

INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
SÃO PAULO

SÃO PAULO
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Confort & Drink

DESENVOLVEDORES:

CHRISTOFER
ROSIMEIRE

MÁRCIO
ROSIRENE





Christofer Chernioglo Garbin

Márcio José Barros Alves

Rosimeire Fernandes de Souza

Rosirene Pereira de Mendonça

PLANO DE NEGÓCIO:



Trabalho de Conclusão de Curso Técnico em Administração
Apresentado á disciplina de Projeto Integrador no Instituto
Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Estado de
São Paulo – Câmpus Presidente Epitácio.

Orientador: Professor Antônio Marcos Tomé

Presidente Epitácio - SP

2018



Christofer Chernioglo Garbin

Márcio José Barros Alves

Rosimeire Fernandes de Souza

Rosirene Pereira de Mendonça

PLANO DE NEGÓCIO:



Trabalho de Conclusão do Curso,
Como requisito parcial para obtenção do
Título de Técnico em Administração

BANCA EXAMINADORA:

Antonio Marcos Tomé

Bruno Teremussi

Marcos do Nascimento

Presidente Epitácio - SP

2018



AGRADECIMENTOS:

Agradecemos primeiramente a Deus, que nos concedeu muita sabedoria para enfrentar todas as dificuldades encontradas pelos caminhos percorridos.

A nossa família pelo incentivo e apoio recebido em todos os momentos.

Aos nossos colegas do curso Técnico em Administração – Formandos 2018, do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo - Câmpus Presidente Epitácio.

A todos os professores que nos acompanharam e orientaram durante esses dois anos em que estivemos presentes no curso Técnico em Administração.

E ao nosso orientador Professor Antônio Marcos Tomé, pela dedicação e orientações fundamentais para a existência desse trabalho.

Agradecemos também a todos os integrantes do nosso grupo **Confort&Drink** pelo papel fundamental que cada um teve, dispondo de seu tempo e sempre com muita dedicação. Com muito esforço concluímos mais uma etapa de nossas vidas.



“Ser um empreendedor é muito mais que ter a vontade de chegar ao topo de uma montanha; é conhecer a montanha e o tamanho do desafio; planejar cada detalhe da subida; saber o que você precisa levar e que ferramentas utilizar; encontrar a melhor trilha; estar comprometido com o resultado; ser persistente; calcular os riscos; preparar-se fisicamente; acreditar na sua própria capacidade e começar a escalada.”

“Se um dia disserem que seu trabalho não é o de um profissional, lembre-se: a Arca de Noé foi construída por amadores; profissionais construíram o Titanic...”

Prof. Emanuel Ponciano



Lista de Figuras presentes no Plano de Negócio

Figura 1 - Exemplo de folder promocional.....	36
Figura 2- Produto - Chinelos personalizados.....	38
Figura 3 - Produto - Copos personalizados.....	39
Figura 4 - Localização do negócio.....	40
Figura 5 - Planta Baixa	44
Figura 6 - Frente	45
Figura 7 - Recepção.....	45
Figura 8 - Área de produção.....	46
Figura 9 - Área de estoque	46
Figura 10 - Corredor de acesso 1.....	47
Figura 11 - Corredor de acesso 2.....	47
Figura 12 - Escritório.....	48
Figura 13 - Cozinha.....	48
Figura 14 - Banheiro feminino	49
Figura 15 - Banheiro masculino	49
Figura 16 - Fluxograma Comercial	51
Figura 17 - Fluxograma de funcionamento interno	51



Lista de Gráficos presentes no Plano de Negócio

Gráfico 1 – Gênero.....	19
Gráfico 2 - Faixa Etária.....	20
Gráfico 3 - Renda familiar.....	21
Gráfico 4 - Total de pessoas na família.....	22
Gráfico 5 -Costuma presentear convidados.....	23
Gráfico 6 - Preferência entre produtos.....	24
Gráfico 7- Compram ou encomendam brindes.....	25
Gráfico 8 - Onde costuma comprar chinelos e copos?.....	26
Gráfico 9 - Você compraria desta fábrica?.....	27
Gráfico 10 - O que poderia ser melhorado nos lugares que vendem chinelos e copos personalizados?.....	28
Gráfico 11 - Local que busca informações sobre produtos.....	28
Gráfico 12 - Forma de pagamento mais utilizada.....	29
Gráfico 13 - Meio de comunicação que mais chama a atenção dos entrevistados....	41



SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO	10
1.1 Resumo dos Principais Pontos do Plano de Negócios.....	10
1.3. Dados do Empreendimento	16
1.4. Missão da Empresa.....	16
1.5. Visão da Empresa	16
1.6. Valores da Empresa.....	16
1.7. Setor de Atividades	16
1.9. Enquadramento Tributário.....	17
1.10. Capital Social	17
2. ANÁLISE DE MERCADO	19
2.1. Estudo dos Clientes	19
2.2. Estudo dos Concorrentes.....	30
2.2.1 Concorrentes Diretos	31
2.2.2 Concorrente Indireto	31
2.3. Estudo dos Fornecedores	32
3. PLANO DE MARKETING	35
3.1 Descrição dos principais produtos e serviços	35
3.2 Política de Preços.....	36
3.3 Estratégia de marketing.....	37
3.4 Aumentar o número de vendas	37
3.5 Ganhar Visibilidade e Popularidade.....	37
3.6 Produto	38
3.7 Localização do negócio.....	40
3.8 Promoção.....	40
3.9 Fidelizar Clientes	42
4. PLANO OPERACIONAL	43
4.1 Layout ou arranjo físico.....	44
4.2 Capacidade Produtiva e de Atendimento	50
4.3 Processos Operacionais.....	51
5. PLANO FINANCEIRO	53
5.1 Investimentos Fixos.....	53
5.2 Capital de Giro	54



5.3 Investimentos pré-operacionais.....	57
5.4 Investimento Total	57
5.5 Estimativa de Faturamento Mensal	58
5.6 Estimativa de Custo de Comercialização	59
5.7 Apuração do Custo de Mercadoria Vendida (Comércio).....	59
5.8 Custo de Mão de Obra Mensal.....	60
5.9 Estimativa do Custo de Depreciação	61
5.10 Estimativa do Custo Fixo Operacional mensal	61
5.11 Demonstrativo do Resultado de Exercício.....	62
5.12 Indicadores de Viabilidade	62
5.12.1 Ponto de Equilíbrio.....	63
5.12.2 Lucratividade.....	63
5.12.3 Rentabilidade	64
5.12.4 Prazo de Retorno de investimento	64
6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS.....	65
7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	66
7.1 Análise da Matriz F.O.F.A.	66
8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	68
9.REFERÊNCIAS.....	69

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A seguir apresentamos uma breve descrição da história do surgimento do produto, uma introdução objetiva de cada etapa do plano de negócio.

1.1 Resumo dos Principais Pontos do Plano de Negócios

Recentemente o mercado tem presenciado um crescimento dos adeptos ao uso dos tão populares chinelos, fato esse que o levou a estar presente ao dia a dia das mais variadas pessoas, ou seja, desde classes populares até as classes elites, sem distinção de gênero ou idade, sendo hoje vendido mais de 200 milhões de peças por ano.

Não é difícil identificar os chinelos de dedo a qualquer outro produto. Eles calçam os pés de bilhões de pessoas, são fabricados em diversos continentes e o seu modelo padrão é facilmente identificado em qualquer ponto do globo: sola e palmilha prensadas, formando um único pedaço e as tiras em "V" invertido na parte cima. A variação se dá nos materiais borracha ou plástico e no processo de fabricação que, por sua vez, proporcionam as possibilidades de cores e de estampas.

Nos tempos modernos, a maioria das culturas foram transferindo a preferência para o uso do couro, da borracha e de outros produtos têxteis ou sintéticos resistentes, (BRUSTIN, 2016)

A partir de informações concedidas pela Havaianas, que em 1987 foram comercializados 88 milhões de chinelos, considerando que a população brasileira era de 141 milhões, ou seja, proporcionalmente mais de 60% dos brasileiros adquiriram um par naquele ano.

Em 2010, foram consumidos 740 milhões de pares em todo o país. Considerando todo o mercado de sandálias e chinelos, foram 400 milhões de pares vendidos. Os demais foram saltos, sapatos, tênis, entre outros. Carla Schmitzberger, diretora da unidade de sandálias da Alpargatas, diz que o país tem duas características que servem de impulso ao setor: o calor e o baixo custo desse tipo de produto.

Estimando que 94 de cada 100 brasileiros possuem ou já possuíram um par, porém os chinelos se tornam invisíveis no uso cotidiano. Dos 94% de brasileiros que possuem o chinelo em casa, talvez muitos deles não usem com frequência. Mas é inegável que o produto está presente na vida da maioria da população e mesmo que invisibilizado está inserido na cultura material brasileira.

A estampa floral foi criada por volta de 1995, a variedade de estampas lançadas a cada coleção faz com que se mantenha o desejo das usuárias por mais pares a cada estação, em função da renovação de estampas.

De 1994 a 2003 o investimento em comunicação cresceu de 3% a 4% do faturamento para 10% a 12%. Considerando que as vendas aumentaram neste intervalo – em 2002 foram 120 milhões de pares comercializado - o montante investido em campanhas publicitárias e as ações de marketing também cresceu significativamente (HSM MANAGEMENT, 2005).

Segundo o Instituto de Estudos de Marketing Industrial (IEMI), “o mercado de chinelos e sandálias movimenta R\$ 6,7 bilhões na economia do Brasil, o que representa 50% do total de calçados produzidos no país. Um levantamento do SEBRAE enumera um total de 664 empresas fabricantes de chinelos no território nacional. Dentro deste mercado, 76,4% dos produtos são voltados para o público adulto, 23,5%, dedicados a crianças e 0,1%, para bebês. Ao todo, a produção de chinelos no Brasil corresponde a 8,1% do total de calçados fabricados.”

Aos poucos os chinelos foram ganhando novos ambientes como em restaurantes, em shoppings e etc. O que era apenas um chinelo de borracha comum vai se transformando a partir dos anos 2000, em um dos bens de consumo mais exportados do Brasil.

Já os copos também se tornou um produto de grande consumo, pois o mundo seria um lugar diferente se não fosse pelos copos de plástico. Estes copos são encontrados em estádios e jogos de times profissionais, piqueniques e são usados até mesmo pela casa em áreas como o banheiro. A história dos copos de plástico data da década de 1960, mas antes de sua invenção, as

As pessoas usavam copos de papel de forma similar. O precursor do copo de plástico moderno foram o Dixie Cups, inicialmente fabricados em 1908. A empresa percebeu uma demanda por copos descartáveis e mudou completamente a forma como as pessoas passaram a consumir bebidas. Antes da invenção desses copos, as pessoas bebiam de copos compartilhados ou barris de água a partir dos quais se tornavam suscetíveis aos germes e doenças dos outros. Esses copos continham uma pequena cobertura de cera no interior que evitava o vazamento, mas eram feitos de papel. Em 1996, a Wilson patenteou a idéia de um copo e um copão feito de plástico e reforçado com nervuras. Estas peças eram mais pesadas e mais duráveis que os copos de plástico descartáveis.

E através dos copos hoje o mercado dos brindes personalizados é com toda certeza um dos mais movimentados do país, afinal, como bons brasileiros, gosta de presentear e de guardar lembranças! As canecas são um dos objetos mais procurados dentro desse mercado, pois são uma ótima opção de presente! Podem ser lembranças de casamentos; chás de bebê ou eventos sociais em geral. Ficam lindas e ainda possuem uma infinidade de possibilidades para sublimação, (SILVA M., 2017).

Os primeiros registros de brindes corporativos datam do século XIX, quando algumas organizações distribuía calendários personalizados. Entretanto, esses objetos só foram reconhecidos como brindes em 1798, com a distribuição de bottons na eleição de George Washington, nos Estados Unidos (ALAM H., 2017).

E com todas essas inovações no mercado e a grande procura pelos brasileiros o ramo da fabricação de chinelos e copos dessa empresa é voltado para o público em geral, estabelecimentos que queiram revender, lojas de calçados, entre outros, com várias opções de estampas para agradar o consumidor, visando sempre no bom atendimento, qualidades em nossos produtos e pontualidade nas entregas.

A cidade de Presidente Epitácio é conhecida como cidade turística. Uma de suas festas mais conhecidas é a “EPIFOLIA”, uma festa realizada na confraternização de ano novo, com a tradicional queima de fogos que chama a atenção do público de todas as regiões. A população da cidade foi estimada pelo IBGE, (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em 43.718

habitantes no ano de 2016, recebendo aproximadamente 40 mil turistas ao ano. Sua fama crescente chegou até o programa televisivo conhecido como “FANTÁSTICO”, (Rede Globo), onde foi desenvolvido um concurso para eleger o por do sol mais bonito do Brasil. A cidade de Presidente Epitácio ganhou em primeiro lugar no ranking. Desta forma, com o crescente numero de turistas, a fama de cidade turística, empresas que querem divulgar sua marca e promover o marketing, o alto número de festas, tanto particulares quanto públicas, foi que encontramos uma lacuna de mercado a qual nosso projeto se enquadra. A Confort&Drink, como sendo uma fabrica customizadora de chinelos e copos que podem ser usados tanto como brinde, lembranças ou ferramenta de marketing, efetuará a venda via encomendas para as diversificadas festas e eventos que ocorrem na cidade de Presidente Epitácio. Os chinelos poderão ser vendidos para mercados locais para revenda ou mesmo um brinde da organização, os copos serão mais presentes em festas, sua estampa customizada promoverá marcas, poderá ser levado como lembrança turística, lembrança de eventos, sem contar sua enorme utilidade. Em uma festa, os copos poderão ser usados tanto para venda quanto para o consumo de bebidas no local.

1.2. Dados dos desenvolvedores, Experiências Profissionais e Atribuições

Currículo

Nome: Christofer Chernioglo Garbin

Idade: 24 anos

Cidade: Presidente Epitácio **UF:**SP **Endereço:**Rua Aracajú N°24 - 43

Bairro: Jardim Real **Telefone:** (18) 98164-6749 **Email:** Radicaiscrys@gmail.com

Objetivo: Exercer a função de Supervisor de Qualidade, ajudando a melhorar a eficiência dos processos produtivos, reduzir custos e aumentar a satisfação dos clientes.

Qualificações:

Vasta experiência na área da informática e tecnologias

Experiência como professor de informática

Experiência como professor de cursos profissionalizantes

Experiência com criação de logotipos, banners, cartazes e folhetos

Representante do setor de informática em escola pública

Experiências profissionais:

Nome da empresa: Acessa Escola (FUNDAP) **Período:** 1 ano

Término do contrato: 2011 **Atividades:** Monitoramento de sala de informática, representante da escola, ensinamento de alunos e auxílio na utilização de microcomputadores

Nome da empresa: Prepara Cursos Profissionalizantes **Período:** 1 ano

Término do contrato: 2013 **Motivo:** Fechamento da empresa **Atividades:** Ensino dos cursos aos alunos, incentivo e auxílio na utilização de microcomputadores e sistemas de ensino (prepara e Onbyte)

Formação Acadêmica: Ensino Médio completo

Cursos complementares:

Operador de Computador: Windows, Word, Excel, Power Point, internet

Designer Gráfico: Corel x-4, Photoshop cs4, Indesign cs4

Web Designer: Dreamweaver, Flash, PHP, Html, Fireworks, FrontPage

Técnico em Administração: Curso do Instituto Federal de São Paulo

Currículo

Nome: Rosimeire Fernandes de Souza **idade:** 23

Cidade: Presidente Epitácio **UF:**SP **Endereço:** Ass. São Paulo- Sítio Família Feliz **Nº**50

Bairro: Zona Rural **Telefone:** (18) 997975794 **Email:** rosimeire-fernandes7@hotmail.com

Formação Acadêmica: Ensino Médio completo

Cursos complementares:

Curso Básico de Informática – Carga Horária de 70 horas – CEMASE

Fluxo de caixa – Carga Horária de 3 horas – SEBRAE

Técnico em Administração: Curso do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo

Palestras:

Finanças para Empreendedorismo – duração de 3 horas

Tributação para Empreendedores – duração de 3 horas

As tendências de mercado – duração de 2 horas – IFSP (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo)

Currículo

Nome: Marcio José Barros Alves

Idade: 37

Cidade: Presidente Epitácio **UF:** SP **Endereço:** Rua Maceió **Nº** 23-55

Bairro: Jardim Real **Telefone:** (18) 99633-2935 **Email:** Marcio_zebarros@hotmail.com

Objetivo: Utilizar todos os conhecimentos técnicos para ajudar no desempenho da Empresa.

Formação Acadêmica: Ensino Médio completo

Cursos complementares:

Operador de computador: Windows, Word, Excel, Power Point. CENAIC

Técnico em Administração: Curso do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo

Currículo

Nome: Rosirene Pereira Mendonça

Idade: 41

Cidade: Presidente Epitácio **UF:** SP **Endereço:** Rua Miguel Coutinho **Nº:**20-28

Bairro: Monte Castelo **Telefone:** (18) 98160-3822 **Email:** Rosemendonca516@gmail.com

Objetivo: Utilizar todos os conhecimentos técnicos para ajudar no desempenho da Empresa.

Formação Acadêmica: Ensino Médio completo

Cursos complementares:

Operador de computador: Windows, Word, Excel, Power Point. CENAIC

Técnico em Administração: Curso do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo

1.3. Dados do Empreendimento

Quadro 1

Nome Fantasia	Confort& Drink
Razão Social	Barros e FernandesLTDA
CNPJ	37.345.757/0001-03 (fictício)

1.4. Missão da Empresa

Atuar no ramo da customização de chinelos e copos oferecendo produtos de qualidade, buscando sempre prestar um ótimo atendimento aos nossos clientes.

1.5. Visão da Empresa

Ser a empresa de customização mais reconhecida da região, tanto pela excelência de seu produto quanto pela satisfação dos seus clientes.

1.6. Valores da Empresa

- Trabalho em equipe
- Higienização
- Bom atendimento ao cliente
- Qualidade
- Ética e respeito

1.7. Setor de Atividades

A Confort&Drink será uma indústria que transforma a matéria-prima em chinelos e canecas customizadas, atuando no setor de brindes corporativos e eventos. Na produção haverá a utilização de máquinas que realizarão o recorte e estamparão a imagem ou logotipo nos produtos, porém o acabamento será manual.

1.8. Forma Jurídica

Como esse plano de negocio se trata de um plano para investidores se baseia nas seguintes formas possíveis:

- **Micro empreendedor Individual – MEI:** pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Sua inscrição é feita gratuitamente pela internet (www.portaldoempreendedor.gov.br).
- **Empresário Individual:** pessoa física que exerce atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços. Responde com o seu patrimônio pessoal pelas obrigações contraídas pela empresa.
- **Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI:** empresa constituída por uma única pessoa, titular da totalidade do capital social. A empresa responde por dívidas apenas com seu patrimônio, e não com os bens pessoais do titular.
- **Sociedade Limitada:** sociedade composta por, no mínimo, dois sócios, pessoas físicas ou jurídicas. A responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

1.9. Enquadramento Tributário

O Simples Nacional destina-se às empresas que se beneficiarão da redução e simplificação dos tributos, além do recolhimento de um imposto único. O enquadramento no Simples está sujeito à aprovação da Receita Federal e considera a atividade e a estimativa de faturamento anual da empresa. A Lei também prevê benefícios quanto à desburocratização, acesso ao mercado, ao crédito e a justiça, o estímulo à inovação e à exportação

1.10. Capital Social

O capital social é representado por todos os recursos (dinheiro, equipamentos, ferramentas, etc.), inicia-se com o(s) proprietário(s) para a montagem do negócio. Ao elaborar o plano financeiro do empreendimento, saberá o total do capital a ser aplicado. Caso você escolha ter uma sociedade, será preciso determinar o valor do capital que cada sócio irá investir e o seu percentual.

Este documento trata-se de um plano de negócios voltado para investidores, no qual será necessário um Capital Social total de R\$ 40.479,43 para que se possa realizar o mesmo.

Investimento Total			
Item	Descrição do Investimento	Valor	%
5.1	Investimento (fixo)	R\$ 25.704,64	64%
5.2	Capital de Giro	R\$ 11.861,25	29%
5.3	Investimento pré operacional	R\$ 2.913,54	7%
Total de investimento		R\$ 40.479,43	100%

2. ANÁLISE DE MERCADO

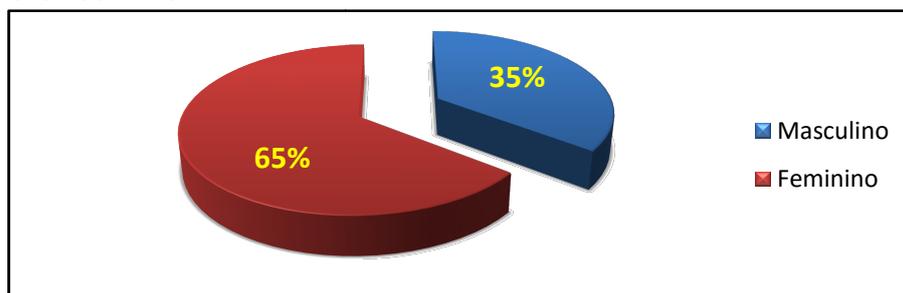
Para que o negócio proposto possua um maior nível de êxito e sucesso, foi elaborado um questionário com o objetivo de analisar com maior precisão o mercado no qual será inserido e o quanto a Confort&Drink possui de aceite e na cidade de Presidente Epitácio. Sendo assim, o seguinte tópico está subdividido em: estudo dos clientes, estudo dos fornecedores e estudo de concorrentes.

2.1. Estudo dos Clientes

Para realização da análise de mercado foram realizadas 200 (duzentas) entrevistas no mês de outubro de 2017 para levantamento da amostragem dos dados. O questionário possui as primeiras cinco questões com o intuito de caracterização do entrevistado e definição mais qualificada do público alvo. Esta é uma das etapas mais importantes da elaboração do seu plano. Afinal, sem clientes não há negócios. Os clientes não compram apenas produtos, mas soluções para algo que precisam ou desejam. Você pode identificar essas soluções se conhecê-los melhor. (Rogério Cintra, 2012)

A seguir gráfico de número 1 apresenta os dados referentes à pesquisa de mercado realizada, apresentando informações referentes ao gênero dos entrevistados.

Gráfico 1 - Gênero



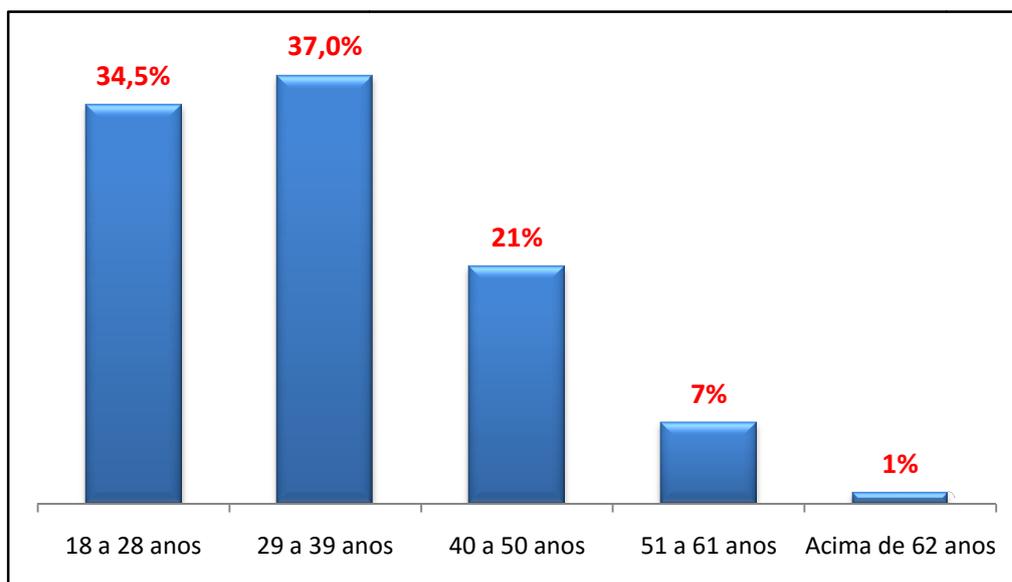
Fonte: Os próprios autores.

De acordo com o gráfico 01, identifica-se que a maioria dos entrevistados na região de Presidente Epitácio são mulheres, com 65% dos entrevistados, logo a seguir os homens, apresentando uma porcentagem de

35%.De acordo com a pesquisa, as mulheres se interessam em nossa empresa,porém elas pesquisam e procuram os melhores preços, melhores variedades e qualidade,este dado contribuirá para a Confort&Drink estar sempre inovando buscando atender aos desejos do consumidor.

A seguir o gráfico de número 2 apresenta os dados referentes à pesquisa de mercado realizada, apresentando informações referentes à idade dos entrevistados.

Gráfico 2 - Faixa Etária



Fonte: Os próprios autores.

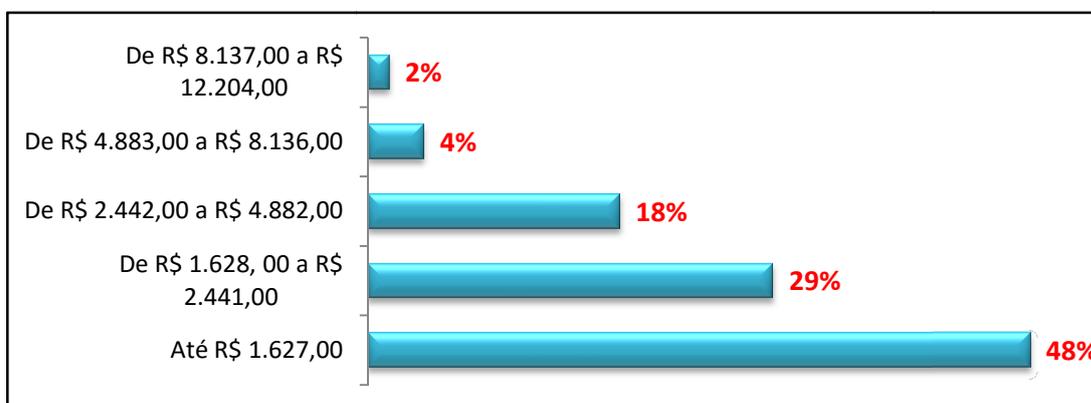
O gráfico 02 mostra que 34,5% dos entrevistados têm uma faixa etária de 18 a 28 anos de idade, 37% tem entre 29 a 39 anos de idade, 20,5% tem entre 40 a 50 anos de idade, 7% tem entre 51 a 61 anos de idade e apenas 1% é acima de 62 anos de idade. Na análise dos resultados, pode-se observar que o público alvo tem a idade entre 29 a 39 anos de idade, no entanto a Confort&Drink atenderá todas as faixas etárias, pois oferece um ambiente propício a qualquer idade.

De acordo com os dados das pesquisas nesta idade de 29 a 39 anos geralmente se encontram pessoas casadas e com filhos. Esses possíveis clientes gostam muito de ter lembranças de seus filhos e geralmente optam por encomendar brindes customizados no dia especial do evento.

Em segundo lugar estão os mais jovens com idades entre 18 e 28 anos, que gostam de frequentar baladas na cidade de Presidente Epitácio. Existem muitas festas particulares que utilizam copos para brindes e divulgação. Esses copos além de uma lembrança servem para os jovens consumirem bebidas no local, desta forma evita que se joguem os copos no local, por serem bonitos eles levam para casa, contribuindo com a limpeza do local, com a preservação do meio ambiente e auxiliando a divulgação.

A seguir o gráfico de número 3 apresenta os dados referentes à pesquisa de mercado realizada, apresentando informações referentes a renda familiar dos entrevistados.

Gráfico 3 - Renda familiar



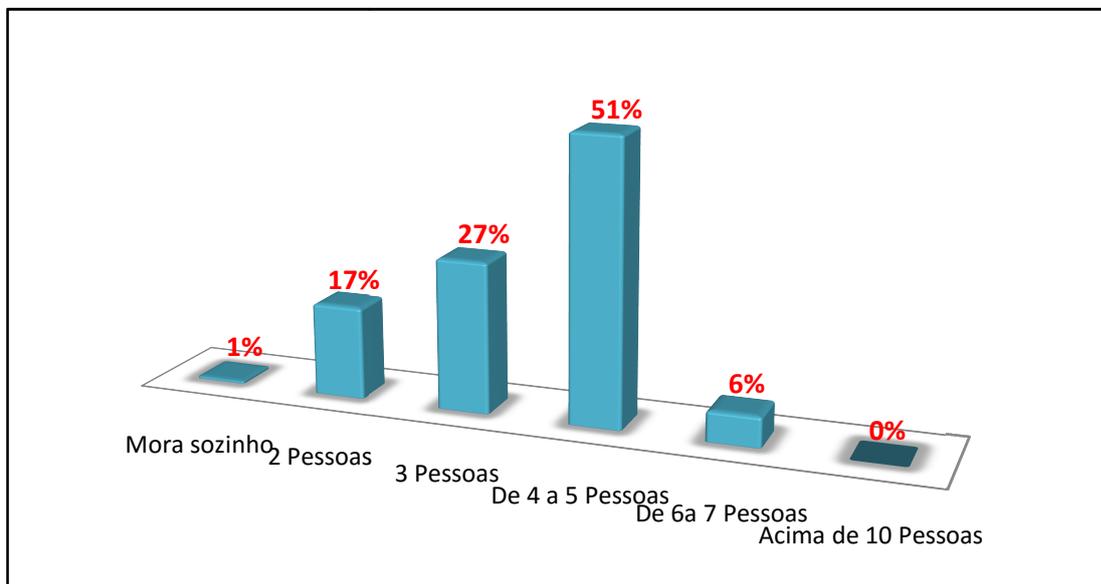
Fonte: Os próprios autores.

O gráfico 3 indica que 47,5% dos entrevistados têm uma renda de R\$ 1.627,00 reais, 29% com renda de até R\$ 1.628,00 a R\$ 2.441,00 reais, 18% entre R\$ 2.442,00 a R\$4.882,00 reais, 4% entre R\$ 4.883,00 a R\$ 8.136,00 reais e 1,5% com renda entre R\$ 8.137,00 a R\$ 12.204,00 reais. Pode-se observar que o público alvo da Confort&Drink são os consumidores que ganham em média de até dois salários mínimos. Isso pode ser explicado devido à maior parte dos entrevistados trabalharem no comércio local de Presidente Epitácio.

Esses dados refletem na parte financeira, sendo assim a fábrica tem que ter um preço acessível para os clientes, fazendo que o público alvo possa desfrutar de nossos produtos pagando um preço adequado e ao mesmo tempo gerando lucratividade para a empresa.

A seguir o gráfico de número 4 apresenta os dados referentes à pesquisa de mercado realizada, apresentando informações referentes ao total de pessoas na família dos entrevistados.

Gráfico 4 - Total de pessoas na família



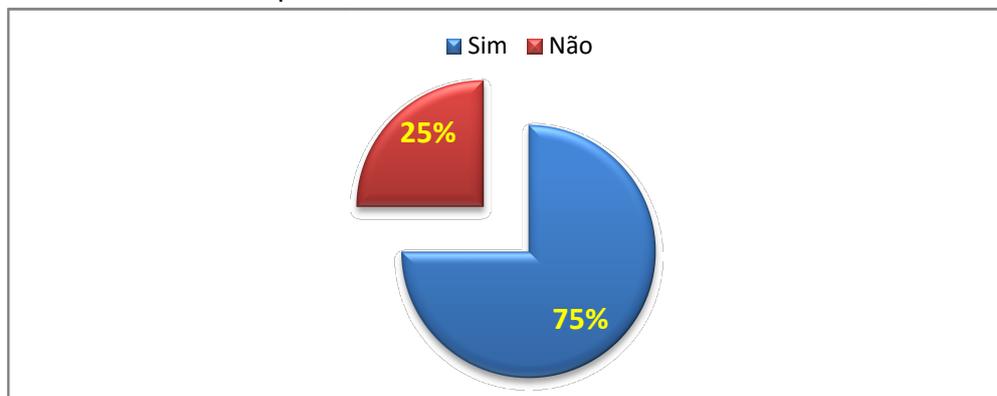
Fonte: Os próprios autores.

O gráfico 4 mostra que na região de Presidente Epitácio tem um maior número de pessoas com 50,5%, de 4 a 5 pessoas em sua família, em seguida 0,5% moram sozinhos, 16,5 % com 2 pessoas, 27% com 3 pessoas e 5,5% com 6 a 7 pessoas. Com isso pode-se ter uma base de cálculo para viabilidade do negócio, sendo que, há maior possibilidade de um familiar recomendar a outro, aumentando assim o número de clientes.

Através de pesquisa é possível ver que a maioria das pessoas que moram em Presidente Epitácio, são casadas com 2 ou 3 filhos que formam o total de 4 a 5 pessoas em uma residência. Para a Confort&Drink que vai produzir produtos para todos os tipos de festas, essa é uma informação muito valiosa, pois desta forma, são possíveis clientes, com festas de aniversários e formaturas e após alguns anos seus filhos poderão ser nossos clientes quando se casarem, podendo estar indicando nossos produtos para amigos e familiares.

A seguir o gráfico de número 5 apresenta os dados referentes à pesquisa de mercado realizada, apresentando informações referentes ao costume dos entrevistados de presentear convidados de suas festas.

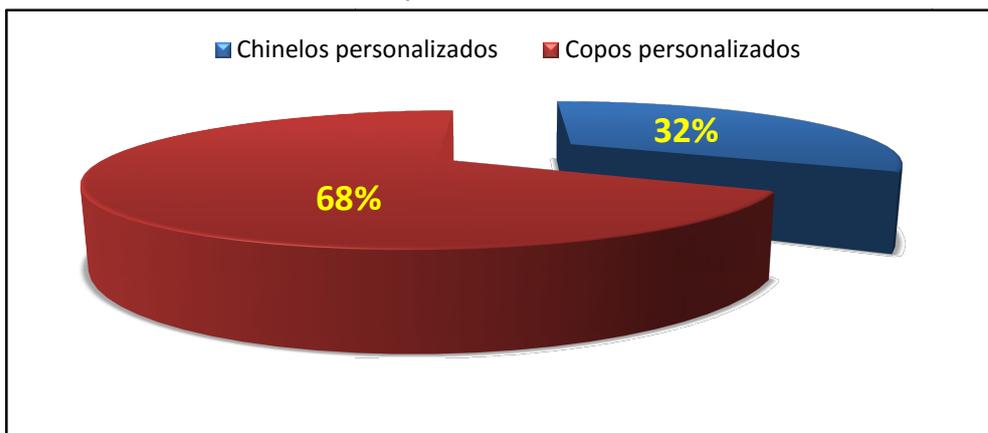
Gráfico 5 - Costuma presentear convidados



Fonte: Os próprios autores.

O gráfico 5 mostra que a maioria dos entrevistados, 75% dos entrevistados, tem o costume de presentear seus convidados com lembrancinhas, enquanto 25% não possuem esse costume. Na análise observa-se uma grande vantagem com o empreendimento pelo fato das pessoas darem presentes aos seus convidados ou até mesmo aos comerciantes na região presentear ou revender para seus clientes com o próprio logotipo de sua empresa ou como produtos para venda. Esses dados contribuem para a viabilidade do negócio.

A seguir o gráfico de número 6 apresenta os dados referentes à pesquisa de mercado realizada, apresentando informações referentes à preferência dos entrevistados entre copos e chinelos personalizados.

Gráfico 6 - Preferência entre produtos

Fonte: Os próprios autores.

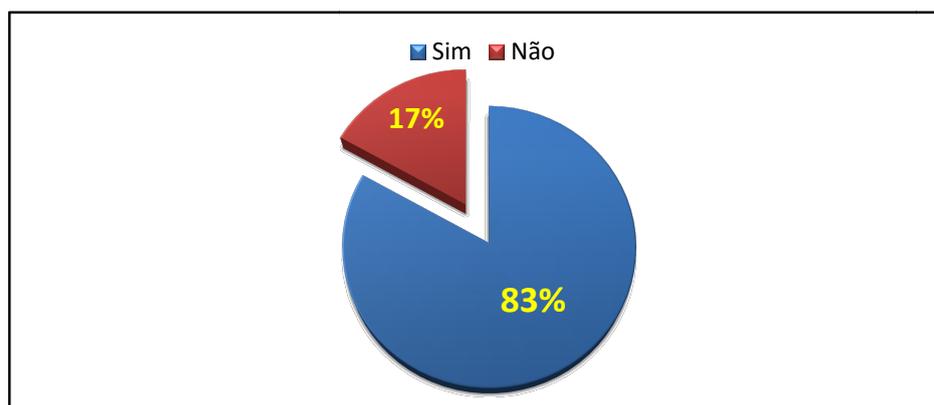
O gráfico 6 mostra que 68% dos entrevistados preferem presentear seus amigos com copos customizados e 32% presenteiam com chinelos customizados. Pode-se observar que haverá um consumo maior em copos do que com chinelos pelos clientes da Confort&Drink. Os copos são produtos mais simples com preços mais baixos do que o do chinelo, e geralmente é o preferido por ser mais usado para consumir bebidas como água, refrigerantes, chopp e bebidas em geral. A pesquisa foi realizada em Presidente Epitácio, um lugar muito quente em que as pessoas possuem hábitos de beber muita bebida por isso, utilizando os copos com o logotipo da Confort&Drink ou da logomarca da empresa a contratar nossos serviços, acabam fazendo propaganda por onde eles passam. O chinelo é uma opção para dar de presente, porém seu preço é maior. Geralmente são comprados para recordações, festas de casamentos, formaturas e aniversários. Os convidados ao receberem o produto acabam usando para descansar os pés. Em Presidente Epitácio surge a opção de vender para as pousadas e hotéis para que ofereçam aos turistas como uma cortesia ao mesmo tempo fazendo propaganda do negócio. Para entrar em contato com essas pousadas, haverá um vendedor que irá até o local mostrar as vantagens que podem ser adquiridas e oferecer os produtos.

Para que as demais cidades da região tenham contato e possam adquirir os produtos ofertados pela Confort&Drink, será disponibilizado imagens e contatos em canais de vendas pela internet (mercado livre), onde o cliente entra em contato pelo próprio site, no espaço reservado para perguntas, consulta

preços e prazos e efetua a compra. Assim que a compra for efetuada, será disponibilizado um e-mail da empresa para contato, onde o cliente poderá enviar sua logomarca para que seja estampada nos produtos. Uma das vantagens além de aumentar as vendas, é que o sistema oferece uma ferramenta de cálculo, onde o próprio cliente calcula prazos de entrega e paga pelo frete, evitando que a empresa tenha gastos adicionais com transporte.

A seguir o gráfico de número 7 apresenta os dados referentes à pesquisa de mercado realizada, apresentando informações referentes à quantidade de entrevistados que compram ou encomendam brindes para suas festas e eventos.

Gráfico 7-Compram ou encomendam brindes



Fonte: Os próprios autores.

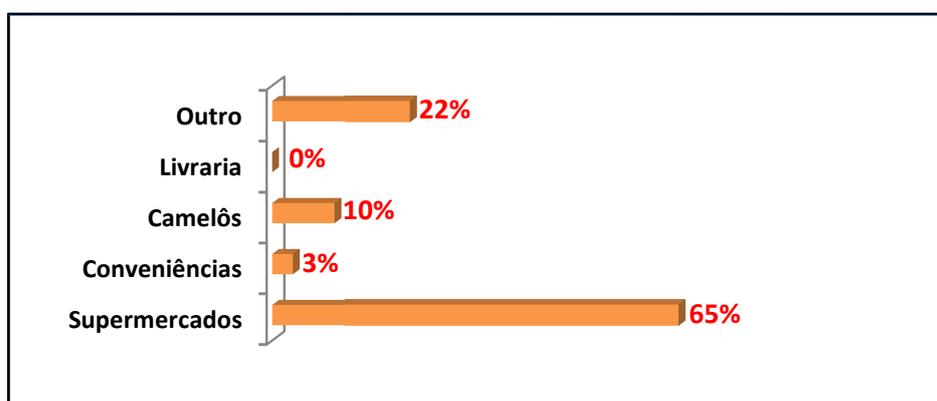
A análise do gráfico 7 mostra que a maioria dos entrevistados de Presidente Epitácio, com 83% realiza encomendas ou compra para uso próprio, chinelos e copos personalizados e está entre as opções de presentes, isso é muito bom para a Confort&Drink, tanto para presente ou para brindes. De acordo com a análise, é possível notar que possui clientes interessados em adquirir os produtos, enquanto 17% não têm esse hábito. Pode-se observar que as pessoas hoje em dia estão utilizando com mais frequência esses tipos de lembrancinhas para seus convidados ou para seus clientes, e até mesmo para presentear uma pessoa especial. A Confort&Drink pretende aproveitar a oportunidade para oferecer seus produtos para o comércio local que gosta de

dar brindes para seus clientes, porque segundo os comerciantes de Presidente Epitácio a Empresa que não é vista não será lembrada.

O brinde ou presente além de contribuir para fidelizar o cliente, faz a divulgação do estabelecimento e ao mesmo tempo seus clientes ficaram felizes por ganhar algo de presente.

A seguir o gráfico de número 8 apresenta os dados referentes à pesquisa de mercado realizada, apresentando informações referentes ao local onde os entrevistados costumam adquirir chinelos e copos.

Gráfico 8 - Onde costuma comprar chinelos e copos?

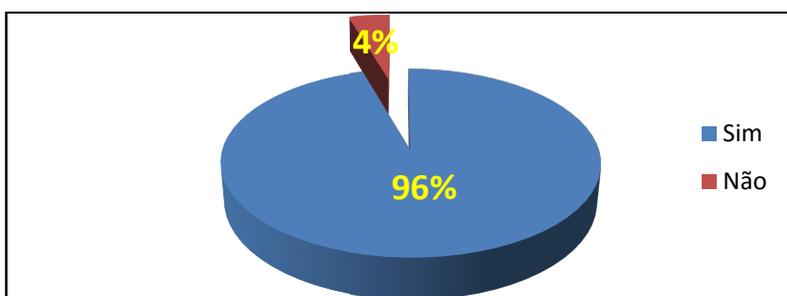


Fonte: Os próprios autores.

No gráfico 8 mostra que 65% das pessoas costumam comprar em supermercados, 10% preferem comprar em camelôs (lojinhas populares da cidade) e 3% em conveniências. Este dado representado no gráfico 13 indica que o maior concorrente são os supermercados locais. A Confort&Drink será uma fábrica, que poderá oferecer seus produtos para os mercados deixando de ser concorrentes, se tornando parceiros. Em Presidente Epitácio os mercados têm uma grande variedade de produtos, por esse motivo é comum que as pessoas costumam comprar chinelos e copos, sendo assim o produto se torna conhecido e quando precisarem de grandes quantidades irão procurar a fábrica.

A seguir o gráfico de número 9 apresenta os dados referentes à pesquisa de mercado realizada, apresentando informações referentes ao percentual de clientes que comprariam os produtos da Confort&Drink.

Gráfico 9 - Você compraria desta fábrica?

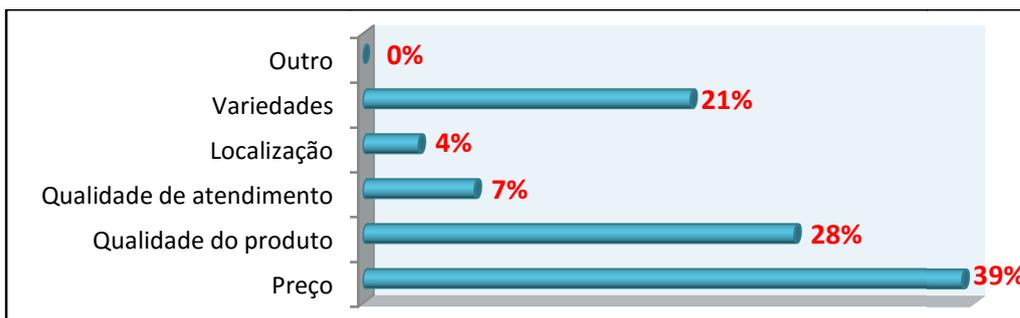


Fonte: Os próprios autores.

O gráfico 9 mostra que, segundo a pesquisa, o empreendimento será viável, pois 96% de clientes disseram que comprariam, enquanto só 4% disseram que não, isso é muito animador significa que o produto será de grande aceitação do público. Os produtos desenvolvidos serão de qualidade, acessíveis, os clientes poderão escolher o brinde que ele quer para sua festa e também escolher a estampas de sua preferência para a personalização do produto. A pesquisa foi realizada em Presidente Epitácio, para saber se a fábrica será aceita na cidade, devido à pesquisa, a Confort&Drink foi bem aceita pelos consumidores.

A seguir o gráfico de número 10 apresenta os dados referentes à pesquisa de mercado realizada, apresentando informações referentes à opinião dos entrevistados em relação a, o que poderia ser melhorado nos lugares que vendam copos e chinelos customizados.

Gráfico 10 - O que poderia ser melhorado nos lugares que vendem chinelos e copos personalizados?

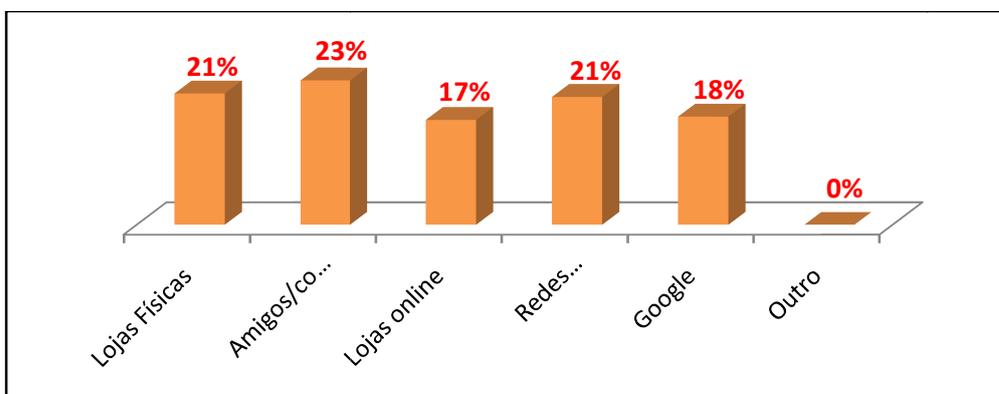


Fonte: Os próprios autores.

A análise do gráfico 10 mostra que os consumidores estão parcialmente insatisfeitos com os lugares que realizam a customização de copos e chinelos. A pesquisa indica que 39% preferem como melhoria um bom preço, 28% que seja um produto de qualidade e 21% muitas variedades. Como mostra o gráfico, o fator preço conta muito, indicando que o consumidor é sensível a preço, então o intuito da fábrica é fazer produtos de qualidade com baixo custo de forma a atender as necessidades dos nossos clientes.

A seguir o gráfico de número 11 apresenta os dados referentes à pesquisa de mercado realizada, apresentando informações referentes ao local onde os entrevistados buscam conhecimento e informações sobre um determinado produto.

Gráfico 11 - Local que busca informações sobre produtos



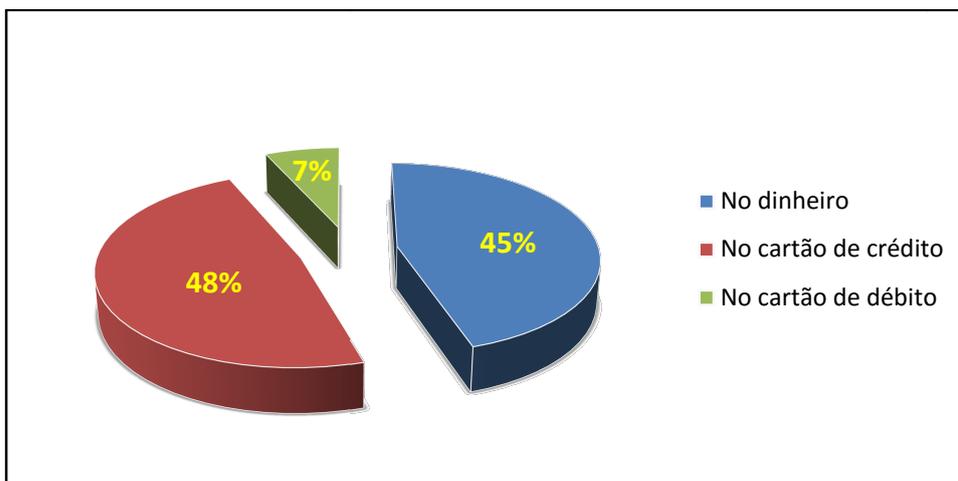
Fonte: Os próprios autores.

O gráfico 11 indica que 21% dos entrevistados procuram informações em lojas físicas, 23% procuram com amigos e conhecidos, 17% em lojas online, 21% procuram em redes sociais e 17,56% procuram no Google. Com essa análise, nota-se uma porcentagem bem próxima entre lojas físicas, amigos e conhecidos e redes sociais. Com estas informações, agora há indicações de possíveis meios de anunciar o produto.

Podemos observar que a Confort&Drink têm uma boa porcentagem de recomendação. Isso significa que por ser uma cidade pequena o conhecimento via “boca a boca”, ajuda muito a divulgar um empreendimento como a Confort&Drink, e ter uma fabrica em Presidente Epitácio, mostra-se grande probabilidade de sucesso, por ser uma cidade que realiza muitas festas com mais de 42.000 mil turistas anualmente passando pela cidade. Segundo dados do IBGE, a cidade possui um evento marcante conhecido como “Epifolia”, uma confraternização que acontece na virada de cada ano, com grande número de turistas reunidos para celebrar, participar das festas e eventos e assistir a tradicional queima de fogos de artifício, além de um marcante histórico sendo conhecida como o por do sol mais bonito do Brasil.

A seguir o gráfico de número 12 apresenta os dados referentes à pesquisa de mercado realizada, apresentando informações referentes ao método de pagamento mais utilizado pelos entrevistados.

Gráfico 12 - Forma de pagamento mais utilizada



Fonte: Os próprios autores.

O gráfico 12 mostra que 45% dos entrevistados usam dinheiro como forma de pagamento, 48% usam cartão de crédito e 7% apenas usam cartão de débito. Pode-se observar que as pessoas estão utilizando mais cartão de crédito como forma de pagamento do que dinheiro, isso indica que há necessidade de comprar uma máquina de cartão para os pagamentos. Os clientes querem pagar no cartão, pois assim podem parcelar a dívida e ainda terão 30 dias para realizar o pagamento da fatura.

2.2. Estudo dos Concorrentes

Segundo o SEBRAE, conhecer os concorrentes faz toda a diferença para os negócios. Saber suas forças e fraquezas e entender como o mercado está reagindo ao que está acontecendo proporciona um lugar privilegiado para enxergar mais oportunidades, e não concorrer apenas por preço.

De acordo com a pesquisa, uns dos itens abordados são os concorrentes diretos e indiretos, visando avaliar o comportamento dos concorrentes, suas estratégias e seus possíveis diferenciais. Pois os concorrentes que foram encontrados não têm como foco somente copos personalizados, eles possuem outra atividade no comércio. Já no ramo de chinelos personalizados, obtiveram-se três concorrentes de personalização de chinelos no município, mas nenhum deles fabrica o produto.

Cintra (2012) cita:

“Você pode aprender lições importantes observando a atuação da concorrência. Procure identificar quem são seus principais concorrentes. A partir daí, visite-os e examine suas boas práticas e deficiências. Lembre-se de que concorrentes são aquelas empresas que atuam no mesmo ramo de atividade que você e que buscam satisfazer as necessidades dos seus clientes”.

Foram identificados quatro concorrentes, sendo três concorrentes diretos e um concorrente indireto na cidade de Presidente Epitácio.

Os concorrentes diretos são aqueles cujo sua atividade está diretamente associada à atividade de nossa empresa. Em outras palavras, pode-se dizer que são aqueles que desenvolvem o mesmo tipo de produto que iremos oferecer. Já os concorrentes indiretos, são definidos como sendo aqueles em que possuem o mesmo tipo de produto em seu comércio, porém de forma terceirizada.

2.2.1 Concorrentes Diretos

EMPRESAS	PONTO FORTE	PONTO FRACO
1	Está a mais de 20 anos no mercado com uma boa localização e produto de qualidade	Demora no atendimento, tem um preço elevado, pouca variedade de produto
2	Está a mais de anos no mercado	Fabricação somente em grande quantidade
3	O único produto oferecido pelo comércio são camisetas personalizadas	

2.2.2 Concorrente Indireto

EMPRESA VIRTUAL	PONTO FORTE	PONTO FRACO
INTERNET	Possui uma variedade de produtos	Sempre vem com algum tipo de problema, às vezes não vem do jeito que o cliente pediu.

2.3. Estudo dos Fornecedores

A escolha dos fornecedores de matéria-prima ou de produtos tem grande importância no planejamento da empresa. É preciso descobrir quem são, onde se localizam, e quais são os mais adequados para o negócio que está sendo planejado. É recomendável a criação de um cadastro com mais de um fornecedor por produto, para que não haja a dependência de uma única empresa e o risco de desabastecimento. É importante lembrar que os fornecedores devem suprir as necessidades inerentes ao negócio, minimizando os estoques e atendendo suas solicitações nos prazos estabelecidos. Como o desempenho do fornecedor interfere diretamente na atividade da empresa, o ideal é que seja encarado como um "sócio" e, dessa forma, o relacionamento deve ser do tipo ganha - ganha, (SEBRAE, 2016).

"Espremer" o fornecedor não é uma boa estratégia de longo prazo, pois pode comprometer o relacionamento e a viabilidade de fornecimento. A parceria deve pressupor um alinhamento de objetivos e confiança e ser baseada em princípios de qualidade, excelência e responsabilidade, que devem ser negociados no estabelecimento da parceria, (SEBRAE, 2016).

Fatores que devem ser analisados para a escolha de um fornecedor:

- Distância física;
- Referências;
- Custo do frete;
- Qualidade;
- Capacidade de fornecimento;
- Preço;
- Prazo;
- Forma de pagamento e de entrega.

Para a escolha de fornecedores foi utilizado sites online da própria empresa. Desta forma foi possível analisar as qualificações de outros clientes, a qualidade do produto, o preço, a forma de pagamento e de entrega do mesmo. Após cruzar referências com outros fornecedores do mesmo tipo de produto e escolher usando como referência a qualidade do produto, o valor da

mercadoria, a entrega e garantia do mesmo, foi utilizado o número de telefone do site na internet para conseguir as demais informações necessárias como custo do frete, capacidade de fornecimento e capacidade de produção (maquinas da linha de produção).

Fornecedor 1

Fornecedor 1 Magazine Luiza Avenida Presidente Vargas, 11-61 - Centro - Presidente Epitácio Telefone:(18)3281-3613			
Itens	Valor	Entrega	Pagamento
Cadeira de escritório	R\$ 229,80	5 dias úteis	À vista ou cartão
Computador	R\$ 1.399,98		
Estabilizador	R\$ 89,90		
Impressora laser	R\$ 509,90		
Impressora multifuncional	R\$ 329,90		
Mesa	R\$ 99,00		
Mesa de Computador	R\$ 378,00		
Telefone sem fio	R\$ 129,90		
Ventilador de teto	R\$ 129,90		
Microondas Panasonic 21L.	R\$ 289,00		
Fogão cooktop 4 Bocas	R\$ 323,60		
Total:	R\$ 2.998,48		

Fornecedor 2

Fornecedor 2 – Compacta Print Rua Silveira Martins, 111 - Centro - São Paulo, SP - Telefone:(11) 3188-7000			
Itens	Valor	Entrega	Pagamento
Máquina de chinelo automática	R\$ 4.089,00	Prazo de 15 a 18 dias (após o pagamento)	Cartão
Máquina de estampar copos	R\$ 1.570,00		
Máquina de estampar chinelos	R\$ 1.750,00		
Total:	R\$ 7.409,00		

Fornecedor 3

Fornecedor 3 Supermercado Central Max Avenida Tibiriçá, 15,16 - Centro - Presidente Epitácio SP Telefone:(18)3251-8282			
Itens	Valor	Entrega	Pagamento
Pó de café	R\$ 6,69	Pronta entrega	À vista
Chá	R\$ 8,59		
Açúcar	R\$ 8,00		
Adoçante	R\$ 4,00		
Biscoito	R\$ 6,49		
Sabão em pedra	R\$ 6,95		
Sabão em pó	R\$ 8,92		
Desinfetante	R\$ 5,99		
Qboa	R\$ 2,19		
Rodo	R\$ 19,00		
Vassoura	R\$ 10,00		
Pano de limpeza	R\$ 3,50		
Papel Higiênico	R\$ 10,49		
Total:	R\$ 100,81		

Fornecedor 4

Fornecedor 4 Distribuidora Personal Av. Mathias Lopes nº 2150 - Nazaré Paulista - SP Fone:(11)4597-3038			
Itens	Valor	Entrega	Pagamento
Placa de borracha	R\$ 80,00	15 dias úteis	À vista
Tiras para chinelo (correia)	R\$ 0,75		

Fornecedor 5

Fornecedor 5 - Elo7 (mercado livre)			
Itens	Valor	Entrega	Pagamento
Copos long drink 350 ml Cores sortidas	R\$ 0,84	10 dias úteis para envio	À vista e boleto
Caixa de papelão	R\$ 11,59		
Papel sublimático resinado A4 fundo azul- 100 folhas	R\$ 25,00		
Saco plástico 0,15 cm X 0,21 cm	R\$ 0,15		
Sacola plástica com logo	R\$ 0,04		
Abraçadeira plástica	R\$ 0,05		
Folha sulfite 100 un.	R\$ 6,00		

3. PLANO DE MARKETING

É essencial para quem deseja abrir um negócio e direcioná-lo para o sucesso. O plano de marketing ajuda a empresa a obter sucesso e vantagens competitivas frente ao mercado concorrente. Nas mudanças freqüentes que é possível notar no mercado, é muito importante que tenha um bom marketing em sua organização, e com isso a Confort&Drink será um diferencial em Presidente Epitácio. E pensando no marketing, deverá focar no público alvo, sendo pessoas que gostam de realizar festas e dar lembrancinhas para seus convidados. Também buscando parcerias para revender nossos produtos para os turistas, divulgando através do Facebook, Whatsapp e Instagram, deixando panfletos em hotéis, supermercados e pousadas para que o produto seja conhecido nas vésperas de inauguração. Será divulgada a empresa na Avenida Presidente Vargas através de panfletos e indo de comercio em comércio.

3.1 Descrição dos principais produtos e serviços

Os produtos fornecidos pela Confort&Drink serão com base no folder a seguir:

Figura 1 - Exemplo de folder promocional



Fonte: Os próprios autores

3.2 Política de Preços

Na tomada de decisão no preço de venda, há dois pontos fortes, sendo eles: o concorrente e ao mesmo tempo ser atrativo para o cliente, o qual possibilita otimizar um bom resultado para a organização.

Dessa forma haverá um diagnóstico estratégico para a formação de preço para os produtos.

A seguir será apresentado o preço por unidade, conforme a tabela abaixo:

Preço para copos	
Copos Long Drink	R\$ 2,00
Long Drink com efeito cromado	R\$ 5,00

Já os chinelos possuem uma variação de preço, conforme o seu modelo. As variações ocorrem dependendo do tipo do chinelo, se será de cor única ou variado, se terá estampas ou se será decorado com algum tipo de pedrarias ou pingente, cada tipo possui seu valor diferenciado.

Produto	Custo Total	Valor de Venda	Lucro por Produto
Chinelo Estampado com imagem (logo)	R\$ 7,00	R\$ 15,00	R\$ 8,00

3.3 Estratégia de marketing

Estratégias de Marketing são aqueles planos desenhados para atingir objetivos do marketing. O objetivo de uma estratégia de marketing é colocar a organização numa posição de cumprir eficientemente a sua missão, visando o caminho ao decorrer, as táticas, a qual integra os objetos. De acordo com a pesquisa realizada, o público alvo é destinado a pessoas que fazem festa e costumam presentear com produtos personalizados.

A seguir serão apresentadas as estratégias desenvolvidas para a Confort&drink:

3.4 Aumentar o número de vendas

Vender produtos de qualidade a um preço acessível, negociando direto com os fornecedores para adquirir um baixo custo de matéria prima e repassar a um preço justo atendendo as necessidades do consumidor.

3.5 Ganhar Visibilidade e Popularidade

Investir em propagandas nos canais certos de divulgação que será através de redes sociais (facebook) e carros de som.

3.6 Produto

A Confort&Drinkirá oferecer produtos de qualidade, pensando sempre em satisfazer os clientes. Os produtos serão chinelos feitos de borracha, com tamanho, cor e estampa a gosto do cliente.

A borracha utilizada na confecção do produto é microporosa e possui uma composição em E.V.A; quanto menos E.V.A na borracha melhor será a qualidade do produto.

Uma ótima borracha para fabricar chinelos encontrada no mercado possui 80% de borracha e 20% de E.V.A em sua composição.

Figura 2- Produto - Chinelos personalizados



Fonte: <http://www.google.com.br>

O segundo produto serão os copos personalizados modelos variados, dependendo do gosto e do tipo de festa. Copos de tipos longos para festas de casamentos, formaturas, aniversários de 15 anos e copos mais simples para

lembranças de final de ano, são de vários modelos dos mais simples ao sofisticado todos personalizados.

O processo de fabricação desses copos começa com plástico bruto, que é especialmente tratado para remover qualquer sujeira ou bactéria. Ele é então aquecido a uma temperatura específica e despejado em moldes. A temperatura é especialmente importante, pois se o plástico estiver muito quente ou muito frio, ele pode queimar ou se tornar muito duro. Novas tecnologias tornaram possíveis a linhas de montagem produzir em massa milhares de copos em apenas uma hora. Uma vez que os copos estejam secos, estão prontos para ser empacotados, armazenados e transportados.

Figura 3 - Produto - Copos personalizados



Fonte: <http://www.google.com.br>

3.7 Localização do negócio

De acordo com as pesquisas realizadas o melhor ponto de localização será na Avenida Presidente Vargas nº7-64, bairro centro de Presidente Epitácio, pois atinge estrategicamente um fluxo maior de pessoas que circulam por essa localização e atender melhor o nosso público.

Figura 4 - Localização do negócio



Foto: Avenida Presidente Vargas, 7-64

3.8 Promoção

O consultor do SEBRAE em São Paulo, Fabrício Andrade Guilherme traz dicas práticas para divulgar o empreendimento com maior eficácia.

A divulgação deve estar presente em dois momentos, o primeiro deve chamar atenção e atrair novos clientes, e o segundo deve reter os clientes, no qual através de um cadastro, seus contatos e seu histórico de compras, auxiliam realizar ações de divulgação para manter os clientes informados sobre

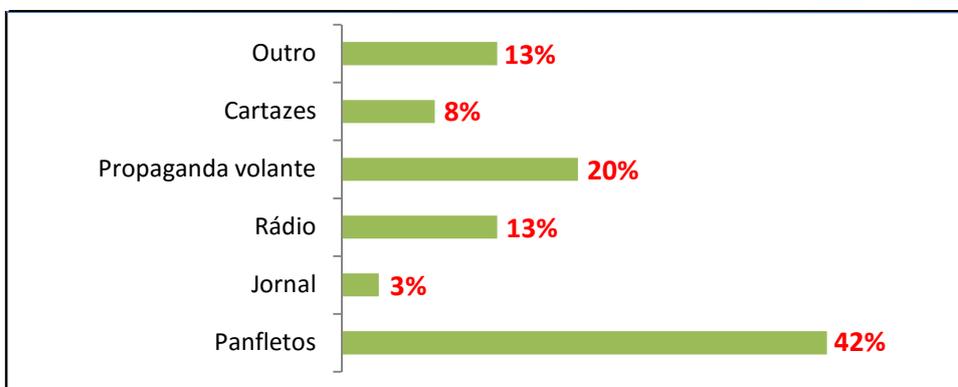
a empresa, ofertar novos produtos e entre outros, sendo possível utilizar uma divulgação focada em relacionamento para retenção e novas vendas.

Existem algumas ferramentas ou meios para divulgar sua empresa, assim atingiremos os consumidores da seguinte forma:

- Aplicativos: Mensagens, exemplo: Whatsapp, Messenger, Facebook, próprios ou de terceiros
- Propagandas em panfletos
- Carros volantes

A seguir o gráfico de número 13 apresenta os dados referentes à pesquisa de mercado realizada, apresentando informações referentes ao meio de comunicação que mais chama a atenção na opinião dos entrevistados.

Gráfico 13 - Meio de comunicação que mais chama a atenção dos entrevistados



Fonte: Os próprios autores.

De acordo com o gráfico 13, nota-se que os meios de comunicação que mais chamam a atenção da população são 42% de panfletos, 3% com jornal, 13% pelo rádio, 20% com propaganda volante, 8% com cartazes e 13% por outros meios de comunicação. Com essa análise, observa-se que a forma que mais chama a atenção da população é por meio de panfletos e propaganda volante. Porém a Confort&Drink irá investir também em um meio de divulgação através de tecnologia, pois no mundo atual é mais econômico e seu retorno

acontece mais rapidamente, um exemplo é criar uma página no Facebook. Milhares de pessoas vão ver e poderão realizar encomendas online.

Dessa forma adotam-se as seguintes estratégias de marketing pela rede social como Facebook, por exemplo, promoções semanais, mensais e alguns sorteios.

- **Promoção 1:** As pessoas que curtirem a página e o post promocional, e digitarem “eu quero”, estariam concorrendo a um kit de produtos como um par de chinelos e um copo personalizados com algum tema.
- **Promoção 2:** A cada 30 pares de chinelos que a pessoa encomendar ele ganhara de brinde um copo personalizado com o logo da Confort&Drinkou a cada 150 copos encomendados ele ganhará um par de chinelo personalizado com o logo da Confort&Drink.
- **Promoção 3:** Em épocas de festas comemorativas como dia das mães, dos pais, namorados, ano novo e entre outras terá um kit com copos e chinelos personalizados referente a data e será realizado um sorteio.

3.9 Fidelizar Clientes

A Confort&Drink busca a fidelização de clientes por meio de brindes distribuídos e sorteio eventuais tais como:

BRINDE: Imã de geladeira (calendário).

SORTEIOS: Funcionarão da seguinte forma, os clientes preenchem um cupom e depositam em uma urna, e a cada uma vez por mês será sorteado uma pessoa, a qual ganhará um quite de sua preferência de chinelos ou copos.

4. PLANO OPERACIONAL

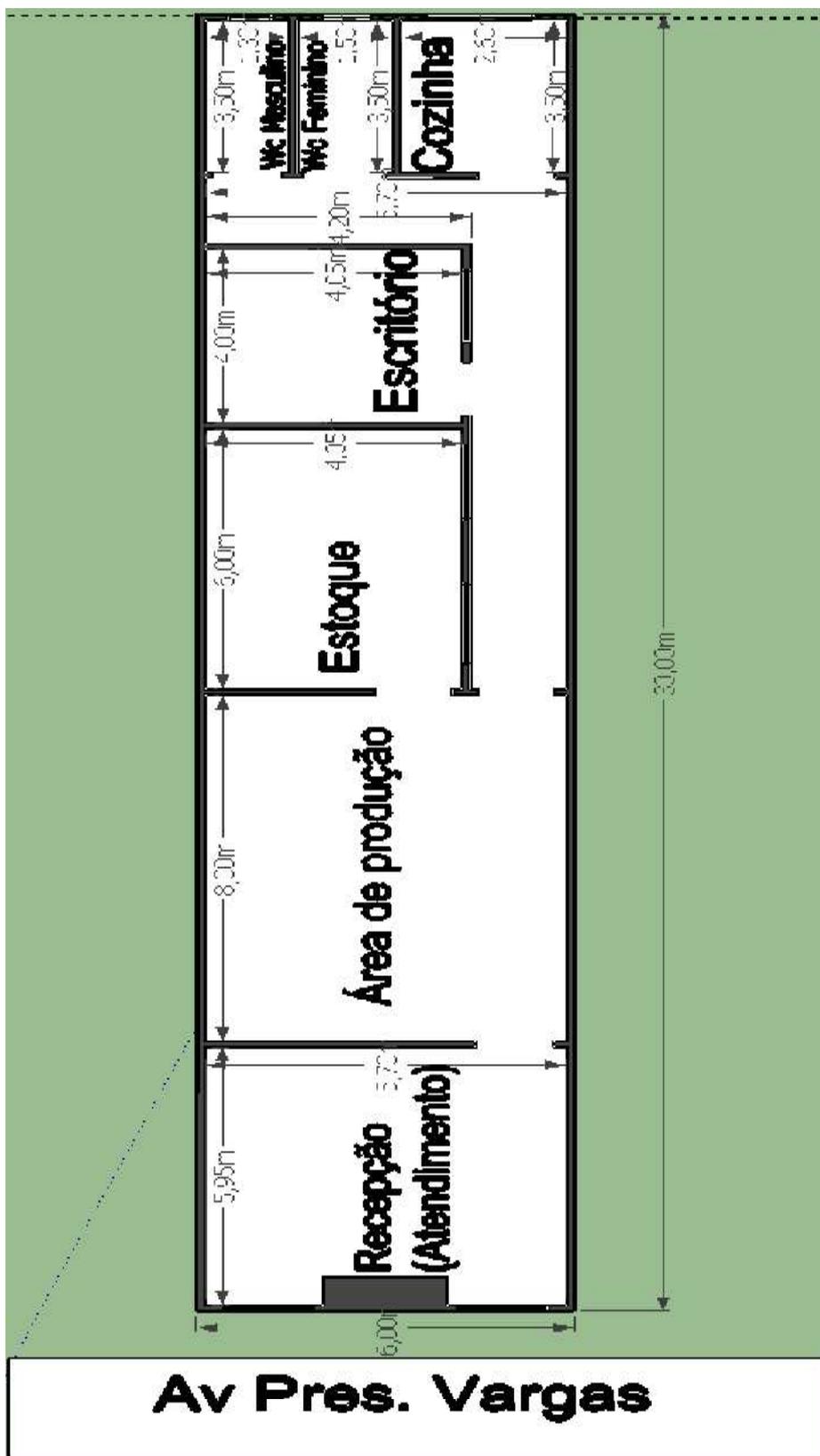
O plano operacional é um documento no qual os responsáveis de uma organização estabelecem os objetivos que desejam cumprir e estipulam os passos a seguir.

Neste sentido, este tipo de plano está vinculado ao plano de ação, que prioriza as iniciativas mais importantes para alcançar diversos objetivos e superar desafios. Ambos os planos são guias que oferecem um âmbito para desenvolver um projeto. Tal como acontecem com todos os planos dessa tipologia, um plano operacional permite acompanhar as ações para julgar a sua eficácia; Caso os objetivos estejam longe do expectável, o diretor ou dirigente tem sempre a possibilidade de propor novas medidas (POLIANA, 2014).

A seguir serão apresentados os tópicos do nosso projeto, contendo o layout, a capacidade produtiva e os processos operacionais.

4.1 Layout ou arranjo físico

Figura 5 - Planta Baixa



Fonte: Desenvolvido por Márcio José Barros Alves

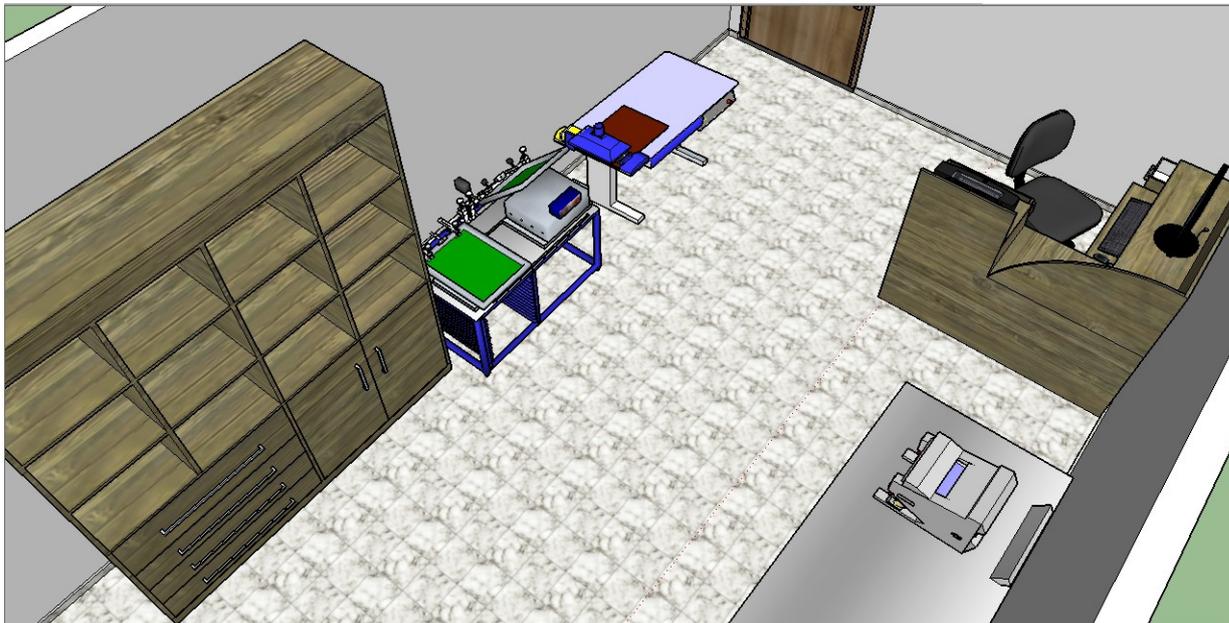
Figura 6 - Frente

Fonte: Desenvolvido por Márcio José Barros Alves

Figura 7 - Recepção

Fonte: Desenvolvido por Márcio José Barros Alves

Figura 8 - Área de produção



Fonte: Desenvolvido por Márcio José Barros Alves

Figura 9 - Área de estoque



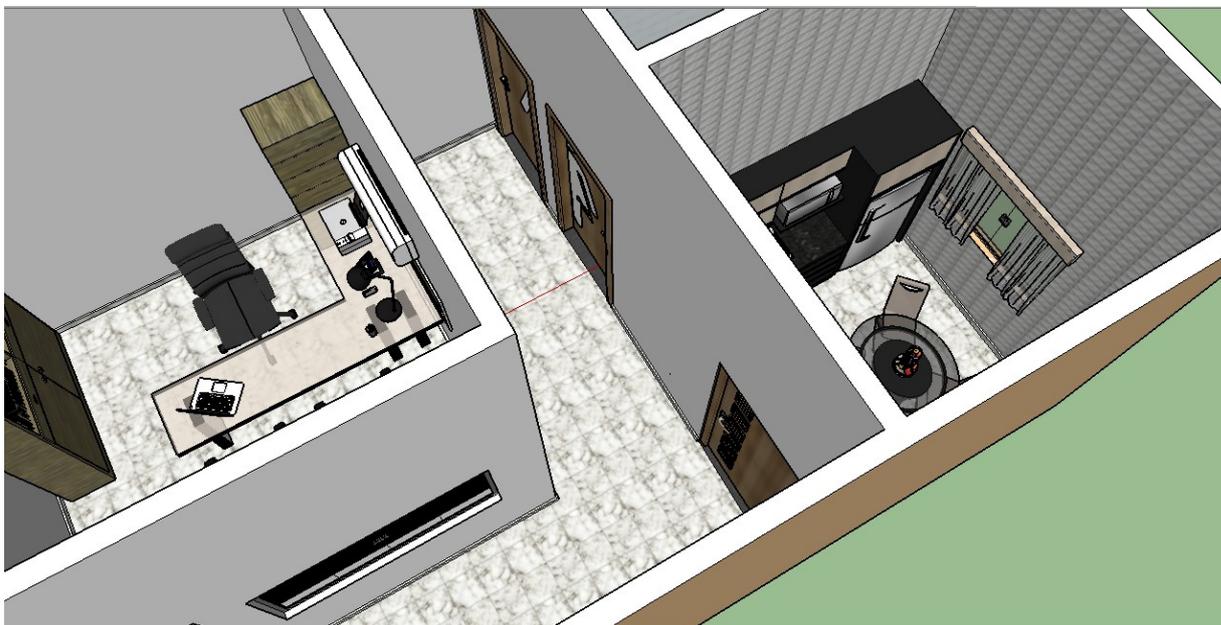
Fonte: Desenvolvido por Márcio José Barros Alves

Figura 10 - Corredor de acesso 1



Fonte: Desenvolvido por Márcio José Barros Alves

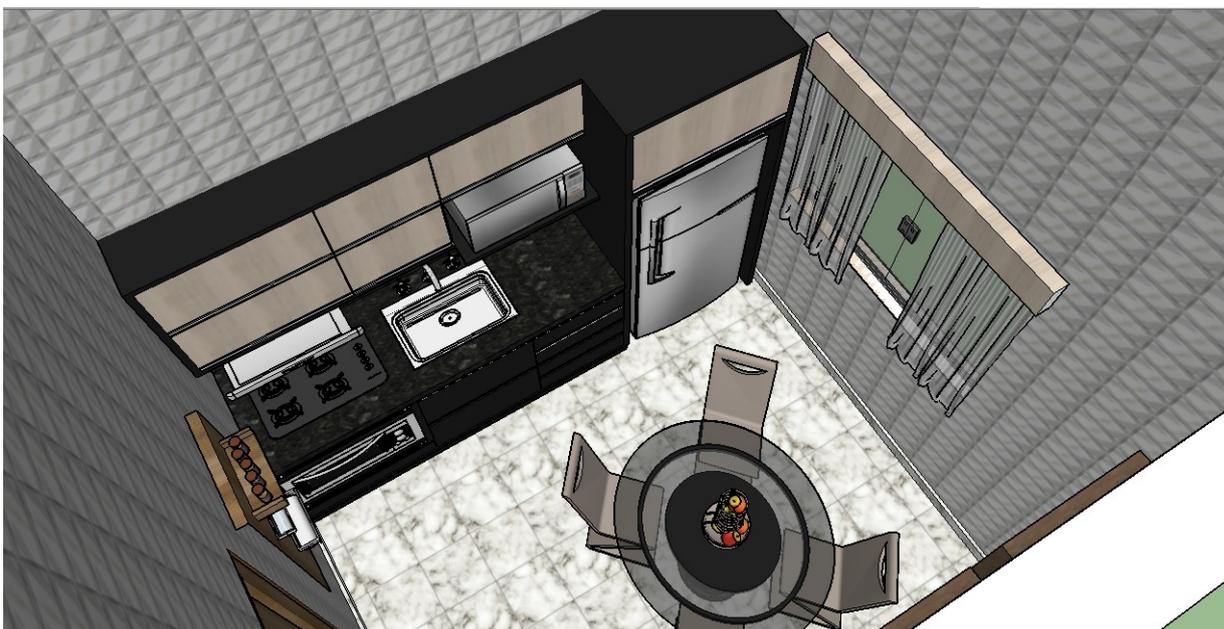
Figura 11 - Corredor de acesso 2



Fonte: Desenvolvido por Márcio José Barros Alves

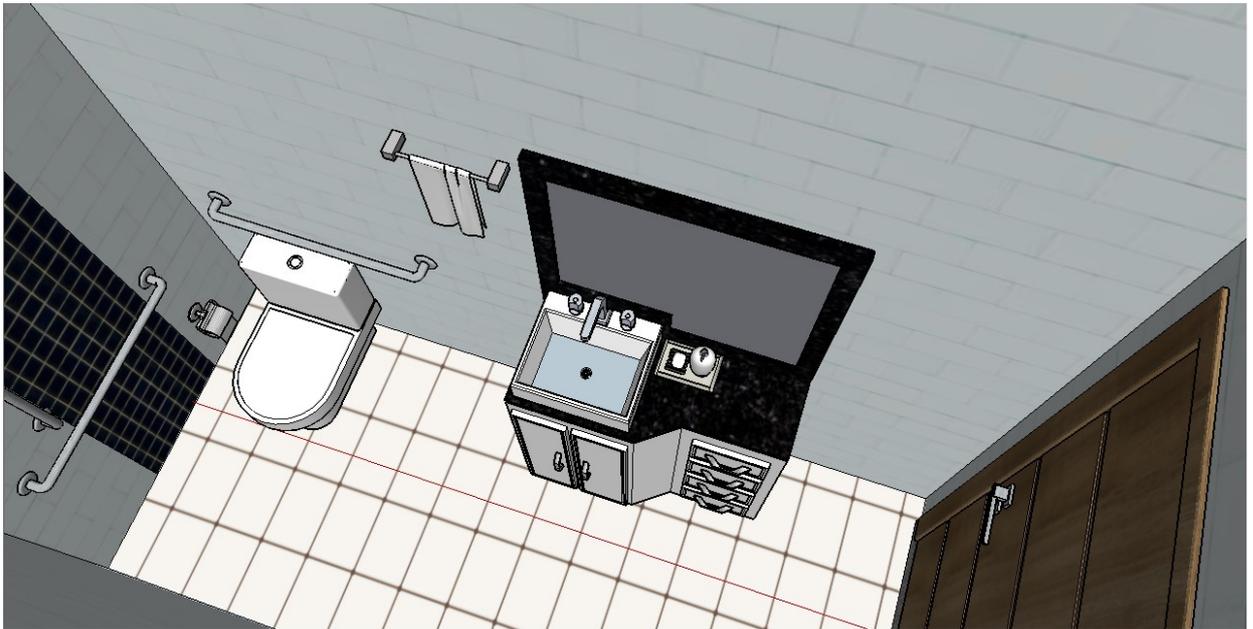
Figura 12 - Escritório

Fonte: Desenvolvido por Márcio José Barros Alves

Figura 13 - Cozinha

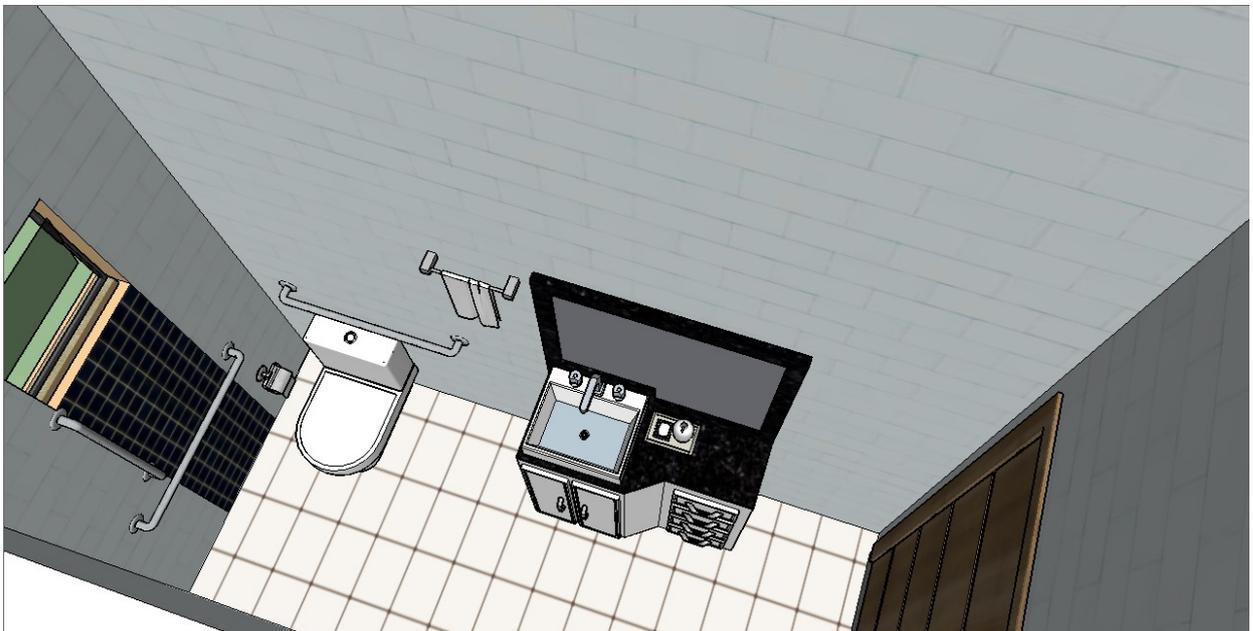
Fonte: Desenvolvido por Márcio José Barros Alves

Figura 14 - Banheiro feminino



Fonte: Desenvolvido por Márcio José Barros Alves

Figura 15 - Banheiro masculino



Fonte: Desenvolvido por Márcio José Barros Alves

4.2 Capacidade Produtiva e de Atendimento

A capacidade produtiva determinará quais são os limites de produção das máquinas e equipamentos.

A Confort&Drink possuirá dois tipos de produção. A primeira será a fabricação de chinelos customizados. A máquina de corte automática possui capacidade de produção para 1000 pares de chinelos por dia, dentro de uma carga horária de 8 horas diárias, obtendo aproximadamente 22000 pares mensais. O passo seguinte após o recorte do material é a customização. Para isso terá uma máquina de estamperia com capacidade para estampar cada par de chinelos em apenas 26 segundos por par, aproximadamente 21.340 pares mensais.

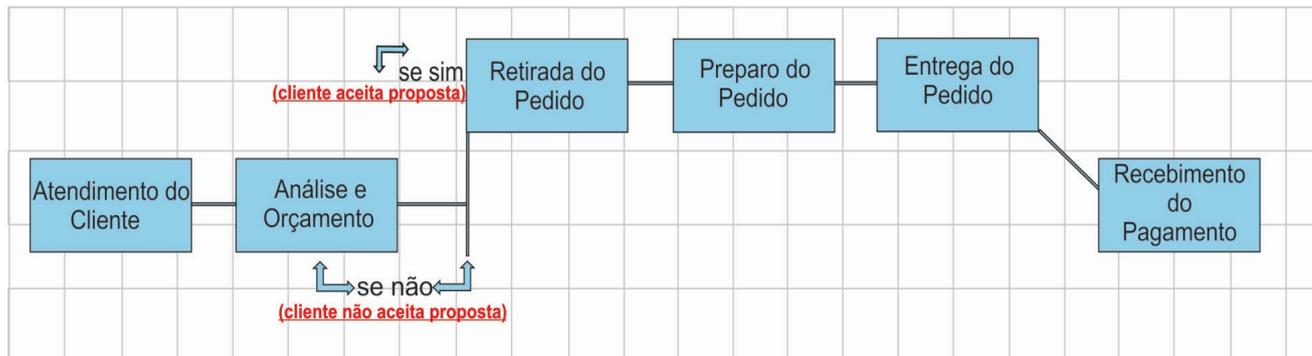
Já o segundo modo de produção será menos complexo, já que os copos não serão fabricados pela Confort&Drink. Os copos serão comprados de fornecedores e customizados de acordo com o pedido e preferência do cliente. O tempo para estampar cada copo se iguala ao tempo necessário para estampar cada par de chinelos, não havendo conflitos entre produções, pois os copos possuirão máquina própria e específica para customização.

Máquina	Produção diária	Carga horária	Quantidade de dias	Produção mensal
Prensa chinelos	540	8	22	11880
Estampadora chinelos e copos	970	8	22	21340

A Confort&Drink terá funcionamento com carga horária definida para 8 horas diárias, com 3 funcionários que manterão o funcionamento e atenderão a demanda dos pedidos realizados.

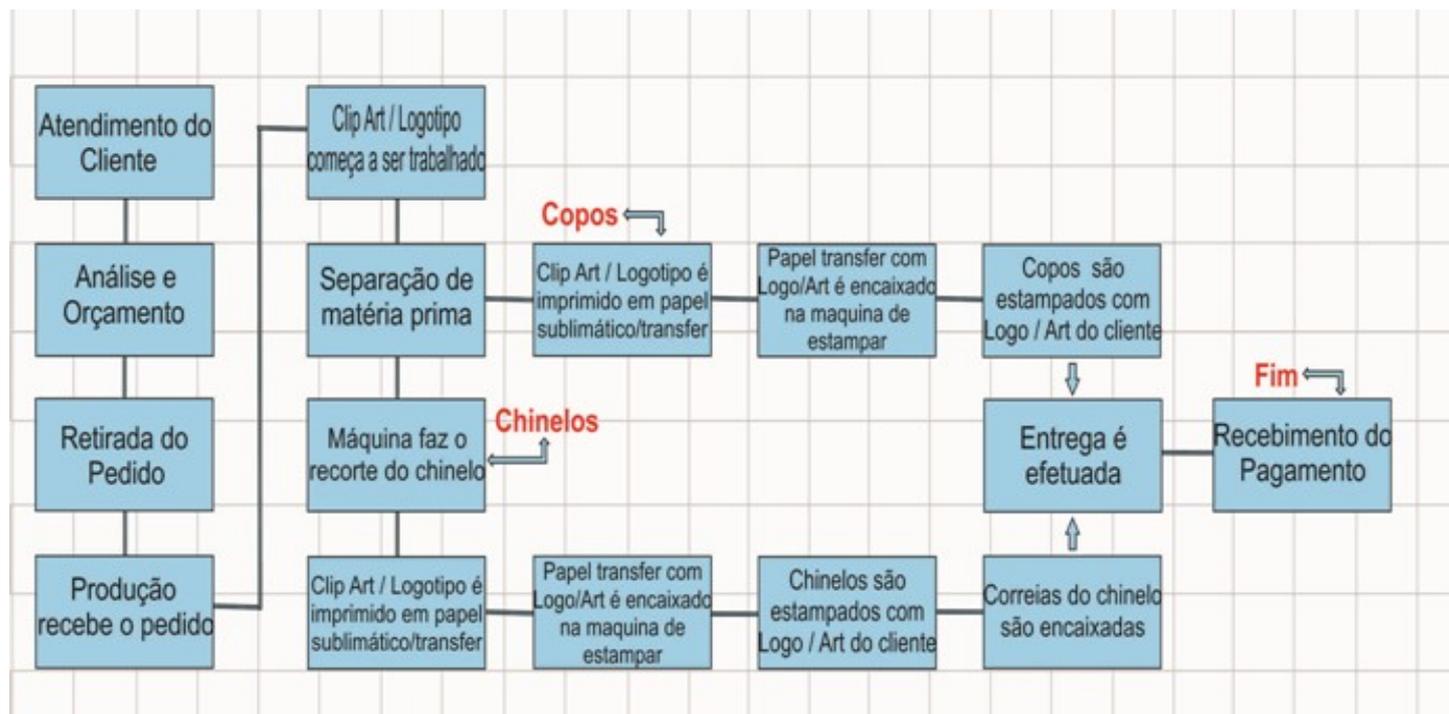
4.3 Processos Operacionais

Figura 16 - Fluxograma Comercial



Fonte: Os próprios autores.

Figura 17 - Fluxograma de funcionamento interno



Fonte: Os próprios autores

O Processo Operacional consiste num levantamento de dados, sejam eles funcionais, matemáticos ou estatísticos do nível de potencialização de um tipo de negócio. Sendo assim, o Plano Operacional da Confort&Drink se divide entre área comercial e área produtiva, onde será realizado o atendimento ao cliente e a confecção dos chinelos.

Ao entrar em nossa empresa, o cliente será recepcionado pela nossa equipe de atendimento, que irá apresentar as variadas opções de copos e chinelos customizados. Após apresentadas às opções, será feita uma análise para saber o que exatamente necessita o cliente. Após este processo, será realizado um orçamento que será apresentado ao cliente para o aceite do mesmo. Caso haja confirmação do pedido por parte do cliente, será emitida uma ordem de serviço que será enviada para a área de produção. O pedido entra em processo de desenvolvimento e produção.

Após o término da encomenda, o cliente recebe o aviso por telefone e tem a opção de retirar no estabelecimento ou receber a encomenda mediante a taxa de entrega que será cobrada para suprir gastos com transporte. Após o recebimento da encomenda, o cliente efetua o pagamento.

4.4 Necessidade de Pessoal

Quantidade	Cargo/ Função	Qualificação no ramo
1	Operador de Máquina de Chinelo / Estampador	Não necessita experiência
1	Operador de Designer / Estampador	Com experiência
1	Vendedor	Com Experiência

5. PLANO FINANCEIRO

A seguir será apresentada toda a parte financeira da empresa.

5.1 Investimentos Fixos

Máquinas e Equipamentos				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Ar Condicionado 12000 btus	2	R\$ 1.199,90	R\$ 2.399,80
2	Bebedouro	1	R\$ 432,16	R\$ 432,16
3	Cafeteira Britânia 15 xícaras	1	R\$ 57,90	R\$ 57,90
4	Computador de mesa	2	R\$ 699,99	R\$ 1.399,98
5	Estabilizador	1	R\$ 89,90	R\$ 89,90
6	Fogão Cooktop 4 bocas - bivolt - preto	1	R\$ 323,60	R\$ 323,60
7	Geladeira	1	R\$ 899,00	R\$ 899,00
8	Impressora laser	1	R\$ 509,90	R\$ 509,90
9	Impressora multifuncional	1	R\$ 329,00	R\$ 329,00
10	Maquina automática de chinelo	1	R\$ 4.089,00	R\$ 4.089,00
11	Máquina de cartão Point Mini	1	R\$ 68,80	R\$ 68,80
12	Maquina de estampar chinelo	1	R\$ 1.750,00	R\$ 1.750,00
13	Maquina de estampar copos	1	R\$ 1.570,00	R\$ 1.570,00
14	Microondas Panasonic 21lts - branco	1	R\$ 289,00	R\$ 289,00
15	Telefone fixo	1	R\$ 129,90	R\$ 129,90
16	Ventilador de teto	3	R\$ 129,90	R\$ 389,70
17	TOTAL	20	R\$ 12.567,95	R\$ 14.727,64

Móveis e Utensílios				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Cadeira de Escritório	2	R\$ 114,90	R\$ 229,80
2	Lixeira	3	R\$ 46,90	R\$ 140,70
3	Mesa de Computador	2	R\$ 189,00	R\$ 378,00
4	Mesa de cozinha	1	R\$ 99,00	R\$ 99,00
5	Prateleira estante em aço	5	R\$ 125,90	R\$ 629,50
14	TOTAL	13	R\$ 575,70	R\$ 1.477,00

Veículos

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Fiat Fiorino furgão baú 1994	1	R\$ 9.500,00	R\$ 9.500,00
	TOTAL			R\$ 9.500,00

Total de Investimentos Fixos

	Descrição	Valor
1	Máquinas e Equipamentos	R\$ 14.727,64
2	Móveis e utensílios	R\$ 1.477,00
3	Veículos	R\$ 9.500,00
	TOTAL	R\$ 25.704,64

5.2 Capital de Giro

Estoque Inicial

Copos long drink 350ml				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Amarelo leitoso	100	R\$ 0,84	R\$ 84,00
2	Azul BB leitoso	100	R\$ 0,84	R\$ 84,00
3	Azul cristal	200	R\$ 0,84	R\$ 168,00
4	Azul leitoso	100	R\$ 0,84	R\$ 84,00
5	Branco	200	R\$ 0,84	R\$ 168,00
6	Cromado	200	R\$ 0,84	R\$ 168,00
7	Dourado	200	R\$ 0,84	R\$ 168,00
8	Fumê	100	R\$ 0,84	R\$ 84,00
9	Laranja leitoso	100	R\$ 0,84	R\$ 84,00
10	Preto	200	R\$ 0,84	R\$ 168,00
11	Rosa BB leitoso	100	R\$ 0,84	R\$ 84,00
12	Rosa cristal	100	R\$ 0,84	R\$ 84,00
13	Rosa leitoso	100	R\$ 0,84	R\$ 84,00
14	Roxo cristal	100	R\$ 0,84	R\$ 84,00
15	Transparente	200	R\$ 0,84	R\$ 168,00
16	Verde cristal	100	R\$ 0,84	R\$ 84,00
17	Vermelho cristal	100	R\$ 0,84	R\$ 84,00

Placa de borracha				
18	Amarelo	6	R\$ 80,00	R\$ 480,00
19	Azul Bic	6	R\$ 80,00	R\$ 480,00
20	Azul Marinho	6	R\$ 80,00	R\$ 480,00
21	Branco	6	R\$ 80,00	R\$ 480,00
22	Lilás	6	R\$ 80,00	R\$ 480,00
23	Pink	6	R\$ 80,00	R\$ 480,00
24	Preto	6	R\$ 80,00	R\$ 480,00
25	Rosa Bebe	6	R\$ 80,00	R\$ 480,00
26	Verde Exército	6	R\$ 80,00	R\$ 480,00
27	Vermelho	6	R\$ 80,00	R\$ 480,00
Tiras para chinelo (correia)				
28	Amarelo	130	R\$ 0,75	R\$ 97,50
29	Azul Bic	130	R\$ 0,75	R\$ 97,50
30	Azul Marinho	130	R\$ 0,75	R\$ 97,50
31	Branco	130	R\$ 0,75	R\$ 97,50
32	Lilás	130	R\$ 0,75	R\$ 97,50
33	Pink	130	R\$ 0,75	R\$ 97,50
34	Preto	130	R\$ 0,75	R\$ 97,50
35	Rosa Bebe	130	R\$ 0,75	R\$ 97,50
36	Transparente	130	R\$ 0,75	R\$ 97,50
37	Verde Exército	130	R\$ 0,75	R\$ 97,50
38	Vermelho	130	R\$ 0,75	R\$ 97,50
Outros				
39	Caixa de papelão	200	R\$ 11,59	R\$ 2.318,00
40	Caneta azul	2	R\$ 1,50	R\$ 3,00
41	Caneta preta	2	R\$ 1,50	R\$ 3,00
42	Caneta vermelha	2	R\$ 1,50	R\$ 3,00
43	Folha sulfite 100 folhas	1	R\$ 6,00	R\$ 6,00
44	Pano de limpeza	3	R\$ 3,50	R\$ 10,50
45	Papel sublimático resinado A4 - 500 folhas	8	R\$ 45,45	R\$ 363,60
46	Rodo	2	R\$ 19,00	R\$ 38,00
47	Saco plástico 0,15 cm x 0,21 cm	2210	R\$ 0,15	R\$ 331,50
48	Vassoura	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
49	Sacola plástica com logo	3510	R\$ 0,04	R\$ 140,40
TOTAL		9732	R\$ 922,76	R\$ 10.464,00

Caixa Mínimo

Contas a Receber		
Prazo Médio de Vendas	%	Média Ponderada
Á VISTA	30	0
Á PRAZO (1)	70	21
Prazo Médio Total		21

Contas a Pagar			
Prazo Médio de Compras	%	Número de Dias	Média Ponderada
Á VISTA	30	0	0
Á PRAZO (1)	70	30	21
Prazo Médio Total Compras (dias)			21

Necessidade Média de Estoques	Número de Dias
	5

Recursos da empresa fora de seu caixa	
Contas a Receber - prazo média de vendas	21
Estoques - necessidade média de estoques	5
Subtotal 1	26
Recursos de Terceiros no Caixa da Empresa	
Fornecedores - prazo médio de compras	21
Subtotal 2	
Necessidade Líquida de capital - giro em dias	5

Caixa Mínimo	
Custo Fixo Mensal (5.11)	R\$ 7.402,49
Custo variável Mensal (5.12) - Subtotal 2	R\$ 981,00
Custo Total da Empresa	R\$ 8.383,49
Custo Total Diário	R\$ 279,45
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	5
Caixa Mínimo	R\$ 1.397,25

Capital de Giro	
Estoque Inicial	R\$ 10.464,00
Caixa mínimo	R\$ 1.397,25
Total do capital de giro	R\$ 11.861,25

5.3 Investimentos pré-operacionais

Investimentos Pré Operacionais			
Item		Valor	
Despesas de legalização	Abertura de Firma		R\$ 380,00
	Bombeiro		R\$ 98,69
	Alvará de Funcionamento		R\$ 220,00
	Junta Comercial	DARE	R\$ 141,35
		DARF	R\$ 210,00
JUCESP		R\$ 128,50	
Outras Despesas	Obras civis e reformas	R\$ 1.000,00	
	Divulgação	R\$ 735,00	
Total		R\$ 2.913,54	

5.4 Investimento Total

Investimento Total			
Item	Descrição do Investimento	Valor	%
5.1	Investimento(fixo)	R\$ 25.704,64	64%
5.2	Capital de Giro	R\$ 11.871,25	29%
5.3	Investimento pré operacional	R\$ 2.913,54	7%
Total de investimento		R\$ 40.479,43	100%

5.5 Estimativa de Faturamento Mensal

Estimativa do Faturamento Mensal - Copos Personalizados				
Item	Descrição	Estimativa de Vendas	Preço de Venda (Un)	Faturamento
1	Amarelo leitoso	100	R\$ 2,00	R\$ 200,00
2	Azul BB leitoso	100	R\$ 2,00	R\$ 200,00
3	Azul cristal	200	R\$ 2,00	R\$ 400,00
4	Azul leitoso	100	R\$ 2,00	R\$ 200,00
5	Branco	100	R\$ 2,00	R\$ 200,00
6	Cromado	200	R\$ 5,00	R\$ 1000,00
7	Dourado	200	R\$ 2,00	R\$ 400,00
8	Fumê	100	R\$ 2,00	R\$ 200,00
9	Laranja leitoso	100	R\$ 2,00	R\$ 200,00
10	Preto	200	R\$ 2,00	R\$ 400,00
11	Rosa BB leitoso	100	R\$ 2,00	R\$ 200,00
12	Rosa cristal	100	R\$ 2,00	R\$ 200,00
13	Rosa leitoso	100	R\$ 2,00	R\$ 200,00
14	Roxo cristal	100	R\$ 2,00	R\$ 200,00
15	Transparente	200	R\$ 2,00	R\$ 400,00
16	Verde cristal	100	R\$ 2,00	R\$ 200,00
17	Vermelho cristal	100	R\$ 2,00	R\$ 200,00
	Total	2200	R\$ 37,00	R\$ 5.000,00
Estimativa de Faturamento Mensal - Chinelos Personalizados				
19	Amarelo	120	R\$ 14,00	R\$ 1.680,00
20	Azul Bic	120	R\$ 14,00	R\$ 1.680,00
21	Azul Marinho	120	R\$ 14,00	R\$ 1.680,00
22	Branco	120	R\$ 14,00	R\$ 1.680,00
23	Lilás	120	R\$ 14,00	R\$ 1.680,00
24	Pink	120	R\$ 14,00	R\$ 1.680,00
25	Preto	120	R\$ 14,00	R\$ 1.680,00
26	Rosa Bebe	120	R\$ 14,00	R\$ 1.680,00
27	Verde Exército	120	R\$ 14,00	R\$ 1.680,00
28	Vermelho	120	R\$ 14,00	R\$ 1.680,00
	Total	1200	R\$ 140,00	R\$ 16.800,00

5.6 Estimativa de Custo de Comercialização

Impostos (Custos de Comercialização)				
	Descrição	%	Faturamento Estimado	Total
1	SIMPLES NACIONAL	4,50%	R\$ 23.200,00	R\$ 981,00

Gastos com Vendas				
		%	Faturamento Estimado	
1	Propaganda	1,00%	R\$ 23.200,00	R\$ 218,00
	Total			
Total dos Custos de Comercialização				R\$ 1.199,00

5.7 Apuração do Custo de Mercadoria Vendida (Comércio)

Estimativa do Custo Mensal de Mercadoria Vendida - Copos Personalizados				
item	Descrição	Estimativa de Vendas	Custo	Total
1	Amarelo leitoso	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
2	Azul BB leitoso	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
3	Azul cristal	200	R\$ 1,10	R\$ 220,00
4	Azul leitoso	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
5	Branco	200	R\$ 1,10	R\$ 220,00
6	Cromado	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
7	Dourado	200	R\$ 1,10	R\$ 220,00
8	Fumê	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
9	Laranja leitoso	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
10	Preto	200	R\$ 1,10	R\$ 220,00
11	Rosa BB leitoso	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
12	Rosa cristal	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
13	Rosa leitoso	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
14	Roxo cristal	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
15	Transparente	200	R\$ 1,10	R\$ 220,00
16	Verde cristal	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
17	Vermelho cristal	100	R\$ 1,10	R\$ 110,00
	Total	2200	R\$ 18,70	R\$ 2.420,00

Estimativa de custo Mensal - Chinelos Personalizados				
19	Amarelo	130	R\$ 5,00	R\$ 650,00
20	Azul Bic	130	R\$ 5,00	R\$ 650,00
21	Azul Marinho	130	R\$ 5,00	R\$ 650,00
22	Branco	130	R\$ 5,00	R\$ 650,00
23	Lilás	130	R\$ 5,00	R\$ 650,00
24	Pink	130	R\$ 5,00	R\$ 650,00
25	Preto	130	R\$ 5,00	R\$ 650,00
26	Rosa Bebe	130	R\$ 5,00	R\$ 650,00
27	Verde Exército	130	R\$ 5,00	R\$ 650,00
28	Vermelho	130	R\$ 5,00	R\$ 650,00
0	0	0		R\$ -
0	Total	1300	R\$ 50,00	R\$ 6.500,00

5.8 Custo de Mão de Obra Mensal

Cargo do Funcionário	Salário	FGTS	Aviso Prévio	13 °	Férias	1/3 de Férias	FGTS sem Verbas Rescisórias	INSS
Atendente/ Op. de design	R\$954,00	R\$76,32	R\$ 21,66	R\$79,47	R\$26,52	R\$17,65	R\$ 49,32	R\$76,32
Operador de máquinas	R\$954,00	R\$76,32	R\$21,66	R\$79,47	R\$26,52	R\$17,65	R\$ 49,32	R\$76,32
Vendedor	R\$954,00	R\$76,32	R\$21,66	R\$79,47	R\$26,52	R\$17,65	R\$ 49,32	R\$76,32
Total	R\$ 3.903,77							

Total do Custo de Mão de Obra Mensal	R\$ 3.903,77
---	---------------------

5.9 Estimativa do Custo de Depreciação

Depreciação do Maquinário				
Descrição do Ativo	Valor do Ativo	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 14.727,64	10	R\$ 1.472,76	R\$ 122,73
Veículo	R\$ 9.500,00	5	R\$ 1.900,00	R\$ 158,33
Móveis	R\$ 1.477,00	10	R\$ 147,70	R\$ 12,31
Total de Depreciação	R\$ 25.704,64		R\$ 3.520,46	R\$ 293,37

5.10 Estimativa do Custo Fixo Operacional mensal

Custos Fixos Operacionais	
Conta	Valor
Água	R\$ 60,00
Aluguel	R\$ 1.000,00
Combustível	R\$ 250,00
Cortesia	R\$ 34,00
DARF/DARE	R\$ 351,35
Depreciação	R\$ 293,37
Energia Elétrica	R\$ 250,00
Honorários do Contador	R\$ 230,00
Manutenção	R\$ 500,00
Material de Escritório	R\$ 380,00
Material de Limpeza	R\$ 30,00
Salários + encargos	R\$ 3.903,77
Telefone/internet	R\$ 120,00
Total	R\$ 7.402,49

5.11 Demonstrativo do Resultado de Exercício

Demonstrativo do Resultado de Exercício (Mensal)		
Item	Descrição da Conta	Valor
5.5	Receita Total	R\$ 21.800,00
	Receita com Copos Personalizados	R\$ 5.000,00
	Receita com Chinelos Personalizados	R\$ 16.800,00
	Imposto e gastos de Vendas	R\$ 1.199,00
5.6	Imposto sobre Vendas (-)	R\$ 981,00
	Gastos com Vendas	R\$ 218,00
5.8	Custo de Mercadoria Vendida	R\$ 8.920,00
	Custo de Mercadoria Vendida (Copos)	R\$ 2.420,00
	Custo de Mercadoria Vendida (Chinelos)	R\$ 6.500,00
	Margem de Contribuição	R\$ 11.681,00
5.11	Custos Fixos Totais	R\$ 7.402,49
	Resultado do Exercício	R\$ 4.278,51

5.12 Indicadores de Viabilidade

Análise de indicadores. Após ter realizado a projeção de receitas, custos, despesas e investimentos, e ter chegado à projeção dos fluxos de caixa, a análise de viabilidade econômica e financeira parte para a análise de indicadores. Essa taxa representa o retorno mínimo esperado para um investimento.

5.12.1 Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio Financeiro é um índice percentual que marca o ponto em que as vendas criam receitas que se igualem as despesas e custos de uma operação. ... O cálculo do ponto de equilíbrio permite ao empresário saber qual o faturamento mensal, ou anual, mínimo para cobrir despesas fixas e variáveis.

Ponto de Equilíbrio	
Custo Fixo	R\$ 7.402,49
Índice de Margem de Contribuição	0,54
Total do Ponto de Equilíbrio	R\$ 13.815,11

Índice de Margem de Contribuição	
Receita Total	R\$ 21.800,00
Custos Variáveis	R\$ 10.119,00
Índice de Margem	0,54

Margem de Contribuição	
Receita Total	R\$ 21.800,00
Custos Variáveis	R\$ 10.119,00
Margem de Contribuição	R\$ 11.681,00

5.12.2 Lucratividade

A Lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sob a forma de valor percentual e que indica qual é o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve. É um dos principais indicadores econômicos da empresa, ligado diretamente com a competitividade do negócio. Difere de rentabilidade e é derivado do conceito de lucro.

Lucratividade (% ao ano)	
Lucro Líquido	R\$ 51.342,12
Receita Total	R\$ 261.600,00
Total	19,63

5.12.3 Rentabilidade

Nos investimentos, rentabilidade é o retorno sobre o capital investido em determinado ativo financeiro.

Rentabilidade (% ao ano)	
Lucro Líquido	R\$ 51.342,12
Investimento total	R\$ 40.479,43
Total	126,84

5.12.4 Prazo de Retorno de investimento

O PRI é um indicador de atratividade do negócio, pois mostra o tempo necessário para que o empreendedor recupere tudo o que investiu.

Prazo de Retorno de investimento (Meses)	
Investimento total	R\$ 40.479,43
Lucro Líquido	R\$ 51.342,12
Total	8

6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

DEMONSTRATIVO		CENÁRIO PROVAVEL	CENÁRIO PESSIMISTA	CENÁRIO OTIMISTA
Item	Descrição da Conta	Valor	Valor	Valor
5.5	Receita Total	R\$ 21.800,00	R\$ 17.440,00	R\$ 26.160,00
	Receita com Copos Personalizados	R\$ 5.000,00		
	Receita com Chinelos Personalizados	R\$ 16.800,00		
	Imposto e gastos de Vendas	R\$ 1.199,00	R\$ 959,20	R\$ 1.438,80
	Imposto sobre Vendas (-)	R\$ 981,00	R\$ 784,80	R\$ 1.177,20
	Gastos com Vendas	R\$ 218,00	R\$ 174,40	R\$ 261,60
	Custo de Mercadoria Vendida	R\$ 8.920,00	R\$ 7.136,00	R\$ 10.704,00
	Custo de Mercadoria Vendida (Copos)	R\$ 2.420,00	R\$ 1.936,00	R\$ 2.904,00
	Custo de Mercadoria Vendida (Chinelos)	R\$ 6.500,00	R\$ 5.200,00	R\$ 7.800,00
	Margem de Contribuição	R\$ 11.681,00	R\$ 9.344,80	R\$ 14.017,20
	Custos Fixos Totais	R\$ 7.402,49	R\$ 7.402,49	R\$ 7.402,49
	Resultado do Exercício	R\$ 4.278,51	R\$ 1.942,31	R\$ 6.614,71

7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

7.1 Análise da Matriz F.O.F.A.



Um ambiente interno onde pode se controlar, tudo que está ao alcance de uma decisão administrativa e estratégica dentro da empresa.

Forças

- Um ponto forte da Confort&Drink é que considerará os fornecedores como parceiros, tendo uma relação de amizade. Desta forma será possível fornecer produtos a um preço mais competitivo através de negociação

direta com os fornecedores. Obtendo preços baixos na matéria prima e repassando aos clientes a um preço justo e acessível.

- A empresa terá uma boa localização. A escolha do local foi devida a uma pesquisa de mercado, e será mantida a escolha pelo fato de grande movimento e fluxo de pessoas, por ser em uma avenida e perto de pontos comerciais.
- A Confort&Drink oferecerá produtos de qualidade devido a escolha minuciosa pela melhor matéria prima e customização adequada de acordo com a escolha do próprio cliente. Além desses itens, os produtos oferecidos pela Confort&Drink serão vendidos a preços acessíveis e prontos para uso.

Oportunidades

- Para melhoria da qualidade da matéria prima e melhor atendimento ao cliente, a Confort&Drink buscará uma relação de parceria com empresas e fornecedores. Tendo um bom relacionamento com o fornecedor proporcionará uma matéria prima de boa qualidade e baixo custo.
- O fato que levará a Confort&Drink a ter uma grande demanda de produtos para festas é o motivo de Presidente Epitácio ser considerada uma cidade turística, com freqüentes festas e comemorações, fazendo com que as encomendas de produtos para serem usados de lembrança sejam de quantidades crescentes.
- Falta de concorrência direta por não haver fábrica de personalização na cidade.

Fraqueza

- Pouco conhecimento dos clientes em relação à empresa na cidade de presidente Epitácio, por ser uma Empresa nova.

Mas será feito um investimento necessário em cursos e divulgações.

- Por ser uma fabrica nova terá um certo tempo até que a meta de vendas seja alcançada.

Ameaças

- Concorrentes diretos e indiretos que possam surgir após a Empresa estar expandindo
- A crise econômica influência nos preços dos produtos e na demanda. Também existe o fato dos produtos importados, que com o preço muito baixo tornam-se uma ameaça á Empresa.

8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Após realizada uma pesquisa de mercado com 21 perguntas e 200 questionário, foi verificado que há uma grande aceitação da Confort&Drink em Presidente Epitácio e região.

Através da análise de mercado conseguimos observar quem serão os concorrentes, clientes e fornecedores o grande diferencial da Confort&Drink é que trata-se de uma fábrica de chinelos e copos customizados.

A fábrica produzira e customizara os chinelos de acordo com o tipo de festa ou evento, já os copos serão apenas customizados, pois o diferencial da empresa é que o cliente faz o pedido de acordo com a sua preferência e quantidade desejada.

Com uma análise no plano de negócio, aonde o investimento inicial será de aproximadamente de R\$ 40.479,43, a estimativa de faturamento mensal em torno de R\$ 4.278,51. Com esses dados em 8 meses terá o retorno de seu capital investido. Assim concluímos que uma fábrica de chinelos e copos de qualidade que serve tanto para festa particulares como para oferecer aos turistas é viável para Presidente Epitácio, por ter um fluxo grande de turista e festas com freqüência durante o ano.

Esse plano de negócio tem como objetivo inovação no mercado em Presidente Epitácio, abrindo uma grande oportunidade de investimento, que busca novos meios e sucesso no ramo empresarial.

9. REFERÊNCIAS

AS LEGÍTIMAS, E. **Havaianas.** Disponível em: <<http://soqueroaslegitimas.blogspot.com.br/p/historia.html?m=1>>. Acesso em: 20 set. 2017.

DNA DO PÉ. **Grendene Ipanema.** Disponível em: <<http://www.dnadope.com.br/noticias/voce-conhece-a-historia-dos-chinelos/>> Acesso em: 23 set. 2017.

ALAM, H. **Você Sabia? Brindes personalizados e sua história** Disponível em: <<http://kawthar.com.br/voce-sabia-brindes-personalizados-e-sua-historia/>> Acesso em: 25 set. 2017.

GUIMARÃES, L. **Na 'guerra' do verão, chinelos usam inovação e tênis para atrair consumidor.** Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL1395045-9356,00-NA+GUERRA+DO+VERAO+CHINELOS+USAM+INOVACAO+E+TENIS+PARA+ATRAIR+CONSUMIDOR.html> . Acesso em: 17 out. 2017.

SEBRAE. **Mercados de Chinelos no Brasil e as Oportunidades para o Mundial.** Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/79c2e1cc5e2de95af64e830bcf437e1c/\\$File/5114.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/79c2e1cc5e2de95af64e830bcf437e1c/$File/5114.pdf)>. Acesso em 17 out. 2017.

BRUSTIN **Sandálias Italianas, Você sabia?** Disponível em: <<http://www.sandaliasitalianas.com.br/voce-sabia/>>. Acesso em 06 Nov. 2017

BRINDES MIL **Brindes** Disponível em: <<http://www.brindesmil.com.br/personalizacao/brindes/>>. Acesso em 07 nov. 2017.

POLIANA Empreendedorismo/Plano Operacional disponível em: <<https://www.trabalhosgratuitos.com/Outras/Diversos/Empreendedorismo-549311.html>>. Acesso em 26 fev. 2018

CINTRA R. Análise de Mercado. (Estudo dos clientes, Estudo dos concorrentes, Estudo dos fornecedores) disponível em: <<https://negociadordeideias.blogspot.com.br/2012/01/analise-de-mercado-estudo-dos-clientes.html>> . Acesso em 03 maio 2018

SEBRAE. **Pesquisa de fornecedores.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-de-fornecedores,ea7836627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 07 jun. 2018.

SECO R. **Os chinelos brasileiros dão a volta ao mundo.**Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2015/04/16/economia/1429210012_378239.html>. Acesso em 08 jun. 2018.

GUGONI M. **Chinelos são 2 de cada 4 pares de calçados vendidos no país.**Disponível em: <<http://noticias.r7.com/economia/noticias/chinelos-sao-2-de-cada-4-pares-de-calçados-vendidos-no-pais-20260123.html>>. Acesso em 08 jun. 2018.
