

GPI 2025/2



## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Análise de Mercado, Posicionamento e Projeção Financeira





# NOSSA MISSÃO

"Atender toda a população com o produto que melhor se encaixa em suas necessidades."

Demanda nacional: 78 milhões de celulares em 2025





# CANVAS ESTRATÉGICO

Planejando o Futuro da Empresa  
Como seu negócio pode se destacar no mercado?



## Parcerias chave

- Fornecedores de aparelhos e acessórios.
- Operadoras de telefonia móvel.
- Assistências técnicas locais.
- Influenciadores regionais e comércios locais.

## Atividades chave

- Compra e distribuição estratégicas conforme a região.
- Atendimento, venda consultiva e pós-venda.
- Campanhas de marketing.
- Treinamento contínuo da equipe.

## Recursos Chaves

- Estoque segmentado por região.
- Equipe treinada
- Parcerias com fornecedores e operadoras.
- Sistema de gestão que centralize vendas, estoque e atendimento.

## Proposta de Valor

- Oferta de celulares e acessórios de diferentes faixas de preço (econômicos e premium), mantendo qualidade para todos os perfis.
- Atendimento personalizado com foco em adaptar soluções às características de cada região e cliente.
- Rede de serviços que oferece cobertura completa: assistência técnica, planos de operadoras, upgrades e suporte digital.

## Relacionamento com o consumidor

- **Nordeste:** Agilidade no atendimento e produtos úteis para o uso imediato.
- **Norte/Centro-Oeste:** Atendimento técnico, consultivo e personalizado.
- **Sul/Sudeste:** Apoio educativo e orientação na escolha do 1º aparelho.

## Canais

- Lojas físicas adaptadas a cada região.
- E-commerce com entrega regional e atendimento remoto.
- Parcerias com operadoras e comércios locais.

## Segmentos dos clientes

- **Nordeste:** Profissionais corporativos, empresários, empresas e consumidores de alta exigência.
- **Norte/Centro Oeste:** Turistas, moradores locais e comerciantes de temporada.
- **Sul/Sudeste:** Famílias em expansão, novos moradores e consumidores buscando inclusão digital.

## Custos

- Compra de estoque variado.
- Salários e comissões da equipe.
- Custos operacionais das lojas (aluguel, energia, internet).
- Publicidade regionalizada.
- Sistemas de gestão e suporte técnico.

## Fonte de receitas

- Venda direta de smartphones e acessórios.
- Comissões por ativação de planos com operadoras.
- Serviços técnicos (conserto, atualização, troca de peças).
- Parcelamentos e garantias estendidas.



# EXPLORANDO O MERCADO

Análise SWOT: Estratégias e Oportunidades para o Crescimento  
Empresarial



# S

## FORÇAS

- Produtos e marcas reconhecidas mundialmente;
- Aumento da demanda;
- Rede de distribuição eficiente.
- Diversos perfis de cliente.

# W

## FRAQUEZAS

- Adaptação de preço à classe mais baixa;
- Desafios para sustentar produtos;
- Desafios em inovações no mercado competitivo.

# O

## OPORTUNIDADES

- Crescimento da demanda por outros smartphones nas regiões;
- Adição de produtos complementares.

# T

## AMEAÇAS

- Mercado com produtos de preços menores;
- Variações de custos e preços;
- Rápido avanço da tecnologia.

# DADOS QUE ORIENTAM NOSSAS DECISÕES

# BASE DE DADOS E CÁLCULOS

Cada número na nossa planilha é interligado - altere um valor e todo o projeto se atualiza automaticamente!

## Pontos chaves

Fontes confiáveis: IBGE (sazonalidade), IPEA (classes sociais), ANATEL (market share).



## CONCORRENTES

Nome da empresa:  
**Time 5**  
Nome dos gestores:  
**Melissa e João Gabriel**

Nome da empresa:  
**Conexa**  
Nome dos gestores:  
**Breno e Rafaela**

Nome da empresa:  
**Ourange**  
Nome dos gestores:  
**Maria Eduarda e Mateus**

Nome da empresa:  
**Voxis**  
Nome dos gestores:  
**Fábio e Moiséis**

Nome da empresa:  
**Optime Ars**  
Nome dos gestores:  
**Beatriz e Raquel**

- Ambas empresas visam, assim como nós, ter a liderança do mercado de vendas no ramo de telefonia.
- Nossos concorrentes ainda estão em fase de desenvolvimento dos seus objetivos de curto, médio e longo prazo, sendo assim estamos estudando seus passos para podermos nos aperfeiçoar e se destacar no mercado.

# VARIÁVEIS-CHAVE

Esses três pilares orientam nossas decisões de estoque, garantindo aderência à demanda real de mercado.

- Sazonalidade
- Demografia
- Market Share



17,32%



35,66%



18,65%



18,65%  
motorola  
POWER

## RESUMO

# DEMANDA POR REGIÃO (JAN/2025)

Sudeste concentra 55% das vendas, exigindo maior infraestrutura (44 ERBs). Norte tem menor demanda (5.000 unidades), mas é um mercado em expansão.

Região	iPhone 16	Galaxy S25	Moto G54	Total	ERBs
Sudeste	20.000	45.000	25.000	115.000	44
Sul	5.000	15.000	10.000	40.000	15
Nordeste	5.000	10.000	5.000	25.000	7

### DISTRIBUIÇÃO POR MODELO

- Sudeste: 45% das vendas são Galaxy S25 (público classe B).
- Norte: 100% das vendas de janeiro são Galaxy S25 (ausência de iPhone/Motorola).

### CUSTO LOGÍSTICO POR REGIÃO

- Sudeste: R\$ 2,10 por unidade (economia de escala).
- Norte: R\$ 8,30 por unidade (alto custo de transporte).

### OPORTUNIDADE NO NORDESTE

- Classe C representa 50% da população → Foco no Moto G54 (R\$ 1.349).

### RISCO NO CENTRO-OESTE

- Baixa demanda (6% do total) → Reduzir estoque local para evitar ociosidade.

# INVESTIMENTO INICIAL

Dos 78 milhões de celulares a serem comercializados no território nacional buscamos objetivo atingir 20% do mercado.

Investimento de R\$ 570,554,000,00  
Um total de 210.000 celulares

MODELO CELULAR	Compra	Imposto	Quantidade	Preço de custo	Total investido
<b>IPHONE 16 PRO MAX</b>	R\$ 13,999,00	40.00%	35000	R\$ 14,558.96	R\$ 195,986,000,00
<b>GALAXY S25 ULTRA</b>	R\$ 11,999,00	30.00%	85000	R\$ 12,358.97	R\$ 305,974,500,00
<b>Motorola Edge 50</b>	R\$ 2,799,00	40.00%	45000	R\$ 2,910.96	R\$ 50,382,000,00
<b>Motorola Moto G54</b>	R\$ 1,349,00	30.00%	45000	R\$ 1,389.47	R\$ 18,211,500,00

# ARMAZENAGEM INTELIGENTE



## Estratégia:

Galpões regionais com capacidade para 25 lotes, distribuídos por todo o país.

## Economia:

A estrutura descentralizada é 37% mais econômica em comparação a galpões centralizados com 400 lotes.

## Logística:

Embora mais complexa, a estratégia oferece melhor custo-benefício, estando mais próxima dos centros de demanda.

## PONTOS CHAVES

### MODELO

Galpões menores próximos às regiões.

### VANTAGEM

Redução de custos logísticos.

# INFRAESTRUTURA

Nossos pontos de atendimento (PAs) operam com 45% de ocupação (Nível 5 – Excelência), enquanto as ERBs mantêm 60% (Nível 4 – Eficiência).

## FINANCEIRO

- ERBs:
  - Nível 4 (60% ocupação) → R\$ 1,17 bi.
- PAs:
  - Nível 5 (45% ocupação) → R\$ 1,39 mi



HUMANIZADO

PONTOS CHAVE

# CAPITAL HUMANO: NOSSA FORÇA

45 colaboradores especializados garantem operação fluida, com treinamento.

(R\$ 8,5 mi investidos)

Equipe	Funcionários	R\$
Logística	10	R\$ 1,57 mi
Comercial	14	R\$ 2,58 mi
INFRAESTRUTURA	22	R\$ 411 ml
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>R\$ 8,5 mi</b>



## EXCELÊNCIA OPERACIONAL

45 colaboradores especializados garantem eficiência em todas as etapas

## ALINHAMENTO COM OBJETIVOS EMPRESARIAIS

capacitando equipes para tomar decisões ágeis e alinhadas à nossa meta

## REDUÇÃO DE CUSTOS A LONGO PRAZO

Com turnover abaixo da média do setor (5%), mantemos a produtividade alta e evitamos gastos com novas contratações

# RETORNO FINANCEIRO

Utilizando nossa estratégia no mês de julho passaríamos a ter um saldo positivo

Mês	Custo	Retorno	saldo
Janeiro	R\$ 2,183,329,480.98	R\$ 1,521,411,320.00	-R\$ 661,918,160.98
Fevereiro	R\$ 101,004,901.60	R\$ 249,105,010.00	-R\$ 513,818,052.58
Março	R\$ 13,035,104.87	R\$ 118,082,980.00	-R\$ 408,770,177.45
Abril	R\$ 142,792,990.75	R\$ 356,948,340.00	-R\$ 194,614,828.19
Maio	R\$ 63,979,164.80	R\$ 164,879,625.00	-R\$ 93,714,368.00
Junho	R\$ 112,914,504.42	R\$ 283,252,645.00	R\$ 76,623,772.58
Julho	R\$ 146,637,846.51	R\$ 370,407,305.00	R\$ 300,393,231.07





Wave Link

# OBRIGADO!

Wave Link: tecnologia que conecta, venha surfar nessa onda!

