



ALEXANDRE GOMES DA SILVA
BEATRIZ DA SILVA SANTOS
ELLEN BARBOSA REIS
GUSTAVO GALVÃO DE JESUS
JACKESON VINICIUS CORREIA DA SILVA
MARCEL SILVA BARBOSA



O sorvete que te leva às alturas.

ALEXANDRE GOMES DA SILVA
BEATRIZ DA SILVA SANTOS
ELLEN BARBOSA REIS
GUSTAVO GALVÃO DE JESUS
JACKESON VINICIUS CORREIA DA SILVA
MARCEL SILVA BARBOSA



O sorvete que te leva às alturas.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à 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 Especialista Francisco de Oliveira Pereira.

ALEXANDRE GOMES DA SILVA
BEATRIZ DA SILVA SANTOS
ELLEN BARBOSA REIS
GUSTAVO GALVÃO DE JESUS
JACKESON VINICIUS CORREIA DA SILVA
MARCEL SILVA BARBOSA

Everesty Truck

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à 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 Especialista
Francisco de Oliveira Pereira

BANCA EXAMINADORA

Francisco de Oliveira Pereira

Mest. Edilene Weffort

Bach. Hudson Barossi Trevisan

Presidente Epitácio, 6 de Dezembro de 2017

Dedicamos este trabalho primeiramente a Deus, as nossas famílias, aos nossos orientadores e a todos que nos apoiaram e nos motivaram para que pudéssemos ter chegado até aqui. Dedicamos também ao Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia de São Paulo, Campus Presidente Epitácio que nos deu o suporte necessário para a conclusão deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, as nossas famílias e aos nossos orientadores, Prof. Douglas Fernando dos Santos Godoy e Prof. Francisco de Oliveira Pereira por todo apoio que nos foi dado durante o trabalho e por terem nos auxiliado neste primeiro e segundo momento respectivamente. Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), Campus Presidente Epitácio, por disponibilizar o curso em nosso município e todo seu corpo docente do curso de administração. Agradecemos também a outras pessoas envolvidas, como os colaboradores do posto de atendimento do SEBRAE e a Prefeitura de Presidente Epitácio que compartilharam de seu tempo para nos atender.

*“Não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente.
Quem sobrevive é o mais disposto à mudança” (Leon
Megginson, cientista da administração)*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Produtos oferecidos pela Everest Truck – Parte I	54
Figura 2 – Produtos oferecidos pela Everest Truck – Parte II.....	56
Figura 3 – Banner dos produtos – Parte I.....	57
Figura 4 – Banner dos produtos – Parte II.....	58
Figura 5 – Cartão Fidelidade - Frente.....	59
Figura 6 – Planta baixa do Truck – Parte I	65
Figura 7 – Planta baixa do Truck – Parte II	66
Figura 8 – Escritório.	66
Figura 9 – Garagem para alocação o Truck.....	67
Figura 10 – Lateral do Truck.....	67
Figura 11 – Parte interna do Truck – Caixa.....	68
Figura 12 – Parte interna do Truck parte – I.....	68
Figura 13 – Parte interna do Truck – parte II.....	69
Figura 14 – Fachada da garagem	69
Figura 15 – Fluxo de processos organizacionais da <i>Everesty Truck</i>	71

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gênero dos entrevistados.....	19
Gráfico 2 – Faixa etária dos entrevistados.....	19
Gráfico 3 – Qual é o seu estado civil?	20
Gráfico 4 – Qual é sua escolaridade?	21
Gráfico 5 – Renda familiar dos entrevistados.....	21
Gráfico 6 – Você tem filhos?	22
Gráfico 7 – Você consome sorvetes?.....	22
Gráfico 8 – Com que frequência você consome sorvetes?	23
Gráfico 9 – Qual dia da semana você prefere consumir sorvetes?	23
Gráfico 10 – Onde você costuma comprar sorvetes?	24
Gráfico 11 – Itens importantes que podem ser melhorados nas sorveterias.....	25
Gráfico 12 – Você costuma gastar quanto em uma sorveteria?	28
Gráfico 13 – Qual é a forma de pagamento que você mais utiliza?	29
Gráfico 14 – Você consumiria sorvetes na Everest Truck?	29
Gráfico 15 – Você contrataria a Everest Truck para eventos particulares?	30
Gráfico 16 – Sugestões dos entrevistados de locais para circulação.....	31
Gráfico 17 – A Everest Truck deve ser equipada com quais itens?	32
Gráfico 18 – Qual meio você gostaria de receber promoções da Everest?	32

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados do empreendimento	15
Quadro 2 – Quais são os sabores de sorvete que você prefere?.....	25
Quadro 3 – Quanto você pagaria pelos produtos da Everest Truck?	30
Quadro 4 – Estudo dos fornecedores de sorvete.	37
Quadro 5 – Estudo dos fornecedores de produtos para sorvete.	38
Quadro 6 – Estudo dos fornecedores de embalagens.	38
Quadro 7 – Estudo dos fornecedores de frutas.	39
Quadro 8 – Estudo dos fornecedores de eletrônicos.....	39
Quadro 9 – Estudos dos fornecedores de máquinas e equipamentos.	40
Quadro 10 – Estudo dos fornecedores de bebidas.	40
Quadro 11 – Estudo dos fornecedores de brindes.	41
Quadro 12 – Estudo dos fornecedores de utensílios para cozinha.	41
Quadro 13 – Estudos dos fornecedores de móveis para escritório.	42
Quadro 14 – Estudo dos fornecedores para adaptação do truck.	42
Quadro 15 – Fornecedores escolhidos pela Everest.	43
Quadro 16 – Fornecedor Danionelle (a) sorvete.	44
Quadro 17 – Fornecedor Spumone (b) sorvete.....	44
Quadro 18 – Fornecedor Polar (a) produtos para sorvete.....	45
Quadro 19 – Fornecedor Sitolino (a) embalagens.....	46
Quadro 20 – Fornecedor Polar (d) embalagens.	46
Quadro 21 – Fornecedor Casas Bahia (a) eletrônicos.	47
Quadro 22 – Fornecedor Submarino (b) eletrônicos.	47
Quadro 23 – Fornecedor Kabum (c) de eletrônicos.....	48
Quadro 24 – Fornecedor Multivisi (a) máquinas e equipamentos.	48
Quadro 25 – Fornecedor Makro Atacadista (b) frutas congelada.....	48
Quadro 26 – Fornecedor Central Max Supermercados (a) frutas.....	49
Quadro 27 – Fornecedor Centermix (a) matéria prima para sorvete italiano.....	49
Quadro 28 – Fornecedor Central Max matéria prima sorvete italiano.	49
Quadro 29 – Fornecedor Nova Safra (c) matéria prima sorvete italiano.	50
Quadro 30 – Fornecedor Brindecef (b) de brindes.	50
Quadro 31 – Fornecedor Marcelly Regine Personalizados (c) de brindes.	50
Quadro 32 – Fornecedor FagBrasil (a) adaptação do carro.	51

Quadro 33 – Fornecedor de bebidas (b) Coca Cola.....	51
Quadro 34 – Fornecedor Americanas (a) móveis para escritório.	52
Quadro 35 – Fornecedor Brink Lar (a) utensílios para cozinha.	52
Quadro 36 – Circulação da <i>Everesty Truck</i> Segunda-feira	62
Quadro 37 – Circulação da <i>Everesty Truck</i> Terça-feira.....	62
Quadro 38 – Circulação da <i>Everesty Truck</i> Quarta-feira.....	63
Quadro 39 – Circulação da <i>Everesty Truck</i> Quinta-feira	63
Quadro 40 – Circulação da <i>Everesty Truck</i> Sexta-feira.....	63
Quadro 41 – Circulação da <i>Everesty Truck</i> Sábado.....	64
Quadro 42 – Circulação da <i>Everesty Truck</i> Domingo.....	64
Quadro 43 – Cargos dos colaboradores da empresa.....	72
Quadro 44 – Máquinas e equipamentos.....	73
Quadro 45 – Móveis e utensílios.	74
Quadro 46 – Veículos.....	74
Quadro 47 – Total dos investimento.....	74
Quadro 48 – Estimativa de estoque inicial.....	75
Quadro 49 – Contas a receber.	77
Quadro 50 – Contas a pagar.	77
Quadro 51 – Necessidade Média de estoque.....	77
Quadro 52 – Recursos da empresa fora de seu caixa.	77
Quadro 53 – Caixa Mínimo.....	77
Quadro 54 – Investimentos Financeiros.	78
Quadro 55 – Investimento pré-operacional.....	78
Quadro 56 – Investimento total.....	78
Quadro 57 – Estimativa de faturamento mensal (Itinerante).	79
Quadro 58 – Estimativa do faturamento mensal (Festa Particular 50 convidados). .	81
Quadro 59 – Estimativa de custo de comercialização.	81
Quadro 60 – Apuração do custo de mercadoria vendida.	81
Quadro 61 – Custos de mão de obra mensal.	83
Quadro 62 – Estimativa do custo de depreciação.	84
Quadro 63 – Estimativa do custo operacional fixo.....	84
Quadro 64 – Demonstração do resultado do exercício.	85
Quadro 65 – Margem de contribuição.	85
Quadro 66 – Índice de margem de contribuição.....	85

Quadro 67 – Ponto de equilíbrio.....	86
Quadro 68 – Lucratividade (% ao ano).....	86
Quadro 69 – Rentabilidade (% ao ano).	86
Quadro 70 – Prazo de retorno do investimento (Ano).	87
Quadro 71 – Construção de cenários.....	88
Quadro 72 – Projeção de Crescimento futuro.	89
Quadro 73 – Matriz SWOT Everesty.	90

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Capital social.....	16
Tabela 2 – Produtos mais citados no questionário.	26
Tabela 3 – Acompanhamento mais citados pelos entrevistados.	27
Tabela 4 – Taxa Interna de retorno.....	89

SUMÁRIO

1 - SUMÁRIO EXECUTIVO	12
1.1 - INTRODUÇÃO	12
1.2 - DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES .	14
1.3 - DADOS DO EMPREENDIMENTO	15
1.4 - MISSÃO DA EMPRESA	15
1.5 - VISÃO DA EMPRESA.....	15
1.6 -VALORES DA EMPRESA.....	15
1.7 - RAMO DE ATIVIDADES.....	16
1.8 - FORMA JURÍDICA.....	16
1.9 - ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	16
1.10 - FONTE DE RECURSOS	17
2 - ANÁLISE DE MERCADO.....	18
2.1 - ESTUDO DOS CLIENTES	18
2.2 - CONCLUSÃO DOS ESTUDOS DOS CLIENTES	33
2.3 - ESTUDO DOS CONCORRENTES.....	34
2.4 - ESTUDOS DOS FORNECEDORES	36
3 - PLANO DE MARKETING.....	54
3.1 - DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS	54
3.2 - PREÇO.....	56
3.3 - ESTRATÉGIAS DE MARKETING	58
3.4 - ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO	61
3.5 - LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	62
4 - PLANO OPERACIONAL.....	65
4.1 - LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO.....	65
4.2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	70
4.3 - PROCESSOS OPERACIONAIS.....	70
4.4 - NECESSIDADE DE PESSOAL	72

5 - PLANO FINANCEIRO	73
5.1- ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS.....	73
5.2 - CAPITAL DE GIRO.....	75
5.3 - INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL	78
5.4 - INVESTIMENTO TOTAL.....	78
5.5 - FATURAMENTO MENSAL	79
5.6 - ESTIMATIVA DE CUSTO DE MATÉRIA-PRIMA, MATERIAIS DIRETOS E TERCEIRIZAÇÕES.....	81
5.7- ESTIMATIVA DE CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO	81
5.8 - APURAÇÃO DE CUSTOS DE MERCADORIAS VENDIDAS	81
5.9 - ESTIMATIVA DO CUSTO DE MÃO DE OBRA	83
5.10 - ESTIMATIVA DE CUSTOS DE DEPRECIAÇÃO.....	84
5.11- ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS	84
5.12 - DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS	85
5.13 - INDICADORES DE VIABILIDADE	85
5.13.1 - Ponto de equilíbrio	85
5.13.2 - Lucratividade	86
5.13.3 - Rentabilidade.....	86
6 - CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	88
6.1 - VALOR PRESENTE LÍQUIDO.	88
7- AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	90
7.1 - MATRIZ SWOT (F.O.F.A.).....	90
7.2 - CINCO FORÇAS DE PORTER	91
7.2.1 - Poder de barganha dos fornecedores	92
7.2.2 - Rivalidades entre concorrentes.....	92
7.2.3 - Ameaça de novos entrantes	93
7.2.4 - Ameaça de substituição de produtos	93
7.2.5 - Poder de barganha dos clientes	94
7.3 - ESTRATÉGIA GENÉRICA.....	94
8 - AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO	96
REFERÊNCIAS	97
APÊNDICES	99

1 - SUMÁRIO EXECUTIVO

Dedica-se esta primeira etapa à apresentação de algumas informações que são imprescindíveis para compreensão do negócio que se está estudando. Primeiro, apresenta-se uma breve introdução no negócio, utilizando-se de dados do setor e informações locais e regionais para apresentar a lacuna de mercado e, em seguida, descrever o negócio proposto. Em seguida, apresenta-se dados dos sócios e dos empreendimentos. Mais adiante, o enquadramento tributário e as fontes de recursos para compreender como serão feitas as integralizações do capital da empresa, mais a diante visão e valores da empresa e logo, ramo de atividades e forma jurídica.

1.1 - INTRODUÇÃO

De acordo com o presidente da Associação brasileira das indústrias e do setor de sorvete (ABIS), Weisberg, o sorvete é uma das sobremesas mais apreciadas do Brasil (JCNET, 2017). Entre os anos de 2003 e 2013, o consumo deste produto passou de 685 milhões de litros para 1.224 bilhões, ou seja, um aumento de mais de 80% (ABIS, 2014). O crescimento das vendas de sorvete, em termos percentuais, supera, inclusive as margens do setor automobilístico, que registra, queda nas vendas no mesmo período, que segundo Sodré (2017), foi considerado o menor avanço desde o ano de 2003. De certa forma, estes dados demonstram a força do setor. Segundo Olivette (2016), o Brasil está entre os dez maiores consumidores, sendo também maior mercado de sorvetes do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos da América, China e Japão.

Em Presidente Epitácio, uma cidade de 43.718 habitantes, localizada no interior do estado de São Paulo e que faz divisa com o Estado do Mato Grosso do Sul (IBGE, 2016), o comércio de sorvetes é muito pujante, a exemplo daquilo que ocorre no Brasil. Segundo o site de cadastro de estabelecimentos comerciais de alimentos de Presidente Epitácio, o *Clik Food* (2017), o município atualmente possui 7 sorveterias que se dedicam a comercializar sorvetes. De certo modo, este número se justifica pela alta demanda do produto. O fato do município situar-se às margens da Lagoa Sérgio Mota, contribui com a demanda de turistas, o que pode ser considerada uma oportunidade para a empresa, possibilitando o aumento de vendas do produto.

Recentemente, após a aprovação da Lei Municipal de São Paulo nº 15.947, de 26 de dezembro de 2013 (DOCSP 2013), que libera a comercialização de alimentos em carros, despontou negócios popularmente conhecidos como “*Food Trucks*”¹, os quais são utilizados para a comercialização de produtos diversos, como, por exemplo, pipoca, algodão-doce, cachorros-quentes, pastéis e, inclusive, sorvetes. Segundo Soares (2016), a estimativa do setor é que 400 veículos tenham entrado no mercado entre 2013 e 2015. Apesar disso, o número de *Food Trucks* de sorvete não acompanhou este crescimento. De acordo com o site “*Food Truck nas Ruas*” (2017), existem cerca de 2 *Food Trucks* de sorvete em todo o Brasil.

Apesar da cidade de Presidente Epitácio possuir algumas sorveterias, todas estão estabelecidas em pontos comerciais fixos e a maioria se encontra localizada no centro da cidade. Sendo assim, nenhuma delas tem um caráter transitório, propiciado pelos *Food Trucks*, podendo oferecer produtos em vários locais. Isso demonstra uma carência deste tipo de negócio na cidade, o que abre a oportunidade desta lacuna ser preenchida, a fim de atender clientes nas mais diversas regiões da cidade de Presidente Epitácio.

Aos finais de semana, feriados e finais de anos Presidente Epitácio atrai uma grande quantidade de pessoas para os pontos turísticos da cidade, como “Parque o Figueiral”, “Prainha da Orla” e “Orla Fluvial”. Destes três pontos turísticos apenas o “Parque o Figueiral” possui sorveteria. Tendo em vista esta lacuna, propõe-se a criação da *Everesty Truck*, que seria uma Van Ducato que comercializará vários tipos de sorvetes e massas, como sorvete italiano e também sorvetes de sabores variados. A *Everesty Truck* propõe levar sabor por toda a cidade, com a intenção de refrescar a todos, inclusive os que moram em locais afastados do Centro da cidade ou que não podem sair de suas casas. A circulação do *Everesty Truck* em dias de semana será nos bairros e no centro da cidade em locais afastados dos concorrentes. Nos finais de semana, a *Everesty* estará presente em locais como “Prainha da Orla” e “Orla Fluvial”.

¹ Food Truck são cozinhas móveis, de dimensões pequenas, sobre rodas que transportam e vendem alimentos de forma itinerante, ou seja, se desloca de um lugar para outro. Na maioria das vezes os veículos utilizados são trailers, furgões, caminhonetes ou caminhões (SEBRAE, 2016).

1.2 - DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES

Sócio 01

Dados Pessoais

Nome: Alexandre Gomes da Silva.

Endereço: Minas Gerais nº 26-54.

Cidade / Estado: Presidente Epitácio – São Paulo.

Telefone: (18) 99726-1445.

Solteiro, 21 anos, natural de Presidente Epitácio – São Paulo.

Experiência Profissional

Experiência como operador de caixa e auxiliar administrativo na Auto Mecânica e Auto Peças Paulinho.

Formação Acadêmica

Formado no 2º grau completo na instituição E. E. Prof. Antônio de Carvalho Leitão no ano de 2013. E atualmente cursando o técnico em Administração no IFSP – Campus de Presidente Epitácio.

Atribuição do Sócio

Responsável pelas ações financeiras (controle de orçamento, caixa e serviço de bancos, etc) e de *Marketing* (ações de publicidade e propaganda da empresa).

Sócio 2

Dados Pessoais

Nome: Marcel Silva Barbosa.

Endereço: Maceió nº 26-42.

Cidade / Estado: Presidente Epitácio – São Paulo.

Telefone: (18) 99722-9626.

Solteiro, 23 anos, natural de Presidente Epitácio – São Paulo.

Experiência Profissional

Experiência com vendas no atacado e no varejo, atuando há 6 anos na empresa Epitácio Tintas.

Formação Acadêmica

Formado no 2º grau completo na instituição E. E. Prof. Antônio de Carvalho Leitão no ano de 2011. Formado em Técnico em Edificações pelo IFSP – Campus de Presidente

Epitácio em 2012. E atualmente cursando o técnico em Administração no IFSP – Campus de Presidente Epitácio.

Responsável pelas ações de compra e estoque de produtos, além de ações de atendimento aos clientes.

1.3 - DADOS DO EMPREENDIMENTO

Quadro 1 – Dados do empreendimento

Nome Fantasia	<i>Everesty Truck</i>
Razão Social	<i>Everesty Truck</i> LTDA
CNPJ	17.184.305/0001-03

Fonte: Os próprios autores (2017).

Em “Dados do Empreendimento” foi pensado no nome fantasia da empresa algo que remetesse ao gelado, desafio, alegria, conquista, satisfação e que além de tudo remetesse a ideia do sorvete. Entre os diversos nomes que foram sugeridos o que mais teve coerência foi o nome “*Everest*” que sofreu uma adaptação para “*Everesty*”.

1.4 - MISSÃO DA EMPRESA

Levar sorvetes de qualidade por onde a empresa passar, a fim de proporcionar momentos de bem-estar aos clientes, por meio de um atendimento diferenciado.

1.5 - VISÃO DA EMPRESA

Ser considerado o melhor *Ice Cream Truck* do Oeste Paulista.

1.6 -VALORES DA EMPRESA

- ✓ **Qualidade:** Oferecer sempre os melhores produtos e o melhor atendimento, visando o bem-estar dos consumidores da *Everesty Truck*.

- ✓ **Empreendedorismo:** Buscar constantes inovações em produtos e serviços, a fim de desenvolver a *empresa* e satisfazer seus consumidores.
- ✓ **Higiene:** Prezar por um ambiente limpo, livre de qualquer ameaça que possa comprometer a saúde dos clientes.
- ✓ **Respeito ao consumidor:** Manter o cliente satisfeito, com transparência, ética e responsabilidade sobre os produtos e serviços realizados.
- ✓ **Respeito ao meio ambiente:** Fazer o descarte das embalagens e resíduos de forma eficiente, de modo que não prejudique o meio ambiente, pensando na preservação do município.

1.7 - RAMO DE ATIVIDADES

Comércio varejista de sorvetes.

1.8 - FORMA JURÍDICA

A forma jurídica da *Everesty Truck* é uma Sociedade Limitada, em que a responsabilidade de cada sócio é limitada a sua participação, ou seja, suas quotas. A sociedade limitada protege o patrimônio de cada sócio em casos de falência, fechamento ou desligamento do empreendimento.

1.9 - ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

A *Everesty Truck* terá enquadramento de uma microempresa. Os seus tributos serão reduzidos e simplificados. Sendo assim, a empresa será enquadrada no Regime Simples Nacional. O simples nacional tem como base para recolhimento de tributos a receita bruta da empresa.

Tabela 1 – Capital social.

	Nome dos Sócios	Valor (R\$)	% de participação
Sócio 1	Alexandre Gomes	R\$ 82.000,00	58,00%
Sócio 2	Marcel Barbosa	R\$ 60.000,00	42,00%
Total		R\$ 142.000,00	100,00

Fonte: Os próprios autores (2017).

1.10 - FONTE DE RECURSOS

A empresa será constituída com o patrimônio de dois sócios. O sócio 01 (Alexandre Gomes) venderá um salão de 140 m², localizado na Rua Professor Campos, número 3-26, no centro de Presidente Epitácio por R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais) para integralizar R\$ 82.000,00 (oitenta e dois mil reais) no negócio.

O sócio 02 (Marcel Barbosa) contribuirá com a venda de um terreno de 330 m², localizado na Rua São Paulo, número 2-41, no centro de Presidente Epitácio, no valor de R\$ 60.000,00 e serão integralizados R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais).

2 - ANÁLISE DE MERCADO

Dedica-se esta seção à apresentação dos resultados da pesquisa de mercado, de fornecedores e de potenciais concorrentes. Estes dados buscam elucidar alguns pontos que dizem respeito ao negócio. Com estes esclarecimentos se espera conseguir aperfeiçoar o desenvolvimento da *Everesty Truck* e adapta-la para que ela possa atuar em seu ramo.

2.1 - ESTUDO DOS CLIENTES

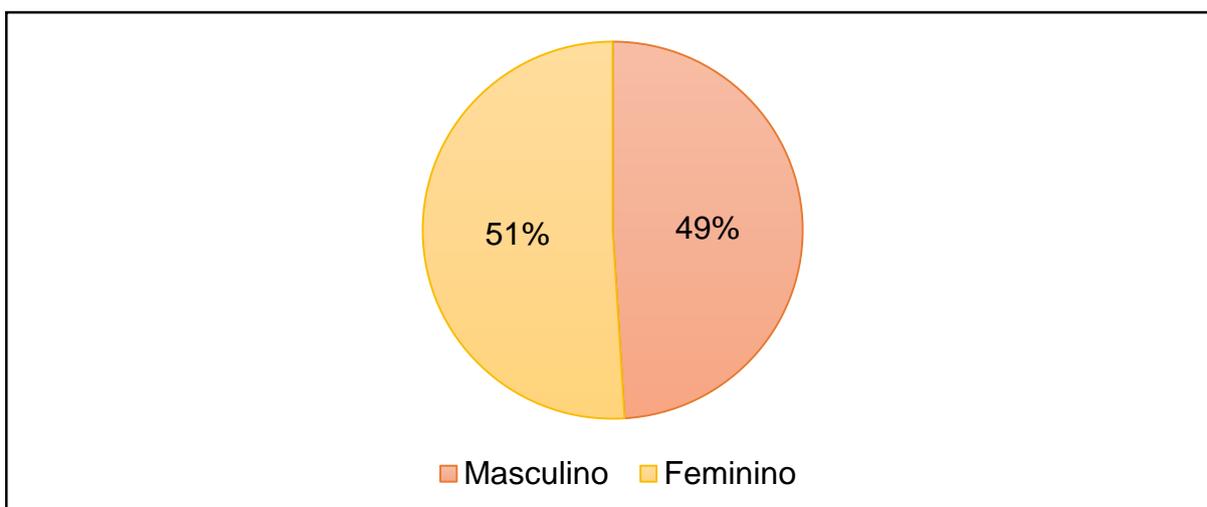
A análise de mercado é uma das etapas de maior importância para o desenvolvimento do futuro empreendimento e tem como objetivo auxiliar o indivíduo no conhecimento do setor no qual pretende atuar. Neste processo você terá a oportunidade de conhecer o perfil do seu público-alvo. Sabe-se que quanto maior o conhecimento sobre essas áreas, melhor será para o desenvolvimento do negócio. Existem alguns métodos para se conseguir adquirir estes tipos de conhecimentos, como por exemplo, a pesquisa exploratória ou pesquisa de campo.

O método adquirido para este empreendimento foi a pesquisa de campo. A pesquisa foi desenvolvida por meio da aplicação de 200 (duzentos) questionários, os quais foram aplicados na cidade de Presidente Epitácio de forma aleatória em diversos pontos da cidade, no período entre 28 de abril e 02 de maio de 2017. Cada questionário era composto por 23 (vinte e três) questões, onde 22 (vinte e duas) são de múltipla escolha e 1 (uma) dissertativa.

As primeiras 6 (seis) questões buscaram traçar as características dos entrevistados. Entre as questões 7 (sete) e 17 (dezesete) se buscou identificar o perfil e comportamento dos respondentes. Na terceira parte, a partir da questão 18 (dezoito), procurou-se determinar as pessoas que provavelmente frequentariam a *Everesty Truck*.

Na sequência, depois das fases de coleta dos resultados e tabulação dos dados, elaborou-se as ilustrações que apresentam os resultados da pesquisa de mercado, acompanhados das análises dos referidos dados. A partir de agora, passa-se a apresentar os resultados encontrados na pesquisa de mercado.

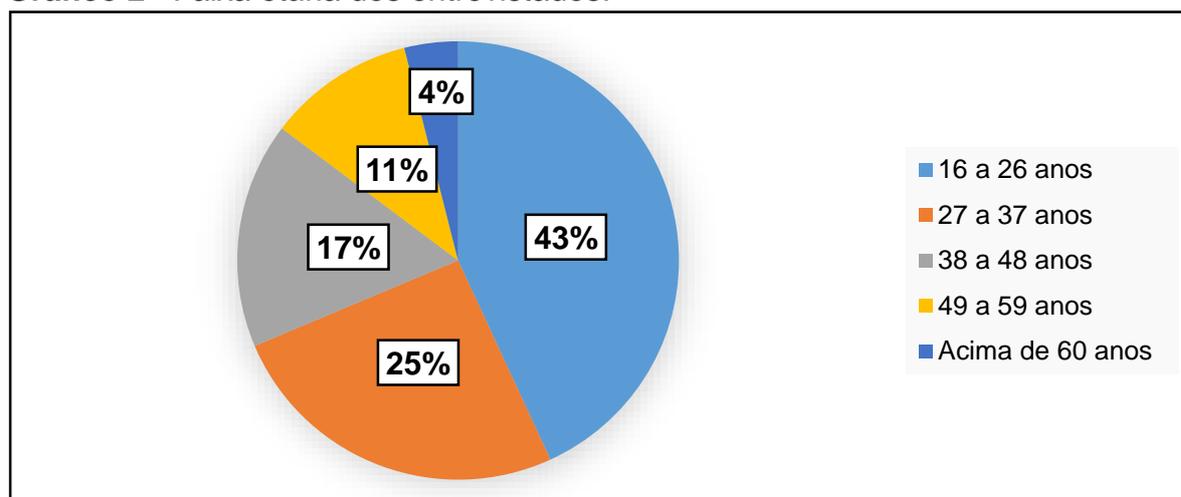
Gráfico 1 – Gênero dos entrevistados



Fonte: Os próprios autores (2017).

É possível levantar na pesquisa de campo que 51% dos entrevistados são do gênero feminino, ao passo o público masculino que respondeu os questionários representam 49% do público entrevistado. Sendo assim, dada a proximidade dos números percentuais, percebe-se que houve um certo equilíbrio no que se refere ao número de respondentes do gênero masculino e feminino, o que para o propósito desta pesquisa é muito apreciável por garantir equilíbrio e representatividade de todos os gêneros.

Gráfico 2 – Faixa etária dos entrevistados.



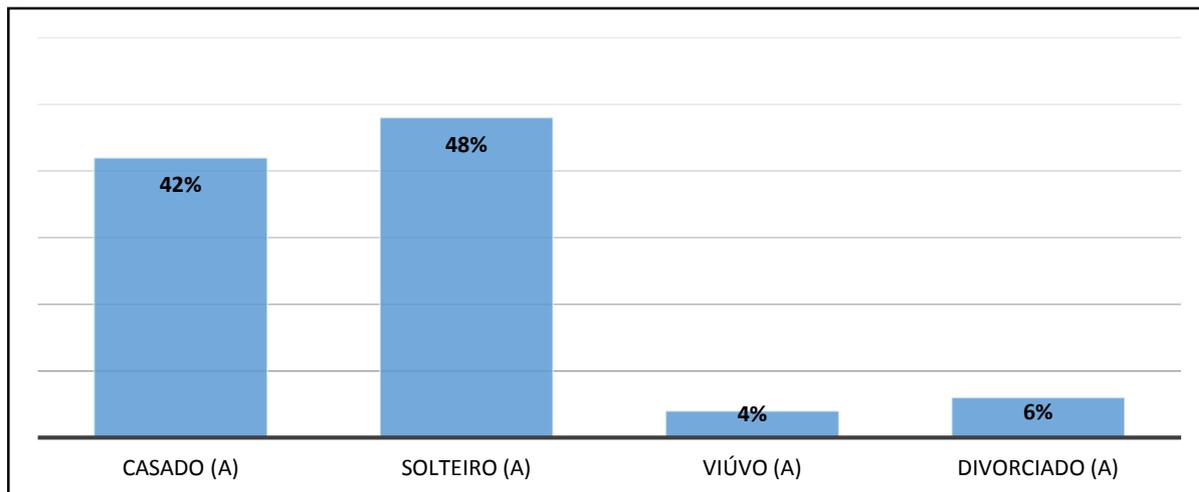
Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 2 apresenta os resultados referentes a faixa etária dos respondentes. Como se vê, a maioria dos entrevistados, ou seja, 43% dos respondentes, são jovens de 16 a 26 anos de idade, logo em seguida 25% dos

mesmos com cerca de 27 a 37 anos e 17% tem de 38 a 48 anos. Como se pode notar, 85% do público entrevistado possui, no máximo, 37 anos.

Este aspecto é muito importante para qualificar a pesquisa e as respostas resultantes dela, porque este público jovem, notadamente, frequentemente é visto nas sorveterias locais, sendo muito ativos no consumo de sorvetes.

Gráfico 3 – Qual é o seu estado civil?



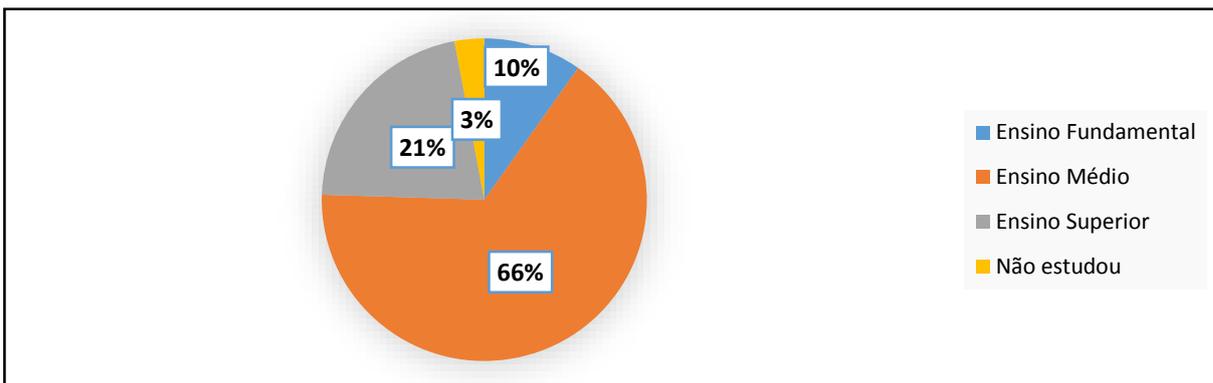
Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 3 apresenta o resultado do seguinte questionamento: qual é o seu estado civil? Como se observa, a maioria dos entrevistados (48%) são solteiros, sendo que, acompanhado de perto, representando 42% dos entrevistados, estão os casados.

Destaca-se também a baixa incidência de viúvos e divorciados que, respectivamente, alcançaram 4% e 6% do público entrevistado. Como a ação de tomar sorvete muitas vezes não é uma prática solitária, deve se imaginar que os solteiros deverão ir à sorveteria geralmente acompanhados por namorada (o) e/ou amigos, enquanto os casados devem ir acompanhados de seus familiares mais próximos.

Esta análise reforça a ideia de que a sorveteria é um ambiente propício para receber públicos diversos e que, em razão disso, é um negócio que geralmente tem um fluxo muito grande de pessoas.

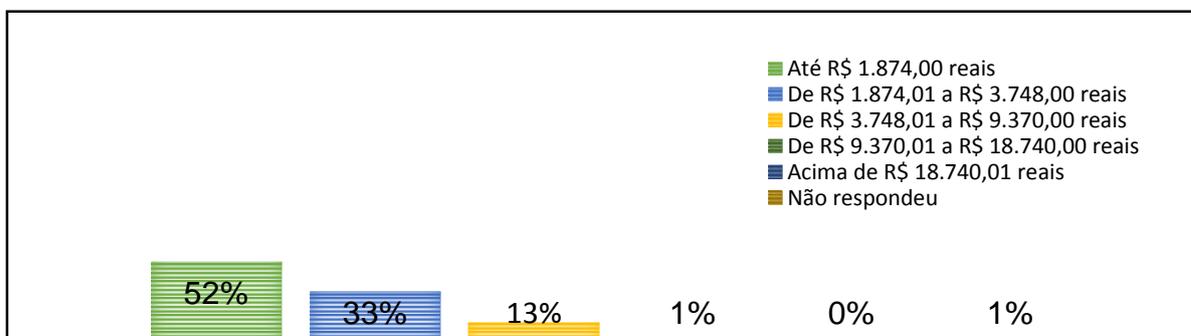
Gráfico 4 – Qual é sua escolaridade?



Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 4 responde ao seguinte questionamento: qual é o seu nível de escolaridade? De acordo com os resultados mostrados logo acima, a maioria dos respondentes (66%) são pessoas com ensino médio e 21% dos entrevistados possuem ensino superior completo. Do público entrevistado, apenas 13% tem ensino fundamental ou não estudou. A maioria dos entrevistados trata-se de um público que provavelmente possui conhecimento e capacidade de julgar a viabilidade do negócio quanto a qualidade do atendimento, produto e preço.

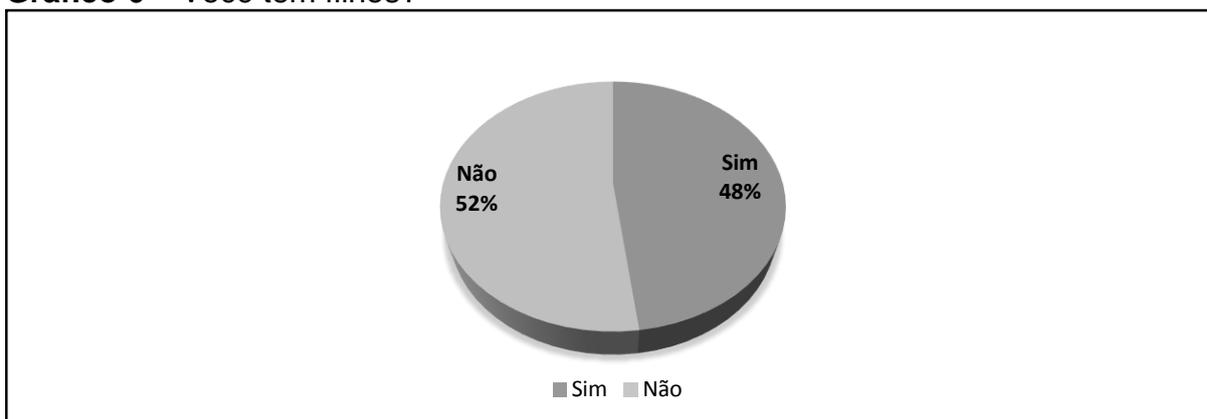
Gráfico 5 – Renda familiar dos entrevistados.



Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 5 responde o seguinte questionamento: qual a sua renda familiar? Os dados acima mostram que 52% dos respondentes ganham até R\$1.874,00 no mês, em segundo lugar 34% relatou ganhar de R\$1.874,01 até R\$3.748,00 e 1% dos entrevistados ganham de R\$9.370,01 até 18.740,00 ou ganham acima de R\$18.740,01. Os dados demonstram que a renda média do cidadão epitaiano é baixa. Este fato pode indicar que a população de Presidente é sensível a preço, devendo a *Everesty Truck* levar em consideração este fato na sua estratégia de preço.

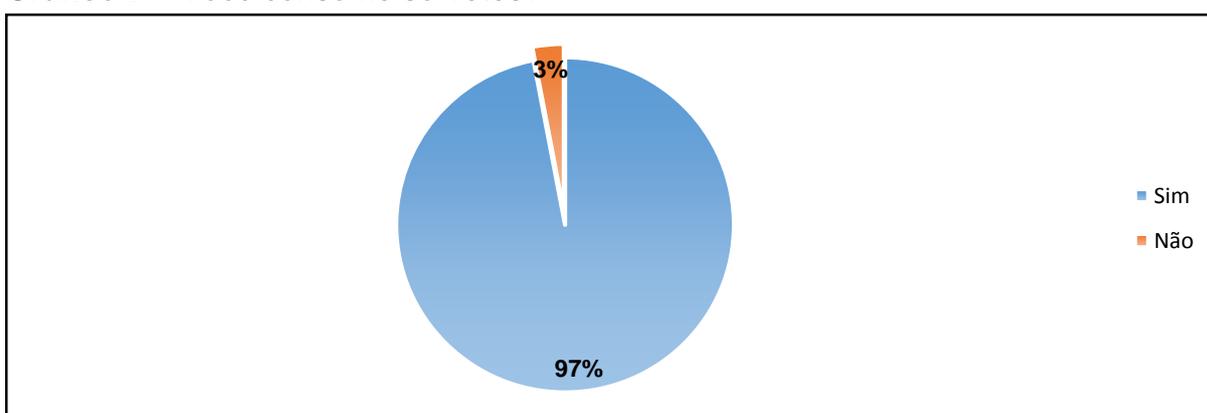
Gráfico 6 – Você tem filhos?



Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 6 apresenta o resultado do seguinte questionamento: você tem filhos? Pouco menos da metade dos entrevistados 48% disseram ter filhos e pouco mais da metade 52% relatou não ter filhos. De acordo com os resultados coletados nesta mesma pesquisa, a maioria das pessoas que possuem filhos vão a sorveteria com mais frequência do que as pessoas que não possuem filhos. Com base nesses resultados, a *Everesty Truck* poderá descobrir e circular em locais onde há maior circulação de crianças e/ou famílias, como igrejas, escolas e etc.

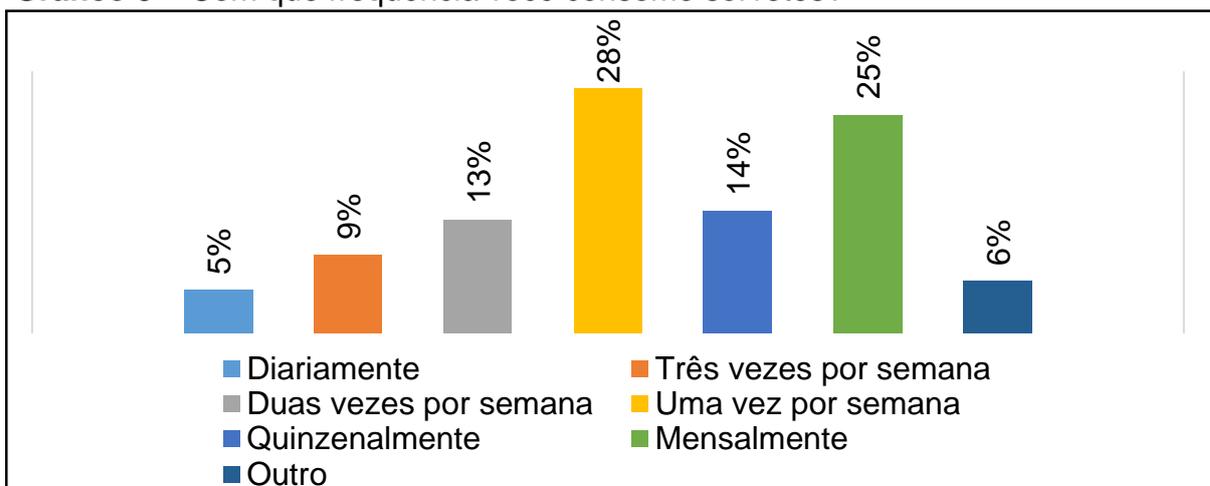
Gráfico 7 – Você consome sorvetes?



Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 7 apresenta a quantidade de entrevistados que consomem sorvetes. Dos duzentos entrevistados, 97% afirmaram consumir sorvetes e apenas 3% não consomem. Os resultados apresentados reforçam a ideia de que o cenário para a venda deste produto é favorável devido à grande quantidade de pessoas que consomem sorvetes, especialmente em Presidente Epitácio, cidade na qual o clima favorece ainda mais o consumo destes produtos.

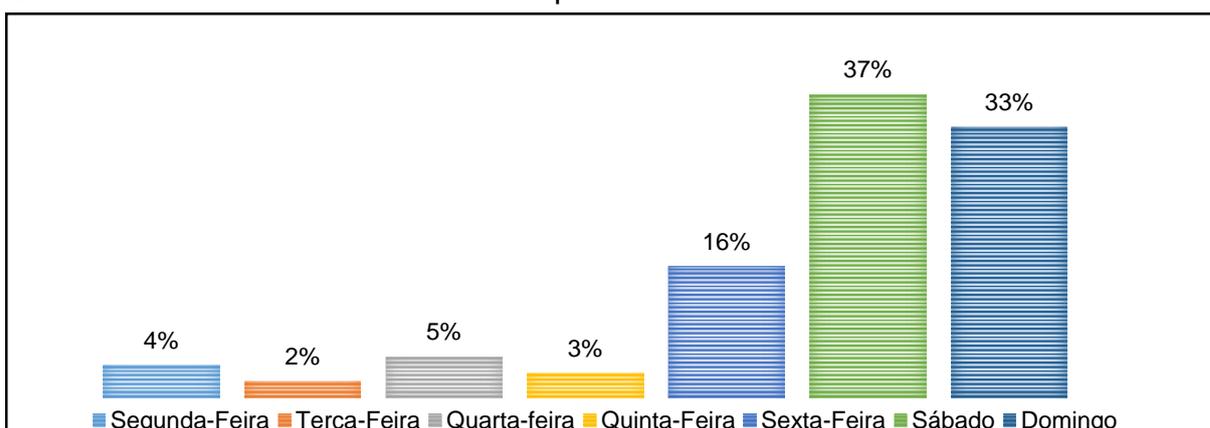
Gráfico 8 – Com que frequência você consome sorvetes?



Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 8 responde o seguinte questionamento: com que frequência você consome sorvetes? Os resultados da pesquisa apontam que dos 200 entrevistados, 28% consomem sorvetes uma vez por semana, 25% destes consomem sorvetes mensalmente e 14% dos respondentes consomem sorvetes a cada quinze dias. Estes dados demonstram que o sorvete é um produto de giro rápido, o que pode garantir uma receita financeira significativa e recorrente para as empresas que comercializam este produto.

Gráfico 9 – Qual dia da semana você prefere consumir sorvetes?

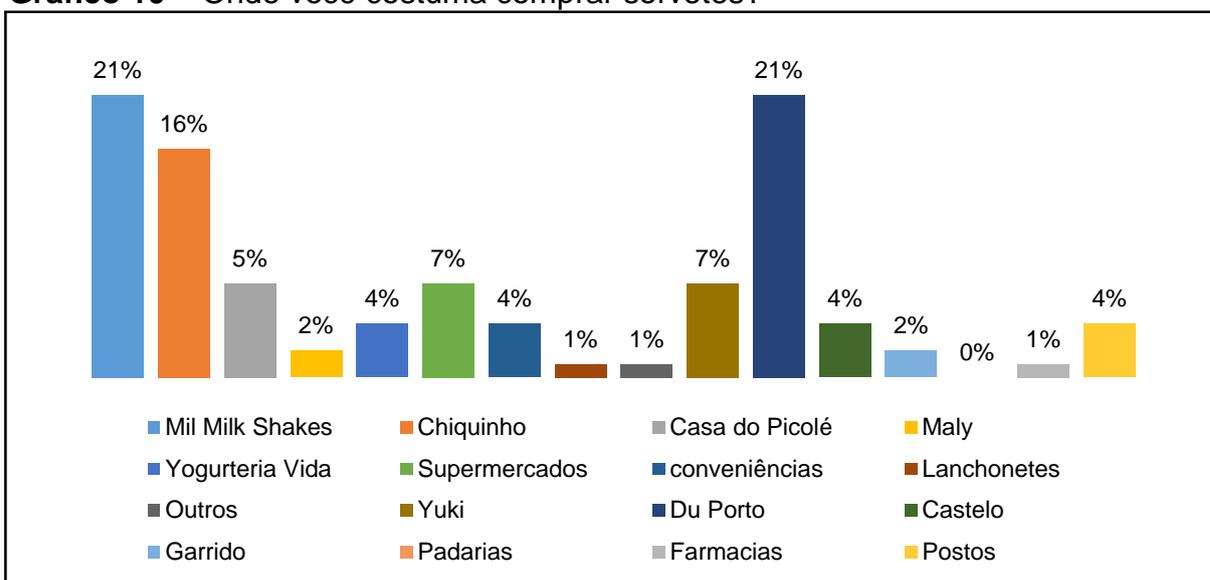


Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 9 apresenta o resultado do seguinte questionamento: em quais dias da semana você prefere consumir sorvetes? De acordo com os resultados apresentados acima, pode-se notar que a maioria das pessoas (37%) prefere consumir sorvetes aos sábados. Deste total, 33% dos entrevistados relataram consumir sorvetes aos domingos e 16% às sextas-feiras.

Diante dos resultados apresentados, consegue-se notar que a maioria das pessoas optam por consumir sorvetes aos finais de semana. Com base nisso, a *Everesty Truck* procurará estar presente nos lugares mais frequentados da cidade de Presidente Epitácio e também concentrará suas vendas nos finais de semana, que de acordo com esta pesquisa, são os dias em que a venda de sorvetes aumenta. Diante disto, será necessário aumentar os esforços pois a empresa precisa se preparar para o aumento das vendas nos fins de semana.

Gráfico 10 – Onde você costuma comprar sorvetes?

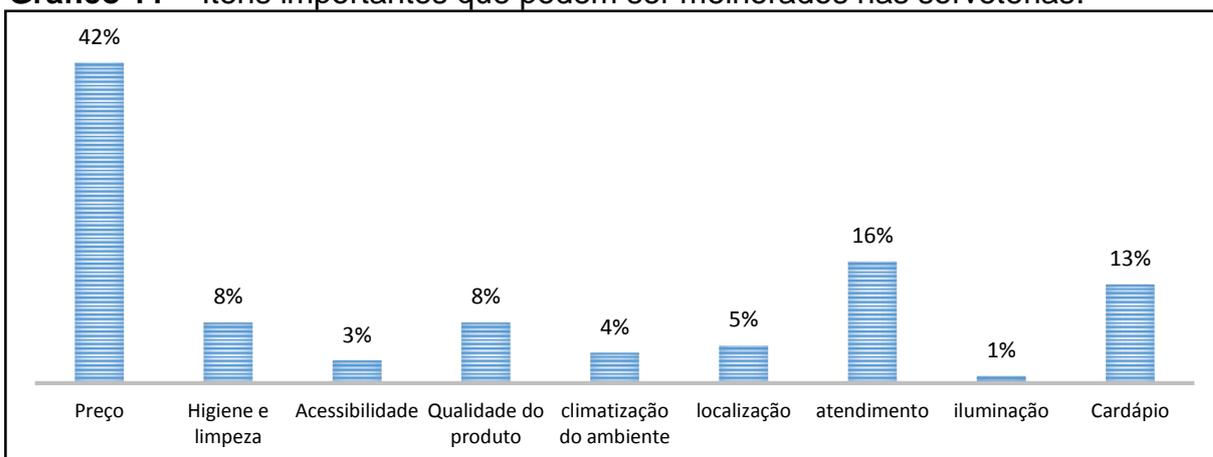


Fonte: Os próprios autores (2017).

No Gráfico 10 estão listados os pontos de venda nos quais pessoas costumam comprar sorvetes. Cerca de 21% dos entrevistados relataram que frequentam a sorveteria Du Porto, mesmo percentual da sorveteria Mil Milk Shakes. Em segundo lugar, com 16% das indicações, ficou o Chiquinho Sorvetes.

Com base nos resultados obtidos na pesquisa, pode-se concluir que estes serão os principais concorrentes da *Everesty Truck*, pois como se nota essas foram as três empresas que mais receberam citações ao longo da pesquisa. Por meio das análises dos concorrentes se poderá constatar os pontos fracos e os pontos fortes dessas empresas. A partir destes levantamentos, tornar-se-á possível identificar as melhores vantagens competitivas para a *Everesty Truck*.

Gráfico 11 – Itens importantes que podem ser melhorados nas sorveterias.



Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 11 apresenta o resultado do seguinte questionamento: quais itens você considera que poderiam ser melhorados nas sorveterias que você frequenta? Dos duzentos entrevistados, cerca de 42% acredita que o preço deveria ser mais baixo, outros 16% relataram que o atendimento poderia ser melhorado e 13% dos respondentes afirmaram que os cardápios dos estabelecimentos poderiam ser mais completos.

Com base na pesquisa realizada, temos a oportunidade de fazer a diferença em comparação aos concorrentes, com preços mais baixos, mas sem alterações na qualidade dos produtos, e oferecer um atendimento apropriado aos clientes. Além disso, os dados revelam que a *Everesty Truck* precisa estar atenta ao higiene e limpeza. Em estabelecimentos comerciais que envolvem alimentação, este ponto é fundamental.

Quadro 2 – Quais são os sabores de sorvete que você prefere?

Sabores de sorvete	Número de citações	Sabores de sorvete	Número de citações	Sabores de sorvete	Número de citações
1° Chocolate	86	15° Limão	28	29° Banana	8
2° Ninho	56	16° Açaí	26	30° Baunilha	8
3° Morango	54	17° Negresco	25	31° Beijinho	7
4° Napolitano	54	18° Ferrero rocher	24	32° Graviola	7
5° Lacta	43	19° Leite condensado	22	33° Outros	7
6° Floresta negra	41	20° Sensação	22	34° Ameixa	5

Sabores de sorvete	Número de citações	Sabores de sorvete	Número de citações	Sabores de sorvete	Número de citações
7° Flocos	39	21° Coco	17	35° Menta	4
8° Brigadeiro	37	22° Creme	13	36° Melão	4
9° Ovomaltine	34	23° Chocolate branco	12	37° Cappuccino	4
10° Milho verde	34	24° Mamão	12	38° Cereja	3
11° Prestigio	34	25° Chiclete	12	39° Algodão-doce	3
12° Maracujá	31	26° Chokito	11	40° Maça do amor	2
13° Kinder ovo	31	27° Nozes	9	41° Tropical	2
14° Abacaxi	28	28° Romeu e Julieta	9	42° Manga	2

Fonte: Os próprios autores (2017).

A função do Quadro 2 é apresentar os 16 sabores de sorvetes mais apreciados pelos entrevistados. O mais citado foi o sabor chocolate com 86 citações, em seguida o ninho, que foi mencionado 56 vezes, morango e napolitano ficaram em terceiro lugar com 54 citações (cada). O quarto mais citado foi lacta com 43 menções, com 41 indicações o sabor floresta negra ficou em quinto lugar, o sexto mais referido foi flocos com 39 citações, em sétimo lugar ficaram os sabores prestigio, ovomaltine e milho verde ambos com 34 indicações.

Através dos dados apresentados acima, nota-se que os sabores que mais tiveram destaque foram: chocolate, ninho, morango, napolitano, lacta, floresta negra, flocos, prestigio, ovomaltine e milho verde. Isso demonstra que há um grande público que aprecia estes sabores de sorvetes. Com base na pesquisa realizada, a *Everesty Truck* irá oferecer como carro-chefe estes 10 sabores mais tradicionais e os outros seis sabores (prestigio, maracujá, limão, açaí, creme e chiclete) que são considerados importantes, pois todos são vendidos pelos concorrentes, logo que não se pode entrar no mercado oferecendo menos que a concorrência.

Tabela 2 – Produtos mais citados no questionário.

Produtos Diferenciados	Número de Citações
<i>Milk-shake</i>	113
<i>Sundae</i>	68
Sorvete italiano	62

Produtos Diferenciados	Número de Citações
Picolé	51
Bolo de sorvete	50
<i>Petit gâteau</i>	26
Fondue	28
Sorvete sem lactose	9
Banana Split	9
Sorvete assado	8
Sorvete <i>diet</i>	5
Sorvete <i>light</i>	2

Fonte: Os próprios autores (2017).

Foi possível apurar através da Tabela 2 os cinco tipos de sorvetes diferenciados preferidos pelos entrevistados. O mais citado foi o *milk-shake* com 113 menções, em segundo lugar ficou o *sundae* 68 citações, o terceiro mais indicado foi o sorvete italiano que obteve 62 citações, o picolé foi citado 51 vezes pelos respondentes, já o bolo de sorvete foi apontado 50 vezes.

Com base nos resultados da pesquisa, a *Everesty Truck* além de oferecer os quatro sorvetes mais votados na pesquisa, oferecerá o *fondue*, pelo fato de ser um produto sazonal, consumido principalmente no inverno. Com estes produtos *Everesty Truck* contará com uma gama variada/inovadora de produtos a ser disponibilizada para o público.

Tabela 3 – Acompanhamento mais citados pelos entrevistados.

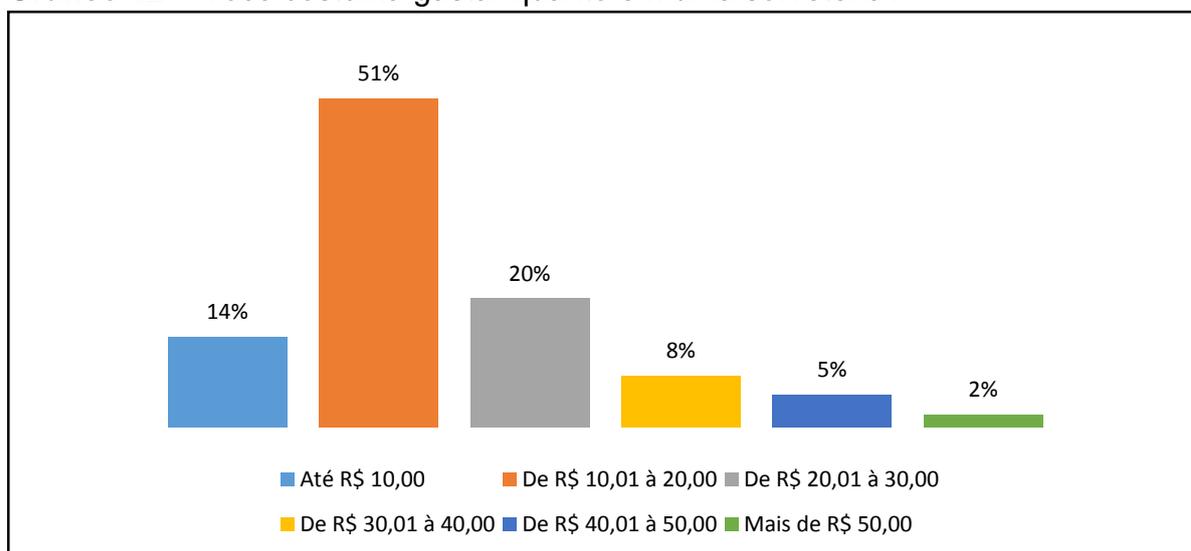
Acompanhamentos para Sorvete	Números de Citações
Calda de chocolate	108
Ovomaltine	50
Nutella	49
Morango	39
Chantilly	33
Calda de morango	31
Calda de caramelo	25
Granulado de chocolate	23
Calda de limão	18
Granulado colorido	16
Outro	4

Fonte: Os próprios autores (2017).

A Tabela 3 revela a preferência dos questionados em relação aos acompanhamentos para sorvetes. Os tipos de acompanhamento que mais se destacaram foram: calda de chocolate (108 citações), Ovomaltine (50 menções), nutella (49 citações), morango (39 citações), chantilly (33 menções), calda de morango (31 citações), calda de caramelo (25 menções) e granulado de chocolate (23 menções).

A partir dos resultados obtidos através desta pesquisa, a *Everesty Truck* irá disponibilizar oito tipos de acompanhamentos para sorvetes (mencionados logo acima) sendo estes os que mais tiveram destaque e é com esta inovação que a *Everesty* buscará uma colocação no mercado epitaçiano.

Gráfico 12 – Você costuma gastar quanto em uma sorveteria?

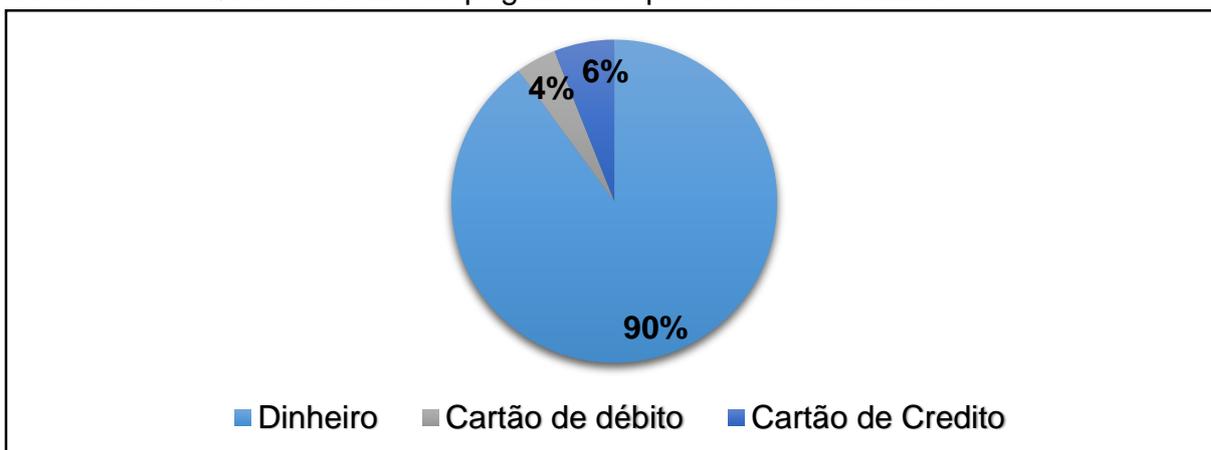


Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 12 revela quanto cada pessoa costuma gastar quando vai a uma sorveteria. De acordo com os dados apresentados neste gráfico, cerca de 51% das pessoas costumam gastar entre R\$10,01 e R\$20,00, aproximadamente 20% dos entrevistados disseram gastar de R\$20,01 a R\$30,00 e 13,50% dos respondentes relataram gastar até R\$10,00.

De maneira geral, estes dados mostram que a maioria das pessoas não costuma gastar grandes quantidades de dinheiro quando vão à uma sorveteria. Certamente esta informação será considerada no processo de definição de preços, pois um preço inadequado ou não suportado por estes consumidores poderia afastar os clientes da *Everesty Truck*.

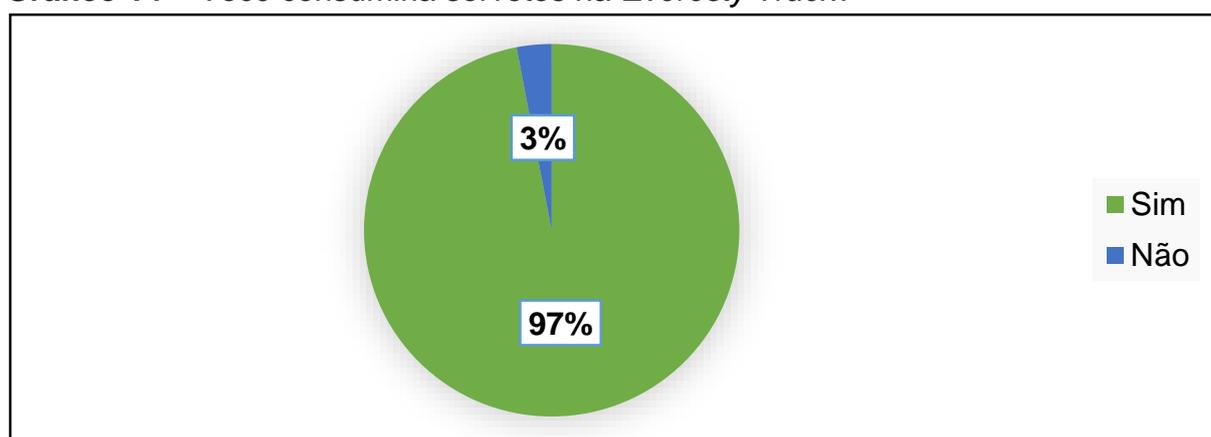
Gráfico 13 – Qual é a forma de pagamento que você mais utiliza?



Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 13 revela a preferência das pessoas quando se trata das formas de pagamento usadas na sorveteria. O destaque fica para a forma de pagamento em dinheiro. De todos os entrevistados, 90% utilizam esta forma de pagamento quando frequentam sorveterias. Com menor expressão, estão os pagamentos com cartão de crédito e cartão de débito, respectivamente com 6% e 4%. Apoiando-se nestes dados, a *Everesty Truck* irá disponibilizar três formas de pagamento para os seus consumidores, sendo elas: dinheiro e cartão (crédito e débito).

Gráfico 14 – Você consumiria sorvetes na *Everesty Truck*?

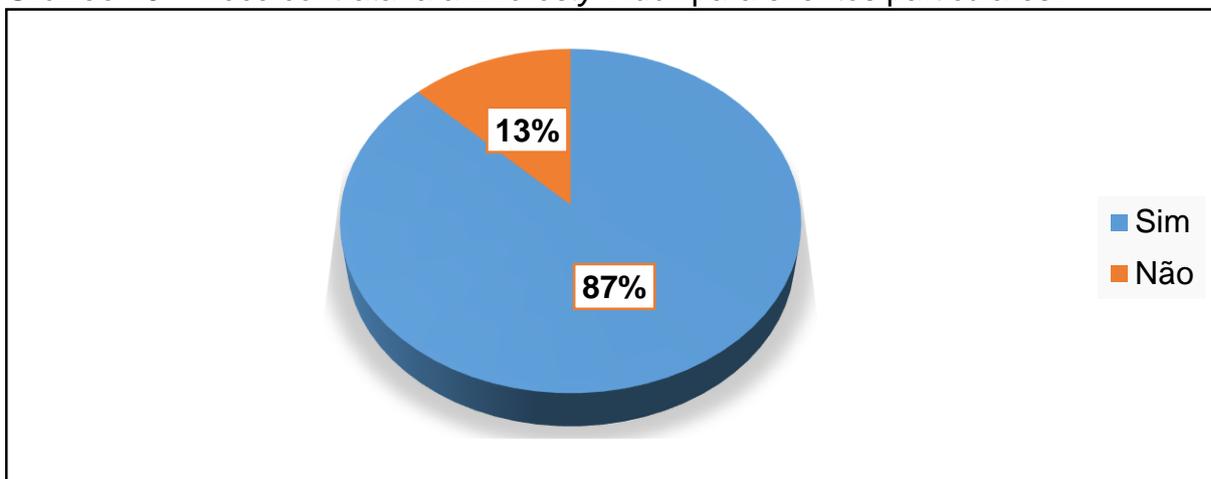


Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 14 apresenta uma das informações mais relevantes para o futuro empreendimento. O gráfico aponta que 97% dos entrevistados consumiriam sorvetes na *Everesty Truck* e apenas 3% não consumiria. Diante dos dados apresentados, o projeto se torna viável em relação a perspectiva

mercadológica, tendo como sustentação a opinião dos respondentes que, possivelmente, se tornarão clientes.

Gráfico 15 – Você contrataria a *Everesty Truck* para eventos particulares?



Fonte: Os próprios autores (2017).

De acordo com as informações apresentadas no Gráfico 15, 87% dos entrevistados contratariam a *Everesty Truck* para eventos particulares como casamentos, aniversários, formaturas e 13% não contratariam.

Esta grande aceitação reforça a ideia de que a *Everesty* além de atender de maneira itinerante nas ruas e pontos turísticos, poderá também estar presente em eventos particulares como casamentos, aniversários e formaturas, reforçando a ideia de que esta pode ser mais uma fonte de receitas para a empresa.

Quadro 3 – Quanto você pagaria pelos produtos da *Everesty Truck*?

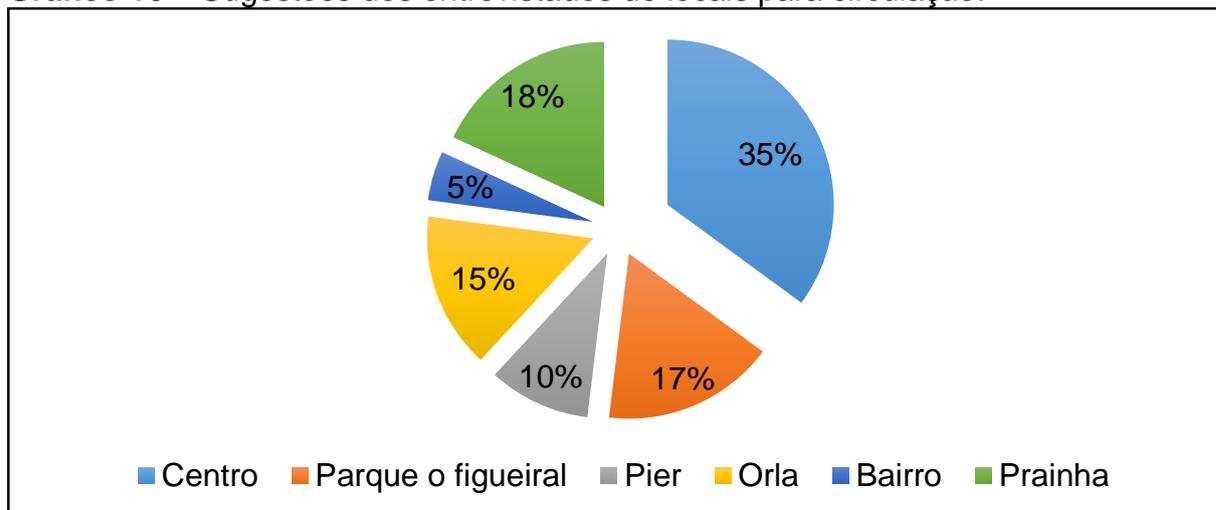
Preço Disposto a pagar	Sorvete Massa 1 bola	Picolé	Sorvete Italiano
R\$ 1,00	2%	15%	7%
R\$ 1,50	1%	21%	16%
R\$ 2,00	4%	55%	2%
R\$ 2,50	20%	9%	15%
R\$ 3,00	34%	0	35%
R\$ 3,50	36%	0	15%
R\$ 4,00	2%	0	7%
R\$ 4,50	1%	0	0
R\$ 5,00	0	0	1%
Acima de R\$ 5,00	0	0	2%

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 3 apresenta o resultado do seguinte questionamento: quanto você está disposto a pagar pelos sorvetes da *Everesty Truck*? Nota-se que 90% dos entrevistados estão dispostos a pagar entre R\$2,50 a R\$3,50 por uma bola de sorvete comum. Além disso, 76% dos consumidores estão inclinados a desembolsar de R\$1,50 a R\$2,00 por um picolé e 68% dos entrevistados estão dispostos a pagar de R\$1,50 a R\$3,00 por um sorvete italiano.

De acordo com os resultados obtidos através da pesquisa, nota-se que o público não está disposto a pagar muito caro por produtos de sorveteria, como picolé, massa e sorvete italiano. Ciente da sensibilidade do consumidor epitaçiano quanto a preço, a *Everesty* procurará respeitar os limites declarados pelos consumidores, buscando, ainda, ter um posicionamento competitivo em relação ao preço diante dos principais concorrentes da empresa.

Gráfico 16 – Sugestões dos entrevistados de locais para circulação.



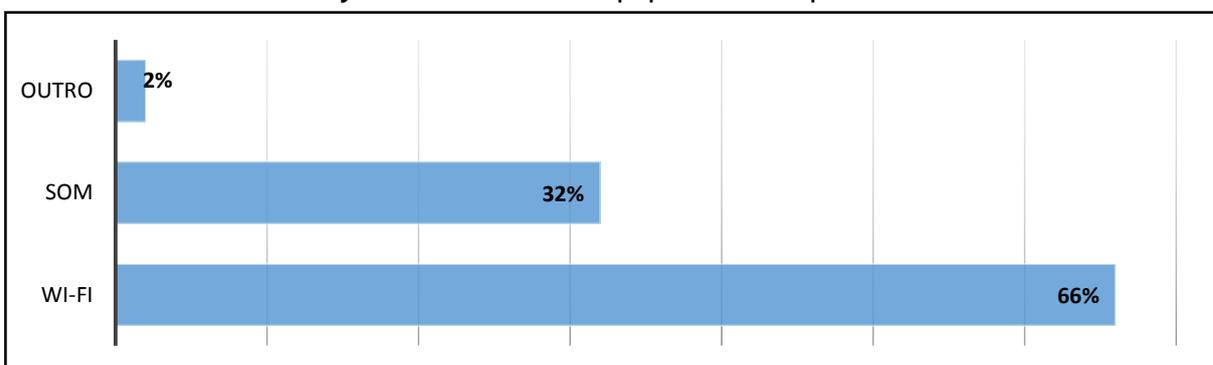
Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 16 apresenta o resultado do seguinte questionamento: em quais pontos da cidade você gostaria que a *Everesty Truck* circulasse? As principais informações que o gráfico nos traz são que 35% dos entrevistados apontaram que seria interessante a circulação da *Everesty* no “Centro” da cidade, 18% gostariam que a estivesse presente na “Prainha da Orla”, 17% dos interrogados disseram que seria proveitosa a presença da *Everesty* no “Parque o Figueiral” e 10% citaram o “Pier” como sendo um local interessante para a circulação do *Truck*.

Diante destes dados é possível observar que a maioria das pessoas gostariam que a circulação fosse feita no “Centro”, mesmo com a maioria das sorveterias já

instaladas no local. Para a empresa isto pode ser tomado como um desafio e também pode ser sinal de que há alguma lacuna a ser preenchida.

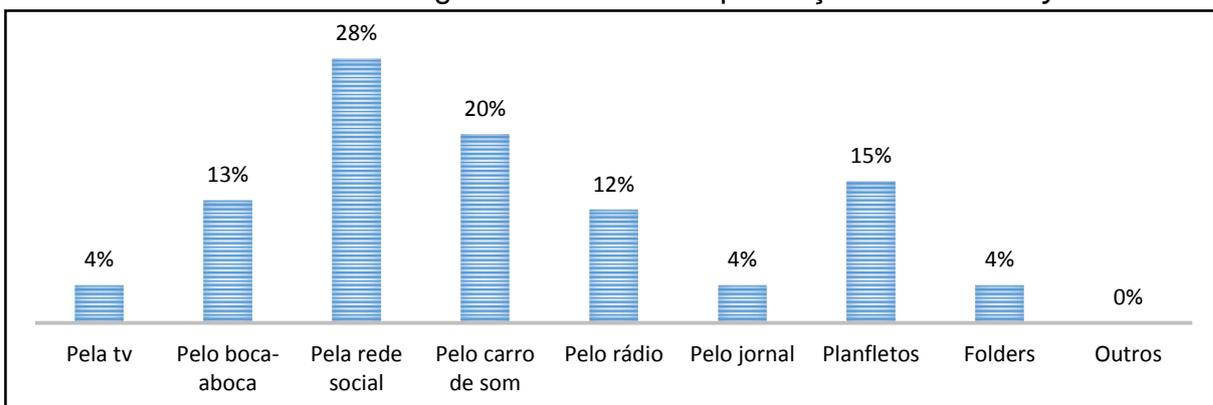
Gráfico 17 – A *Everesty Truck* deve ser equipada com quais itens?



Fonte: Os próprios autores (2017).

O Gráfico 17 apresenta o resultado do seguinte questionamento: com quais itens a *Everesty Truck* deve ser equipada? Dos entrevistados, 66%, ou seja, mais da metade dos respondentes disseram que deveria ser equipada com *Wi-Fi* e 32% gostariam que tivesse algum tipo música no local onde a *Everesty* estivesse atendendo. Isso demonstra quão importante é o acesso à internet nos dias de hoje e como é significativo ter um sinal *Wi-Fi* nos comércios para que as pessoas possam estar conectadas à internet. Com base nos resultados da pesquisa a *Everesty* irá oferecer internet com *Wi-Fi* e som.

Gráfico 18 – Qual meio você gostaria de receber promoções da *Everesty*?



Fonte: Os próprios autores (2017).

As principais informações que o Gráfico 18 traz são que a maioria, ou seja, 28% dos entrevistados disseram que gostariam de ser informados sobre as

promoções do *Everesty* através das redes sociais, 20% optaram por carros de som e 13% das pessoas gostariam de receber informações pelo boca-a-boca.

O gráfico permite conhecer os meios de comunicação que as pessoas mais utilizam para se inteirar de propagandas e promoções do *Everesty*. Com base nos resultados obtidos através desta pesquisa, pode-se notar que a maioria dos respondentes preferem receber informações por meio das redes sociais. Isso mostra que criar uma página para a divulgação da empresa pode ser uma boa alternativa. Dispondo dessas respostas, o *Everesty Truck* fará grandes promoções de *marketing* se utilizando das redes sociais, se valendo também de meios como *Whatsapp*, que hoje em dia é uma ferramenta bastante utilizada para fins comunicativos. Estas ações de *marketing*, como é de se esperar, serão apresentadas na seção “Plano de *Marketing*”.

2.2 - CONCLUSÃO DOS ESTUDOS DOS CLIENTES

Ao fazer uma análise do público de Presidente Epitácio foi possível concluir que as mesmas tratam de pessoas jovens, solteiras, de baixa renda, pouca escolaridade e que frequentam sorveterias mas que não gostam de gastar muito para poder receber um serviço de qualidade. Com base nos resultados obtidos através da pesquisa foi possível notar que houve um certo equilíbrio quanto ao gênero dos entrevistados, a maioria deles se tratavam de jovens de 16 a 26 anos. Grande parte do público, ou seja 90% das pessoas se tratam de pessoas casadas ou solteiras. Mais da metade dos entrevistados relataram ter estudado até o ensino médio e ter uma renda familiar de até R\$1.874,00. Cerca de metade dos entrevistados disseram não ter filhos e grande parte relatou consumir sorvetes. O fato da grande maioria dos entrevistados consumir sorvetes reforça a ideia de que o cenário para a venda deste produto é favorável.

Quanto ao consumo de sorvetes, 53% dos respondentes relataram consumi-lo pelo menos uma vez ao mês. Eles disseram que preferem consumir o produto nas tardes e noites dos sábados e domingos. Os respondentes também apontaram quais as sorveterias que eles costumam consumir sorvetes, entre as 15 listadas as três que mais tiveram destaque foram: Sorveteria Du Porto, Mil Milk-shakes e Chiquinho Sorvetes.

Quanto aos itens que poderiam ser melhorados nas sorveterias de Presidente Epitácio, o três mais apontados foram o preço, em seguida atendimento e por último cardápio. Foi possível notar que o preço teve maior destaque em comparação aos outros, nota-se também que a maioria dos respondentes disseram gastar de R\$10,00 a R\$20,00 quando vão a uma sorveteria.

O dinheiro teve grande destaque no quesito formas de pagamento, em seguida veio o cartão (debito e crédito). Após uma breve apresentação da *Everesty Truck* para os respondentes, notou-se que uma grande parcela dos entrevistados 97% frequentariam o *Truck*. Já quando foi perguntado sobre a contratação para eventos particulares, 87% dos entrevistados disseram que contratariam a *Everesty* para eventos particulares.

Quando foi pedido uma sugestão quanto aos preços que poderiam ser oferecidos aos produtos da *Everesty* foram obtidos os seguintes resultados: de modo geral, mais da metade dos respondentes disseram que o sorvete comum, sorvete italiano e picolé deveriam custar de R\$1,00 a R\$3,50.

De acordo com as opiniões dos interrogados, os três lugares em que a circulação do *truck* seria interessantes são: Centro, Prainha da Orla e Parque o Figueiral, que normalmente são os lugares que conseguem aglomerar uma grande quantidade de pessoas nos finais de semana. Quando questionado aos entrevistados em relação aos itens que a *Everesty* poderia ser equipada 66% relatou que o *Wi-Fi* seria uma opção interessante para o *truck*. Entre as oito opções para promover a *Everesty*, as três mais citada pelos respondentes foram: através das redes sociais, carro de som e panfletos.

2.3 - ESTUDO DOS CONCORRENTES

Nesta seção foi apresentado o estudo dos concorrentes. Na análise dos concorrentes, procurou-se avaliar as técnicas e posturas que as empresas do mesmo ramo de atuação *Everesty Truck* adotam. Esta análise, em última instância, revelará os futuros desafios que a *Everesty Truck* encontrará, mesmo aqueles relativos a estrutura organizacional, aos produtos a serem oferecidos, a definição de preço, a qualidade, aos prazos, ao atendimento, a localização e a prestação de serviços. Entender todos estes pontos pode representar uma ótima estratégia para se diferenciar dos concorrentes no mercado.

A identificação dos concorrentes diretos da *Everesty* foi feita a partir da análise do Gráfico 10. A avaliação dos concorrentes foi realizada de sábado a sábado entre os dias 08 e 15 do mês de Abril do ano de 2017 na cidade de Presidente Epitácio, nos períodos da tarde e noite. As análises foram feitas pelos próprios integrantes do grupo.

Na conclusão do processo da pesquisa, constatou-se que na cidade de Presidente Epitácio existem concorrentes diretos da *Everesty Truck*, por ambas empresas comercializam ou comercializarão sorvetes. Cabe destacar, no entanto, que a *Everesty Truck* possui um modelo de negócio totalmente inovador na cidade, por ser pioneira no modelo *Ice Cream Truck* em Presidente Epitácio. Os critérios usados na análise dos concorrentes foram: preço, qualidade e aptidão dos funcionários. Segue abaixo a análise dos potenciais concorrentes.

EMPRESA 1 (concorrente direto): Esta empresa é uma sorveteria, que se encontra localizado na cidade de Presidente Epitácio, nas proximidades da Avenida Presidente Vargas. Possui uma boa localização. O seu ponto comercial fica aparente, com altos fluxos de clientes principalmente em finais de semana. Ela possui apenas uma funcionária para o atendimento dos clientes. Em vez disso, em horário de movimento fica impossível atender vários clientes ao mesmo tempo. Seu cardápio possui alguns tipos de sorvetes, porém não trabalha com a venda de picolés e sorvetes de massa. Tendo como principal produto para venda o “*milk-shake*”. Os sorvetes oferecidos são bons, rápidos em seu preparo, mas boa parte dos entrevistados diz que o preço é um pouco elevado.

EMPRESA 2 (concorrente direto): Esta é uma empresa na cidade que possui uma cartela variada de sabores de sorvetes, como: Picolés, Crepe Suíço, Sobremesas e *milk-shake*. Sendo a única que conta com espaço arborizado mantendo uma climatização natural. Trata-se de um ponto muito frequentado por pessoas que trabalham por perto (Bancos e Lojas). Ela possui um movimento contínuo de pessoas durante o dia, mas existem muitas mesas no local que dificultam a passagem dos clientes em dias de movimento. O sorvete conta com fabricação própria, por tanto o preço é um pouco mais elevado que o das outras sorveterias.

EMPRESA 3 (concorrente direto): esse concorrente possui uma boa localização. Trata-se de uma sorveteria que está a cerca de 3 anos no mercado e está entre as melhores sorveterias da cidade. A mesma dispõe de cinco funcionários e contém uma grande clientela. Pode-se destacar que a empresa conta com preços acessíveis e produtos de qualidade. A empresa analisada também apresenta pontos

negativos, por exemplo: falta de funcionários e espaço interno limitado que dificulta a circulação de seus clientes.

Após a análise de mercado foi possível identificar que a maioria dos consumidores da cidade de Presidente Epitácio não tem um local específico para consumir sorvetes, porém os concorrentes tem como ponto forte uma boa localização e experiência no mercado. Foi possível notar que há uma lacuna quanto a variedade de produtos oferecidos pela empresa.

Com base na pesquisa de campo, a *Everesty* irá oferecer preços mais baixos do que os preços dos concorrentes. Os entrevistados relataram que o atendimento é demorado, por tanto a *Everesty Truck* irá oferecer um atendimento diferenciado e rápido. Serão disponibilizadas duas pessoas para atender o público. Também serão oferecidos produtos variados para que sejam atendidas as necessidades e desejos de cada cliente.

2.4 - ESTUDOS DOS FORNECEDORES

O estudo de fornecedores está ligado ao processo de avaliação e criação da cadeia logística de uma empresa. São responsáveis pelo abastecimento dos estoques das organizações, processo vital para o sucesso de qualquer empresa. Os fornecedores desempenham um trabalho de parceria, no qual eles disponibilizam seus produtos e serviços aos clientes com o objetivo de agregar valor aos seus clientes. Os fornecedores devem atender as necessidades de seus clientes e garantir a entrega de seus produtos aos clientes nos prazos previamente acordados.

Nele é realizada uma análise dos fornecedores, buscando aquele que atenda o melhor prazo, menor custo e com um padrão de qualidade que agregue valor aos produtos da *Everesty*. Mantendo uma ampla parceria, que possa atender as necessidades com agilidade e formas de pagamento acessíveis. Mas para isso a empresa tem que manter os pagamentos dos fornecedores sempre em dia, obtendo assim, crédito e confiança.

Sendo assim, antes de começar um novo empreendimento deve-se tomar cuidado com a escolha dos fornecedores. Destaca-se a necessidade de um estudo mais seletivo entre os vários fornecedores disponíveis no mercado. Com isso, para realizar as análises e o trabalho de pesquisa dos fornecedores da sorveteria *Everesty Truck*, utilizou-se algumas classificações, que são: ótimo, bom, regular e ruim. Estas

classificações refletem uma avaliação mais profunda, que leva em consideração alguns critérios, como o atendimento, as condições de pagamento (A vista/ Boletão/ Cheque/ Cartão), garantia dos produtos, pontualidade da entrega e preço.

Para melhor compreensão, segue abaixo os resultados das análises dos fornecedores, apresentados em tabelas separadas por: setores de sorvete, embalagens, relacionados a sorvete, frutas, eletrônicos, móveis e utensílios, e máquinas e equipamentos. Este processo buscou identificar quais fornecedores estão aptos a atender o *Everesty Truck*.

Quadro 4 – Estudo dos fornecedores de sorvete.

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade de entrega	Preço
Fornecedor "a"	Ótimo	Bom	Bom	Bom	Bom	Ótimo
Fornecedor "b"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor "c"	Ótimo	Regular	Regular	Ótimo	Bom	Ruim
Fornecedor "d"	Bom	Bom	Bom	Bom	Ótimo	Bom
Fornecedor "e"	Ruim	Bom	Bom	Bom	Bom	Regular
Fornecedor "f"	Bom	Ruim	Regular	Bom	Bom	Regular
Fornecedor "g"	Bom	Bom	Bom	Regular	Bom	Ótimo

Fonte: Os próprios autores (2017).

A análise do Quadro 4 demonstra que os fornecedores Danionelle (a) e Spumone (b) se destacaram em relação aos demais fornecedores, pois os mesmos oferecem a qualidade esperada pela *Everesty Truck*.

Parte dos fornecedores oferecem os mesmos produtos oferecidos pela *Everesty*, como massas e picolés. Os que tiveram destaque foram os fornecedores Danionelle e Spumone, pois possuem todos os requisitos que foram considerados importantes na hora de se decidir quais seriam os fornecedores da *Everesty*.

A Danionelle entra em contato com seus clientes a cada quinze dias e oferece produtos com preços bastante atrativos. Seu ponto fraco foi a localização, pois se caso houver algum imprevisto não é possível obter um retorno imediato deste fornecedor. O que dá oportunidade para a Spumone que entra em contato com as empresas semanalmente e que, se necessário, pode-se fazer pedidos diariamente.

Os principais pontos levados em consideração na avaliação dos fornecedores foram: localização, preço e entrega. Após a realização da análise dos fornecedores é possível afirmar que o fornecedor da *Everesty Truck* será a Spumone e, eventualmente, Danionelle.

Quadro 5 – Estudo dos fornecedores de produtos para sorvete.

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade de entrega	Preço
Fornecedor "a"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor "b"	Regular	Bom	Bom	Bom	Regular	Bom
Fornecedor "c"	Bom	Ruim	Ruim	Bom	Ruim	Regular
Fornecedor "d"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo

Fonte: Os próprios autores (2017).

O estudo dos fornecedores de produtos para sorvete apresentados no Quadro 5 deixa claro que o fornecedor Polar (a) e o Makro Atacadista (d) são fornecedores de alta qualidade. Os principais pontos em destaque são: a rapidez nas entregas e os preços oferecidos. Para uma empresa como a *Everesty* esses fatos são de grande importância.

Os produtos que são oferecidos pelos fornecedores Polar e Makro Atacadista são: caldas para sorvete, chantilly, granulado de chocolate, cereja, nutella, ovomaltine e morango. As duas empresas oferecem os mesmos produtos, mas as diferenças entre elas são em relação aos preços. O fornecedor Makro Atacadista oferece preços mais atrativos nas compras feitas no atacado, já o fornecedor Polar dispõe de preços inalteráveis. Sendo assim, preferencialmente a *Everesty* irá comprar da Polar e, eventualmente, do Makro Atacadista.

Quadro 6 – Estudo dos fornecedores de embalagens.

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade de entrega	Preço
Fornecedor "a"	Ótimo	Ótimo	Bom	Ótimo	Ótimo	Bom
Fornecedor "b"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor "c"	Regular	Ruim	Regular	Bom	Bom	Regular

Fonte: Os próprios autores (2017).

Na análise dos fornecedores de embalagens do Quadro 6, foi constatado que os fornecedores Sitolino (a) e Polar (b) tiveram mais pontos positivos em relação às entregas, garantia, diversificação e qualidade dos produtos. Para o ramo da empresa estes fatos são de grande importância, afinal não se pode vender sorvetes sem embalagens. Os principais produtos oferecidos pelos fornecedores Sitolino e Polar são: produtos para higiene e embalagens para sorvete.

Quadro 7 – Estudo dos fornecedores de frutas.

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade De entrega	Preço
Fornecedor "a"	Ótimo	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
Fornecedor "b"	Ótimo	Regular	Regular	Ótimo	Regular	Bom
Fornecedor "c"	Bom	Bom	Regular	Ótimo	Bom	Regular
Fornecedor "d"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Bom	Ótimo	Ótimo

Fonte: Os próprios autores (2017).

No Quadro 7 foram escolhidos os fornecedores Central Max Supermercados (a) e Makro Atacadista (d) que estão localizados, respectivamente, na cidade de Presidente Epitácio e Presidente Prudente. Os fornecedores que obtiveram maior destaque foram os fornecedores "a" e "d" que foram tidos como os melhores, principalmente em relação aos preços, qualidade e garantia dos produtos.

Os demais fornecedores foram considerados fornecedores reservas para casos excepcionais. Vale lembrar que estes fornecedores não estão localizados dentro da cidade, portanto precisam ser contratados com antecedência.

Quadro 8 – Estudo dos fornecedores de eletrônicos.

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade De entrega	Preço
Fornecedor "a"	Ótimo	Ótimo	Bom	Ótimo	Ótimo	Bom
Fornecedor "b"	Bom	Ótimo	Bom	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor "c"	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
Fornecedor "d"	Bom	Bom	Regular	Regular	Bom	Ótimo

Fonte: Os próprios autores (2017).

Na análise do Quadro 8, pode-se observar que os fornecedores Casas Bahia (a), Submarino (b) e Kabum (c) são os mais viáveis no que se referem aos prazos de entrega e preços, por terem uma grande quantidade de produtos diversificados e pela garantia e qualidade dos produtos oferecidos.

As empresas possuem boas referências no mercado de e-commerce e lojas físicas por todo território nacional. A compra dos produtos serão realizadas pela internet, devido aos preços à vista terem maiores descontos em comparação as lojas físicas. Com base nas análises dos fornecedores de eletrônicos foi possível concluir que a loja virtual submarino será a fornecedora de eletrônicos da *Everesty Truck* e eventualmente as compras poderão ser feitas através da loja virtual Kabum ou da loja física Casas Bahia.

Quadro 9 – Estudos dos fornecedores de máquinas e equipamentos.

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	Bom	Regular	Regular	Bom	Regular

Fonte: Os próprios autores (2017).

O fornecedor Multivisi (a) apontado no Quadro 9, oferece o melhor preço do mercado para máquinas de sorvete italiano, além do preço a qualidade e garantia das máquinas favoreceram a escolha. O fornecedor garante que enquanto a máquina estiver na assistência eles disponibilizam outra máquina para que a empresa continue faturando.

A empresa distribui suas máquinas para todo o Brasil, inclusive Presidente Epitácio no qual quase todas as sorveterias contam pelo menos com uma de suas máquinas. A empresa leva em sua bagagem uma excelente referência em seu site.

Quadro 10 – Estudo dos fornecedores de bebidas.

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade De entrega	Preço
Fornecedor "a"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor "b"	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom	Regular
Fornecedor "c"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo

Fonte: Os próprios autores (2017).

O estudo de fornecedores de bebidas do Quadro 10 demonstra que o fornecedor Coca Cola (a) é mais viável para a empresa, logo que ele possui referência na qualidade tanto do produto quanto do atendimento. O fornecedor conta com representantes que passam no próprio estabelecimento, no caso da *Everesty* será agendada uma data de quinze em quinze dias para as compras dos produtos. E por fim seu preço é mais competitivo favorecendo ainda mais a *Everesty*.

O fornecedor Makro Atacadista (c) é a segunda opção da empresa pois está localizado na cidade vizinha (Presidente Prudente). Pode-se contar com ele em casos de urgência. Os pontos fortes do fornecedor “c” são seus preços, a qualidade dos produtos oferecidos e o atendimento.

Quadro 11 – Estudo dos fornecedores de brindes.

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade De entrega	Preço
Fornecedor “a”	Bom	Bom	Bom	Ótimo	Bom	Regular
Fornecedor “b”	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor “c”	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo

Fonte: Os próprios autores (2017).

No Quadro 11, estudos de fornecedores de brindes, foram escolhidos os fornecedores BrindeCef (b) e Marcellly Regine Personalizados (c) pois os mesmos apresentaram características consideradas importantes para o empreendimento. Os pontos que tiveram maior destaque foram em relação a qualidade, preço e entrega.

O BrindeCef fornecerá taças de acrílico personalizadas para a *Everesty*, contendo o logotipo da empresa estampado. A Marcellly Regine Personalizados entregará copos com canudos personalizados com o logotipo da *Everesty*.

Quadro 12 – Estudo dos fornecedores de utensílios para cozinha.

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade De entrega	Preço
Fornecedor “a”	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor “b”	Bom	Bom	Regular	Bom	Bom	Regular
Fornecedor “c”	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regula
Fornecedor “d”	Bom	Bom	Bom	Bom	Regular	Ruim

Fonte: Os próprios autores (2017).

Com base no estudo dos fornecedores do Quadro 12, pelo Fornecedor Brink & Lar (a) por ser mais viável para o empreendimento. Contudo ele apresenta um ótimo atendimento; seus produtos são a pronta entrega, com isso facilita a compra sem mesmo esperar até que o produto seja entregue via transportadora; e por fim tem um preço acessível se comparado aos demais.

Quadro 13 – Estudos dos fornecedores de móveis para escritório.

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade De entrega	Preço
Fornecedor "a"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Bom	Ótimo
Fornecedor "b"	Ótimo	Bom	Ótimo	Bom	Regular Bom	Ótimo
Fornecedor "c"	Bom	Bom	Regular	Ótimo	Bom	Bom
Fornecedor "d"	Regular	Bom	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Bom

Fonte: Os próprios autores (2017).

Como foi possível observar no Quadro 13, o fornecedor de móveis para escritório que teve maior destaque foi o fornecedor "a". Os pontos que tiveram maior destaque com relação a compra e venda foram: Atendimento, prazo de entrega dos produtos, condições de pagamento, garantia da mercadoria vendida e os preços oferecidos por eles. Por tanto, o fornecedor de móveis para escritório da *Everesty Truck* será a loja Americanas (fornecedor "a").

Quadro 14 – Estudo dos fornecedores para adaptação do truck.

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade De entrega	Preço
Fornecedor "a"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Bom
Fornecedor "b"	Regular	Bom	Bom	Bom	Regular	Ótimo
Fornecedor "c"	Bom	Ruim	Ruim	Bom	Ruim	Bom
Fornecedor "d"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Regular	Regular	Ótimo

Fonte: Os próprios autores (2017).

O fornecedor do Quadro 14, FagBrasil (a) se destaca dos seus concorrentes pelo fato de oferecer o melhor produto. O acabamento de seus *trucks* são uns dos melhores do Brasil, inclusive já fez adaptações para programas de TV.

A escolha do fornecedor se estabeleceu a partir do atendimento diferenciando que além de mostrar o produto, mostra também o passo a passo para abertura de um *Food Truck*.

Segue abaixo a conclusão dos fornecedores da *Everesty Truck*:

Após os estudos dos fornecedores foi possível apontar quais foram os melhores fornecedores que irão fazer parceria com a *Everesty Truck*. A escolha dos fornecedores é um processo de grande importância para o empreendimento, pois eles são os responsáveis pela qualidade dos produtos que serão oferecidos pela empresa.

A seleção dos fornecedores passou por um processo de avaliação rigoroso no qual eram avaliados os seguintes critérios: preço, qualidade do atendimento, prazos de entrega, entre outros.

Diante dessas informações, segue a abaixo os quadro com os itens que serão adquiridos de cada fornecedor. Os quadros contam com os preços oferecidos por cada fornecedor, sua localização, condições de pagamento e o prazo de entrega dos produtos.

Quadro 15 – Fornecedores escolhidos pela *Everesty*.

FagBrasil	
Danionelle	Submarino
Spumone	Kabum
Polar	Coca Cola
Makro Atacadista	BrindeCef
Sitolino	Marcelly Regine
Central Max Supermercados	Americanas
Casas Bahia	Brink & Lar

Fonte: Os próprios autores (2017).

No Quadro 15 são apresentadas as empresas escolhidas pela *Everesty* para

fazer parte da equipe de fornecedores. A empresa dispõe de quatorze outras empresas que serão responsáveis pelo abastecimento do *truck*.

Os produtos que serão oferecidos são: sorvetes, embalagens, eletrônicos, máquinas de sorvete, refrigerantes, brindes, frutas, adaptações no *truck* e utensílios para cozinha.

Quadro 16 – Fornecedor Danionelle (a) sorvete.

Itens	Preço Unitário
Picolés sabores variados	R\$ 1,10
Açaí	R\$ 90,00 10L

Fonte: Os próprios autores (2017).

A fornecedora do Quadro 16, Danionelle (a), fica localizada na cidade de São Paulo. A empresa oferece uma grande variedade de tipos de sorvetes, mas a *Everesty* optou por comprar picolés e açaí. A empresa foi escolhida para fornecer estes produtos por conta da qualidade e principalmente por conta dos preços que são extremamente competitivos quando comparados aos preços dos demais fornecedores.

Sua condição de pagamento é de até 30 dias. Seu prazo de entrega é de até 15 dias. Vale lembrar que os preços deste fornecedor variam conforme a quantidade de produtos que serão adquiridos.

Quadro 17 – Fornecedor Spumone (b) sorvete.

Itens	Preço Unitário
Sabores sorvete normal	R\$ 50,00 10L
Sabores de sorvete com pedaço	R\$ 55,00 10L

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 17 apresenta alguns dados a respeito da fornecedora de sorvetes

escolhida pela *Everesty Truck*. A empresa é próxima do município onde a *Everesty* irá atuar. A Spumone fica localizada na cidade de Presidente Venceslau (cerca de 40 km de Presidente Epitácio) o que facilita em casos de urgências. A condição de pagamento oferecida pela mesma é através de boleto para 21 dias. Seu prazo de entrega é de 1 dia útil.

Quadro 18 – Fornecedor Polar (a) produtos para sorvete.

Itens	Preço Unitário
Calda de morango 1,3Kg	R\$ 7,09
Calda de caramelo 1,3Kg	R\$ 7,09
Coco ralado 1kg	R\$ 16,50
Chantilly 1L	R\$ 9,20
Casquinha de Sorvete Marvi 300un	R\$ 36,99
Granulado Colorido 5kg	R\$ 55,60
Casquinha Copoty 300un	26,99
Casquinha cestinha 2 cx 120	R\$ 31,99
Ovomaltine 300g	R\$ 10,50
Calda chocolate branco 1,3Kg	R\$ 6,95
Calda doce de leite 1,3Kg	R\$ 7,09
Calda floresta negra 1,3Kg	R\$ 8,49
Calda uva 1,3Kg	R\$ 6,95
Calda morango 1,3Kg	R\$ 7,09
Granulado ao leite 5kg	R\$ 51,90
Tubo para Cascão 1kg	R\$ 18,99
Cereja 2,2kg	R\$ 65,90

Fonte: Os próprios autores (2017).

No Quadro 18 são apresentadas as características da fornecedora de produtos para sorvete, Polar. A empresa está localizada na cidade de Paulicéia – SP. Os principais pontos que fizeram da Polar uma das distribuidoras da *Everesty* foram

quanto a qualidade dos produtos e seus preços. As entregas da empresa são feitas de 7 em 7 dias e os pagamentos podem ser feitos à vista ou via boleto para até 30 dias.

Quadro 19 – Fornecedor Sitolino (a) embalagens.

Itens	Preço Unitário
Guardanapos caixa com 2000un	R\$ 12,39
Colher plástica 1000un	R\$ 23,90
Canudo <i>milk-shake</i> 10mm cx 1300un	R\$ 47,99

Fonte: Os próprios autores (2017).

No Quadro 19 são apresentadas algumas características do fornecedor de embalagens da *Everesty Truck*, o Sitolino(a), que fica localizado na cidade de Presidente Prudente - SP.

A escolha deste fornecedor de embalagens se justifica por conta do preço oferecido por ele, seu prazo de entrega de 7 dias e suas condições de pagamento que podem ser feitas à vista ou via boleto para até 28 dias.

Quadro 20 – Fornecedor Polar (d) embalagens.

Itens	Preço Unitário
Pazinhas 1000un	R\$ 12,39
Copos Descartáveis 1000un	R\$ 23,90
Saco de Lixo 100 Litros Preto 5 kg	R\$ 47,99
Luva de vinil media M 100un	R\$ 15,50
Touca Descartável 100un	R\$ 10,80
Copo Descartável Plástico <i>milk-shake</i> 300 ml Com 50un	R\$ 6,50
Copo <i>milk-shake</i> 400ml com 50un	R\$ 8,00
Prato Fundo descartável 50un	R\$ 7,50

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 20 apresenta os produtos descartáveis que serão oferecidos pelo

fornecedor Polar(d) estabelecido na cidade de Paulicéia - SP. Mais uma vez o fornecedor foi escolhido para fazer parte da equipe de fornecedores da *Everesty*. Desta vez o destaque foi nas embalagens descartáveis.

A Polar não oferece os melhores preços, mas em contramão oferece uma grande variedade de produtos, além do prazo de entrega de 1 dia útil. A empresa oferece como forma de pagamento boletos para até 30 dias ou à vista.

Quadro 21 – Fornecedor Casas Bahia (a) eletrônicos.

Itens	Preço Unitário
Batedor <i>Milk-Shake</i>	R\$ 569,00

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 21 apresenta o fornecedor de eletrônicos Casas Bahia(a), que será o responsável pela venda do batedor de *milk-shakes* da *Everesty*.

A empresa foi escolhida para fazer parte da equipe de fornecedores da *Everesty* pois a mesma oferece o menor preço no batedor e se caso necessário a troca poderá ser feita na franquia da própria cidade. O prazo de entrega deste produto são de 2 dias. O pagamento pode ser feito à vista ou através de cartão. O município de Presidente Epitácio possui uma franquia da loja na cidade.

Quadro 22 – Fornecedor Submarino (b) eletrônicos.

Itens	Preço Unitário
Computador Notebook i3	R\$ 1207,99
Impressora Epson e sat p/ nota fiscal	R\$ 1292,99

Fonte: Os próprios autores (2017).

No Quadro 22 são apresentadas as características do fornecedor de eletrônicos da *Everesty Truck*, o Submarino(b).

As principais condições que fizeram com que o Submarino fosse escolhido para ser o fornecedor da *Everesty* foi: eficiência, qualidade dos produtos e o preço que foi considerado melhor. A empresa oferece duas formas de pagamentos, podendo ser à vista ou cartão. Seu prazo de entrega é de 9 dias. As compras serão realizadas através do site Submarino.

Quadro 23 – Fornecedor Kabum (c) de eletrônicos.

Itens	Preço Unitário
Kit <i>Wi-fi</i> para truck	R\$ 350,00

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 23 apresenta o fornecedor da *Everesty* que será responsável pela venda do roteador. Como o sinal *Wi-Fi* foi bem votado na pesquisa de campo é de grande importância que haja internet no local. Para isto a compra do roteador será feita na loja virtual Kabum.

As formas de pagamento poderão ser feitas à vista ou cartão. O prazo de entrega dos produtos é de 3 dias. A loja Kabum fica localizada na cidade de São Paulo.

Quadro 24 – Fornecedor Multivisi (a) máquinas e equipamentos.

Itens	Preço Unitário
Máquina sorvete italiano	R\$ 9.999,99

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 24 apresenta as características do fornecedor de máquinas e equipamentos. O fornecedor Multivisi foi escolhido para fazer parte da equipe *Everesty* pois se trata de um fornecedor de alta qualidade. Seus produtos e atendimento são excelentes e o preço da máquina de sorvete italiano é o menor do mercado.

O fornecedor fica localizado na cidade de São Paulo, seu prazo de entrega é de 15 dias e os pagamentos poderão ser feitos em até 10x no cartão ou à vista no boleto.

Quadro 25 – Fornecedor Makro Atacadista (b) frutas congelada.

Itens	Preço Unitário
Morango 1kg	R\$ 9,84

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 25 mostra algumas das características do fornecedor de frutas congeladas, Makro Atacadista(b). Os pontos fortes deste fornecedor são que ele está localizado na cidade vizinha (Presidente Prudente), o mesmo também possui uma grande variedade de produtos que se adquiridos em grandes quantidades pode-se

pagar um menor valor. O fornecedor aceita apenas pagamentos feitos à vista e seu prazo de entrega é de 2 dias.

Quadro 26 – Fornecedor Central Max Supermercados (a) frutas.

Itens	Preço Unitário
Banana	R\$ 2,64
Kiwi	R\$ 12,00

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 26 mostra características a respeito do fornecedor de frutas Central Max Supermercados. O Supermercado Central foi escolhido para ser um dos fornecedores da *Everesty* pois a empresa está instalada no próprio município e conta com produtos que podem ser encontrados a pronta entrega com o melhor preço e qualidade da cidade. Os pagamentos poderão ser feitos à vista ou cartão.

Quadro 27 – Fornecedor Centermix (a) matéria prima para sorvete italiano.

Itens	Preço Unitário
Premix para sorvete italiano sabor chocolate 2,5kg	R\$ 99,45
Premix para sorvete italiano sabor baunilha 2,5kg	R\$ 99,45

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 27 apresenta algumas das características do fornecedor da matéria prima do sorvete italiano, a Centermix (a). A empresa fará parte da equipe de fornecedores de produtos da *Everesty*, um dos principais motivos para que a empresa fosse escolhida foi por conta da qualidade dos produtos oferecidos pela mesma.

Suas condições de pagamento foram as melhores se comparadas aos outros fornecedores de premix, podendo ser à vista ou cartão. O prazo para entrega é de 15 dias. O fornecedor é da cidade de São José do Rio Preto.

Quadro 28 – Fornecedor Central Max matéria prima sorvete italiano.

Itens	Preço Unitário
Açúcar 5kg	R\$ 10,64

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 28 mostra as características do fornecedor da matéria prima do sorvete italiano, o Central Max Supermercados. O supermercado Central oferece o preço mais baixo no açúcar se comparado aos outros fornecedores, por tanto ele também será um dos fornecedores da *Everesty Truck*. No supermercado Central os produtos poderão ser encontrados a pronta entrega. O pagamento poderá ser feito à vista ou com cartão. A empresa fica localizada na própria cidade.

Quadro 29 – Fornecedor Nova Safra (c) matéria prima sorvete italiano.

Itens	Preço unitário
Leite 25kg em pó	R\$ 405,44

Fonte: Os próprios autores (2017).

O quadro 29 apresenta algumas das características do terceiro fornecedor de matéria prima do sorvete italiano, a Nova Safra (c). O fornecedor se destacou por conta do preço oferecido por ele no leite em pó.

A empresa fica localizada em Belo Horizonte. As entregas são feitas em 10 dias uteis. As formas de pagamento poderão ser feitas à vista ou cartão.

Quadro 30 – Fornecedor Brindecef (b) de brindes.

Itens	Preço Unitário
Taça de Acrílico Personalizada	R\$ 2,88

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 30 ilustra o produto e preço do brinde que será fornecido pela Brindescéf (b). A empresa se destaca em casos de compras feitas em grandes volumes, pois o valor acaba sendo inferior se comparado aos outros fornecedores.

O fornecedor está localizado na cidade de Tupi Paulista – SP. A empresa faz entregas a cada 30 dias e os pagamentos poderão ser realizados via boleto para até 30 dias.

Quadro 31 – Fornecedor Marcelly Regine Personalizados (c) de brindes.

Itens	Preço Unitário
Copos de Acrílico Personalizada	R\$ 5,25

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 31 apresenta o produto que será oferecido pela fornecedora de brindes, Marcelly Regine Personalizados. A empresa foi escolhida por conta da qualidade dos produtos, seus preços e a entrega que poderá ser feita em 3 dias úteis.

Este fornecedor está localizado na cidade de São Paulo e sua condição de pagamento é feita via boleto para até 30 dias.

Quadro 32 – Fornecedor FagBrasil (a) adaptação do carro.

Itens	Preço Unitário
Adaptação para <i>Truck</i> Sorveteria	R\$ 44.000,00

Fonte: Os próprios autores (2017).

Para adaptação da Van Fiat Ducato foram levantados em conta alguns critérios para escolha do fornecedor. Os principais foram: qualidade do serviço, atendimento e por fim o preço. O preço não é dos mais baixos, mas em contramão a qualidade do serviço prestado é uma das melhores.

O fornecedor do Quadro 32, FagBrasil, está localizado na cidade de São Paulo. Seu prazo de entrega é de 60 dias e o pagamento poderá ser feito somente à vista.

Quadro 33 – Fornecedor de bebidas (b) Coca Cola.

Itens	Preço unitário
Água sem gás 510ml	R\$ 0,60
Água com gás 510ml	R\$ 1,45
Coca Cola 350ml	R\$ 2,08
Fanta 350ml	R\$ 1,98
Sprit 350ml	R\$ 1,13
Coca Cola 600ml	R\$ 2,80

Fonte: Os próprios autores (2017).

Para manter a ideia de refrescância a *Everesty Truck* optou por servir bebidas, como por exemplo água e refrigerantes, como Coca Cola, Fanta, Sprit e Água com e

sem gás. A *Everesty* não será restrita a comercialização de apenas sorvetes, para assim poder atender as necessidades e desejos de cada cliente.

Como é possível observar no Quadro 33 a Coca Cola oferece os melhores preços se comparados aos da concorrência. Seu prazo de entrega é de 1 dia útil e os pagamentos poderão ser feitos à vista ou via boleto para até 30 dias.

Quadro 34 – Fornecedor Americanas (a) móveis para escritório.

Itens	Preço unitário.
Prateleira	R\$ 83,00
Impressora	R\$ 137,28
Cadeira para escritório	R\$ 97,90
Mesa para escritório	R\$ 297,50

Fonte: Os próprios autores (2017).

No Quadro 34, são apresentados os móveis para escritório que serão ofertados pela loja virtual Americanas. Os itens serão adquiridos através do site da loja Americanas. Os pagamentos poderão ser feitos à vista e os prazos de entrega são de 12 dias.

Quadro 35 – Fornecedor Brink Lar (a) utensílios para cozinha.

Itens	Preço unitário
Colher para pegar sorvete	R\$19,06
Conjunto 5 potes 240 ml	R\$7,60
Porta guardanapo	R\$6,40
Lixeira 28 litros	R\$51,63
Faqueiro inox/polipropileno	R\$19,90
Forma de vidro para micro-ondas	R\$25,00
Conjunto de potes euro 5 peças	R\$26,00

Fonte: Os próprios autores (2017).

No Quadro 35 são apresentados os utensílios de cozinhas, que facilitarão e contribuirão para que os condimentos sejam guardados e os produtos servidos. Desta vez o fornecedor escolhido atua na própria cidade de Presidente Epitácio – SP.

Seus produtos poderão ser encontrados a pronta entrega e os pagamentos poderão ser feitos à vista ou no cartão.

3 - PLANO DE MARKETING

O plano de *marketing* tem o papel de auxiliar a empresa a atingir seus objetivos, identificar seus pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças. As empresas são bastante vulneráveis, por esse motivo o *marketing* tem o papel de auxiliá-las a serem menos vulneráveis a crises, superar seus concorrentes, planejar produtos e serviços mais adequados para cada tipo de cliente, entre outros. Por mais que não pareça o *marketing* está presente no dia-a-dia a muito tempo.

Marketing é muito mais que apenas promoções. Fidelizar os clientes, gerenciar uma marca e construir uma boa relação entre consumidor e vendedor são apenas três dos vários objetivos do *marketing*. O papel do *marketing* é entender o perfil do público alvo e traçar estratégias para poder chegar até ele, seja através da televisão, Internet ou até mesmo dos panfletos. Para que esses fatos ocorram são necessários estudos para saber com quem se está lidando, onde se deseja chegar e como chegar. Sem análises profundas não há garantia de resultados.

Com base nestas conclusões a *Everesty Truck* irá oferecer alguns dos produtos mais citados pelo público na pesquisa de campo para poder atender as necessidades dos que apreciam sorvetes. Para que a *Everesty* possa estar sempre atenta aos desejos dos clientes serão feitas enquetes para saber mais a respeito do público.

3.1 - DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

A *Everesty Truck* irá comercializar vários tipos de sorvetes, tais como picolés, sorvete de sabores variados, sundae, fondue, *milk-shakes* e o sorvete Italiano.

Os sorvetes serão vendidos em casquinhas, cestinhas, taças personalizadas, pratos fundos para sorvete descartável. Os *milk-shakes* serão comercializados em copos plásticos descartáveis de 400ml e copo personalizado com canudo. A empresa também contará com refrigerantes e água para outras combinações de produtos, como vaca preta e amarela.

Segue as Figuras 1 e 2 meramente ilustrativas dos produtos *Everesty*.

Figura 1 – Produtos oferecidos pela *Everesty Truck* – Parte I

Fonte: Os próprios autores (2017).



A Figura 1 apresenta os produtos que serão comercializados pela *Everesty Truck*.

- (a) Sorvete em massa, oferecidos em bolas de 60 gramas cada. Serão oferecidos sabores como chocolate, morango, napolitano, flocos, ninho, floresta negra, lacta, limão, chiclete, creme, brigadeiro, ovomaltine, milho verde, prestígio, maracujá.
- (b) *Milk-shakes* na opção de 400ml.
- (c) Sundaes servidos no copo de 300ml.
- (d) Sorvete italiano servido nas casquinha.
- (e) Picolés recheados.
- (f) Brindes oferecidos no combo da *Everesty*.
- (g) Açaí oferecido em bolas de 60 gramas cada.
- (h) Fondue na cestinha.

(i) Acompanhamentos como calda, ovomalte, granulado, nutela, chantilly.

Figura 2 – Produtos oferecidos pela *Everesty Truck* – Parte II



Fonte: Os próprios autores (2017).

A Figura 2 apresenta as bebidas que serão oferecidas pela *Everesty Truck*.

(j) Refrigerantes como Coca Cola, Fanta Uva e Laranja e a Split.

(k) Água com gás e sem gás.

3.2 - PREÇO

Foi possível identificar através do Gráfico 11, que 42% dos entrevistados gostariam que os preços dos produtos oferecidos pelas sorveterias fossem mais baixos. A partir desses dados foi realizada uma pesquisa nos concorrentes da *Everesty* onde foi possível notar que os preços oferecidos realmente são elevados. Levando em conta as respostas dos entrevistados e dos próprios concorrentes é possível fazer uma análise para que a *Everesty* possa oferecer preços mais acessíveis (em determinados períodos do ano, como em eventos particulares) ao público de Presidente Epitácio, que, de modo geral é um público que possui uma renda familiar baixa.

A seguir é apresentada a estratégia de preço que será adotada pela *Everesty Truck*:

ESTRATÉGIA 1: A forma que a empresa pretende adotar para promover o nome da *Everesty*, é através de pacotes promocionais oferecidos para pessoas que desejam fazer eventos particulares como aniversários, casamentos, formaturas ou até

mesmo em datas comemorativas como dia das crianças, festas juninas e etc. A estratégia funciona da seguinte maneira: para um evento de até 50 pessoas o valor será de R\$300,00, sendo que cada bola de sorvete custará R\$3,00 e normalmente ela é vendida a R\$3,50. Para eventos com uma quantidade maior de pessoas o valor do pacote será calculado da seguinte maneira: Quantidade de pessoas x 3 (valor da bola de sorvete) x 2 (o dois corresponde a quantidade de bolas de sorvete por pessoas).

Para cada evento serão disponibilizados 5 (cinco) sabores de sorvete diferentes (a escolha do cliente) e 4 (quatro) acompanhamentos distintos que também serão de acordo com a escolha do cliente. Caso a quantidade de sorvetes consumida no local ultrapasse a fechada em contrato, o mesmo será cobrado a parte no valor R\$3,50 por bola consumida. Em datas comemorativas e eventos particulares a equipe *Everesty* terá um reforço, tanto na quantidade de funcionários como nos estoques para que seja possível atender a todos com qualidade.

A segue é apresentada a Figura 3 com os preços escolhidos pela *Everesty* para seus respectivos produtos.

Figura 3 – Banner dos produtos – Parte I

EVERESTY
Sorveteria Truck

Combo 1.....	R\$ 12,00
2 Bolas de Sorvete (qualquer sabor) + Taça de Acrílico Personalizada	
Combo 2	R\$ 13,50
Milk Shake de 500ml + Copo Acrílico Infantil Everesty	
Sundae.....	R\$ 5,00
Fondue.....	R\$ 8,00

SORVETE - Bola	
Açaí (Bola)	R\$ 8,00
Brigadeiro.....	R\$ 3,50
Chiclete.....	R\$ 3,50
Chocolate.....	R\$ 3,50
Creme.....	R\$ 3,50
Floresta Negra.....	R\$ 3,50
Lacta.....	R\$ 3,50
Limão.....	R\$ 3,50
Maracujá.....	R\$ 3,50
Milho Verde.....	R\$ 3,50
Morango.....	R\$ 3,50
Napolitano.....	R\$ 3,50
Ninho.....	R\$ 3,50
Ovomaltine.....	R\$ 3,50
Prestígio.....	R\$ 3,50
Flocos.....	R\$ 3,50
Italiano.....	R\$ 3,50

Fonte: Os próprios autores (Desenvolvido por Gislaïne Bonilha, 2017).

Figura 4 – Banner dos produtos – Parte II

MILK SHAKE 400ml

Brigadeiro.....R\$ 5,50	Maracujá..... R\$ 5,00
Chocolate.....R\$ 5,50	Milho Verde..... R\$ 5,50
Flocos.....R\$ 5,50	Morango..... R\$ 5,50
Floresta Negra.R\$ 5,50	Napolitano..... R\$ 5,00
Lacta.....R\$ 5,50	Ninho..... R\$ 5,50
Limão.....R\$ 5,00	Ovomaltine..... R\$ 5,50
Chiclete.....R\$ 5,50	Prestígio..... R\$ 5,50

PICOLÉS

Blu Ice R\$ 2,50	
Brigadeiro R\$ 2,50	
Chocolate R\$ 2,50	
Creme..... R\$ 2,50	
Flocos R\$ 2,50	
Floresta Negra R\$ 2,50	Morango..... R\$ 2,50
Lacta R\$ 2,50	Ninho..... R\$ 2,50
Limão..... R\$ 2,50	Prestígio..... R\$ 2,50

DIVERSOS

Água com gás 510ml..... R\$ 2,50
Água sem gás 510ml..... R\$ 2,00
Coca-Cola 350ml..... R\$ 3,00
Coca-Cola 600ml R\$ 4,00
Fanta 350ml R\$ 3,00
Sprit 350ml R\$ 3,50

Fonte: Os próprios autores (Desenvolvido por Gislaíne Bonilha, 2017).

3.3 - ESTRATÉGIAS DE MARKETING

A seguir são apresentadas as estratégias promocionais adotadas pela *Everesty* a fim de promover e divulgar sua marca no mercado de Presidente Epitácio.

ESTRATÉGIA 1: O cartão de fidelidade do cliente pode ser considerada uma boa estratégia de *marketing* pois os clientes que costumam frequentar determinados locais tem vantagens sobre outros clientes. O cartão fidelidade também traz benefícios para a empresa tanto no setor financeiro quanto no publicitário.

Na *Everesty Truck* o programa funcionará da seguinte maneira: os clientes que mais frequentam o *truck* irão ganhar um cartão chamado "cartão fidelidade" que terá 10 espaços vazios para serem preenchidos. Cada vez que o cliente comprar

algum dos produtos da *Everesty* ele ganhará um selo. Quando completos os dez espaços o cliente terá o direito de retirar uma casquinha com duas bolas de sorvetes de sua escolha. Serão impressos mil cartões com um custo de R\$ 100,00 reais.

Figura 5 – Cartão Fidelidade - Frente.



Fonte: Os próprios autores. (Desenvolvido por Gislaiane Bonilha, 2017).

ESTRATÉGIA 2: *Marketing* digital. De acordo com Peçanha (2017) *marketing* digital é nada mais que promover produtos ou marcas por meio de mídias digitais. Ainda segundo o autor este tipo de *marketing* revolucionou o mercado e para utilizá-lo não são necessários grandes gastos. Com base nestas informações a *Everesty Truck* utilizará as redes sociais Whatsapp e Instagram para fazer seu *marketing* digital

De acordo com o site “Uol” (2016), o Whatsapp é o aplicativo de mensagens instantâneas mais utilizado no mundo hoje em dia. Diante disto a *Everesty Truck* irá disponibilizar de um celular para que os consumidores possam entrar em contato com os sócios da empresa e tirar quaisquer dúvida. A *Everesty* terá um grupo onde serão publicados descontos e promoções exclusivas. A empresa também fará pesquisas de

satisfação dos clientes através do próprio grupo no Whatsapp para saber se os clientes estão satisfeitos com os produtos e serviços oferecidos.

O Instagram é uma rede social para postagem de fotos, diz Alencar (2016). Através do Instagram os clientes *Everesty* poderão postar fotos dos produtos da empresa. Esta estratégia tem o intuito de divulgar o nome do *truck* para que mais pessoas possam conhecê-lo. A *Everesty Truck* pretende lançar desafios aos clientes através do Instagram. Como por exemplo o desafio da foto mais curtida. O ganhador terá direito de retirar uma casquinha + duas bolas de sorvete de sua preferência.

Para promover à *Everesty* e seus produtos através da internet a empresa irá utilizar o “Google Meu Negócio”, assim, os consumidores terão mais facilidades para ter acesso às informações referentes a empresa. O “Google Meu Negócio” trata-se de uma ferramenta gratuita que é disponibilizada para as empresas e permite que as pessoas encontrem informações sobre o negócio. Para usufruir da ferramenta é necessário que se faça um cadastro. É possível personalizar o cadastro utilizando textos, imagens e temas de design.

O Facebook deve ser utilizado para divulgação da *Everesty Truck* através de sua página e grupo na rede social. A empresa irá utilizar a página e grupo para lançar promoções, sorteios e desafios para as pessoas. O instrumento de divulgação mais utilizado funcionará da seguinte maneira: a *Everesty* fará um sorteio com os nomes das pessoas que curtirem a página da empresa, compartilharem a postagem referente ao sorteio e marcar três amigos(as). O ganhador do sorteio terá direito de retirar um sundae de sua escolha no *truck*.

ESTRATÉGIA 3. A *Everesty truck* tem a princípio a ideia de utilizar o *marketing* tradicional, fazendo uso de *flyers*, que por terem um baixo custo atingem um público extenso. Os *flyers* serão utilizados apenas no primeiro mês do início das atividades da *Everesty*, sendo impresso uma quantidade de 13600 flyers. A entrega será em todos os bairros residenciais, ou seja, um total de 34 bairros, somente nas zonas rurais e portal do lago que não serão entregues. Portanto, a entrega será de segunda a sexta feira, no período de uma semana, contando com duas pessoas terceirizadas, que receberão R\$ 62,66 reais pelo dia trabalhado. Contudo a entrega é de 400 panfletos em cada bairro. Totalizando um custo para essa promoção de R\$ 1.537,30. Para que os *flyers* não sejam descartados, será informado no momento da entrega que, caso o cliente apresente o *flyer* no ato da compra, receberá um desconto de 5% no fechamento da conta.

ESTRATÉGIA 4. Outra estratégia pensada foi a exposição da marca mediante carro de som, que assim como o panfleto ela é uma boa opção para divulgação das promoções e localização. Todavia tem como característica atingir uma extensa área do município, com isso futuramente estar na boca do povo. Portanto, para que isso aconteça o carro de som irá divulgar nos seguintes bairros: vila esperança, primavera, jardim real e vila Bordon, nos dias de sexta-feira, sábado e domingo, com aproximadamente 3 horas diária, tendo um custo de R\$20,00 a hora percorrida.

ESTRATÉGIA 5. A empresa irá promover a venda de combos (custo do produto + uma quantia em dinheiro) aos seus clientes e, atendidas estas condições, o cliente ganhará taças ou canecas personalizadas com a marca da empresa, a depender do combo escolhido. Mais especificamente, o Combo 1 funcionará da seguinte maneira: comprando duas bolas de sorvete e pagando mais R\$ 5,00, o cliente ganha uma taça de acrílico personalizada. No caso do combo 2, o cliente precisa comprar um *milk-shake* de 400ml e pagar mais R\$8,00 para, assim, ganhar um copo infantil personalizado de acrílico e 100ml de *milk-shake* de graça. Procura-se com isso estimular o consumo dos produtos da *Everesty*, dando a oportunidade de o cliente também ganhar enquanto consome.

3.4 - ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A *Everesty Truck* irá comercializar vários tipos de sorvete, como picolé, sorvetes variados, *sundae*, *milk-shakes* e o sorvete italiano, de maneira itinerante e inovadora para o município, atendendo em alguns pontos da cidade de Presidente Epitácio, de acordo com o cronograma de localização do negócio, porém a mesma terá participações em evento na cidade e região, podendo assim mudar o cronograma. As vendas serão feitas através do contato direto com o cliente, e poderá alugar a *Everesty Truck* para aniversários, eventos particulares, casamentos, festas de formatura e entre outros.

A *Everesty* contará com um *website*, para informações e divulgações do empreendimento. Pelo fato da *Everesty* ser um *food truck* é de extrema importância haver um local onde os clientes possam reclamar, interagir, e sugerir melhorias para a empresa, um local onde as pessoas possa ficar sabendo sobre a empresa.

Com isso a *Everesty* optou a utilização de um blog, pelo Google, no qual possuirá um link personalizado, como www.everesty.com, onde as pessoas poderão

se relacionar com a empresa. O site apresentará apenas informações, e um meio de comunicação, vendas somente pela própria *Everesty*.

3.5 - LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Por se tratar de um empreendimento móvel o *truck* irá circular pelos bairros da cidade de acordo com os dias da semana. Esta maneira de empreender tem como objetivo ficar mais próximo dos clientes que não podem sair de suas casas para irem até uma sorveteria.

Com base nos resultados obtidos na pesquisa de campo foram escolhidos os locais em que a *Everesty Truck* irá vender seus produtos, exceto pelas terças feiras no qual a empresa não funcionará e nas quintas feiras que através da página do facebook acontecerá enquetes para saber onde o público gostaria que a *Everesty* atendesse. Segue abaixo os dias e locais em que a *Everesty* fará suas vendas:

Quadro 36 – Circulação da *Everesty Truck* Segunda-feira

LOCALIZAÇÃO DO TRUCK EM PRESIDENTE EPITÁCIO - SP		
Segunda – feira		
Endereço	Parada de 1 hora nos bairros	Período e Horário
Bairros	Vila esperança, Renascer, Campinal, Tropical e Auto do Mirante	Tarde e noite 13:00 às 20:00 horas

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 36 apresenta o cronograma da segunda-feira para circulação do *truck*. O *truck* circulará no período da tarde e noite entre os bairros: Vila Esperança, Renascer, Campinal, Tropical e Auto do Mirante. Estes bairros foram escolhidos por serem afastados do centro da cidade.

Quadro 37 – Circulação da *Everesty Truck* Terça-feira

LOCALIZAÇÃO DO TRUCK EM PRESIDENTE EPITÁCIO - SP		
Terça – feira		
Endereço	A <i>Everesty</i> não irá atender nesse dia.	Período e Horário
Bairros		

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 37 informa que a empresa não irá atender nas terças-feiras. Esta

escolha foi feita com base no Gráfico 9.

Quadro 38 – Circulação da *Everesty Truck* Quarta-feira

LOCALIZAÇÃO DO TRUCK EM PRESIDENTE EPITÁCIO - SP		
Quarta - feira		
Endereço	Feira do Redondo Praça Antônio C. Melo 44-86	Período e Horário
Bairros	Vila Maria	Tarde e noite 15:00 às 22:00 horas

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 38 retrata que nas quartas-feiras o *truck* se instalará na feira do redondo. Esta escolha foi feita por decisão dos sócios.

Quadro 39 – Circulação da *Everesty Truck* Quinta-feira

LOCALIZAÇÃO DO TRUCK EM PRESIDENTE EPITÁCIO - SP		
Quinta – feira		
Endereço	Neste dia será escolhido a localização, endereço, bairro, período e horário para funcionamento da empresa através de enquete pelo Facebook de forma participativa com os clientes da empresa.	Período e Horário
Bairros		

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro aponta que nas quintas-feiras não haverá localização fixa para o *truck*, pois a mesma será realizada através de enquetes. Esta estratégia foi planejada com o intuito de interagir com o público por meio das redes sociais.

Quadro 40 – Circulação da *Everesty Truck* Sexta-feira

LOCALIZAÇÃO DO TRUCK EM PRESIDENTE EPITÁCIO – SP		
Sexta – feira		
Endereço	Posto de gasolina (Avenida Presidente Vargas 10-89)	Período e Horário
Bairros	Centro	Tarde e noite 15:00 às 22:00 horas

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 40 apresenta a programação do *truck* para as sextas-feiras. A empresa se instalará durante a tarde e noite no posto de gasolina da Avenida Presidente Vargas. Este ponto foi escolhido pois trata-se de um local afastado de concorrentes.

Quadro 41 – Circulação da *Everesty Truck* Sábado

LOCALIZAÇÃO DO TRUCK EM PRESIDENTE EPITÁCIO - SP		
Sábado		
Endereço	Avenida Marginal	Período e Horário
Bairros	Prainha e Orla Fluvial de Presidente Epitácio	Tarde e noite 13:00 às 20:00 horas

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 41 retrata que aos sábados o *truck* se instalará na Prainha da Orla e Orla Fluvial. Estas escolhas foram feitas com base nos resultados obtidos no Gráfico 16.

Quadro 42 – Circulação da *Everesty Truck* Domingo

LOCALIZAÇÃO DO TRUCK EM PRESIDENTE EPITÁCIO - SP		
Domingo		
Endereço	Avenida Marginal	Período e Horário
Bairros	Orla Fluvial e Pier de Presidente Epitácio	Tarde e noite 13:00 às 20:00 horas

Fonte: Os próprios autores (2017).

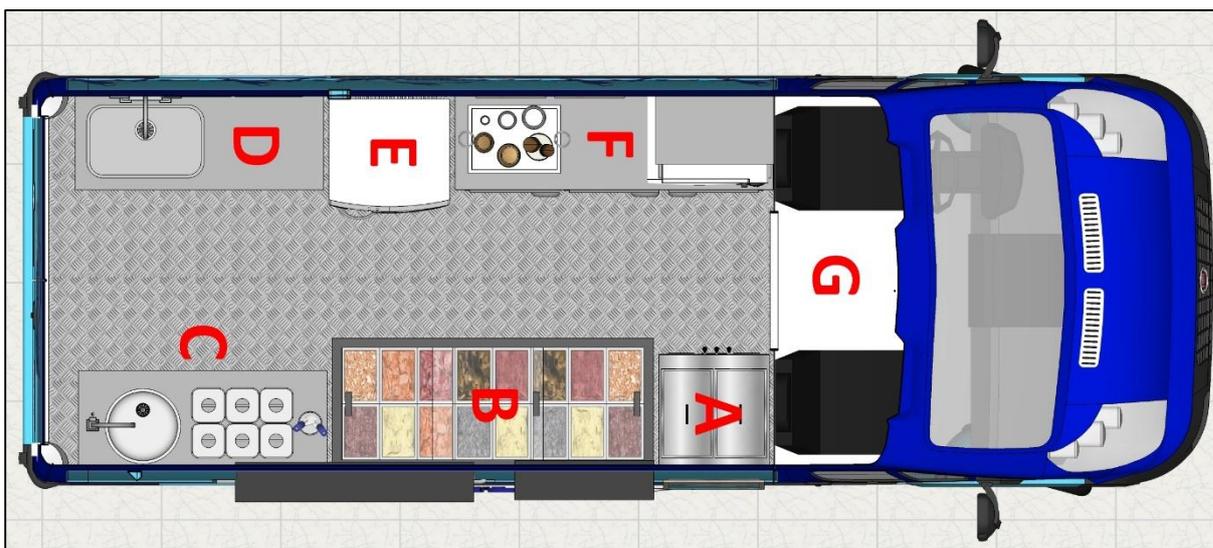
O Quadro 42 informa que aos domingos o *truck* estará presente na Orla Fluvial e Pier. Estes pontos foram escolhidos com base nos resultados do Gráfico 16.

4 - PLANO OPERACIONAL

O plano operacional visa identificar as responsabilidades, atividades, recursos, dividir as tarefas e definir as responsabilidades de cada colaborador dentro da empresa, podendo se necessário, sofrer alterações para que os serviços se tornem mais eficientes. Alterações essas que tem como objetivo desenvolver empresa. O plano operacional do seguinte projeto propõe mostrar de maneira prática como será o funcionamento da sorveteria sobre rodas *Everesty Truck*. Neste plano são organizadas e analisadas as maneiras de como os produtos serão vendidos e os serviços prestados.

4.1 - LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO

Figura 6 – Planta baixa do *Truck* – Parte I



Fonte: Os próprios Autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira, 2017).

A Figura 6 apresenta a planta baixa da Van que será utilizada para comercialização dos produtos da Everesty.

A- Máquina de Sorvete Italiano

B- Freezer para expor sabores de sorvetes com divisórias para cada sabor

C- Pia para lavar as mãos

D- Pia para lavar produtos

E- Geladeira

F- Armário em cima, freezers embaixo. Micro-ondas e forno elétrico.

G- Caixa

Figura 7 – Planta baixa do *Truck* – Parte II



Fonte: Os próprios autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira, 2017)

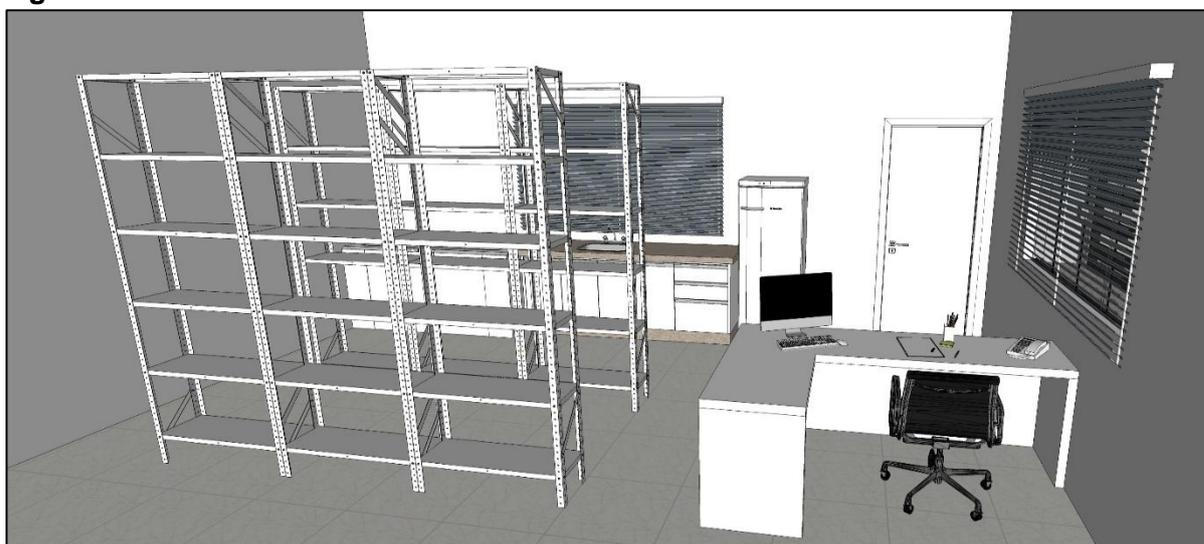
Na Figura 7 é apresentada a planta baixa do escritório e da garagem que será utilizada para estacionar o *truck*.

H- Garagem

I- Escritório

J- Banheiro

Figura 8 – Escritório.



Fonte: Os próprios autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira, 2017)

Na Figura 8 se tem o escritório. No escritório serão armazenados os estoques e o mesmo será utilizado pra administração da empresa.

Figura 9 – Garagem para alocação o *Truck*.



Fonte: Os próprios autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira, 2017)

Na Figura 9 é apresentada a lateral da van que será utilizada para venda de produtos da Everest. Este lado será utilizado para atender ao público.

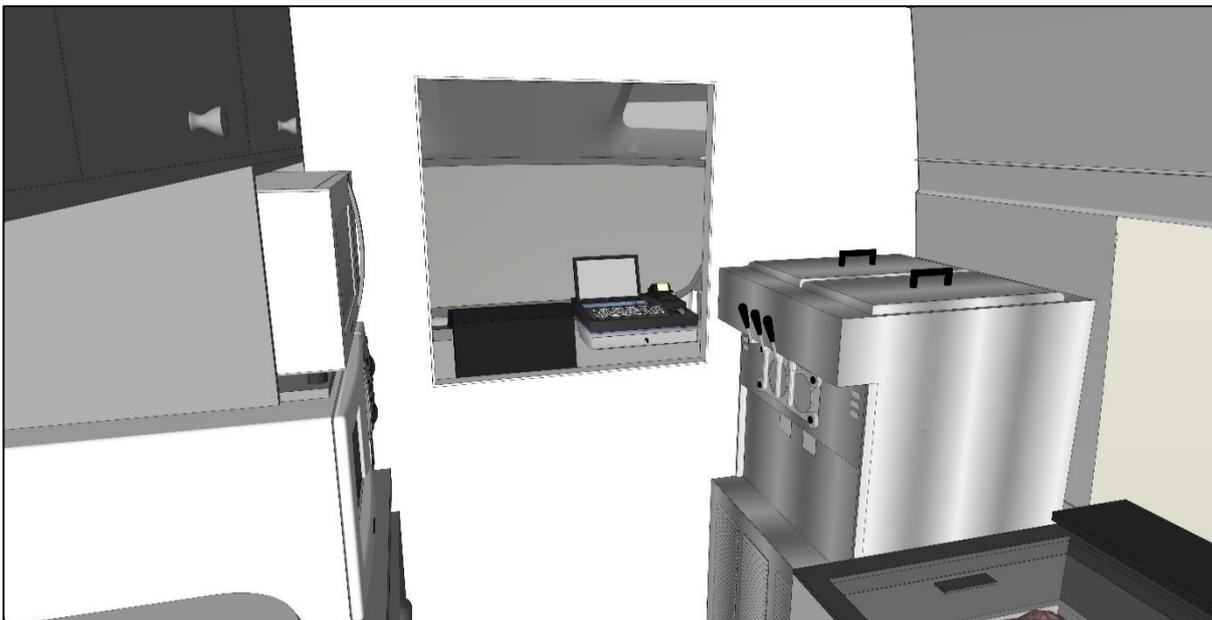
Figura 10 – Lateral do *Truck*.



Fonte: Os próprios autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira, 2017)

Na Figura 10 é apresentada a lateral esquerda da van.

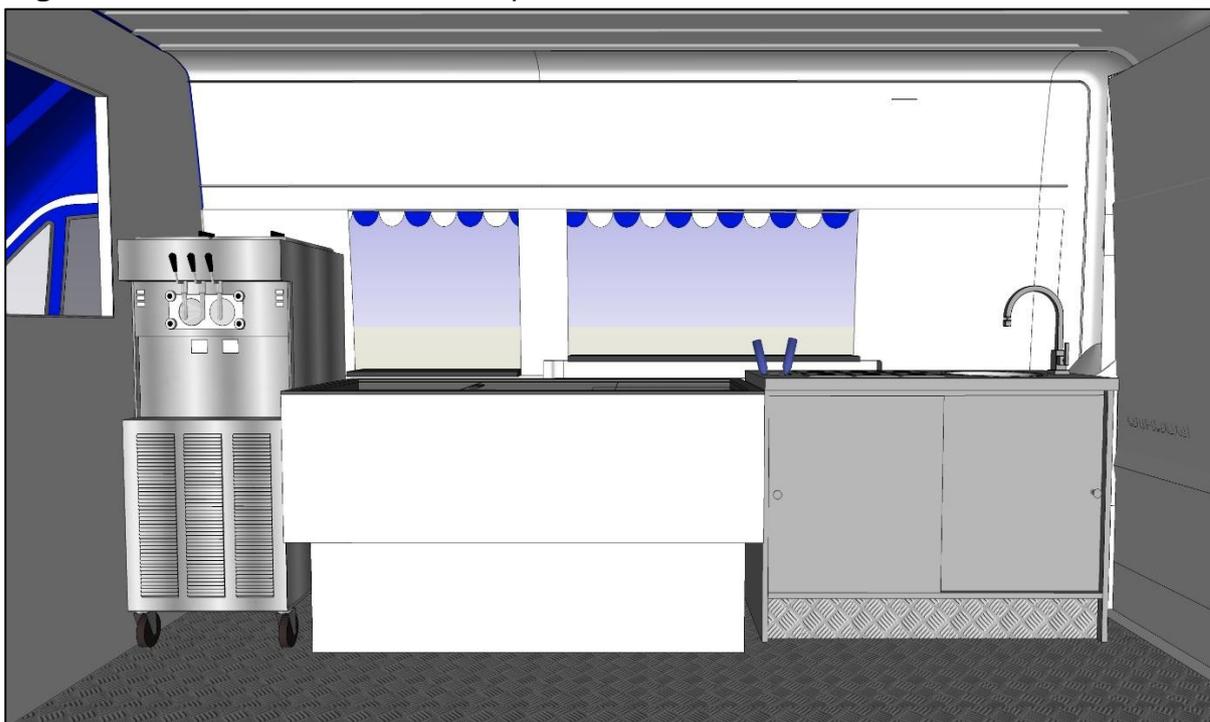
Figura 11 – Parte interna do *Truck* – Caixa.



Fonte: Os próprios autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira, 2017)

A Figura 11 apresenta a parte interna do truck. O caixa. Nele serão emitidas as notas fiscais da empresa.

Figura 12 – Parte interna do *Truck* parte – I.



Fonte: Os próprios autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira, 2017)

Na Figura 12 é apresentada a máquina de sorvete italiano, freezer expositor, e pia para lavagem de utensílios.

Figura 13 – Parte interna do *Truck* – parte II.



Fonte: Os próprios autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira, 2017)

Na figura 13 é apresentada a parte interna do *truck*. Onde serão armazenados os picolés, micro-ondas, forno e pia para lavagem de mãos.

Figura 14 – Fachada da garagem



Fonte: Os próprios autores (Desenvolvido por Thamirez Oliveira, 2017)

Na Figura 14 é apresentada a fachada da garagem do escritório que será utilizado para administração do negócio.

4.2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Para fazer o cálculo da capacidade produtiva da *Everesty truck* foi necessário utilizar como base a capacidade de estocagem do *Truck* e a capacidade humana de atendimento, levando em conta os dias de maior e menor fluxo de pessoas. De acordo com os resultados que foram obtidos a partir dos cálculos feitos sobre a capacidade produtiva da empresa foi possível chegar à conclusão de que os colaboradores tem capacidade de produzir 40 bolas de sorvete por hora, totalizando 320 bolas de sorvete por dia. Levando em conta os dias em que a empresa atenderá (quarta-feira a segunda-feira) foi possível concluir que a mesma tem capacidade de produzir 1920 bolas de sorvete na semana.

Em dias de eventos particulares a empresa aumentará sua produção pois contará com dois funcionários a mais para auxiliar na cozinha e um exclusivo para o atendimento, isto é possível pelo fato de não haver necessidade de uma pessoa ficar no caixa. Com esse número maior de colaboradores para preparar os pedidos foi possível chegar à conclusão de que a empresa tem capacidade de produzir 320 bolas de sorvete em 4 horas de evento. A quantidade de estoque para eventos será de acordo com o que foi firmado em contrato e mais 5 litros de sorvete de cada sabor para reserva, caso o total consumido passe do estipulado em contrato.

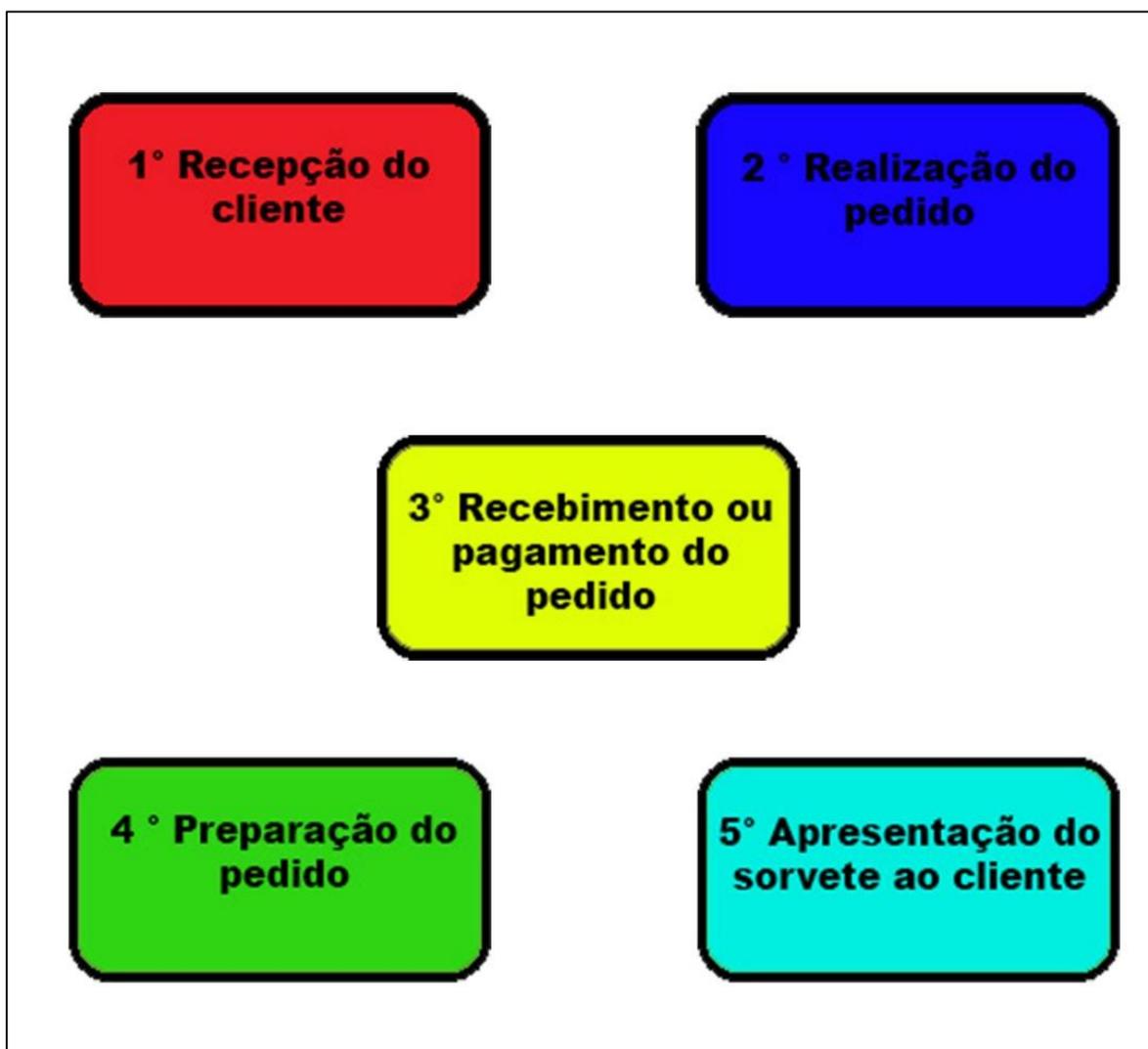
4.3 - PROCESSOS OPERACIONAIS

O local de partida da empresa sob rodas *Everesty Truck* será a residência do sócio Alexandre Gomes. O ponto de partida da van possui garagem, um quarto e banheiro. O quarto funcionará como estoque e escritório para administração. O valor do aluguel da garagem, quarto e banheiro será de R\$300,00 fora energia elétrica e água. Os preparativos para o funcionamento da empresa serão da seguinte maneira: com uma hora de antecedência o sócio Alexandre Gomes fará os preparativos para o dia, como estoque, checagem de utensílios, combustível, entre outros. Após o processo a van seguirá para o local pré-definido.

O atendimento será iniciado conforme o dia, como citado do Quadro 34 ao Quadro 40. As 17:00 horas cada funcionário terá direito a um intervalo de 1 hora. Durante os intervalos os colaboradores farão revezamentos para cobrir a ausência dos outros funcionários. Os intervalos serão das 17:00 às 19:00 horas. As atividades do *Truck* serão encerradas conforme o dia.

Ao chegar os clientes serão direcionados ao balcão de atendimento do *Truck*. Em seguida o mesmo irá fazer o pedido e a retirada da comanda. Enquanto o pedido está sendo preparado o cliente será direcionado ao caixa e efetuará o pagamento. Após o pagamento o consumidor irá aguardar a solicitação de sua senha que será através do painel eletrônico e em seguida irá fazer a retirada do pedido no próprio balcão de atendimento.

Figura 15 – Fluxo de processos organizacionais da *Everesty Truck*



Fonte: os próprios autores (2017).

4.4 - NECESSIDADE DE PESSOAL

Quadro 43 – Cargos dos colaboradores da empresa.

Quantidade	Cargo/Função	Qualificações
1	Caixa	Experiência
2	Atendente	Experiência

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 43 apresenta a necessidade de pessoal da *Everesty Truck*. A necessidade de pessoal trata-se de como funcionará o empreendimento. Quantas pessoas irão trabalhar no local e quais as funções destinadas a cada uma delas. A empresa sob rodas *Everesty Truck* disponibilizará de um funcionário. Os 2 sócios irão trabalhar na empresa, sendo um caixa e um atendente.

O sócio Alexandre será responsável pelo caixa. A colaboradora Ellen se responsabilizará pela preparação dos pedidos e o sócio Marcel será responsável pelo atendimento aos clientes.

5 - PLANO FINANCEIRO

O planejamento financeiro é um processo de extrema importância dentro de um plano de negócios. O plano financeiro é responsável pelo crescimento, fortalecimento e existência da empresa. Ele é utilizado para iniciar os trabalhos do empreendimento como contas a pagar, contas a receber e ativos.

5.1- ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS

Quadro 44 – Máquinas e equipamentos.

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Adaptação <i>truck</i>	1	R\$ 44.000,00	R\$ 44.000,00
2	Batedor de <i>milk-shake</i>	1	R\$ 569,00	R\$ 569,00
3	Celular Samsung J1	1	R\$ 314,10	R\$ 314,10
4	Freezer para estoque	1	R\$ 1.536,00	R\$ 1.536,00
5	Impressora epon e sat para cupom fiscal	1	R\$ 1.292,99	R\$ 1.292,99
6	Máquina de cartão mini mercado pago	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
7	Máquina de sorvete italiano	1	R\$ 9.999,99	R\$ 9.999,99
8	Notebook i3	1	R\$ 1.207,99	R\$ 1.207,99
9	Roteador kit para <i>truck</i>	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Total				R\$ 59.470,07

Fonte: Os próprios autores (2017).

O Quadro 44 apresenta as máquinas e equipamentos que serão utilizadas pela *Evesty Truck*. O item de número 1 é referente a adaptação do *truck* que terá um custo de R\$44.000,00 (quarenta e quatro mil reais). No processo de adaptação do *truck* já serão inclusas todas as mudanças necessárias para o funcionamento de uma sorveteria móvel. Como: freezer expositor de sorvetes (capacidade para 16 tipos), armários (4), pias (2), refrigerador de bebidas e condimentos (1), armários de parede (6), micro ondas (1), bancada para atendimento (1) e espaço para guardar os acompanhamentos (1). O *truck* também terá um gerador de energia que funciona a gasolina.

Quadro 45 – Móveis e utensílios.

Itens	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Cadeira para escritório	3	R\$ 97,90	R\$ 293,70
2	Colher para pegar sorvete	3	R\$ 19,06	R\$ 57,18
3	Conjunto 5 potes 240ml	2	R\$ 7,60	R\$ 15,20
4	Conjunto de Potes com Tampa Euro 5 peças	1	R\$ 26,00	R\$ 26,00
5	Faqueiro inox/Polipropileno	1	R\$ 19,90	R\$ 19,90
6	Forma de vidro para microondas	1	R\$ 25,00	R\$ 25,00
7	Lixeira 28 Litros	1	R\$ 51,63	R\$ 51,63
8	Mesa para escritório	1	R\$ 297,50	R\$ 297,50
9	Porta guardanapo	2	R\$ 6,40	R\$ 12,80
11	Prateleira	4	R\$ 83,00	R\$ 332,00
Total				R\$ 1.130,91

Fonte: Os próprios autores (2017).

Quadro 46 – Veículos.

Itens	Descrição	Valor Unitário	Total
1	Fiat Van Ducato 2.3 – 2014	R\$ 69.000,00	R\$ 69.000,00
Total			R\$ 69.000,00

Fonte: FIPE (2017)

Quadro 47 – Total dos investimento.

Itens	Descrições	Total
1	Máquinas e equipamentos	R\$ 59.470,07
2	Móveis e utensílios	R\$ 1.130,91
3	Veículos	R\$ 69.000,00
4	Investimento pré-Operacionais	R\$ 3.653,00
Total		R\$ 133.253,98

Fonte: Os próprios autores (2017).

5.2 - CAPITAL DE GIRO

Quadro 48 – Estimativa de estoque inicial.

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Açaí 10l	1	R\$ 90,00	R\$ 90,00
2	Açúcar 5kg	1	R\$ 10,64	R\$ 10,64
3	Água com gás 510ml	16	R\$ 1,45	R\$ 23,20
4	Água sem gás 510ml	60	R\$ 0,60	R\$ 36,00
5	Banana	4	R\$ 2,64	R\$ 10,56
6	Barra de chocolate 1kg top	2	R\$ 15,99	R\$ 31,98
7	Calda chocolate branco 1,3Kg	1	R\$ 6,95	R\$ 6,95
8	Calda de caramelo 1,3kg	1	R\$ 7,09	R\$ 7,09
9	Calda de chocolate 1,3kg	1	R\$ 7,09	R\$ 7,09
10	Calda de morango 1,3kg	1	R\$ 7,09	R\$ 7,09
11	Calda doce de leite 1,3Kg	1	R\$ 7,09	R\$ 7,09
12	Calda floresta negra 1,3Kg	1	R\$ 8,49	R\$ 8,49
13	Calda morango 1,3Kg	1	R\$ 7,09	R\$ 7,09
14	Calda uva 1,3Kg	1	R\$ 6,95	R\$ 6,95
15	Canudo <i>milk-shake</i> 10mm com 1300un	1	R\$ 47,99	R\$ 47,99
16	Casquinha cestinha cx 120	1	R\$ 31,99	R\$ 31,99
17	Casquinha copoty 300un	1	R\$ 26,99	R\$ 26,99
18	Casquinha de sorvete marvi 300un	9	R\$ 36,99	R\$ 332,91
19	Cereja 2,2kg	1	R\$ 65,90	R\$ 65,90
20	Chantilly 1L	2	R\$ 9,20	R\$ 18,40
21	Coca-Cola 350ml	40	R\$ 2,08	R\$ 83,20
22	Coca-Cola 600ml	36	R\$ 2,80	R\$ 100,80
23	Coco ralado 1kg	2	R\$ 16,50	R\$ 33,00
24	Colher plástica com 1000un	1	R\$ 23,90	R\$ 23,90
25	Copo <i>milk-shake</i> 400ml com 50un	10	R\$ 8,00	R\$ 80,00
26	Copos de acrílico personalizados	75	R\$ 5,25	R\$ 393,75
27	Copos descartáveis com 1000un	1	R\$ 23,90	R\$ 23,90
28	Creme de leite 1kg	2	R\$ 8,28	R\$ 16,56
29	Fanta 350ml	36	R\$ 1,98	R\$ 71,28
30	Granulado ao leite 5kg	1	R\$ 51,90	R\$ 51,90
31	Granulado colorido 5kg	1	R\$ 55,60	R\$ 55,60
32	Guardanapos com 2000un	2	R\$ 12,39	R\$ 24,78
33	Kiwi 1kg	2	R\$ 12,00	R\$ 24,00
34	Leite em pó 25kg	1	R\$ 405,44	R\$ 405,44

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
35	Morango 1kg	1	R\$ 9,84	R\$ 9,84
36	Ovomaltine 300g	2	R\$ 10,50	R\$ 21,00
37	Pazinhas pacote com 1000un	2	R\$ 12,39	R\$ 24,78
38	Picolé de Blue Ice	75	R\$ 1,10	R\$ 82,50
39	Picolé de brigadeiro	75	R\$ 1,10	R\$ 82,50
40	Picolé de chocolate	50	R\$ 1,10	R\$ 55,00
41	Picolé de creme	15	R\$ 1,10	R\$ 16,50
42	Picolé de flocos	25	R\$ 1,10	R\$ 27,50
43	Picolé de floresta negra	50	R\$ 1,10	R\$ 55,00
44	Picolé de lacta	50	R\$ 1,10	R\$ 55,00
45	Picolé de limão	5	R\$ 1,10	R\$ 5,50
46	Picolé de morango	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
47	Picolé de ninho	50	R\$ 1,10	R\$ 55,00
48	Picolé de prestígio	50	R\$ 1,10	R\$ 55,00
49	Prato fundo descartável 50un	4	R\$ 7,50	R\$ 30,00
50	Premix para sorvete italiano sabor baunilha	1	R\$ 99,45	R\$ 99,45
51	Premix para sorvete italiano sabor chocolate	1	R\$ 99,45	R\$ 99,45
52	Sorvete chocolate 10l	2	R\$ 55,00	R\$ 110,00
53	Sorvete de brigadeiro 10l	2	R\$ 55,00	R\$ 110,00
54	Sorvete de chiclete 10l	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
55	Sorvete de creme 10l	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
56	Sorvete de floresta negra 10l	1	R\$ 55,00	R\$ 55,00
57	Sorvete de lacta 10l	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
58	Sorvete de limão 10l	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
59	Sorvete de maracujá 10l	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
60	Sorvete de milho verde 10l	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
61	Sorvete de morango 10l	2	R\$ 55,00	R\$ 110,00
62	Sorvete de napolitano 10l	2	R\$ 55,00	R\$ 110,00
63	Sorvete de ninho 10l	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
64	Sorvete de 76vomaltine 10l	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
65	Sorvete de prestígio	2	R\$ 55,00	R\$ 110,00
66	Sorvete flocos 10l	2	R\$ 55,00	R\$ 110,00
67	Sprit 350ml	18	R\$ 1,13	R\$ 20,34
68	Taça de acrílico personalizada	75	R\$ 2,88	R\$ 216,00
69	Touca descartável com 100un	2	R\$ 10,80	R\$ 21,60
70	Tubo para cascão 1kg	1	R\$ 18,99	R\$ 18,99
Total		993	R\$ 2.098,27	R\$ 4.598,46

Fonte: Os próprios autores (2017).

Quadro 49 – Contas a receber.

Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média ponderada
Á VISTA	90	0	0
Á PRAZO	10	31	3
Prazo médio total			3

Fonte: Os próprios autores (2017).

Quadro 50 – Contas a pagar.

Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média ponderada
Á VISTA	36	0	0
Á PRAZO	64	30	19
Prazo médio total			19

Fonte: Os próprios autores (2017).

Quadro 51 – Necessidade Média de estoque.

Necessidade Média de estoque	Número de dias	
	7	Dias

Fonte: Os próprios autores (2017).

Quadro 52 – Recursos da empresa fora de seu caixa.

Recursos da empresa fora de seu caixa	Número de dias
Contas a receber- prazo médio de vendas	3
Estoque – necessidade média de estoque	7
Subtotal 1	10
Recursos de terceiros na empresa	
Fornecedores – prazo médio de compras	19
Subtotal 2	19
Necessidade líquida de capital – giro em dias	0

Fonte: Os próprios autores (2017).

Quadro 53 – Caixa Mínimo.

Custo Fixo Mensal	R\$ 8.344,70
Custo variável Mensal – Subtotal 2	R\$ 4.745,04
Custo Total da Empresa	R\$ 13.089,74
Custo Total Diário	R\$ 436,32
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	0
Caixa Mínimo	0

Fonte: Os próprios autores (2017).

Quadro 54 – Investimentos Financeiros.

Estoque Inicial	R\$ 4.598,46
Caixa mínimo	-
Total do capital de giro	R\$ 4.598,46

Fonte: Os próprios autores (2017).

5.3 - INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL

Quadro 55 – Investimento pré-operacional.

Item		Valor	
Despesas de legalização	Abertura de firma	R\$ 600,00	
	Bombeiro	R\$ 96,00	
	Vigilância sanitária	R\$ 60,00	
	Alvará de funcionamento	R\$ 250,00	
	Junta comercial	DARE	R\$ 137,00
		DARF	R\$ 21,00
		JUCESP	R\$ 118,00
Outras despesas	Obras civis e reformas	R\$ 654,00	
	Divulgação	R\$ 1.717,00	
Total		R\$ 3.653,00	

Fonte: Os próprios autores (2017).

5.4 - INVESTIMENTO TOTAL

Quadro 56 – Investimento total.

Item	Descrição do investimento	Valor	%
5.1	Investimento (fixo)	R\$ 133.253,98	94
5.2	Capital de Giro	R\$ 4.598,46	3
5.3	Investimento pré-operacional	R\$ 3.653,00	3
Total de investimento		R\$ 141.505,44	100

Fonte: Os próprios autores (2017).

5.5 - FATURAMENTO MENSAL

Quadro 57 – Estimativa de faturamento mensal (Itinerante).

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Açaí 10l	160	R\$ 8,00	R\$ 1.280,00
2	Água com gás 510ml	16	R\$ 2,50	R\$ 40,00
3	Água sem gás 510ml	60	R\$ 2,00	R\$ 120,00
4	Coca-Cola 350ml	40	R\$ 3,00	R\$ 120,00
5	Coca-Cola 600ml	36	R\$ 4,00	R\$ 144,00
6	Combo copo Infantil <i>Milk-Shake</i>	75	R\$ 13,50	R\$ 1.012,50
7	Combo Taça de Acrílico Personalizada	75	R\$ 12,00	R\$ 900,00
8	Fanta 350ml	25	R\$ 3,00	R\$ 75,00
9	Fondue	50	R\$ 8,00	R\$ 400,00
10	<i>Milk-Shake</i> brigadeiro 400ml	50	R\$ 5,50	R\$ 275,00
11	<i>Milk-shake</i> chocolate 400ml	30	R\$ 5,50	R\$ 165,00
12	<i>Milk-shake</i> creme 400ml	15	R\$ 5,50	R\$ 82,50
13	<i>Milk-Shake</i> flocos 400ml	40	R\$ 5,50	R\$ 220,00
14	<i>Milk-Shake</i> floresta negra 400ml	30	R\$ 5,50	R\$ 165,00
15	<i>Milk-shake</i> lacta 400ml	30	R\$ 5,50	R\$ 165,00
16	<i>Milk-shake</i> limão 400ml	10	R\$ 5,00	R\$ 50,00
17	<i>Milk-shake</i> chiclete 400ml	20	R\$ 5,50	R\$ 110,00
18	<i>Milk-shake</i> maracujá 400ml	20	R\$ 5,00	R\$ 100,00
19	<i>Milk-shake</i> milho verde 400ml	17	R\$ 5,50	R\$ 93,50
20	<i>Milk-shake</i> Morango 400ml	40	R\$ 5,50	R\$ 220,00
21	<i>Milk-shake</i> napolitano 400ml	38	R\$ 5,50	R\$ 209,00
22	<i>Milk-shake</i> ninho 400ml	30	R\$ 5,50	R\$ 165,00
23	<i>Milk-Shake</i> ovomaltine 400ml	20	R\$ 5,50	R\$ 110,00
24	<i>Milk-Shake</i> prestígio 400ml	30	R\$ 5,50	R\$ 165,00
25	Picolé de Blue Ice	50	R\$ 2,50	R\$ 125,00
26	Picolé de brigadeiro	75	R\$ 2,50	R\$ 187,50
27	Picolé de chocolate	50	R\$ 2,50	R\$ 125,00
28	Picolé de creme	15	R\$ 2,50	R\$ 37,50
29	Picolé de flocos	25	R\$ 2,50	R\$ 62,50
30	Picolé de floresta negra	50	R\$ 2,50	R\$ 125,00

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
31	Picolé de lacta	50	R\$ 2,50	R\$ 125,00
32	Picolé de limão	5	R\$ 2,50	R\$ 12,50
33	Picolé de morango	75	R\$ 2,50	R\$ 187,50
34	Picolé de ninho	100	R\$ 2,50	R\$ 250,00
35	Picolé de prestígio	50	R\$ 2,50	R\$ 125,00
36	Sorvete de brigadeiro 60g	200	R\$ 3,50	R\$ 700,00
37	Sorvete de chiclete 60g	150	R\$ 3,50	R\$ 525,00
38	Sorvete de chocolate 60g	200	R\$ 3,50	R\$ 700,00
39	Sorvete de creme 60g	100	R\$ 3,50	R\$ 350,00
40	Sorvete de floresta negra 60g	200	R\$ 3,50	R\$ 700,00
41	Sorvete de lacta 60g	200	R\$ 3,50	R\$ 700,00
42	Sorvete de limão 60g	50	R\$ 3,00	R\$ 150,00
43	Sorvete de maracujá 60g	100	R\$ 3,00	R\$ 300,00
44	Sorvete de milho verde 60g	150	R\$ 3,00	R\$ 450,00
45	Sorvete de morango 60g	225	R\$ 3,50	R\$ 787,50
46	Sorvete de napolitano 60g	225	R\$ 3,50	R\$ 787,50
47	Sorvete de ninho 60g	200	R\$ 3,50	R\$ 700,00
48	Sorvete de Ovomaltine 60g	150	R\$ 3,50	R\$ 525,00
49	Sorvete de prestígio 60g	215	R\$ 3,50	R\$ 752,50
50	Sorvete flocos 60g	180	R\$ 3,50	R\$ 630,00
51	Sorvete Italiano	220	R\$ 3,00	R\$ 660,00
52	Sprit 350ml	18	R\$ 3,50	R\$ 63,00
53	Sundae	50	R\$ 5,00	R\$ 250,00
Total		4335	R\$ 227,50	R\$ 17.479,50

Fonte: Os próprios autores (2017).

A estimativa de vendas da sorveteria sobre rodas *Everesty Truck* foi realizada com base nos dados de uma sorveteria da cidade de Tupi Paulista – SP. A cidade possui 14.269 habitantes, isto segundo dados do IBGE (2016). A referente sorveteria fatura em média R\$500,00 diariamente com a venda de seus produtos.

Quadro 58 – Estimativa do faturamento mensal (Festa Particular 50 convidados).

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Sorvete de brigadeiro 60g	25	R\$ 3,00	R\$ 75,00
2	Sorvete de floresta negra 60g	25	R\$ 3,00	R\$ 75,00
3	Sorvete de lacta 60g	25	R\$ 3,00	R\$ 75,00
4	Sorvete de ninho 60g	25	R\$ 3,00	R\$ 75,00
Total		100	R\$ 12,00	R\$ 300,00

Fonte: Os próprios autores (2017).

Quantidade já incluso na previsão de venda.

5.6 - ESTIMATIVA DE CUSTO DE MATÉRIA-PRIMA, MATERIAIS DIRETOS E TERCEIRIZAÇÕES

(Este espaço deve ser preenchido apenas pelo segmento industrial)

5.7- ESTIMATIVA DE CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO

Quadro 59 – Estimativa de custo de comercialização.

	Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
1	SIMPLES NACIONAL	5,47%	R\$ 17.470,50	R\$ 956,13
Total				R\$ 956,13

Fonte: Os próprios autores (2017).

5.8 - APURAÇÃO DE CUSTOS DE MERCADORIAS VENDIDAS

Quadro 60 – Apuração do custo de mercadoria vendida.

Item	Produto	Estimativa de Vendas	Custo Unitário de Aquisição	Custo de Mercadoria Vendida
	Descrição			
1	Açaí 10l	160	R\$ 2,16	R\$ 345,60
2	Água com gás 510ml	16	R\$ 1,45	R\$ 23,20
3	Água sem gás 510ml	60	R\$ 0,63	R\$ 37,80
4	Coca-Cola 350ml	40	R\$ 2,08	R\$ 83,20

Item	Produto	Estimativa de Vendas	Custo Unitário de Aquisição	Custo de Mercadoria Vendida
	Descrição			
5	Coca-Cola 600ml	36	R\$ 2,80	R\$ 100,80
6	Combo copo Infantil milk-shake	75	R\$ 5,25	R\$ 393,75
7	Combo taça de acrílico personalizada	75	R\$ 4,30	R\$ 322,50
8	Fanta 350ml	25	R\$ 1,98	R\$ 49,50
9	Fondue	50	R\$ 5,45	R\$ 272,50
10	<i>Milk-Shake</i> brigadeiro 400ml	50	R\$ 1,49	R\$ 74,50
11	<i>Milk-shake</i> chocolate 400ml	30	R\$ 1,49	R\$ 44,70
12	<i>Milk-shake</i> creme 400ml	15	R\$ 1,49	R\$ 22,35
13	<i>Milk-Shake</i> flocos 400ml	40	R\$ 1,49	R\$ 59,60
14	<i>Milk-Shake</i> floresta negra 400ml	30	R\$ 1,49	R\$ 44,70
15	<i>Milk-shake</i> lacta 400ml	30	R\$ 1,49	R\$ 44,70
16	<i>Milk-shake</i> limão 400ml	10	R\$ 1,49	R\$ 14,90
17	<i>Milk-shake</i> Chiclete 400ml	20	R\$ 1,49	R\$ 29,80
18	<i>Milk-shake</i> maracujá 400ml	20	R\$ 1,49	R\$ 29,80
19	<i>Milk-shake</i> milho verde 400ml	17	R\$ 1,49	R\$ 25,33
20	<i>Milk-shake</i> morango 400ml	40	R\$ 1,49	R\$ 59,60
21	<i>Milk-shake</i> napolitano 400ml	38	R\$ 1,49	R\$ 56,62
22	<i>Milk-shake</i> ninho 400ml	30	R\$ 1,49	R\$ 44,70
23	<i>Milk-Shake</i> ovomaltine 400ml	20	R\$ 1,49	R\$ 29,80
24	<i>Milk-Shake</i> prestígio 400ml	30	R\$ 1,49	R\$ 44,70
25	Picolé de blue ice	50	R\$ 1,10	R\$ 55,00
26	Picolé de brigadeiro	75	R\$ 1,10	R\$ 82,50
27	Picolé de chocolate	50	R\$ 1,10	R\$ 55,00
28	Picolé de creme	15	R\$ 1,10	R\$ 16,50
29	Picolé de flocos	25	R\$ 1,10	R\$ 27,50
30	Picolé de floresta negra	50	R\$ 1,10	R\$ 55,00
31	Picolé de lacta	50	R\$ 1,10	R\$ 55,00
32	Picolé de limão	5	R\$ 1,10	R\$ 5,50
33	Picolé de morango	75	R\$ 1,10	R\$ 82,50

Item	Produto	Estimativa de Vendas	Custo Unitário de Aquisição	Custo de Mercadoria Vendida
	Descrição			
34	Picolé de ninho	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
35	Picolé de prestígio	50	R\$ 1,10	R\$ 55,00
36	Sorvete de brigadeiro 60g	225	R\$ 0,66	R\$ 148,50
37	Sorvete de chiclete 60g	150	R\$ 0,63	R\$ 94,50
38	Sorvete de chocolate 60g	200	R\$ 0,66	R\$ 132,00
39	Sorvete de creme 60g	100	R\$ 0,63	R\$ 63,00
40	Sorvete de floresta negra 60g	225	R\$ 0,63	R\$ 141,75
41	Sorvete de lacta 60g	225	R\$ 0,63	R\$ 141,75
42	Sorvete de limão 60g	50	R\$ 0,63	R\$ 31,50
43	Sorvete de maracujá 60g	100	R\$ 0,63	R\$ 63,00
44	Sorvete de milho verde 60g	150	R\$ 0,63	R\$ 94,50
45	Sorvete de morango 60g	225	R\$ 0,66	R\$ 148,50
46	Sorvete de napolitano 60g	225	R\$ 0,66	R\$ 148,50
47	Sorvete de ninho 60g	225	R\$ 0,63	R\$ 141,75
48	Sorvete de ovomaltine 60g	150	R\$ 0,63	R\$ 94,50
49	Sorvete de prestígio 60g	215	R\$ 0,66	R\$ 141,90
50	Sorvete flocos 60g	180	R\$ 0,66	R\$ 118,80
51	Sorvete Italiano	220	R\$ 0,56	R\$ 123,20
52	Sprit 350ml	18	R\$ 1,43	R\$ 25,74
53	Sundae	50	R\$ 0,75	R\$ 37,50
Total		4435	R\$ 72,92	R\$ 4.745,04

Fonte: Os próprios autores (2017).

5.9 - ESTIMATIVA DO CUSTO DE MÃO DE OBRA

Quadro 61 – Custos de mão de obra mensal.

Cargo do Funcionário	Salário	FGTS	Aviso Prévio	13 ^o	Férias	1/3 de Férias	FGTS sem Verbas Rescisórias	INSS	Adicional Noturno
Atendente	R\$ 1.042,46	R\$ 83,40	R\$ 23,66	R\$ 86,84	R\$ 28,98	R\$ 19,29	R\$ 53,90	R\$83,40	R\$443,52
Total do custo de mão de obra mensal R\$ 1.865,45									

Fonte: Os próprios autores (2017).

5.10 - ESTIMATIVA DE CUSTOS DE DEPRECIAÇÃO

Quadro 62 – Estimativa do custo de depreciação.

Descrição do ativo	Valor do Ativo	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e equipamentos	R\$ 59.470,07	10 anos	R\$ 5.947,01	R\$ 495,58
Veículos	R\$ 69.000,00	10 anos	R\$ 6.900,00	R\$ 575,00
Móveis	R\$ 1.130,91	10 anos	R\$ 113,09	R\$ 9,42
Total de depreciação	R\$ 129.600,98	30 anos	R\$ 12.960,10	R\$ 1.080,01

Fonte: Os próprios autores (2017).

5.11- ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

Quadro 63 – Estimativa do custo operacional fixo.

Conta	Valor
Aluguel	R\$ 300,00
Água	R\$ 45,00
Energia Elétrica	R\$ 250,00
Telefone/internet	R\$ 199,99
Honorários do contador	R\$ 230,00
Pro- labore Sócio 1	R\$ 1.200,00
Combustível	R\$ 1.063,68
Pro- labore Sócio 2	R\$ 1.200,00
Salários + encargos	R\$ 1.865,45
Material de limpeza	R\$ 130,00
Material de escritório	R\$ 80,00
DARF/DARE	R\$ 158,00
Propaganda	R\$ 595,99
Depreciação	R\$ 1.026,60
Total	R\$ 8.344,70

Fonte: Os próprios autores (2017).

5.12 - DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Quadro 64 – Demonstração do resultado do exercício.

DRE		
Item	Descrição da conta	Valor
5.5	Receita total	R\$ 17.479,50
	Receita com vendas	R\$ 17.479,50
	Imposto e gastos de vendas	R\$ 956,13
5.6	Imposto sobre Vendas (-)	R\$ 956,13
5.8	Custo de mercadoria vendida (CMV)	R\$ 4.745,04
	Margem de contribuição	R\$ 11.778,33
5.11	Custos fixos totais	R\$ 8.344,70
	Resultado do exercício	R\$ 3.433,63

Fonte: Os próprios autores (2017).

5.13 - INDICADORES DE VIABILIDADE

5.13.1 - Ponto de equilíbrio

Quadro 65 – Margem de contribuição.

Receita Total	R\$ 17.479,50
Custos Variáveis	R\$ 5.701,17
Margem de Contribuição	R\$ 11.778,33

Fonte: Os próprios autores (2017).

Quadro 66 – Índice de margem de contribuição.

Receita Total	R\$ 17.479,50
Custos Variáveis	R\$ 5.701,17
Índice de Margem	0,67

Fonte: Os próprios autores (2017).

$$\text{INDICE DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO} = \frac{\text{R\$ 17.479,50} - \text{R\$ 5.701,17}}{\text{R\$ 17.479,50}} \cong 0,67$$

R\$ 17.479,50

Quadro 67 – Ponto de equilíbrio.

Custo Fixo	R\$ 8.344,70
Índice de margem de contribuição	0,67
Total do Ponto de Equilíbrio	R\$ 12.454,78

Fonte: Os próprios autores (2017).

$$\text{Ponto de equilíbrio} = \frac{\text{R\$ 8.344,70}}{0,67} = \text{R\$ 12.454,78 Mensais.}$$

O ponto de equilíbrio da *Everesty* será atingido quando for alcançado o valor de R\$ 12.454,78 na sua receita.

5.13.2 - Lucratividade

Quadro 68 – Lucratividade (% ao ano).

Lucro Líquido	R\$ 41.203,56
Receita Total	R\$ 209.754,00
Total	19%

Fonte: Os próprios autores (2017).

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{R\$ 41.203,56} \times 100}{\text{R\$ 209.754,00}} = 19\% \text{ ao ano}$$

A *Everesty* obterá uma lucratividade de 19% ao ano, após saldar todas as suas obrigações (despesas e impostos).

5.13.3 - Rentabilidade

Quadro 69 – Rentabilidade (% ao ano).

Lucro Líquido	R\$ 41.203,56
Investimento total	R\$ 141.505,44
Total	29,12

Fonte: Os próprios autores (2017).

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{R\$ } 41.203,56 \times 100}{141.505,44} = 29,12\% \text{ ao ano}$$

A cada ano, os sócios irão recuperar 29,12% do valor investido através dos lucros.

Quadro 70 – Prazo de retorno do investimento (Ano).

Investimento total	R\$ 141.505,44
Lucro Líquido	R\$ 41.203,56
Total	3

Fonte: Os próprios autores (2017).

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{141.505,44}{41.203,56} = 3 \text{ Anos}$$

Em três anos após a abertura do negócio, os sócios terão recuperado tudo o que investiu na montagem do seu empreendimento.

6 - CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

A construção de cenários é gerada para que se possa ter uma visão das vendas da empresa no futuro. Existe uma variação de 20% entre o cenário pessimista e otimista. No cenário pessimista a variação é de menos 20% tendo como base o cenário provável. Já no cenário otimista a variação é de mais 20%.

Quadro 71 – Construção de cenários.

DEMONSTRATIVO		CENÁRIO PROVAVEL	CENÁRIO PESSIMISTA	CENÁRIO OTIMISTA
Item	Descrição da Conta	Valor	Valor	Valor
5.5	Receita Total	R\$ 17.479,50	R\$ 13.983,60	R\$ 20.975,40
	Receita com vendas	R\$ 17.479,50	R\$ 13.983,60	R\$ 20.975,40
	Imposto e gastos de Vendas	R\$ 956,13	R\$ 764,90	R\$ 1.147,35
5.6	Imposto sobre Vendas (-)	R\$ 956,13	R\$ 764,90	R\$ 1.147,35
5.8	Custo de Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 4.745,04	R\$ 3.796,03	R\$ 5.694,05
	Margem de Contribuição	R\$ 11.778,33	R\$ 9.422,66	R\$ 14.134,00
5.11	Custos Fixos Totais	R\$ 8.344,70	R\$ 8.344,70	R\$ 8.344,70
	Resultado do Exercício	R\$ 3.433,63	R\$ 1.077,97	R\$ 5.789,30

Fonte: Os próprios autores (2017).

6.1 - VALOR PRESENTE LÍQUIDO.

O cálculo de VPL ou valor presente líquido é utilizado para saber qual será o valor presente de um cálculo estimado para o futuro, mas neste cálculo é descontada uma taxa estipulada.

Segue o Quadro 72 com a projeção da taxa de crescimento anual da *Everesty*:

Quadro 72– Projeção de Crescimento futuro.

Descrição da Conta	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
		2,8%	2,88%	2,96%	3,05%
Receita total	R\$ 209.754,00	R\$ 215.627,11	R\$ 215.794,92	R\$ 215.962,72	R\$ 216.151,50
Imposto sobre vendas e gastos com venda (-)	R\$ 11.473,54	R\$ 11.794,80	R\$ 11.803,98	R\$ 11.813,16	R\$ 11.823,49
Custo de mercadoria vendida (CMV)	R\$ 56.940,48	R\$ 58.534,81	R\$ 58.580,37	R\$ 58.625,92	R\$ 58.677,16
Margem de contribuição	R\$ 141.339,98	R\$ 145.297,50	R\$ 145.410,57	R\$ 145.523,64	R\$ 145.650,83
Custos fixos totais	R\$ 100.136,45				
Resultado do exercício	R\$ 41.203,55	R\$ 45.161,05	R\$ 45.274,12	R\$ 45.387,19	R\$ 45.514,40

Fonte: Os próprios autores (2017).

Tabela 4 – Taxa Interna de retorno

Investimento	(R\$ 141.505,44)
Ano 1	R\$ 41.203,55
Ano 2	R\$ 45.161,05
Ano 3	R\$ 45.274,12
Ano 4	R\$ 45.387,19
Ano 5	R\$ 45.514,40
Taxa	2,8%
TIR	16,98%
VPL	R\$ 63.269,94

Fonte: Os próprios autores (2017).

7- AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Na avaliação estratégica serão executadas etapas como: Matriz SWOT ou FOFA, cinco forças de Porter e estratégia genérica. O objetivo destas três ferramentas é de relacionar o ambiente interno e externo para promover ações ofensivas e defensivas e assim obter uma posição sustentável dentro da empresa.

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

A matriz SWOT ou F.O.F.A. é utilizada para identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de uma empresa. Segue abaixo a análise do ambiente interno (forças e fraquezas) e externo (oportunidades e ameaças) da *Everesty*.

Quadro 73 – Matriz SWOT Everesty.

	FORÇAS	FRAQUEZAS
AMBIENTE INTERNO	<ul style="list-style-type: none">• Capaz de se locomover.• Qualidade.• Preços acessíveis.• Empreendimento inovador.	<ul style="list-style-type: none">• Falta de experiência no ramo.• Capacidade de atendimento limitada ao pequeno estoque.• Custo de locomoção.• Limitação de estoque.
	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
AMBIENTE EXTERNO	<ul style="list-style-type: none">• Demanda pelo produto.• Possibilidade de atender em outras cidades.• Pioneira no ramo de sorveterias móveis na cidade de Presidente Epitácio.	<ul style="list-style-type: none">• Crise econômica.• Falta de estacionamentos.• Sazonalidade.• Grandes número de concorrentes.• Políticas Governamentais.

Fonte: Os próprios autores (2017).

Forças: uma das forças da *Everesty Truck* é a sua capacidade de locomoção, pois a empresa consegue se locomover até vários lugares, diferente dos demais concorrentes. A qualidade do produto principal da empresa vem de um fornecedor com anos de experiência que está estabelecido na cidade de Presidente Venceslau e atende aos gostos regionais. Seus preços são acessíveis ao público, logo foram baseados conforme a pesquisa de mercado e estudos dos concorrentes. E o mais importante é a questão da inovação. O layout do empreendimento é atraente e inovador para a cidade.

Fraquezas: Uma das fraquezas da empresa é a falta de experiência no ramo de sorveterias, pois nenhum dos colaboradores possui prática. A capacidade de atendimento é restrita a quantidade que será transportada no estoque. O custo para que a empresa possa circular na cidade também é considerado uma fraqueza por conta dos gastos com combustível e manutenção do veículo.

Oportunidades: umas das oportunidades da *Everesty* é a demanda pelo sorvete no município, o produto é bastante consumido entre pessoas de todas as faixas etárias. O fato da empresa ser pioneira no ramo de sorveterias moveis desperta curiosidade no público e ainda conta com a possibilidade em atender outras cidades e aproveitar eventos e festas.

Ameaças: foram identificadas 4 ameaças para a *Everesty truck*. A notória crise econômica que afetou o país nos últimos anos é um desafio para o empreendimento. No município não existem específicas de *Food Trucks*, desta maneira a empresa é enquadrada como comércio ambulante, o que facilita a entrada de novos concorrentes. A falta de locais apropriados para estacionar o *truck* também pode ser uma das restrições da empresa em alguns lugares. O município conta com uma grande quantidade de sorveterias, dificultando a venda dos produtos em determinados pontos da cidade, como no centro. Além de tudo, os produtos são mais consumidos em determinadas épocas do ano, podendo ocasionar um declínio no faturamento principalmente no inverno.

7.2 - CINCO FORÇAS DE PORTER

De acordo com Liberato (2017) as cinco forças de Porter é um dos exercícios mais utilizados no mercado. Ela é utilizada para demonstrar como cada elemento do mercado pode influenciar de forma positiva ou negativa na empresa.

A seguir são apresentados os elementos avaliados pelas cinco forças de Porter:

7.2.1 - Poder de barganha dos fornecedores

Vantagem sobre o fornecedor: A *Everesty* não possui vantagem sobre o fornecedor, pois a mesma trata-se de uma microempresa que dependerá única e exclusivamente do sorvete distribuído pela Spumone. Neste caso a *Everesty* possui desvantagens em relação a Spumone, pois o fornecedor não depende da empresa, mas sim, o contrário.

Presença de insumos substitutos: A troca do fornecedor de sorvete da *Everesty* seria uma experiência traumática para a empresa, pois a mesma depende exclusivamente do produto distribuído pelo fornecedor escolhido.

Custos relativos a compras totais na indústria: A *Everesty* não causa grande impacto na parcela de vendas de seus fornecedores, pois a mesma se trata de uma microempresa.

7.2.2 - Rivalidades entre concorrentes

A rivalidade entre sorveterias é grande, como prova, a cidade possui 7 sorveterias. Este fato pode fazer com que haja uma certa disputa entre as empresas fazendo com que as mesmas tracem estratégias para tentar se igualar ao modelo de sorveteria da *Everesty*.

Custos Variáveis: Pelo fato da *Everesty* comprar produtos para revenda seus custos variáveis são menores se comparados a uma empresa que produz seu próprio sorvete, pois a mesma não terá gastos com maquinário, energia e nem ingredientes que seriam utilizados na fabricação do sorvete. A compra do sorvete possibilita uma margem de lucro maior para empresa.

Mobilidade: O fato de se tratar de um empreendimento móvel traz grandes vantagens para a empresa. A *Everesty* consegue se locomover até locais onde não há concorrentes, ou para locais onde há um grande fluxo de pessoas, alternando sua localização ao longo da semana e possibilitando maior aproximação aos seus clientes.

Centralização dos concorrentes: Por vezes os clientes escolhem comprar de uma determinada empresa por conta do preço, da qualidade do produto ou atendimento. Normalmente empresas que oferecem preços mais baixos entregam produtos de má qualidade. As que entregam seus produtos mais sofisticados, de alta qualidade, normalmente tem custos mais altos e o preço para o cliente final acaba sendo maior em relação aos outros. A *Everesty* irá oferecer produtos de qualidade com valores não elevados, com o intuito de mostrar que é possível adquirir um produto de valor moderado e de qualidade.

7.2.3 - Ameaça de novos entrantes

Exigência de capital: Caso o concorrente queira uma fatia do mercado para este ramo de negócios a exigência de capital não é das mais altas.

Políticas Governamentais: As regulamentações necessárias para o funcionamento deste tipo de empresa são enquadradas como de um “comércio ambulante”. Estas regulamentações facilitam a entrada de novos concorrentes.

Economia de Escala: É um produto que tem bastante saída, principalmente no verão, onde a empresa precisa reforça seus estoques. Em tempos de inverno os pedidos de sorvete diminuirão, portanto as compras com o fornecedor de sorvetes não serão feitas com a mesma frequência e nem na mesma escala. As opções mais adotadas nesta época serão pelos sorvetes quentes, como os fondues que serão oferecidos pela *Everesty*. Neste período do ano o faturamento, de certo modo diminui fazendo com que a empresa trace novas estratégias para reerguer seu faturamento.

.

7.2.4 - Ameaça de substituição de produtos

Propensão do comprador a substituir: Em determinados locais os produtos da *Everesty* tem certa dificuldade para serem substituídos. O sorvete é tratado como uma sobremesa e normalmente as pessoas procuram algo refrescante para o calor e logo pensam no sorvete. Apenas os produtos secundários podem ser substituídos por bebidas alcoólicas ou algo semelhante

7.2.5 - Poder de barganha dos clientes

Representação sobre os custos dos compradores: A *Everesty* tem um custo baixo. Este fato reflete no preço que será oferecido para cliente final, fazendo com que os produtos ofertados pela empresa se tornem acessíveis para o público.

7.3 - ESTRATÉGIA GENÉRICA

A estratégia genérica trata-se de uma resposta as cinco forças competitivas de Porter. Para definição da estratégia genérica é preciso escolher uma segmentação, sendo elas: liderança de custo, diferenciação ou foco.

De acordo com Gabriel. (2016) a liderança de custo visa alcançar a liderança no custo total, concentrando-se no alvo estratégico para obter vantagem em relação ao baixo custo dos itens que serão adquiridos pela empresa. Com a diferenciação, a empresa se preocupa menos com os custos e tenta ser vista no setor como tendo algo de singular a oferecer. Pode ser entendida como a estratégia que direciona seus esforços para um nicho bem mais específico de atuação, oferecendo produtos e serviços estritamente destinados àqueles clientes inclusos em seu nicho de atuação, não buscando atingir outros nichos, mas sim se especializar e comprovar sua superioridade em fornecimento frente a outras empresas optantes por estratégias de custos e diferenciação.

A estratégia competitiva da *Everesty Truck* é na diferenciação de seus serviços e na distribuição de seus produtos. A *Everesty* trata-se de uma sorveteria móvel que atenderá o público em vários pontos da cidade. Pelo fato de ser uma sorveteria móvel a empresa consegue ir até os seus consumidores, locais onde há lacunas a serem preenchidas como por exemplo a Orla onde não há concorrentes.

Designer. A empresa possui um designer totalmente inovador em comparação aos seus concorrentes, justamente pelo fato de ser o primeiro *food truck* de sorvete de presidente Eptácio, garantindo assim uma vantagem competitiva sobre seus concorrentes.

Distribuição. Pelo fato de poder se locomover a empresa pode distribuir seus produtos em diversas áreas da cidade, principalmente aquelas em que não há concorrentes. Sendo este o grande diferencial da *Everesty*.

Serviço. A empresa trabalhará em eventos particulares. Esta pode ser uma grande inovação da *Everesty* quanto aos seus serviços.

8 - AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Após a execução de todas as etapas deste plano de negócios, inclusive a pesquisa de mercado foi possível concluir que o consumo do sorvete é algo forte no município de Presidente Epitácio. Nesta pesquisa foi notório uma grande aceitação do empreendimento tanto pelos respondentes quanto pela análise de concorrentes e conclusão de planejamento financeiro.

Após os resultados da pesquisa de mercado foi possível fazer uma análise dos clientes, concorrentes e fornecedores. Foi identificado um grande nível de concordância entre os possíveis clientes, pois 97% do público entrevistado frequentaria a *Everesty*. A empresa possui vantagem competitiva em relação aos concorrentes pois a mesma possui caráter transitório propiciado pelos *food trucks*. É importante ressaltar que abrir este tipo de negócio na cidade seria inovador, pois através do mesmo seria possível alcançar os possíveis consumidores nos mais diversos pontos da cidade.

No final do planejamento financeiro foi comprovada a viabilidade do negócio. A *Everesty* investirá em torno de 142.000,00 (cento e quarenta e dois mil reais), para ter o retorno daqui a 3 anos. A empresa estima que seu lucro mensal será de R\$ 3.433,63 e sua rentabilidade será de 29,12% ao ano e em um ano de funcionamento a empresa alcançará 19% de lucratividade.

REFERÊNCIAS

ABIS. **Produção e consumo de Sorvetes no Brasil**. 2014. Disponível em: <http://www.abis.com.br/estatistica_producaoconsumodesorvetesnobrasil.html> Acesso em: 16 março de 2017.

ALENCAR, F. **O que é Instagram?** 2016. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2016/02/o-que-e-o-instagram.html>> Acesso em 29 setembro de 2017.

CLIK FOOD. **Sorveterias em Presidente Epitácio**. 2015. Disponível em: <<https://www.clikfoods.net/sorveterias>> Acesso em: 16 março 03 de 2017.

FIPE. **Tabela Fipe**. 2017. Disponível em: <fipeveiculos.com.br/tabela-fipe/001283-1> Acesso em: 16 novembro de 2017.

FOOD TRUCK NAS RUAS. **Localize um Food Truck**. 2017. Disponível em: <<http://www.foodtrucknasruas.com.br/>> Acesso em: 18 março de 2017.

GABRIEL. M. **As forças competitivas, as estratégias genéricas e a cadeia de valor de Michael Porter**. 2016. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/as-forcas-competitivas-as-estrategias-genericas-e-a-cadeia-de-valor-de-michael-porter/98306/>>. Acesso em: 09 dezembro de 2017.

IBGE. **População**. 2016. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=354130>>. Acesso em: 16 março de 2017.

JCNET. **Dia Nacional do Sorvete estimula maior consumo do alimento**. 2017. Disponível em: <<http://www.portal-administracao.com/2015/05/as-cinco-forcas-de-porter.html>> Acesso em: 14 novembro de 2017.

LIBERATO. R. **Cinco forças de Porter: Uma análise para definir o futuro do negócio**. 2017 Disponível em: <<http://marketti.com.br/cinco-forcas-de-porter/>> Acesso em: 16 novembro de 2017.

OLIVETTE, C. **Brasil está entre os 10 maiores consumidores de sorvete do mundo**. 2016. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/blogs/sua-oportunidade/mercado-de-sorvete-vive-expansao/>> Acesso em 25 abril de 2017

PEÇANHA, V. **Marketing Digital é promover produtos ou marcas por meio de mídias digitais**. 2014. Disponível em: <<https://marketingdeconteudo.com/marketing-digital/>> Acesso em: 29 setembro de 2017.

SÃO PAULO. Lei Nº 15.947, de 26 de dezembro de 2013. Dispõe sobre as regras para comercialização de alimentos em vias e áreas públicas - comida de rua - e dá outras providências. Diário Oficial da Cidade de São Paulo, Ano 58, N. 244, p. 1, 2013.

SEBRAE. Minas Gerais. **Como montar uma sorveteria**. 2016. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/como-abrir-uma-sorveteria-em-minas-gerais,5e4e0a2d54689410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso: 04 abril de 2017.

SOARES, J. **Food trucks investem em novos formatos para crescer**. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/08/1804590-food-trucks-investem-em-novos-formatos-para-crescer.shtml>> Acesso em: 19 março de 2017.

SODRÉ, E. **Venda de veículos cai 20% em 2016 e repete números de 10 anos atrás**. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/01/1846563-venda-de-veiculos-cai-20-em-2016-e-repete-numeros-de-10-anos-atras.shtml>> Acesso em: 25 abril de 2017.

UOL. **WhatsApp é o app de mensagens mais popular em todo o mundo, diz pesquisa**. 2016. Disponível em: <<https://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2016/05/25/whatsapp-e-o-app-de-mensagens-mais-usado-em-todo-o-mundo-diz-pesquisa.htm>> Acesso em: 29 setembro de 2017.

APÊNDICES

Apêndice A – Exemplo de folder publicitário.

18 DE DEZEMBRO

vai ter

EVERESTY
Sorveteria Truck

*Local: Primeiro estacionamento da
Orla de Pres. Epitácio - Lado Direito
à partir das 19 horas*

*Apresente este flyer e ganhe 5% de desconto**

* Desconto não acumulativo, somente para pagamento à vista

The advertisement features a blue background with a stylized mountain range logo in shades of blue and white. Below the logo, the brand name 'EVERESTY' is written in large, bold, blue letters with a white outline, and 'Sorveteria Truck' is written in a smaller, blue, cursive font. The date '18 DE DEZEMBRO' is prominently displayed at the top in yellow letters on a blue banner. The text 'vai ter' is written in a blue, italicized font. The location and time information is provided in a blue, italicized font. A promotional offer is stated at the bottom in a blue, italicized font. A vertical disclaimer is located on the left side. The bottom of the advertisement shows a variety of ice cream products, including cones, sticks, and cups.

Fonte: os próprios autores. (Desenvolvido por Gislaíne Bonilha).

Apêndice B – Questionário utilizado na pesquisa de mercado.



Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
Curso Técnico em Administração – Modalidade Conc/Subsequente
Terceiro Semestre
Professor Me. Douglas Godoy

Pesquisa de Mercado

1- Qual é o seu gênero?

- Masculino Feminino

2- Qual é a sua faixa etária?

- 16 a 26 anos 27 a 37 anos
 38 a 48 anos 49 a 59 anos
 Acima de 60 anos

3- Qual é o seu estado civil?

- Solteiro (a) Casado (a)
 Viúvo (a) Divorciado (a)

4- Qual é a sua escolaridade?

- Ensino Fundamental
 Ensino Médio
 Ensino Superior
 Não estudou

5- Qual é a sua renda familiar?

- Até R\$ 1.874,00 reais
 De R\$ 1.874,01 a R\$ 3.748,00 reais
 De R\$ 3.748,01 a R\$ 9.370,00 reais
 De R\$ 9.370,01 a R\$ 18.740,00 reais
 Acima de R\$ 18.740,01 reais

6- Você tem filhos?

- Sim Não

7- Você consome sorvetes?

- Sim Não

Se a resposta for NÃO, justifique sua resposta e, em seguida, entregue o questionário.

8- Com que frequência você consome sorvetes?

- Diariamente
 Três vezes por semana
 Duas vezes por semana
 Uma vez por semana
 Quinzenalmente
 Mensalmente
 Outra _____

9- Qual dia da semana você prefere consumir sorvetes?

- Segunda-feira
 Terça-feira
 Quarta-feira
 Quinta-feira
 Sexta-feira
 Sábado
 Domingo

10- Em qual período do dia você costuma consumir sorvetes?

- Manhã
 Tarde
 Noite

11- Onde você costuma comprar sorvetes?

(Assinale, no máximo, três empresas)

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Mil Milk Shakes | <input type="checkbox"/> Yuki |
| <input type="checkbox"/> Chiquinho | <input type="checkbox"/> Du Porto |
| <input type="checkbox"/> Casa do Picolé | <input type="checkbox"/> Castelo |
| <input type="checkbox"/> Maly | <input type="checkbox"/> Garrido |
| <input type="checkbox"/> Yogurteria Vida | <input type="checkbox"/> Padarias |
| <input type="checkbox"/> Supermercados | <input type="checkbox"/> Farmácias |
| <input type="checkbox"/> Conveniências | <input type="checkbox"/> Postos |
| <input type="checkbox"/> Lanchonetes | |
| <input type="checkbox"/> Outro | |
-

12- O que você considera que poderia ser melhorado na(s) sorveteria(s) que você frequenta?

- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Preço | <input type="checkbox"/> Localização |
| <input type="checkbox"/> Higiene e Limpeza | <input type="checkbox"/> Atendimento |
| <input type="checkbox"/> Acessibilidade | <input type="checkbox"/> Iluminação |
| <input type="checkbox"/> Qualidade do Produto | <input type="checkbox"/> Cardápio |
| <input type="checkbox"/> Climatização do Ambiente | |
| <input type="checkbox"/> Outro | |
-

13- Quais são os sabores de sorvete que você prefere?

(Assinale, no máximo, oito sabores)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Morango | <input type="checkbox"/> Abacaxi |
| <input type="checkbox"/> Chocolate | <input type="checkbox"/> Floresta Negra |
| <input type="checkbox"/> Ninho | <input type="checkbox"/> Laka |
| <input type="checkbox"/> Sensação | <input type="checkbox"/> Napolitano |
| <input type="checkbox"/> Limão | <input type="checkbox"/> Romeu e Julieta |
| <input type="checkbox"/> Milho Verde | <input type="checkbox"/> Baunilha |
| <input type="checkbox"/> Creme | <input type="checkbox"/> Coco |
| <input type="checkbox"/> Ovomaltine | <input type="checkbox"/> Tropical |
| <input type="checkbox"/> Açai | <input type="checkbox"/> Cravo e Canela |
| <input type="checkbox"/> Algodão Doce | <input type="checkbox"/> Ameixa |
| <input type="checkbox"/> Banana | <input type="checkbox"/> Goiaba |
| <input type="checkbox"/> Graviola | <input type="checkbox"/> Kider Ovo |
| <input type="checkbox"/> Leite condensado | <input type="checkbox"/> Maça do Amor |
| <input type="checkbox"/> Mamão | <input type="checkbox"/> Manga |
| <input type="checkbox"/> Maracujá | <input type="checkbox"/> Beijinho |

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Brigadeiro | <input type="checkbox"/> Cappuccino |
| <input type="checkbox"/> Cereja | <input type="checkbox"/> Chiclete |
| <input type="checkbox"/> Chocolate Branco | <input type="checkbox"/> Flocos |
| <input type="checkbox"/> Melão | <input type="checkbox"/> Menta |
| <input type="checkbox"/> Negresco | <input type="checkbox"/> Ferreiro Roche |
| <input type="checkbox"/> Nozes | <input type="checkbox"/> Chokito |
| <input type="checkbox"/> Prestigio | |
| Outro | _____ |

14- Quais tipos de sorvete diferenciados você prefere?

(Assinale, no máximo, cinco sabores)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Fondue | <input type="checkbox"/> Sundae |
| <input type="checkbox"/> Sorvete Assado | <input type="checkbox"/> Bolo de Sorvete |
| <input type="checkbox"/> Petit gâteau | <input type="checkbox"/> Banana Split |
| <input type="checkbox"/> Sorvete Italiano | <input type="checkbox"/> Milk Shake |
| <input type="checkbox"/> Sorvete Diet | <input type="checkbox"/> Sem Lactose |
| <input type="checkbox"/> Picolé | <input type="checkbox"/> light |
| <input type="checkbox"/> | |
| Outro | _____ |

15- Quais coberturas e acompanhamentos para sorvete você prefere?

(Assinale, no máximo, cinco sabores)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Calda de chocolate | <input type="checkbox"/> Calda morango |
| <input type="checkbox"/> Calda de caramelo | <input type="checkbox"/> Calda de limão |
| <input type="checkbox"/> Calda de groselha | <input type="checkbox"/> Calda de uva |
| <input type="checkbox"/> Calda de coco | <input type="checkbox"/> Calda de Cereja |
| <input type="checkbox"/> Chantilly | <input type="checkbox"/> Nutella |
| <input type="checkbox"/> Granulado | <input type="checkbox"/> Coco ralado |
| <input type="checkbox"/> Morango | <input type="checkbox"/> Banana |
| <input type="checkbox"/> Chocolate Ralado | <input type="checkbox"/> Granola |
| <input type="checkbox"/> Ovomaltine | <input type="checkbox"/> M&M |
| <input type="checkbox"/> Uva passa | <input type="checkbox"/> Cereja |
| <input type="checkbox"/> Granulado Colo. | <input type="checkbox"/> Aveia |
| Outro | _____ |

16- Quando você vai a uma sorveteria, você costuma gastar quanto?

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> Até R\$10,00 |
| <input type="checkbox"/> De R\$ 10,01 até R\$20,00 |
| <input type="checkbox"/> De R\$ 20,01 até R\$30,00 |
| <input type="checkbox"/> De R\$ 30,01 até R\$40,00 |
| <input type="checkbox"/> De R\$ 40,01 até R\$50,00 |
| <input type="checkbox"/> Mais de R\$ 50,00 |

17- Qual é a forma de pagamento que você mais utiliza?

- Dinheiro
 - Cartão de Débito
 - Cartão de Crédito
 - Outro
-

Caro respondente, agora iremos fazer uma breve descrição do negócio que estamos estudando, para que possa responder às questões finais deste questionário.

EVERESTY TRUCK

A *Everesty* se trata de uma sorveteria sobre rodas que comercializa vários tipos de sorvetes em diversos pontos da cidade. Serão comercializados sorvetes como picolés, sorvetes de sabores variados, *diet*, sem lactose e o sorvete italiano.

18- Você consumiria sorvetes na *Everesty Truck*?

- Sim
- Não

Se a resposta for NÃO, justifique sua resposta abaixo e, em seguida, entregue o questionário.

Resposta:

19- Quanto você pagaria pelos produtos da *Everesty Truck* apresentados abaixo:

Sorvete Massa 1 bola _____
Sorvete Italiano _____
Picolé _____

20– Você contrataria a *Everesty Truck* para eventos particulares?

- Sim
- Não

21- Em quais pontos da cidade você gostaria que a *Everesty Truck* circulasse?

- Centro
 - Parque o Figueiral
 - Prainha
 - Pier
 - Orla
 - Bairro qual(is)?
-
-

22– A *Everesty Truck*, na sua opinião, deve ser equipada com quais itens?

- Wi-fi
- Som
- Outro _____

23- Como você gostaria de ser informado sobre as promoções da *Everesty Truck*?

- Pela TV
- Pelo boca-a-boca
- Pela rede social
- Pelo carro de som
- Outro _____
- Pelo rádio
- Pelo jornal
- Planfletos
- Folders

Fim! Obrigado por responder o questionário!