peculiaridades próprias e específicas para o descarregamento e carregamento de carretas. A movimentação ocorreu mais intensamente de 1986 até 1991, quando a Hipermodal transportava bobinas de aço vendidas pela USIMINAS, ao Sul do Estado. Quando esse navio retornava para Vitória, algumas vezes transportava milho da mesma forma, em carretas (frete de retorno). Esta movimentação chegou a representar 18 % do total movimentado pelo porto naquele ano. O encerramento das atividades da Hipermodal, em janeiro de 1991, ocorreu em virtude da não renovação do contrato por este sistema. A USIMINAS foi privatizada e não considerou viável continuar o mesmo sistema de transporte. Desde então, o cais nº 4 transformou-se numa área ociosa.

Em 1990, a movimentação de carvão no cais nº 1 e 2 corresponde ao total de 63% das cargas movimentadas no porto. Nesse momento, o carvão já encontrava uma sensível diminuição na movimentação, em função da extinção dos subsídios do carvão. Todos os cais são dotados de infraestrutura que garante certos serviços essenciais aos navios, como água, luz, telefone e combustível. Praticamente, todos os cais possuem em média 9,5 metros de profundidade, o que garante a atracação de navios de maior porte. Em 1995, a empresa FRANGOSUL arrendou uma área contígua ao cais nº 2 e lá construiu um frigorífico com capacidade de 3.800 toneladas de congelados. Ao lado do cais nº 3, está localizado uma área destinada ao depósito de contêineres, contando com 25.855 m<sup>2</sup>, pavimentada com asfalto, cercada com alambrado e devidamente iluminada, com capacidade de estoque de até 1.500 contêineres. Este terminal foi intensamente utilizado de 1993 a 1995, quando atingiu seu ápice. A movimentação de contêineres é muito disputada pelos demais portos catarinenses, o que gera intensa concorrência de preços, aviltando os serviços prestados. Em 1995, a diretoria da Cia Docas, entendendo que os preços estavam muito baixos e não cobriam os custos portuários, decidiu aumentar as tarifas praticadas, em 150%. O resultado foi o cancelamento de todos os contratos. Os investimentos em equipamentos são fundamentais para garantir a agilidade e

preços competitivos. Com certeza, não foi o que ocorreu no Porto de Imbituba, pois ninguém imaginava que o Governo Federal deixasse de impulsionar a mineração do sul do Estado.

Assim, a crise deflagrada no fim da década de 80, demonstrou a dimensão da dependência da cidade, com relação às decisões governamentais. Todas as dificuldades na diversificação das cargas foram impulsionadas pela falta de inversões que deixaram de ocorrer, tanto no porto, como na própria cidade, o que agravou os problemas relacionados à dependência econômica e social da cidade em relação ao funcionamento do porto. A partir do ano 2000, o Porto de Imbituba começou a agir como autoridade portuária, apenas administrando as operadoras instaladas em sua área de atuação (NEU, 2003, p.60/61). O Porto de Imbituba foi administrado, por cerca de 40 anos, pelo Eng.º Octávio Ribeiro de Castro. No ano de 1988, o Eng.º Gilberto Barreto da Costa Pereira assumiu a direção da área portuária, com o objetivo de modernizar a prestação dos serviços portuários, permanecendo na função durante oito anos, quando foi substituído. Os administradores que se seguiram não ficaram no cargo por mais de dois anos consecutivos. Atualmente, o porto é administrado pelo Eng.º Jesiel Pamato de Souza. O Padre Dr. Itamar Luís da Costa chegou a Imbituba, onde passou a ocupar o posto de Vigário da Paróquia, em 29 de janeiro de 1956, continuando, entretanto, como Vigário de Imaruí até julho de 1957, quando se transferiu definitivamente para Imbituba. A abertura do hospital São Camilo aconteceu dia 22 de junho de 1963, com celebração de Missa Campal em frente ao Hospital. Antes o povo era servido pelos hospitais de Laguna e Tubarão. Muitas mães passaram os maiores sacrifícios nas viagens, primeiro pela praia de Imbituba a Laguna, pois não havia estradas.

No governo de Nereu Ramos, a estrada foi construída, mas os trabalhos continuavam. Padre Dr. Itamar Luiz da Costa sentiu a necessidade de se construir um Hospital. Com o apoio da comunidade foi lançada a pedra fundamental, com missa campal, na área doada pelo Dr. Francisco Catão, no bairro Paes Leme. Um dos ícones industriais de Santa Catarina no século 20, a empresa foi uma das responsáveis pelo forte desenvolvimento da cidade e chegou a empregar mais de mil funcionários. Junto com o Porto de Imbituba, representou uma das principais atividades econômicas do município. Foram quase 90 anos de história. Criada por Henrique Lage em 1919 com o nome de “Cerâmica Henrique Lage”, a indústria tinha a finalidade de fabricar louças para suprir os navios passageiros da Organização Henrique Lage, que na época faziam a linha Rio-Imbituba-Porto Alegre. Passados os primeiros anos, foi abolida a fabricação de louças e iniciada a produção de azulejos. Com o falecimento do fundador em

1941, a Cerâmica esteve à beira da falência. Para tentar salvar a indústria do fracasso, sua esposa Gabriela Besanzoni Lage nomeou Dr. João Rimsa como diretor gerente. Sob a sua administração a empresa passou a prosperar, e em 1951 já contava com 300 operários. Na década de 1990, quando a população de Imbituba contava cerca de 30 mil habitantes, a Indústria Cerâmica Imbituba chegou a empregar 1,3 mil funcionários, tornando-se o coração da cidade. Era reconhecida no mercado de revestimentos cerâmicos, e possuía parcerias nacionais e internacionais. A empresa encerrou suas atividades em 2009. Em 1923, Imbituba obteve sua primeira emancipação político-administrativa, cujo prefeito, então chamado de superintendente municipal, foi Álvaro Monteiro de Barros Catão. O primeiro prefeito eleito ficou no poder até 1930, quando o município foi extinto pelo governador provisório do sul de Santa Catarina. A segunda emancipação ocorreu somente em 21 de junho de 1958, sendo eleito como prefeito Walter Amadei Silva.

O Município foi criado pela Lei nº 1451, de 30 de agosto de 1923, e instalado em 1 de janeiro de 1924. O primeiro prefeito de Imbituba foi o engenheiro Álvaro Monteiro de Barros Catão, tendo Úgero Pittigliani como vice-prefeito. Em 6 de outubro de 1930, pelo Decreto nº 1 do Governador Provisório do Sul do Estado, coronel Fontoura Borges do Amaral, Imbituba teve suprimida sua autonomia como município. Em outubro de 1949 a Assembléia Legislativa do Estado mudou o nome "Imbituba" para "Henrique Lage", sendo que em 6 de outubro de 1959, através de Projeto de Lei de autoria do então Deputado Ruy Hülse, que se transformou na Lei nº 446/59, "Henrique Lage" passou a denominar-se novamente "Imbituba". Em 21 de junho de 1958, pela Lei Estadual nº 348/58, ocorreu à segunda emancipação de Imbituba, então denominada Henrique Lage. O município foi instalado em 5 de agosto de 1958, tendo como Prefeito Provisório o Sr. Walter Amadei Silva.

## 2.2 ASPECTOS GEOGRÁFICOS DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA

A seguir serão apresentados aspectos geográficos do município de Imbituba, sua área física, os municípios que fazem limite, seu relevo, seus bairros e localidades, os mapas, as principais distâncias rodoviárias com as principais cidades e capitais do Brasil, e a bandeira do município.

### 2.2.1 Localização do Município de Imbituba

O município de Imbituba, com densidade demográfica de 219,59 hab./km<sup>2</sup>, se encontra na região Sul do Brasil, localizado no Litoral Sul do Estado de Santa Catarina. Faz parte da microrregião chamada AMUREL (Associação dos Municípios da Região de Laguna). Fica localizado a uma latitude de 28° 14' 24" Sul, e longitude de 48° 40' 13" Oeste, com uma altitude média de 30 metros em relação ao nível do mar.

Apresenta um clima quente e temperado. Existe uma pluviosidade significativa ao longo do ano. Mesmo o mês mais seco, ainda assim, tem muita pluviosidade. O clima é classificado como Cfa de acordo com a Köppen e Geiger. Imbituba tem uma temperatura média de 19.9 °C. Pluviosidade média anual de 1435 mm.

### 2.2.2 Área Física do Município de Imbituba

A seguir será apresentada uma tabela referente à área física do município de Imbituba, classificada em área urbana e área rural.

Tabela 1 – Área física do Município de Imbituba.

<b>Área Física em km<sup>2</sup></b>		
<b>Urbana</b>	<b>Rural</b>	<b>Total</b>
224	129	441

Fonte: IBGE, 2019.

### 2.2.3 Municípios que Fazem Limite com o Município de Imbituba

Os municípios que fazem limite territorial com Imbituba são: Garopaba, Imaruí, Laguna e Paulo Lopes.

### 2.2.4 Relevo do Município de Imbituba

O relevo do município de Imbituba é de característica de planície costeira (litoral) com incidência de morros, morrotes e grandes elevatórios.

### 2.2.5 Bairros e Localidades do Município de Imbituba

Imbituba é dividida em três distritos: Sede, Vila Nova e Mirim. Dentro deles, seus respectivos bairros.

O quadro abaixo apresenta os três distritos de Imbituba, assim como os bairros pertencentes a cada distrito.

Quadro 1 – Bairros e Distritos do Município de Imbituba.

<b>Distrito</b>	<b>Bairro</b>	<b>Distrito</b>	<b>Bairro</b>	<b>Distrito</b>	<b>Bairro</b>
Sede	- Centro	Vila Nova	- Vila Nova	Vila Nova	- Mirim
	- Paes Leme		- Vila Santo Antônio		- Morro do Mirim
	- Ribanceira		- Porto da Vila		- Nova Brasília
	- Village		- Sagrada Família		- Campestre
	- Vila Alvorada		- São Tomás		- Sambaqui
	- Vila Nova Alvorada		- Campo d'Aviação		- Arroio do Rosa
	- Vila Esperança		- Guaíuba		- Alto Arroio
	- Barra da Ibraquera		- Roça Grande		- Arroio
			- Boa vista		- Ibraquera
			- Itapirubá		- Araçatuba
		- Penha			
		- Campo d'uma			

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

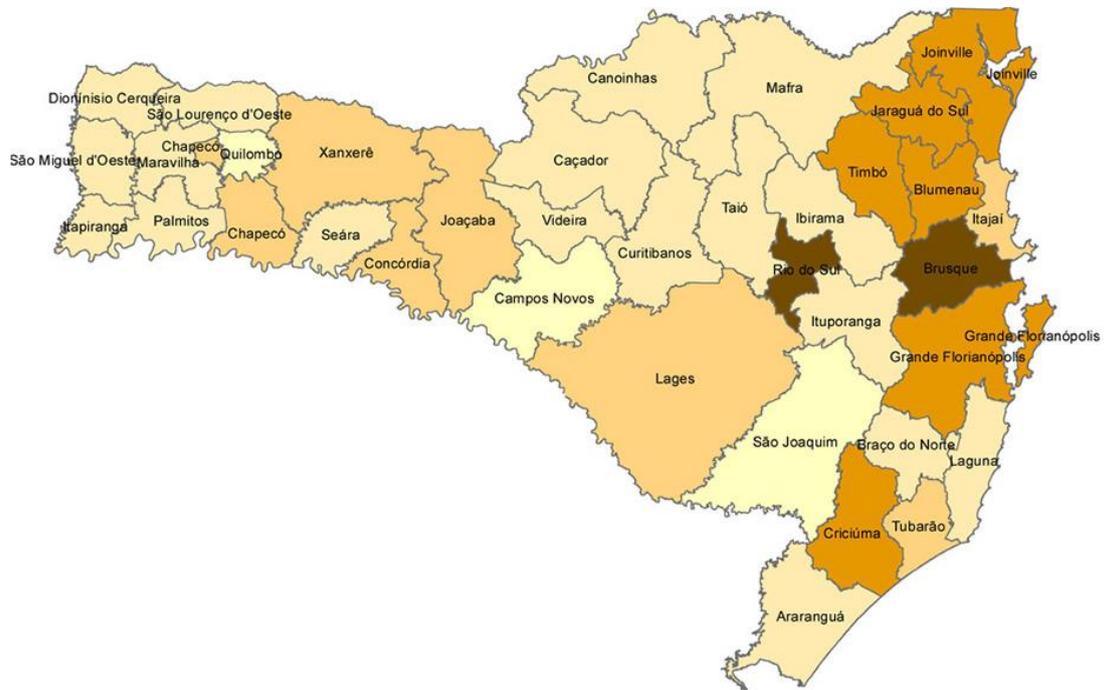
### 2.2.6 Mapas

A seguir, serão apresentadas três figuras. A primeira é referente ao mapa do Estado de Santa Catarina, assim como suas respectivas cidades.

A segunda figura é referente aos municípios da região da Amurel (Associação dos Municípios da Região de Laguna).

A terceira figura representa o mapa do município de Imbituba, assim como os respectivos bairros e praias do município.

Figura 1 – Mapa do Estado de Santa Catarina



Fonte: Google imagens, 2019.

Figura 2 – Mapa da Amurel (Associação dos Municípios da Região de Laguna)



Fonte: Site da AMUREL, 2019.

Figura 3 – Mapa do Município de Imbituba.



Fonte: Portal OGMO Imbituba, 2019.

### 2.2.7 Principais Distâncias Rodoviárias do Município de Imbituba com as Principais Cidades e Capitais do Brasil

O quadro abaixo representa as principais distâncias rodoviárias entre o município de Imbituba e as principais cidades e capitais do Brasil.

Quadro 2 - Principais Distâncias Rodoviárias do Município de Imbituba com as Principais Cidades e Capitais do Brasil.

<b>Principais cidades</b>	<b>Estado</b>	<b>Km</b>
Laguna	SC	34
Tubarão	SC	49
Florianópolis	SC	92
Criciúma	SC	103
Balneário Camboriú	SC	155
Itajaí	SC	170
São Joaquim	SC	181
Navegantes	SC	186
Blumenau	SC	222
Joinville	SC	250
Lages	SC	251
Jaraguá do Sul	SC	260
São Francisco do Sul	SC	263
Chapecó	SC	577
Curitiba	PR	377
Porto Alegre	RS	379
São Paulo	SP	770
Rio de Janeiro	RJ	1210
Belo Horizonte	MG	1363
Vitória	ES	1647
Brasília	DF	1742
Salvador	BA	2729
Recife	PE	3561

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

### 2.2.8 Bandeira do Município de Imbituba

A figura a seguir representa a bandeira do município de Imbituba.

Figura 4 – Bandeira do Município de Imbituba.



Fonte: Portal do Município de Imbituba, 2019.

## 2.3 ASPECTOS POPULACIONAIS DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA

A seguir serão apresentados os dados populacionais do município de Imbituba, tais como: População Total, Urbana e Rural, sua Distribuição Segundo Gênero, Localização e Faixa Etária.

### 2.3.1 População Total

A população total do município de Imbituba, segundo o último censo realizado em 2010, é de 40.170 habitantes. Em 2018, o IBGE estimou um aumento para 44.412 habitantes, que representaria 0,8% da população total estimada do estado de Santa Catarina.

### 2.3.2 Distribuição Populacional Segundo Gênero e Localização do Município

Segundo dados recolhidos em 2010 pelo IBGE, os homens representavam 49% da população total, enquanto as mulheres representavam 51% deste total.

Na tabela abaixo, encontra-se a divisão da população urbana e rural segundo gênero e localização do município de Imbituba entre os anos de 2007 e 2010.

Tabela 2 – Distribuição Populacional Segundo Gênero e Localização do Município nos anos de 2007 e 2010.

Ano	Gênero		Localização		Total
	Masculino	Feminino	Urbana	Rural	
2007	24.384	25.384	39.367	10.170	49.537
2010	25.305	26.257	40.655	10.907	51.562

Fonte: IBGE, 2019.

### 2.3.3 Faixa Etária da População do Município de Imbituba

A população, segundo pesquisas realizadas em 2010, indicava que jovens (do nascimento aos 19 anos) representavam 11.706 habitantes, adultos (20 a 59 anos) 23.148 habitantes e idosos (60 anos ou mais) 5.316 habitantes.

A tabela a seguir apresenta a faixa etária da população do município de Imbituba no ano de 2010.

Tabela 3 - Faixa Etária da População do Município de Imbituba no ano de 2010.

Faixa Etária	População
0 a 4 anos	2.367
5 a 9 anos	2.713
10 a 14 anos	3.257
15 a 19 anos	3.358
20 a 24 anos	3.255
25 a 29 anos	3.180
30 a 34 anos	2.919
35 a 39 anos	2.943
40 a 44 anos	2.931
45 a 49 anos	3.023
50 a 54 anos	2.711
55 a 59 anos	2.186
60 a 64 anos	1.755
65 a 69 anos	1.338
70 a 74 anos	1.305
75 a 79 anos	971
80 a 84 anos	409
85 a 89 anos	185
90 a 94 anos	54
95 a 99 anos	20
Mais de 100 anos	2

Fonte: IBGE, 2019.

## 2.4 ASPECTOS SOCIAIS DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA

Neste tópico serão apresentados dados Sociais do Município de Imbituba, tais como: Educação, Saúde, Renda *Per Capita*, Número de Domicílios e IDH-M (Índice de Desenvolvimento do Município).

### 2.4.1 Educação

A seguir serão mostrados dados referentes ao Número de Alunos Matriculados por Dependência Administrativa e por Modalidade de Ensino e Taxa de Analfabetismo no Município de Imbituba.

A tabela abaixo representa o número de alunos matriculados por dependência administrativa no município de Imbituba entre os anos de 2006 e 2015.

Tabela 4 – Número de Alunos Matriculados por Dependência Administrativa do Município de Imbituba no período de 2006 a 2015.

<b>Ano</b>	<b>Municipal</b>	<b>Estadual</b>	<b>Federal</b>	<b>Privada</b>	<b>Total</b>
2006	2.794	6.880	-	2.244	11.918
2007	2.272	5.862	-	1.517	9651
2009	2.415	5.971	-	1.596	9.982
2012	2.136	5.333	-	1.557	9.026
2015	1.398	4.257	-	1.523	7.178

Fonte: IBGE, 2019.

A tabela abaixo representa a distribuição do número de alunos matriculados por modalidade de ensino no município de Imbituba no ano de 2017.

Tabela 5 – Distribuição do Número de Alunos Matriculados por Modalidade de Ensino no Município de Imbituba em 2017.

<b>Modalidades</b>	<b>Detalhamento</b>	<b>Nº de Alunos</b>
Educação Infantil	Creche	729
	Pré-Escola	1.082
Ensino Fundamental	1 <sup>a</sup> a 4 <sup>a</sup> Série (Anos iniciais)	2.924
	5 <sup>a</sup> a 8 <sup>a</sup> série (Anos finais)	2.536
Ensino Médio	-	1.261

Ensino Profissional (Nível Técnico)	-	141
EJA (Presencial)	Fundamental 2	315
	Médio 2	274
EJA (Semipresencial)	Fundamental	-
	Médio	-
Educação Especial (Alunos de Escolas Especiais, Classes Especiais e Incluídos)	Creche	17
	Pré-Escola	6
	1ª a 4ª Série (Anos iniciais)	163
	5ª a 8ª série (Anos finais)	49
	Médio	4
	EdProf. Nível Técnico	-
	EJA Fundamental	-
	EJA Médio	-
	Total	-

Fonte: INEP, 2019.

#### 2.4.1.1 Taxa de Analfabetismo da Microrregião da Amurel

A taxa de analfabetismo é um termo referente a pessoas que não sabem ler nem escrever. Seu surgimento ocorre devido à falta de aprendizagem, sendo notório um menor índice de analfabetismo em países com programas de escolarização obrigatória.

A tabela abaixo representa a taxa de analfabetismo da microrregião da Amurel no ano de 2010.

Tabela 6 – Taxa de Analfabetismo da Microrregião da Amurel em 2010.

<b>Cidade</b>	<b>Taxa de Analfabetismo</b>
Armazém	5,1
Braço do Norte	3,9
Capivari de Baixo	3,8
Grão Pará	4,0
Gravatal	4,8
Imaruí	12,6
Imbituba	4,8
Jaguaruna	6,6
Laguna	5,9

Pedras Grandes	4,1
Pescaria Brava	-
Rio Fortuna	2,5
Sangão	7,2
Santa Rosa de Lima	3,4
São Ludgero	3,6
São Martinho	4,7
Treze de Maio	5,1
Tubarão	3,6

Fonte: IBGE, 2019.

## 2.4.2 Saúde

A seguir serão apresentados aspectos ligados à área da Saúde do Município de Imbituba, como: Taxa Bruta de Natalidade, Taxa de Mortalidade Infantil, Expectativa de Vida, Morbidade Hospitalar, Número de Estabelecimentos e Número de Profissionais na saúde.

### 2.4.2.1 Taxa Bruta de Natalidade

A taxa bruta de natalidade é o número de nascidos vivos, por mil habitantes, na população residente em determinado espaço geográfico, no ano considerado.

A tabela abaixo representa a taxa bruta de natalidade no município de Imbituba e no Estado de Santa Catarina, entre os anos de 2004 e 2008.

Tabela 7 – Taxa bruta de Natalidade no município de Imbituba e Estado de Santa Catarina no período 2004 a 2008.

Ano	Imbituba	Santa Catarina
2004	12,2	15,5
2005	13,26	14,8
2006	11,98	15,0
2007	11,57	14,4
2008	13,25	14,1

Fonte: Ministério da Saúde, Sistema de Informações de Nascidos Vivos (SINASC), 2019.

#### 2.4.2.2 Taxa de Mortalidade Infantil

A Mortalidade infantil consiste na morte de crianças no primeiro ano de vida e é a base para calcular a taxa de mortalidade infantil, que consiste na mortalidade infantil observada durante um ano, referida ao número de nascidos vivos do mesmo período.

A tabela abaixo representa a taxa de mortalidade infantil no município de Imbituba e no Estado de Santa Catarina, entre os anos de 2013 e 2017.

Tabela 8 – Mortalidade Infantil no município de Imbituba e no Estado de Santa Catarina no Período 2013 a 2017.

<b>Ano</b>	<b>Imbituba</b>	<b>Santa Catarina</b>
2013	17,58	10,46
2014	17,86	10,11
2015	13,38	9,93
2016	4,69	8,75
2017	9,13	9,93

Fonte: IBGE, 2019.

#### 2.4.2.3 Expectativa de Vida

A expectativa de vida consiste na estimativa do número de anos que um indivíduo possa viver. Sendo fatores influentes para essa longevidade: serviços de saneamento ambiental, alimentação, índice de violência, poluição, serviços de saúde, educação, entre outros.

A tabela abaixo representa a expectativa de vida no município de Imbituba e no Estado de Santa Catarina, entre os anos de 2010 e 2016.

Tabela 9 – Expectativa de Vida no Município de Imbituba e no Estado de Santa Catarina no Período 2010 a 2016.

<b>Ano</b>	<b>Imbituba</b>	<b>Santa Catarina</b>
2010	77,09	-
2014	-	78,4
2015	-	75,0
2016	-	79,1

Fonte: IBGE, 2019.

#### 2.4.2.4 Morbidade Hospitalar do Município de Imbituba

A morbidade ou morbilidade hospitalar, como dito, consiste na taxa de indivíduos portadores de determinada doença dentro de um grupo específico, a partir de certo período de análise, que foram internados e que foram a óbito numa unidade hospitalar.

A tabela abaixo representa a taxa de morbidade hospitalar segundo gênero no município de Imbituba entre os anos de 2010 e 2014.

Tabela 10 – Morbidade Hospitalar Segundo Gênero no Município de Imbituba no Período 2010 a 2014.

<b>Ano</b>	<b>Homens</b>	<b>Mulheres</b>	<b>Internações</b>
2010	43	36	3.548
2011	42	42	3.830
2012	37	45	4.198
2013	70	59	3.815
2014	70	62	3.811

Fonte: Ministério da Saúde, CNES, 2019.

#### 2.4.2.5 Número de Estabelecimentos na Área da Saúde no Município de Imbituba.

A tabela abaixo representa o número de estabelecimentos na área da saúde no município de Imbituba, no ano de 2018.

Tabela 11 - Número de Estabelecimentos na Área da Saúde em Imbituba em 2018.

<b>Gênero</b>	<b>Nº de Estabelecimentos</b>
Federal	-
Municipal	30
Privado	13
Total	43

Fonte: Ministério da Saúde, CNES, 2019.

#### 2.4.2.6 Profissionais Vinculados a Área da Saúde no Município de Imbituba

A tabela abaixo representa o número de profissionais vinculados a área da saúde, por tipo de categoria, no município de Imbituba no ano de 2014.

Tabela 12 – Número de Profissionais Vinculados por tipo de categoria no município de Imbituba em 2014.

<b>Recursos Humanos Vinculados Segundo as Categorias Seleccionadas</b>	<b>Imbituba</b>
Médicos	122
Anestesista	3
Cirurgião Geral	7
Clínico Geral	38
Gineco Obstetra	12
Médico de Família	15
Pediatra	16
Psiquiatra	1
Radiologista	2
Cirurgião Dentista	39
Enfermeiro	21
Fisioterapeuta	14
Fonoaudiólogo	2
Nutricionista	15
Farmacêutico	16
Assistente Social	5
Psicólogo	7
Auxiliar de Enfermagem	79
Técnico de Enfermagem	12

Fonte: IBGE, 2019.

### 2.4.3 Renda *Per Capita* do Município de Imbituba

O conceito de renda *per capita* evidencia indicadores socioeconômicos que avaliam o grau de desenvolvimento econômico de um determinado lugar. Consiste na divisão do coeficiente da renda nacional (produto nacional bruto subtraído dos gastos de depreciação do capital e os impostos indiretos) pela sua população. Contudo este coeficiente pode omitir disparidades na distribuição de renda, ou seja, um país pode apresentar um elevado coeficiente de renda *per capita*, todavia, possuir um alto índice de concentração de renda.

A tabela abaixo representa a renda *Per Capita* do município de Imbituba no período de 2000/2010.

Tabela 13 - Renda *Per Capita* do Município de Imbituba no Período 2000/2010.

<b>Ano</b>	<b>2000</b>	<b>2010</b>
Renda <i>Per Capita</i>	330,35	768,81

Fonte: PNUD, IPEA e FJP, 2019.

#### 2.4.4 Número de Domicílios do Município de Imbituba

A tabela abaixo representa o número de domicílios no município de Imbituba no ano de 2010, categorizados entre domicílios alugados, cedidos e próprios.

Tabela 14 – Número de Domicílios no Município de Imbituba no Ano de 2010.

<b>Tipologia</b>	<b>Número de Domicílios</b>	<b>Percentual</b>
Alugado	672	4,7%
Cedido	503	3,5%
Próprio	13.164	91,8%
Outras condições	-	0,1%

Fonte: IBGE, 2019.

#### 2.4.5 Índice de Desenvolvimento Humano (IDH-M) do Município de Imbituba

Este índice serve para avaliar a qualidade de vida e o desenvolvimento econômico de uma determinada população. O índice de desenvolvimento humano varia entre 0 (nenhum desenvolvimento humano) e 1 (desenvolvimento humano total), revelando que quanto maior a proximidade de 1, mais desenvolvido é o país.

A tabela abaixo representa o IDH do município de Imbituba entre os anos de 2000 e 2010.

Tabela 15 – Índice de Desenvolvimento Humano (IDH-M) do Município de Imbituba no Período 2000/2010.

<b>Ano</b>	<b>Renda</b>	<b>Longevidade</b>	<b>Educação</b>	<b>IDH-M</b>
2000	0,665	0,821	0,530	0,658
2010	0,734	0,871	0,703	0,765

Fonte: IBGE, 2019.

### 2.5 INFRAESTRUTURA DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA

Neste tópico serão apresentados dados sobre o Saneamento Básico, Coleta de Lixo e Energia Elétrica no Município de Imbituba.

#### 2.5.1 Saneamento Básico

A tabela abaixo representa os indicadores municipais de saneamento básico de Imbituba e do Estado de Santa Catarina, no ano de 2010.

Tabela 16 - Indicadores Municipais de Saneamento Básico de Imbituba e do Estado de Santa Catarina no Ano de 2010.

Indicadores de Saneamento Básico	Imbituba		Santa Catarina	
	Domicílios	% Relativo	Domicílios	% Relativo
Ligados a rede de esgoto ou Pluvial	203	2.0%	579.576	29,10%
Fossa séptica	8.769	84.8%	947.168	47,5%
Fossa rudimentar	992	9.6%	384.013	19,3%
Vala	108	1.0%	44.168	2,2%
Rio, lago ou mar	50	0.5%	24.524	1,2%
Outro escoadouro	24	0.2%	7.887	0,4%
Sem banheiro ou sanitário	189	1.8%	5.761	0,3%
Total de domicílios	10.335	100,0%	1.993.097	100,0%

Fonte: SEBRAE, 2019.

### 2.5.2 Coleta de Lixo no Município de Imbituba

A tabela abaixo representa o número de domicílios beneficiados com a coleta de lixo em Imbituba no ano de 2010.

Tabela 17 - Número de Domicílios Beneficiados com Coleta de Lixo em Imbituba no Ano de 2010.

Destino do Lixo	Nº de Domicílios
Coletado por serviço de limpeza	48.661
Coletado por caçamba de serviço de limpeza	1.142
Queimado (na propriedade)	1.429
Enterrado (na propriedade)	67
Jogado em terreno baldio ou logradouro	22
Jogado em rio, lago ou mar	3
Outro destino	112

Fonte: IBGE, 2019.

### 2.5.3 Energia Elétrica

Segundo o Censo Demográfico de 2010 (IBGE), do total de 14.339 domicílios, 14.280 possuíam medidor de consumo de energia elétrica no município de Imbituba, enquanto 59 domicílios não possuíam energia elétrica, sendo fornecida por uma companhia estadual de energia, a Central Elétrica de Santa Catarina S.A(CELESC).

## 2.6 ASPECTOS ECONÔMICOS

Serão apresentados neste tópico Aspectos Econômicos do Município de Imbituba, tais como: Produto Interno Bruto (PIB), Renda Média da População e Salários Médios.

### 2.6.1 Produto Interno Bruto (PIB) do Município de Imbituba

O PIB (Produto Interno Bruto) representa a soma, em valores monetários, de todos os bens e serviços finais produzidos numa certa região, durante um determinado período. Devido à retratação do PIB em períodos de crise, nota-se ao longo dos períodos um crescente no montante do PIB, conseqüentemente mais se produz, mais se está consumindo, investindo e vendendo.

A tabela abaixo representa o Produto Interno Bruto (PIB) do município de Imbituba e do Estado de Santa Catarina entre os anos de 2010 e 2014.

Tabela 18 – Produto Interno Bruto (PIB) do Município de Imbituba e do Estado de Santa Catarina no Período 2010 a 2014.

<b>Período</b>	<b>PIB de Imbituba (R\$)</b>	<b>PIB de Santa Catarina (R\$ bilhões)</b>
2010	704.719,000	174,1
2011	729.067,000	191,8
2012	821.869,000	214,5
2013	897.695,000	242,6
2014	748.635,88	249,1

Fonte: IBGE, 2019.

### 2.6.2 Renda Média da População do Município de Imbituba e de Santa Catarina

A renda média da população de um país de em um determinado ano ou período consiste no cálculo da divisão da Renda Nacional (PIB) de um país pelo número de habitantes.

A tabela abaixo representa a renda média da população do município de Imbituba e do Estado de Santa Catarina no ano de 2010.

Tabela 19 – Renda Média da População do Município de Imbituba e do Estado de Santa Catarina em 2010.

<b>Ano</b>	<b>Imbituba (R\$)</b>	<b>Santa Catarina (R\$)</b>
2010	768,81	1.121,17

Fonte: IBGE, 2019

### 2.6.3 Salários Médios do Município de Imbituba e de Santa Catarina

O conceito de salário refere-se à remuneração regular atribuída pelo exercício das funções no âmbito de um determinado emprego e/ou trabalho. Enquanto salários médios diz

respeito, a soma de todos os salários de uma determinada região, ou de uma certa profissão, dividido pelo número de profissionais daquela determina região ou profissão.

A tabela abaixo representa os salários médios do município de Imbituba e do Estado de Santa Catarina no período de 2011 e 2015.

Tabela 20 – Salários Médios do Município de Imbituba e do Estado de Santa Catarina no Período 2011 a 2015.

<b>Ano</b>	<b>Imbituba (R\$)</b>	<b>Santa Catarina (R\$)</b>
2011	1.129,30	1.620,42
2012	1.244,00	1,910,55
2013	1.423,80	-
2014	1.592,80	-
2015	1.576,00	-

Fonte: IBGE, 2019.

## 2.7 SETORES ECONÔMICOS DO MUNICÍPIO DE IMBITUBA

A seguir serão apresentados dados do Setor Primário, Secundário e Terciário do Município de Imbituba.

### 2.7.1 Setor Primário do Município de Imbituba

Serão apresentados a seguir resultados das Lavouras Permanentes, Lavouras Temporárias, o Efetivo do Rebanho e os Produtos de Origem Animal.

#### 2.7.1.1 Lavoura Permanente

A tabela abaixo representa a quantidade produzida, a área plantada e o valor da produção das lavouras permanentes de Imbituba, entre os anos de 2003 e 2007.

Tabela 21 - Quantidade Produzida, Área Plantada e Valor da Produção das Lavouras Permanentes de Imbituba nos anos 2003 e 2007.

<b>Principais Produtos</b>	<b>Quantidade Produzida (Tonelada)</b>		<b>Área Plantada (Hectare)</b>		<b>Valor da Produção (Mil R\$)</b>		<b>Participação na Produção Estadual</b>
	<b>2003</b>	<b>2007</b>	<b>2003</b>	<b>2007</b>	<b>2003</b>	<b>2007</b>	
Banana	52	52	4	4	13,00	21,00	0,01%
Laranja	120	120	6	6	68,00	18,00	0,10%

Fonte: IBGE, 2019.

### 2.7.1.2 Lavoura Temporária

A tabela a seguir representa a quantidade produzida, a área plantada e o valor da produção das lavouras temporárias de Imbituba, entre os anos de 2003 e 2007.

Tabela 22 - Quantidade Produzida, Área Plantada e Valor da Produção das Lavouras Temporárias de Imbituba nos anos 2003 e 2007.

Principais Produtos	Quantidade Produzida (Toneladas)		Área Plantada (Hectare)		Valor da Produção (Mil R\$)		Participação na Produção Estadual
	2003	2007	2003	2007	2003	2007	
Arroz (em casca)	16.800	16.275	2.100	2.100	10.752,00	7.161,00	1,57%
Cana-de-Açúcar	1.000	1.000	20	20	60,00	80,00	0,14%
Feijão (em grão)	33	52	30	45	34,00	37,00	0,02%
Fumo (em folha)	8	-	4	-	32,00	-	-
Mandioca	4.500	16.000	300	1.000	945,00	2.400,00	2,53%
Milho (em grão)	546	420	130	100	218,00	147,00	0,01%

Fonte: IBGE, 2019.

### 2.7.1.3 Rebanho Efetivo

A tabela abaixo representa os tipos de rebanho efetivos no município de Imbituba, no ano de 2016.

Tabela 23 – Tipos de Rebanhos Efetivos no Município de Imbituba no Ano de 2016.

Tipos de Rebanhos Efetivos (Por cabeças) no Município de Imbituba	Total de rebanhos (Por cabeças)	Participação na Produção Estadual
Bovino	6.094	12,5%
Bubalino	-	-
Equino	619	1,22%
Suíno (total)	1.037	2,05%
Suíno (matrizes de suíno)	-	-
Caprino	59	0,11%
Ovino	41	0,08%
Galináceos (total)	21.360	42,24%
Galináceos (galinhas)	21.358	42,23%
Codornas	-	-

Fonte: SEBRAE, 2019.

### 2.7.1.4 Produtos de Origem Animal

A tabela abaixo representa os produtos de origem animal produzidos no município

de Imbituba no ano de 2007.

Tabela 24 – Produtos de Origem Animal no Município de Imbituba em 2007.

<b>Tipos de Rebanhos (em cabeças)</b>	<b>Total</b>	<b>Participação na Produção Estadual</b>
Lã (Kg)	-	-
Leite (mil litros)	1.024	8,6%
Mel de Abelha (Kg)	10.695	90,34%
Ovos de Codorna (mil dúzias)	33	0,27%
Ovos de Galinha (mil dúzias)	86	0,72%

Fonte: SEBRAE, 2019.

### 2.7.2 Setor Secundário do Município de Imbituba

A tabela a seguir representa a quantidade de indústrias instaladas por atividade no município de Imbituba.

Tabela 25 – Quantidade de Indústrias Instaladas por Atividade no Município de Imbituba no Ano de 2008.

<b>Categorias</b>	<b>Total</b>	<b>Participação Relativa no Estado</b>
Indústrias Extrativas	6	0,3%
Indústrias de Transformação	147	6,6%

Fonte: SEBRAE, 2019.

### 2.7.3 Setor Terciário do Município de Imbituba

Na tabela a seguir será demonstrado os Números de Empresas Estabelecidas por Atividade Econômica no Município, tais como, Alimentação, Transporte, Comunicação, Serviços Médicos, Educação, Atividades Imobiliárias, entre outras.

Tabela 26 – Número de Empresas Estabelecidas em Imbituba Classificadas por Porte e Participação Relativa no Ano de 2008.

<b>Categorias</b>	<b>Total de Indústrias</b>	<b>Percentual</b>	<b>Participação Relativa no Estado</b>
Agricultura, Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura	20	0,90%	0,9%
Indústrias Extrativas	5	0,22%	0,3%
Indústrias de Transformação	147	6,64%	6,6%
Eletricidade e Gás	-	-	-

Água, Esgoto, Atividades de Gestão de Resíduos e Descontaminação	7	0,31%	0,3%
Construção	45	2,03%	2,0%
Comércio; Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas	1.068	48,30%	48,3%
Transporte, Armazenagem e Correio	132	5,97	3,1%
Alojamento e Alimentação	264	11,94%	5,6%
Informação e Comunicação	29	1,31%	1,3%
Atividades Financeiras, de Seguros e Serviços Relacionados	18	0,81%	0,8%
Atividades Imobiliárias	18	0,81%	0,8%
Atividades Profissionais, Científicas e Técnicas	56	2,53%	2,5%
Atividades Administrativas e Serviços Complementares	90	4,07%	4,1%
Administração Pública, Defesa e Seguridade Social	2	0,09%	0,1%
Educação	18	0,81%	5,9%
Saúde Humana e Serviços Sociais	50	2,26%	2,3%
Artes, Cultura, Esporte e Recreação	35	1,58%	1,6%
Outras Atividades de Serviços	199	9,00%	9,0%
Serviços Domésticos	7	0,31%	0,3%
Organismos Internacionais e Outras Instituições Extraterritoriais	-	-	-

Fonte: SEBRAE, 2019.

### 3 PLANEJAMENTO EMPRESARIAL

Davidoff e Reiner (1973, p. 11) definem planejamento como “um processo para determinar ações futuras através de uma sequência de escolhas”, e ressaltam que sua definição de planejamento “ênfata o exercício da escolha como seu principal ato intelectual”.

#### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

A seguir serão apresentados os dados da organização como: Razão Social, Nome Fantasia, Logomarca, Regime Tributário, Ramo de Atuação, Capital Social, Forma Jurídica, Localização, Mapa de Localização.

### 3.1.1 Razão Social

Conforme Cortella:

Razão Social significa dizer qual é o sentido daquilo que será realizado. Qual a razão da sua existência? Qual é a razão de você atuar nessa área? Por que trabalhar nesse setor? Ou qual é a sua obra, qual o resultado da tua obra? (CORTELA, 2007, p. 68).

Sendo assim a empresa irá atuar sobre a razão social: *Rafael da Luz Lisboa ME*.

### 3.1.2 Nome Fantasia

Segundo Veneral e Alcantara:

O empresário pode, se assim desejar, dar um nome ao estabelecimento comercial que seja distinto do nome empresarial. O primeiro será, então, conhecido como seu nome fantasia. Para criá-lo, pode ser usada a expressão que o empresário queira, de acordo com seu interesse, para que possa mais facilmente ser identificado pelo público. (VENERAL; ALCANTARA, 20017, p. 142/143).

Desta forma, o Nome Fantasia escolhido e que será registrado pela empresa é *Terra do Surf*.

### 3.1.3 Logomarca

Segundo Aaker (1996, p. 194) “A posição da marca é a parcela da identidade e da proposta de valor da marca que deve ser ativamente comunicada ao público-alvo e demonstra uma vantagem em relação às marcas concorrentes.”

A figura a seguir representa a logomarca da empresa, nomeada Terra do Surf. As cores escolhidas remetem à praia, com o bege amarelado da areia, o branco das nuvens e o azul do céu e do mar.

Figura 5 – Logomarca da Empresa.

The logo for 'Terra do Surf' features the word 'Terra' in a bold, orange, serif font, 'do' in a light grey, italicized serif font, and 'Surf' in a bold, blue, serif font. The text is centered and has a slight shadow effect.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

### 3.1.4 Regime Tributário

A empresa irá optar pelo regime Simples Nacional.

### 3.1.5 Ramo de Atuação

A empresa irá atuar no ramo de E-commerce de surfwear, pranchas e acessórios.

### 3.1.6 Capital Social

Nesta perspectiva Bourdieu (1998, p. 67) define o Capital Social como:

[...] o conjunto dos recursos reais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de inter reconhecimento mútuos, ou, em outros termos, à vinculação a um grupo, como o conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (passíveis de serem percebidas pelo observador, pelos outros e por eles mesmos), mas também que são unidos por ligações permanentes e úteis. (BOURDIEU, 1998, p. 67).

A tabela abaixo representa o valor investido como Capital Social da empresa Terra do Surf.

Tabela 27 – Capital Social da Empresa.

Nome do Proprietário	Capital Investido (R\$)
Rafael da Luz Lisboa	5.000,00

Fonte: Elaborador pelo Autor, 2021.

### 3.1.7 Forma Jurídica

Segundo Requião (2004):

À firma individual, do empresário individual, registrada no Registro do Comércio, chama-se também de empresa individual. O Tribunal de Justiça de Santa Catarina explicou muito bem que o comerciante singular, vale dizer, o empresário individual, é a própria pessoa física ou natural, respondendo os seus bens pelas obrigações que assumiu, quer sejam civis, quer comerciais. A transformação de firma individual em pessoa jurídica é uma ficção do direito tributário, somente para o efeito do imposto de renda. (Ap. civ. n. 8.447 - Lages, "in" Bol. Jur. ADCOAS, n. 18.878/73).

A forma jurídica escolhida para empresa é Empresário Individual.

### 3.1.8 Vantagens e Desvantagens da Forma Jurídica

A) Vantagens:

- Não existe capital social mínimo para abertura da empresa, algo bastante atrativo para quem abre uma empresa sem sócios;
- O limite de faturamento pelo Simples Nacional atende à maior parte dos negócios que optam pela regularização neste tipo de empresa – até R\$

3,6 milhões. Existe, ainda, a possibilidade de enquadramento como Lucro Presumido, no qual o faturamento máximo anual passa a ser R\$ 78 milhões;

- Não existe limite na contratação de funcionários, garantindo que sua empresa possa crescer.

B) Desvantagens:

- Não existe separação entre capital da empresa e capital individual, portanto, existe a chance de colocar o patrimônio pessoal em risco no caso de dívidas da empresa, incluindo bens como imóveis e automóveis;
- A empresa não pode ser transferida a outro titular, exceto em caso de falecimento ou autorização judicial. Esse não é, portanto, o melhor tipo de empresa para quem pretende vender o negócio no futuro.

### **3.1.9 Localização da Organização**

A empresa terá localização no bairro Vila Nova, Rua Manoel Araujo, 50, Bloco D, Apto. 305, Vila Nova, Imbituba/SC. Cep: 88780-000.

### **3.1.10 Mapa de Localização**

A Figura abaixo representa o mapa de localização da empresa Terra do Surf no município de Imbituba.

Figura 6 – Localização da Empresa no Município de Imbituba.



### 3.2 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

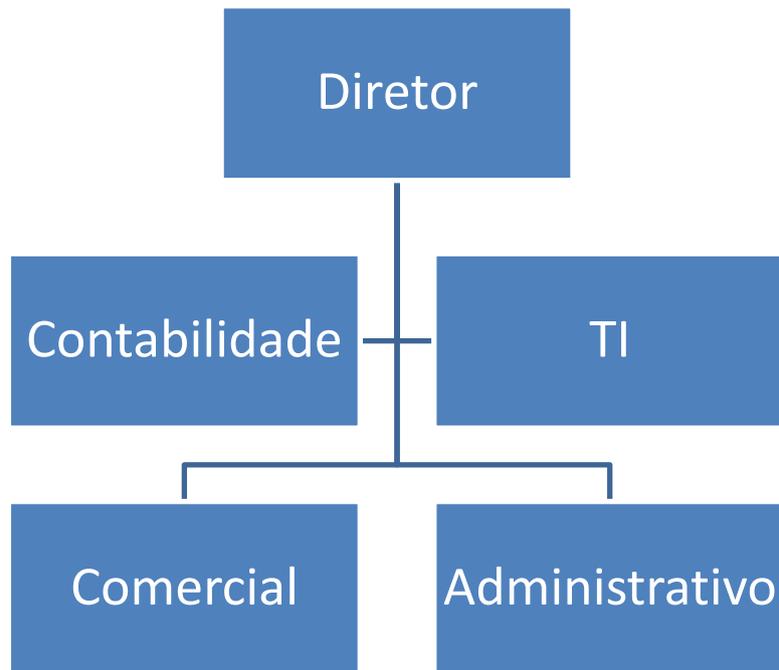
Para Chiavenato (1999, p. 663) as estruturas são as relações existentes entre os elementos componentes de uma organização. Inclui as interações, a própria configuração organizacional dos órgãos ou cargos, a hierarquia de autoridade. Inclui também cultura, processos, líderes.

#### 3.2.1 Organograma

Segundo Chiavenato (2001, p. 251) “Organograma é o gráfico que representa a estrutura formal da empresa”.

A figura abaixo representa o organograma da empresa.

Figura 7 – Organograma da Empresa.



Fonte: Elaborada pelo Autor, 2021.

A Contabilidade e a TI da empresa serão terceirizadas, enquanto o proprietário será o Diretor, onde irá administrar e gerenciar a organização, e um vendedor fará o comercial, onde realizará as operações de venda e prospecção de novos clientes.

### 3.3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

#### 3.3.1 Missão

Segundo Chiavenato (1999, p. 49), a missão funciona como orientador para as atividades da organização. Ela tem por finalidade clarificar e comunicar os objetivos, os valores e a estratégia adotada pela organização. Ainda segundo Chiavenato, é fundamental que todos na organização conheçam a missão e os principais objetivos institucionais, pois se as pessoas que fazem parte da empresa não sabem o motivo de sua existência e os rumos que pretende adotar, dificilmente elas saberão o melhor caminho a ser seguido

**MISSÃO:** Vender produtos de surfwear: roupas, acessórios, pranchas, entre outros, atendendo o cliente com rapidez, transparência e preço justo, prezando pela satisfação ao entregar um produto de qualidade, possibilitando a melhor experiência de compra.

### 3.3.2 Visão

Para Costa (2007, p.35) o conceito de visão é muito amplo, porém pode ser definido como um conceito operacional que tem como objetivo a descrição da autoimagem da empresa: como ela se enxerga, ou melhor, a maneira pela qual ela gostaria de ser vista.

VISÃO: Expandir o negócio dentro da região, estado de Santa Catarina e Brasil, buscando ser referência no mercado de vendas pela internet de produtos de surf.

### 3.3.3 Valores

Segundo Costa (2007, p.38), os valores são "características, virtudes, qualidades da organização que podem ser objeto de avaliação, como se estivessem em uma escala, com gradação entre avaliações extremas".

VALORES:

- Rapidez;
- Agilidade;
- Transparência;
- Preço justo;
- Honestidade;
- Sustentabilidade.

### 3.3.4 Pontos fortes e fracos

Segundo Marcelo Bastos (2014), pontos fortes são apresentados como as vantagens que determinada empresa detém quando equiparada com os concorrentes, podendo trazer vantagens competitivas para a organização. Os pontos fracos são exatamente o contrário dos fortes, ou seja, são aqueles pontos que enfraquecem a organização, ou que a deixam pecar quando comparada com concorrentes, tentando sempre revertê-las para que se tornem pontos fortes.

A partir da definição acima, têm-se os seguintes pontos fortes e fracos da empresa:

Pontos Fortes: Qualidade e confiabilidade dos produtos; produtos de marcas consagradas no mercado; preços competitivos; possui boa localização para distribuição; atendimento personalizado e entrega em casa para o cliente; atendimento totalmente on-line ou presencial.

Pontos Fracos: a marca da empresa ainda é nova, não é conhecida; cobertura pequena, estoque pequeno; poucas promoções de vendas devido a relação custo *versus* preço de venda e parceria com o fornecedor.

### 3.3.5 Objetivos empresariais

Os objetivos de uma organização são os desejos na qual ela define e busca alcançar. Podem ser definidos como estratégico para longo prazo; tático para médio prazo; e operacional para curto prazo (Bruna Valente, 2017).

A partir da definição acima temos que os objetivos da empresa são:

De curto prazo: melhorar os indicadores e aumentar a força de vendas.

De médio prazo: fortificar a posição no canal de distribuição direto; ampliar a parcela de mercado atuante.

De longo prazo: melhorar e aumentar a imagem da organização no mercado que atua; aumentar a lucratividade por produto.

### 3.3.6 Vantagens competitivas

Segundo Jerônimo Mendes (2011) em seu artigo para o site Administradores, vantagem competitiva é aquela competência que a pessoa ou empresa detém que a diferencia das demais, sendo difícil de copiar, ou seja, tem caráter único e se aplica em diversos momentos, superando a concorrência.

De acordo com a definição, a empresa detém das seguintes vantagens competitivas:

- Qualidade em todo o portfólio de produtos.
- Marcas consagradas no mercado do surf.
- Imagem e identidade da marca bem definida.
- Compromisso com o meio ambiente.

No próximo capítulo será ilustrado o estudo de mercado juntamente com as estratégias de marketing, tais como produto, praça, preço e promoção.

## **4 ESTUDO DE MERCADO E ESTRATÉGIAS DE MARKETING**

Neste capítulo serão expostos alguns tópicos relacionados ao mercado do setor têxtil e de confecção tais como: estudo genérico, história, faturamento, tendências, também suas ameaças e oportunidades. Será apresentada uma pesquisa de mercado com os potenciais consumidores, bem como fornecedores e concorrentes, para que no final sejam elaboradas as estratégias de marketing como: preço, produto, promoção, praça.

### **4.1 ESTUDO GENÉRICO DO SETOR**

Neste tópico será realizado um breve panorama do surgimento do setor têxtil e de confecção, bem como suas características, tendências, tecnologias utilizadas, dentre outros fatores que se expressam nesse setor.

#### **4.1.1 Surgimento do setor têxtil e confecção no Brasil e no mundo**

Segundo matéria publicada pelo SINDVEST (Sindicato das Indústrias do Vestuário do Distrito Federal, 2014), a evolução histórica deste setor remete a revolução industrial (séc. XIX), quando as condições de trabalho eram mínimas e todas as pessoas independentemente de idade eram proletárias. A indústria têxtil foi a que deu o arranque na revolução e em poucos anos o ramo do algodão tomou conta do mundo e passou a ser usado em roupas da alta sociedade e vale lembrar também que no início havia dois caminhos para se conseguir roupas, a procura de costureiras a mão e em seguida o surgimento da produção de roupas em massa pelas manufaturas.

No Brasil, o início do setor é da data do período colonial brasileiro e que se concentrava mais no norte e nordeste do país. A industrialização não era desejo dos portugueses, resultando no cancelamento das manufaturas. Apenas com a transferência da corte para o Rio de Janeiro que começou a melhorar a situação, porém acordos feitos com a Inglaterra resultaram em impostos mais baixos de importação, que afetaram negativamente a produção local. Apesar de todos os percalços até o final do século XIX o setor viria a crescer no Brasil e com a chegada do século seguinte novas tecnologias impulsionariam o mercado, fazendo sair da posição de importador para exportador pelo fato de produzir mais do que consumia. Mas com a primeira guerra veio mais uma recessão e com a quebra da bolsa de Nova York e apenas pelos anos 50 que o crescimento voltou à tona. Após isso algumas coisas afetaram positivamente e negativamente o setor no decorrer dos anos, porém nada chegou a mudar o extremamente o rumo de tal e hoje este segmento apresenta grande importância no Brasil e no mundo (FUJITA; SORENTE, 2015).

#### 4.1.2 Setor têxtil e de confecção

Segundo FIESC (2014), o setor têxtil e de confecção abrange os segmentos de fabricação de produtos têxteis e confecção de artigos do vestuário e acessórios. O segmento têxtil adentra na área de preparação e fiação de fibras têxteis, tecelagem, exceto malha, fabricação de tecidos de malha, acabamentos e artefatos têxteis, fabricação de artefatos têxteis, exceto vestuário. Já o segmento da confecção se faz presente nos serviços de confecção de artigos do vestuário e acessórios e fabricação de artigos de malharia e tricotagem.

O Brasil representa grande força nesse segmento, tendo uma receita líquida de vendas em 2010 da ordem de R\$ 32 bilhões, que era equivalente a 1,72% do total nacional, com o faturamento médio de 0,3% a.a. para o segmento têxtil e 8% a.a. para confecção no país. Falando sobre a geração de empregos, em 2010, eram mais de 700 mil empregos diretos gerados no Brasil. No que diz respeito ao estado de Santa Catarina, o cenário não foge muito do esperado, pois aqui este setor é digno de destaque, pelo fato de possuir grandes marcas e deter um polo têxtil extremamente avançado, além de ser um grande exportador. Falando de números, em 2011, segundo o MTE, nosso estado possuía 8,63% das empresas e 6,37% dos empregos, que representavam 12.865 empresas e 110.000 empregos diretos com faturamento médio de 4% a.a. para têxteis e 11% a.a. para confecção (SEBRAE, 2012).

Através de pesquisa realizada pela FIESC (2014) os indicadores estaduais deste setor são: faturamento que apresentou aumento de 4% a.a. nos têxteis e 11% a.a. para confecção; VPBI com aumento de 2% a.a. para têxteis e 6% para confecção; grau de industrialização com recessão para segmento têxtil de 3% p.p. e aumento de 7% p.p. na confecção, dentre outros.

Sobre as tendências deste setor pode se destacar a terceirização das fases de produção, o crescimento populacional que automaticamente resulta no crescimento do consumo de têxteis e confeccionados e na geração de empregos. É possível citar também o uso de novos materiais como tecidos e fibras diferentes. Outra tendência muito forte é a questão da responsabilidade socioambiental que a cada dia mais cresce e faz com que as organizações procurem se moldar para afetar o mínimo possível o ambiente. Quando voltamos a atenção as tecnologias que esse setor apresenta podemos citar a utilização de impressoras 3D para criação de produtos, também na utilização de tecidos tecnológicos que conseguem captar diferenças de temperatura, impermeáveis, leves, confortáveis, tecidos que visem a saúde como antiácidos, antiUV, antichamas, entre outras características. Além disso tudo apresentado não podemos deixar de citar que a moda é um dos fatores que encabeça esse setor e está sempre se reinventando e as vezes trazendo modas que já tinham sido apresentadas anos atrás (FUJITA; SORENTE, 2015).

De acordo com Reis (2019) a TMA (Taxa Mínima de Atratividade) é uma ferramenta que permite o investidor verificar se aquele investimento vale a pena ou não. Leva-se em consideração as três variáveis que se destacam para o cálculo dessa taxa, que são: o custo de oportunidade que pode ser representada por caderneta de poupança, fundos de investimento, entre outros, no caso utilizei a taxa Selic de 6,5% ao ano; o risco do negócio seria a segunda variável, que para um investimento de característica recente e nova adotamos 5%; e por último a liquidez do investimento que para novos negócios também utilizamos 5%. A soma dessas 3 porcentagens resulta na TMA de 16,5% ao ano, refletindo que a expansão da organização deve render mais que esta porcentagem para que seja viável economicamente.

## 4.2 ANÁLISE DAS OPORTUNIDADES E AMEAÇAS

Como em qualquer organização é necessário realizar o estudo e análise das ameaças e oportunidades que rodeiam o ambiente do entorno empresarial, pois através desse estudo é possível planejar estratégias para fazer com que estes agentes externos favoreçam a organização, pois não adianta oportunidades se a empresa não sabe como aproveitá-las ou até mesmo ameaças se não sabe driblá-las e conquistar vantagens competitivas.

### 4.2.1 Oportunidades

“Oportunidades são aspectos positivos em relação ao mercado para os produtos e serviços da organização. São variáveis incontroláveis pela empresa” (SPAREMBERGER; ZAMBERLAN, 2008, p. 62).

A seguir as oportunidades apresentadas para a organização:

- Crescimento do setor de confecção, o que representa um fortalecimento na cadeia produtiva.
- Aumento da visão global positiva em torno do *surf* e conseqüentemente o *surfwear*.
- Atletas profissionais de surf brasileiros se tornando campeões mundiais, aumentando a visibilidade do esporte e conseqüentemente o estilo *surfwear*.
- Posicionamento positivo das pessoas para marcas pequenas e locais.

### 4.2.2 Ameaças

Ameaças, ao contrário de oportunidades, representam os aspectos e fatores externos que podem influenciar negativamente a organização. Segundo Oliveira (2007, p. 37) “ameaça é uma força oriunda de força externa capaz de atrapalhar a ação estratégica da organização, podendo ou não ser evitada, dependendo do tempo que é reconhecida”.

A seguir serão apresentadas as possíveis ameaças para a organização:

- Concorrentes fortes e bem estabelecidos na região do empreendimento.
- Pouca facilidade para encontrar confecções e marcas que trabalhem com pequena demanda.
- Alguns consumidores ainda apresentam a necessidade de comprar de lojas de marcas grandes e estabelecidas há tempo no mercado.

#### 4.3 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Para que se possa visar um futuro e buscá-lo através do tempo, toda empresa depende de estratégias e objetivos de marketing. Assim, é possível que a empresa evolua em seu ramo de mercado de trabalho. A seguir, serão apresentados os objetivos de marketing e as estratégias de produto, distribuição, preço e promoção.

##### 4.3.1 Objetivos de *Marketing*

Em busca de uma evolução constante, toda empresa traça seus objetivos de marketing, buscando obter diferenciais para competir com a concorrência. São objetivos da empresa:

- Melhorar a produtividade.
- Ampliar a cobertura de mercado.
- Fortalecer a marca e sua posição no mercado.
- Aumentar o lucro sobre produto.
- Aumentar a força de vendas.
- Ampliar a rede de fornecedores e contatos.

##### 4.3.2 Produto

Em se tratando de estratégias de produto, a marca apresenta os seguintes itens para comércio: pranchas, que possuem uma longa vida útil, além de proporcionar bem-estar e qualidade de vida aos clientes. Camisetas masculinas e femininas, produzidas com material de boa qualidade e vendidas a preços acessíveis, cujos modelos e estampas variam de acordo com as coleções. Bermudas masculinas para banho, idealizadas para a prática de esportes e o conforto, produzidas com material mais elástico, de qualidade duradoura. Bermudas de moletom, que também visam o conforto e possuem uma vida útil prolongada, por serem produzidas com tecido resistente. Por último, a marca também comercializa shorts femininos, que são modelos mais curtos, voltados para a prática de esporte e produzidos com material que visa o conforto e a mobilidade.

Os produtos não possuem estampas fixas, visto que estão sujeitos à mudança de acordo com as diferentes coleções lançadas pelos fornecedores. Com exceção das pranchas, a vida útil dos produtos é longa, por serem de qualidade, mas sua vantagem competitiva está no fato de que são produtos que não são comprados somente por necessidade, mas, também, por estilo e coleção, proporcionando uma maior margem de vendas. Quanto às pranchas, essas são compradas de acordo com as necessidades dos clientes, por isso possuem um estoque menor.

A seguir, serão ilustrados os produtos oferecidos pela *Terra do Surf*.

Figura 8- Prancha.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

A figura acima ilustra um exemplo de uma das pranchas comercializadas pela *Terra do Surf*.

Figura 9- Camisa masculina.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

A figura acima representa um modelo de camiseta masculina comercializada pela loja, de mangas curtas e em tecido 100% algodão.

Figura 10- Camiseta baby look feminina.



Fonte: elaborado pelo autor, 2021.

A figura acima representa um modelo de camiseta baby look feminina comercializada pela loja *Terra do Surf*.

Figura 11- Bermuda de banho.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

A figura acima representa um modelo de bermuda masculina de banho comercializada pela *Terra do Surf*.

Figura 12- Bermuda de moletom.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

A figura acima representa um modelo de bermuda de moletom, masculina, comercializada pela *Terra do Surf*.

Figura 13- Shorts feminino.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

A figura acima representa modelos de shorts femininos, em cores variadas, comercializados pela loja *Terra do Surf*.

### 4.3.3 Preços

A marca possui uma margem de 100% de lucro sobre o valor da compra dos produtos. Dito isso, a estratégia de preço utilizada é baseada nos concorrentes e aliada com os custos decorrentes dos gastos que a empresa possui de maneira geral. A seguir, será apresentada uma tabela com os preços aproximados de compra e venda dos itens comercializados pela marca.

Tabela 28- Preço de compra e venda dos itens comercializados pela marca.

Item comercializado	Valor de compra	Valor de comercialização
Pranchas	R\$ 700,00	R\$ 1400,00
Camiseta masculina	R\$ 22,00	R\$ 49,90
Baby look feminina	R\$ 22,00	R\$ 49,90
Bermuda de banho	R\$ 80,00	R\$ 159,90
Bermuda de moletom	R\$ 90,00	R\$ 170,90
Shorts feminino	R\$ 70,00	R\$ 139,90

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

#### 4.3.4 Distribuição

A estratégia de distribuição utilizada pela empresa possui uma loja online, com estoque localizado na cidade de Imbituba, além de também possuir vendas e distribuição por redes sociais, tais como *Instagram* e *Facebook*. A figura 12 irá exemplificar como funciona o fluxo de distribuição do negócio estudado.

Figura 14- Fluxo de distribuição.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

A figura acima representa o fluxo de distribuição adotado pela marca *Terra do Surf*, onde há a terceirização da produção e o pedido dos produtos é feito diretamente ao fabricante. Logo após, os produtos chegam ao estoque da loja, ou seja, ao comércio varejista. Após isso, com as vendas online, o produto chega ao consumidor final.

#### 4.3.5 Promoção

Para atingir o máximo possível de potenciais clientes, a *Terra do Surf* preza pelo seu perfil no Instagram e Facebook, onde já possui um certo nível de seguidores. Além disso, a marca busca sempre a promoção de seu conteúdo através de postagens e engajamento tanto na loja online quanto nas redes sociais, visando atingir o máximo possível de pessoas e, assim, aumentando sua cobertura de rede de contatos e mercado de atendimento.

A seguir, serão apresentadas as redes sociais da loja.

Figura 15- Instagram da loja *Terra do Surf*.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

A figura acima ilustra o *Instagram* da loja, com seus destaques em camisetas, baby looks, shorts e bermudas.

Figura 16- Perfil do Facebook da loja Terra do Surf.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

A figura acima ilustra o perfil do *Facebook* da loja *Terra do Surf*.

## 5 PLANO OPERACIONAL

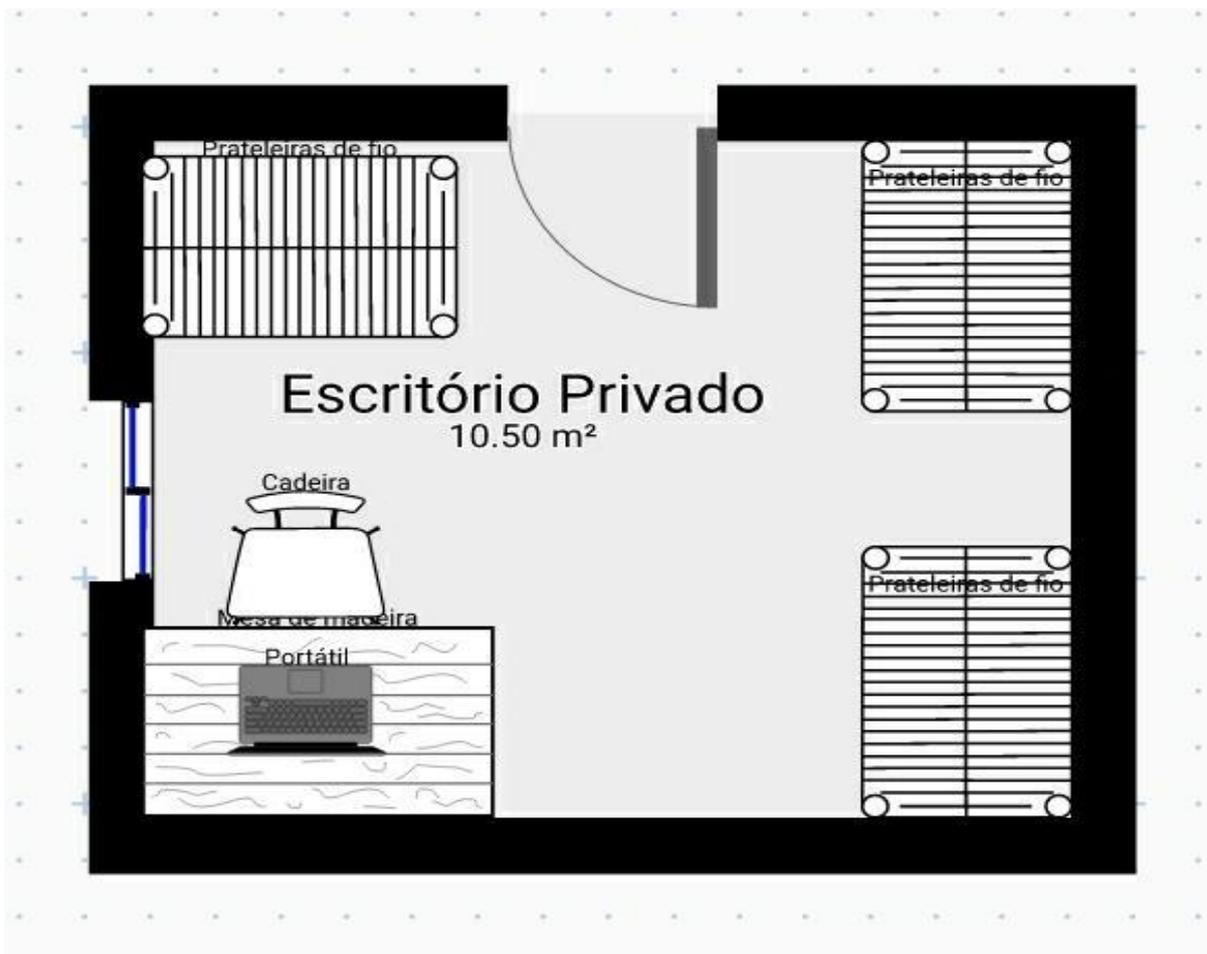
A seguir, no plano operacional da empresa, será mostrada a divisão do espaço físico da loja, a necessidade de pessoas e detalhes dos processos operacionais, que englobam desde a chegada das mercadorias no estoque da loja até a entrega delas para o consumidor final.

### 5.1 ESTRATÉGIA DE LAYOUT

O layout ou arranjo físico da empresa foi desenhado de acordo com o espaço disponível para estoque e escritório da loja Terra do Surf, que, apesar de realizar suas vendas e forma virtual, possui um espaço físico para armazenamento de mercadorias e realização de processos administrativos.

O plano a seguir representa a distribuição de espaço da empresa.

Figura 17- Layout da empresa.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

## 5.2 CAPACIDADE PRODUTIVA E COMERCIAL

Neste tópico, vamos analisar a capacidade da empresa na comercialização dos produtos oferecidos, levando em consideração o tempo de funcionamento da empresa, quantidade de funcionários e potencial financeiro, além do tempo estimado para entrega de mercadorias por parte da empresa de transporte Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos.

Com base nas informações pré-avaliadas, a capacidade produtiva, ou seja, da venda até a entrega da mercadoria, a duração média para finalização do serviço ficará em torno de 15 dias. A capacidade limite para as vendas varia de acordo com a quantidade de mercadoria em estoque, assim como a variedade de itens presentes no mesmo.

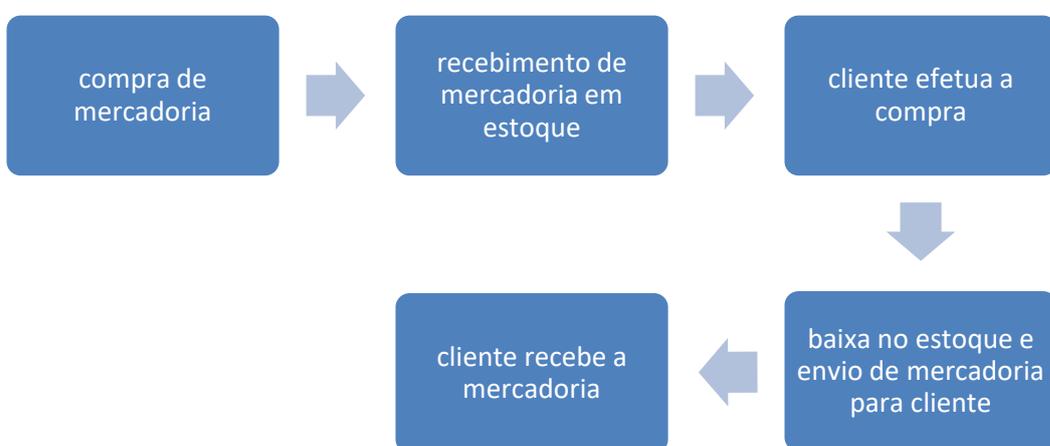
## 5.3 PROCESSOS OPERACIONAIS

O processo operacional da empresa será desenvolvido, principalmente, por parte do diretor. Ele irá administrar e gerenciar a organização. A parte comercial será feita por um vendedor contratado, que realizará as operações de venda e prospecção de novos clientes.

Os produtos chegarão ao estoque através da entrega de fornecedores. As vendas serão realizadas através do site e das redes sociais da loja, onde o vendedor estará disponível para dar suporte aos clientes. Após a conclusão das vendas, as mercadorias são embaladas e despachadas nos Correios. Neste momento, começa o processo de pós-venda, onde o vendedor fica responsável por dar suporte aos clientes em caso de necessidade de troca, dúvidas ou sugestões.

O fluxograma abaixo representa as etapas do processo operacional:

Figura 18- Fluxograma do processo operacional.



Fonte: elaborado pelo autor, 2021.

Com a venda concluída, os valores recebidos são arquivados para controle organizacional e financeiro da empresa, que ficam de responsabilidade do diretor.

#### 5.4 NECESSIDADE DE PESSOAL

Parte fundamental para o plano de negócios, o Levantamento de Necessidade de Pessoal é feito a partir da análise e quantificação da força de trabalho necessária para a realização das tarefas a serem realizadas pela empresa.

Inicialmente, serão dois colaboradores diretos, sendo o diretor e o vendedor. A Contabilidade e TI serão terceirizadas. Assim sendo, o quadro abaixo explicita os cargos necessários e as qualificações atribuídas a cada colaborador.

Tabela 29- Cargos e qualificações dos colaboradores.

<b>Cargo</b>	<b>Qualificações</b>
Diretor	Conhecimento de todo o plano empresarial. Ensino Superior, boa liderança, boa comunicação e visão de mercado.
Vendedor	Experiência na área de vendas, bom desenvolvimento com tecnologias e redes sociais, boa dicção.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

## 6 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é uma maneira de se fazer um levantamento completo de todos os custos e possíveis gastos da empresa, além de todas as despesas a curto e longo prazo. É a partir desse planejamento que se pode organizar as finanças da empresa, separando o que se deve investir, gastar e lucrar.

### 6.1 INVESTIMENTOS FIXOS

Os investimentos fixos são todos os investimentos prévios ao funcionamento da empresa, como a compra de materiais, maquinários e equipamentos. Estipular esses valores é

de suma importância para se ter uma ideia prévia dos gastos que serão efetivamente investidos. Além disso, com os valores dos investimentos prévios, pode-se estipular quando a empresa começará a produzir lucros de forma efetiva.

De tal forma, a tabela abaixo explicita os investimentos iniciais para a abertura da loja online Terra do Suf.

Tabela 30- Investimentos fixos.

<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor unitário</b>	<b>Total</b>
Notebook	1	R\$ 2000,00	R\$ 2000,00
Impressora	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Máquina de cartão	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Mesa de escritório	1	R\$ 290,00	R\$ 290,00
Material de escritório	Diversos	R\$ 190,00	R\$ 190,00
Internet	Mensal	R\$ 120,00	R\$ 120,00
		<b>Total:</b>	R\$ 3300,00

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

## 6.2 ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSASIS

Os custos fixos operacionais mensais são os valores referentes às despesas que deverão ser pagas mensalmente para manter o funcionamento da empresa. São despesas gerais que devem ser arcadas para garantir o bom funcionamento da loja.

Como a empresa não possui loja física, esses valores são reduzidos aos custos para a manutenção e funcionamento do estoque/escritório. A tabela abaixo representa os custos fixos operacionais mensais estimados.

Tabela 31- Custos fixos operacionais mensais estimados.

<b>Descrição</b>	<b>Valor mensal aproximado</b>
Água	R\$ 70,00
Energia elétrica	R\$ 130,00
Internet	R\$ 120,00
Salários e encargos	R\$ 2100,00
Material de limpeza e escritório	R\$ 100,00

<b>Total:</b>	R\$ 2520,00
---------------	-------------

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

## **7 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Neste trabalho, foi apresentado um plano de negócios para a viabilização de uma loja voltada para a venda de roupas e equipamentos de Surf na cidade de Imbituba, no Estado de Santa Catarina. De tal forma, foram analisados todos os aspectos que envolvem um estabelecimento, desde as questões do desenvolvimento da cidade em questão até a viabilização de prospecção de clientes.

O plano de negócios tinha como intuito a conclusão da viabilização da abertura da loja de forma positiva para o investidor e idealizador da ideia. A partir dos estudos realizados e dos resultados obtidos, concluiu-se que a abertura da loja Terra do Surf trará rendimentos financeiros lucrativos para o proprietário.

## REFERÊNCIAS

AAKER, D. *Building strong brands*. New York: Free Press, 1996

BOURDIEU, P., 1998. O capital social – notas provisórias. In: CATANI, A. & NOGUEIRA, M. A. (Orgs.) *Escritos de Educação*. Petrópolis: Vozes.

CHIAVENATO, Idalberto. *Teoria Geral da Administração*. Rio de Janeiro: Campus, 1999, Volume 2.

CHIAVENATO, Idalberto. *Teoria Geral da Administração*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.  
Contabilidade, O. (17 de 06 de 2018). *osayk*. Fonte: Empresário individual: o que é, vantagens e desvantagens: <https://osayk.com.br/empresario-individual-o-que-e-vantagens-e-desvantagens/>

CORTELLA, Mario Sergio. *Qual é a tua obra? Inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2007.

COSTA, E. A., *Gestão estratégica, Da empresa que temos para a empresa que queremos*. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 424p

DAVIDOFF, P.; REINER, T. A. *A choice theory of planning*. In: FALUDI, A. (Org.). *A reader in planning theory*. Oxford: Pergamon Press, 1973. p. 11-44.

IBGE. (14 de 03 de 2018). *censo2010*. Fonte: Sinopse do Censo Demográfico 2010 Santa Catarina:  
[https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=26&uf=42#topo\\_piramide](https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=26&uf=42#topo_piramide)

IBGE. (15 de 03 de 2018). *idades.ibge*. Fonte: 2017 IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística | v4.3.8.9: <https://idades.ibge.gov.br/brasil/sc/imbituba/panorama>

IPEA. (14 de 03 de 2018). *atlasbrasil*. Fonte: Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil: [http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil\\_m/imbituba\\_sc](http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/imbituba_sc)

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento** 6ªed. São Paulo, Atlas, 2005.

Prefeitura, Imbituba. (13 de 03 de 2018). *História*. Fonte: Imbituba:  
<http://www.imbituba.sc.gov.br/cms/pagina/ver/codMapaItem/96142>

REQUIÃO, Rubens. *Curso de direito comercial, vol. 1*, Saraiva, São Paulo, 2004. Saúde, Ministério da. (08 de 05 de 2018). *datasus*. Fonte: S Portal da Saúde: <http://www2.datasus.gov.br/DATASUS/index.php?area=0205&id=6936&VObj=http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/defthtm.exe?sinasc/cnv/nv>

ROSA, C. A. **Como elaborar um plano de negócio**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2004.

SALIM, C. S. *et al.* **Construindo Planos de negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios com sucesso.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.

Saúde, Ministério. da. (14 de 04 de 2018). *tabnet.datasus*. Fonte: CNES - ESTABELECIMENTOS POR TIPO - SANTA CATARINA: <http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/tabcgi.exe?cnes/cnv/estabsc.def>

Saúde, Ministério. da. (23 de 05 de 2018). *tabnet.datasus*. Fonte: MORBIDADE HOSPITALAR DO SUS - POR LOCAL DE RESIDÊNCIA - SANTA CATARINA: <http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/tabcgi.exe?sih/cnv/nrsc.def>

SEBRAE. (06 de 06 de 2018). *dropbox*. Fonte: Imbituba em Números: <https://www.dropbox.com/sh/sx0qe3wg8tphfb2/AABQtKRskpNZoMZRVwxkCKmCa?dl=0&preview=Relat%C3%B3rio+Municipal+-+Imbituba.pdf>

SEBRAE. (19 de 04 de 2018). *Santa Catarina em Números*. Fonte: sebrae: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relatorio%20Estadual.pdf>

SEBRAE. (14 de 03 de 2018). *sebrae-sc*. Fonte: Santa Catarina em Números: <http://www.sebrae-sc.com.br/scemnumero/arquivo/Imbituba.pdf>

SELZNICK, Philip. Fundamentos da teoria de organização. In: ETZIONI, Amitai. *Organizações complexas: um estudo das organizações em face dos problemas sociais.* São Paulo: Atlas, 1967. p. 30-43

VENERAL, Débora; ALCANTARA, Silvano Alves. *Direito Aplicado.* 2 ed., Curitiba, Editora Intersaberes, 2017