



**INSTITUTO FEDERAL  
SÃO PAULO**  
Campus Presidente Epitácio

APARECIDA PEREIRA GONZAGA

JULIANA APARECIDA PAIVA SATYRO

MARIA EDUARDA JANES ANDRADE

TAMIRES ALVES



---

PRESIDENTE EPITÁCIO – SÃO PAULO

2016

APARECIDA PEREIRA GONZAGA

JULIANA APARECIDA PAIVA SATYRO

MARIA EDUARDA JANES ANDRADE

TAMIRES ALVES



Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Coordenaria do Curso de Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), como requisito parcial à obtenção do título de Técnico em Administração.

Orientador: Professor Antônio Marcos Tomé

APARECIDA PEREIRA GONZAGA

JULIANA APARECIDA PAIVA SATYRO

MARIA EDUARDA JANES ANDRADE

TAMIRES ALVES

## **RAÍZES DO SERTÃO – TAPIOCARIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Coordenaria do Curso de Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), como requisito parcial à obtenção do título de Técnico em Administração.

Orientador: Professor Antônio Marcos Tomé

### **BANCA EXAMINADORA**

---

**Professor Antônio Marcos Tomé**

---

**Convidado Marcos Nascimento**

---

**Convidada Fernanda Neves Iadocicco**

Dedicamos este trabalho primeiramente a Deus, que nos deu forças todas as vezes que pensamos em desistir; aos nossos pais e amigos que nos apoiaram sempre que nos viram em momentos de fraquezas; ao nosso orientador e a todos os membros e estrutura do Instituto Federal de São Paulo que nos permitiu a conclusão deste trabalho.

## **Música: Massa de Mandioca**

(Mastruz Com Leite)

Maria tá peneirando  
Goma e massa de mandioca  
Maria tá peneirando  
Maria tá peneirando  
Goma e massa de mandioca  
Quem se casar com Maria  
Só vai comer tapioca

Tá, tá, tapioca  
Tá, tá, tapioca  
Tá, tá, tapioca  
Tá, tá, tapioca

Rala, rala mandioca  
Tu de lá e eu de cá  
Pra fazer beijo de massa  
Pra gente se alimentar  
Maria pega a peneira  
Mexe pra lá e pra cá  
O peneirado é gostoso  
Tô doído pra peneirar

"Penera, penera" de lá  
"Penera, penera" de cá  
"Penera, penera" de lá  
"Penera, penera" de cá  
O peneirado é gostoso  
Tô doído pra peneirar

De nada adianta o vento estar a favor se não se  
sabe pra onde virar o leme. – Provérbio  
Brasileiro  
(Autor Desconhecido)

## LISTA DE FIGURA

Figura 1 – Tapioca Salgado.....	46
Figura 2 – Tapioca Doce.....	46
Figura 3 – Pastel.....	47
Figura 4 – Crepe.....	47
Figura 5 – Pão de Queijo.....	47
Figura 6 – Sorvete.....	47
Figura 7 – Bolo Gelado de Tapioca.....	48
Figura 8 – Bolo de Tapioca.....	48
Figura 9 – Bolo de Chocolate.....	48
Figura 10 – Bolo de Tapioca com Sorvete.....	48
Figura 11 – Bolo de Chocolate com Sorvete.....	49
Figura 12–Cardápio (Página Inicial).....	50
Figura 13 –Cardápio (Tapiocas).....	51
Figura 14–Cardápio (Pastel e Pão de Queijo).....	52
Figura 15–Cardápio (Crepe).....	53
Figura 16–Cardápio (Bolo e Sorvete).....	54
Figura 17 – Cardápio (Bebidas).....	55
Figura 18 – Fachada.....	60
Figura 19 – Entrada (Vista de Frente).....	61
Figura 20 – Entrada (Vista de Fundo).....	61
Figura 21 – Área das Mesas.....	62
Figura 22 – Banheiro (Entrada).....	62
Figura 23 – Banheiro (Lateral).....	62
Figura 24 – Mezanino (Estoque).....	63
Figura 25 – Cozinha (Vista Lateral Esquerda).....	63
Figura 26 – Cozinha (Vista Lateral Direita).....	63
Figura 27 – Cozinha (Vista Lateral).....	64
Figura 28 – Cozinha (Vista de Fundo).....	64
Figura 29 – Fluxo de Processos organizacionais da Raízes do Sertão.....	65
Figura 30 – Organograma Funções dos Colaboradores.....	66

## LISTA DE TABELA

Tabela 01 – Produção Nacional.....	15
Tabela 02 – Sócio 01.....	16
Tabela 03 – Sócio 02.....	17
Tabela 04 – Dados da Empresa.....	18
Tabela 05 – Distribuição de Capital.....	19
Tabela 06 – Pontos Fracos dos Concorrentes.....	30
Tabela 07 – Localização da Tapiocaria.....	58
Tabela 08 – Metragem do Imóvel.....	60

## LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Estudo dos Fornecedores.....	31
Quadro 02 – Estudo dos Fornecedores de Móveis.....	33
Quadro 03 – Estudo dos Fornecedores de Utensílios.....	33
Quadro 04 – Estudo dos Fornecedores de Bebidas.....	34
Quadro 05 – Estudo dos Fornecedores de Alimentos.....	36
Quadro 06 – Fornecedor 1 – Eletrônicos.....	37
Quadro 07 – Fornecedor 2 – Eletrônicos.....	38
Quadro 08 – Fornecedor 3 – Móveis.....	38
Quadro 09 – Fornecedor 4 – Utensílios de Cozinha.....	39
Quadro 10 – Fornecedor 5 – Utensílios de Cozinha.....	39
Quadro 11 – Fornecedor 6 – Bebidas.....	40
Quadro 12 – Fornecedor 7 – Bebidas.....	40
Quadro 13 – Fornecedor 8 – Bebidas.....	41
Quadro 14 – Fornecedor 9 – Alimentos.....	41
Quadro 15 – Fornecedor 10 – Alimentos.....	42
Quadro 16 – Promoções.....	57
Quadro 17 – Máquinas e Equipamentos.....	67
Quadro 18 – Móveis e Utensílios.....	68
Quadro 19 – Total de Investimentos Fixos.....	68
Quadro 20 – Estimativa de Estoque Inicial.....	69
Quadro 21 – Contas a Receber.....	71
Quadro 22 – Contas a Pagar.....	71
Quadro 23 – Necessidade Média de Estoques.....	71
Quadro 24 – Cálculo da Necessidade Líquida de Capital de Giro em Dias.....	71
Quadro 25 – Caixa Mínimo.....	72
Quadro 26 – Capital de Giro.....	72
Quadro 27 – Investimento Pré-Operacional.....	72
Quadro 28 – Investimento Total.....	73
Quadro 29 – Estimativa do faturamento Mensal.....	73
Quadro 30 – Despesas de Comercialização.....	75
Quadro 31 – CMV.....	75

Quadro 32 – Custo de Mão de Obra (Mensal) .....	77
Quadro 33 – Depreciação Maquinário.....	78
Quadro 34 – Custos Fixos.....	78
Quadro 35 – DRE.....	79
Quadro 36 – Margem de Contribuição.....	79
Quadro 37 – Índice de Margem de Contribuição.....	79
Quadro 38 – Ponto de Equilíbrio.....	80
Quadro 39 – Lucratividade.....	80
Quadro 40 – Rentabilidade.....	80
Quadro 41 – Prazo de Retorno.....	81

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Faixa Etária dos Entrevistados.....	21
Gráfico 2 – Renda Mensal dos Entrevistados.....	21
Gráfico 3 – Porcentagem de Entrevistados que se Alimentam Fora de Casa.....	22
Gráfico 4 – Frequência de Consumo dos Entrevistados.....	23
Gráfico 5 – Em qual Horário Costuma se Alimentar Fora de Casa.....	23
Gráfico 6 – Aspectos Importantes do Estabelecimento Segundo os Entrevistados.....	24
Gráfico 7 – Outras Opções de Gostariam de Consumir.....	25
Gráfico 8 – Entrevistados que Frequentariam a Tapiocaria.....	26
Gráfico 9 – Preferência de Sabores Salgados de Tapioca.....	26
Gráfico 10 – Preferência de Sabores Doces de Tapioca.....	27
Gráfico 11 – Valor Disposto a Pagar em uma Tapioca.....	28
Gráfico 12 – Acompanhantes dos Entrevistados.....	29
Gráfico 13 – Meios no qual se Comunica Sobre Novos Negócios.....	57
Gráfico 14 – Melhor Localização para Raízes do Sertão.....	58

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>14</b>
1.1 CONTEXTO HISTÓRICO.....	14
1.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES.....	16
1.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO.....	18
1.4 MISSÃO DA EMPRESA.....	18
1.5 VISÃO DA EMPRESA.....	18
1.6 VALORES DA EMPRESA.....	18
1.7 SETOR DA ATIVIDADE.....	19
1.8 FORMA JURÍDICA.....	19
1.9 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO.....	19
1.10 CAPITAL SOCIAL.....	19
1.11 FONTE DE RECURSOS.....	19
<b>2. ANÁLISE DE MERCADO.....</b>	<b>20</b>
2.1 ESTUDO DOS CLIENTES.....	20
2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES.....	29
2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES.....	31
2.3.1 CONCLUSÃO DO ESTUDO DOS FORNECEDORES.....	37
<b>3. PLANO DE MARKETING.....</b>	<b>46</b>
3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS.....	46
3.2 PREÇO.....	49
3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS.....	56
3.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO.....	58
3.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO.....	58
<b>4. PLANO OPERACIONAL.....</b>	<b>60</b>
4.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO.....	60
4.2 CAPACIDADE PRODUTIVA E DE ATENDIMENTO.....	64
4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS.....	65
4.4 NECESSIDADE DE PESSOAL.....	66
<b>5. PLANO FINANCEIRO.....</b>	<b>67</b>

5.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS.....	67
5.2 CAPITAL DE GIRO.....	69
5.3 INVESTIMENTO PRÉ OPERACIONAL.....	72
5.4 INVESTIMENTO TOTAL.....	73
5.5 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL.....	73
5.6 ESTIMATIVA DE CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO.....	75
5.7 APURAÇÃO DE CUSTO DE MERCADORIAS VENDIDAS.....	75
5.8 ESTIMATIVA DE CUSTO DE MÃO DE OBRA.....	77
5.9 ESTIMATIVA DE CUSTO DE DEPRECIAÇÃO.....	78
5.10 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS.....	78
5.11 DEMONSTRATIVO DE RESULTADO.....	79
5.12 INDICADORES DE VIABILIDADE.....	79
5.12.1 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.....	79
5.12.2 ÍNDICE DE MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.....	79
5.12.3 PONTO DE EQUILÍBRIO.....	80
5.12.4 LUCRATIVIDADE.....	80
5.12.5 RENTABILIDADE.....	80
5.12.6 PRAZO DE RETORNO DE INVESTIMENTO.....	81
<b>6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS.....</b>	<b>82</b>
<b>7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....</b>	<b>83</b>
7.1 MATRIZ SWOT (F.O.F.A).....	83
<b>8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....</b>	<b>85</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>86</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>89</b>



## 1. INTRODUÇÃO

Nesta Seção, serão abordadas as informações referentes ao projeto em questão, de modo que faça uma análise de seu setor em nível mundial, nacional e nas proximidades de onde será aberto este empreendimento.

### 1.1 CONTEXTO HISTÓRICO

De acordo com Marcilio Galeano, a tapioca teve sua origem nos povos tupis-guaranis, que ocupavam a faixa litorânea leste do território brasileiro desde o sul até o norte, estes foram os responsáveis pelo poder de tornar a mandioca comestível, está era a base alimentar no Brasil até a chegada de Pedro Álvares Cabral, que era produzida através de sistemas de agricultura para sua sobrevivência.

Os povos litorâneos descobriram que ao extrair a fécula da mandioca, dava-se para obter outros produtos como a goma da tapioca, polvilho e a farinha.

A tapioca é feita com farinha extraída da fécula do vegetal, não contém glúten nem gorduras e ainda é fonte de energia. Além disso, tem pouco sódio e é rica em vitaminas como B1, B6, B9, cálcio e ferro. Com sabor neutro, combina com uma enorme variedade de recheios. A iguaria tornou-se um dos pratos indicados por nutricionistas.

Sendo saudável e nutritiva, a tapioca é uma ótima alternativa para quem quer perder peso e manter uma alimentação balanceada, afinal, não contém sódio e nem gordura. Além disso, a tapioca é livre de glúten, sendo uma opção para os celíacos (pessoas que possuem intolerância a glúten).

Muito prática e fácil de fazer, a tapioca substitui os pães e combinada com o recheio certo, forma refeições completas servindo tanto como prato principal quanto sobremesa ou lanche rápido. Sem contar que farinha de tapioca tem uma vasta usabilidade, ou seja, a goma usada para fazer a massa da tapioca também pode ser usada em outras receitas como bolos, pães e uma vasta variedade de produtos.

Segundo o Jornal Entrepósito- Ceagesp, Ceasa, em entrevista com o diretor-geral da Casa Maní, Antônio Donizetti, empresa paulista presente em 14 estados que produz amido e derivados de mandioca, diz que, foi realizado uma pesquisa com 1.300 pessoas de todas as classes sociais que comprovou que o alimento é um sucesso em todas as faixas de renda.

O consumo aumentou no Sudeste, pois os maiores produtores de mandioca, nos dias atuais, são os Estados de São Paulo, Paraná e Mato Grosso do Sul. O Nordeste, antes conhecido pelas grandes áreas de plantação e ampla oferta do produto, sofre com a estiagem.



Prosseguindo o diretor-geral da indústria paulista Casa Maní, Antônio Fadel, aponta uma mudança de consumo entre as diferentes regiões do País. Anteriormente, a maior preferência pela tapioca vinha das regiões Norte, Nordeste e Sul. No entanto, há mais ou menos três anos, a população do Sudeste começou a buscar algo mais saudável, com um carboidrato não nocivo e sem glúten.

Apesar de ser considerado um mercado pequeno na comparação total com a sua matéria-prima, a tapioca vem expandindo seu espaço nos negócios nacionais e internacionais. Nos últimos anos o mercado global de amido de fécula (base da tapioca) está estimado em US\$ 20 bilhões, com participação nacional de US\$ 50 milhões. Aproximadamente 8% da produção total de mandioca foi destinada a geração da fécula de tapioca. Foram 755 mil toneladas em 2015, foi o maior volume já produzido no Brasil. O mais próximo foi no ano anterior 2014, com 650 mil toneladas. (Jornal Entreposto - CEAGESP, Ceasa)

De acordo com SEBRAE, em uma publicação da Infoteca da Embrapa Amazônia Oriental (CPATU), dados do IBGE (2012) revela que a distribuição do setor produtivo de mandioca no país está assim constituída:

Tabela 01 – Produção Nacional

Pará	20,54%
Paraná	16,52%
Bahia	9,41%
Maranhão	6,53%
São Paulo	6,17%

Todos esses estados somam 59,17% do volume produzido no país

Fonte: [www.sebraemercados.com.br](http://www.sebraemercados.com.br)

O Brasil ainda tem muitas dificuldades com a exportação mundial. Uma das principais causas é a capacitação de empresas para a certificação de qualidade. O Brasil ainda não é um tradicional exportador, mas está ganhando espaço. Pois vem despertando o interesse do mercado estrangeiro. Os destinos têm sido os mais diversos, com destaque para Canadá, Estados Unidos, Alemanha, França, Reino Unido, Japão e Nova Zelândia - os últimos contratos ainda incluem Coréia do Sul e Austrália.



Atualmente na cidade de Presidente Epitácio, em apenas dois lugares são vendidos em média 350 quilos de goma de tapioca. (Dados coletados pelos próprios autores nos locais que vendem o produto, nos quais são Casa do Tempero e na Merceria Estância).

Foi pensando nisso que decidimos então, abrir uma loja voltada especialmente para tapioca e seus derivados, já que em Presidente Epitácio uma cidade do interior paulista de aproximadamente 43 mil habitantes (IBGE, 2015), a uma procura grande por esse produto e não temos um estabelecimento que ofereça um serviço especializado nesta área.

Inicialmente, pensa-se em um estabelecimento de pequeno porte, que possa oferecer conforto e qualidade ao consumidor, e futuramente um carrinho de tapiocas móveis, para atender eventos e alguns pontos turísticos da cidade.

A Raízes do Sertão – Tapiocaria terá como finalidade ser uma loja de tapiocas e seus derivados, e tendo como foco principal, produzir um produto de qualidade que satisfaça a necessidade e o desejo do cliente. E também oferecer outros produtos que são bastante consumidos na cidade como pastel, crepe e pão de queijo.

Um diferencial que será evidenciado em relação aos nossos concorrentes indiretos, será um preço mais baixo, mas com um produto de qualidade e um ambiente acolhedor e higienizado.

## 1.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES

Tabela 02 - Sócio 01

### Dados Pessoais

Nome: Aparecida Pereira Gonzaga

Endereço: Rua: Paraná, 1571

Cidade/Estado: Presidente Epitácio – São Paulo

Casada, 29 anos, natural de São José de Piranhas - Paraíba

Fonte: Os próprios autores

### Experiências Profissionais

Sua atual profissão é gerente administrativa na loja de confecções (A Predileta), onde realiza as funções de gestão financeira, compra de mercadorias e gerência de caixa. Em 2010 Trabalhou na Loja Algodão Doce (Familiar) também como gerente administrativa. De 2002 a



2010 trabalhou na loja Gonzaga Confecções Ltda., onde atuou como vendedora, caixa e contabilista da Loja, e fazia a representação de compra dos fornecedores.

### **Formação Acadêmica**

Formada no 2º grau completo na instituição E.E. 18 de Junho no de 2004. Graduada em Bacharel em Direito pela FAPE - Faculdade de Presidente Epitácio em 2011. E atualmente cursando o técnico em Administração no IFSP – Campus de Presidente Epitácio.

### **Atribuição do Sócio 01**

Ficará responsável pela área financeira, compra e controle de estoque, supervisão de funcionários e controle de caixa da empresa.

Tabela 03 - Sócio 02

### **Dados Pessoais**

Nome: Tamires Alves

Endereço: Rua: Noel Rosa 337

Cidade/Estado: Presidente Epitácio – São Paulo

Solteira, 20 anos, natural de Bataguassu - Mato Grosso do Sul

Fonte: Os próprios autores

### **Experiências Profissionais**

Atualmente sua profissão é auxiliar administrativa da empresa Play Áudio Instrumentos Musicais. Anteriormente trabalhou na Empresa Sorveteria Yuki, onde atuou como gerente de caixa, atendente, cozinheira e comins (Na realização de pratos como, tapiocas, crepes, tortas, bolos, taças e etc.).

### **Formação Acadêmica**

Formada no 2º grau completo na instituição E.E. Marina Amarante no de 2013. Formada em Técnico em Edificações pelo IFSP – Campus de Presidente Epitácio em 2014. E atualmente cursando o técnico em Administração no IFSP – Campus de Presidente Epitácio.

### **Atribuições do Sócio 02**

Atuará como chefe de cozinha e pela administração da cozinha.



### 1.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO

Tabela 04 – Dados da Empresa

<b>Nome Fantasia</b>	Tapiocaria – Raízes do Sertão
<b>Razão Social</b>	Tapiocaria Raízes do Sertão Ltda.
<b>CNPJ</b>	14.223.273/0001-40

Fonte: Os próprios autores

### 1.4 MISSÃO DA EMPRESA

Superar continuamente, expectativas, exigências e necessidades do mercado consumidor, fornecendo a melhor opção de tapiocas diversificadas, focado em qualidade e satisfação dos clientes.

### 1.5 VISÃO DA EMPRESA

Tornar-se uma empresa de referência na comercialização de tapiocas na região, sendo a melhor empresa na produção de tapiocas diversificadas na região do Oeste Paulista, tendo o melhor atendimento e estrutura organizacional, e alcançando a excelência em qualidade.

### 1.6 VALORES DA EMPRESA

- ✓ **Qualidade:** Se empenhar cada vez mais para que o cliente tenha sempre o melhor produto.
- ✓ **Ética e Honestidade:** Conquistar a confiança dos clientes é fundamental para que eles se sintam seguros a investir o seu dinheiro em nosso produto. Uma boa reputação só pode ser confirmada pela satisfação do cliente e assim contribui para solidificação da imagem de uma empresa.
- ✓ **Credibilidade:** Passar para o cliente a credibilidade de que o produto ou serviço é o melhor em todos os aspectos.
- ✓ **Comprometimento:** Ter o compromisso com a qualidade, ética, honestidade, credibilidade, meio social e ambiental e o trabalho em equipe de que tudo que for feito visara sempre a excelência.
- ✓ **Responsabilidade Social e Ambiental:** Fazer o melhor para cumprir com as obrigações legais e econômicas, sempre indo além do que for imposto.
- ✓ **Trabalho em equipe:** Fazer o melhor para apresentar um ambiente harmonioso entre os colaboradores.



### 1.7 SETOR DA ATIVIDADE

Comércio, pois a Tapiocaria tem a função de vender produtos diretamente para o consumidor.

### 1.8 FORMA JURÍDICA

Sociedade Limitada, a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor das quotas integralizadas.

### 1.9 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Optante pelo Simples Nacional, um regime compartilhado de arrecadação, com cobrança e fiscalização de tributos aplicáveis a microempresas e empresas de pequeno porte.

### 1.10 CAPITAL SOCIAL

Tabela 05 – Distribuição de Capital

	<b>NOME DO SÓCIO</b>	<b>VALOR</b>	<b>% DE PARTICIPAÇÃO</b>
<b>SÓCIO 1</b>	APARECIDA PEREIRA GONZAGA	R\$ 25.000,00	71,43%
<b>SÓCIO 2</b>	TAMIRES ALVES	R\$ 10.000,00	28,57%
<b>TOTAL</b>		R\$ 35.000,00	100%

Fonte: Os próprios autores

### 1.11 FONTE DE RECURSOS

- ✓ Sócio 01: Venda de um terreno localizado na Rua José Sorigotti Netonº 2-131, com 440 m<sup>2</sup>, no valor de R\$ 70.000,00 (setenta mil reais) em Presidente Epitácio, no qual R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais) será entregue para o capital social.
- ✓ Sócio 02: Venda de um carro Gol da Wolkswagen no valor de R\$10.000,00



## 2. ANÁLISE DE MERCADO

De acordo com José Dornelas, a análise de mercado é um dos componentes do plano de negócios que está relacionado ao marketing da organização. Ela apresenta o entendimento do mercado da empresa, seus clientes, seus concorrentes e quanto à empresa conhece, em dados e informações, o mercado onde atua. A análise do mercado permite ainda se conhecer de perto o ambiente onde o produto/serviço se encontra. O mercado está composto pelo ambiente onde a empresa e produto se localizam, pela concorrência e pelo perfil do consumidor.

Nesta seção serão analisados os resultados da pesquisa de mercado, cliente, fornecedores e concorrentes, verificando se os resultados favorecem o desenvolvimento do projeto da Raízes do Sertão – Tapiocaria.

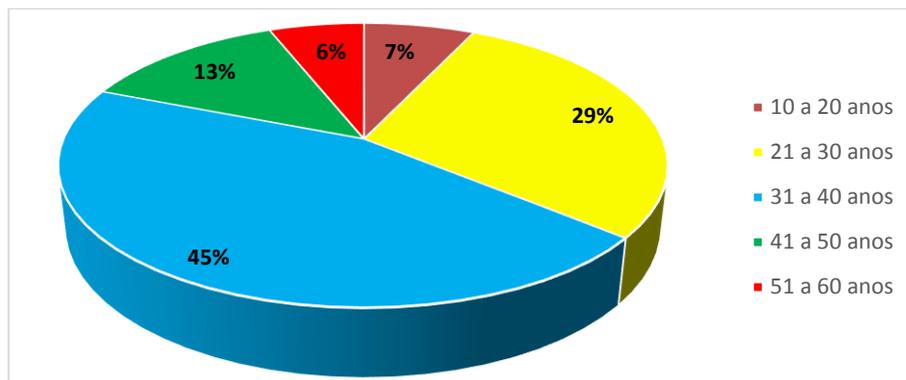
### 2.1 ESTUDOS DOS CLIENTES

Quanto maior o conhecimento sobre seus clientes, melhor será seu desempenho no mercado. Dessa forma, foi utilizado o método da pesquisa de campo para se obter as informações sobre o mercado consumidor, através da aplicação de questionários e entrevistas com os possíveis consumidores.

Para este empreendimento, foi selecionada a pesquisa de campo, com aplicação de 100 (cem) questionários, de maneira aleatória no comércio da cidade. Cada questionário contém 22 (vinte e duas) questões, onde 21 (vinte e uma) questões são de múltipla escolha e apenas 1 (uma) dissertativa, de livre escolha para responder ou não. O questionário foi aplicado no dia 24 de setembro de 2016, no comércio de Presidente Epitácio, no horário comercial.

Dessa maneira, após a análise e tabulação dos dados colhidos nos questionários, seguem abaixo os gráficos e análises da referente pesquisa.

Gráfico 1 – Faixa Etária dos Entrevistados

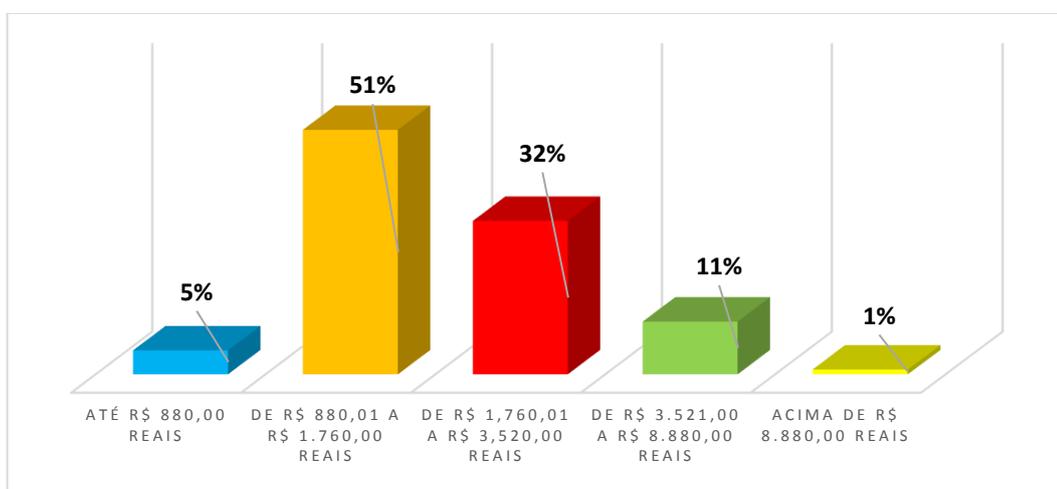


Fonte: Os próprios autores

Como se pode observar no gráfico 1, a maioria dos respondentes está na faixa de 31 a 40 anos, o que corresponde a 45% dos entrevistados.

Cabe notar que o público acima de 30 anos já possui família, ou está iniciando uma. Dessa maneira o local no qual a Tapiocaria será instalada, deve proporcionar um ambiente acolhedor, com um toque mais familiar. E de acordo, com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) de Presidente Epitácio esta faixa etária corresponde a 12,64% da população total da cidade. Além do fato de que nesta faixa etária as pessoas estão buscando uma alimentação saudável, alimentos que ajudam a perder peso, que tenham menos sódio, menos gordura e alimentos sem glúten, e a tapioca proporciona isto, sendo muito recomendada pelos nutricionistas.

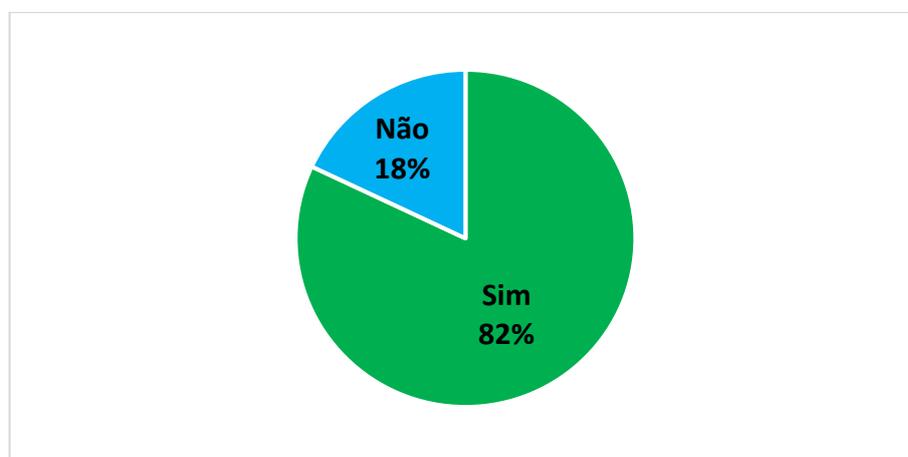
Gráfico 2 – Renda Mensal dos Entrevistados



Fonte: Os próprios autores

No gráfico 2 é analisado a renda mensal dos entrevistados, em que foi declarado na sua maioria receber uma renda de R\$ 880,00 a R\$ 1.760,00 (51%). Isso reflete no âmbito financeiro da empresa, pois teremos que oferecer produtos com qualidade e preços acessíveis a este público, de modo que eles frequentem o local e usufruam dos produtos, gerando lucro a empresa. Esses valores conferem com dados do IBGE (2015) que menciona que a renda média per capita do Estado de São Paulo é de R\$ 1.482,00. Tal fato corrobora com a representatividade da amostragem e veracidade de informações pensando futuramente na expansão do empreendimento visando esse público alvo.

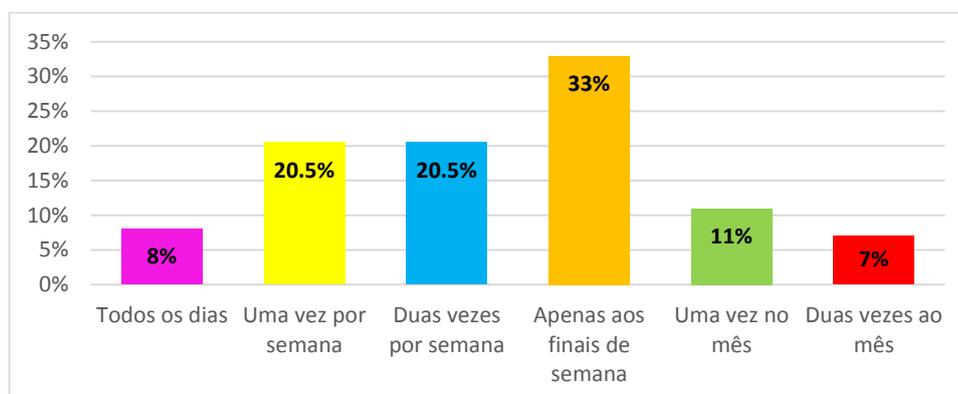
Gráfico 3 – Porcentagem de Entrevistados que se alimentam fora de casa



Fonte: Os próprios autores

De acordo com o gráfico 3, foi analisado que 82% dos entrevistados alimentam-se fora de casa. Segundo o SEBRAE, 38.089,43 pessoas do total da população da cidade se alimentam fora de seu domicílio. E esse aumento de consumo favorece a abertura de uma Tapiocaria em Presidente Epitácio, além de ser algo inovador para a cidade, no qual será atrativo para os consumidores.

Gráfico 4 – Frequência de Consumo dos Entrevistados

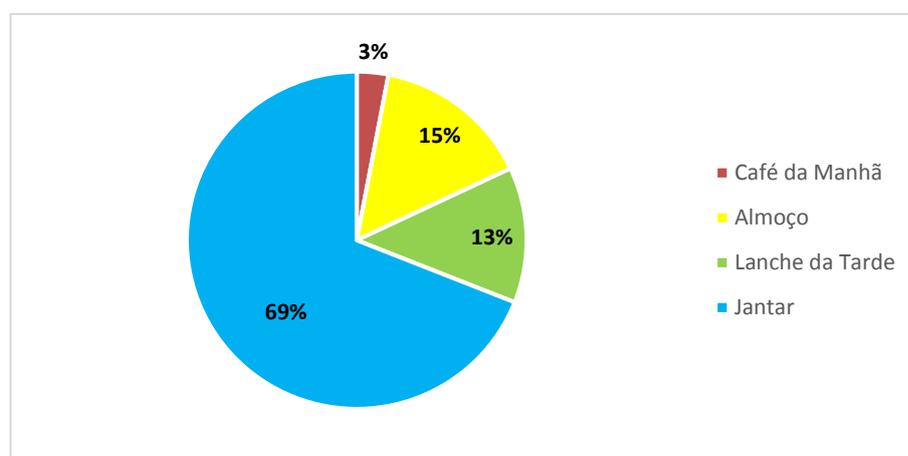


Fonte: Os próprios autores

No gráfico 4 demonstra a frequência que os entrevistados realizam suas refeições, tendo como índice de 33% das pessoas que se alimentam apenas aos finais de semana fora de casa e 21% que se alimentam de uma a duas vezes por semana.

Pode-se concluir que não serão todos os dias que a Raízes do Sertão terá um fluxo grande de pessoas, mas em dias alternados. E de acordo, com os comentários dos entrevistados eles têm preferências pelos dias próximos ao final de semana. Dessa maneira, conclui-se que a Raízes do Sertão abrirá de terça-feira a Domingo, para que haja diminuição dos custos e despesas, proporcionando dessa forma um horário de funcionamento que atenda ao perfil e requisito do público alvo da tapiocaria.

Gráfico 5 – Em qual horário Costuma se alimentar fora de casa



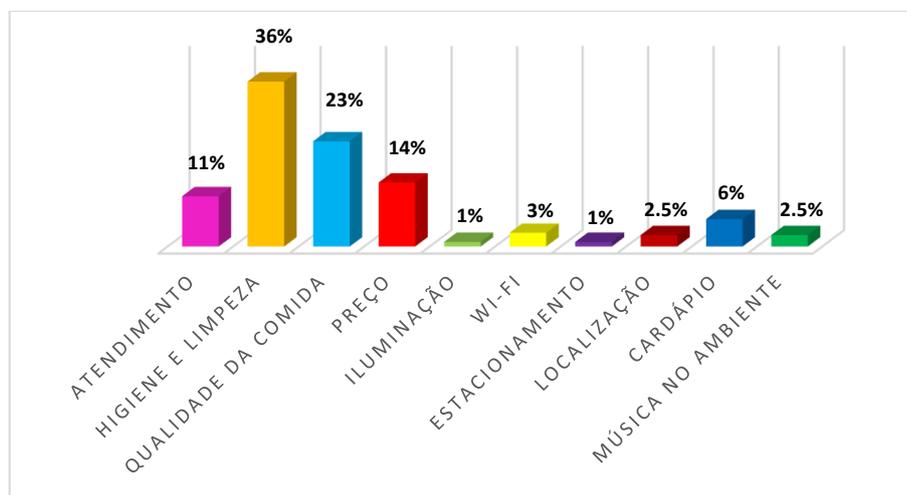
Fonte: Os próprios autores

O gráfico 5 tem como finalidade analisar qual o horário correto para funcionamento da Tapiocaria em Presidente Epitácio, e como pode se observar a preferência dos entrevistados é 69% no horário de jantar, 15% no horário do almoço e outros 13% no horário do lanche da tarde.

Pode se observar na cidade de Presidente Epitácio que os maiores fluxos de alimentação fora do domicílio acontecem nos horários de descanso dos colaboradores do comércio de Presidente Epitácio, no período de almoço e lanche da tarde; mas o maior fluxo acontece no período da noite devido à disponibilidade de poder aproveitar melhor o momento e também pelo fato da maioria das pessoas serem empregadas e procurarem outra solução ao invés de fazer sua alimentação em casa por estarem cansados da sua jornada de trabalho.

A partir desses dados e comentários dos entrevistados, pode se analisar que a Tapiocaria abrirá das 12h (meio dia) à 22h (vinte e duas horas), visto que a cidade de Presidente Epitácio, por ser uma estância turística, recebe muitos turistas em feriados e finais de semana prolongados, e os mesmos muitas vezes ficam sem opção de lazer e entretenimento. Portanto com a constatação da pesquisa em vigor oitenta e dois por cento, evidenciam o costume e preferência por períodos vespertinos e noturnos.

Gráfico 6 – Aspectos Importantes do Estabelecimento segundo os Entrevistados



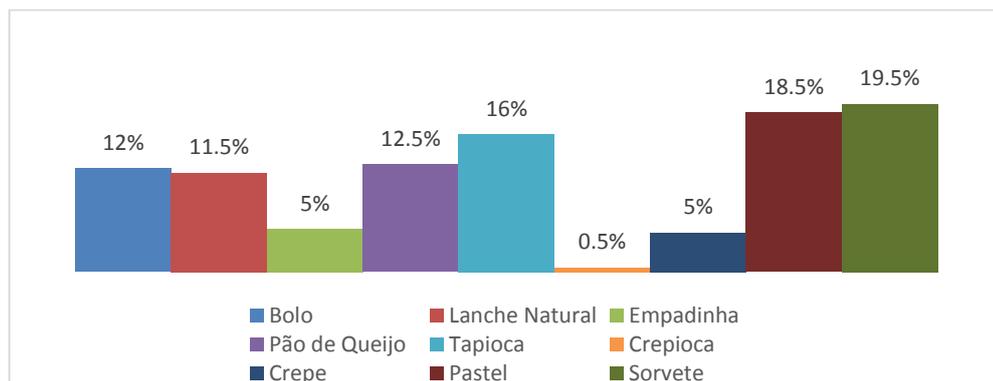
Fonte: Os próprios autores

O gráfico 6 mostra aspectos importantes para a satisfação do cliente. Tendo como destaque a higiene e limpeza do local com 33% no qual o ambiente deve ser organizado e sempre estar limpo, em segundo a qualidade da comida com 23% os pratos devem ser

apresentados de modo adequado e com produtos de qualidade, e preço em terceiro com 14%, os pratos devem ter preços acessíveis aos clientes.

Pode se observar a partir deste dado que o nosso público alvo está em busca de um local que esteja sempre limpo e arejado, que tenha qualidade no prato apresentado e com preço melhor que o dos concorrentes.

Gráfico 7– Outras opções que gostariam de Consumir

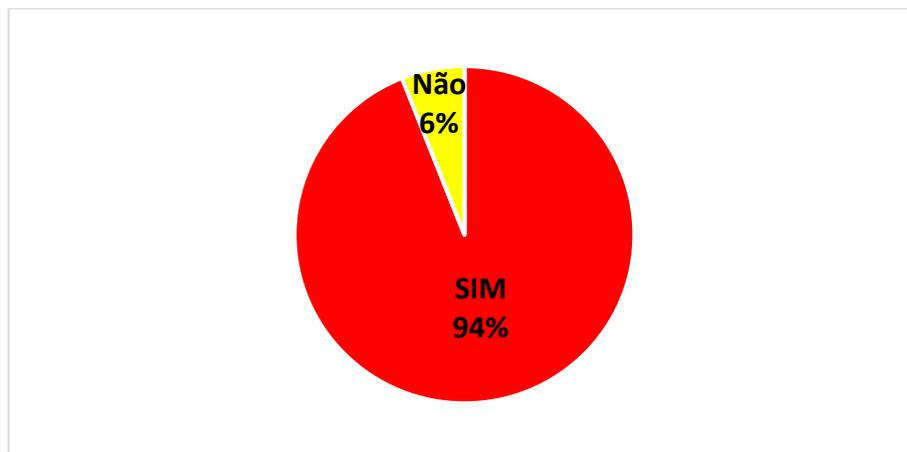


Fonte: Os próprios autores

No gráfico 7, podemos perceber que 19,5% dos entrevistados tem preferência por sorvete que é um dos produtos que iremos comercializar, a tapioca como “Carro Chefe” ficou em 3º (terceiro) lugar com 16% das respostas, em segundo ficou o pastel com 18,5% das respostas. Este era um produto que não iríamos comercializar, mas pelo fato da procura por este produto ser alta, foi definido que este também irá fazer parte do cardápio, funcionando como atrativo aos clientes e como alavancagem do faturamento.

Foi analisado através de comentários dos entrevistados que muitos escolheram o sorvete devido o fato de Presidente Epitácio ser uma cidade muito quente e ser uma opção de rápida alimentação, o pastel ficou em segundo, pois é uma opção muito conhecido e a tapioca ficou em terceiro devido muitos conhecerem o produto mas não haver um local especializado neste prato em Presidente Epitácio e muitos ainda desconhecem ou não provaram este produto. Então como nosso foco é ter a tapioca como “Carro Chefe” deveremos investir em divulgação, pois nossos concorrentes indiretos têm pouca divulgação deste produto fazendo com que seja pouco conhecido na cidade.

Gráfico 8 – Entrevistados que frequentariam a Tapiocaria

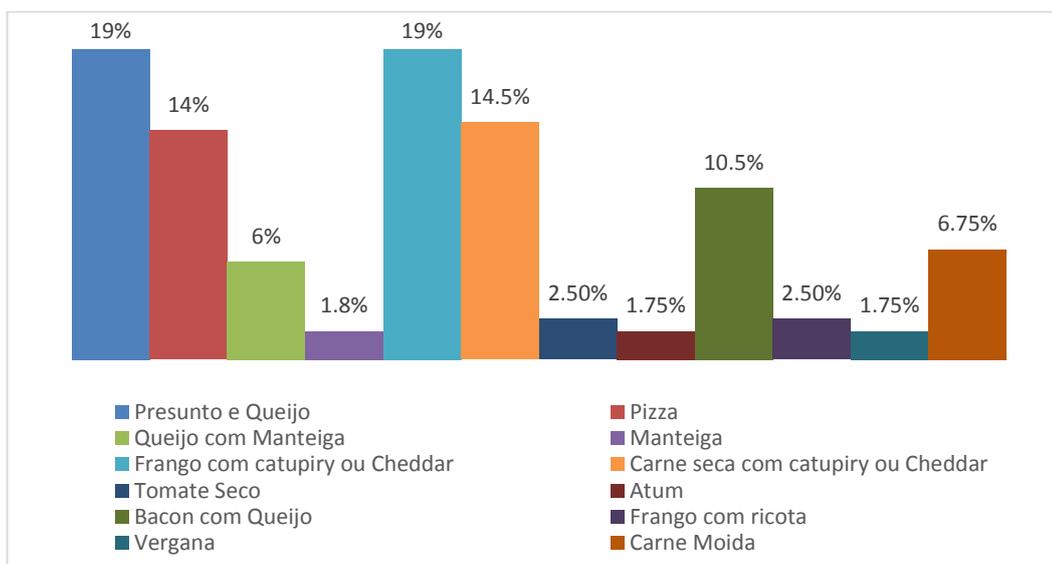


Fonte: Os próprios autores

O gráfico 8 é um dos mais importantes para a pesquisa mercadológica da Raízes do Sertão. Ele demonstra a viabilidade mercadológica do negócio em questão, pois mostra se o público entrevistado frequentaria ou não a Raízes do Sertão fica evidente que 94% dos entrevistados frequentariam a Tapiocaria e 6% rejeitam o empreendimento. E de acordo com os comentários, esses 6% que dizem não ao negócio é porque ainda não conhecem o produto ou não gostam. Como foi citado anteriormente este é um ramo relativamente novo em Presidente Epitácio.

Assim, foi possível concluir que esse projeto é viável mercadologicamente.

Gráfico 9 – Preferência de Sabores Salgados de Tapioca



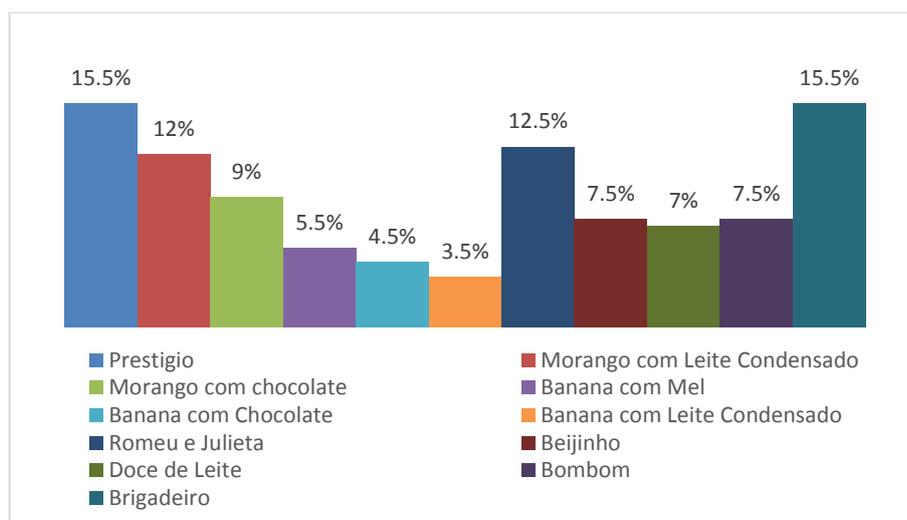
Fonte: Os próprios autores

No gráfico 9, onde os entrevistados foram questionados sobre os sabores salgados de tapioca que gostariam de consumir, houve destaque para dois sabores, tanto presunto e queijo quanto frango com catupiry ou cheddar obtiveram 19% das respostas.

A partir disto, podemos perceber que o nosso “Carro Chefe” serão estes dois sabores, eles terão maior participação no faturamento, pelo fato de apresentar uma procura e aceitação maior que as outras opções. Apesar de não haver uma margem alta em relação às outras opções ele terá maior participação em virtude da procura por esta opção, por ser um sabor muito conhecido no paladar dos epitacianos.

Ainda que, estes dois sabores tenham alta significância no faturamento, os outros sabores não serão deixados de lado, para que haja um rol de opções ao consumidor, obtendo assim um aumento no faturamento da empresa.

Gráfico 10 - Preferência de Sabores Doces de Tapioca



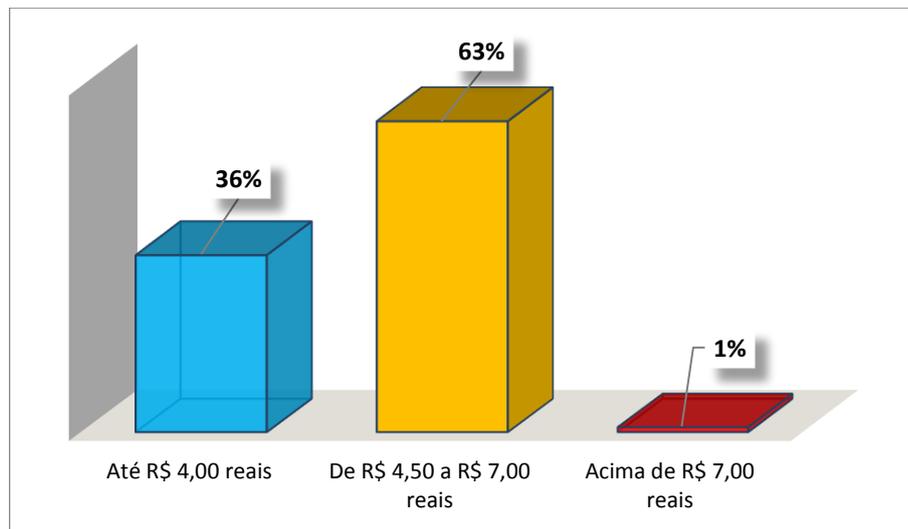
Fonte: Os próprios Autores

No gráfico 10, onde os entrevistados foram questionados sobre os sabores doces de tapioca que gostariam de consumir, houve destaque para dois sabores, tanto prestígio e brigadeiro obtiveram 15,5% das respostas.

A partir disto, podemos perceber que o nosso “Carro Chefe” serão estes dois sabores, eles terão maior participação no faturamento, pelo fato de apresentar uma procura e aceitação maior que as outras opções. Apesar de não haver uma margem alta em relação às outras opções eles terão maior participação em virtude da procura por estas opções, por serem sabores muito conhecidos no paladar dos epitacianos.

Ainda que, estes dois sabores tenham alta significância no faturamento, os outros sabores não serão deixados de lado, para que haja um rol de opções ao consumidor, obtendo assim um aumento no faturamento da empresa.

Gráfico 11 – Valor Disposto a pagar em uma tapioca

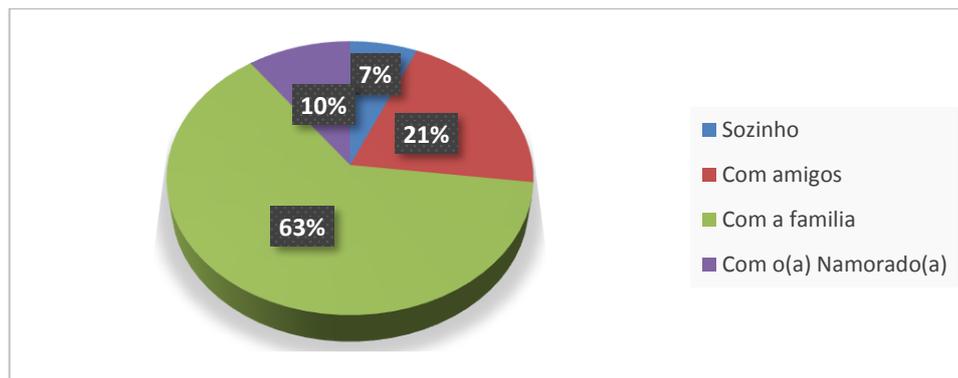


Fonte: Os próprios autores

Pode se notar no gráfico 11, que os valores que o consumidor está inclinado a desembolsar por uma tapioca variam entre R\$ 4,50 a R\$ 7,00. Como apontou a pesquisa, uma das variáveis primordiais para “atração” dos futuros clientes, o requisito determinante é o preço, dessa forma os percentuais encontrados estão na faixa de 63%. Fato este que vem corroborar com a renda salarial mensal do público que está em estudo, uma vez que o mesmo se encaixa nas faixas de R\$ 880,01 a R\$ 1760,00

Nossas tapiocas estarão nessa faixa de preço entre R\$ 4,00 à R\$ 7,00, conseguindo atingir nosso público, e como vimos previamente nossos possíveis consumidores estão com uma renda salarial mensal entre 1 a 2 salários mínimos, fazendo com que eles adquiram nossos produtos.

Gráfico 12 – Acompanhantes dos Entrevistados



Fonte: Os próprios autores

Com a análise do gráfico 12, podemos perceber que 63% dos entrevistados preferem ir a Tapiocaria acompanhados de seus familiares. Assim, percebe-se que o local e ambiente deve ser confortável, respeitoso e tranquilo.

Foi possível analisar através disto que este será o público alvo da Tapiocaria, pois 94% dos entrevistados que irão frequentar a Raízes do Sertão como vimos anteriormente no gráfico 11, 79% destes preferem ir com sua família. Dessa forma o ambiente apesar de pequeno deve ser aconchegante.

## 2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES

De acordo com Philip Kotler (1998, p. 208), as empresas não devem somente focar nos seus consumidores, devem também ficar alertas com seus concorrentes, comparar seus produtos, preços, praça e promoção.

Com o conhecimento sobre seus concorrentes para Kotler (1998, p.208), a empresa identifica áreas de vantagem ou desvantagem competitiva, as estratégias de cada um, seus objetivos, forças e fraquezas e padrões de reação.

Para conhecer os concorrentes deste empreendimento, foi realizada uma análise através dos seguintes meios: dados coletados através do questionário, no qual há uma pergunta de múltipla escolha e uma dissertativa relacionada a este assunto além de diálogos informais com os entrevistados.

Pôde-se observar após a análise, foi verificado que no município de Presidente Epitácio, não há concorrentes diretos, apenas indiretos que foram apontados como relevante devido sua alta procura e apresentação de alguns pratos que iremos ter no cardápio.



CONCORRENTE 1: Esta empresa é uma casa de salgados, que possui uma variedade de salgados e lanches rápidos que é um dos pontos que iremos trabalhar. Apesar desses quesitos, os clientes atendidos por essa empresa possuem um alto nível de insatisfação em relação a qualidade dos pratos e ao ambiente. O consumidor descreve que os alimentos quando consumidos apresentam gostos estranhos e que o ambiente apresenta falta de higiene, pouca ventilação, pouco espaço para movimentação e alto cheiro de frituras vindos da cozinha.

CONCORRENTE 2: Esta empresa é uma sorveteria que possui em seu cardápio, alguns alimentos que iremos servir como a tapioca, crepe e em seu cardápio de inverno a também o pão de queijo. Os entrevistados alegaram problemas no atendimento, produtos com baixa qualidade e falta de higiene no ambiente.

CONCORRENTE 3: Esta empresa é uma especializada em mini salgadinhos, o maior índice de reclamação deste empreendimento é em relação ao mal atendimento e a demora para entrega do produto. E também pouco espaço para movimentação.

Nota-se que, o maior índice em relações as reclamações estão no fator de atendimento, qualidade do produto e higiene do local.

A seguir, para uma melhor explanação da situação, mostra-se uma tabela que identifica de acordo com as porcentagens, os defeitos destas empresas encontradas pelos clientes:

Tabela 6 – Pontos Fracos dos Concorrentes

	MAU ATENDIMENTO	FALTA DE HIGIENE	INSATISFAÇÃO DA QUALIDADE	DISPOSIÇÃO DE LAYOUT
EMPRESA 1	73%	83%	83%	89%
EMPRESA 2	18%	17%	17%	0%
EMPRESA 3	9%	0%	0%	11%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fonte: Os próprios autores

Através desta análise conseguimos perceber todos os pontos que devemos ter um comportamento diferente dos concorrentes.

## 2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES

Segundo Bertaglia (2006) o processo de seleção de fornecedor não é simples. A complexidade aumenta em função das características do item ou serviço a ser comprado, pois as exigências podem ser maiores ou menores. O ato de comprar deixou de ser simplesmente o de efetuar uma cotação de preços. Há três características básicas que devem ser consideradas em um processo de decisão para se selecionar um fornecedor: preço, qualidade e serviço.

Por isso, ao dar início a um empreendimento, deve-se ter um estudo das mais variadas opções de fornecedores, pois estes são de grande importância em uma organização, pois interferem tanto na logística da empresa, como a partir deles que conseguimos os insumos para realização de nossos produtos. Então, temos que tê-los como parceiros operacionais, para obtermos insumos de qualidade e atingir as entregas nos prazos estabelecidos.

Dessa forma, para realização da análise e pesquisa dos fornecedores da Tapiocaria Raízes do Sertão, foram selecionados critérios de análise julgados como cruciais para a seleção de bons fornecedores em cima dos critérios, que estão entre ótimo, bom, regular e ruim.

Os critérios analisados foram: atendimento, prazo de entrega e pontualidade, condições de pagamento e qualidade do produto.

A partir disto, segue abaixo as tabelas com as análises dos fornecedores da Raízes do Sertão, separados por eletrônicos, móveis, utensílios de cozinha, alimentos e bebidas. Os fornecedores escolhidos estão destacados para melhor visualização.

Quadro 01 – Estudo dos Fornecedores

<b>Estudo dos Fornecedores de Eletrônicos</b>						
Itens de Avaliação	Atendimento	Prazo de Entrega	Condições de Pagamento	Garantia dos Produtos	Pontualidade de Entrega	Preço
Fornecedor “A”	Ótimo	Ótimo	Bom	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor “B”	Bom	Regular	Bom	Regular	Bom	Ótimo
Fornecedor “C”	Ruim	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom

Itens de Avaliação	Atendimento	Prazo de Entrega	Condições de Pagamento	Garantia dos Produtos	Pontualidade de Entrega	Preço
Fornecedor “D”	Bom	Ruim	Bom	Regular	Regular	Regular
Fornecedor “E”	Ótimo	Bom	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor “F”	Bom	Bom	Ótimo	Regular	Bom	Regular
Fornecedor “G”	Bom	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Bom
Fornecedor “H”	Ruim	Bom	Regular	Bom	Bom	Bom
Fornecedor “I”	Bom	Ruim	Ruim	Bom	Bom	Regular
Fornecedor “J”	Regular	Bom	Ruim	Regular	Ótimo	Regular
Fornecedor “K”	Bom	Regular	Bom	Ótimo	Ótimo	Bom

Fonte: Os próprios autores

Na análise dos onze fornecedores de eletrônicos, pode ser observado que os fornecedores “A” e “E” são os mais viáveis em comparação aos demais, principalmente em relação ao preço, por ter uma grande variedade e por ter muitos concorrentes nesse tipo de mercado, ressaltando também a garantia e o bom atendimento.

As empresas apresentam boa referência no mercado e-commerce em todo o território nacional. A compra será realizada na internet, devido com o pagamento a vista, os descontos serem muito mais atraentes do que os costumeiros descontos aplicados pelas lojas físicas. Os descontos obtidos com essa forma de pagamento estão oscilando entre 15% a 20%. Além de conseguir frete grátis.

Quadro 02 – Estudo dos Fornecedores de Móveis

<b>Estudo dos Fornecedores de Móveis</b>						
Itens de Avaliação	Atendimento	Prazo de Entrega	Condições de Pagamento	Garantia dos Produtos	Pontualidade de Entrega	Preço
Fornecedor “A”	Ótimo	Bom	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor “B”	Bom	Bom	Ruim	Regular	Ruim	Regular
Fornecedor “C”	Regular	Bom	Regular	Bom	Regular	Bom
Fornecedor “D”	Ruim	Regular	Bom	Ruim	Bom	Bom

Fonte: Os próprios autores

Na análise dos fornecedores de móveis, pode ser observado que o fornecedor “A” é o mais viável em comparação aos demais, principalmente em relação ao preço, por ter uma grande variedade e no fator atendimento, pois a empresa passa uma segurança.

A empresa apresenta boa referência no mercado e-commerce e lojas físicas por todo o território nacional. A compra será realizada na internet, devido o preço a vista obter mais descontos do que nas lojas físicas.

Quadro 03 – Estudo dos Fornecedores de Utensílios de Cozinha

<b>Estudo dos Fornecedores de Utensílios de Cozinha</b>						
Itens de Avaliação	Atendimento	Prazo de Entrega	Condições de Pagamento	Garantia dos Produtos	Pontualidade de Entrega	Preço
Fornecedor “A”	Bom	Bom	Ótimo	Regular	Bom	Bom
Fornecedor “B”	Regular	Bom	Regular	Ruim	Regular	Ótimo
Fornecedor “C”	Ótimo	Bom	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo



Itens de Avaliação	Atendimento	Prazo de Entrega	Condições de Pagamento	Garantia dos Produtos	Pontualidade de Entrega	Preço
Fornecedor “D”	Bom	Ruim	Bom	Regular	Regular	Regular
Fornecedor “E”	Ótimo	Bom	Regular	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor “F”	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor “G”	Bom	Ótimo	Bom	Regular	Bom	Bom
Fornecedor “H”	Ruim	Bom	Regular	Bom	Ruim	Bom
Fornecedor “I”	Bom	Ruim	Ruim	Regular	Bom	Regular

Fonte: Os próprios autores

No estudo dos fornecedores de bebidas, foram escolhidos fornecedores distintos, onde os fornecedores “A” e “C” são fornecedores de refrigerantes e hidrotônicos e o fornecedor “F” é referente à polpa de sucos e refrigerante.

Referente aos fornecedores de refrigerantes, cada um é especializado em uma marca, na qual são as mais procuradas em Presidente Epitácio e estes também apresentaram ótimos preços e prazo de entrega muito rápido de um dia útil. Neste, os vendedores passam na loja uma vez por semana, é realizado o pedido e no outro dia o produto já é entregue.

Em relação à polpa de frutas e a outra marca de refrigerante este fornecedor apresenta ótimos preços e bom atendimento e serão adquiridos em Presidente Prudente.

Quadro 05 – Estudo dos Fornecedores de Alimentos

<b>Estudo dos Fornecedores de Alimentos</b>						
Itens de Avaliação	Atendimento	Prazo de Entrega	Condições de Pagamento	Garantia dos Produtos	Pontualidade de Entrega	Preço
Fornecedor “A”	Bom	Bom	Bom	Ótimo	Regular	Bom
Fornecedor “B”	Ótimo	Ótimo	Bom	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor “C”	Ruim	Bom	Regular	Bom	Regular	Bom
Fornecedor “D”	Bom	Ruim	Bom	Regular	Regular	Regular
Fornecedor “E”	Bom	Regular	Regular	Bom	Ruim	Ruim
Fornecedor “F”	Bom	Bom	Ótimo	Regular	Bom	Regular
Fornecedor “G”	Bom	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Bom
Fornecedor “H”	Ruim	Bom	Regular	Bom	Regular	Ruim

Fonte: Os próprios autores

No estudo dos fornecedores de alimentos, foram escolhidos fornecedores distintos, onde o fornecedor “B” é fornecedor de nossa matéria prima a goma de tapioca e a tapioca granulada e fornecedor “G” é fornecedor dos demais alimentos que iremos utilizar.

Referente aos fornecedores da goma e da tapioca granulada, os vendedores passam na sua loja uma vez por semana, você faz o pedido e no outro dia o produto já é entregue.

Em relação aos demais alimentos o fornecedor apresenta ótimos preços e bom atendimento e serão adquiridos em Presidente Prudente.

### 2.3.1 – CONCLUSÃO DO ESTUDO DOS FORNECEDORES

Após os estudos dos fornecedores, foi possível observar que todos os que foram escolhidos apresentam um desempenho melhor em relação aos outros. Em relação aos fornecedores, que irão fornecer os produtos que são considerados investimentos fixos (eletrônicos, móveis e utensílios de cozinha) estes serão comprados no comércio on-line devido obter maiores descontos e haver maior variedade de produtos.

Após a análise e avaliação dos fornecedores, foram selecionados aqueles mais viáveis para a Tapiocaria-Raízes do Sertão, como mostrado anteriormente. Dessa maneira, apresenta-se a seguir, as tabelas contendo os itens que serão adquiridos dos fornecedores selecionados, mostrando cada produto com os preços unitários a serem pagos, o prazo de entrega, as condições de pagamento e a localização do fornecedor.

Quadro 06 - Fornecedor 1 – Eletrônicos

FORNECEDOR 1 – ELETRONICOS – SHOP FÁCIL				
ITEM	PREÇO UNITÁRIO	PRAZO DE ENTREGA	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
Micro-ondas 30 l	R\$ 422, 10	10 dias	A vista / Cartão	INTERNET (SHOP FÁCIL) <a href="http://www.shopfacil.com.br/">http://www.shopfacil.com.br/</a>
Fogão 4 Bocas	R\$ 284,05	10 dias	A vista / Cartão	
Tv Led 40 polog.	R\$ 1.500, 52	10 dias	A vista / Cartão	
Coifa	R\$ 745, 25	10 dias	A vista / Cartão	
Ar condicionado 24.000 btus	R\$ 2.287, 50	10 dias	A vista / Cartão	
Forno Elétrico	R\$ 87, 65	10 dias	A vista / Cartão	
Batedeira Planetária	R\$ 311, 02	10 dias	A vista / Cartão	
Telefone Sem Fio	R\$ 58, 41	10 dias	A vista / Cartão	
Freezer 404 l	R\$ 1.613, 00	10 dias	A vista / Cartão	

Fonte: Os próprios autores

Quadro 07 – Fornecedor 2 - Eletrônicos

FORNECEDOR 2 – ELETRONICOS– SHOPTIME				
ITEM	PREÇO UNITÁRIO	PRAZO DE ENTREGA	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
Geladeira 475 l	R\$ 1.826,00	10 dias	A vista / Cartão	INTERNET (SHOPTIME) <a href="http://www.shoptime.com.br/">http://www.shoptime.com.br/</a>
Liquidificador 800w	R\$ 96,79	10 dias	A vista / Cartão	
Espremedor de Frutas	R\$ 59,00	10 dias	A vista / Cartão	
Impressora HP	R\$ 166,16	10 dias	A vista / Cartão	
Notebook Chromebook	R\$ 989,99	10 dias	A vista / Cartão	
Crepeira semi profissional	R\$ 299,00	10 dias	A vista / Cartão	

Fonte: Os próprios autores

Quadro 08 – Fornecedor 3 - Móveis

FORNECEDOR 3 – MÓVEIS– AMERICANAS				
ITEM	PREÇO UNITÁRIO	PRAZO DE ENTREGA	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
Estante de Aço	R\$ 119,67	10 dias	A vista / Cartão	INTERNET (AMERICANAS) <a href="http://www.americanas.com.br/">http://www.americanas.com.br/</a>
Jogo Mesa 4 cadeiras	R\$ 194,90	10 dias	A vista / Cartão	
Balcão Atendimento	R\$ 1.065,37	10 dias	A vista / Cartão	
Cozinha Compacta	R\$ 791,99	10 dias	A vista / Cartão	

Fonte: Os próprios autores

Quadro 09 – Fornecedor 04 – Utensílios de Cozinha

FORNECEDOR 4 – UTENSÍLIOS DE COZINHA - AMERICANAS				
ITEM	PREÇO UNITÁRIO	PRAZO DE ENTREGA	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
Prato	R\$ 7, 99	10 dias	A vista / Cartão	INTERNET (AMERICANAS) <a href="http://www.americanas.com.br/">http://www.americanas.com.br/</a>
Copo	R\$ 4, 99	10 dias	A vista / Cartão	
Conj. De Utensílios 5 peças	R\$ 17, 97	10 dias	A vista / Cartão	
Conj. Frigideiras 3 peças	R\$ 51, 91	10 dias	A vista / Cartão	
Caçarola	R\$ 64, 83	10 dias	A vista / Cartão	
Forma para Bolo	R\$ 18, 31	10 dias	A vista / Cartão	
Lixeira	R\$ 32, 99	10 dias	A vista / Cartão	

Fonte: Os próprios autores

Quadro 10 – Fornecedor 5 – Utensílios de Cozinha

FORNECEDOR 5 – UTENSÍLIOS DE COZINHA– SHOPTIME				
ITEM	PREÇO UNITÁRIO	PRAZO DE ENTREGA	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
Faqueiro 20 peças	R\$ 19, 90	10 dias	A vista / Cartão	INTERNET (SHOPTIME) <a href="http://www.shoptime.com.br/">http://www.shoptime.com.br/</a>
Guardanapo 3000 unid.	R\$ 15, 59	10 dias	A vista / Cartão	
Porta Guardanapo	R\$ 10, 99	10 dias	A vista / Cartão	

Fonte: Os próprios autores



Quadro 11 – Fornecedor 6 - Bebidas

FORNECEDOR 6 – BEBIDAS– REPRESENTANTE				
ITEM	PREÇO UNITÁRIO	PRAZO DE ENTREGA	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
Água sem Gás 510 ml	0,65	1 dia	A vista	Representante da Coca-Cola, que passa diretamente no comércio
Água com gás 500 ml	1,52	1 dia	A vista	
Coca Cola 350 ml	1,84	1 dia	A vista	
Fanta 350 ml	1,69	1 dia	A vista	
Kuat 350 ml	1,69	1 dia	A vista	
Sprite 350 ml	1,69	1 dia	A vista	
Schweppes 350 ml	1,82	1 dia	A vista	
Aquarius 510 ml	2,17	1 dia	A vista	
Powerad 500 ml	3,71	1 dia	A vista	
Coca Cola 600 ml	2,78	1 dia	A vista	
Coca Cola 1 litro	3,40	1 dia	A vista	

Fonte: Os próprios autores

Quadro 12 – Fornecedor 7 - Bebidas

FORNECEDOR 7 – BEBIDAS - REPRESENTANTE				
ITEM	PREÇO UNITÁRIO	PRAZO DE ENTREGA	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
H2O 500 ml	1,49	1 dia	A vista	Representante da Ambev, que passa diretamente no comércio
Pepsi Cola 350 ml	1,35	1 dia	A vista	
Gatorade 500 ml	2,30	1 dia	A vista	

Fonte: Os próprios autores



Quadro 13 – Fornecedor 8 - Bebidas

FORNECEDOR 8 – BEBIDAS– MAKRO				
ITEM	PREÇO UNITÁRIO	PRAZO DE ENTREGA	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
Funada 350 ml	1,33	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	Atacado de Presidente Epitácio (MAKRO)
Polpa de Morango	1,58	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Polpa de Maracujá	1,76	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Polpa de Uva	1,58	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Polpa Detox	1,42	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	

Fonte: Os próprios autores

Quadro 14 – Fornecedor 9 - Alimentos

FORNECEDOR 9 – ALIMENTOS– REPRESENTANTE				
ITEM	PREÇO UNITÁRIO	PRAZO DE ENTREGA	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
Fécula 25 kg	87,07	Pronta Entrega	A vista/boleto 10 dias	Representante que passa diretamente no comércio
Tapioca Granulada 500 g.	4,99	Pronta Entrega	A vista/boleto 10 dias	

Fonte: Os próprios autores

Quadro 15 – Fornecedor 10 - Alimentos

FORNECEDOR 10 – ALIMENTOS– MAKRO				
ITEM	PREÇO UNITÁRIO	PRAZO DE ENTREGA	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
Massa de Pastel 500 g	R\$ 2,70	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	Atacado de Presidente Prudente (MAKRO)
Apresentado 1 kg	R\$ 10,48	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Bacon 1 kg	R\$ 17,66	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Manteiga 200 g	R\$ 5,08	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Margarina 500 g	R\$ 3,50	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Cobertura de Morango 300g	R\$ 4,92	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Cobertura de Chocolate 300g	R\$ 4,46	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Cobertura de Caramelo 300g	R\$ 4,60	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Açúcar 5 kg	R\$ 8,70	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Goiabada 1kg	R\$ 4,06	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Cereja 180 g	R\$ 8,21	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Chantilly 1 l	R\$ 9,20	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Essência de Baunilha 30 ml	R\$ 2,47	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Farinha de Trigo 1 kg	R\$ 1,77	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	



ITEM	PREÇO UNITÁRIO	PRAZO DE ENTREGA	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
Fermento 100 g	R\$ 1,41	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	Atacado de Presidente Prudente (MAKRO)
Tempero Sazon Aves 900 g	R\$ 19,49	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Tempero Sazon Carnes 900g	R\$ 19,49	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Adoçante 100 ml	R\$ 2,46	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Leite Condensado 395 g	R\$ 2,64	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Catupiry 1,8 kg	R\$ 10,68	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Pão de Queijo 1 kg	R\$ 11,00	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Ovo 30 unid.	R\$ 10,00	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Cacau em Pó 200g	R\$ 11,95	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Coco Ralado 100g	R\$ 1,79	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Creme de Leite 200g	R\$ 1,44	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Orégano 200g	R\$ 4,00	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Molho de Pimenta 250 ml	R\$ 3,08	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Óleo 900 ml	R\$ 2,97	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Sal 1 kg	R\$ 0,91	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	

ITEM	PREÇO UNITÁRIO	PRAZO DE ENTREGA	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
Leite 1 l	R\$ 2,66	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	Atacado de Presidente Prudente (MAKRO)
Barra de Chocolate ao leite 1 kg	R\$ 24,90	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Barra de Chocolate amargo 1 kg	R\$ 28,50	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Cheddar 1 kg	R\$ 8,55	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Leite de Coco 500 ml	R\$ 3,68	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Laranja 1 kg	R\$ 1,29	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Queijo 1 kg	R\$ 18,99	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Carne Seca 5 kg	R\$ 17,99	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Carne Moída 1 kg	R\$ 14,76	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Peito de Frango 1 kg	R\$ 6,10	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Sache de Maionese/192 unid.	R\$ 6,00	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Sache de Ketchup/192 unid.	R\$ 6,00	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Sache de Molho verde/192 unid.	R\$ 6,00	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Nescau 800g	R\$ 10,75	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	
Bandeja de morango	R\$ 3,00	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	



ITEM	PREÇO UNITÁRIO	PRAZO DE ENTREGA	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
Maisena 500g	R\$ 5,87	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	Atacado de Presidente Prudente
Bombom Lacta 1 kg	R\$ 23,74	Pronta Entrega	A vista/parcelado cartão	(MAKRO)

Fonte: Os próprios autores

### 3. PLANO DE MARKETING

De acordo com Philip Kotler (1998), marketing é a ciência e a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo com lucro. Marketing identifica necessidades e desejos não realizados. Ele define, mede e quantifica o tamanho do mercado identificado e o potencial de lucro. Ele aponta quais os segmentos que a empresa é capaz de servir melhor e que projeta e promove os produtos e serviços adequados.

Nesta seção, serão abordados os 4ps de marketing (produto, preço, promoção e praça) que serão demonstrados e apresentados de acordo com as necessidades e desejos dos clientes, a partir das observações realizadas anteriormente na análise de mercado.

#### 3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

A Raízes do Sertão comercializará pratos derivados da goma de tapioca, tais como bolo gelado, bolo, sorvete, tapiocas salgadas e doces dos mais diversos sabores, além de outros produtos como pão de queijo e pastel que percebemos através da análise de mercado que são de grande procura pelos consumidores. E as bebidas que haverá na Tapiocaria serão refrigerantes, água, hidrotônicos e sucos. Segue abaixo as figuras dos pratos que serão disponibilizados na empresa:

Figura 1 - Tapioca Salgada



Fonte: <http://not1.xpg.uol.com.br/>

Adaptado pelos Autores

Figura 2 - Tapioca Doce



Fonte: <http://not1.xpg.uol.com.br/>

Adaptado pelos Autores

Figura 3 – Pastel



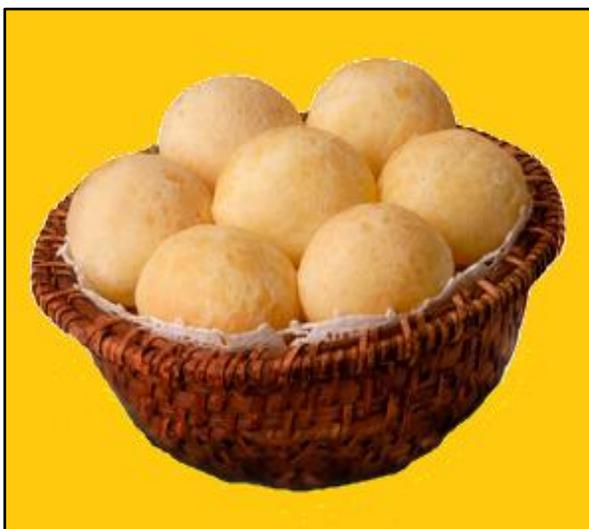
Fonte:  
[www.guiadoempreendedor.makro.com.br/](http://www.guiadoempreendedor.makro.com.br/)  
Adaptado pelos Autores

Figura 4 - Crepe



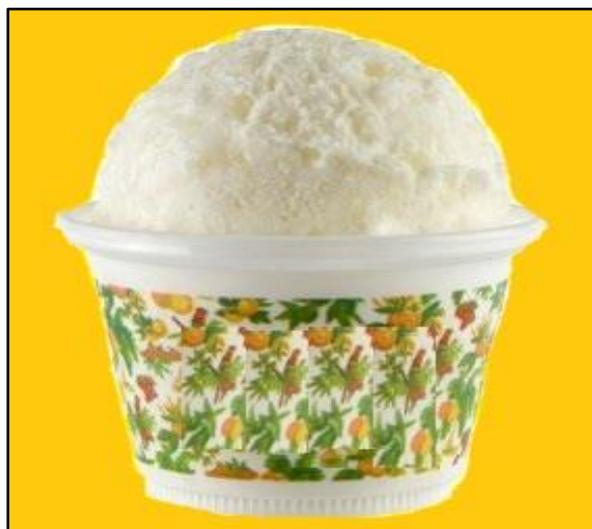
Fonte: [www.tudogostoso.com.br/](http://www.tudogostoso.com.br/)  
Adaptado pelos Autores

Figura 5 – Pão de Queijo



Fonte: [www.tudogostoso.com.br/](http://www.tudogostoso.com.br/)  
Adaptado pelos Autores

Figura 6 - Sorvete



Fonte: [www.sorveteitalia.com/](http://www.sorveteitalia.com/)  
Adaptado pelos Autores

Figura 7 – Bolo Gelado de Tapioca



Fonte: [www.vivomaissaudavel.com.br/](http://www.vivomaissaudavel.com.br/)  
Adaptado pelos Autores

Figura 8 – Bolo de Tapioca



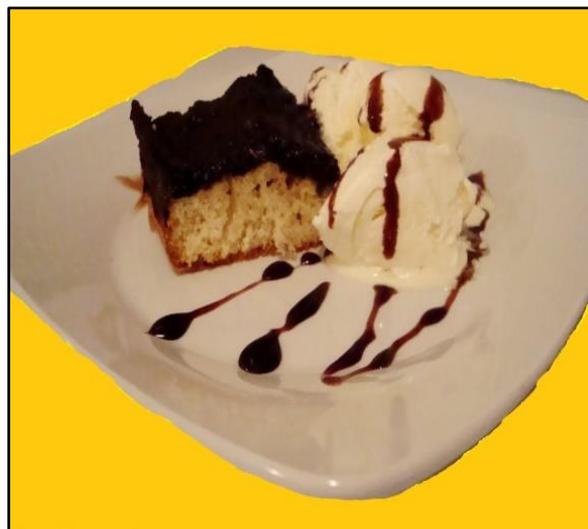
Fonte: [www.receitadetapioca.com.br/](http://www.receitadetapioca.com.br/)  
Adaptado pelos Autores

Figura 9 – Bolo de Chocolate



Fonte: [www.receitadodia.com/](http://www.receitadodia.com/)  
Adaptado pelos Autores

Figura 10 – Bolo de Tapioca com Sorvete



Fonte: [www.donnadacasaa.blogspot.com.br/](http://www.donnadacasaa.blogspot.com.br/)  
Adaptado pelos Autores

Figura 11 – Bolo de Chocolate com Sorvete



Fonte: [www.eudevoro.com/](http://www.eudevoro.com/)

Adaptado pelos Autores

### 3.2 PREÇO

Para definição dos valores dos pratos, foi executada uma análise dos estudos dos concorrentes, para analisar o quanto é cobrado de cada cliente por estes pratos.

Dessa forma, agregou-se a análise dos concorrentes com as respostas dos clientes e foi possível observar que os entrevistados buscam um preço acessível. Então a partir desses fatos, temos que ter produtos de qualidade com preços acessíveis e menores que dos nossos concorrentes, conseguindo satisfazer o desejo do cliente.

Segue abaixo o cardápio da Raízes do Sertão com todos os preços.

Figura 12 – Cardápio (Página Inicial)



Fonte: Os próprios autores

Figura 13 – Cardápio (Tapiocas)

<b>TAPIOCA</b>	
Manteiga.....	R\$ 4, 00
Queijo com Manteiga.....	R\$ 4, 50
Presunto e Queijo.....	R\$ 4, 50
Pizza.....	R\$ 5, 50
Frango com Catupiry.....	R\$ 6, 50
Frango com Cheddar.....	R\$ 6, 50
Carne Moída.....	R\$ 7, 00
Bacon com Queijo.....	R\$ 7, 00
Carne Seca com Catupiry.....	R\$ 7, 00
Carne Seca com Cheddar.....	R\$ 7, 00

	Romeu e julieta.....	R\$ 4, 50
	Doce de Leite.....	R\$ 5, 00
	Beijinho.....	R\$ 5, 50
	Brigadeiro.....	R\$ 5, 50
	Bombom.....	R\$ 6, 00
	Morango c/ leite condensado.....	R\$ 6, 00
	Morango c/ chocolate.....	R\$ 6, 50
	Prestigio.....	R\$ 7, 00

Fonte: Os próprios autores

Figura 14 – Cardápio (Pastel e Pão de Queijo)

**PASTEL**

Pastel.....	R\$ 5, 00
(Poção com 6 unidades)	
Pastel.....	R\$ 8, 00
(Porção com 10 unidades)	



**PÃO DE QUEIJO**

Pão de Queijo.....	R\$ 5, 00
(Porção com 4 unidades)	
Pão de Queijo.....	R\$ 7, 00
(Porção com 8 unidades)	
Pão de Queijo.....	R\$ 10, 00
(Porção com 12 unidades)	



Fonte: Os próprios autores

Figura 15 – Cardápio (Crepe)

<b>CREPE</b>	
Queijo com Manteiga.....	R\$ 3, 00
Presunto e Queijo.....	R\$ 3, 50
Pizza.....	R\$ 3, 50
Frango com Catupiry.....	R\$ 3, 50
Frango com Cheddar.....	R\$ 3, 50
Carne Moída.....	R\$ 4, 50
Bacon com Queijo.....	R\$ 4, 50
Carne Seca com Catupiry.....	R\$ 4, 50
Carne Seca com Cheddar.....	R\$ 4, 50

Romeu e julieta.....	R\$ 3, 00
Doce de Leite.....	R\$ 3, 50
Beijinho.....	R\$ 3, 50
Brigadeiro.....	R\$ 3, 50
Bombom.....	R\$ 4, 00
Morango c/ leite condensado.....	R\$ 4, 00
Morango c/ chocolate.....	R\$ 4, 00
Prestigio.....	R\$ 4, 50

Fonte: Os próprios autores

Figura 16 – Cardápio (Bolo e Sorvete)

<b>BOLO</b>	
Fatia de Bolo de Tapioca.....	R\$ 3, 00
Fatia de Bolo Gelado de Tapioca.....	R\$ 4, 00
Bolo de Chocolate.....	R\$ 3, 50

<b>BOLO COM SORVETE</b>	
Bolo de Tapioca com Sorvete.....	R\$ 7, 00
Bolo de Chocolate com Sorvete.....	R\$ 8, 00

Sorvete.....	R\$ 2, 50
--------------	-----------



Fonte: Os próprios autores

Figura 17 – Cardápio (Bebidas)

<b>BEBIDAS</b>	
Água s/ gás.....	R\$ 2, 00
Água c/ gás.....	R\$ 2, 50
H2O.....	R\$ 3, 00
Funada Lata.....	R\$ 3, 00
Coca Cola Lata.....	R\$ 3, 50
Fanta Lata.....	R\$ 3, 50
Sprite Lata.....	R\$ 3, 50
Kuat Lata.....	R\$ 3, 50
Pepsi Lata.....	R\$ 3, 50
Schweppes.....	R\$ 3, 50
Aquarius.....	R\$ 5, 00
Gatorade.....	R\$ 5, 00
Powerad.....	R\$ 5, 00
Coca Cola 600 ml.....	R\$ 4, 00
Coca Cola 1 L.....	R\$ 5, 00

<b>SUCOS</b>	
Morango.....	R\$ 5,50
Maracujá.....	R\$ 5, 50
Uva.....	R\$ 5, 50
Laranja.....	R\$ 6, 00
Detox.....	R\$ 6, 00



Fonte: Os próprios autores



### 3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

De acordo com a AMPRO (Associação de Marketing Promocional), marketing promocional é a comunicação de marca com objetivo de incrementar a percepção de seu valor por meio de técnicas promocionais e pontos de contato que ativem a compra, o uso, a fidelização ou a experiência de produtos e serviços.

A seguir, serão apresentadas as estratégias que serão utilizadas pela Tapioca Raízes do Sertão.

**ESTRATÉGIA 1:** Utilizando o marketing tradicional, a Raízes do Sertão fará uso de folders promocionais, para divulgar a inauguração do estabelecimento. Para assegurar que o cliente não jogará o folder no lixo, será colocado em destaque nos folders, que com a apresentação do mesmo, o cliente ganhará um desconto.

**ESTRATÉGIA 2:** Datas comemorativas são uma ótima maneira para aplicar marketing em uma organização afim de promover o negócio perante o público. Prevendo isto a Raízes do Sertão realizará promoções em datas comemorativas como, Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia dos Namorados entre outros. Exemplos destas têm a Promoção de Páscoa, onde na compra de uma tapioca salgada e uma doce, o cliente ganhará um cupom para concorrer a um ovo de páscoa. Outra seria o Dia do Aniversariante, no qual no dia do aniversário do cliente com a apresentação do RG, nas compras acima de R\$10,00este ganhará uma fatia de bolo de sua preferência. E para o Dia da Família que ocorrerá uma vez por mês, na compra de três crepes (salgado ou doce) o cliente ganhará um suco de 300 ml (uva, maracujá ou morango) ou na compra de quatro tapiocas (salgada ou doce) ganhará uma coca cola 600 ml.

**ESTRATÉGIA 3:** O marketing boca a boca será uma forma de promover o negócio sem gerar despesas financeiras, no qual os nossos clientes consumidores irão relatar a outras pessoas sobre nossos produtos e qualidade do serviço, além de que os próprios colaboradores poderão utilizar essa forma de marketing aumentando credibilidade da Raízes do Sertão. Destacando que a maneira que as pessoas mais se informam sobre novos negócios, de acordo com a pesquisa realizada é o marketing boca a boca.

**ESTRATÉGIA 4:** O marketing digital será um ponto estratégico para a Raízes do Sertão pois, será utilizado por meio da internet, através do aplicativo Facebook e Instagram no qual será feito perfil da loja, onde serão divulgadas as promoções, fotos dos pratos e os clientes poderão publicar nos mesmos suas fotos que foram tiradas no local.

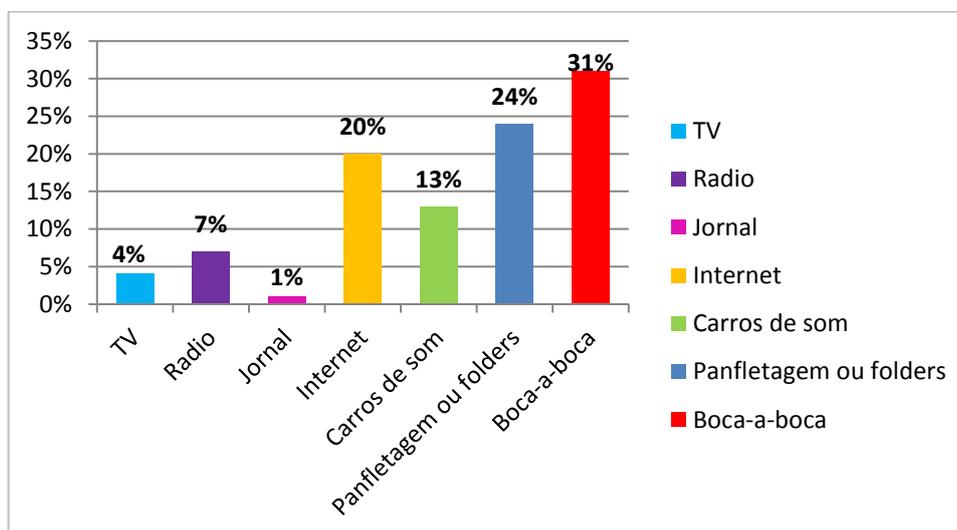
Quadro 16 - Promoções

Promoções	Descrição
Promoção de Páscoa	Na compra de uma tapioca salgada ou doce, ganhe um cupom para concorrer a um ovo de páscoa.
Dia do Aniversariante	No dia do seu aniversário nas compras acima de R\$10,00 com a apresentação de seu RG, ganhe uma fatia de bolo de sua preferência.
Dia da Família	Uma vez por mês em nosso estabelecimento, na compra de três crepes (salgado ou doce) ganhe um suco de 300 ml (uva, maracujá ou morango) ou ainda na compra de quatro tapiocas (salgada ou doce) ganhe uma coca-cola 600 ml.

Fonte: Os próprios autores

Para melhor explanação das estratégias que foram citadas, segue abaixo o gráfico:

Gráfico 13 – Meios no qual se comunica sobre novos negócios



Fonte: Os próprios autores

Com a análise deste gráfico podemos perceber que os meios de comunicação no qual as pessoas mais se informam é boca-a-boca, panfletagem ou folders e internet, que juntos somam 75% do valor total de entrevistados, este fato corrobora com as estratégias que serão utilizadas pela Raízes do Sertão, pois as os meios no qual as pessoas se informam que obtiveram as porcentagens mais altas serão utilizados pela Tapiocaria.

### 3.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A Raízes do Sertão efetuará a comercialização de tapiocas e seus derivados, trazendo um pouco da cultura gastronômica nordestina para Presidente Epitácio. A comercialização dos pratos será feito através do contato direto com o cliente, que poderá consumir na própria Tapiocaria ou levar para sua residência. Além de que futuramente espera-se colocar vendedores com carrinhos ambulantes pela cidade para atender o comércio, eventos e pontos turísticos de Presidente Epitácio.

### 3.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

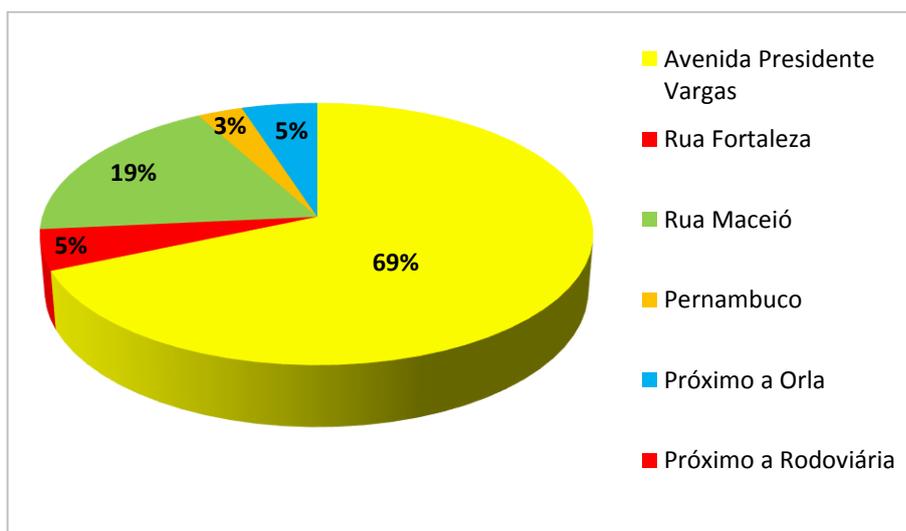
Tabela 07 – Localização da Tapiocaria

ENDEREÇO: Avenida presidente Vargas		Nº 16-25
BAIRRO: Centro	CIDADE: Presidente Epitácio	ESTADO: SP
TELEFONE: (18) 3281 4938	CELULAR 1: (18) 9 9624 1561	CELULAR 2: 9 8178 8595

Fonte: Os próprios autores

Para escolher a melhor localização para abertura do negócio em questão, foi realizada uma pesquisa com os possíveis clientes, e foi obtido o seguinte resultado

Gráfico 14 – Melhor localização para Raízes do Sertão



Fonte: Os próprios autores



Após análise realizada com os possíveis clientes da Raízes do Sertão, a Avenida Presidente Vargas foi identificada como a melhor localização para a abertura do negócio. O público alvo demonstrou interesse por esse local, devido ser uma rua com o maior fluxo de pessoas e por se tratar de uma alimentação rápida deveria ser em uma local de fácil acesso ao seu local de trabalho.

#### 4. PLANO OPERACIONAL

De acordo com Chiavenato (1999), o planejamento operacional é constituído de uma infinidade de planos operacionais que proliferam nas diversas áreas e funções dentro da organização. Cada plano pode consistir de muitos subplanos com diferentes graus de atendimento.

A seguir o Plano Operacional do empreendimento Raízes do Sertão, onde será apresentado o layout do local, a capacidade produtiva, processos operacionais e necessidade de pessoal.

Tabela 08 – Metragem do Imóvel

Metragem do Imóvel
88 m <sup>2</sup>

Fonte: Os próprios autores

##### 4.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO

Figura 18 – Fachada



Fonte: Os próprios Autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira)



Figura 19–Entrada (Vista de Frente)



Fonte: Os próprios Autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira)

Figura 20 – Entrada (Vista de Fundo)



Fonte: Os próprios Autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira)

Figura 21 – Área das Mesas



Fonte: Os próprios Autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira)

Figura 22 – Banheiro (Entrada)



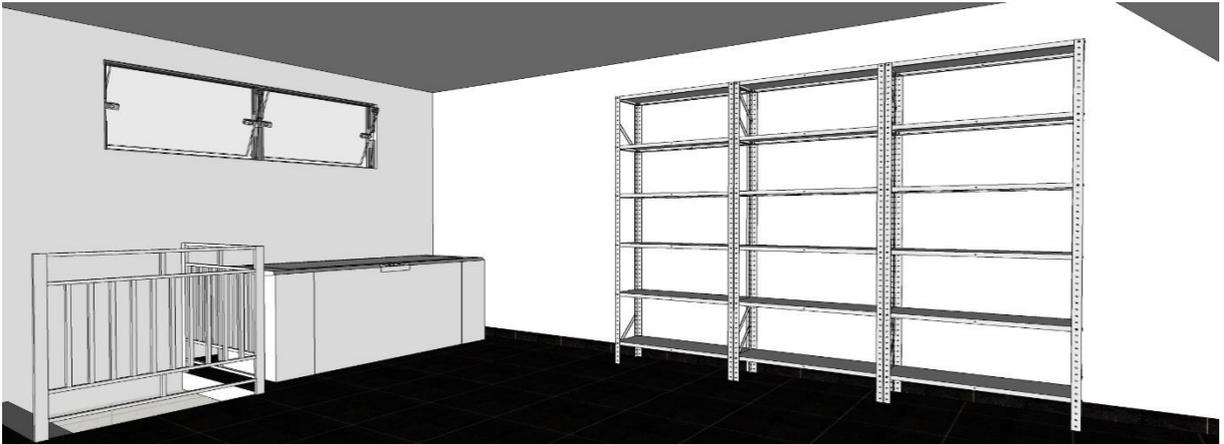
Fonte: Os próprios Autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira)

Figura 23 – Banheiro (Lateral)



Fonte: Os próprios Autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira)

Figura 24 – Mezanino (Estoque)



Fonte: Os próprios Autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira)

Figura 25 – Cozinha (Vista Lateral Esquerda)



Fonte: Os próprios Autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira)

Figura 26– Cozinha (Vista Lateral Direita)



Fonte: Os próprios Autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira)

Figura 27 – Cozinha (Vista Lateral)



Fonte: Os próprios Autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira)

Figura 28 – Cozinha (Vista de Fundo)



Fonte: Os próprios Autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira)

#### 4.2 CAPACIDADE PRODUTIVA E DE ATENDIMENTO

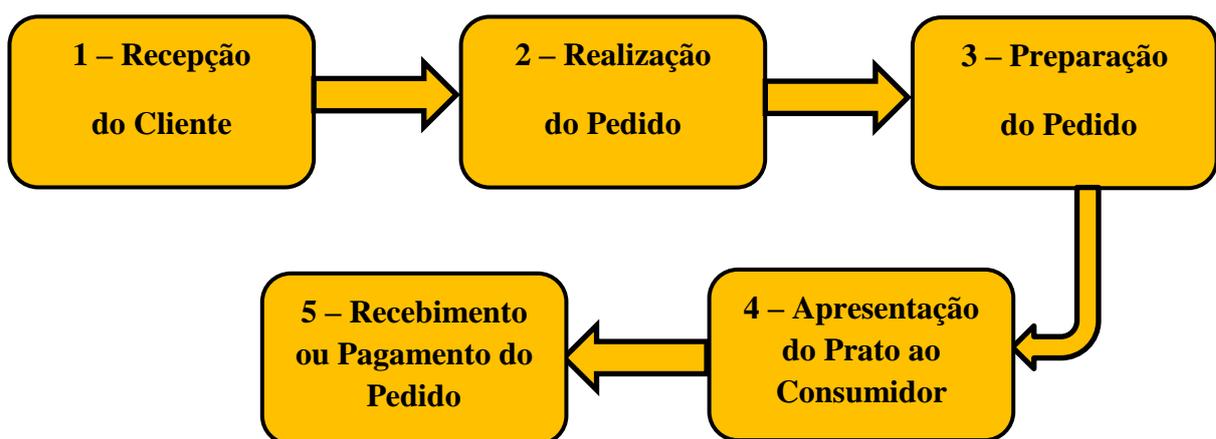
A estimativa de atendimento da Raízes do Sertão será baseada na quantidade de lugares que poderão ser ocupados, pois a Tapiocaria terá disponível seis mesas com quatro cadeiras cada, totalizando vinte e quatro lugares, dessa maneira terá como capacidade vinte e quatro pratos por hora, dando um total de 240 pratos feitos por dia. Somando a capacidade produtiva todos os dias que o estabelecimento estará aberto (Terça a Domingo), dá se capacidade de produzir

1.440 pratos por semana e 6.240 pratos ao mês. Em relação à capacidade produtiva o chefe de cozinha consegue realizar até 04 pratos a cada 5 minutos (devido o fato do local apresentar dois fogões, no qual um será apenas para a realização de tapiocas, conseguindo assim fazer quatro tapiocas por vez e o outro fogão será utilizado para outros pratos), fazendo com que consiga atender todas as pessoas que estejam sentadas nas mesas e possíveis pessoas que venham apenas para uma alimentação rápida, no qual não irá comer no local, apenas fará o pedido na Tapiocaria. Destacando que o chefe de cozinha chegará meia hora antecipada à abertura da Tapiocaria para preparação da cozinha.

#### 4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS

Ao entrar na Tapiocaria, o cliente será recebido e convidado a se sentar em uma das mesas, receberá o cardápio, onde o garçom irá realizar o pedido feito pelo cliente, que terá o valor a ser pago e será enviado para a cozinha através do atendente, praticando o *Just in time* (tempo certo na hora certa), na cozinha o Chefe realizará os pratos, e serão entregues ao garçom que levará o pedido até o cliente. Na saída do estabelecimento, o cliente levará a comanda até o caixa, onde será reconhecido o valor a ser cobrado, verificando seu consumo e dando baixa em cada comanda.

Figura 29– Fluxo de processos organizacionais da Raízes do Sertão.





#### 4.4 NECESSIDADE DE PESSOAL

<b>Quantidade</b>	<b>Cargo/Função</b>	<b>Qualificações necessárias</b>
1	Atendente	Experiência no ramo

Haverá a necessidade de contratação de um atendente no qual tenha experiência no ramo, a empresa contará com outros dois funcionários, que terão seu papel desenvolvido pelos dois sócios, na função de caixa e chefe de cozinha.

Segue abaixo um Organograma, contendo todos os colaboradores que irão constituir a tapiocaria:

Figura 30 – Organograma Funções dos Colaboradores



## 5. PLANO FINANCEIRO

De acordo com Elisangela Oliveira, o planejamento financeiro que faz parte da estratégia tem como finalidade dar suporte à empresa quanto aos seus aspectos financeiros, para que a mesma possa tomar decisões no presente, analisando e controlando dos reflexos que terão no futuro.

A seguir será apresentada toda a parte financeira da empresa

### 5.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS

Quadro 17 - Máquinas e Equipamentos

<b>Máquinas e Equipamentos</b>				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Fogão 4 Bocas	2	R\$ 284,05	R\$ 568,10
2	Televisão LED 40" FULL HD	1	R\$1.500,52	R\$ 1.500,52
3	Geladeira/Refrigerador 2 Portas	1	R\$ 1.826,09	R\$ 1.826,09
4	Coifa Parede Aço Inox	2	R\$ 745,25	R\$ 1.490,50
5	Forno Elétrico 10 Litros	1	R\$ 87,65	R\$ 87,65
6	Ar Condicionado	1	R\$ 2.287,50	R\$ 2.287,50
7	Liquidificador 800W	1	R\$ 96,79	R\$ 96,79
8	Batedeira	1	R\$ 311,02	R\$ 311,02
9	Freezer Horizontal	1	R\$ 1.613,00	R\$ 1.613,00
10	Telefone Sem Fio	1	R\$ 58,41	R\$ 58,41
11	Espremedor de Frutas	1	R\$ 59,00	R\$ 59,00
12	Impressora	1	R\$ 166,16	R\$ 166,16
13	Notebook	1	R\$ 989,99	R\$ 989,99
14	Crepeira Semi Profissional	1	R\$ 299,99	R\$ 299,99
15	Maquininha de Cartão	1	R\$ 718,80	R\$ 718,80
16	Micro-ondas 30 Litros	1	R\$ 422,10	R\$ 422,10
<b>TOTAL</b>		<b>18</b>	<b>R\$11.466,32</b>	<b>R\$ 12.495,62</b>

Fonte: Os próprios autores



Quadro 18 - Móveis e Utensílios

<b>Móveis e Utensílios</b>				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Copo 300 ml	48	R\$ 4,99	R\$ 239,52
2	Prato de Sobremesa	48	R\$ 7,99	R\$ 383,52
3	Faqueiro 20 Peças	10	R\$ 19,90	R\$ 199,00
4	Porta Guardanapo de Plástico	8	R\$ 10,99	R\$ 87,92
5	Conjunto Utensílios	2	R\$ 17,91	R\$ 35,82
6	Lixeira Basculante 28 Litros	3	R\$ 32,99	R\$ 98,97
7	Conjunto de Frigideiras 3 Peças	2	R\$ 51,90	R\$ 103,80
8	Caçarola 8,3 Litros	2	R\$ 64,83	R\$ 129,66
9	Forma de Pão	4	R\$ 18,31	R\$ 73,24
10	Guardanapo de Papel	1	R\$ 16,24	R\$ 16,24
11	Estante de Aço	3	R\$ 119,67	R\$ 359,01
12	Jogo Mesa 4 Cadeiras Madeira	6	R\$ 194,90	R\$ 1.169,40
13	Balcão de Atendimento	1	R\$ 1.065,37	R\$ 1.065,37
14	Cozinha Compacta 4 Peças	1	R\$ 791,99	R\$ 791,99
<b>TOTAL</b>		<b>137</b>	<b>R\$ 2.417,98</b>	<b>R\$ 4.753,46</b>

Fonte: Os próprios autores

Quadro 19 – Total de Investimentos Fixos

<b>Total de Investimentos Fixos</b>		
	Descrição	Valor
1	Máquinas e Equipamentos	R\$ 12.495,62
2	Móveis e utensílios	R\$ 4.753,46
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 17.249,08</b>

Fonte: Os próprios autores

## 5.2 CAPITAL DE GIRO

Quadro 20 - Estimativa de Estoque Inicial

Estoque Inicial				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Fécua de Mandioca 25 kg	1	R\$ 87,07	R\$ 87,07
2	Tapioca Granulada 500 g	1	R\$ 4,99	R\$ 4,99
3	Massa de Pastel 500g	7	R\$ 2,70	R\$ 18,90
4	Apresentado 1 kg	1	R\$ 10,48	R\$ 10,48
5	Bacon 1 kg	1	R\$ 17,66	R\$ 17,66
6	Manteiga 200g	1	R\$ 5,08	R\$ 5,08
7	Margarina 500g	1	R\$ 3,50	R\$ 3,50
8	Cobertura de morango 300g	1	R\$ 4,92	R\$ 4,92
9	Cobertura de chocolate 300g	1	R\$ 4,46	R\$ 4,46
10	Cobertura de caramelo 300g	1	R\$ 4,60	R\$ 4,60
11	Açúcar 5 kg	1	R\$ 8,70	R\$ 8,70
12	Goiabada 1 kg	1	R\$ 4,06	R\$ 4,06
13	Cereja 180 g	1	R\$ 8,21	R\$ 8,21
14	Chantilly 1l	1	R\$ 9,20	R\$ 9,20
15	Essência de baunilha 30 ml	1	R\$ 2,47	R\$ 2,47
16	Farinha de trigo 1kg	15	R\$ 1,77	R\$ 26,55
17	Fermento 100g	1	R\$ 1,41	R\$ 1,41
18	Temperosazon aves 900g	1	R\$ 19,49	R\$ 19,49
19	Temperosazon de carne 900g	1	R\$ 19,49	R\$ 19,49
20	Adoçante 100 ml	1	R\$ 2,46	R\$ 2,46
21	Leite condensado 395 g	34	R\$ 2,64	R\$ 89,76
22	Catupiry 1,8kg	1	R\$ 10,68	R\$ 10,68
23	Pão de queijo 1 kg	3	R\$ 11,00	R\$ 33,00
24	Ovo 30 unidades	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
25	Cacau em pó 200g	1	R\$ 11,95	R\$ 11,95
26	Coco ralado 100 g	4	R\$ 1,79	R\$ 7,16
27	Creme de leite 200 gr	5	R\$ 1,44	R\$ 7,20
28	Orégano 200g	1	R\$ 4,00	R\$ 4,00
29	Molho de pimenta 250 ml	1	R\$ 3,08	R\$ 3,08
30	Óleo 900ml	5	R\$ 2,97	R\$ 14,85
31	Sal 1kg	1	R\$ 0,91	R\$ 0,91
32	Leite 1l	6	R\$ 2,66	R\$ 15,96
33	Barra de chocolate ao leite 1 kg	1	R\$ 24,90	R\$ 24,90
34	Barra de chocolate amargo 1 kg	1	R\$ 28,50	R\$ 28,50
35	Cheddar 1 kg	1	R\$ 8,55	R\$ 8,55

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
36	Leite de coco 200 ml	4	R\$ 3,68	R\$ 14,72
37	Laranja 1kg	9	R\$ 1,29	R\$ 11,61
38	Queijo 1 kg	4	R\$ 18,99	R\$ 75,96
39	Carne seca 5 kg	1	R\$ 17,99	R\$ 17,99
40	Carne moída 1 kg	1	R\$ 14,76	R\$ 44,28
41	Peito de frango 1 kg	3	R\$ 6,10	R\$ 18,30
42	Sache de maionese 192 unidades	1	R\$ 6,00	R\$ 6,00
43	Sache de ketchup 192 unidades	1	R\$ 6,00	R\$ 6,00
44	Sache de molho verde 192 unidades	1	R\$ 6,00	R\$ 6,00
45	Nescau 800 g	1	R\$ 10,75	R\$ 10,75
46	Morando (caixinha)	10	R\$ 3,00	R\$ 30,00
47	Bombom Lacta sonho de valsa 1 kg	1	R\$ 23,74	R\$ 23,74
48	Maisena 500g	1	R\$ 5,87	R\$ 5,87
49	Água s/ gás 510 ml	13	R\$ 0,65	R\$ 8,45
50	Água c/ gás 500 ml	5	R\$ 1,52	R\$ 7,60
51	Coca 350 ml	12	R\$ 1,84	R\$ 22,08
52	Fanta 350 ml	5	R\$ 1,69	R\$ 8,45
53	Kuait 350 ml	3	R\$ 1,69	R\$ 5,07
54	Sprite 350 ml	5	R\$ 1,69	R\$ 8,45
55	Schweppes 350 ml	9	R\$ 1,82	R\$ 16,38
56	Aquarius 510 ml	6	R\$ 2,17	R\$ 13,02
57	Powerad 500ml	4	R\$ 3,71	R\$ 14,84
58	Coca cola 600 ml	12	R\$ 2,78	R\$ 33,36
59	Coca cola 1 l	13	R\$ 3,40	R\$ 44,20
60	H2o 500 ml	4	R\$ 1,49	R\$ 5,96
61	Pepsi cola 350 ml	3	R\$ 1,35	R\$ 4,05
62	Gatorade 500 ml	5	R\$ 2,30	R\$ 11,50
63	Funada 350 ml	6	R\$ 1,33	R\$ 7,98
64	Polpa de morango	5	R\$ 1,58	R\$ 7,90
65	Polpa de maracujá	11	R\$ 1,76	R\$ 19,36
66	Polpa de uva	9	R\$ 1,58	R\$ 14,22
67	Polpadetox	21	R\$ 1,42	R\$ 29,82
	<b>TOTAL</b>	<b>297</b>	<b>R\$ 507,73</b>	<b>R\$1.088,11</b>

Fonte: Os próprios autores



Quadro 21 – Contas a Receber

<b>Contas a Receber</b>			
Prazo Médio de Vendas	%	Número de dias	Média Ponderada
Á VISTA	70	0	0
Á PRAZO (1)	30	30	9
<b>Prazo Médio Total</b>			<b>9</b>

Fonte: Os próprios autores

Quadro 22 – Contas a pagar

<b>Contas a Pagar</b>			
Prazo Médio de Compras	%	Número de Dias	Média Ponderada
Á VISTA	96	0	0
Á PRAZO (1)	4	10	0,42
<b>Prazo Médio Total Compras (dias)</b>			<b>0,42</b>

Fonte: Os próprios autores

Quadro 23 – Necessidade Média de Estoques

<b>Necessidade Média de Estoques</b>	Número de Dias
	<b>6 Dias</b>

Fonte: Os próprios autores

Quadro 24 - Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

<b>Recursos da empresa fora de seu caixa</b>	Número de Dias
Contas a Receber - prazo média de vendas	9
Estoques - necessidade média de estoques	6
<b>Subtotal 1</b>	<b>15</b>
<b>Recursos de Terceiros no Caixa da Empresa</b>	
Fornecedores - prazo médio de compras	0,42
<b>Subtotal 2</b>	<b>0,42</b>
<b>Necessidade Líquida de capital - giro em dias</b>	<b>14,6</b>

Fonte: Os próprios autores



Quadro 25 – Caixa Mínimo

<b>Caixa Mínimo</b>	
Custo Fixo Mensal (5.11)	R\$ 5.692,67
Custo variável Mensal (5.12) - Subtotal 2	R\$ 3583,74
Custo Total da Empresa	R\$ 9.276,41
Custo Total Diário	R\$ 309,21
<b>Caixa Mínimo</b>	<b>R\$ 309,21</b>

Fonte: Os próprios autores

Quadro 26 – Capital de Giro

<b>Capital de Giro</b>	
Investimentos Financeiros	R\$
Estoque Inicial	R\$ 1.088,11
Caixa mínimo	R\$ 309,32
<b>Total do capital de giro</b>	<b>R\$ 1.397,32</b>

Fonte: Os próprios autores

## 5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Quadro 27 – Investimentos pré-operacionais

<b>Investimentos Pré Operacionais</b>			
Item		Valor	
Despesas de legalização	Abertura de Firma	R\$ 600,00	
	Bombeiro	R\$ 90,43	
	Vigilância Sanitária	R\$ 45,00	
	Alvará de Funcionamento	R\$ 180,00	
	Junta Comercial	DARE	R\$ 129,36
		DARF	R\$ 21,00
		JUCESP	R\$ 110,00
Outras Despesas	Obras civis e reformas	R\$ 10.249,00	
	Divulgação	R\$ 328,00	
<b>Total</b>		<b>R\$ 11.752,79</b>	

Fonte: Os próprios autores



#### 5.4 INVESTIMENTO TOTAL

Quadro 28 – Investimento Total

<b>Investimento Total</b>			
Item	Descrição do Investimento	Valor	%
5.1	Investimento (fixo)	R\$ 17.249,08	57%
5.2	Capital de Giro	R\$ 1.397,32	5%
5.3	Investimento pré operacional	R\$ 11.752,79	39%
<b>Total de investimento</b>		<b>R\$ 30.399,19</b>	<b>100%</b>

Fonte: Os próprios autores

#### 5.5 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL

Quadro 29 – Estimativa de faturamento mensal

<b>Estimativa do Faturamento Mensal</b>				
Item	Descrição	Estimativa de Vendas	Preço de Venda (Un.)	Faturamento
1	Tapioca de Manteiga	30	R\$ 4,00	R\$ 120,00
2	Tapioca de Queijo c/ Manteiga	42	R\$ 4,50	R\$ 189,00
3	Tapioca de Presunto e Queijo	110	R\$ 4,50	R\$ 495,00
4	Tapioca de Pizza	90	R\$ 5,50	R\$ 495,00
5	Tapioca de Frango c/ Catupiry	69	R\$ 6,50	R\$ 448,50
6	Tapioca de Frango c/ Cheddar	66	R\$ 6,50	R\$ 429,00
7	Tapioca de Carne Moída	48	R\$ 7,00	R\$ 336,00
8	Tapioca de Bacon c/ Queijo	75	R\$ 7,00	R\$ 525,00
9	Tapioca de Carne Seca c/ Catupiry	54	R\$ 7,00	R\$ 378,00
10	Tapioca de Carne Seca c/ Cheddar	48	R\$ 7,00	R\$ 336,00
11	Tapioca de Romeu e Julieta	69	R\$ 4,50	R\$ 310,50
12	Tapioca de Doce de Leite	39	R\$ 5,00	R\$ 195,00
13	Tapioca de Beijinho	42	R\$ 5,50	R\$ 231,00
14	Tapioca de Brigadeiro	84	R\$ 5,50	R\$ 462,00
15	Tapioca de Bombom	42	R\$ 6,00	R\$ 252,00
16	Tapioca de Morango c/ Leite Condensado	66	R\$ 6,00	R\$ 396,00



Item	Descrição	Estimativa de Vendas	Preço de Venda (Un)	Faturamento
17	Tapioca de Morango c/ Chocolate	51	R\$ 6,50	R\$ 331,50
18	Tapioca de Prestigio	84	R\$ 7,00	R\$ 588,00
19	Pastel (6 unidades)	15	R\$ 5,00	R\$ 75,00
20	Pastel (10 unidades)	19	R\$ 8,00	R\$ 152,00
21	Pão de Queijo (4 unidades)	14	R\$ 7,00	R\$ 98,00
22	Pão de Queijo (8 unidades)	12	R\$ 6,00	R\$ 72,00
23	Pão de Queijo (12 unidades)	18	R\$ 10,00	R\$ 180,00
24	Crepe de Queijo c/ Manteiga	12	R\$ 3,00	R\$ 36,00
25	Crepe de Presunto e Queijo	40	R\$ 3,50	R\$ 140,00
26	Crepe de Pizza	30	R\$ 3,50	R\$ 105,00
27	Crepe de Frango c/ Catupiry	20	R\$ 3,50	R\$ 70,00
28	Crepe de Frango c/ Cheddar	18	R\$ 3,50	R\$ 63,00
29	Crepe de Carne Moída	14	R\$ 4,50	R\$ 63,00
30	Crepe de Bacon c/ Queijo	22	R\$ 4,50	R\$ 99,00
31	Crepe de Carne Seca c/ Catupiry	16	R\$ 4,50	R\$ 72,00
32	Crepe de Carne Seca c/ Cheddar	14	R\$ 4,50	R\$ 63,00
33	Crepe de Romeu e Julieta	24	R\$ 3,50	R\$ 84,00
34	Crepe de Doce de Leite	12	R\$ 3,50	R\$ 42,00
35	Crepe de Beijinho	14	R\$ 3,50	R\$ 49,00
36	Crepe de Brigadeiro	30	R\$ 3,50	R\$ 105,00
37	Crepe de Bombom	14	R\$ 4,00	R\$ 56,00
38	Crepe de Morango c/ Leite Condensado	24	R\$ 4,00	R\$ 96,00
39	Crepe de Morango c/ Chocolate	18	R\$ 4,00	R\$ 72,00
40	Crepe de Prestigio	30	R\$ 4,50	R\$ 135,00
41	Bolo de Tapioca	12	R\$ 3,00	R\$ 36,00
42	Bolo Gelado de Tapioca	14	R\$ 4,00	R\$ 56,00
43	Bolo de Chocolate	18	R\$ 3,50	R\$ 63,00
44	Bolo de Tapioca c/ Sorvete	25	R\$ 7,00	R\$ 175,00
45	Bolo de Chocolate c/ Sorvete	27	R\$ 8,00	R\$ 216,00
46	Sorvete de Tapioca	32	R\$ 2,50	R\$ 80,00
47	Suco de Morango	20	R\$ 5,50	R\$ 110,00
48	Suco de Maracujá	42	R\$ 5,50	R\$ 231,00
49	Suco de Uva	34	R\$ 5,50	R\$ 187,00
50	Suco de Laranja	52	R\$ 6,00	R\$ 312,00
51	Suco Detox	42	R\$ 6,00	R\$ 252,00
52	Água s/ Gás	26	R\$ 2,00	R\$ 52,00
53	Água c/ Gás	20	R\$ 2,50	R\$ 50,00



Item	Descrição	Estimativa de Vendas	Preço de Venda (Un)	Faturamento
54	H20	14	R\$ 3,00	R\$ 42,00
55	Funada Lata	22	R\$ 3,00	R\$ 66,00
56	Coca Cola Lata	48	R\$ 3,50	R\$ 168,00
57	Fanta Lata	18	R\$ 3,50	R\$ 63,00
58	Sprite Lata	18	R\$ 3,50	R\$ 63,00
59	Kuat Lata	10	R\$ 3,50	R\$ 35,00
60	Pepsi Lata	12	R\$ 3,50	R\$ 42,00
61	Schweppes	34	R\$ 3,50	R\$ 119,00
62	Aquarius	24	R\$ 5,00	R\$ 120,00
63	Gatarode	18	R\$ 5,00	R\$ 90,00
64	Powerad	14	R\$ 5,00	R\$ 70,00
65	Coca Cola 600 ml	48	R\$ 4,00	R\$ 192,00
66	Coca Cola 1 litro	52	R\$ 5,00	R\$ 260,00
<b>Total</b>		<b>2235</b>	<b>R\$319,00</b>	<b>R\$ 11.594,50</b>

Fonte: Os próprios autores

## 5.6 ESTIMATIVA DE CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO

Quadro 30 – Despesas de Comercialização

<b>Impostos (Custos de Comercialização)</b>				
	Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
1	SIMPLES NACIONAL	4,50%	R\$ 11.594,50	R\$ 521,75
<b>Total</b>				<b>R\$ 521,75</b>

Fonte: Os próprios autores

## 5.7 APURAÇÃO DE CUSTO DE MERCADORIAS VENDIDAS

Quadro 31 – Custo da Mercadoria Vendida

<b>Apuração do Custo de Mercadoria Vendida</b>				
Item	Produto	Estimativa de Vendas	Custo Unitário de Aquisição	Custo de Mercadoria Vendida
	Descrição			
1	Tapioca de Manteiga	30	R\$ 0,43	R\$ 12,90
2	Tapioca de Queijo c/ Manteiga	42	R\$ 1,57	R\$ 65,94
3	Tapioca de Presunto e Queijo	110	R\$ 1,42	R\$ 156,20
4	Tapioca de Pizza	90	R\$ 1,46	R\$ 131,40



Item	Produto	Estimativa de Vendas	Custo Unitário de Aquisição	Custo de Mercadoria Vendida
	Descrição			
5	Tapioca de Frango c/ Catupiry	69	R\$ 0,92	R\$ 63,48
6	Tapioca de Frango c/ Cheddar	66	R\$ 0,94	R\$ 62,04
7	Tapioca de Carne Moída	48	R\$ 1,41	R\$ 67,68
8	Tapioca de Bacon c/ Queijo	75	R\$ 1,89	R\$ 141,75
9	Tapioca de Carne Seca c/ Catupiry	54	R\$ 0,65	R\$ 35,10
10	Tapioca de Carne Seca c/ Cheddar	48	R\$ 0,67	R\$ 32,16
11	Tapioca de Romeu e Julieta	69	R\$ 0,77	R\$ 53,13
12	Tapioca de Doce de Leite	39	R\$ 0,75	R\$ 29,25
13	Tapioca de Beijinho	42	R\$ 1,05	R\$ 44,10
14	Tapioca de Brigadeiro	84	R\$ 1,67	R\$ 140,28
15	Tapioca de Bombom	42	R\$ 1,83	R\$ 76,86
16	Tapioca de Morango c/ Leite Condensado	66	R\$ 1,43	R\$ 94,38
17	Tapioca de Morango c/ Chocolate	51	R\$ 1,60	R\$ 81,60
18	Tapioca de Prestigio	84	R\$ 1,07	R\$ 89,88
19	Pastel (6 unidades)	15	R\$ 4,32	R\$ 64,80
20	Pastel (10 unidades)	19	R\$ 7,20	R\$ 136,80
21	Pão de Queijo (4 unidades)	14	R\$ 1,05	R\$ 14,70
22	Pão de Queijo (8 unidades)	12	R\$ 2,10	R\$ 25,20
23	Pão de Queijo (12 unidades)	18	R\$ 3,14	R\$ 56,52
24	Crepe de Queijo c/ Manteiga	12	R\$ 0,75	R\$ 9,00
25	Crepe de Presunto e Queijo	40	R\$ 0,58	R\$ 23,20
26	Crepe de Pizza	30	R\$ 0,62	R\$ 18,60
27	Crepe de Frango c/ Catupiry	20	R\$ 0,40	R\$ 8,00
28	Crepe de Frango c/ Cheddar	18	R\$ 0,42	R\$ 7,56
29	Crepe de Carne Moída	14	R\$ 0,56	R\$ 7,84
30	Crepe de Bacon c/ Queijo	22	R\$ 0,45	R\$ 9,90
31	Crepe de Carne Seca c/ Catupiry	16	R\$ 0,34	R\$ 5,44
32	Crepe de Carne Seca c/ Cheddar	14	R\$ 0,36	R\$ 5,04
33	Crepe de Romeu e Julieta	24	R\$ 0,50	R\$ 12,00
34	Crepe de Doce de Leite	12	R\$ 0,28	R\$ 3,36
35	Crepe de Beijinho	14	R\$ 0,63	R\$ 8,82
36	Crepe de Brigadeiro	30	R\$ 0,88	R\$ 26,40
37	Crepe de Bombom	14	R\$ 0,88	R\$ 12,32
38	Crepe de Morango c/ Leite Condensado	24	R\$ 0,85	R\$ 20,40
39	Crepe de Morango c/ Chocolate	18	R\$ 1,01	R\$ 18,18
40	Crepe de Prestigio	30	R\$ 0,91	R\$ 27,30
41	Bolo de Tapioca	12	R\$ 0,43	R\$ 5,16
42	Bolo Gelado de Tapioca	14	R\$ 0,78	R\$ 10,92

Item	Produto	Estimativa de Vendas	Custo Unitário de Aquisição	Custo de Mercadoria Vendida
	Descrição			
43	Bolo de Chocolate	18	R\$ 0,22	R\$ 3,96
44	Bolo de Tapioca c/ Sorvete	25	R\$ 1,20	R\$ 30,00
45	Bolo de Chocolate c/ Sorvete	27	R\$ 1,00	R\$ 27,00
46	Sorvete de Tapioca	32	R\$ 0,71	R\$ 22,72
47	Suco de Morango	20	R\$ 1,59	R\$ 31,80
48	Suco de Maracujá	42	R\$ 1,77	R\$ 74,34
49	Suco de Uva	34	R\$ 1,59	R\$ 54,06
50	Suco de Laranja	52	R\$ 0,87	R\$ 45,24
51	Suco Detox	42	R\$ 1,43	R\$ 60,06
52	Água s/ Gás	26	R\$ 0,65	R\$ 16,90
53	Água c/ Gás	20	R\$ 1,52	R\$ 30,40
54	H2O	14	R\$ 1,49	R\$ 20,86
55	Funada Lata	22	R\$ 1,33	R\$ 29,26
56	Coca Cola Lata	48	R\$ 1,84	R\$ 88,32
57	Fanta Lata	18	R\$ 1,69	R\$ 30,42
58	Sprite Lata	18	R\$ 1,69	R\$ 30,42
59	Kuat Lata	10	R\$ 1,69	R\$ 16,90
60	Pepsi Lata	12	R\$ 1,35	R\$ 16,20
61	Schweppes	34	R\$ 1,82	R\$ 61,88
62	Aquarius	24	R\$ 2,17	R\$ 52,08
63	Gatarode	18	R\$ 2,30	R\$ 41,40
64	Powerad	14	R\$ 3,71	R\$ 51,94
65	Coca Cola 600 ml	48	R\$ 2,78	R\$ 133,44
66	Coca Cola 1 litro	52	R\$ 3,40	R\$ 176,80
<b>Total</b>		<b>2235</b>	<b>R\$ 90,78</b>	<b>R\$ 3.061,99</b>

Fonte: Os próprios autores

## 5.8 ESTIMATIVA DE CUSTOS DE MÃO DE OBRA

Quadro 32 – Custo de Mão de Obra (Mensal)

Custos de Mão de Obra Mensal					
Cargo do Funcionário	Salário	FGTS	Outros Encargos	INSS	Adicional Noturno
Atendente	R\$ 996,00	R\$ 79,68	R\$ 203,19	R\$ 79,68	R\$ 423,75
Total	R\$ 996,00	R\$ 79,68	R\$ 203,19	R\$ 79,68	R\$ 423,75
<b>Total do Custo de Mão de Obra Mensal R\$ 1.782,30</b>					

Fonte: Os próprios autores



## 5.9 ESTIMATIVA DE CUSTOS DE DEPRECIÇÃO

Quadro 33 – Depreciação do Maquinário

<b>Depreciação do Maquinário</b>				
Descrição do Ativo	Valor do Ativo	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 12.495,62	10	R\$ 1.249,56	R\$ 104,13
Móveis	R\$ 4.753,46	10	R\$ 475,35	R\$ 39,61
<b>Total de Depreciação</b>	<b>R\$ 17.249,08</b>		<b>R\$ 1.724,91</b>	<b>R\$ 143,74</b>

Fonte: Os próprios autores

## 5.10 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

Quadro 34 – Custo Fixos

<b>Custos Fixos Operacionais</b>	
Conta	Valor
Aluguel	R\$ 600,00
Água	R\$ 80,00
Energia Elétrica	R\$ 150,00
Telefone/internet	R\$ 150,00
Honorários do Contador	R\$ 230,00
Pro- labore	R\$ 2.000,00
Salários + encargos	R\$ 1.782,30
Material de Limpeza	R\$ 80,00
Material de Escritório	R\$ 50,00
DARF/DARE	R\$ 130,00
Propaganda	R\$ 200,00
Depreciação	R\$ 143,56
<b>Total</b>	<b>R\$ 5.596,04</b>

Fonte: Os próprios autores



## 5.11 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Quadro 35 - DRE

<b>Demonstrativo do Resultado de Exercício (Mensal)</b>		
<b>Item</b>	<b>Descrição da Conta</b>	<b>Valor</b>
<b>5.5</b>	<b>Receita Total</b>	R\$ 11.594,50
	Receita com vendas	R\$ 11.594,50
	<b>Imposto e gastos de Vendas</b>	R\$ 521,75
5.6	Imposto sobre Vendas (-)	R\$ 521,75
<b>5.8</b>	<b>Custo de Mercadoria Vendida (CMV)</b>	R\$ 3.061,99
	<b>Margem de Contribuição</b>	R\$ 8.010,76
<b>5.11</b>	<b>Custos Fixos Totais</b>	R\$ 5.596,04
	<b>Resultado do Exercício</b>	R\$ 2.414,72

Fonte: Os próprios autores

## 5.12 INDICADORES DE VIABILIDADE

## 5.12.1 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Quadro 36 – Margem de Contribuição

<b>Margem de Contribuição</b>		
Receita Total	R\$	11.594,50
Custos Variáveis	R\$	3.583,74
<b>Margem de Contribuição</b>	<b>R\$</b>	<b>8.010,76</b>

Fonte: Os próprios autores

## 5.12.2 ÍNDICE DE MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Quadro 37 – Índice de Margem de Contribuição

<b>Índice de Margem de Contribuição</b>		
Receita Total	R\$	11.594,50
Custos Variáveis	R\$	3.583,74
<b>Índice de Margem</b>		<b>0,69</b>

Fonte: Os próprios autores



### 5.12.3 PONTO DE EQUILÍBRIO

Quadro 38 – Ponto de Equilíbrio

<b>Ponto de Equilíbrio</b>	
Custo Fixo	R\$ 5.596,04
Índice de Margem de Contribuição	0,69
<b>Total do Ponto de Equilíbrio</b>	<b>R\$ 8.099,52</b>

Fonte: Os próprios autores

O ponto de Equilíbrio da Tapiocaria Raízes do Sertão será atingido quando for alcançado um valor de R\$ 8.137,80 na sua Receita.

### 5.12.4 LUCRATIVIDADE

Quadro 39 - Lucratividade

<b>Lucratividade (% ao ano)</b>	
Lucro Líquido	R\$ 28.976,62
Receita Total	R\$ 139.134,00
<b>Total</b>	<b>20,83</b>

Fonte: Os próprios autores

A Tapiocaria Raízes do Sertão terá uma lucratividade de 20,60% ao ano, depois de pagar todas as despesas e impostos.

### 5.12.5 RENTABILIDADE

Quadro 40 - Rentabilidade

<b>Rentabilidade (% ao ano)</b>	
Lucro Líquido	R\$ 28.976,62
Investimento total	R\$ 30.395,97
<b>Total</b>	<b>95,33</b>

Fonte: Os próprios autores

A cada ano, os empresários recuperarão 143,83% do valor investido através dos lucros.



### 5.12.6 PRAZO DE RETORNO DE INVESTIMENTO

Quadro 41 – Prazo de Retorno

<b>Prazo de Retorno de investimento (Ano)</b>	
Investimento total	R\$ 30.395,97
Lucro Líquido	R\$ 28.976,62
<b>Total</b>	<b>1</b>

Fonte: Os próprios autores

Um ano após a abertura do negócio, os empresários terão recuperado tudo o que gastaram com a montagem da empresa.

## 6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

De acordo com Rosilene Alves, para demonstrar a construção dos cenários você tem que analisar o cenário otimista e pessimista, onde o otimista analisa a realidade e projeta tendências das variáveis ambientais de marketing com a perspectiva de superarem as expectativas reais da empresa. E o pessimista analisa a realidade e projeta tendências das variáveis ambientais de marketing com a perspectiva de não atingirem as expectativas reais da empresa.

A construção dos cenários pessimista e otimista foi gerada a partir de uma variação de 20% de cada produto vendido para menos, no caso pessimista, ou para mais, no caso otimista, referente ao cenário provável.

DEMONSTRATIVO		CENÁRIO PROVÁVEL	CENÁRIO PESSIMISTA	CENÁRIO OTIMISTA
Item	Descrição da Conta	Valor	Valor	Valor
5.5	Receita Total	R\$ 11.594,50	R\$ 9.275,60	R\$ 13.913,40
	<b>Receita com vendas</b>	R\$ 11.594,50	<b>R\$ 9.275,60</b>	<b>R\$ 13.913,40</b>
	Imposto e gastos de Vendas	R\$ 521,75	R\$ 417,40	R\$ 626,10
5.6	<b>Imposto sobre Vendas (-)</b>	R\$ 521,75	R\$ 417,40	R\$ 626,10
5.8	Custo de Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 3.061,99	R\$ 2.449,59	R\$ 3.674,39
	Margem de Contribuição	R\$ 8.010,76	R\$ 6.408,61	R\$ 9.612,91
5.11	Custos Fixos Totais	R\$ 5.596,04	R\$ 5.596,04	R\$ 5.596,04
	<b>Resultado do Exercício</b>	<b>R\$ 2.414,72</b>	<b>R\$ 812,57</b>	<b>R\$ 4016,87</b>

## 7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

De acordo com Paulo Nunes, a análise estratégica faz parte integrante da gestão estratégica das organizações e engloba o pensamento estratégico, a análise do meio envolvente e a análise da própria organização. O objetivo da análise estratégica é entender a posição estratégica da organização através da identificação do panorama das influências chave no presente e futuro da organização, bem como equacionar as oportunidades proporcionadas pelo ambiente e entender as competências da organização.

### 7.1 MATRIZ SWOT (F.O.F.A)

	<b>Forças</b>	<b>Fraquezas</b>
<b>Ambiente Interno</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualidade no atendimento;</li> <li>• Ótima higiene e limpeza;</li> <li>• Comidas e produtos de ótima qualidade;</li> <li>• Preço acessível;</li> <li>• Funcionário bem instruído e com experiência;</li> <li>• Ambiente organizado e acolhedor;</li> <li>• Ponto favorável ao consumidor;</li> <li>• Instalações adequadas;</li> <li>• Localização acessível;</li> <li>• Baixo custo de operação;</li> <li>• Empreendimento inovador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitação na expansão do negócio;</li> <li>• Inexperiência dos proprietários;</li> </ul>
<b>Ambiente Externo</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescente número de pessoas que se alimentam fora de casa;</li> <li>• Aumento do mercado de alimentação;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrentes indiretos;</li> <li>• Instabilidade econômica;</li> <li>• Consumidor mais exigente;</li> <li>• Falta de conhecimento da gastronomia Nordestina.</li> </ul>



No interno, as análises feitas são:

**Forças:** Após todas as pesquisas realizadas, a Tapiocaria Raízes do Sertão deverá sempre apresentar um local limpo, higienizado, dando conforto e comodidade a seu cliente. Juntamente com o levantamento feito com os fornecedores, foram selecionados produtos de qualidade com preços baixos, conseguindo assim ter um produto com preço acessível ao cliente, demonstrando a melhor qualidade de apresentação e sabor do produto. Além de que sua localização se encontra acessível à grande maioria de pessoas, de fácil localização e com preço baixo de mercado.

**Fraquezas:** Foi detectado como fraqueza o fato da limitação de espaço para a expansão, pois o prédio que será alugado não apresenta possibilidades para expansão. Foi devidamente calculado que aproveitando todo o espaço, conseguirá comportar 24 pessoas. Então, para uma possível expansão deverá ser alugado um novo prédio.

Em relação à falta de experiência dos proprietários, neste ramo alimentício e inovador. Terá como solução, a realização de treinamentos e cursos tanto para os proprietários como os colaboradores, na qual serão realizados através do SEBRAE gratuitamente online.

No ambiente externo, as análises realizadas foram:

**Oportunidades:** De acordo com a pesquisa realizada com nossos prováveis clientes, é possível analisar que em Presidente Epitácio 82% dos entrevistados comem fora, com isto podemos perceber que se está havendo um aumento na procura do mercado alimentício.

**Ameaças:** Vemos no ambiente externo a atual crise econômica no nosso país, isto gera grandes preocupações em relação a abrir um novo negócio. Também conseguimos analisar que temos muitos concorrentes indiretos como vendedores ambulantes, pastelarias, sorveterias e etc., que já tem grande parte do mercado. E ainda em Presidente Epitácio as pessoas não conhecem muito a gastronomia nordestina, e pensando nisto desenvolvemos um cardápio com diversas opções.



## 8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Após a execução de todos os processos deste trabalho, foi possível confirmar a grande procura por esse tipo de alimentação em Presidente Epitácio. Foi comprovado que há uma grande aceitação deste empreendimento tanto pelos questionados das pesquisas de mercado realizadas, quanto pela análise dos concorrentes e a conclusão do planejamento financeiro.

Após extensa pesquisa, foi concluído que os dois sócios farão parte do corpo de funcionários, uma como caixa e a outra como a cozinheira, além delas, será contratado mais uma pessoa para a parte de atendimento de mesas. Levando em conta esses funcionários, a Tapiocaria terá seu funcionamento das 12h às 22h de terça a domingo, tendo como fluxo operacional: a chegada do cliente, o pedido, o encaminhamento do pedido para a cozinha, a preparação do pedido, a entrega ao consumidor e o pagamento.

Suas vantagens competitivas serão: estar localizada em uma estância turística, onde em períodos de férias terá uma boa demanda; e em um raio de 90 km ser o único estabelecimento desse ramo.

Por meio da análise de mercado, foi possível fazer a avaliação dos clientes, fornecedores e concorrentes, identificando: um grande nível de aceitação por parte dos entrevistados, pois 94% destes frequentariam a Raízes do Sertão; e por fim, mas não menos importante, os fornecedores, que terão um papel importante como nossos parceiros operacionais, pois é por meio deles que a Tapiocaria terá a qualidade dos produtos conservados, a partir da troca de confiança para/com a empresa e fornecedor.

Segundo dados colhidos no Tesouro Nacional, a rentabilidade de 13,68% é um valor que tem sido considerado um bom investimento atualmente, apesar da crise econômica estabelecida em nosso país; com a finalização do plano financeiro, foi possível comprovar a viabilidade da empresa igualmente, visto que através de um investimento de R\$30.594,50 se espera um faturamento mensal de R\$11.594,50 e um total de rentabilidade de 95,33% ao ano, fechando com um total de 20,83% de lucratividade ao ano.

Desta forma, estima-se o retorno dos investimentos pelos sócios no prazo de até um ano. Pretende-se, a partir dessa aceitação e da confirmação de que a Raízes do Sertão é uma empresa viável de tornar a Tapiocaria como parte da gastronomia de Presidente Epitácio, para que todos os cidadãos e turistas frequentem.



## REFERÊNCIAS

GALEANO, Marcilio. **Tapioca – Patrimônio Brasileiro**. 2010. Disponível em: <<http://menuexperimental.blogspot.com.br/2010/09/tapioca-patrimonio-brasileiro.html>>

Acesso em: 10 de Agosto de 2016

ENTREPOSTO, Jornal. **Produção de Tapioca Alcança Volume Histórico no Brasil**. 2016. Disponível em: <<http://www.jornalentreposto.com.br/noticias/75-negocios/1926-producao-de-tapioca-alcanca-volume-historico-no-brasil>>

Acesso em: 17 de Agosto de 2016

SEBRAE. **Novos Hábitos de Consumo Potencializam Oportunidades para a Tapioca**. 2014. Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/novos-habitos-de-consumo-potencializam-oportunidades-para-a-tapioca/>>

Acesso em: 10 de Agosto de 2016

DORNELAS, José. **Análise de Mercado**. 2014. Disponível em: <<http://www.josedornelas.com.br/wp-content/uploads/2014/02/Artigos-de-PN-Como-Fazer-An%C3%A1lise-de-Mercado.pdf>>

Acesso em: 25 de Novembro de 2016

IBGE. **Renda Domiciliar Per Capta**. 2015. Disponível em: <[ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho\\_e\\_Rendimento/Pesquisa\\_Nacional\\_por\\_Amostra\\_de\\_Domicilios\\_continua/Renda\\_domiciliar\\_per\\_capita/Renda\\_domiciliar\\_per\\_capita\\_2015\\_20160420.pdf](ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Renda_domiciliar_per_capita/Renda_domiciliar_per_capita_2015_20160420.pdf)>

Acesso em: 22 de Novembro de 2016

KOTLER, Philip. **Estudo dos Concorrentes**. Administração de Marketing. 5. Ed. São Paulo: Atlas 1998.

BERTAGLIA, Paulo Roberto. **Estudo dos Fornecedores**. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento. 2. Ed. São Paulo: Saraiva 2009.

KOTLER, Philip. **Plano de Marketing**. Administração de Marketing. 5. Ed. São Paulo: Atlas 1998.

PEGG, Blog. **Planejamento Estratégico, Tático e Operacional**. 2012. Disponível em: <<https://blogpegg.wordpress.com/2012/08/06/planejamentos-estrategico-tatico-e-operacional/>>

Acesso em: 29 de Novembro de 2016



BION, Bianca. **Tapioca se Populariza e Ganha Mercado Nacional**. 2016. Disponível em: <<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/economia/nacional/noticia/2016/05/28/tapioca-se-populariza-e-ganha-espaco-no-mercado-nacional-237771.php>>

Acesso em: 17 de Agosto de 2016

MEDEIROS, Cynthia. **Tapioca Esta na Moda**. 2015. Disponível em: <<http://maniadesaude.com.br/materias/tapioca-esta-na-moda>>

Acesso em: 17 de Agosto de 2016

DATAMARK. **Consumo de Tapioca Pode Impulsionar a Produção Brasileira de Mandioca**. 2016. Disponível em: <<http://www.datamark.com.br/noticias/2016/4/consumo-de-tapioca-pode-impulsionar-a-producao-brasileira-de-mandioca-200022/>>

Acesso em: 17 de Agosto de 2016

PERES, Rodolfo. **Benefícios da Tapioca: Rica em Fibras, Proteínas e Carboidratos**. 2016. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/mulher/voce-fitness/beneficios-da-tapioca-rica-em-fibras-proteinas-e-carboidratos-29072016-1>>

Acesso em: 17 de Agosto de 2016

PINHO, Flávia. **História da Tapioca**. 2014. Disponível em: <<http://revistacasaedjardim.globo.com/Casa-e-Comida/Reportagens/Comida/noticia/2014/07/historia-da-tapioca.html>>

Acesso em: 17 de Agosto de 2016

MONTAR UM NEGÓCIO. **Como Ganhar Dinheiro com Tapioca**. 2014. Disponível em: <<http://www.montarumnegocio.com/como-ganhar-dinheiro-com-tapioca/>>

Acesso em: 17 de Agosto de 2016

OLIVEIRA, Danielly. **50 Receitas de Tapioca Para Você se Deliciar de Forma Saudável**. 2015. Disponível em: <<http://www.dicasdemulher.com.br/receitas-de-tapioca/>>

Acesso em: 17 de Agosto de 2016

WILLEMS, Fábila. **Delícias do Brasil – A Tapioca: Origem, Receitas, Curiosidades**. 2014. Disponível em: <<https://linguacultura.wordpress.com/2014/03/21/delcias-do-brasil-receitas-de-tapioca/>>

Acesso em: 10 de Agosto de 2016

CAVALHEIRO, Ricardo. **História da Tapioca**. 2016. Disponível em: <<http://expressodatapioca.com/sobre.html>>

Acesso em: 10 de Agosto de 2016



TAVARES, Tiffany. **Tapioca: Uma das Iguarias mais Amadas do Nordeste.** 2014. Disponível em: <[http://www.f5news.com.br/105574\\_tapioca-uma-das-iguarias-mais-amadas-do-nordeste.html](http://www.f5news.com.br/105574_tapioca-uma-das-iguarias-mais-amadas-do-nordeste.html)>

Acesso em: 10 de Agosto de 2016

SEBRAE. **Tapioca Quentinha.** 2016. Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/tapioca-quentinha/>>

Acesso em: 10 de Agosto de 2016

SEBRAE. **Como Montar uma Tapiocaria.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-tapiocaria,22297a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>

Acesso em: 17 de Agosto de 2016

AMPRO. **A Definição do Momento: Marketing Promocional.** Disponível em: <[http://www.ampro.com.br/admin/Files/PDF/definicao\\_do\\_marketing\\_promocional\\_portal.pdf](http://www.ampro.com.br/admin/Files/PDF/definicao_do_marketing_promocional_portal.pdf)>

Acesso em: 29 de Novembro de 2016

TESOURO NACIONAL. Disponível em: <<http://www.tesouro.gov.br/>>

Acesso em: 29 de Novembro de 2016

OLIVEIRA, Elisângela. **O Que é Importante Saber para Elaborar um Planejamento Financeiro.** 2014. Disponível em: <<http://atitudeenegocios.com/elaborar-um-planejamento-financeiro/>>

Acesso em: 29 de Novembro de 2016

ALVES, Rosilene. **Ferramentas de Análises.** Disponível em: <<http://www.ebah.com.br/content/ABAAAfYfcAE/ferramentas-analises>>

Acesso em: 29 de Novembro de 2016

NUNES, Paulo. **Conceito de Análise Estratégica.** 2015. Disponível em: <<http://knoow.net/cienceconempr/gestao/analise-estrategica/>>

Acesso em: 29 de Novembro de 2016



## APÊNDICES

### Apêndice A – Questionário Utilizado na Pesquisa de Mercado

**Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – Campus de Presidente Epitácio**  
**Curso Técnico em Administração – Modalidade Conc./Subsequente**  
**Terceiro Semestre**  
**Orientador: Marcos Tomé.**

#### Pesquisa de Mercado

1. Qual é o seu gênero?

- Feminino     Masculino

2. Qual é a sua faixa etária?

- 10 a 20  
 21 a 30  
 31 a 40  
 41 a 50  
 51 a 60  
 Acima de 60 anos

3. Atualmente você está?

Pode escolher mais de uma opção

- Desempregado  
 Empregado  
 Estudando  
 Aposentado

4. Qual é a sua renda familiar?

- Até R\$ 880,00 reais  
 De R\$ 880,01 a R\$ 1.760,00 reais  
 De R\$ 1.761,00 a R\$ 3.520,00 reais  
 De R\$ 3.521,00 a R\$ 8.880,00 reais  
 Acima de R\$ 8.881,00 reais

5. Você costuma comer fora de casa?

- Sim     Não

Se a resposta acima tiver sido **Não**, pule para a questão 10.

6. Com que frequência você costuma comer fora de casa?

- Todos os dias  
 Uma vez por semana  
 Duas vezes por semana  
 Apenas aos finais de semana  
 Uma vez no mês  
 Duas vezes ao mês

7. Qual das refeições citadas abaixo, você costuma fazer fora de casa?

Pode escolher mais de uma opção

- Café da Manhã  
 Almoço

- Lanche da Tarde  
 Jantar

8. Quanto você normalmente gasta com essa refeição?

- Até R\$ 5,00  
 De R\$ 5,01 a R\$ 10,00  
 De R\$ 10,01 a R\$ 15,00  
 De R\$ 15,01 a R\$ 20,00  
 Acima de R\$ 20,00

9. Como você costuma pagar a conta?

- Dinheiro  
 Cartão de debito  
 Cartão de credito  
 Cheque a vista

10. Como você se informa sobre novos comércios alimentícios na cidade?

- TV  
 Rádio  
 Jornal  
 Internet  
 Carros de som  
 Panfletagem ou folders  
 Boca-a-boca

11. O que você considera mais importante em um estabelecimento alimentício?

- Atendimento  
 Higiene e limpeza  
 Qualidade da comida  
 Preço  
 Iluminação  
 Wi-fi  
 Estacionamento  
 Localização  
 Cardápio  
 Música no ambiente

12. Onde você costuma se alimentar nos diversos horários?

- Sorveteria Yuki  
 Karibe  
 Pastel do Alemão  
 Pastelaria do Capixaba  
 Pagani  
 Carol Coxinha

- Vendedores Ambulantes (que passam na rua)

13. Identifique um estabelecimento alimentício que você já frequentou, e descreva os problemas que você visualiza no mesmo, com base na questão acima.

Estabelecimento: \_\_\_\_\_

Problemas: \_\_\_\_\_

14. Quais dessas opções citadas abaixo você gosta de consumir? Escolha até 4 opções

- Bolo
- Lanche Natural
- Empadinha
- Pão de Queijo
- Tapioca
- Crepioca
- Crepe
- Pastel
- Sorvete

A partir de agora, apresenta-se uma breve descrição do tipo de negócio que está sendo estudado, será uma tapiocaria.

#### **Raízes do Sertão - Tapiocaria.**

A Raízes do Sertão, tapiocaria, será um estabelecimento comercial com ponto fixo que possuirá vendedores móveis (ambulantes). Esses atuarão mais precisamente em eventos da cidade aos fins de semana, na orla fluvial, figueiral e prainha, servindo tapiocas e derivados da goma, com preços acessíveis ao público.

Com base nessas informações, responda as seguintes questões.

15. Você conhece a tapioca e seus derivados?

- Sim                       Não

Caso a resposta tenha sido Não, pule para a questão 17.

16. Você gosta de tapioca e seus derivados?

- Sim                       Não

17. Você frequentaria um estabelecimento que vende tapioca e seus derivados? Se a resposta for Não justifique e entregue o questionário.

- Sim  
 Não \_\_\_\_\_

18. Até que valor você estaria disposto a pagar em uma tapioca?

- Até R\$ 4,00
- De R\$ 4,50 a R\$ 7,00
- Acima de R\$ 7,00

19. Quais sabores salgados você gostaria de consumir em uma Tapiocaria? Escolha até 4 opções.

- Presunto e Queijo
- Pizza
- Queijo com manteiga
- Manteiga
- Frango com catupiry ou Cheddar
- Carne seca com catupiry ou Cheddar
- Tomate seco
- Atum
- Bacon com Queijo
- Frango com ricota
- Vegana
- Carne Moida

20. Quais sabores doces você gostaria de consumir na Raízes do Sertão? Escolha até 4 opções.

- Prestígio
- Morango e leite condensado
- Morango com chocolate
- Banana com mel
- Banana com chocolate
- Banana com leite condensado
- Romeu e Julieta (Queijo com goiabada)
- Beijinho
- Doce de leite
- Bombom
- Brigadeiro

21. Como você frequentaria a Tapiocaria?

- Sozinho
- Com amigos
- Com a família
- Com o(a) Namorado(a)

22. Assinale o local mais acessível para que você frequente uma Tapiocaria em Presidente Epitácio?

- Avenida Presidente Vargas
- Rua Fortaleza
- Rua Maceió
- Rua Pernambuco
- Próximo a Orla
- Próximo a rodoviária

**Obrigado por responder o questionário!**



## Apêndice B - Exemplo de Folder Publicitário

**GRANDE INAUGURAÇÃO**  
**VENHA CONFERIR**  
**TAPIOCARIA – RAÍZES DO SERTÃO**

COM APRESENTAÇÃO DESTE FOLHETO  
GANHE 10% DE DESCONTO  
NA PRIMEIRA COMPRA

  
*Raízes do Sertão*  
*Tapiocaria*

Endereço: Avenida Presidente Vargas 16-25  
Centro – Presidente Epitácio  
Telefone: (18) 3281 4938  
(18) 99624 1561  
(18) 98178 8595

Inauguração:  
Dia XX do mês XX de XXXX  
Às XX:XX Horas

**TEMOS QUE TER FOCO, FORÇA, FÉ E MUITA TAPIOCA !**

