

STRONG ESAGS – ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO

Barbara Dominicheli  
Caio Matsuda  
Caio Vanderlei Mattua  
Camila Fernandes Cruz  
Gabriel Thomé  
Pedro Henrique Dias Gonçalves

**SABECO**

Santo André  
2017

Barbara Dominicheli  
Caio Matsuda  
Caio Vanderlei Mattua  
Camila Fernandes Cruz  
Gabriel Thomé  
Pedro Henrique Dias Gonçalves

## **SABECO**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como exigência para a  
obtenção do grau de Bacharel em  
Administração, à Escola Superior de  
Administração e Gestão –  
STRONGESAGS.

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Vilas  
Boas

Santo André  
2017

Fernandes, Camila

SABECO / Camila Fernandes, Bárbara Dominicheli, Caio Mattua, Gabriel Thomé, Caio Matsuda, Pedro Dias - São Paulo (SP), 2017.  
114 f.: il. color.

Orientador(a): Eduardo Vilas Boas

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) –  
Escola Superior de Administração e Gestão - STRONG, São Paulo,  
2017.

Óleo de cozinha; Meio Ambiente; Reciclagem; Sabão; Artesanato;  
I. Fernandes, Camila II. Dominicheli, Bárbara III. Mattua, Caio IV. Thomé,  
Gabriel V. Matsuda, Caio VI. Dias, Pedro VII. Vilas Boas, Eduardo  
(Orient.) VIII. Sabeco

Barbara Dominicheli  
Caio Matsuda  
Caio Vanderlei Mattua  
Camila Fernandes Cruz  
Gabriel Thomé  
Pedro Henrique Dias Gonçalves

## **SABECO**

Santo André, 07 de dezembro de 2017.

## **BANCA EXAMINADORA**

---

Professor Orientador Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas  
STRONG ESAGS - Escola Superior de Administração e Gestão

---

Professor Dr. Valmir Aparecido Conde  
STRONG ESAGS - Escola Superior de Administração e Gestão

---

Professor e Coordenador Fábio Alessandro Affonso Antonio  
STRONG ESAGS - Escola Superior de Administração e Gestão

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente a Deus por ter nos dado saúde e forças para superar as dificuldades.

Aos familiares, pelo suporte, por acreditar em nós e incentivar, pela oportunidade de cursar a graduação na STRONG – ESAGS FGV.

Aos amigos, pelo apoio e auxílio durante o período de execução deste trabalho.

Aos colegas de trabalho, por compartilhar conhecimentos e auxiliar no desenvolvimento.

Ao professor orientador Eduardo Vilas Boas, pela disponibilidade de esclarecimento das dúvidas, por orientar e auxiliar durante o desenvolvimento do plano.

“O homem razoável adapta-se ao mundo; o homem que não é razoável obstina-se a tentar que o mundo se lhe adapte. Qualquer progresso, portanto, depende do homem que não é razoável.”

- *George Bernard Shaw*

## RESUMO

O mercado sustentável no Brasil e no mundo possui fortes tendências de crescimento, e vem demonstrando que os consumidores buscam cada vez mais opções ecológicas em suas compras, contribuindo com o meio ambiente e diminuindo os impactos causados com produtos cada vez menos prejudiciais ao meio ambiente. Neste trabalho foi desenvolvido um plano de negócio para a Sabeco, uma empresa que transformará o óleo de cozinha utilizado pela população em um material biodegradável para a produção de sabões artesanais e aromatizados. O mau hábito de descartar o óleo de cozinha usado causa inúmeros danos para o meio ambiente, porém nem sempre as pessoas que descartam incorretamente este resíduo sabem das consequências geradas. A missão da Sabeco será conscientizar e incentivar no descarte correto do óleo usado, mostrar que há fins melhores que não são prejudiciais ao meio ambiente e inserir no mercado um sabão de qualidade.

**Palavras-chave:** Óleo de cozinha; meio ambiente; sabão.

## ABSTRACT

The sustainable market in Brazil and worldwide has strong growth trends, and has been demonstrating that consumers are increasingly seeking ecological options in their purchases, contributing to the environment and reducing the impacts on it with products that are less harmful to the environment. In this work a business plan was developed for Sabeco. It is a company that will transform the cooking oil used by the population into a biodegradable material for the production of handmade and flavored soaps. The bad habit of discarding used cooking oil causes numerous damages to the environment, but not always people that incorrectly discard this residue know the consequences generated. The mission of Sabeco will be to raise awareness and encourage the correct disposal of used oil, to show that there are better purposes which are not harmful to the environment, and to place in market quality soap.

**Keywords:** Kitchen oil; environment; soap.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Business Model Canvas .....	19
Figura 2 - Valores Organizacionais.....	27
Figura 3- Cadeia de Valor de Porter (1985) / SABECO .....	43
Figura 4- Processo Operacional .....	48
Figura 5- Planta da Fábrica .....	49
Figura 6- Matriz BCG.....	56
Figura 7- Panfletos .....	58
Figura 8- Logotipo.....	61
Figura 9 - Fluxograma da experiência de compra .....	62
Figura 10 - Perfil dos Compradores .....	65
Figura 11- Organograma 2018 .....	76
Figura 12- Organograma 2022 .....	77
Figura 13 - Ciclo desenvolvimento .....	82

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Faixa Etária .....	37
Gráfico 2- Gênero .....	38
Gráfico 3- Conhecimento da contaminação da água causada pelo óleo utilizado ....	38
Gráfico 4- Reciclagem do óleo.....	39
Gráfico 5- Descarte em pontos de coleta .....	40
Gráfico 6- Possibilidade de Compra .....	40
Gráfico 7- Possibilidade de Compra (sabendo da ajuda).....	42
Gráfico 8- Preço .....	41
Gráfico 9- Curva Salarial.....	81

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Experiência Profissional / Sócios.....	26
Tabela 2 - Balanced Scorecard.....	45
Tabela 3 - Máquinas e equipamentos.....	50
Tabela 4 - Custo de Fabricação por Unidade.....	52
Tabela 5 - Gastos totais com operacional em 2018.....	53
Tabela 6 - Gastos Totais com Operacional em 2022.....	53
Tabela 7 - Previsão de Demanda (Sabão 90g).....	679
Tabela 8 - Previsão de Demanda (Sabão 10g).....	691
Tabela 9 - Demanda Prevista em 2018.....	702
Tabela 10 - Demanda Prevista em 2019.....	702
Tabela 11 - Demanda Prevista em 2020.....	702
Tabela 12 - Demanda Prevista em 2021.....	713
Tabela 13 - Demanda Prevista em 2022.....	713
Tabela 14 - Projeção de Gastos do Plano de Marketing no Primeiro Ano.....	735
Tabela 15 - Headcount.....	79
Tabela 16 - Capacidade produtiva de produção (Diária e Mensal).....	80
Tabela 17 - Remuneração.....	82
Tabela 18 - Gastos com segurança do trabalho.....	85
Tabela 19 - Gastos com pessoas.....	857
Tabela 20 - Gastos Totais com Pessoas em 2018.....	857

Tabela 21 - Gastos Totais com Pessoas em 2022.....	867
Tabela 22 - Investimentos pré-operacionais.....	90
Tabela 23 - Faturamento de 2018 a 2022.....	91
Tabela 24 - Faturamento de 2018 a 2022 do sabão de 90 gramas.....	92
Tabela 25 - Faturamento de 2018 a 2022 do sabão de 10 gramas.....	93
Tabela 26 - Custos Fixos.....	93
Tabela 27 - Custos Variáveis.....	94
Tabela 28 - Custos Totais (fixos e variáveis).....	94
Tabela 29 - Custo do Produto Vendido.....	95
Tabela 30 - Alíquota de Imposto.....	95
Tabela 31 - Demonstrativo de Resultados.....	96
Tabela 32 - Despesas Operacionais.....	96
Tabela 33 - Fluxo de caixa mensal.....	857
Tabela 34 - Fluxo de Caixa consolidado anual.....	98
Tabela 35 - Medidores de desempenho.....	98
Tabela 36 - VPL.....	99
Tabela 37 - Ponte de Equilíbrio.....	99
Tabela 38 - Demonstração de Resultado no Cenário Pessimista.....	105
Tabela 39 - Demonstração de Resultados do Cenário Otimista.....	106

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

ABRE – Associação Brasileira de Embalagem

CEP – Código de Endereçamento Postal

CIP – Contribuição para Iluminação Pública

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CPP – Contribuição Previdenciária Patronal

CSLL – Contribuição Social Sobre Lucro Líquido

DAS – Documento de Arrecadação do Simples

EPP – Empresa de Pequeno Porte

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

INSS – Instituto Nacional de Seguro Social

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados

IR – Imposto de Renda

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

ISS – Imposto Sobre Serviços

MVP – *Minimum Viable Product*, Produto Mínimo Viável

PIS/Pasep – Programa de Integração Social

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

## SUMÁRIO

1. <b>INTRODUÇÃO</b> .....	18
2. <b>Viabilidade da idéia do negócio</b> .....	19
2.1 Business Model Canvas (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010) .....	19
2.1.1. Oferta de valor .....	19
2.1.2. Segmentos de clientes .....	20
2.1.3. Canais de Vendas .....	21
2.1.4. Relacionamento com o cliente .....	21
2.1.5. Fontes de receitas .....	22
2.1.6. Recursos chave .....	22
2.1.7. Atividades Chave .....	23
2.1.8. Parceiros chave .....	23
2.1.9. Fontes de custos .....	24
2.2. Viabilidade da idéia do negócio .....	24
3. <b>Sumário executivo</b> .....	26
4. <b>Viabilidade estratégica</b> .....	29

4.1.	Estudo do mercado-alvo (dados secundários) .....	29
4.1.1.	Mercado atual .....	29
4.1.2.	Histórico do mercado .....	29
4.1.3.	Projeções futuras .....	30
4.1.4.	Tendências do mercado .....	30
4.2.	Estudo dos clientes (dados secundários).....	31
4.2.1.	Estudo dos clientes (dados secundários). Identificação das características demográficas dos clientes .....	31
4.3.	Análise do ambiente geral por meio do modelo das cinco forças competitivas de Porter (2004). .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
4.3.1.	Estudo dos concorrentes .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
4.3.2.	Estudo da barganha dos fornecedores .....	35
4.3.3.	Estudo da barganha dos consumidores .....	36
4.3.4.	Estudo de novos entrantes .....	36
4.3.5.	Estudo de substitutos .....	37
4.4.	Pesquisa de Campo.....	37
4.5.	Delimitação da estratégia organizacional.....	42
4.5.1.	Vantagem Competitiva .....	42
4.5.2.	BSC:Criação do mapa estratégico da empresa utilizando a técnica do Balanced Scorecard (KAPLAN, NORTON, 2004).....	45
5.	<b>Viabilidade Operacional</b> .....	47
5.1.	Plano Operacional.....	47
5.1.1.	Fluxograma dos processos operacionais.....	47
5.1.2.	Layout ou arranjo físico .....	49
5.1.3.	Máquinas e equipamentos necessários para produção .....	50
5.1.4.	Projeção da capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços	

5.1.5.	Principais fornecedores.....	51
5.1.6.	Plano logístico e de distribuição .....	51
5.1.7.	Política de qualidade .....	52
5.2.	Estimativa de gastos.....	52
5.3.	Análise e diagnóstico da viabilidade operacional .....	53
<b>6.</b>	<b>Viabilidade Mercadológica .....</b>	<b>55</b>
6.1.	Plano de Marketing .....	55
6.1.1.	Produtos e Serviços.....	55
6.1.2.	Matriz BCG.....	55
6.1.3.	MVP.....	57
6.1.4.	Preço.....	57
6.1.5.	Promoção .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
6.1.6.	Gestão da Marca.....	61
6.1.7.	Fluxograma da experiência de compra dos clientes da empresa .....	61
6.1.8.	Estratégias de fidelização de clientes .....	63
6.1.9.	Posicionamento da marca .....	64
6.2.	Previsão e mensuração da demanda .....	64
6.2.1.	Demanda corrente e futura.....	64
6.2.2.	Market-share .....	71
6.3.	Estimativa de gastos.....	72
6.4.	Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica .....	73
<b>7.</b>	<b>Viabilidade do capital humano.....</b>	<b>75</b>
7.1.	Projeção de colaboradores .....	75
7.1.1.	Atividades .....	75
7.1.2.	Organograma.....	76
7.1.3.	Headcount .....	77

7.1.4.	Competências.....	79
7.2.	Plano de gestão de pessoas .....	79
7.2.1.	Recrutamento e seleção .....	79
7.2.2.	Remuneração .....	80
7.2.3.	Treinamento e Desenvolvimento.....	81
7.2.4.	Rotatividade e absentéismo .....	82
7.2.5.	Segurança do trabalho .....	83
7.2.6.	Modelo Cultural .....	84
7.3.	Estimativa de gastos.....	84
7.4.	Análise e diagnóstico da viabilidade do capital humano na organização .....	86
8.	<b>Viabilidade Financeira</b> .....	87
8.1.	Pressupostos da análise financeira.....	87
8.1.2.	Cálculo do investimento total.....	90
8.1.3.	Estimativa do faturamento mensal para os próximos 5 anos.....	91
8.1.4.	Estimativa dos custos fixos e variáveis para os próximos 5 anos.....	93
8.1.5.	Demonstrativo de resultados para os próximos 5 anos.....	95
8.1.6.	Estimativa do fluxo de caixa para os próximos 5 anos.....	96
8.1.7.	Cálculo e análise dos indicadores de viabilidade financeira.....	98
8.2.	Análise e diagnóstico da viabilidade financeira.....	100
9.	<b>Viabilidade do negócio: Conclusão do trabalho</b> .....	99
9.1.	Análise de SWOT da empresa.....	99
9.2.	Cenários.....	104
9.3.	Considerações Finais.....	107
10.	<b>Apêndices</b> .....	108

10.1. Apêndice I.....	108
10.2. Apêndice II.....	109
10.3. Apêndice III.....	111
10.4. Apêndice IV.....	112
<b>11. Referências Bibliográficas.....</b>	<b>114</b>

## **1. INTRODUÇÃO**

A reciclagem e a preservação do meio ambiente é tendência no país e no mundo, comum em diversos locais públicos, lixeiras de coleta seletiva e programas de reciclagem. Entretanto, ainda são falhos e pouco divulgados os programas de coleta de óleo vegetal utilizado.

A lista de danos causados pelo descarte incorreto do óleo é imensa, em que se destacam os danos à água e ao solo.

A Sabeco será uma empresa especializada neste tipo de reciclagem e também, na manufatura a partir óleo de cozinha usado. Tornar este resíduo biodegradável, diminuir os danos causados pelo descarte do óleo e comercializar produtos de matéria-prima reciclada são as propostas que alicerçam o projeto.

Serão alocados pontos de coleta no local de utilização, fato que tornará mais fácil inculcar a cultura da reciclagem do óleo, uma vez que neste modelo, o conforto e a comodidade do consumidor de óleo não são afetados ao reciclar.

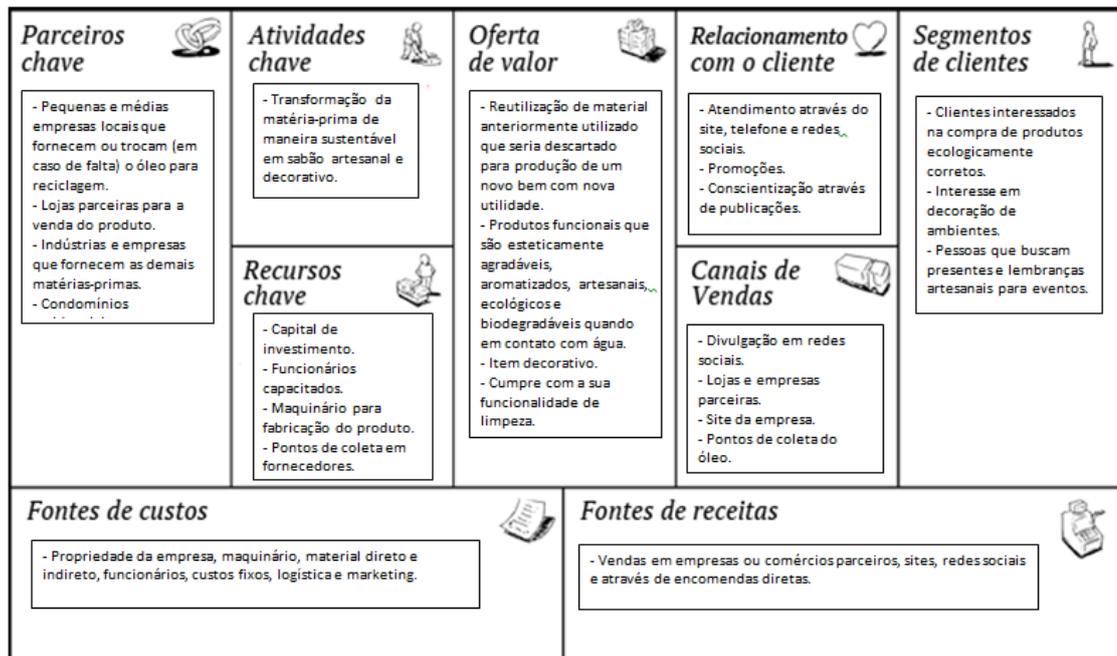
Foram realizadas pesquisa de campo online, através de redes sociais, sendo possível identificar o público-alvo, as condições socioeconômicas e culturais, observado que nem todos aqueles que descartam o óleo de forma incorreta, possuem o conhecimento dos danos que possam estar causando ao meio ambiente.

Através da pesquisa de campo, e estudos sobre os mercados que a Sabeco estará inserida, estes sendo de artesanato e sustentável, foi possível definir como e em que rumo direcionar o projeto.

## 2. Viabilidade da ideia do negócio.

### 2.1 Business Model Canvas (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010)

Figura 1- Business Model Canvas



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

A ideia da Sabeco consiste em reutilizar o óleo de cozinha para a confecção de sabão artesanal. Na figura 1 consta a imagem do modelo do Canvas da Sabeco.

### **2.1.1. Oferta de valor**

A oferta de valor da Sabeco é proporcionar ao consumidor a experiência de poder ajudar o meio ambiente, contribuindo da sua forma, obtendo hábitos que causam menos impactos negativos.

O óleo de cozinha utilizado na preparação de alimentos será descartado de maneira correta e reutilizado, para obter um sabão de qualidade e ecológico. Existem pessoas que querem contribuir, porém, não possuem as oportunidades necessárias ou não sabem como adotar práticas sustentáveis, como o descarte correto do óleo vegetal utilizado.

De acordo com a Oil World<sup>1</sup>(2012), o Brasil produz 9 bilhões de litros de óleos vegetais por ano. Dessa quantidade produzida, 1/3 é destinado para os óleos comestíveis. Ainda, segundo as pesquisas, mais de 200 milhões de litros de óleo residual de cozinha são despejados mensalmente nas pias de cozinhas em todo país. Somente 1 litro de óleo utilizado contamina cerca de até 20 mil litros de água; sendo assim, os impactos ambientais são comprometedores. Segundo a Superintendência de Água, Esgoto e Meio Ambiente da Estância Turística de Olímpia - São Paulo<sup>2</sup>, os problemas gerados a partir do descarte de óleo em pias e até mesmo em lixos acarretam no entupimento de tubulações de esgoto, sendo necessária a aplicação de produtos químicos para remover o óleo; ao se espalhar na superfície dos rios e represas, contamina a água desses locais e compromete seu uso; o óleo pode ficar retido no solo, impermeabilizando-o e contribuindo com enchentes e, por fim, em seu processo de decomposição, libera gás metano que aumenta o agravamento do efeito estufa.

A proposta da Sabeco é proporcionar um item para decorar ambientes, esteticamente agradável, aromatizado e artesanal, para consumidores que se preocupam com o meio ambiente e utilizam produtos ecológicos. Como adicional, o sabão da Sabeco é funcional, ótimo para lavar roupas e louças.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://www.oilworld.biz/> Acessado em 28/10/2017

<sup>2</sup> Disponível em: <http://www.daemo.sp.gov.br/meio-ambiente-residuos-solidos-oleo-de-cozinha> Acessado em 28/10/2017

### **2.1.2. Segmentos de clientes**

O sabão será voltado para o público que leva uma vida ecologicamente correta, que se importa com o meio ambiente e deseja contribuir da maneira possível. São pessoas que muitas vezes não sabem o que fazer ou onde descartar o óleo utilizado para a produção de alimentos, e querem fazer a sua parte para um menor impacto negativo ao meio ambiente.

Outro nicho são os consumidores ligados ao meio artístico e com gosto por decoração de ambientes, já que será possível utilizar o sabão tanto para limpeza, quanto para a decoração do lar / ambiente.

Além disso, o sabão da Sabeco é um ótimo item para presentear e dar lembranças em festas e eventos, visto que será uma lembrança diferenciada pelo fato de ser ecológica e artesanal, fazendo com o que a empresa atinja esse público que se interessa por lembranças ecológicas também.

### **2.1.3. Canais de Vendas**

O sabão e os pontos de coleta de óleo serão divulgados nas páginas oficiais da empresa nas redes sociais de acesso comum e fácil, como: página na rede social Instagram, Facebook, Elo 7 e Mercado livre, com atualização online e divulgação da variedade de sabões que serão fabricados, opções de compra, pagamento, e de escolha. Além das redes sociais, a empresa terá um site próprio para a divulgação dos sabões, sendo possível também a compra e procura através do mesmo. A venda do sabão também será realizada por lojas de produtos artesanais, aromatizantes, presentes e lembranças para eventos, produtos de limpeza e feiras artesanais.

Para aquisição do óleo, existirão pontos de coletas nos condomínios residenciais, e pequenos estabelecimentos comerciais, como bares, restaurantes, mercados, entre outros, com um recipiente específico para coleta.

#### **2.1.4. Relacionamento com o cliente**

O relacionamento será próximo e de fácil contato, com respostas breves, através do site da empresa, telefone do escritório, páginas cadastradas nas redes sociais de comum acesso, como Facebook, Instagram, Elo 7, mercado livre e pelo canal de correio eletrônico onde também será realizada a divulgação dos pontos de coleta de óleo e sabões. Terá uma gestão para que o cliente seja esclarecido de dúvidas e obtenha informações rápidas sobre o sabão ou a Sabeco, com qualidade e tenha uma experiência boa, atingindo a satisfação do mesmo.

Haverá desenvolvimento de promoções temporais com descontos progressivos, descontos de aniversário e cartão fidelidade. Será feita uma conscientização tanto nos pontos de coleta quanto nos pontos de vendas em relação ao óleo e ao produto ecológico, uma forma de se relacionar com o consumidor. Nas redes sociais serão postados artigos de como o óleo é prejudicial pro meio ambiente em caso de descarte incorreto, incentivando assim o descarte correto do mesmo.

#### **2.1.5. Fontes de receitas**

O sabão será vendido em pontos de vendas físicos e plataformas online. No primeiro caso, onde será vendido em pontos físicos, serão fechadas parcerias diretas com comércios, empresas de eventos / festas, lojas de produtos naturais, feiras de artesanatos, e comércios do gênero. Existirão as plataformas online, como a criação do site para a empresa, onde será possível a encomenda e compra do sabão, com exclusão do frete por parte do cliente de acordo com o CEP (localização da entrega). A Sabeco obterá páginas nas redes sociais que auxiliarão na divulgação dos sabões, promoções, e do próprio site.

#### **2.1.6. Recursos chave**

Será feita a contratação e treinamento de pessoas que possuem a cultura semelhante à da empresa, que possuam hábitos ecologicamente corretos e são

voltados para a sustentabilidade, e tenham um interesse em aprender ou possuam conhecimento voltado para a área química, para o manuseio corretamente das matérias primas.

Terão pontos de coletas do óleo nos locais indicados, nos condomínios residenciais, alocação em algum ponto estratégico e visível que não atrapalhe acordado com o síndico do mesmo. Haverá retirada do material periodicamente.

Outros recursos são pequenas empresas de alimentação, lanchonetes e restaurantes para coleta do óleo, os equipamentos e maquinários utilizados para produção do sabão, bem como o local da empresa e a internet.

### **2.1.7. Atividades Chave**

A principal atividade da Sabeco é a transformação da matéria-prima que é o óleo utilizado em sabão artesanal e decorativo, tornando o produto um item ecológico e também contribuindo para o meio ambiente.

Além disso, há outras atividades importantes da Sabeco:

- Marketing do produto;
- Publicação de artigos e informações para conscientização do meio ambiente nas redes social e disponibilizada através de banners/panfletos nos pontos de coleta do óleo utilizado;
- Logística de entrada, que será o recolhimento nos pontos de coleta do óleo utilizado;
- Venda dos sabões, tanto para o cliente final quanto para os varejistas e parcerias.

### **2.1.8. Parceiros chave**

Podem-se citar como parcerias principais os pontos de coleta da matéria prima do sabão, que é o óleo de cozinha já utilizado. Serão as pequenas e médias empresas locais, restaurantes, cantinas e cozinhas de escolas, colégios,

universidades e condomínios residenciais, que não possuem forma de descarte ecológico de óleo. A matéria prima será adquirida através da doação dos colaboradores nos locais onde serão alocados os pontos de coleta, e com a possibilidade de troca do óleo coletado pelo sabão para os locais citados anteriormente, em casos de baixa disponibilização do óleo nos pontos de coletas. A troca será uma estratégia nestas situações, para um maior incentivo na oferta do óleo utilizado para a Sabeco.

### **2.1.9. Fontes de custos**

Em relação aos custos da Sabeco, a propriedade da empresa será alugada, diminuindo o gasto inicial caso o terreno fosse próprio. O único custo com maquinário que fará parte da produção será do misturador e das balanças, que não configuram um valor expressivo. Como o óleo do sabão será doado e as demais matérias-primas são de fácil acesso, o custo de produção não será alto. A empresa terá um quadro de funcionários pequeno, pois o processo é relativamente simples e não demandará muita mão de obra. O valor despendido para a logística será separado entre a gasolina consumida para coletar o óleo e entregar o produto, e o armazenamento do produto. Terão gastos progressivos em marketing à medida que a empresa vai melhorando seu faturamento.

## **2.2. Viabilidade da ideia do negócio**

O modelo Canvas tem como objetivo principal analisar a viabilidade da ideia do negócio. A ideia a ser avaliada será a reutilização do óleo de cozinha para a fabricação de um sabão artesanal, esteticamente agradável e com um aroma diferenciado.

O foco serão clientes que tenham interesse em comprar produtos ecologicamente corretos, de qualidade e que permitam também decorar ambiente com a sua estética e aroma diferenciados, além disso, cumprindo suas principais funções, como: lavar roupas e louças.

Assim, a Sabeco realizará um processo que vise à transformação da matéria-prima de maneira sustentável em um produto de qualidade, tendo como parceiros

chave pequenas empresas que descartam seu óleo incorretamente e condomínios residenciais que tenham interesse em arrecadar o óleo para reaproveitamento.

Portanto, com um custo de fabricação baixo devido à principal matéria prima estar sendo doada, a não exigência de um maquinário complexo e baixos custos, pode-se concluir que é uma ideia viável.

Pode-se observar também que “o mercado sustentável brasileiro deve crescer entre 5% e 7% ao ano até 2020”, conforme site Terra indica<sup>3</sup>. Sendo assim, há potencial de crescimento para a Sabeco no mercado brasileiro, visto que a população está cada vez mais engajada com a sustentabilidade, e a preocupação com o meio ambiente só tende a crescer.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/ciencia/sustentabilidade/mercado-sustentavel-vai-crescer-7-ao-ano-no-pais,d408a4b635aab310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>

Acessado em 28/08/2017

### 3. Sumário executivo

#### 3.1. Dados gerais do empreendimento

A empresa chamará Sabeco, nome que se originou da junção das palavras sabão e ecológico. Ela desenvolverá um método de fabricação de sabões para fins decorativos e limpeza que terá como principal matéria-prima o óleo de cozinha já utilizado. Atuará nos setores da economia de artesanato e ecológico sustentável.

A sede da Sabeco estará localizada em Diadema, devido ao baixo custo de locação e por estar próxima de outras cidades, facilitando economicamente na logística.

#### 3.2. Dados dos empreendedores

A Sabeco será fundada por seis sócios com título de bacharelado em Administração pela Escola Superior de Administração e Gestão – STRONG FGV, todos serão responsáveis pelo investimento inicial da empresa, porém apenas um exercerá funções dentro da empresa, estas descritas no capítulo 7, e receberá o pró-labore.

A experiência profissional resumida de cada sócio fundador encontra-se na tabela 1.

Tabela 1 - Experiência Profissional / Sócios

Nome Sócio	Área	Empresa	Período
Bárbara Dominicheli	Recursos Humanos	Bridgestone / BASF	3 anos
Caio Matsuda	Pós Comercial	Valente Seguros	1 ano
Caio Mattua	Administrativo / Financeiro	EGO Saúde / Otima	5 e 2 anos
Camila Fernandes	Operacional Administrativo	Lojas Riachuelo S/A	1 ano
Gabriel Thomé	Comercial - Vendas	Over Design	3 anos
Pedro Dias	Comercial	Exito Brasil / Ford	2 anos e meio

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### 3.3. Missão da empresa e os valores organizacionais

A Sabeco terá como missão dois objetivos que trabalharão em conjunto, serão eles: a conscientização e incentivo quanto à reciclagem do óleo de cozinha utilizado e a entrada com os sabões artesanais no mercado, com competitividade e diferenciais para obter reconhecimento e boa imagem.

Os dois principais objetivos da missão serão alcançados por meio da adaptação a um conceito de destino pouco conhecido e utilizado ao óleo de cozinha usado, com a produção de um sabão artístico e artesanal, de qualidade, feito com a matéria prima citada, superando as expectativas dos clientes e contribuindo com a preservação do meio ambiente.

Ao longo deste plano estão detalhados como serão atingidos os objetivos, as ferramentas que serão utilizadas, quanto será gasto e as previsões de retorno.

A Sabeco terá uma cultura com os valores organizacionais conforme figura 2. Será considerada a atitude de dono de cada colaborador, que seria o engajamento dos funcionários com a empresa; foco no cliente, para que o cliente seja considerado sempre em primeiro lugar; trabalho em equipe, para que as atividades sejam executadas com mais eficácia; empatia, para que cada colaborador compreenda o outro, inclusive os clientes; senso de urgência, assim é definido o que precisa ser feito antes; e por último a atitude positiva.

Figura 2- Valores Organizacionais



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### **3.4. Forma jurídica e Enquadramento tributário**

A Sabeco é classificada como uma empresa de pequeno porte (EPP), sendo assim será uma sociedade limitada, de capital fechado, e possuirá seis sócios fundadores.

Optará pelo regime Simples Nacional que implica no recolhimento tributário unificado pelo DAS (Documento de Arrecadação Simples)<sup>4</sup>, dos seguintes impostos: IRPJ, IPI, CSLL, COFINS, PIS/Pasep, CPP, ICMS, ISS.

### **3.5. Capital social e Fonte de recursos**

A Sabeco será composta por seis sócios investidores do negócio. O montante total para o investimento inicial será de R\$ 45.589,10, valor que será dividido proporcionalmente entre os seis, cada um participará com 16% do montante, contribuindo com a quantia de R\$ 7.598,18.

O capital inicial será 100% responsabilidade dos sócios investidores, sem acréscimo de terceiros. Será necessário em primeiro instante o óleo de cozinha usado, o qual será doado pelos consumidores, ou seja, não haverá gasto com este material.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://blog.contaazul.com/o-que-e-simples-nacional/> Acessado em 21/11/2017

## **4. Viabilidade estratégica**

### **4.1. Estudo do mercado-alvo (dados secundários)**

#### **4.1.1. Mercado atual**

O volume movimentado no mercado atual de sabão em barra é de aproximadamente R\$ 1,75 bilhões por ano, baseado no volume estimado de consumo por brasileiro<sup>5</sup> (1,28 quilo/ano) x preço médio do quilo de sabão<sup>6</sup> (R\$ 6,63) x população brasileira (206,08 milhões). Tendo em mente que este é um produto de necessidade básica que é consumido por todas as pessoas.

O tamanho do mercado voltado à postura ecológica das empresas / produtos, conforme pesquisa realizada pela Reds (ResearchDesigned for Strategy) em parceria com o CIP (Centro de Inteligência Padrão) mostra que 42%<sup>7</sup> dos entrevistados levam em consideração a postura ecológica da marca no consumo de produtos de limpeza. Se for considerado de que pelo menos 1/4 desses 42% dos entrevistados consomem somente produtos com esta postura, a Sabeco terá um total de R\$ 183,75 milhões por ano.

#### **4.1.2. Histórico do mercado**

Segundo o site ABRE (Associação Brasileira de Embalagem), o mercado de limpeza brasileiro já é o 4º maior do mundo, atrás apenas dos EUA, China e Japão, e apresentou um crescimento de 17,3% nas vendas no período entre 2009 e 2014, totalizando US\$ 7,8 bilhões por ano, segundo a Euro Monitor International. A previsão é de expansão de 16,6% até 2019. Nos últimos cinco anos, os produtos para limpeza da cozinha deram salto de 117,6%.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Disponível em: <http://abra.ind.br/views/noticiasdetalhada.php?id=851> Acessado em 11/09/2017

<sup>6</sup> Disponível em: [http://www.deliveryextra.com.br/secoes/C145\\_C2318/sabao-em-barra](http://www.deliveryextra.com.br/secoes/C145_C2318/sabao-em-barra) Acessado em 11/09/2017

<sup>7</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/sobretudo/loja/2016/09/1814174-consumidores-querem-produtos-de-limpeza-mais-verdes-revela-pesquisa.shtml> Acessado em 11/09/2017

<sup>8</sup> Disponível em: <http://www.abre.org.br/noticias/setor-de-limpeza-da-banho-na-criese-cresce-17-em-cinco-anos/> Acessado em 18/10/2017

### 4.1.3. Projeções futuras

O mercado de limpeza tem uma previsão de crescimento de 16,6% em 5 anos, no período de 2014 até 2019 (*Citado no tópico 4.1.2*). Ainda segundo o site da ABRAE (Associação Brasileira de Embalagem), não só o mercado de limpeza tem previsão de crescimento, mas também o mercado de produtos sustentáveis, onde se enquadra o nicho da Sabeco.

### 4.1.4. Tendências do mercado

Além do crescimento de artesanais no Brasil, o mercado sustentável deve ter um crescimento de 5% a 7% ao ano até 2020, demonstrando que os consumidores buscam cada vez mais opções ecológicas em suas compras, contribuindo com o meio ambiente e diminuindo os impactos causados com produtos cada vez menos prejudiciais à natureza.<sup>9</sup>

A tendência de crescimento do mercado sustentável não traz benefícios só para os consumidores, mas também pode representar lucros consideráveis em longo prazo para as empresas e indústrias<sup>10</sup>. Uma das tendências que levam o mercado sustentável a crescer é a conscientização cada vez maior das pessoas com o meio ambiente. Além disso, o crescimento do mercado de limpeza que além de ser um dos maiores do mundo, continua a crescer mesmo durante a crise financeira atual, pois com “aperto no orçamento e menos domésticas criam novos hábitos”<sup>11</sup>.

Foi analisado também que o mercado brasileiro para artesanatos está em crescimento, já que aumentou 104% em vendas no primeiro semestre de 2015 quando comparado ao mesmo período do ano anterior.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Disponível em: <http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/saiba-quais-as-oportunidades-e-carencias-do-mercado-de-sustentabilidade-no-brasil/21962/> Acessado em 28/08/2017

<sup>10</sup> Disponível em: <http://envolverde.cartacapital.com.br/negocios-sustentaveis-podem-gerar-pelo-menos-us-12-trilhoes/> Acessado em 28/08/2017

<sup>11</sup> Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/negocios/setor-de-limpeza-da-banho-na-crise-cresce-17-em-cinco-anos-17417114> Acessado em 28/08/2017

<sup>12</sup> Disponível em: <https://ecommercenews.com.br/noticias/pesquisas-noticias/elo7-divulga-perfil-do-e-consumidor-brasileiro-de-produtos-artesanais/> Acessado em 29/08/2017

Com isso, a Sabeco tende a crescer ao longo dos anos, visto que o mercado em que ela atua (sustentável e de artesanatos) está em constante crescimento.

## **4.2. Estudo dos clientes (dados secundários)**

### **4.2.1. Estudo dos clientes (dados secundários). Identificação das características demográficas dos clientes**

Segundo Portilho (2010), quando os consumidores tiverem conhecimento suficiente, eles terão a consciência ambiental necessária para se tornarem consumidores verdes. O grau de instrução e a educação ambiental são fatores que ajudam a definir um consumidor sustentável.

Ainda sobre consumo sustentável, uma pesquisa feita por alunos da Universidade Federal São Carlos diz que “é possível notar a predominância (76,0%) de homens jovens (de 20 a 40 anos), que, segundo a pirâmide etária do IBGE de 2010, corresponde a aproximadamente 12,0% de toda a população brasileira. Com relação à renda familiar, houve uma predominância de 63,0% de pessoas da classe econômica B, 24,0% da classe C e 13,0% da classe A, sendo que 68,5% tinham renda acima de R\$ 3.900,00”<sup>13</sup>.

Sobre produtos artesanais, segundo pesquisa feita no Elo7 (uma das maiores empresas de *marketplace* de artesanatos no Brasil), é registrado que 97% do público é feminino, com idade média de 37 anos para mulheres e 40 para homens.<sup>14</sup>

O Estado que mais tem compradores de produtos artesanais é São Paulo, com 38%, seguido pelo Rio de Janeiro (18%), Minas Gerais (9%), Rio Grande do Sul e Paraná (ambos com 5%). Já entre as cidades, dos cinco municípios que mais compram produtos criativos e autorais, 3 delas estão no sudeste do país. A cidade

---

<sup>13</sup> Disponível em: [http://www.stratmarket.com.br/publicacoes/Consumidor\\_Verde.pdf](http://www.stratmarket.com.br/publicacoes/Consumidor_Verde.pdf) Acessado em 30/08/2017

<sup>14</sup> Disponível em: <https://ecommercenews.com.br/noticias/pesquisas-noticias/elo7-divulga-perfil-do-e-consumidor-brasileiro-de-produtos-artesanais/> Acessado em 30/08/2017

de São Paulo lidera o ranking, com 14,9%, seguida pelo Rio de Janeiro (10.5%), Belo Horizonte (2.5%), Brasília (2.3%) e Salvador (1.6%).<sup>15</sup>

Baseando-se nas informações coletadas, é possível concluir que a Sabeco tem potencial de crescimento no mercado, já que estará situada no Estado de São Paulo e o público-alvo tem crescido cada vez mais.

#### **4.2.2. Descrição dos interesses e comportamentos dos clientes**

É possível assumir que a maior parcela dos clientes utilizará o sabão para decoração em geral e presentes, não deixando de lado sua capacidade de limpeza, porém com menor foco. Portanto, conclui-se que é um sabão consumido esporadicamente pelos clientes que irão fazer um evento, que querem presentear alguém ou até mesmo para enfeitar algum cômodo de sua casa, e outros tipos de ambiente residencial ou comercial.

Segundo dados coletados do SEBRAE, a venda de artesanatos pela Internet tem dado visibilidade às empresas fazendo com que o mercado cresça como é o caso da Elo7 (*citado no tópico 4.2.1*). Porém, o comércio eletrônico em geral desta área não tem suprido as necessidades que os compradores de artesanato têm de um contato mais próximo dos produtos adquiridos, fazendo com que feiras de artesanato sejam mais atrativas para que novos clientes conheçam o produto.<sup>16</sup>

#### **4.2.3. Identificação dos motivos que levam os clientes a consumir os produtos ou serviços da empresa**

**Reconhecimento do Problema:** como os dados de mercado apontam a busca por produtos sustentáveis está em crescimento pela necessidade de suprir os desejos de consumo pessoais de forma não negativa para a sociedade. O reconhecimento do problema se dá pela necessidade do uso do sabão e pela

---

<sup>15</sup> Disponível em: <https://ecommercenews.com.br/noticias/pesquisas-noticias/elo7-divulga-perfil-do-e-consumidor-brasileiro-de-produtos-artesanais/> Acessado em 30/08/2017

<sup>16</sup> Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/venda-de-artesanato-pela-internet,405b347ea5b13410VgnVCM100000b272010aRCRD> Acessado em 29/08/2017

preocupação com o meio ambiente. O público alvo, que são os consumidores sustentáveis, às vezes não encontram tudo o que precisam que não prejudique o meio ambiente, e a Sabeco disponibilizará um produto decorativo que vai suprir a necessidade de quem quer decorar e aromatizar sem prejudicar a natureza.

Além disso, a Sabeco disponibilizará a opção de lembrancinhas sustentáveis, com sabões artesanais de 10g para presentear os convidados das festas. Há diversos sabonetes decorativos no mercado, mas nenhum que auxilia o meio ambiente utilizando o óleo reciclado. Isso irá suprir a necessidade de lembrancinhas para quem tem consciência ecológica.

Além da sustentabilidade, as pesquisas já citadas também dizem que o público que se interessa por artesanato também tem crescido consideravelmente, fazendo com que a busca por este tipo de produto cresça cada vez mais.

**Busca de Informações:** o cliente buscará informações através das páginas da Sabeco nas redes sociais, e outros canais de pesquisa online. Além de obter informações nos pontos de coletas disponibilizados nos pequenos mercados, condomínios residenciais, comércios, entre outros.

**Avaliação de Alternativas:** as empresas do mercado de sabonetes artesanais disponibilizam uma gama de produtos com diferentes formatos, cores, aromas e matérias-primas, onde o cliente irá escolher qual tipo de produto cabe melhor na sua necessidade de momento, porém não são produtos ecológicos como os sabões da Sabeco.

**Decisão de Compra:** após pesquisar sobre a Sabeco e os concorrentes, analisar as informações adquiridas e escolher o sabão desejado baseado no que ele oferece, se cumpre com a necessidade, o cliente analisa também se o preço juntamente com essas informações que a Sabeco divulga nos canais de mídia condiz com a qualidade e com o desejo pessoal que pretende satisfazer, assim toma a decisão de compra.

**Comportamento Pós-Compra:** caso o sabão tenha atendido as expectativas do cliente, provavelmente ele irá consumir novamente, porque o sabão em questão tem uma vida útil, fazendo com que seja uma opção acessível para novas

aquisições. Além disso, o fato de ser um produto único fará com que o cliente sustentável volte a adquirir e indicar para outros consumidores. Será realizado um marketing de conscientização ambiental para isso.

Utilizando o conceito de disciplina de valor de Treacy e Wiersema (1995), é possível observar que as necessidades dos clientes que buscam este mercado são atendidas pelas empresas com foco em liderança do produto, onde a Sabeco irá atuar, pois se trata de um mercado que trabalha justamente a inovação de seus sabões em relação a outros da mesma área, dando várias opções com diversos modelos e tipos diferentes.<sup>17</sup>

### **4.3. Análise do ambiente geral por meio do modelo das cinco forças competitivas de Porter (2004).**

#### **4.3.1. Estudo dos concorrentes**

A empresa não compete com nenhum concorrente pelo mesmo produto, que são os sabões decorativos (sabões são usados para lavar roupa e louça), mas sim com outros que são sabonetes decorativos (sabonetes são usados para lavar a mão e o corpo), biscuit, entre outros materiais que possam ser de uso decorativo.

Os concorrentes mais próximos que são os sabonetes artesanais estão distribuídos no mercado em diversos formatos, cores, tamanhos e preços. Há diversos tipos para lembranças e para decorar o ambiente, em sua maioria entre 8g e 150g, com uma média de R\$0,11 o preço do grama, conforme pesquisa feita pela empresa no site da Elo7<sup>18</sup>. Foi feita uma média do preço dos sabonetes de acordo com o tamanho e com isso é possível ter um preço médio do grama.

---

<sup>17</sup> Disponível em: [https://www.12manage.com/methods\\_valuedisciplines\\_pt.html](https://www.12manage.com/methods_valuedisciplines_pt.html) Acessado em 18/10/2017

<sup>18</sup> Disponível em: <https://www.elo7.com.br/lista/sabonetes-artesanais> Acessado em 11/09/2017

Todos dispõem de uma quantidade mínima para compra, e são vendidos em sua maioria em sites. Há também em lojas de lembrancinhas, em lojas de essências, lojas de produtos decorativos, entre outras.

Os estabelecimentos aceitam pagamentos em cartão de crédito também, e conforme o valor do produto é estabelecido um tipo parcelamento de compra (em 5 vezes, 10 vezes, 15 vezes). As lojas virtuais, que são a grande maioria, realizam entrega em domicílio, cobrando assim um adicional para o frete de acordo com a localidade (CEP).

É possível considerar que esse é um mercado monopolisticamente competitivo, pois há muitos vendedores, mas cada um oferece um produto ligeiramente diferente, podendo assim estabelecer o preço de seu produto, dentro de certo ponto.

O diferencial do sabão da Sabeco, é que além dele ser um sabão de qualidade, é também um produto que não existe no mercado hoje, por ser decorativo e aromático; ecológico e feito com óleo reciclado, tudo isso em um produto só. O sabão evita a contaminação da água, é sustentável e único.

Além disso, como o custo das matérias-primas para produção será baixo, há a probabilidade de obtenção de uma margem significativa e possivelmente melhor que dos concorrentes. O sabão poderá também ser feito sob encomenda, do jeito que o cliente desejar.

#### **4.3.2. Estudo da barganha dos fornecedores**

O poder de barganha dos fornecedores é baixo, pois existem muitos fornecedores, facilitando a troca por outro fornecedor caso seja necessário. Inclusive a principal matéria-prima que é o óleo, será adquirida gratuitamente ou pela troca por sabão. É uma matéria que seria descartada, pois já foi utilizada, sendo assim uma vantagem para a empresa. No caso do óleo, será colhido em condomínios residenciais, e também em pequenos restaurantes, o que não facilitará a concorrência e o aumento do custo do produto.

### **4.3.3. Estudo da barganha dos consumidores**

Os consumidores não terão força de barganha para pressionar o preço do sabão, pelo fato de não existir um produto com exatamente as mesmas condições, o que também não facilitará a troca por outro. Não existe hoje no mercado um sabão decorativo (sabão de lavar roupa e louça), somente sabonete, o principal concorrente da empresa. Os sabões caseiros feitos à mão, não possuem um cheiro agradável e tampouco são bonitos, mas muitas pessoas o utilizam por serem muito eficazes na lavagem. Já os sabonetes decorativos, não são feitos com óleo reciclado, o que não torna um produto sustentável, como o sabão da Sabeco.

O sabão produzido pela Sabeco será um diferencial, pois além da eficácia da lavagem, poderá ser utilizado para decorar ou aromatizar um ambiente, e assim os consumidores não terão argumentos para abaixar o preço. Além disso, o preço não será acima dos concorrentes (produtos decorativos), e também são sabões ecológicos, o que traz a vantagem em relação àqueles consumidores que levam em consideração a questão do sustentável na hora de tomar a decisão de comprar um produto.

### **4.3.4 Estudo de novos entrantes**

O mercado está aberto para novos entrantes, visto que a qualquer momento poderá surgir uma empresa que produz sabão decorativo feito de óleo vegetal. Porém há baixa probabilidade, pois é um trabalho artístico, e atualmente as empresas buscam uma produção mais rápida e o menos manual possível. Para essa possível ameaça, a Sabeco buscará criar um elo com os consumidores, conscientizando-os ecologicamente. Além disso, com o crescimento da empresa, será possível cada vez mais reduzir o custo de produção.

Outra vantagem para a Sabeco, é que por ser a primeira no mercado a produzir o sabão nessas especificações (decorativo e aromatizante), ela já vai ter parcerias com os fornecedores de óleo, e o mesmo continuará a ser doado para a empresa, o que torna uma barreira de novos entrantes.

#### 4.3.5 Estudo de substitutos

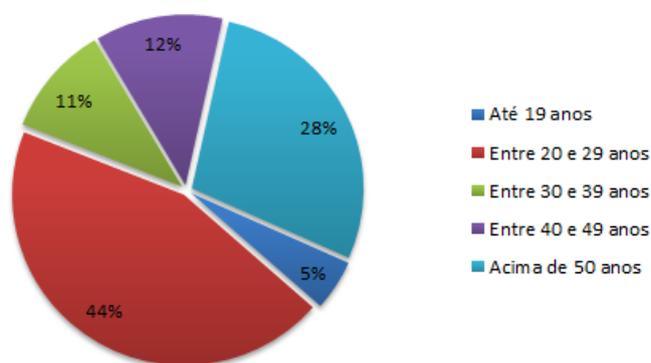
O produto substituto pode ser o incenso, que tem função de aromatizar e decorar ambientes. Porém, a vantagem do sabão que será produzido pela Sabeco, é que é um item decorativo produzido com óleo vegetal. Assim, será um diferencial, tanto no custo para produção, quanto no fato dele ser ecológico e biodegradável. Atualmente as pessoas tendem a adquirir produtos sustentáveis e que colaboram com o meio ambiente, sendo assim, um fator decisivo na hora da compra. Entre um produto comum, e um ecológico, o consumidor opta pelo ecológico, tornando então uma vantagem para a empresa.

Outro produto substituto pode ser a vela decorativa, no caso de ser aromatizante. Nesse caso, a vantagem da Sabeco é que o sabão também tem outras utilidades de limpeza, ou seja, é mais útil do que a vela.

#### 4.4. Pesquisa de Campo

Foi realizada uma pesquisa de mercado online, disponibilizada na rede social Facebook, onde se obteve 209 pessoas que responderam e conforme é demonstrado no Gráfico 1, a faixa etária que representa a maior participação dos respondentes está entre os 20 e 29 anos, com uma porcentagem de 44,5%, seguido da faixa etária com a segunda maior participação referente a acima dos 50 anos, representando 28,2% dos resultados totais.

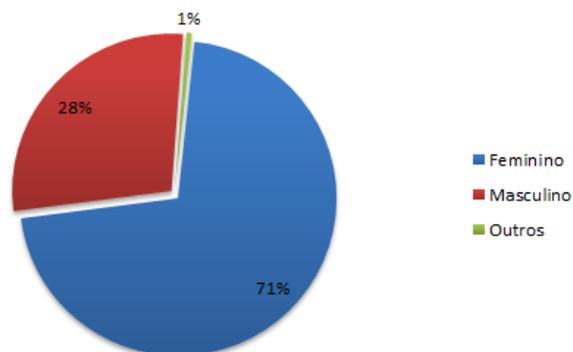
Gráfico 1- Faixa Etária



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Nota-se que 71,3% do público que respondeu a pesquisa é do sexo feminino, conforme mostra o Gráfico 2:

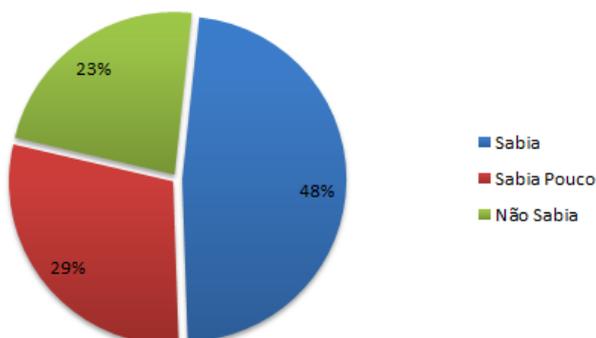
Gráfico 2- Gênero



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Das 209 pessoas que responderam a pesquisa, 47,8% sabem que o óleo agride o meio ambiente, e 29,2% sabem pouco, mostra que mais de 50% dos entrevistados tem algum conhecimento sobre este impacto negativo que o descarte incorreto do óleo pode causar na sociedade, sendo assim, comprova a probabilidade da doação voluntária do óleo utilizado nos pontos de coleta da Sabeco, nos locais estipulado. Tais dados estão demonstrados de forma ilustrativa no Gráfico 3.

Gráfico 3 - Conhecimento da contaminação da água causada pelo óleo utilizado

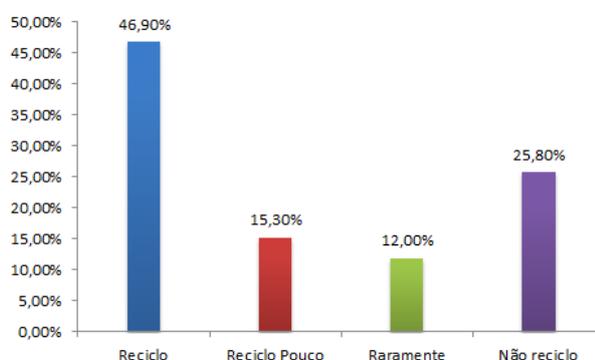


Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Em relação à reciclagem de óleo, nota-se que 15,3% reciclam pouco, 12% reciclam raramente e 25,8% não reciclam o óleo utilizado em casa.

Essa porcentagem de mercado que não recicla, recicla pouco e/ou raramente representa um público que a Sabeco pretende atuar também, visto que em alguns casos, essa falta de reciclagem pode ser causada pela falta de informações e/ou oportunidade de descarte correto, ambos serão ofertados pela Sabeco. Este resultado está demonstrado no Gráfico 4.

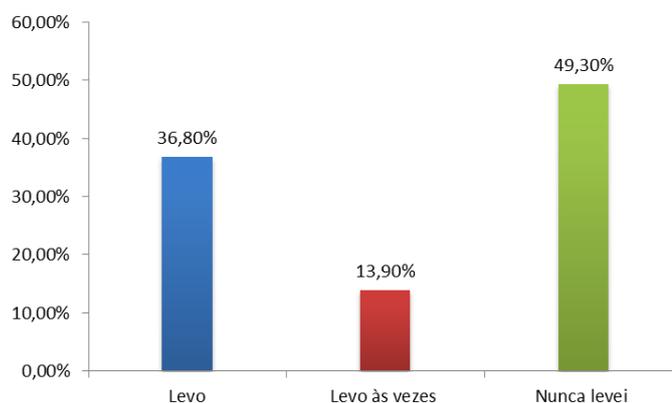
Gráfico 4 - Reciclagem do óleo



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

A maior porcentagem das pessoas nunca levaram o óleo a postos de coleta, equivalente a 49,3% do total da pesquisa, como mostrado no Gráfico 5. Ou seja, tem-se um mercado em grande potencial para atuação diante de que a Sabeco disponibilizará os pontos de coletas de fácil acesso, juntamente com a divulgação de informações sobre a importância do descarte correto do óleo e o grande impacto que está sendo de forma incorreta pode causar no meio ambiente e para a própria saúde humana.

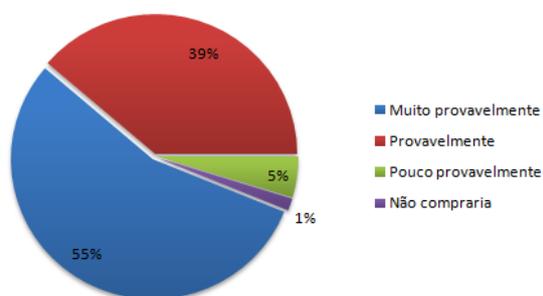
Gráfico 5 - Descarte em pontos de coleta



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

O mercado de atuação de produtos ecologicamente corretos vem crescendo. Pessoas estão se conscientizando e passando a comprá-los. A Sabeco buscará focar nessas pessoas, conforme o gráfico 6 mostra que 55% dos respondentes comprariam os sabões da Sabeco, e a porcentagem dos que não comprariam é bem baixa.

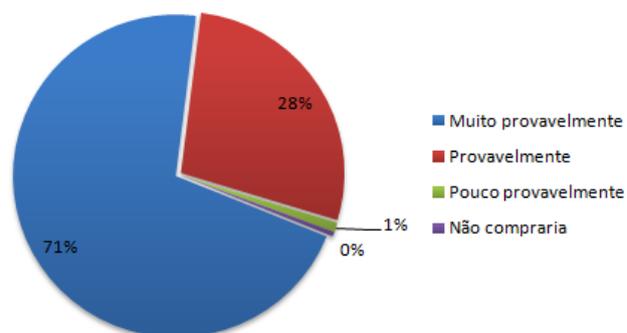
Gráfico 6 - Possibilidade de Compra



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Analisando que 55% dos respondentes comprariam o produto sem muito detalhamento de informações, foi formulado um questionamento diferente, mostrando que a Sabeco produz um sabão sustentável e bom para o ambiente, assim é observado que a porcentagem de compra sobe para 70,8%, conforme o gráfico 7.

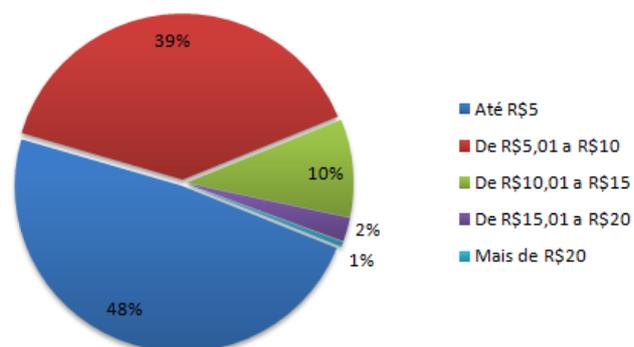
Gráfico 7- Possibilidade de Compra (sabendo da ajuda)



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Em relação ao preço de venda, é possível notar pelo gráfico 8 que um preço entre R\$ 5,00 e R\$10,00 seria o ideal, diante da pesquisa realizada no campo, é um preço classificado como justo pelo o público respondente.

Gráfico 8 - Preço



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

## **Análise da Pesquisa (209 respondentes):**

Pode-se notar que 23% do público não possui um conhecimento do dano que o óleo pode causar no meio ambiente, considerando que cerca de 52% de pessoas que responderam à pesquisa não sabiam ou sabiam pouco dessa informação, sendo assim, a Sabeco terá que realizar a conscientização.

Além disso, 25% deste público também não recicla o óleo utilizado na cozinha, ou seja, fazem o descarte incorreto da matéria prima principal do sabão. Isso é uma oportunidade para a implantação de um sistema de coleta nos condomínios.

Mais de 80% do público atingido pela pesquisa tem o hábito de comprar os produtos ecologicamente corretos e também efetuariam a compra de um produto que tem como matéria prima principal o óleo devidamente tratado, ainda mais sabendo que estariam ajudando o meio ambiente.

Conforme dados da pesquisa, pode-se notar que o preço de venda para o negócio é entre R\$ 5,00 e R\$10,00, onde existe um potencial mercado.

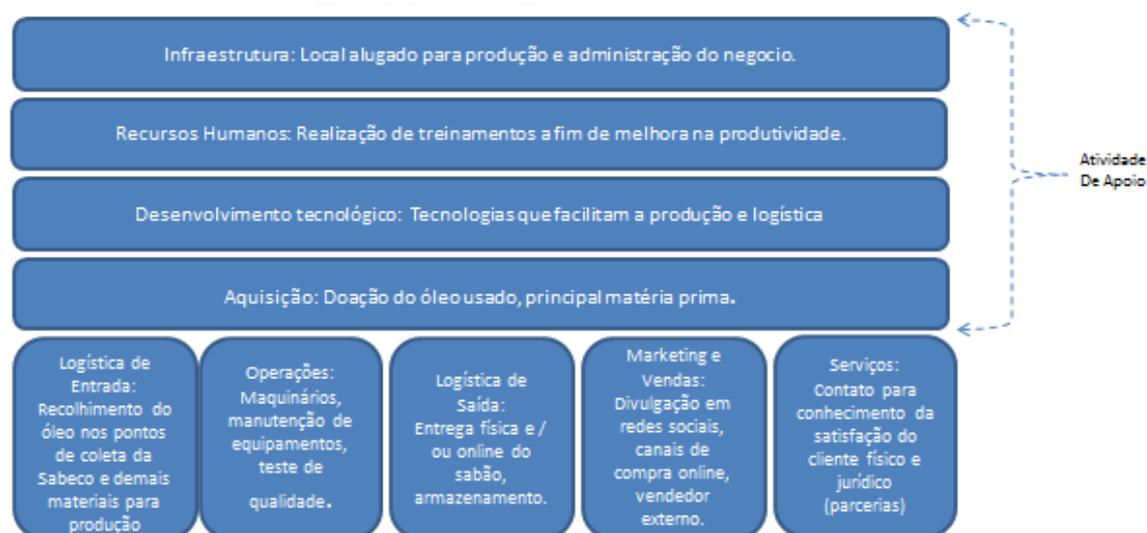
### **4.5. Delimitação da estratégia organizacional**

#### **4.5.1. Vantagem Competitiva**

A principal vantagem competitiva da Sabeco é a logística de entrada, como fato de adquirir a principal matéria prima que é o óleo de graça ou trocando por sabão em casos da oferta estar baixa. As outras matérias primas também tem um baixo custo, além de não exigir maquinários complexos, dando uma margem maior para investir na qualidade do produto e ter um preço mais competitivo perante o mercado.

A cadeia de valor é um sistema de atividades interdependentes que se relacionam por meio de elos que são direcionadores de desempenho. No modelo de cadeia de valor de Porter (1985), citando as atividades primárias, conforme figura 3.

Figura 3- Cadeia de Valor de Porter (1985) / SABECO



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

**Logística de entrada:** Todos os processos relacionados com a recepção do óleo usado. O óleo será retirado pelo motorista contratado pela Sabeco nos pontos de coleta e nos estabelecimentos parceiros uma vez por mês. E as outras matérias primas também serão retiradas pelo motorista em fornecedores atacadistas.

**Operações:** Inclui maquinaria como tanque e misturador, manutenção dos equipamentos, testes e outras atividades de criação de valor que transformam inputs no produto final, que é o sabão decorativo.

**Logística de saída:** Atividades associadas com a entrega do sabão, armazenamento e distribuição. Quando vendido pelo e-commerce o produto será enviado pelo correio com o frete bancado pelo cliente. E quando vendido às lojas revendedoras e empresas de eventos e/ou lembrancinhas, o sabão será entregue pelo motorista da Sabeco.

**Marketing e Vendas:** Os benefícios oferecidos são os sabões artísticos e artesanais para o uso decorativo e o fato de estar ajudando o meio ambiente com um produto biodegradável. Será realizado um processo de divulgação em redes sociais, Elo 7 (um dos maiores marketplace de produtos artesanais do Brasil) e

mercado livre, além do envio de e-mails com conscientização ambiental. Além do e-commerce, a Sabeco terá vendedor externo que visitará diariamente clientes potenciais.

**Serviço:** Quem compra o sabão está contribuindo com o meio ambiente, pois cada sabão produzido utiliza-se óleo reciclado que deixa de poluir o meio ambiente. Serviço pós-venda para analisar a satisfação do cliente com o produto/serviço. Para os estabelecimentos que fornecerem o óleo utilizado, serão recompensados com um certificado de “Empresa ecologicamente correta”.

**Atividades de apoio:** a infraestrutura são os sistemas de apoio que a empresa necessita para manter as operações diárias, como local da produção e sistemas de informação centrados nos custos. Em relação à gestão de recursos humanos será realizado treinamento intensivo e eficaz voltado à melhoria de produtividade e eficiência dos colaboradores. O desenvolvimento tecnológico inclui tecnologias para facilitar a produção e a logística. O processo de fornecimento contará com parcerias para a doação do óleo que é uma das principais matérias primas.

#### 4.5.2. BSC: Criação do mapa estratégico da empresa utilizando a técnica do Balanced Scorecard (KAPLAN, NORTON, 2004).

Na Tabela 2 será visto o mapa estratégico da Sabeco através de seu Balanced Scorecard, assim como seus indicadores, metas e ações a serem tomadas.

Tabela 2 - Balanced Scorecard.

Missão – Produzir sabão artístico de qualidade feito de óleo reciclado, superando as expectativas do cliente e contribuindo com a preservação do meio ambiente.					
Visão – Consolidar-se como um modelo de empresa ecologicamente correta e ter o melhor sabão artístico da região.					
PERSPECTIVAS	MAPA DA ESTRATÉGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	METAS	AÇÕES
<b>FINANCEIRA</b>	Aumentar a venda do sabão.	Introdução da venda do produto em grandes eventos de produtos artesanais.	Faturamento: Faturamento 2019/ Faturamento 2018	Crescimento de 12% em vendas por ano.	Comissão e plano de incentivos. Implantar campanha de marketing.
<b>CLIENTES</b>	Novos clientes potenciais, como organizadores de eventos e empresas de lembrancinhas e produtos artesanais. Satisfação dos clientes.	Atrair clientes através da exclusividade do produto e aproveitar a importância dada ao meio ambiente. Serviço pós-venda e retenção dos clientes.	Quantidade de visitas ao cliente / Quantidade de clientes que fecharam a compra Satisfação: Clientes satisfeitos / clientes totais	Fechar dois grandes clientes por mês. Alto nível de satisfação do cliente (acima de 90%).	Visitas diárias a clientes potenciais (lojas, empresas de eventos e lembrancinhas) Divulgar a empresa em sites e mídias sociais. Pesquisa de satisfação.
<b>PROCESSOS INTERNOS</b>	Aumento de fornecedores de óleo. Otimização do processo produtivo e controle da qualidade.	Novas parcerias com restaurantes e condomínios para coleta do óleo. Não haver sabões fora do padrão de qualidade.	Novos fornecedores de óleo/ Total fornecedores. Total de sabão produzido / Sabões fora do padrão de qualidade.	Aumento de 5% de óleo recolhido por mês. Atingir a perfeição na produção (0% de sabões fora do padrão de qualidade).	Visitas a novos fornecedores potenciais. Treinamento de mão de obra para os processos produtivos.
<b>APRENDIZADO E CRESCIMENTO</b>	Engajamento dos funcionários. Capacitação dos colaboradores.	Funcionários motivados. Contar com uma equipe de produção e venda altamente capacitadas.	Colaboradores satisfeitos/ Total colaboradores. Funcionários treinados / Total de funcionários.	Bom clima organizacional. Todos os colaboradores treinados.	Salário compatível com o mercado. Treinamento mensal realizado pelo sócio.

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

#### 4.6 Análise e diagnóstico da viabilidade estratégica

A Sabeco terá como missão ofertar um produto de boa qualidade, eficiente e diferenciado para parte da população que se preocupa com questões ambientais, na

utilização de um material que geralmente é descartado de forma incorreta por falta de conhecimento, com o objetivo de atender necessidades e desejos dos consumidores, ajudando o meio ambiente. Com a visão de passar o conhecimento de que é possível utilizar produtos bons e ecologicamente corretos, sem causar grandes danos. Sendo assim, traçará a estratégia competitiva de Porter de diferenciação.

O foco na estratégia de diferenciação, com um produto artesanal, diferenciado dos demais produtos artesanais comuns, por levar na sua composição a matéria principal, o óleo de cozinha tratado e reaproveitado, de forma eficiente, sustentável e educativa. Como dito anteriormente, visa passar a experiência para o consumidor não de apenas comprar o produto em si, mas também a sensação de estar ajudando o meio ambiente, de uma forma diferente, com um retorno positivo, bonito, cheiroso e agradável, com toda a eficiência de um sabão convencional, industrializado que causa impactos na sua produção, ao contrário do produto da empresa, pois este é fabricado de maneira artesanal.

Baseando-se na pesquisa de mercado, nota-se que existe um mercado para ser explorado, pois as pessoas evidenciaram que comprariam um produto ecológico com óleo vegetal reutilizado.

Além disso, é possível analisar que o mercado sustentável está em constante crescimento, conforme pesquisas feitas nos tópicos anteriores. O mercado que a Sabeco trabalhará está em alta, e a consciência ecológica ainda irá aumentar no decorrer dos anos.

A estratégia adotada pela empresa, com um produto com foco na sustentabilidade, é viável e tende a crescer. A Sabeco tem vantagem em relação aos concorrentes, com a matéria-prima principal (o óleo) doada, tornando o custo do produto baixo. Com isso, será possível ter uma margem mais vantajosa que a dos concorrentes.

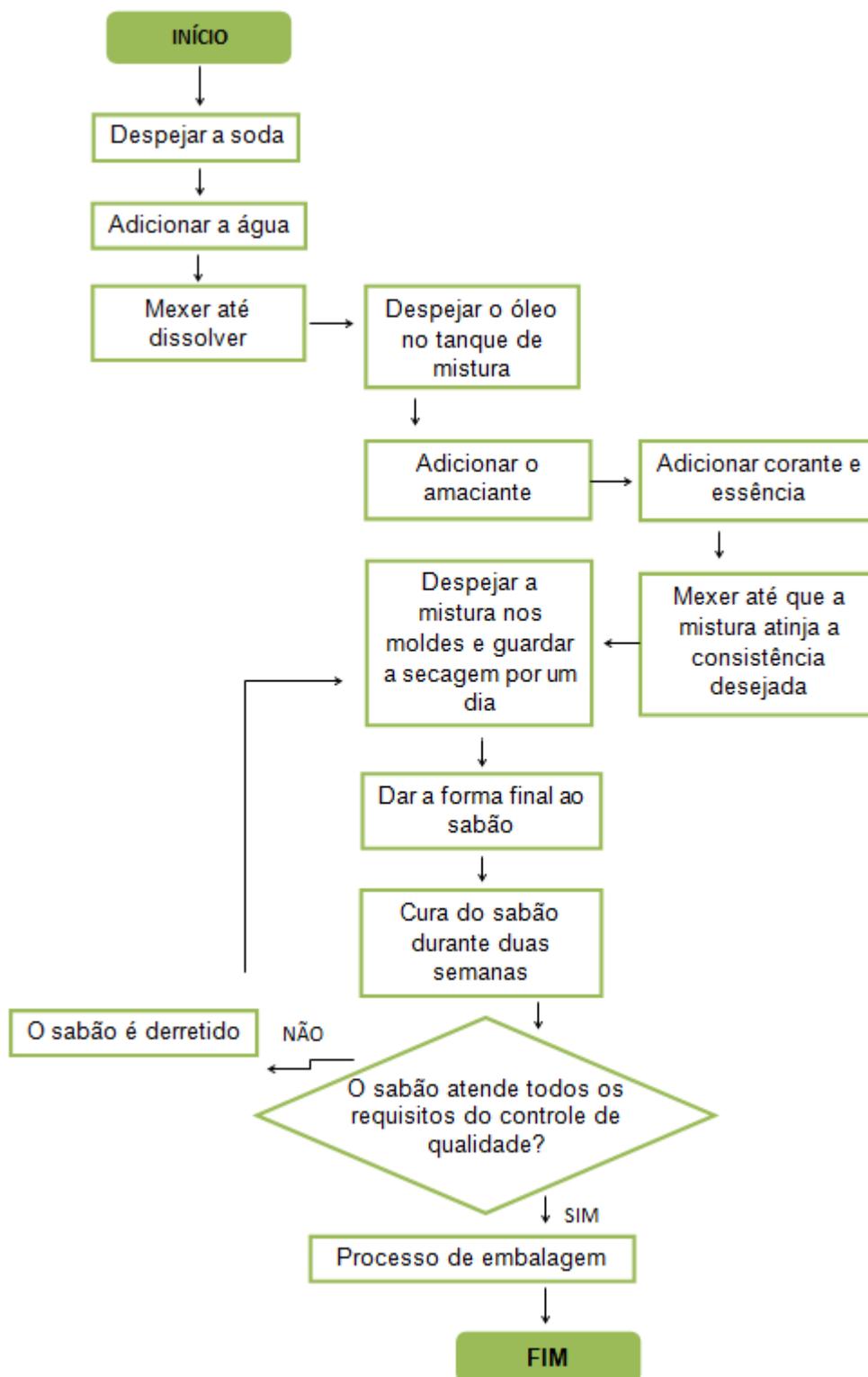
## **5. Viabilidade Operacional**

### **5.1. Plano Operacional**

#### **5.1.1. Fluxograma dos processos operacionais**

O processo de produção tem início na fabricação do sabão, onde as matérias primas são processadas no misturador até atingirem o ponto específico, depois são envasadas nas formas para serem levados à área de secagem, onde passam 24 horas enformados e mais 1 mês secando enquanto a qualidade é regularmente testada. Ao fim desse primeiro mês o sabão é embalado para a distribuição. Na figura 4 é detalhado todo o processo da atividade da fabricação do sabão.

Figura 4 - Fluxograma Operacional



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### 5.1.2. Layout ou arranjo físico

O Arranjo físico da Sabeco terá no total uma área de 216,5 m<sup>2</sup>, composto por Entrada principal, linha de produção, secagem e cura, estoque, administrativo / sócio / vendedor e supervisor, produção, copa / apoio, sanitários (feminino acessíveis, masculino), vestiário, garagem onde serão feitos os recebimentos e carregamento e uma área de circulação. Assim como ilustrado na figura 5.

Figura 5 - Planta da Fábrica



LEGENDA		ÁREA
1	ENTRADA PRINCIPAL	
2	LINHA DE PRODUÇÃO	27,00 m <sup>2</sup>
3	SECAGEM E CURA	11,00 m <sup>2</sup>
4	ESTOQUE	23,00 m <sup>2</sup>
5	ADMINISTRATIVO	23,00 m <sup>2</sup>
6	SÓCIO	
7	VENDEDOR	10,00 m <sup>2</sup>
8	SUPERVISOR	13,00 m <sup>2</sup>
9	PRODUÇÃO	
10	COPA / APOIO	9,00 m <sup>2</sup>
11	SANITÁRIO FEMININO / ACESSÍVEL	2,50 m <sup>2</sup>
12	SANITÁRIO MASCULINO	2,00 m <sup>2</sup>
13	VESTIÁRIO	14,00 m <sup>2</sup>
14	GARAGEM / RECEBIMENTO / CARREGAMENTO	41,00 m <sup>2</sup>
15	CIRCULAÇÃO	41,00 m <sup>2</sup>
	TOTAL	216,50 m <sup>2</sup>

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### 5.1.3. Máquinas e equipamentos necessários para produção

As máquinas e equipamentos que serão necessários para a produção do sabão foram consolidados na tabela 3, juntamente com o orçamento de cada. Os equipamentos de segurança do trabalho utilizados na produção serão descritos no capítulo 7.

Tabela 3 - Máquinas e equipamentos

Equipamento	Quantidade	Preço unit	Custo Total
Carro para coleta	1	R\$ 19.240,00	R\$ 19.240,00
Reservatório de água	1	R\$ 607,50	R\$ 607,50
Coletor para Óleo de Cozinha 60L	10	R\$ 179,00	R\$ 1.790,00
Maquina p/ filtrar óleo	1	R\$ 3.399,00	R\$ 3.399,00
Misturador elétrico	1	R\$ 339,00	R\$ 339,00
Balança comercial 300kg	1	R\$ 329,00	R\$ 329,00
Balança Digital Precisão	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00
Estante de Aço	21	R\$ 99,90	R\$ 2.097,90
Mesa Inox Reforçada	1	R\$ 495,00	R\$ 495,00
Bacia Quadrada	12	R\$ 7,08	R\$ 84,90
Balde Plástico	6	R\$ 3,98	R\$ 23,90
Dell Inspiron Small Desktop (com periféricos)	4	R\$ 2.508,00	R\$ 10.032,00
Mesa escritório	7	R\$ 265,00	R\$ 1.855,00
Cadeira escritório	11	R\$ 190,00	R\$ 2.090,00
Cortador Forma	5	R\$ 10,00	R\$ 50,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 42.503,20</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### 5.1.4. Projeção da capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços

Baseando-se no pressuposto de que a Sabeco poderá processar 4 lotes de sabão por hora, onde um balde de 10 litros fica pronto a cada 15 minutos, com a densidade do sabão de 1,095 kg por litro, a produção máxima será de 43,8 kg por hora, totalizando 350,4 kg por dia ou 3893 unidades de 90g.

A capacidade comercial da empresa alinha-se à estimativa de demanda, pois apesar do produto ser pequeno, os lotes de cada venda contém uma quantidade considerável de sabões, e como a grande maioria das vendas serão realizadas pela

internet, via e-commerce, um funcionário encarregado de separar os pedidos e embalá-los é mais do que o suficiente durante o período de expansão inicial.

#### **5.1.5. Principais fornecedores**

O fornecedor dos materiais de segurança da empresa será a SuperEP, para as matérias-primas serão mercados atacadistas, para as ferramentas e equipamentos industriais, serão lojas especializadas como a Dutra Máquinas e a Balanças Micheletti. Os móveis serão adquiridos na Riq Móveis.

A relação de preço e qualidade dos produtos adquiridos pela empresa sempre será focada no custo-benefício, com as condições de pagamento para móveis, equipamentos e ferramentas sendo parceladas no maior número de vezes possível sem juros com prazo de entrega imediato, assim como para as matérias-primas tendo o prazo de entrega imediato, mas com a condição de pagamento à vista.

#### **5.1.6. Plano logístico e de distribuição**

Em relação à logística, existem duas demandas distintas a serem atendidas: o consumidor final e o intermediário, que serão quem utilizará ou dará o sabão de presente e os revendedores, respectivamente.

No caso do consumidor final, o produto estará disponível na internet para compra, mediante a entrega por correio ou transportadora parceira, caso seja um pedido relativamente grande. O consumidor final também pode adquirir os produtos diretamente da empresa através das feiras artesanais ou retirando diretamente da fábrica.

Para o consumidor intermediário, que são os revendedores, o produto será retirado mediante a disponibilidade entre os parceiros e a Sabeco, definindo quem ficará responsável pela entrega. O parceiro pode aguardar o roteiro de entregas ou se preferir, fazer a retirada na própria fábrica. Se a demanda for de grande quantidade e o parceiro estiver em uma região fora do alcance da Sabeco, também será utilizada uma transportadora contratada para a entrega do produto.

### 5.1.7. Política de qualidade

Para controlar a qualidade do produto e a uniformidade entre os lotes, a empresa vai avaliar o peso médio, a consistência final, verificação da coloração e aroma, se o produto apresenta alguma imperfeição aparente como rachaduras ou com partes quebradas e se houve perda da massa por conta da evaporação de água durante o processo de cura.

### 5.2. Estimativa de gastos

Conforme será abordado no item 6.2.1, foi considerado que as vendas anuais do primeiro ano serão de 56.899 unidades de 90g e o custo médio de produção por unidade é de R\$ 0,30, conforme podemos observar na tabela 4. Mais a produção anual de 160.416 unidades do sabão de 10g, com custo médio por unidade de R\$ 0,033. Portanto o custo anual com matéria-prima no primeiro ano será de R\$ 22.363,43.

Tabela 4 - Custo de Fabricação por Unidade

Custo de Fabricação por Unidade							
Material	Custo por L ou kg	Quantidade por Sabão 90g	Custo Total Sabão 90g	Quantidade por Sabão 10g	Custo Total Sabão 10g		
Óleo usado	R\$ -	0,04113	R\$ -	0,00457	R\$ -		
Água	R\$ 0,05	0,02252	R\$ 0,0011	0,00250	R\$ 0,0001		
Soda Caústica	R\$ 9,50	0,02159	R\$ 0,2051	0,00240	R\$ 0,0228		
Amaciante	R\$ 3,78	0,01008	R\$ 0,0379	0,00111	R\$ 0,0042		
Corante	R\$ 449,00	0,000091260	R\$ 0,0410	0,000010140	R\$ 0,0046		
Essência	R\$ 150,00	0,000091260	R\$ 0,0137	0,000010140	R\$ 0,0015		
		Total	R\$ 0,30	Total	R\$ 0,033		

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Conforme será discorrido na parte de Viabilidade do Capital Humano, o custo operacional mensal do primeiro ano será de R\$ 17.216,00, e o gasto anual com equipamentos de segurança do trabalho será R\$ 391,50.

Utilizando a calculadora disponibilizada no site do Ig<sup>19</sup> como base, os gastos anuais com o carro, somando a depreciação, gasolina, impostos, manutenção e seguro, totaliza aproximadamente R\$ 30.000,00 no primeiro ano, ou seja, R\$

<sup>19</sup> Disponível em: <http://economia.ig.com.br/financas/meubolso/2013-09-11/calculadora-do-carro-conheca-os-custos-invisiveis-de-manutencao-e-uso.html> Acesso em 15/09/2017

2.500,00 mensais. A partir do segundo ano o gasto mensal será R\$ 896,67, pois não terá mais o custo da aquisição do carro. Já os gastos com as contas de telefone e internet (R\$ 200,00), contas com água e luz(R\$ 600,00) e o aluguel (R\$ 3.000,00), totalizam R\$ 3.800,00. O custo com embalagem é de R\$0,15 para o sabão de 90g e de R\$0,02 para o de 10g e o custo total foi feito com base na demanda no capítulo 6.2.1. Na tabela 5 pode ser observado o gasto total com a operação da empresa no primeiro ano, e na tabela 6, o gasto total operacional de 2022.

Tabela 5 - Gastos totais com operacional em 2018

Gasto	Valor mensal	Valor anual
Matéria-prima	R\$ 1.863,62	R\$ 22.363,43
Carro	R\$ 2.500,00	R\$ 30.000,00
Telefone e internet	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Água e luz	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00
Aluguel	R\$ 3.000,00	R\$ 36.000,00
Equipamentos	-	R\$ 42.503,20
Embalagem	R\$ 978,60	R\$ 11.743,17
<b>Total</b>		<b>R\$ 152.209,80</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Tabela 6 - Gastos Totais com Operacional em 2022

Gasto	Valor mensal	Valor anual
Matéria-prima	R\$ 1.863,74	R\$ 34.620,65
Carro	R\$ 896,67	R\$ 10.760,00
Telefone e internet	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Água e luz	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00
Aluguel	R\$ 3.000,00	R\$ 36.000,00
Equipamentos	-	-
Embalagem	R\$ 930,80	R\$ 18.179,51
<b>Total</b>		<b>R\$ 109.160,16</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### 5.3. Análise e diagnóstico da viabilidade operacional

A Sabeco tem uma projeção de que seu gasto total será proporcionalmente baixo em relação ao seu lucro, pois todo o custo de matéria prima, máquinas e equipamentos, mão de obra e demais operações não necessitam de um alto capital

de investimento inicial e de manutenção dos meses seguintes. Como o sabão é focado na diferenciação, seu público alvo não são os clientes que buscam preço baixo, mas sim um nicho específico que preza por artesanato e sustentabilidade.

Sendo assim, é viável do ponto de vista operacional, visto que não é necessário um maquinário de alto custo e o processo produtivo não é complexo.

## **6. Viabilidade mercadológica**

### **6.1. Plano de Marketing**

#### **6.1.1. Produtos e Serviços**

A produção do sabão será feita de forma artística e artesanal à base de óleo reciclado e tratado, tendo como principal característica a consciência ecológica e ambiental. Quanto maior a produção do mesmo, maior a redução da quantidade de óleo descartado incorretamente, assim, o percentual de água preservada será maior.

O sabão ecológico tem como propósito servir como item decorativo, aromatizador de ambientes e não deixa de ter sua funcionalidade de limpeza (lavar e limpar roupas e louças). O sabão será produzido nos tamanhos de 10 e 90 gramas, em diferentes formas, cores e aromas de acordo com a preferência do cliente.

Serão alocados recipientes nos pontos de coleta que a empresa disponibilizará em condomínios residenciais e estabelecimentos comerciais, como pequenos restaurantes, bares, mercados, entre outros com intuito de incentivar e facilitar o descarte correto do óleo. Além do recolhimento quinzenal do óleo coletado, a Sabeco entregará a domicílio o produto final via correio.

A necessidade dos clientes é a experiência de contribuir para o meio ambiente, obtendo um produto ecológico decorativo e perfumado para enfeitar ambientes pessoais ou comerciais, presentear amigos e familiares, e lembrancinhas para festas e casamentos.

#### **6.1.2. Matriz BCG**

O sabão produzido pela Sabeco engloba dois mercados, o de sustentabilidade e o artesanal. Sendo assim, a matriz BCG será analisada com a união destes. Através de dados encontrados no site Estadão<sup>20</sup> foi observado que o mercado de

---

<sup>20</sup> Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/blogs/sua-oportunidade/artesanato-movimenta-r-50-bi-por-ano-no-brasil/> Acessado 30/09/2017

artesanato tende a crescer 15% ainda em 2017. É um mercado que movimentava cerca de 50 bilhões de reais por ano apenas no Brasil, segundo fontes do IBGE.

A proposta de valor da Sabeco tem potencial a ser classificada como “Estrela” no modelo de matriz BCG, como mostrado na figura 6. São dois segmentos de mercado que estão em crescimento e segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 67% dos municípios no país têm o artesanato presente na economia, conforme site SEBRAE<sup>21</sup>.

Há uma forte tendência no Brasil e mundo da venda de produtos artesanais continuarem a crescer, no ano esta representa 2,8% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, conforme IG<sup>22</sup>, e o Brasil está em 5º lugar de venda de produtos artesanais em uma classificação de 193 países.

Figura 6- Matriz BCG

BCG		PARTICIPAÇÃO RELATIVA DE MERCADO	
		ALTA	BAIXA
CRESCIMENTO DO MERCADO	ALTO	<p>Estrela</p> 	<p>Interrogação</p> 
	BAIXO	<p>Vaca leiteira</p> 	<p>Abacaxi</p> 

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

<sup>21</sup> Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/dfad41051c6d27627519027375a462c0/\\$File/6078.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/dfad41051c6d27627519027375a462c0/$File/6078.pdf) Acessado em 30/09/2017.

<sup>22</sup> Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/economia/2013-08-28/concurso-de-bordado-apresenta-atividade-para-a-populacao-do-rio.html> Acessado em 30/09/2017

### **6.1.3. MVP**

Para a produção do MVP, será feito um projeto piloto na residência de um dos sócios com óleo de cozinha já utilizado, filtrado em um coador de café e como recipiente do produto, um balde de limpeza. As demais matérias primas serão adquiridas para uma única receita, e depois de efetuada a medição, despejadas no recipiente e misturadas com uma colher de pau na ordem respectiva da receita. Após o processo de mistura, o líquido será jogado em uma forma, onde permanecerá descansando até sua secagem total.

Com o produto em mãos, o sabão será embalado em um material reciclado, divulgado e vendido em redes sociais e dentro do ciclo social dos sócios, para análise de aceitação do produto dentro desta área de alcance.

### **6.1.4. Preço**

O produto terá dois tamanhos e dois preços para cada tamanho. Para o sabão de 10 gramas será cobrado o valor de R\$1,00 para o cliente final e R\$0,50 para o varejista revendedor e empresas de lembrancinhas. E para o sabão de 90 gramas será cobrado o valor será de R\$7,00 para o cliente final e R\$3,50 para o varejista revendedor e empresas de lembrancinhas.

As vendas realizadas pelo Elo7 e pelo Mercado Livre terão um desconto de 12% e 16%, respectivamente, pois é a taxa cobrada pelas plataformas para divulgação e venda do produto.

A Sabeco disponibilizará aos seus clientes a opção de pagamento à vista, sendo via depósito bancário, dinheiro e cartão de débito e a opção de pagamento a prazo via cartão de crédito, sendo possível pagar em até 60 dias.

### **6.1.5. Promoção**

O processo de promoção da Sabeco será dividido em duas linhas de comunicação distintas, uma para recolhimento de matéria-prima e outra para a comercialização do produto.

A primeira linha de comunicação promoverá nova cultura de reciclagem de óleo para a sociedade da região do ABC, divulgadas através de folders/banners, e online nas páginas das redes sociais e sites, com conteúdo e imagens informativas semelhantes ao material impresso, para as demais regiões do estado. Realização de um projeto de conscientização em que haverá a distribuição de folders informativos nos bairros e pontos de venda da região com conteúdo referente à importância da reciclagem do óleo e o impacto na natureza do descarte incorreto, assim como mencionado anteriormente, o material distribuído também será digital e estarão disponíveis nas páginas online da Sabeco.

O material A, ilustrado na figura 7, será de papel reciclado 90g, tamanho 10,5x14,8cm com duas cores e preto e terá custo unitário R\$0,03. A distribuição será feita nos seis primeiros meses a cada 15 dias nos principais bairros da região. Para os panfletos a tiragem será de aproximadamente 100000 fls em um ano.

Figura 7-Panfletos

Frente



Verso



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

De acordo com a pesquisa primária, 33% dos entrevistados afirmaram já reciclar o óleo, levando a postos de coleta; 25,83% não reciclam e 27,27% reciclam pouco ou raramente.

Dos 25,83% que não reciclam apenas 10,5% tem conhecimento dos danos causados pelo descarte incorreto da substância. Considerando a fatia dos que já reciclaram 37,3% sabem dos danos, entretanto a perda de comodidade e distância dos postos de coleta os levou a deixar de reciclar.

A Sabeco adotará uma comunicação de abordagem educativa que atingirá o público de forma a entenderem que o descarte incorreto do óleo é extremamente prejudicial para o meio que convivem e a própria sociedade. A promoção da ideia de recolhimento do óleo, em que foi encontrada a necessidade da mudança de cultura da região, será chocante, demonstrando fatos e conseqüências para que cause a alteração de conduta.

Será feita por meio da distribuição de folders, de conteúdo com maiores detalhes que os panfletos. O material B é composto de papel reciclado 90g com duas cores e preto, tamanho de 10x20cm e possui uma dobra, seu custo unitário é

de aproximadamente R\$ 0,09. Este material será distribuído em mãos nos pontos de venda de óleo, restaurantes e pelos representantes da empresa aos interessados. A tiragem dos folders em um ano é de aproximadamente 20000 fls.

Haverá busca de parcerias com os fabricantes de óleo e supermercados para que o material informativo possa ficar próximo ao produto no ponto de venda. O material de conscientização poderá ser acessado por meio do site da empresa, pelas páginas nas redes sociais e também será enviado via e-mail para os cadastrados no site.

A segunda linha de comunicação será para comercialização dos produtos. Diante do quadro de aceitação demonstrado pela pesquisa primária, em que 48,3% comprarão ou provavelmente o produto, e apenas 6,2% afirmou não comprar o produto. Será abordada uma linha de comunicação demonstrando ser um produto requintado e que preserva o meio ambiente.

Para divulgação dos modelos do produto serão distribuídas amostras para as empresas de eventos e lojas de decoração. Os representantes da empresa possuem catálogo de modelos, para que seja feita a divulgação para empresas. Devido à divulgação da cultura de reciclagem de óleo o consumidor final terá maior possibilidade de conhecer a empresa, e como forte incentivo à compra será associado ao nome Sabeco em todos os produtos em cartão de apresentação.

Uma importante ação da Sabeco no primeiro mês é a divulgação de seus produtos no canal de televisão Gazeta, no programa Mulheres, que passa no período da tarde de segunda a sexta. A Sabeco irá anunciar duas vezes no serviço de “Merchandising chamado no Break”, que é um VT gravado pela TV Gazeta com duração de 60 segundos e é exibido na primeira posição do break dos programas, chamado pelo apresentador.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup>Disponível em: <https://www.tvgazeta.com.br/wp-content/uploads/2017/04/Tabela-de-Preços-2017.pdf>  
Acessado em 19/11/2017

### 6.1.6. Gestão da Marca

A idéia foi juntar os dois propósitos que a empresa irá trabalhar, sendo assim oficializou o nome: SABECO, onde o “SAB” tem como origem a palavra sabão, produto final e comercializado pela companhia. E o “ECO” de ecológico, uma característica principal deste produto, uma proposta da empresa.

Tomado como base a mesma análise para a escolha do nome, a seleção da cartela de cores seguiu na mesma linha do ecológico e do sabão, assim as cores foram definidas como verde (ecológico), azul (sabão) e branco.

Como dito anteriormente, a decisão do logo e marca como um todo foram feitas com as mesmas bases de juntar a idéia do sabão ecológico, para os símbolos não foi diferente, encontra-se bolhas, representando o sabão e folhas representando a ecologia. Assim como representado na figura 8.

Figura 8 - Logotipo

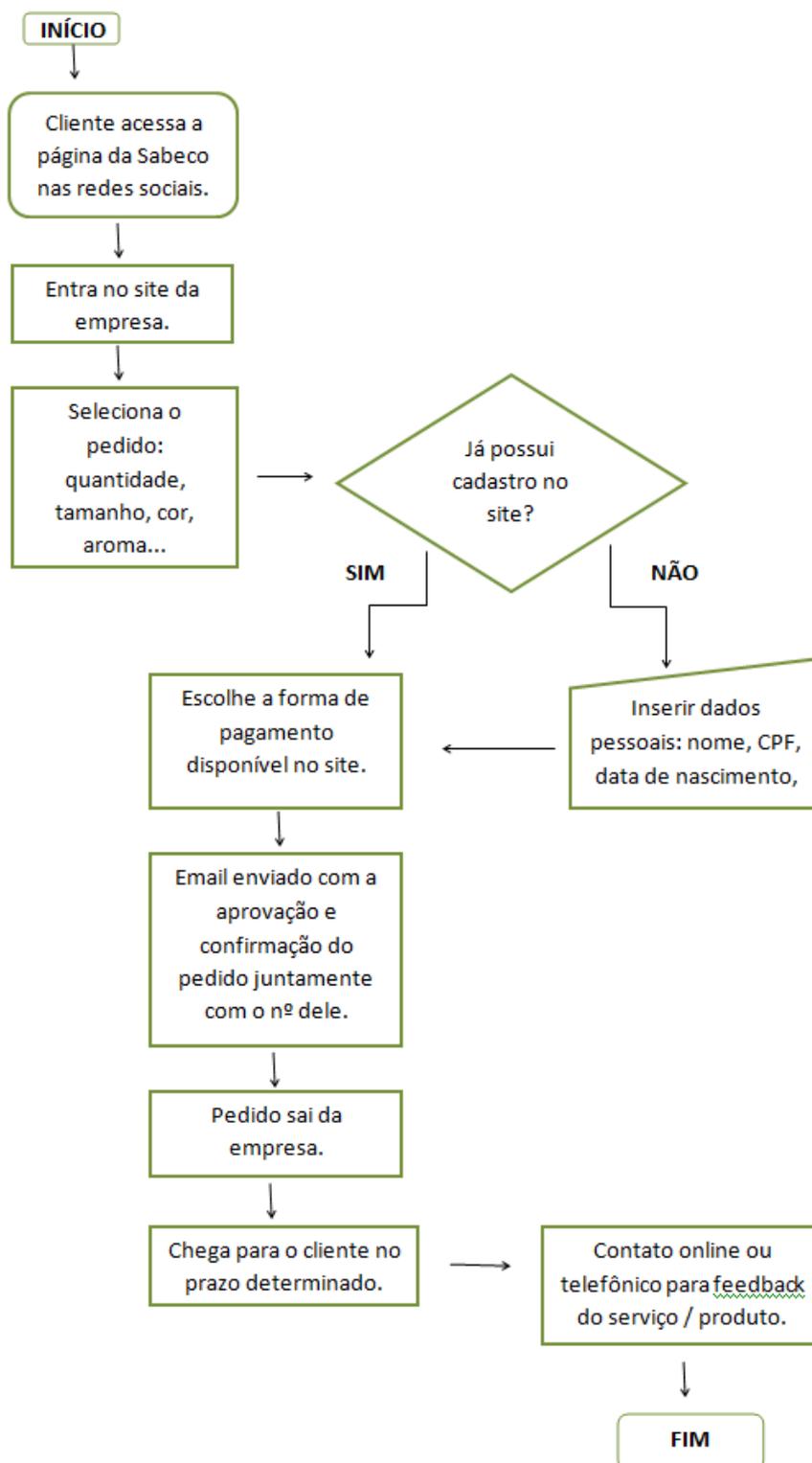


Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### 6.1.7. Fluxograma da experiência de compra dos clientes da empresa

O fluxograma da experiência de compra online dos consumidores da Sabeco se inicia a partir do momento em que o cliente obtém conhecimento das páginas online, nas mídias sociais, e assim acessam o site próprio. A participação do consumidor na compra finaliza-se no pagamento, seguido do recebimento de um e-mail confirmando o pagamento. Na figura 9 é possível observar este fluxograma com alguns serviços da pós-compra deste cliente.

Figura 9 - Fluxograma da experiência de compra



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### **6.1.8. Estratégias de fidelização de clientes**

A Sabeco possuirá dois clientes finais, aquele que compra diretamente através do canal online e as parcerias que serão fechadas com lojas físicas, empresas de festas e eventos.

Nas redes sociais serão divulgadas pesquisas atualizadas semanalmente mostrando para o público que irá acessar como o propósito da Sabeco contribui para uma redução na poluição e nos impactos negativos no meio ambiente, juntamente com a forma que o consumidor ajudará nesta atividade sustentável ao consumir o sabão e fazer o descarte de forma correta do óleo, assim incentivando-o a este ato bom e auxiliando no fornecimento de matéria prima para a empresa.

Além das pesquisas atualizadas, serão divulgadas notícias sobre o assunto, causas e danos de um hábito errado de descartar o óleo incorretamente, não reciclar resíduos, e o quanto prejudicial o ser humano pode ser para a própria saúde.

O consumidor terá um tratamento personalizado, em busca de criar um relacionamento próximo. Serão enviados e-mails com notícias interessantes relacionadas aos propósitos da Sabeco e de feedback sobre pós compra, que servirão como base de pesquisa e análise de como está sendo o atendimento e a percepção dos clientes sobre o sabão.

Através do cadastro que será necessário realizar no site, será obtido dado sobre o aniversário do cliente, onde serão enviados e-mails comemorativos e ofertado uma % de desconto sobre o valor do sabão, denominado "Desconto Aniversário".

A Sabeco ofertará alguns tipos de descontos, sendo um deles mencionado no parágrafo anterior (desconto aniversário). Descontos progressivos, através do site. Serão ofertados brindes nas entregas, que serão administradas detalhadamente para que o produto chegue no prazo e com a qualidade que será vendida.

Tratando-se das lojas e empresas de eventos e festas, a Sabeco definirá metas mensais de vendas onde terá uma bonificação para aquelas que atingirem, e/ou ultrapassarem, sendo esta ofertada através de descontos nas compras futuras.

Haverá a possibilidade de divulgação dessas parcerias nos canais online da empresa, gratuitamente.

### **6.1.9. Posicionamento da marca**

A Sabeco se posiciona na estratégia de diferenciação, segundo as estratégias genéricas de Porter (2005). Seu diferencial é produzir um sabão artístico biodegradável cuja matéria prima principal é o óleo de cozinha reciclado e tratado, sendo que cada litro de óleo reciclado deixa de poluir mais de um milhão de litros de água. O sabão da Sabeco ajuda a preservar o meio ambiente, com um sabão decorativo e aromatizador de ambientes.

Devido ao custo baixo das matérias primas a Sabeco investirá progressivamente em marketing e no próprio produto, para estar sempre na frente dos concorrentes.

## **6.2. Previsão e mensuração da demanda**

### **6.2.1. Demanda corrente e futura**

Devido ao fato de não possuir histórico de vendas, a previsão da demanda foi elaborada em acordo com pesquisas realizadas sobre e-commerce, e os mercados que a Sabeco está inserida, de sustentabilidade e artesanato.

O maior investimento da Sabeco para atrair o público será a divulgação da empresa e de seu produto na televisão no programa da Gazeta, conforme citado no item 6.1.5. Isso fará com que a demanda no primeiro ano seja alavancada, como pode ser visto nas tabelas 7 e 8.

A maior demanda da empresa será através do e-commerce. Cerca de 60% das pessoas que realizam compras pela internet estão no Sudeste, como indica a pesquisa realizada pelo Webshoppers<sup>24</sup>, o número de mulheres que compram pela internet vem aumentando, em 2015 a participação das mulheres no e-commerce era

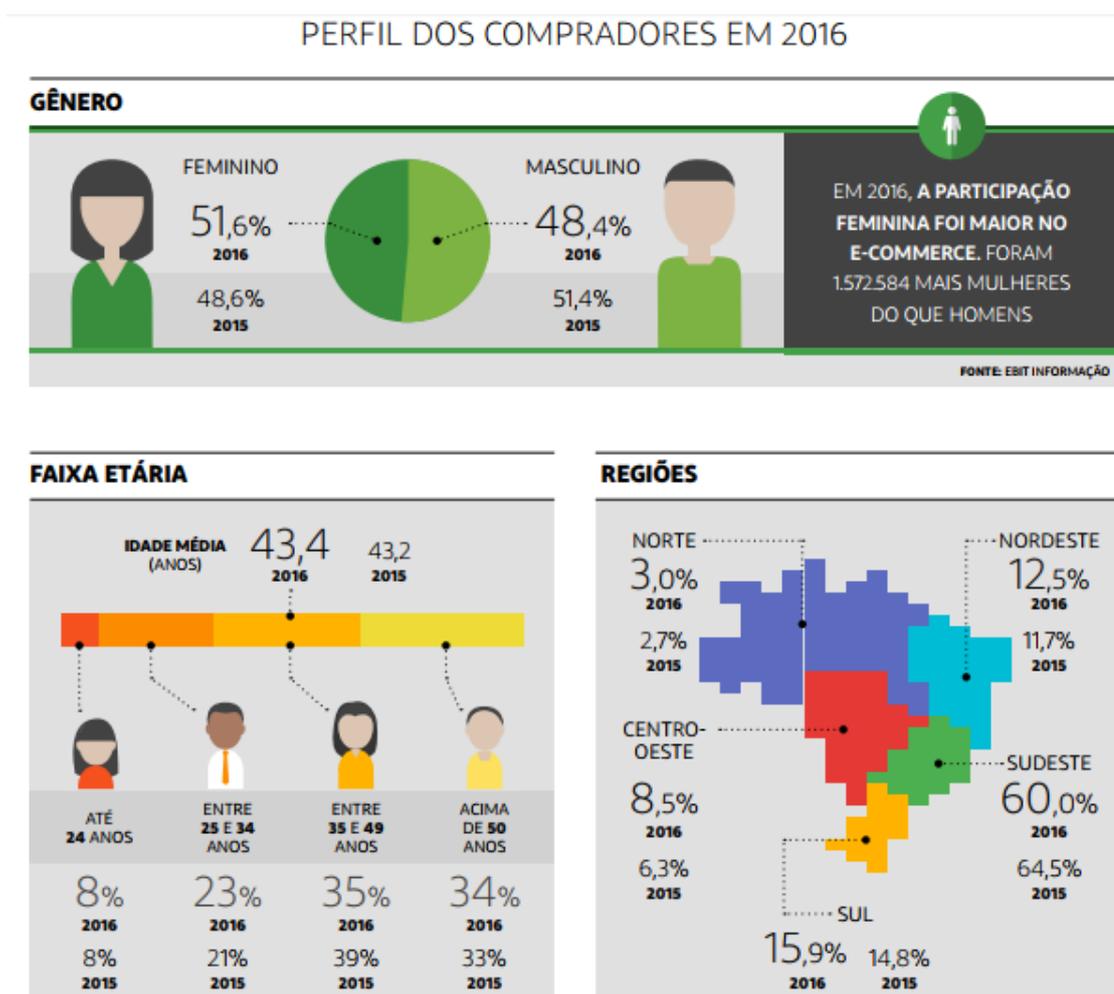
---

<sup>24</sup> Disponível em:

[http://www.fecomercio.com.br/public/upload/editor/pdfs/webshoppers\\_35\\_edicao.pdf](http://www.fecomercio.com.br/public/upload/editor/pdfs/webshoppers_35_edicao.pdf) Acessado em 17/09/2017

de 48,6% e em 2016 houve um aumento para 51,6%, como pode-se notar na Figura 10 e, ainda segundo estudo da Webshoppers, o e-commerce faturou R\$ 44,4 bilhões de reais em 2016, crescimento nominal de 7,4% em relação ao ano anterior. Segundo a pesquisa citada no item 4.2.1, o principal comprador do Elo7 (site com maior demanda estimada pela Sabeco), são mulheres acima de 30 anos, justamente o público que está cada vez mais realizando compras pela internet.

Figura 10 - Perfil dos Compradores



Fonte: EbitWebshoppers

Estima-se que serão vendidas cerca de 3.465 unidades pelo site de produtos artesanais Elo7, uma plataforma de vendas que cresceu 127% no primeiro trimestre de 2015 em relação ao mesmo período do ano anterior e gerou em 2014 cerca de

170 milhões de reais em vendas e tem em média 11 milhões de acessos por mês, segundo o site E-commerceNews <sup>25</sup>

Aproximadamente 3% dos 11 milhões de acessos mensais do site Elo7 realizam alguma compra. O site possui 21 categorias diferentes, sendo que o sabão da Sabeco se enquadra em aproximadamente 30% dessas categorias: Aniversário e festas, Eco, Lembrancinhas, Casa, Decoração e Casamento. Prevê-se que pelo menos 1% comprarão em média 3,5 unidades do sabão de 90 gramas, totalizando 3.465 unidades no primeiro mês.

Também na plataforma digital estima-se que 405 unidades serão vendidas através do Mercado Livre, que segundo pesquisas do site UOL tem em média 27 milhões de acessos mensais<sup>26</sup>, 1% dos que visitam o site realizam alguma compra e 1% desses compradores estão inseridos no nicho de mercado da Sabeco, sendo que 5% desses que se enquadram no nicho da Sabeco, comprarão em média 3 unidades do sabão de 90 gramas.

Com um investimento de R\$15,00 por dia nas redes sociais serão vendidos 360 sabões no primeiro mês.

Foi feita uma simulação na página e segundo dados do próprio Facebook, investindo-se R\$10,00 por dia no Facebook, atinge aproximadamente 3500 pessoas. Sendo que apenas 1% clica para entrar no site e ver o sabão e estima-se que 20% dos que acessam acabam comprando, resultando em 7 vendas por dia e 210 vendas no mês.

Também foi feito a simulação com um investimento R\$5,00 reais por dia no Instagram, que atinge aproximadamente 2000 pessoas e deste 1% se interessam e entram na página da Sabeco, e estima-se que 25% dos que acessam realizam a compra de um sabão, que resulta em 5 vendas por dia e 150 no mês.

---

<sup>25</sup> Disponível em: <https://ecommercenews.com.br/noticias/balancos/elo7-registra-crescimento-de-127-e-revela-principais-caracteristicas-do-artesanato-brasileiro/> Acessado em 30/09/2017

<sup>26</sup> Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/pr-newswire/2015/08/04/mercadolivre-completa-16-anos-com-audiencia-de-mais-de-27-milhoes-de-visitantes-unicos-no-brasil.htm> Acessado em 30/09/2017

Prevê-se que serão vendidas 30 unidades do sabão de 90 gramas no primeiro mês em condomínios residenciais onde terão os pontos de coleta do óleo com propaganda da Sabeco.

Estima-se que um representante comercial conseguirá fechar dois grandes clientes no primeiro mês. Sendo, com uma loja física revendedora, onde o estabelecimento comprará 70 unidades à preço de atacado. E com uma empresa de eventos ou lembrancinhas, a qual prestará serviço a aproximadamente 16 eventos por mês e estima-se que, destes, os sabões da Sabeco serão selecionados para 2 eventos no mês com uma média de 90 unidades por evento, totalizando 180 unidades.

Ao todo se estima que serão vendidas 4.510 unidades no primeiro mês do sabão de 90 gramas, conforme mostra a Tabela 7.

Tabela 7 - Previsão de Demanda (Sabão 90g)

Previsão de demanda / Venda em Unidades do Sabão de 90 gramas					
Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Janeiro	4510	5031	5611	6259	6982
Fevereiro	4555	5081	5668	6322	7052
Março	4601	5132	5724	6385	7122
Abril	4647	5183	5781	6449	7193
Maiο	4740	5287	5897	6578	7337
Junho	4692	5234	5838	6512	7264
Julho	4739	5286	5897	6577	7337
Agosto	4787	5339	5955	6643	7410
Setembro	4834	5392	6015	6709	7484
Outubro	4883	5446	6075	6777	7559
Novembro	4932	5501	6136	6844	7634
Dezembro	4981	5556	6197	6913	7711
Total anual	56899	63468	70795	78969	88085
Média mensal	4742	5289	5900	6581	7340

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

É estimado que haverá a mesma quantidade de compradores do sabão de 10 gramas no site Elo7, mas cada comprador levará em média 10 unidades, levando em consideração o tamanho e o mínimo por compra no site, totalizando 9.900 unidades no primeiro mês.

No Mercado Livre, é estimado que serão vendidas 1.215 unidades do sabão de 10 gramas no primeiro mês, levando em consideração que há 27 milhões de acessos mensais, 1% dos visitantes do site do site realizam alguma compra, 1% desses compradores estão inseridos no nicho de mercado da Sabeco e 5% desses compradores levarão em média 9 unidades do sabão de 10 gramas.

Do mesmo investimento em marketing diário no Facebook e Instagram, haverá um número de clientes de aproximadamente 25% para o sabão de 10 gramas em relação ao sabão de 90 gramas, mas levando em consideração o tamanho de cada unidade e as restrições em comprar em pequena escala, cada comprador levará em média 10 unidades do sabão de 10 gramas, totalizando 900 unidades no primeiro mês.

Nos condomínios residências onde será feita a coleta de óleo, é previsto que serão vendidas 75 unidades do sabão de 10 gramas no primeiro mês.

Estima-se que nos 2 eventos por mês no qual a Sabeco participará, serão vendidas 225 unidades do sabão de 10 gramas, totalizando 450 unidades.

Totalizando, é estimado que no primeiro mês de vendas da Sabeco, serão vendidas 12.715 unidades do sabão de 10 gramas, conforme pode-se ver na Tabela 8.

Tabela 8- Previsão de Demanda (Sabão 10g)

Previsão de demanda / Venda em Unidades do Sabão de 10 gramas					
Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Janeiro	12715	14183	15820	17647	19684
Fevereiro	12842	14325	15978	17823	19881
Março	12971	14468	16138	18001	20080
Abril	13100	14613	16300	18181	20280
Maiο	13362	14905	16626	18545	20686
Junho	13229	14756	16459	18360	20479
Julho	13361	14903	16624	18543	20684
Agosto	13495	15052	16790	18729	20891
Setembro	13630	15203	16958	18916	21100
Outubro	13766	15355	17128	19105	21311
Novembro	13903	15509	17299	19296	21524
Dezembro	14042	15664	17472	19489	21739
Total anual	160416	178935	199593	222635	248338
Média mensal	13368	14911	16633	18553	20695

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Considerando o investimento progressivo em marketing e o aumento de parcerias com condomínios residenciais, lojas revendedoras e empresas de eventos e lembrancinhas, incluindo o crescimento do mercado conforme pesquisas citadas no quarto capítulo projetam-se o crescimento nas vendas de 1% ao mês, com exceção ao mês de maio que se projeta um crescimento de 2% nas vendas, devido ao fato de ser o mês da noiva e serão vendidos mais sabões para lembrancinhas e decoração de mesas, normalizando a demanda no mês de junho.

Nas tabelas 9 a 13 pode-se observar a demanda detalhada por canal de venda do sabão de 90g e 10g, nos 5 anos.

Tabela 9 - Demanda Prevista em 2018

Canal de venda	Demanda prevista		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	1.892	4.731	6.624
Elo7	43.715	124.901	168.616
Mercado livre	5.110	15.329	20.438
Condomínio	378	946	1.325
Facebook	2.649	6.624	9.273
Lojas físicas (revendas)	883	2.208	3.091
Eventos	2.271	5.677	7.948
Total	56.899	160.416	217.315

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Tabela 10- Demanda Prevista em 2019

Canal de venda	Demanda prevista		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.111	5.277	7.388
Elo7	48.762	139.320	188.083
Mercado livre	5.699	17.098	22.798
Condomínio	422	1.055	1.478
Facebook	2.955	7.388	10.343
Lojas físicas (revendas)	985	2.463	3.448
Eventos	2.533	6.333	8.866
Total	63.468	178.935	242.403

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Tabela 11 - Demanda Prevista em 2020

Canal de venda	Demanda prevista		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.355	5.887	8.241
Elo7	54.392	155.405	209.796
Mercado livre	6.357	19.072	25.430
Condomínio	471	1.177	1.648
Facebook	3.296	8.241	11.538
Lojas físicas (revendas)	1.099	2.747	3.846
Eventos	2.826	7.064	9.889
Total	70.795	199.593	270.388

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Tabela 12 - Demanda Prevista em 2021

Canal de venda	Demanda prevista		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.626	6.566	9.193
Elo7	60.671	173.346	234.017
Mercado livre	7.091	21.274	28.366
Condomínio	525	1.313	1.839
Facebook	3.677	9.193	12.870
Lojas físicas (revendas)	1.226	3.064	4.290
Eventos	3.516	8.789	12.305
Total	79.332	223.545	302.877

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Tabela 13 - Demanda Prevista em 2022

Canal de venda	Demanda prevista		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.930	7.324	10.254
Elo7	67.675	193.358	261.033
Mercado livre	7.910	23.730	31.640
Condomínio	586	1.465	2.051
Facebook	4.102	10.254	14.355
Lojas físicas (revendas)	1.367	3.418	4.785
Eventos	3.516	8.789	12.305
Total	88.085	248.338	336.423

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### 6.2.2. Market-share

A Sabeco atinge mais de um mercado, sendo eles o mercado de limpeza, de produtos ecológicos sustentáveis e o de artesanato.

O mercado de limpeza no Brasil já é o 4º maior do mundo e representou um crescimento de 17,3% nas vendas no período de 2009 e 2014, e a previsão de expansão é de 16,6% até 2019.<sup>27</sup>

Adotando o mercado de artesanato que, segundo dados do IBGE de 2012, movimentava cerca de 50 bilhões de reais por ano no Brasil, estima-se que no primeiro

<sup>27</sup> Disponível em: <http://www.abre.org.br/noticias/setor-de-limpeza-da-banho-na-crise-e-cresce-17-em-cinco-anos/> Acessado em 20/11/2017

ano a Sabeco irá faturar mais de 483 mil reais, o que lhe dará um marketshare de 0,00096% no mercado de artesanato no Brasil.

Já o mercado de produtos ecológicos sustentáveis no Brasil tende a crescer de 5 à 7% ao ano até 2020 e aproximadamente 6,5% mundialmente.<sup>28</sup>

### **6.3. Estimativa de gastos**

Uma projeção inicial de investimento com marketing da Sabeco é de R\$51.744,10 no primeiro ano. Na tabela 14, as pesquisas com os investimentos foram separadas em material de comunicação e serviços.

Em serviços foram inclusos o desenvolvimento, manutenção e hospedagem do site, divulgações nas mídias sociais, onde está foi analisado a quantidade de visualizações determinada por um valor que a Sabeco deseja ter em um mês, com possíveis alterações no nele ao decorrer dos meses no ano. Além das propagandas que irão ser transmitidas no programa da Gazeta, já incluso o valor do cachê do apresentador e a taxa de CONDECINE.

Nos materiais de comunicação foram orçados em gráficos para a solicitação de grandes quantidades, a ideia da Sabeco é disponibilizar nos pontos de coleta, banners informativos, assim como também panfletos, folders. E obtenção de um portfólio com toda a variedade de sabões produzida, para divulgação em reunião de negócios com possíveis parceiros.

Os orçamentos com marketing projetados mensalmente e total para o primeiro ano estão consolidados na tabela 14.

---

<sup>28</sup> Disponível em: <http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/saiba-quais-as-oportunidades-e-carencias-do-mercado-de-sustentabilidade-no-brasil/21962/> Acessado em 20/11/2017

Tabela 14 - Projeção de Gastos do Plano de Marketing no Primeiro Ano

Projeção de gastos para execução do Plano de Marketing - 1º ano					
Material de Comunicação					
Descrição do Investimento	Qnt	Fornecedor	Medida	Valor Unitário	Valor Total
Panfletos	100000	Printi	Unidade	R\$ 0,03	R\$ 3.000,00
Folders	20000	Printi	Unidade	R\$ 0,09	R\$ 1.800,00
Frete Folders	1		Unidade	R\$ 5,99	R\$ 5,99
Banners	10	Printi	Unidade	R\$ 22,50	R\$ 225,00
Impressões Diversas	1000	Printi	Unidade	R\$ 0,05	R\$ 50,00
Portifólio dos Produtos	100	Printi	Unidade	R\$ 1,92	R\$ 192,00
Serviços					
Divulgação Rede Social 1	12	Facebook	Mês	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Divulgação Rede Social 2	12	Instagram	Mês	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00
Divulgação Televisão (apenas Janeiro)	2	Televisão	Anúncio	R\$ 17.234,00	R\$ 34.468,00
Cachê para o apresentador do programa (10%)	2	Televisão	Anúncio	R\$ 1.723,40	R\$ 3.446,80
Taxa CONDECINE	1	Televisão	Anúncio	R\$ 2.977,51	R\$ 2.977,51
Desenvolvimento Site		LocaWeb		Grátis	
Manutenção e Hospedagem do Site	12	LocaWeb	Mês	R\$ 14,90	R\$ 178,80
				<b>Total</b>	<b>R\$ 51.744,10</b>
				<b>Gasto Mensal (Sem Anúncio de Televisão)</b>	<b>R\$ 904,32</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

#### 6.4. Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica

Foi concluído através das pesquisas realizadas e dados coletados que o sabão a ser comercializado e a proposta da empresa de reutilizar o óleo descartado são viáveis. Foi possível observar que os mercados que este está inserido, de sustentabilidade e artesanal, tem grande participação na economia do País e uma forte tendência de continuar crescendo. Previsto pelo IBGE um crescimento de 15% ainda em 2017, como mencionado no tópico matriz BCG. O artesanato está presente em 67% na economia dos municípios do País.

Através da pesquisa no campo, analisou-se que 46,8% dos respondentes reciclam o óleo, 27,27% reciclam pouco ou raramente, 47,8% sabe dos danos causados pelo descarte incorreto deste material e 52,1% não sabem, ou sabiam pouco, diante destas informações, torna-se viável o propósito da Sabeco na divulgação de materiais e informativos com a conscientização desta questão nos dias atuais, visto que muitos podem realizar o descarte incorreto por escassez de informação.

Considerado a divulgação nas redes sociais e sites (próprio e mercado livre, elo7) devido ao fato de serem canais de comunicação em alta, com atingimento de uma parcela maior na sociedade, o foco não foi pensado apenas na comercialização

do produto final, mas sim também na conscientização da população em reciclar não somente a matéria prima da Sabeco, mas como qualquer tipo de resíduo descartado, com um fim de obter uma redução cada vez maior em hábitos ruins do ser humano, em prol de um meio ambiente melhor e menos prejudicado futuramente.

## **7. Viabilidade do capital humano**

### **7.1. Projeção de colaboradores**

#### **7.1.1. Atividades**

A empresa terá os funcionários conforme cargos a seguir, cada um desempenhando uma função de acordo com os processos da empresa. Cada colaborador terá sua atividade principal, que será a atividade macro, e outras atividades também relacionadas com cada processo.

**Sócio Diretor** - planejar, gerenciar, controlar e assessorar as áreas da empresa, implementar programas e projetos, realizar o planejamento das metas organizacionais, controlar o desempenho da Sabeco e seus funcionários, fazer a gestão dos demais processos da empresa;

**Encarregado de produção** – fabricar o sabão de acordo com a receita estipulada pela empresa, realizar o envasamento (colocar o sabão nas formas), fazer a gestão dos demais processos de manufatura;

**Auxiliar de produção** – entregar as matérias primas para os produtores, bem como a gestão do estoque dos produtos acabados, auxilia na própria produção, verificar se o produto está dentro dos padrões de qualidade e embalar o mesmo;

**Vendedor** – realizar as vendas da empresa internamente bem como as vendas externas, visitar clientes;

**Supervisor administrativo** – realizar atividades administrativas em geral, gestão do administrativo e contato da empresa, suporte no financeiro, recursos humanos, marketing, gestão do site da empresa, realizar publicações, propagandas, promoções, atração de novos clientes, fidelização de clientes;

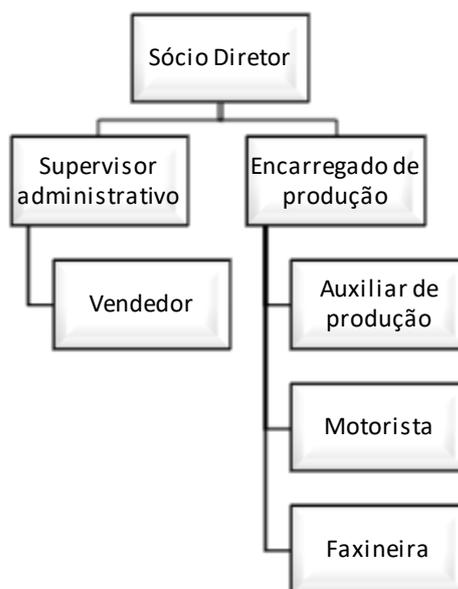
**Motorista** – realizar entrega de produtos acabados para os clientes, buscar matérias-primas, coletar o óleo;

**Faxineira** – Limpar o estabelecimento.

### 7.1.2. Organograma

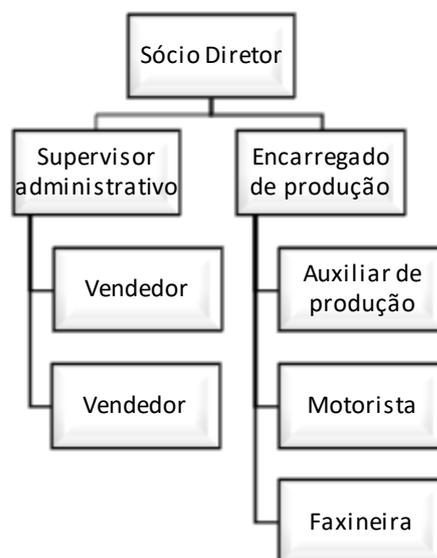
O organograma inicial da empresa será composto por seis funcionários, mais o sócio proprietário que realizará a gestão das equipes. Com o decorrer dos anos e com o aumento das vendas (217.315 unidades em 2018 e 336.423 em 2022), será preciso aumentar o Headcount, como pode ser visto nas figuras 11 e 12.

Figura 11- Organograma 2018



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Figura 12- Organograma 2022



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### 7.1.3. Headcount

O Headcount é um indicador onde se considera a quantidade de pessoas que compõem a empresa, ou seja, os números de colaboradores como podem reparar na tabela 15.

Tabela 15- Headcount

Cargo	2018	2019	2020	2021	2022
Sócio Diretor	1	1	1	1	1
Encarregado de produção	1	1	1	1	1
Auxiliar de produção	1	1	1	1	1
Vendedor	1	1	2	2	2
Supervisor administrativo	1	1	1	1	1
Motorista	1	1	1	1	1
Faxineira	1	1	1	1	1

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Para os encarregados de produção, foi realizado o cálculo baseado na capacidade produtiva diária de um funcionário e um auxiliar de produção. Verifica-se que a capacidade produtiva diária é de 3.890 unidades do sabão de 90g e 35.040 unidades do sabão de 10g, onde é possível fabricar 350,4 Kg por dia de sabão. Mensalmente foi verificado que é possível produzir 85.580 unidades do sabão de 90g e 770.880 unidades do sabão de 10g, como pode ser visto na tabela 16. Conclui-se assim, que é necessário apenas 1 encarregado para produção e apenas 1 auxiliar de produção, visto que a demanda mensal dos 5 primeiros anos (2018, 2019, 2020, 2021, 2022) não ultrapassa a marca de 56.204 unidades do sabão de 90g e 18.4331 unidades do sabão de 10g.

Tabela 16- Capacidade produtiva de produção (Diária e Mensal)

X	Sabão	
	90g	10g
2 Pessoas em 1 Dia (Unid.)	3890	35040
2 Pessoas em 1 Mês (Unid.)	85580	770880

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Relacionado à questão de vendedores, a princípio nos dois primeiros anos de produção (2018, 2019), como a demanda será relativamente mais baixa, considera-se necessário apenas um vendedor para atender o varejo e eventos, com o crescimento nos anos seguintes (2020, 2021, 2022), é indicado que se utilize 2 vendedores, um especificamente para varejo e outro especificamente para eventos, onde será realizada 2 visitas externas por dia.

É necessária também a presença de um supervisor administrativo, auxiliando nas questões administrativas da Sabeco, um motorista para atuar nas questões de logística, onde levará a mercadoria para as varejistas e os eventos que serão realizados. E para manter a área de fabricação sempre limpa e organizada, é necessária uma faxineira, visto que a fábrica não é um local de grande porte e possui maquinários simples.

#### **7.1.4. Competências**

Todos os colaboradores devem ter engajamento pela empresa, assim desenvolverão melhor as atividades. Responsabilidade, dedicação e atitude serão também competências requeridas pela empresa.

- Sócio Diretor - ter conhecimento em administração de empresas e das áreas empresariais, saber lidar com pessoas, ter visão de empreendedor;
- Encarregado de produção – ter conhecimento de processos produtivos, resistência física para produção do sabão;
- Auxiliar de produção – terá que ter pró-atividade e agilidade, organização para a gestão dos estoques, bem como deverá ter um perfil meticuloso para lidar com os produtos acabados;
- Vendedor – o vendedor precisa ser persuasivo, ágil, proativo e carismático;
- Supervisor administrativo – generalista para lidar com diversas atividades, organização necessária, conhecimento em administração, saber lidar com pessoas, ser inovador e criativo;
- Motorista – possuir carteira de habilitação, ter experiência como motorista;
- Faxineira – ter zelo pelo estabelecimento.

### **7.2. Plano de gestão de pessoas**

#### **7.2.1. Recrutamento e seleção**

Ao surgir uma nova vaga, será feito um levantamento dentro da empresa, para verificar se existe algum funcionário qualificado para a vaga disponível, criando para os funcionários oportunidade de crescer. Caso não haja ninguém para aquela vaga, será divulgada no LinkedIn. Além disso, serão consideradas indicações, que deverão enviar o currículo para o e-mail da empresa.

Considerando que, a princípio, a empresa terá poucos funcionários e conseqüentemente será rara a abertura de uma vaga, não será necessário um

profissional somente para essa atividade. O Supervisor Administrativo realizará o recrutamento inicial dos currículos enviados, e enviará para o proprietário que fará a seleção. As entrevistas dos selecionados serão feitas diretamente com o dono.

### 7.2.2. Remuneração

A empresa irá remunerar os funcionários com um salário fixo mensal de acordo com o cargo, e para o vendedor terá um adicional de comissão por vendas. Foi feita uma pesquisa de médias salariais para definição dos salários através do site do Sine<sup>29</sup>, que pode ser observado na tabela 17 e no gráfico 9.

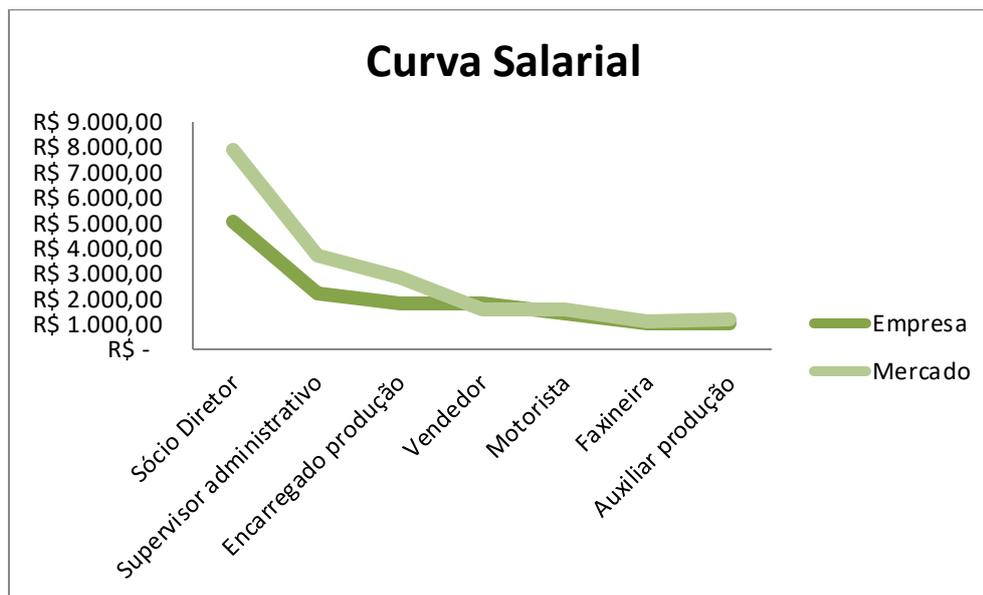
Tabela 17 - Remuneração

Cargo	Salário Bruto	Comissão
Sócio Diretor	R\$ 5.000,00	
Encarregado de produção	R\$ 1.800,00	
Auxiliar de produção	R\$ 1.000,00	
Vendedor	R\$ 1.800,00	5% sobre vendas
Supervisor administrativo	R\$ 2.200,00	
Motorista	R\$ 1.400,00	
Faxineira	R\$ 1.000,00	

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

<sup>29</sup> Disponível em: <https://www.sine.com.br/media-salarial> Acessado em 18/10/2017

Gráfico 9- Curva Salarial



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Nota-se que o único cargo com o salário acima do mercado é o de vendedor. Isso é justificado, pois será necessário um profissional de vendas com experiências e competências maiores que os vendedores do mercado.

Além do salário mensal, a empresa dará auxílio transporte no valor de R\$150,00 por funcionário, que será descontado um teto de 6% do salário na folha de pagamento.

### 7.2.3. Treinamento e Desenvolvimento

Nos primeiros cinco anos, os treinamentos serão ministrados pelo proprietário da empresa. Isso ocorrerá, pois a princípio a Sabeco deverá mais reter dinheiro do que gastar, visando a estabilidade da empresa. Posteriormente com o crescimento da empresa, será feito um levantamento das necessidades de treinamento, com a avaliação se será preciso contratar uma empresa especializada.

O sócio proprietário irá treinar a equipe em relação à produção do produto, atendimento de clientes e atitudes esperadas por ele de acordo com a cultura da empresa.

Em relação ao desenvolvimento dos funcionários, serão estipuladas metas para os colaboradores, e acompanhamento das mesmas. Na revisão das metas, o gestor deverá avaliar o progresso e conversar com o colaborador para entender as dificuldades. Por fim, haverá o fechamento das metas após um ano, e o gestor fará uma avaliação geral do colaborador, tanto no cumprimento das metas (desempenho), quanto no desenvolvimento e performance. O feedback deverá ser feito para cada funcionário, expondo os pontos positivos e a melhorar. Esse ciclo é ilustrado conforme figura13.

Figura 13- Ciclo desenvolvimento



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

#### **7.2.4. Rotatividade e absenteísmo**

A empresa está exposta a risco com rotatividade, pois é uma empresa de pequeno porte que está iniciando suas atividades, e com isso tem uma média salarial abaixo do mercado. Isso pode fazer com o que os funcionários busquem oportunidades mais atrativas no mercado, porém será feito o possível para manter os colaboradores engajados com a empresa, evitando assim gastos com rotatividade.

Os gastos com rotatividade serão com despesas de rescisão de contrato de trabalho, despesas de recrutamento e seleção, que seria o tempo que o Supervisor Administrativo gastará com um novo processo seletivo, gastos com o treinamento do novo funcionário e adaptação, e outros possíveis gastos variáveis (com advogados, justiça do trabalho, processos trabalhistas). Como os processos de RH são

ministrados pela própria Sabeco, não terá um gasto considerável que seja possível apurar, e o custo de rescisão é relativo de acordo com o salário.

Em relação ao absenteísmo, os possíveis gastos serão com o custo de hora extra caso alguém precise ser substituído (e alguém da empresa possa cobrir), ou a perda de produtividade, caso seja necessário parar a produção pela falta do funcionário. Esse gasto também será muito baixo, por isso não será considerado.

### 7.2.5. Segurança do trabalho

Para todos os funcionários que trabalhem numa área na qual poderão correr mais risco será oferecido e obrigatório o uso dos equipamentos de segurança, de acordo com a política de recursos humanos da empresa. A segurança dos funcionários é primordial, para manter melhor produtividade e evitar acidentes ou desconfortos físicos e mentais, conforme tabela 18.

Tabela 18 - Gastos com segurança do trabalho

Equipamento	Descrição	Quant	Preço Unitário	Valor das Despesas
Bota	Bota de PVC Cano Longo Branca - Cartom	2	R\$ 23,02	R\$ 46,04
Jaleco	Avental De Segurança Em Pvc Maicol Branco	2	R\$ 5,80	R\$ 11,60
Óculos	Óculos Tipo Rio De Janeiro Evolution Valeplast Ca 40091	2	R\$ 2,90	R\$ 5,80
Máscara	Máscara Respirador Semi Facial 3M 6200	2	R\$ 77,43	R\$ 154,86
Refil Máscara	Kit De Refil Para Respiradores 6 Peças Semifacial 6000 - 3m	1	R\$ 128,90	R\$ 128,90
Luva	Luva De Pvc Plastcor 70 Cm	2	R\$ 22,15	R\$ 44,30
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 391,50</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### **7.2.6. Modelo Cultural**

Hofstede (2001) descreve o modelo cultural de uma empresa com base em cinco dimensões culturais. Abaixo será descrito como a empresa atuará em cada uma dessas dimensões.

- Distância ao poder: O subordinado terá uma relação próxima com a chefia, pois assim se sentirá motivado e valorizado. Os mesmos participarão das decisões do negócio e não terá concentração de autoridade
- Individualismo versus coletivismo: A empresa será voltada para o coletivismo, visto que o trabalho em equipe será valorizado. Haverá compartilhamento de informações e as áreas trabalharão em conjunto, a comunicação será algo primordial para o bom desempenho das tarefas.
- Masculinidade versus feminilidade: Será voltada para a feminilidade, será prezada a qualidade de vida dos funcionários, pois assim ficarão mais motivados e engajados com a empresa. Equilibrar a vida pessoal e profissional é primordial para o bom desempenho dos funcionários. O clima leve no ambiente de trabalho ajuda a promover a criatividade, e evita tensões que prejudicam as tarefas.
- Aversão à incerteza: A empresa terá baixa aversão à incerteza, visto que será uma empresa inovadora e criativa, tendo que lidar com riscos e incertezas do mercado. Preferência por líder transformador, baixa resistência à mudança, com cultura orientada pelos relacionamentos.
- Orientação em longo prazo versus em curto prazo: A orientação será a longo prazo, com construção de relacionamentos e posição no mercado, persistência e perseverança para que a empresa se mantenha no mercado por bastante tempo.

### **7.3. Estimativa de gastos**

A empresa não terá custos com treinamentos e desenvolvimentos, nem recrutamento e seleção que serão realizados pelo próprio dono e pelos funcionários. Sendo assim, haverá gastos somente com a remuneração dos funcionários. Os

cálculos foram realizados com base na calculadora do site Fpag<sup>30</sup>. Inicialmente a empresa optará pelo Simples Nacional, sendo isenta do 20% de INSS sobre a folha, como pode ser analisado na tabela 19.

Em relação ao salário do sócio proprietário, por se tratar de pró-labore, não são obrigatórios os encargos e benefícios trabalhistas, não existem regras obrigatórias como os demais salários, razão pela qual não foram calculados tais encargos.

Na tabela 20 é possível observar os gastos totais com pessoas no primeiro ano, e na tabela 21 os gastos totais com pessoas em 2022, já acrescentado o gasto do outro vendedor que iniciará a partir do terceiro ano.

Tabela 19- Gastos com pessoas

Cargo	Salário Bruto	FGTS	Provisão 13º salário	Provisão Férias	Provisão 1/3 Férias	Provisão FGTS (férias e 13º)	Auxílio Transporte	Desconto auxílio transporte	Total
Sócio Diretor	R\$ 5.000,00	-	-	-	-	-	-	-	R\$ 5.000,00
Encarregado de produção	R\$ 1.800,00	R\$ 144,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 50,00	R\$ 28,00	R\$ 150,00	R\$ 108,00	R\$ 2.364,00
Auxiliar de produção	R\$ 1.000,00	R\$ 80,00	R\$ 83,33	R\$ 83,33	R\$ 27,78	R\$ 15,56	R\$ 150,00	R\$ 60,00	R\$ 1.380,00
Vendedor	R\$ 1.800,00	R\$ 144,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 50,00	R\$ 28,00	R\$ 150,00	R\$ 108,00	R\$ 2.364,00
Supervisor administrativo	R\$ 2.200,00	R\$ 176,00	R\$ 183,33	R\$ 183,33	R\$ 61,11	R\$ 34,23	R\$ 150,00	R\$ 132,00	R\$ 2.856,00
Motorista	R\$ 1.400,00	R\$ 112,00	R\$ 116,67	R\$ 116,67	R\$ 38,89	R\$ 21,77	R\$ 150,00	R\$ 84,00	R\$ 1.872,00
Faxineira	R\$ 1.000,00	R\$ 80,00	R\$ 83,33	R\$ 83,33	R\$ 27,78	R\$ 15,56	R\$ 150,00	R\$ 60,00	R\$ 1.380,00
<b>Total</b>									<b>R\$ 17.216,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Tabela 20 - Gastos Totais com Pessoas em 2018

Gasto	Valor mensal	Valor anual
Remuneração e benefícios	R\$ 17.216,00	R\$ 206.592,00
Segurança do trabalho	-	R\$ 391,50
<b>Total</b>		<b>R\$ 206.983,50</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

<sup>30</sup> Disponível em: [https://www.fpag.com.br/calculos\\_trabalhistas/custo\\_funcionario](https://www.fpag.com.br/calculos_trabalhistas/custo_funcionario) Acessado em 30/10/2017

Tabela 21 - Gastos Totais com Pessoas em 2022

Gasto	Valor mensal	Valor anual
Remuneração e benefícios	R\$ 19.580,00	R\$ 234.960,00
Segurança do trabalho	-	R\$ 391,50
<b>Total</b>		<b>R\$ 235.351,50</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

#### **7.4. Análise e diagnóstico da viabilidade do capital humano na organização**

Entende-se que é viável o negócio na parte de recursos humanos, pois a Sabeco terá pessoas qualificadas para cada tarefa, cada uma com sua competência, com uma quantidade razoável de colaboradores. Não terá grandes gastos, pois os processos serão realizados por funcionários da empresa e/ou o proprietário. Os gastos serão com a remuneração dos colaboradores, que mesmo assim só atingem R\$17.216,00. Acrescentando os gastos com segurança do trabalho, terá um total de R\$17.607,50. Com funcionários engajados com a empresa, e atrelados com a cultura organizacional, haverá excelência nas atividades e conseqüentemente o sucesso do negócio.

## **8. Viabilidade Financeira**

### **8.1. Pressupostos da análise financeira**

Para que seja possível calcular a viabilidade financeira da Sabeco, serão necessárias informações e ferramentas contábeis que auxiliam o processo de avaliação.

Se tratando de uma empresa que tem um custo de matéria-prima baixo, que não necessita de equipamentos com preços elevados e o quadro de funcionários é pequeno, o capital inicial necessário será baixo, conforme será demonstrado neste capítulo.

Para o cálculo do investimento pré-operacional, será considerado o investimento em ativos, equipamentos de segurança, além das matérias primas e embalagens para atender a demanda do primeiro mês, e para os custos fixos e variáveis, serão consideradas as informações no capítulo 5.

Para a estimativa do faturamento da Sabeco, será considerada a demanda citada no item 6.2.1 para identificar a receita bruta pelos próximos cinco anos.

Na demonstração de resultado de exercício, será apurado o lucro operacional da empresa, tendo o faturamento bruto descontado os impostos e todos os demais custos e despesas.

Na projeção do fluxo de caixa, serão consolidadas todas as informações de entradas e saídas já citadas previamente, para que seja possível fazer a gestão financeira da empresa, melhorando a tomada de decisões.

#### **8.1.2. Cálculo do investimento total**

A estimativa dos investimentos pré-operacionais para a criação da empresa pode ser observada na tabela 22.

Tabela 22- Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais			
	Equipamento/Investimento	Quantidade	Custo total
Investimento	Carro para coleta	1	R\$ 19.240,00
	Reservatório de água	1	R\$ 607,50
	Coletor para Óleo de Cozinha 60L	10	R\$ 1.790,00
	Maquina p/ filtrar óleo	1	R\$ 3.399,00
	Misturador elétrico	1	R\$ 339,00
	Balança comercial 300kg	1	R\$ 329,00
	Balança Digital Precisão	1	R\$ 70,00
	Estante de Aço	21	R\$ 2.097,90
	Mesa Inox Reforçada	1	R\$ 495,00
	Bacia Quadrada (12 unidades)	12	R\$ 84,90
	Balde Plástico (6 unidades)	6	R\$ 23,90
	Dell Inspiron Small Desktop (com periféricos)	4	R\$ 10.032,00
	Mesa escritório	7	R\$ 1.855,00
	Cadeira escritório	11	R\$ 2.090,00
	Cortador Forma (5 unidades)	5	R\$ 50,00
Recorrente (anual)	Kit de Refil para Respirador com 6 peças	1	R\$ 128,90
	Luva de PVC	2	R\$ 44,30
	Máscara Respirador	2	R\$ 154,86
	Óculos de proteção	2	R\$ 5,80
	Avental de Segurança	2	R\$ 11,60
	Bota de PVC	2	R\$ 46,04
Invest Capital de giro	Óleo usado	243,4 Litros	R\$ -
	Água	133,38 Litros	R\$ 304,83
	Soda Caústica	127,8 kg	R\$ 920,16
	Amaciante	59,3 Litros	R\$ 224,15
	Corante	0,54 Litro	R\$ 242,46
	Embalagem sabão 90g	4510	R\$ 676,50
	Embalagem sabão 10g	12715	R\$ 254,30
	Essência	0,54 Litro	R\$ 81,00
		<b>Total</b>	<b>R\$ 45.598,10</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Para o investimento pré-operacional será necessário o capital total de R\$45.598,10. Sendo que deste valor, R\$2.703,40 é para o capital de giro para o primeiro mês, que é o valor necessário para comprar a matéria prima e as embalagens a fim de atender a demanda do primeiro mês de funcionamento. A partir de fevereiro de 2018, o resultado operacional mensal cobrirá a necessidade de capital de giro.

### 8.1.3. Estimativa do faturamento mensal para os próximos 5 anos

Com base na demanda na seção 6.2.1 estimada pela Sabeco para o sabão de 10 e 90 gramas e seus respectivos preços para o cliente final e para o revendedor, já com o desconto de 12% para os sabões vendidos pelo site Elo7 e com o desconto de 16% para os sabões vendidos pelo Mercado Livre, onde ambos os descontos ficam para a plataforma, nota-se na Tabela 23 o faturamento bruto previsto pela Sabeco para os próximos 5 anos.

Tabela 23 - Faturamento de 2018 a 2022

Previsão de Faturamento bruto da Sabeco					
Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Janeiro	R\$ 38.350,90	R\$ 42.778,41	R\$ 47.717,07	R\$ 53.225,88	R\$ 59.370,67
Fevereiro	R\$ 38.734,41	R\$ 43.206,20	R\$ 48.194,24	R\$ 53.758,14	R\$ 59.964,38
Março	R\$ 39.121,75	R\$ 43.638,26	R\$ 48.676,18	R\$ 54.295,72	R\$ 60.564,02
Abril	R\$ 39.512,97	R\$ 44.074,64	R\$ 49.162,94	R\$ 54.838,68	R\$ 61.169,66
Maiο	R\$ 40.303,23	R\$ 44.956,13	R\$ 50.146,20	R\$ 55.935,45	R\$ 62.393,06
Junho	R\$ 39.900,20	R\$ 44.506,57	R\$ 49.644,74	R\$ 55.376,10	R\$ 61.769,13
Julho	R\$ 40.299,20	R\$ 44.951,64	R\$ 50.141,19	R\$ 55.929,86	R\$ 62.386,82
Agosto	R\$ 40.702,19	R\$ 45.401,15	R\$ 50.642,60	R\$ 56.489,16	R\$ 63.010,69
Setembro	R\$ 41.109,21	R\$ 45.855,17	R\$ 51.149,03	R\$ 57.054,05	R\$ 63.640,79
Outubro	R\$ 41.520,31	R\$ 46.313,72	R\$ 51.660,52	R\$ 57.624,59	R\$ 64.277,20
Novembro	R\$ 41.935,51	R\$ 46.776,86	R\$ 52.177,12	R\$ 58.200,84	R\$ 64.919,97
Dezembro	R\$ 42.354,86	R\$ 47.244,62	R\$ 52.698,89	R\$ 58.782,85	R\$ 65.569,17
Total anual	R\$ 483.844,74	R\$ 539.703,37	R\$ 602.010,74	R\$ 671.511,32	R\$ 749.035,57
Média mensal	R\$ 40.320,40	R\$ 44.975,28	R\$ 50.167,56	R\$ 55.959,28	R\$ 62.419,63

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

O maior faturamento é proveniente do sabão de 90 gramas, como pode-se ver na Tabela 24. É previsto que no primeiro ano haverá um faturamento bruto de aproximadamente R\$345.000,00, passando dos R\$530.000,00 no quinto ano de vendas.

Tabela 24- Faturamento de 2018 a 2022 do sabão de 90 gramas

Previsão de Faturamento do sabão de 90 gramas					
Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Janeiro	R\$ 27.330,80	R\$ 30.486,07	R\$ 34.005,61	R\$ 37.931,47	R\$ 42.310,56
Fevereiro	R\$ 27.604,11	R\$ 30.790,93	R\$ 34.345,66	R\$ 38.310,78	R\$ 42.733,66
Março	R\$ 27.880,15	R\$ 31.098,84	R\$ 34.689,12	R\$ 38.693,89	R\$ 43.161,00
Abril	R\$ 28.158,95	R\$ 31.409,83	R\$ 35.036,01	R\$ 39.080,83	R\$ 43.592,61
Mai	R\$ 28.722,13	R\$ 32.038,03	R\$ 35.736,73	R\$ 39.862,45	R\$ 44.464,46
Junho	R\$ 28.434,91	R\$ 31.717,65	R\$ 35.379,37	R\$ 39.463,82	R\$ 44.019,82
Julho	R\$ 28.719,26	R\$ 32.034,82	R\$ 35.733,16	R\$ 39.858,46	R\$ 44.460,02
Agosto	R\$ 29.006,45	R\$ 32.355,17	R\$ 36.090,49	R\$ 40.257,04	R\$ 44.904,62
Setembro	R\$ 29.296,51	R\$ 32.678,72	R\$ 36.451,40	R\$ 40.659,62	R\$ 45.353,66
Outubro	R\$ 29.589,48	R\$ 33.005,51	R\$ 36.815,91	R\$ 41.066,21	R\$ 45.807,20
Novembro	R\$ 29.885,37	R\$ 33.335,56	R\$ 37.184,07	R\$ 41.476,87	R\$ 46.265,27
Dezembro	R\$ 30.184,23	R\$ 33.668,92	R\$ 37.555,91	R\$ 41.891,64	R\$ 46.727,92
Total anual	R\$ 344.812,35	R\$ 384.620,05	R\$ 429.023,44	R\$ 478.553,09	R\$ 533.800,81
Média mensal	R\$ 28.734,36	R\$ 32.051,67	R\$ 35.751,95	R\$ 39.879,42	R\$ 44.483,40

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Para o sabão de 10 gramas, a Sabeco prevê que irá faturar aproximadamente R\$139.000,00 no primeiro ano, com uma média mensal de R\$11.586,03. Chegando a aproximadamente R\$215.000,00 de faturamento bruto no quinto ano, como pode ver na Tabela 25.

Tabela 25- Faturamento de 2018 a 2022 do sabão de 10 gramas

Previsão de Faturamento do sabão de 10 gramas					
Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Janeiro	R\$ 11.020,10	R\$ 12.292,34	R\$ 13.711,46	R\$ 15.294,41	R\$ 17.060,11
Fevereiro	R\$ 11.130,30	R\$ 12.415,27	R\$ 13.848,58	R\$ 15.447,36	R\$ 17.230,72
Março	R\$ 11.241,60	R\$ 12.539,42	R\$ 13.987,06	R\$ 15.601,83	R\$ 17.403,02
Abril	R\$ 11.354,02	R\$ 12.664,81	R\$ 14.126,93	R\$ 15.757,85	R\$ 17.577,05
Mai	R\$ 11.581,10	R\$ 12.918,11	R\$ 14.409,47	R\$ 16.073,01	R\$ 17.928,59
Junho	R\$ 11.465,29	R\$ 12.788,93	R\$ 14.265,38	R\$ 15.912,28	R\$ 17.749,31
Julho	R\$ 11.579,94	R\$ 12.916,82	R\$ 14.408,03	R\$ 16.071,40	R\$ 17.926,80
Agosto	R\$ 11.695,74	R\$ 13.045,99	R\$ 14.552,11	R\$ 16.232,11	R\$ 18.106,07
Setembro	R\$ 11.812,70	R\$ 13.176,44	R\$ 14.697,63	R\$ 16.394,44	R\$ 18.287,13
Outubro	R\$ 11.930,83	R\$ 13.308,21	R\$ 14.844,61	R\$ 16.558,38	R\$ 18.470,00
Novembro	R\$ 12.050,13	R\$ 13.441,29	R\$ 14.993,05	R\$ 16.723,96	R\$ 18.654,70
Dezembro	R\$ 12.170,64	R\$ 13.575,70	R\$ 15.142,98	R\$ 16.891,20	R\$ 18.841,25
<b>Total anual</b>	<b>R\$ 139.032,39</b>	<b>R\$ 155.083,33</b>	<b>R\$ 172.987,30</b>	<b>R\$ 192.958,23</b>	<b>R\$ 215.234,76</b>
<b>Média mensal</b>	<b>R\$ 11.586,03</b>	<b>R\$ 12.923,61</b>	<b>R\$ 14.415,61</b>	<b>R\$ 16.079,85</b>	<b>R\$ 17.936,23</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

#### 8.1.4. Estimativa dos custos fixos e variáveis para os próximos 5 anos

A análise dos custos fixos da Sabeco pode ser observada a partir da tabela 26.

Tabela 26 - Custos Fixos

Custo	Custos fixos				
	2018	2019	2020	2021	2022
EPI (Segurança)	R\$ 391,50				
Folha/ encargos	R\$ 206.592,00	R\$ 206.592,00	R\$ 234.960,00	R\$ 234.960,00	R\$ 234.960,00
Aluguel	R\$ 36.000,00				
Conta telefone/ internet	R\$ 2.400,00				
<b>Total</b>	<b>R\$ 245.383,50</b>	<b>R\$ 245.383,50</b>	<b>R\$ 273.751,50</b>	<b>R\$ 273.751,50</b>	<b>R\$ 273.751,50</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2017)

Conforme se pode observar, os custos fixos anuais da empresa são de R\$245.383,50 nos primeiros dois anos, e R\$273.751,50 a partir do terceiro ano.

Em relação aos custos variáveis, pode-se observar na tabela 27.

Tabela 27 - Custos Variáveis

Custo	Custos variáveis				
	2018	2019	2020	2021	2022
Conta água/ luz	R\$ 7.200,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.200,00
Despesas com carro	R\$ 10.760,00	R\$ 10.760,00	R\$ 10.760,00	R\$ 10.760,00	R\$ 10.760,00
Investimento com marketing	R\$ 51.744,10	R\$ 12.479,56	R\$ 14.351,49	R\$ 16.504,22	R\$ 18.979,85
Embalagem	R\$ 11.743,17	R\$ 13.098,90	R\$ 14.611,11	R\$ 16.298,05	R\$ 18.179,51
Matéria-prima	R\$ 22.363,43	R\$ 24.945,26	R\$ 27.825,07	R\$ 31.037,66	R\$ 34.620,65
Despesas Vendas (Comissão)	R\$ 3.086,24	R\$ 3.442,85	R\$ 7.679,97	R\$ 8.566,60	R\$ 9.555,59
<b>Total</b>	<b>R\$ 106.896,94</b>	<b>R\$ 71.926,57</b>	<b>R\$ 82.427,64</b>	<b>R\$ 90.366,53</b>	<b>R\$ 99.295,60</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2017)

Somando os custos fixos e variáveis, é possível observar os custos totais nos 5 anos da Sabeco, conforme tabela 28.

Tabela 28 - Custos Totais (fixos e variáveis)

Custo	Custos totais (fixos e variáveis)				
	2018	2019	2020	2021	2022
Custos fixos	R\$ 108.914,94	R\$ 73.945,57	R\$ 84.447,64	R\$ 92.387,53	R\$ 101.317,60
Custos variáveis	R\$ 220.916,12	R\$ 151.333,98	R\$ 176.575,25	R\$ 193.341,65	R\$ 212.190,80
<b>Total</b>	<b>R\$ 329.831,05</b>	<b>R\$ 225.279,55</b>	<b>R\$ 261.022,89</b>	<b>R\$ 285.729,18</b>	<b>R\$ 313.508,40</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2017)

Em relação ao custo do produto vendido - foi citado como embalagem e matéria-prima na tabela dos custos variáveis - foi feito o cálculo com base no custo de matéria-prima por unidade de 90g é de R\$0,30 somados a R\$0,15 de embalagem, totalizando um custo total de R\$0,45 para cada unidade vendida. Já o custo de matéria-prima da unidade de 10g é de R\$0,033 somados a R\$0,02 por embalagem, totalizando R\$0,053 para cada unidade vendida.

Analisando estes custos de fabricação juntamente da previsão de demanda para os próximos 5 anos, na tabela 29, a média dos custos de fabricação por mês para o ano de 2018 será de aproximadamente R\$2.842 e R\$4.400 por mês para o ano de 2022.

Tabela 29 - Custo do Produto Vendido

Custo total de Fabricação						
Ano	2018	2019	2020	2021	2022	
Janeiro	R\$ 2.703,40	R\$ 3.015,49	R\$ 3.363,63	R\$ 3.751,95	R\$ 4.185,10	
Fevereiro	R\$ 2.730,43	R\$ 3.045,65	R\$ 3.397,26	R\$ 3.789,47	R\$ 4.226,95	
Março	R\$ 2.757,73	R\$ 3.076,11	R\$ 3.431,23	R\$ 3.827,36	R\$ 4.269,22	
Abril	R\$ 2.785,31	R\$ 3.106,87	R\$ 3.465,55	R\$ 3.865,64	R\$ 4.311,91	
Maiο	R\$ 2.841,02	R\$ 3.169,00	R\$ 3.534,86	R\$ 3.942,95	R\$ 4.398,15	
Junho	R\$ 2.812,61	R\$ 3.137,31	R\$ 3.499,51	R\$ 3.903,52	R\$ 4.354,17	
Julho	R\$ 2.840,73	R\$ 3.168,69	R\$ 3.534,50	R\$ 3.942,55	R\$ 4.397,71	
Agosto	R\$ 2.869,14	R\$ 3.200,37	R\$ 3.569,85	R\$ 3.981,98	R\$ 4.441,69	
Setembro	R\$ 2.897,83	R\$ 3.232,38	R\$ 3.605,55	R\$ 4.021,80	R\$ 4.486,11	
Outubro	R\$ 2.926,81	R\$ 3.264,70	R\$ 3.641,60	R\$ 4.062,02	R\$ 4.530,97	
Novembro	R\$ 2.956,08	R\$ 3.297,35	R\$ 3.678,02	R\$ 4.102,64	R\$ 4.576,28	
Dezembro	R\$ 2.985,64	R\$ 3.330,32	R\$ 3.714,80	R\$ 4.143,66	R\$ 4.622,04	
<b>Total</b>	<b>R\$ 34.106,72</b>	<b>R\$ 38.044,25</b>	<b>R\$ 42.436,37</b>	<b>R\$ 47.335,53</b>	<b>R\$ 52.800,30</b>	
<b>Média mês</b>	<b>R\$ 2.842,23</b>	<b>R\$ 3.170,35</b>	<b>R\$ 3.536,36</b>	<b>R\$ 3.944,63</b>	<b>R\$ 4.400,03</b>	

Fonte: Elaborada pelos autores (2017)

### 8.1.5. Demonstrativo de resultados para os próximos 5 anos

A Demonstração de resultado da Sabeco se enquadra na alíquota simples nacional, como se pode ver na tabela 30, onde se tem como base os impostos baseado no volume de faturamento.

Tabela 30 - Alíquota de Imposto

De 540.000,01 a 720.000,00		De 360.000,01 a 540.000,00		De 720.000,01 a 900.000,00	
IPI	0,50%	IPI	0,50%	IPI	0,50%
ICMS	2,56%	ICMS	2,33%	ICMS	2,58%
PIS	0,25%	PIS	0,23%	PIS	0,25%
COFINS	1,04%	COFINS	0,95%	COFINS	1,05%
IRPJ	0,35%	IRPJ	0,27%	IRPJ	0,35%
CLSS	0,35%	CLSS	0,31%	CLSS	0,35%
CPP	2,99%	CPP	2,75%	CPP	3,02%

Fonte: Site Normas Legais <sup>31</sup>

<sup>31</sup> Disponível em: <http://www.normaslegais.com.br/legislacao/simples-nacional-anexoII.html>

A demonstração de resultado para os próximos 5 anos pode ser observada na tabela 31.

Tabela 31 - Demonstrativo de Resultados

Demonstração de Resultado Sabeco					
	2018	2019	2020	2021	2022
Faturamento Bruto	R\$ 483.844,74	R\$ 539.703,37	R\$ 602.010,74	R\$ 671.511,32	R\$ 749.035,57
IPi	R\$ 2.419,22	R\$ 2.698,52	R\$ 3.010,05	R\$ 3.357,56	R\$ 3.745,18
Receita Bruta de Vendas	R\$ 481.425,52	R\$ 537.004,86	R\$ 599.000,68	R\$ 668.153,77	R\$ 745.290,40
Tributos	R\$ 35.336,63	R\$ 39.416,16	R\$ 48.159,65	R\$ 53.719,56	R\$ 60.368,52
Receita Líquida de Vendas	R\$ 446.088,89	R\$ 497.588,70	R\$ 550.841,03	R\$ 614.434,20	R\$ 684.921,87
Custo de produto vendido	R\$ 34.106,72	R\$ 38.044,25	R\$ 42.436,37	R\$ 47.335,53	R\$ 52.800,30
Lucro Bruto	R\$ 411.982,17	R\$ 459.544,44	R\$ 508.404,66	R\$ 567.098,67	R\$ 632.121,57
Despesas com Vendas	R\$ 3.086,25	R\$ 3.442,55	R\$ 7.679,97	R\$ 8.566,60	R\$ 9.555,59
Investimento com Marketing	R\$ 51.744,10	R\$ 12.479,56	R\$ 14.351,49	R\$ 16.504,22	R\$ 18.979,85
Despesas Operacionais	R\$ 56.751,50				
Folha e encargos	R\$ 206.592,00	R\$ 206.592,00	R\$ 234.960,00	R\$ 234.960,00	R\$ 234.960,00
Lucro Operacional	R\$ 93.808,31	R\$ 180.278,84	R\$ 194.661,70	R\$ 250.316,35	R\$ 311.874,63

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Em relação às despesas operacionais, foram considerados custos conforme a tabela 32.

Tabela 32 - Despesas Operacionais

Despesas Operacionais					
Gastos com o Carro	R\$ 10.780,00				
Conta de Água + Luz	R\$ 7.200,00				
Segurança	R\$ 391,50				
Conta de Telefone + Internet	R\$ 2.400,00				
Total	R\$ 56.751,50				

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### 8.1.6. Estimativa do fluxo de caixa para os próximos 5 anos

A Sabeco projetou seu fluxo de caixa em uma planilha no Excel, onde controlará as entradas e saídas diariamente, fazendo a conciliação bancária. Acompanhará o orçado e realizado através das informações consolidadas tanto mensalmente como pode-se ver na Tabela 33, quanto anualmente como nota-se na Tabela 34.

Tabela 33 - Fluxo de caixa mensal

Fluxo de Caixa	Pré-operacional	jan/18	fev/18	mar/18	abr/18	mai/18	jun/18	jul/18
<b>Saldo Inicial</b>	-R\$	45.598,10	-R\$ 107.817,91	-R\$ 105.726,84	-R\$ 95.716,36	-R\$ 85.405,32	-R\$ 74.658,39	-R\$ 63.435,77
<b>Entradas</b>								
Ingressos operacionais	-	R\$ 38.350,90	R\$ 38.734,41	R\$ 39.121,75	R\$ 39.512,97	R\$ 40.303,23	R\$ 39.900,20	R\$ 40.299,20
À vista	-	R\$ 7.670,18	R\$ 7.746,88	R\$ 7.824,35	R\$ 7.902,59	R\$ 8.060,65	R\$ 7.980,04	R\$ 8.059,84
À 30 dias	-	-	R\$ 23.010,54	R\$ 23.240,65	R\$ 23.473,05	R\$ 23.707,78	R\$ 24.181,94	R\$ 23.940,12
À 60 dias	-	-	-	R\$ 7.670,18	R\$ 7.746,88	R\$ 7.824,35	R\$ 7.902,59	R\$ 8.060,65
Financiamento	-	-	-	-	-	-	-	-
Aporte	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total Entradas</b>	R\$	7.670,18	R\$ 30.757,42	R\$ 38.735,18	R\$ 39.122,53	R\$ 39.592,78	R\$ 40.064,57	R\$ 40.060,60
<b>Saídas</b>								
Investimentos	-R\$	42.503,20	-	-	-	-	-	-
Fornecedores	-R\$	3.094,90	-R\$ 2.730,43	-R\$ 2.757,73	-R\$ 2.785,31	-R\$ 2.841,02	-R\$ 2.812,61	-R\$ 2.840,73
Despesas com Vendas	-	-R\$ 244,63	-R\$ 247,07	-R\$ 249,54	-R\$ 252,04	-R\$ 257,08	-R\$ 254,51	-R\$ 257,05
Despesas Administrativas	-	-R\$ 46.882,40	-R\$ 5.600,99	-R\$ 5.600,99	-R\$ 5.600,99	-R\$ 5.600,99	-R\$ 5.600,99	-R\$ 5.600,99
Folha/Encargos	-	-R\$ 17.216,00	-R\$ 17.216,00	-R\$ 17.216,00	-R\$ 17.216,00	-R\$ 17.216,00	-R\$ 17.216,00	-R\$ 17.216,00
Imposto	-	-R\$ 2.801,84	-R\$ 2.829,86	-R\$ 2.858,16	-R\$ 2.886,74	-R\$ 2.944,47	-R\$ 2.915,03	-R\$ 2.944,18
Despesas financeiras	-	-R\$ 14,70	-R\$ 14,70	-R\$ 14,70	-R\$ 14,70	-R\$ 14,70	-R\$ 14,70	-R\$ 14,70
Juros Financiamento	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total Saídas</b>	-R\$	45.598,10	-R\$ 69.889,99	-R\$ 28.666,35	-R\$ 28.724,70	-R\$ 28.811,48	-R\$ 28.845,85	-R\$ 28.841,96
<b>Saldo operacional</b>	-R\$	45.598,10	-R\$ 62.219,81	R\$ 2.091,07	R\$ 10.010,48	R\$ 10.311,05	R\$ 10.746,93	R\$ 11.222,61
<b>Caixa Final acumulado</b>	-R\$	45.598,10	-R\$ 107.817,91	-R\$ 105.726,84	-R\$ 95.716,36	-R\$ 85.405,32	-R\$ 74.658,39	-R\$ 63.435,77

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Consideraram-se informações obtidas neste capítulo para fazer as previsões das entradas e saídas.

As saídas serão separadas no fluxo de caixa como investimentos, que são os ativos da empresa; fornecedores, que são as compras de matérias primas e embalagens, além de equipamentos de segurança do trabalho; despesas com vendas são as comissões paga aos vendedores; impostos a pagar pelo Simples Nacional; folha/encargos que envolvem os salários, benefícios, FGTS e o 13º que será pago metade em novembro e metade em dezembro; despesas administrativas, considerou-se os gastos com aluguel, luz, água, energia, além das despesas com marketing, que com exceção ao primeiro mês de janeiro, aumenta a cada ano e as despesas financeiras, são as tarifas bancárias, que sofrem um aumento de 4,5% a cada ano.

Em relação às entradas, considerou-se a previsão de faturamento citada no item 8.1.3, foi estimado que 20% das vendas serão à vista, 60% em 30 dias e 20% em 60 dias.

Tabela 34- Fluxo de Caixa consolidado anual

Fluxo de Caixa	Pré-operacional	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Caixa inicial</b>	R\$ -	-R\$ 45.598,10	R\$ 7.468,66	R\$ 184.974,36	R\$ 376.555,80	R\$ 623.449,40
<b>Entradas</b>						
Ingressos operacionais	-	R\$ 441.573,75	R\$ 534.823,30	R\$ 596.567,27	R\$ 665.439,42	R\$ 742.262,68
Financiamento	-	-	-	-	-	-
Aporte	-	-	-	-	-	-
<b>Total Entradas</b>	R\$ -	R\$ 441.573,75	R\$ 534.823,30	R\$ 596.567,27	R\$ 665.439,42	R\$ 742.262,68
<b>Saídas</b>						
Investimentos	-R\$ 42.503,20	-	-	-	-	-
Fornecedores	-R\$ 3.094,90	-R\$ 34.810,32	-R\$ 38.829,50	-R\$ 43.266,95	-R\$ 48.217,33	-R\$ 53.738,78
Despesas com Vendas	-	-R\$ 3.086,25	-R\$ 3.442,55	-R\$ 7.679,97	-R\$ 8.566,60	-R\$ 9.555,59
Despesas Administrativas	-	-R\$ 108.493,29	-R\$ 68.839,56	-R\$ 70.711,56	-R\$ 72.864,24	-R\$ 75.339,84
Folha/Encargos	-	-R\$ 206.592,00	-R\$ 206.592,00	-R\$ 234.960,00	-R\$ 234.960,00	-R\$ 234.960,00
Imposto	-	-R\$ 35.348,73	-R\$ 39.429,65	-R\$ 48.174,71	-R\$ 53.736,35	-R\$ 60.387,25
Despesas financeiras	-	-R\$ 176,40	-R\$ 184,34	-R\$ 192,63	-R\$ 201,30	-R\$ 210,36
Juros Financiamento	-	-	-	-	-	-
<b>Total Saídas</b>	-R\$ 45.598,10	-R\$ 388.506,99	-R\$ 357.317,60	-R\$ 404.985,82	-R\$ 418.545,82	-R\$ 434.191,82
<b>Resultado operacional anual</b>	-R\$ 45.598,10	R\$ 53.066,76	R\$ 177.505,70	R\$ 191.581,44	R\$ 246.893,59	R\$ 308.070,86
<b>Caixa Final acumulado</b>	-R\$ 45.598,10	R\$ 7.468,66	R\$ 184.974,36	R\$ 376.555,80	R\$ 623.449,40	R\$ 931.520,26

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Segundo o fluxo de caixa estimado pela Sabeco, a empresa terá um caixa positivo a partir de dezembro do primeiro ano, com um caixa acumulado de R\$7.468,66, chegando a R\$931.520,26 no quinto ano.

### 8.1.7. Cálculo e análise dos indicadores de viabilidade financeira

Para realização da viabilidade financeira, foram considerados os seguintes medidores de desempenho como podemos ver na tabela 35:

Tabela 35 - Medidores de desempenho

	Resultado Operacional	Payback
Custo inicial do investimento	-R\$ 45.598,10	-R\$ 45.598,10
Resultado Operacional 2018	R\$ 53.066,76	R\$ 7.468,66
Resultado Operacional 2019	R\$ 177.505,70	R\$ 184.974,36
Resultado Operacional 2020	R\$ 191.581,44	R\$ 376.555,80
Resultado Operacional 2021	R\$ 246.893,59	R\$ 623.449,40
Resultado Operacional 2022	R\$ 308.070,86	R\$ 931.520,26
<b>TIR</b>	<b>211%</b>	

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Onde, o Payback será pago em dezembro de 2018, como pode-se observar na tabela 35, o retorno será positivo, pagando o investimento total em apenas 1 ano.

A TIR é de 211%, visto que sua função quando aplicada ao fluxo de caixa, faz com que o valor das despesas quando são trazidos ao valor presente, seja igual ao retorno do investimento, também quando trazido ao valor presente.

Para o Valor presente líquido (VPL), é possível observar a base de retorno de investimento, baseado no valor do caixa considerado no fluxo de caixa, ou seja, é o valor presente de pagamentos futuros descontados a uma taxa de juros apropriada, menos o custo do investimento inicial, onde se tem 20% de taxa de desconto, como pode-se observar na tabela 36.

Tabela 36 - VPL

Taxa de desconto	20%
Custo inicial do investimento	-R\$ 45.598,10
Resultado Operacional 2018	R\$ 7.468,66
Resultado Operacional 2019	R\$ 184.974,36
Resultado Operacional 2020	R\$ 376.555,80
Resultado Operacional 2021	R\$ 623.449,40
Resultado Operacional 2022	R\$ 931.520,26
VPL	R\$ 818.343,29

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Para o ponto de equilíbrio, considera-se a seguinte formulação: Ponto de Equilíbrio = (Custo Fixo / (Receita – Custo Variável), onde chega-se no resultado que se pode notar na tabela 37.

Tabela 37 - Ponte de Equilíbrio

Ponto de Equilíbrio					
	2018	2019	2020	2021	2022
Demanda Anual	217317	242404	270388	301803	338424
CF/(Receita Bruta-CV)	65%	52%	53%	47%	42%
Ponto de Equilíbrio em Unidades	141468	127159	142458	142072	141744

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

## **8.2. Análise e diagnóstico da viabilidade financeira**

Conforme visto no fluxo de caixa projetado da Sabeco, nota-se que é uma empresa viável financeiramente. Muito se deve ao fato de adquirir sua principal matéria prima, o óleo, de graça e também por não possuir um processo de produção complexo, onde é necessário um baixo investimento, quando se é levado em consideração a estimativa do faturamento mensal para os primeiros meses, apenas durante a abertura da empresa e início de operação, o que lhe dá uma margem considerável.

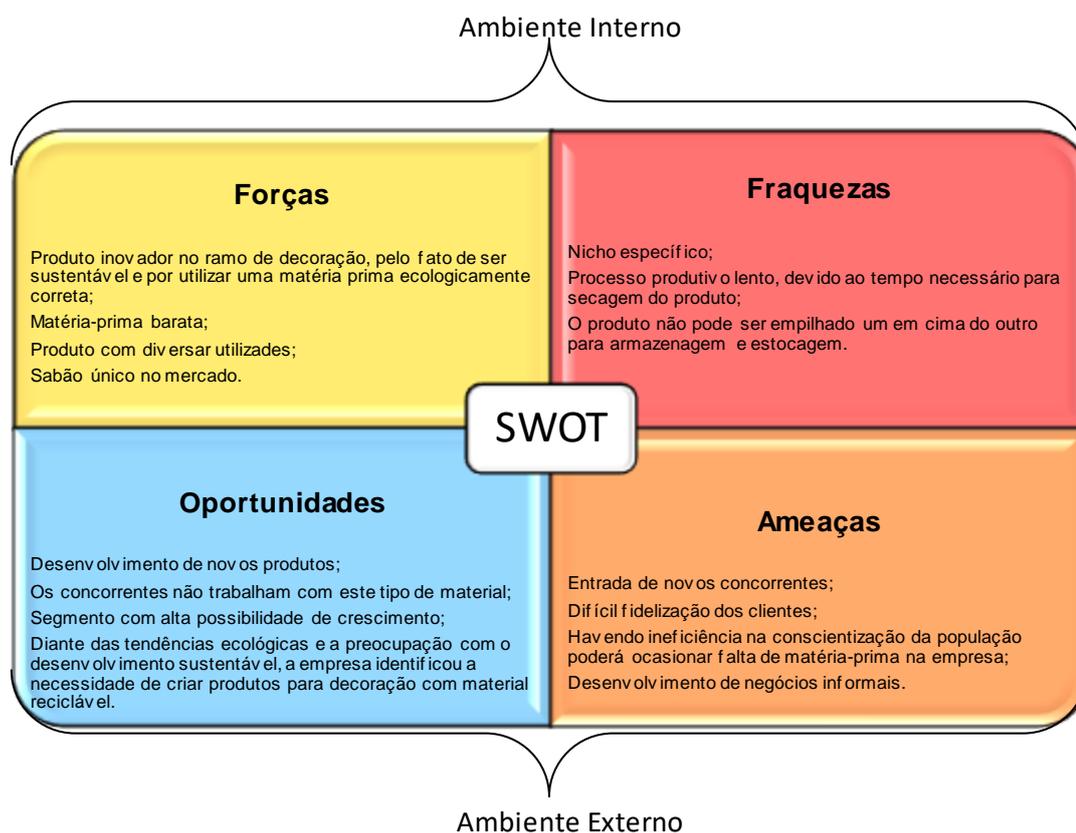
Outro indicador da viabilidade financeira é a margem de lucro do produto, considerando que o custo da matéria prima somado aos custos operacionais, ainda são muito inferiores ao valor de venda do sabão.

É previsto que o investimento inicial será retornado no mês de dezembro do primeiro ano de operação da Sabeco, e com o aumento constante em despesas de marketing para divulgação da marca e o benefício da produção do mesmo, a demanda e conseqüentemente o faturamento da Sabeco irá aumentar, chegando a R\$308.070,86 de lucro no quinto ano, já descontado todas as saídas, inclusive impostos e a participação anual nos resultados do sócio.

## 9. Viabilidade do negócio: Conclusão do trabalho

### 9.1. Análise de SWOT da empresa

Figura 14: Análise SWOT da Sabeco



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

**Forças:** A Sabeco produzirá um sabão único no mercado, pois não existe atualmente um sabão que é feito de óleo reciclado, e ao mesmo tempo decorativo e aromatizante. É um produto ecológico e biodegradável, o que agrega mais valor ainda ao sabão.

O sabão da Sabeco tem a finalidade de decorar e aromatizar ambientes, mas pode também ser utilizado para lavar louças e roupas, com excelente eficácia na limpeza. É uma ótima opção para deixar na pia da cozinha, por exemplo, pois decora a cozinha e ao mesmo tempo pode ser utilizado para lavar a louça. Além

disso, pode ser utilizado em qualquer ambiente para decorar e deixar um cheiro agradável.

É um produto diferenciado, e a vantagem para a empresa é que apesar de ser um sabão que agrega valor, a principal matéria-prima que é o óleo utilizado é doada, e as demais matérias-primas têm custo baixo, tornando assim o custo total baixo.

**Fraquezas:** Em relação às fraquezas da Sabeco, pode-se citar que a empresa atenderá um nicho específico, de consumidores ecológicos e que gostam de decoração. Para essa fraqueza, a Sabeco investirá em ações de marketing para conscientização da população, para divulgar o quanto o óleo prejudica o meio ambiente se descartado da maneira incorreta. Além disso, o mercado sustentável tende a crescer nos próximos anos, o que fará com que o mercado da Sabeco se amplie.

Outra fraqueza é em relação ao processo produtivo. O processo de secagem do sabão leva em torno de duas semanas. Por conta disso, a Sabeco terá que ter um sistema de produção empurrada, pois se produzir somente depois do pedido, demorará muito para entregar o mesmo, podendo ocasionar na insatisfação do cliente.

Ainda sobre o processo produtivo, um ponto fraco é que o sabão não pode ser empilhado no estoque, para não prejudicar o produto. Para isso, a Sabeco utilizará diversas prateleiras e sistemas de estocagem para que atenda a necessidade da empresa.

**Oportunidades:** Dentre as oportunidades da Sabeco, está o desenvolvimento de novos produtos. A empresa pode começar a produzir velas depois de alguns anos, pois o processo produtivo é parecido com o do sabão, o que facilitará nos custos de produção.

Outro ponto, é que os concorrentes da Sabeco não trabalham com o mesmo material, que o óleo reciclado. Isso fará com que a empresa tenha mais oportunidades, tanto em relação ao fornecimento do óleo pelos

condomínios/empresas, quanto à clientela desses locais em que doam o óleo, pois esse mercado será conquistado pela Sabeco.

Além disso, o mercado em que a Sabeco atua está em crescimento e tende a crescer mais ainda nos próximos anos. De acordo com pesquisas abordadas nos outros capítulos, o mercado sustentável está em alta e cada vez mais os consumidores tendem a comprar o que é ecológico.

A conscientização sobre o meio ambiente está cada vez mais presente fato que traz oportunidades para o crescimento do mercado da Sabeco. Quanto mais as pessoas se conscientizarem sobre o quanto o óleo é prejudicial para a água, mais chances a empresa terá de vender o sabão.

**Ameaças:** Sobre as ameaças que a Sabeco está sujeita, pode-se considerar a entrada de concorrentes. Não há empresa no mercado atualmente que produz sabão decorativo com as mesmas especificações que o sabão da Sabeco, mas a empresa está sujeita a surgir concorrentes que produzem o mesmo produto. A vantagem para a Sabeco é que é um trabalho artesanal com processo produtivo lento, e as empresas atualmente optam por produzir o mais rápido e automático possível.

Além de empresas concorrentes, a Sabeco está sujeita a entrada de negócios informais, com pessoas que produzem o mesmo sabão, mas em casa, pois é um produto que não exige tecnologias para ser produzido. Porém a Sabeco investirá em ações de marketing e já terá sua fatia de mercado, algo que um mercado informal dificilmente prejudicaria.

Outra ameaça, é a difícil fidelização dos clientes, pois se trata de um produto que não há muito envolvimento do consumidor na hora da compra, o que faz com que o mesmo não se apegue à marca. Para essa ameaça, a empresa investirá em publicações de conscientização ambiental para criar um elo com o consumidor.

Outro ponto, é que a falta de conscientização da população pode ocasionar em falta de matéria-prima (óleo utilizado) para a produção de sabão. Para essa ameaça,

pode-se considerar também as publicações em conscientização ambiental que a Sabeco investirá.

## **9.2. Cenários: Construção dos cenários pessimista, provável e otimista para conjuntura da organização**

### **Cenário pessimista**

Para o cenário pessimista, será considerada a possibilidade de entrada de novos concorrentes, que produzem sabões com as mesmas características que o sabão da Sabeco. Atualmente a empresa não possui nenhum concorrente direto com um produto idêntico.

Por ser um produto inovador, tem a possibilidade de empresas quererem entrar nesse mercado e produzir um sabão decorativo também. Por ser artesanal, com uma produção demorada, pode evitar que concorrentes entrem no mercado, mas não impede totalmente.

Considerando essa possibilidade, foi elaborado um cenário no qual a Sabeco terá queda nas vendas, impactando na demanda prevista (provável) em cada um dos canais de vendas:

**Instagram e Facebook:** redução de 30% na demanda em relação ao previsto, considerando que a Sabeco criará certo elo com os consumidores que acessam os canais em questão, pelas publicações que os seguidores verão, impactando menos do que no Elo7 e Mercado Livre;

**Elo7 e Mercado Livre:** redução de 50%, considerando que a Sabeco dividirá o mercado com o concorrente, visto que os consumidores desses canais não se importam com a marca do produto, por ser artesanato e não ter um canal para publicações e nem seguidores como no Instagram e Facebook;

**Lojas físicas (revendas) e eventos:** redução de 20% na demanda, levando em consideração as parcerias criadas com esses clientes;

**Condomínio:** redução de apenas 5% nas vendas, pois esses clientes são os que fornecem o óleo, dificilmente comprariam outro sabão, pois a Sabeco irá dominar esse mercado.

Foi elaborado um comparativo para os 5 anos entre a previsão de demanda prevista pela Sabeco no cenário provável, com a demanda no cenário pessimista, com base na previsão de redução de vendas de cada canal. As tabelas podem ser analisadas nos apêndice I.

Pode-se verificar que no total (em todos os canais e os dois tamanhos de sabões) houve uma queda de 46,74% na demanda em comparação ao cenário previsto.

Em relação ao faturamento, também foi feito um comparativo nos 5 anos, para análise da queda do faturamento em um cenário pessimista. As tabelas podem ser analisadas no apêndice II. Houve queda de 46,95% em relação cenário previsto.

No cenário pessimista, a Sabeco teria que diminuir em 50% os investimentos com marketing, considerar o salário do sócio como R\$2.000,00 e desconsiderar a contratação do encarregado de produção e a contratação de mais um vendedor a partir do 3º ano. Além disso, o vendedor não teria comissão no primeiro ano. Mesmo com esses ajustes, no primeiro ano a Sabeco teria um prejuízo, mas no ano seguinte já teria lucro, conforme tabela 38.

Tabela 38 - Demonstração de Resultado no Cenário Pessimista

Demonstração de Resultado Sabeco					
	2018	2019	2020	2021	2022
Faturamento Bruto	R\$ 258.664,47	R\$ 286.295,72	R\$ 319.347,82	R\$ 357.598,37	R\$ 397.339,89
IPI	R\$ 1.283,32	R\$ 1.431,48	R\$ 1.598,74	R\$ 1.787,99	R\$ 1.986,70
Receita Bruta de Vendas	R\$ 255.381,14	R\$ 284.864,24	R\$ 317.751,08	R\$ 355.810,38	R\$ 395.353,19
Tributos	R\$ 13.989,35	R\$ 15.582,07	R\$ 17.380,98	R\$ 19.462,83	R\$ 27.042,16
Receita Líquida de Vendas	R\$ 241.411,80	R\$ 269.282,18	R\$ 300.370,10	R\$ 336.347,55	R\$ 368.311,03
Custo de produto vendido	R\$ 18.254,57	R\$ 20.382,01	R\$ 22.712,75	R\$ 25.504,82	R\$ 28.259,73
Lucro Bruto	R\$ 223.157,23	R\$ 248.920,16	R\$ 277.657,35	R\$ 310.842,93	R\$ 340.051,30
Despesas com Vendas	R\$ -	R\$ 3.442,55	R\$ 3.839,98	R\$ 4.283,30	R\$ 4.777,80
Investimento com Marketing	R\$ 25.872,05	R\$ 6.239,78	R\$ 7.175,75	R\$ 8.252,11	R\$ 9.489,92
Despesas Operacionais	R\$ 56.751,50				
Folha e encargos	R\$ 142.224,00				
Lucro Operacional	-R\$ 1.690,32	R\$ 40.262,32	R\$ 67.866,11	R\$ 99.332,02	R\$ 126.808,08

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

## Cenário otimista

Para o cenário otimista, foi considerado que o mercado sustentável tende a crescer nos próximos anos. Conforme pesquisas abordadas nos outros capítulos, a população tende a consumir produtos ecológicos cada vez mais.

Com base nisso, foi estimado um acréscimo de 5% nas vendas em relação ao cenário provável para todos os canais, exceto o Elo7 e o Mercado Livre, que são canais que não há publicações como os demais, bem como a criação de um elo com a marca em relação ao compromisso ecológico.

Foi elaborado um comparativo dos 5 anos entre a demanda do cenário previsto versus o cenário otimista, o mesmo pode ser observado no apêndice III. Pode-se analisar que houve um acréscimo de 4,13% nas vendas em relação ao cenário provável.

O mesmo foi feito com o faturamento, que pode ser analisado no apêndice IV. O faturamento também teve acréscimo de 4,13% em relação ao cenário provável.

Com isso, a Sabeco teria um lucro de R\$113.273,56 logo no primeiro ano, conforme tabela 39, caso o cenário tenha esse acréscimo nas vendas de acordo com o cenário otimista. Não será necessário contratar novos colaboradores, pois esses são suficientes para atender a demanda.

Tabela 39 - Demonstração de Resultados do Cenário Otimista

Demonstração de Resultado Sabeco					
	2018	2019	2020	2021	2022
Faturamento Bruto	R\$ 503.815,78	R\$ 581.980,02	R\$ 628.859,16	R\$ 701.043,19	R\$ 779.952,56
IPi	R\$ 2.519,08	R\$ 2.809,90	R\$ 3.134,30	R\$ 3.505,22	R\$ 3.899,78
Receita Bruta de Vendas	R\$ 501.296,71	R\$ 559.170,12	R\$ 623.724,87	R\$ 697.537,97	R\$ 778.052,79
Tributos	R\$ 34.288,89	R\$ 42.161,43	R\$ 47.028,85	R\$ 52.594,36	R\$ 58.980,01
Receita Líquida de Vendas	R\$ 467.008,01	R\$ 517.008,69	R\$ 578.696,01	R\$ 644.943,61	R\$ 717.072,78
Custo de produto vendido	R\$ 35.680,80	R\$ 39.865,98	R\$ 44.245,31	R\$ 49.578,10	R\$ 55.051,03
Lucro Bruto	R\$ 431.447,41	R\$ 477.342,71	R\$ 532.450,70	R\$ 595.367,51	R\$ 662.021,75
Despesas com Vendas	R\$ 3.086,25	R\$ 3.442,55	R\$ 7.879,97	R\$ 8.566,80	R\$ 9.555,59
Investimento com Marketing	R\$ 51.744,10	R\$ 12.479,56	R\$ 14.351,49	R\$ 16.504,22	R\$ 18.979,85
Despesas Operacionais	R\$ 56.751,50				
Folha e encargos	R\$ 208.592,00	R\$ 208.592,00	R\$ 234.960,00	R\$ 234.960,00	R\$ 234.960,00
Lucro Operacional	R\$ 113.273,56	R\$ 198.077,10	R\$ 218.707,74	R\$ 278.585,19	R\$ 341.774,80

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### **9.3. Considerações finais sobre o negócio**

Nota-se que é viável o negócio da Sabeco, visto que a empresa terá lucro a partir do primeiro ano no cenário previsto, com exceção do cenário pessimista, onde é projetado lucro a partir do segundo ano de operação.

A Sabeco terá um investimento inicial de R\$ 45.598,10, o que não é um valor muito alto quando comparado a outras empresas de mesmo porte, o que é uma vantagem para a Sabeco, que tem uma produção enxuta e margens consideráveis quando considerado o custo de produção dos sabões.

Mesmo com uma projeção de crescimento conservadora, é projetado um aumento no faturamento de 2022, superior a 50% quando comparado ao mesmo período do ano de 2018.

Citando o item 2 do capítulo 8, o lucro projetado para o ano de 2022 é de R\$308.070,86, já descontando todas as saídas, inclusive impostos e a participação anual nos resultados do sócio, o que é uma quantia superior a 600% do valor investido no primeiro ano.

É evidente que nos últimos anos, tem havido uma migração para produtos e serviços mais ecológicos, e a tendência é que este crescimento não pare tão cedo, por isso a Sabeco, que é uma empresa cujo foco é a sustentabilidade ecológica e o bem-estar do meio ambiente, estará muito bem posicionada no mercado durante os próximos anos.

## 10. Apêndices

### 10.1. Apêndice I: Demanda prevista para o cenário pessimista nos anos 1 a 5

Ano 1:

Canal de venda	Demanda prevista			Taxa ajuste	Reajuste demanda (pessimista)		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total		Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	1.892	4.731	6.624	70%	1.325	3.312	4.636
Elo7	43.715	124.901	168.616	50%	21.858	62.450	84.308
Mercado livre	5.110	15.329	20.438	50%	2.555	7.664	10.219
Condomínio	378	946	1.325	95%	360	899	1.258
Facebook	2.649	6.624	9.273	70%	1.855	4.636	6.491
Lojas físicas (revendas)	883	2.208	3.091	80%	707	1.766	2.473
Eventos	2.271	5.677	7.948	80%	1.817	4.542	6.359
<b>Total</b>	<b>56.899</b>	<b>160.416</b>	<b>217.315</b>		<b>30.475</b>	<b>85.270</b>	<b>115.745</b>

Ano 2:

Canal de venda	Demanda prevista			Taxa ajuste	Reajuste demanda (pessimista)		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total		Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.111	5.277	7.388	70%	1.478	3.694	5.172
Elo7	48.762	139.320	188.083	50%	24.381	69.660	94.041
Mercado livre	5.699	17.098	22.798	50%	2.850	8.549	11.399
Condomínio	422	1.055	1.478	95%	401	1.003	1.404
Facebook	2.955	7.388	10.343	70%	2.069	5.172	7.240
Lojas físicas (revendas)	985	2.463	3.448	80%	788	1.970	2.758
Eventos	2.533	6.333	8.866	80%	2.026	5.066	7.093
<b>Total</b>	<b>63.468</b>	<b>178.935</b>	<b>242.403</b>		<b>33.993</b>	<b>95.114</b>	<b>129.107</b>

Ano 3:

Canal de venda	Demanda prevista			Taxa ajuste	Reajuste demanda (pessimista)		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total		Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.355	5.887	8.241	70%	1.648	4.121	5.769
Elo7	54.392	155.405	209.796	50%	27.196	77.702	104.898
Mercado livre	6.357	19.072	25.430	50%	3.179	9.536	12.715
Condomínio	471	1.177	1.648	95%	447	1.118	1.566
Facebook	3.296	8.241	11.538	70%	2.308	5.769	8.076
Lojas físicas (revendas)	1.099	2.747	3.846	80%	879	2.198	3.077
Eventos	2.826	7.064	9.889	80%	2.260	5.651	7.912
<b>Total</b>	<b>70.795</b>	<b>199.593</b>	<b>270.388</b>		<b>37.917</b>	<b>106.095</b>	<b>144.012</b>

Ano 4:

Canal de venda	Demanda prevista			Taxa ajuste	Reajuste demanda (pessimista)		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total		Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.626	6.566	9.193	70%	1.839	4.596	6.435
Elo7	60.671	173.346	234.017	50%	30.335	86.673	117.008
Mercado livre	7.091	21.274	28.366	50%	3.546	10.637	14.183
Condomínio	525	1.313	1.839	95%	499	1.248	1.747
Facebook	3.677	9.193	12.870	70%	2.574	6.435	9.009
Lojas físicas (revendas)	1.226	3.064	4.290	80%	981	2.451	3.432
Eventos	3.516	8.789	12.305	80%	2.812	7.031	9.844
<b>Total</b>	<b>79.332</b>	<b>223.545</b>	<b>302.877</b>		<b>42.586</b>	<b>119.071</b>	<b>161.657</b>

Ano 5:

Canal de venda	Demanda prevista			Taxa ajuste	Reajuste demanda (pessimista)		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total		Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.930	7.324	10.254	70%	2.051	5.127	7.178
Elo7	67.675	193.358	261.033	50%	33.838	96.679	130.517
Mercado livre	7.910	23.730	31.640	50%	3.955	11.865	15.820
Condomínio	586	1.465	2.051	95%	557	1.392	1.948
Facebook	4.102	10.254	14.355	70%	2.871	7.178	10.049
Lojas físicas (revendas)	1.367	3.418	4.785	80%	1.094	2.734	3.828
Eventos	3.516	8.789	12.305	80%	2.812	7.031	9.844
<b>Total</b>	<b>88.085</b>	<b>248.338</b>	<b>336.423</b>		<b>47.177</b>	<b>132.006</b>	<b>179.183</b>

## 10.2. Apêndice II: Faturamento previsto para o cenário pessimista nos ano 1 a 5

Ano 1:

Canal de venda	Demanda pessimista		Receita por unidade		Faturamento		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	1.325	3.312	7	1	R\$ 9.272,95	R\$ 3.311,77	R\$ 12.584,71
Elo7	21.858	62.450	6,16	0,88	R\$ 134.643,20	R\$ 54.956,41	R\$ 189.599,61
Mercado livre	2.555	7.664	5,88	0,84	R\$ 15.022,18	R\$ 6.438,08	R\$ 21.460,25
Condomínio	360	899	7	1	R\$ 2.516,94	R\$ 898,91	R\$ 3.415,85
Facebook	1.855	4.636	7	1	R\$ 12.982,13	R\$ 4.636,47	R\$ 17.618,60
Lojas físicas (revendas)	707	1.766	3,5	0,5	R\$ 2.472,79	R\$ 883,14	R\$ 3.355,92
Eventos	1.817	4.542	3,5	0,5	R\$ 6.358,59	R\$ 2.270,93	R\$ 8.629,52
<b>Total</b>	<b>30.475</b>	<b>85.270</b>			<b>R\$ 183.268,77</b>	<b>R\$ 73.395,70</b>	<b>R\$ 256.664,47</b>

Ano 2:

Canal de venda	Demanda pessimista		Receita por unidade		Faturamento		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	1.478	3.694	7	1	R\$ 10.343,49	R\$ 3.694,10	R\$ 14.037,59
Elo7	24.381	69.660	6,16	0,88	R\$ 150.187,41	R\$ 61.300,98	R\$ 211.488,39
Mercado livre	2.850	8.549	5,88	0,84	R\$ 16.756,45	R\$ 7.181,33	R\$ 23.937,78
Condomínio	401	1.003	7	1	R\$ 2.807,52	R\$ 1.002,68	R\$ 3.810,20
Facebook	2.069	5.172	7	1	R\$ 14.480,88	R\$ 5.171,74	R\$ 19.652,62
Lojas físicas (revendas)	788	1.970	3,5	0,5	R\$ 2.758,26	R\$ 985,09	R\$ 3.743,36
Eventos	2.026	5.066	3,5	0,5	R\$ 7.092,68	R\$ 2.533,10	R\$ 9.625,77
<b>Total</b>	<b>33.993</b>	<b>95.114</b>			<b>R\$ 204.426,68</b>	<b>R\$ 81.869,04</b>	<b>R\$ 286.295,72</b>

Ano 3:

Canal de venda	Demanda pessimista		Receita por unidade		Faturamento		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	1.648	4.121	7	1	R\$ 11.537,61	R\$ 4.120,58	R\$ 15.658,19
Elo7	27.196	77.702	6,16	0,88	R\$ 167.526,16	R\$ 68.378,02	R\$ 235.904,18
Mercado livre	3.179	9.536	5,88	0,84	R\$ 18.690,94	R\$ 8.010,40	R\$ 26.701,34
Condomínio	447	1.118	7	1	R\$ 3.131,64	R\$ 1.118,44	R\$ 4.250,08
Facebook	2.308	5.769	7	1	R\$ 16.152,66	R\$ 5.768,81	R\$ 21.921,47
Lojas físicas (revendas)	879	2.198	3,5	0,5	R\$ 3.076,70	R\$ 1.098,82	R\$ 4.175,52
Eventos	2.260	5.651	3,5	0,5	R\$ 7.911,51	R\$ 2.825,54	R\$ 10.737,05
<b>Total</b>	<b>37.917</b>	<b>106.095</b>			<b>R\$ 228.027,21</b>	<b>R\$ 91.320,61</b>	<b>R\$ 319.347,82</b>

Ano 4:

Canal de venda	Demanda pessimista		Receita por unidade		Faturamento		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	1.839	4.596	7	1	R\$ 12.869,60	R\$ 4.596,29	R\$ 17.465,89
Elo7	30.335	86.673	6,16	0,88	R\$ 186.866,62	R\$ 76.272,09	R\$ 263.138,71
Mercado livre	3.546	10.637	5,88	0,84	R\$ 20.848,76	R\$ 8.935,18	R\$ 29.783,94
Condomínio	499	1.248	7	1	R\$ 3.493,18	R\$ 1.247,56	R\$ 4.740,74
Facebook	2.574	6.435	7	1	R\$ 18.017,44	R\$ 6.434,80	R\$ 24.452,24
Lojas físicas (revendas)	981	2.451	3,5	0,5	R\$ 3.431,89	R\$ 1.225,68	R\$ 4.657,57
Eventos	2.812	7.031	3,5	0,5	R\$ 9.843,68	R\$ 3.515,60	R\$ 13.359,28
<b>Total</b>	<b>42.586</b>	<b>119.071</b>			<b>R\$ 255.371,17</b>	<b>R\$ 102.227,20</b>	<b>R\$ 357.598,37</b>

Ano 5:

Canal de venda	Demanda pessimista		Receita por unidade		Faturamento		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.051	5.127	7	1	R\$ 14.355,36	R\$ 5.126,92	R\$ 19.482,28
Elo7	33.838	96.679	6,16	0,88	R\$ 208.439,89	R\$ 85.077,51	R\$ 293.517,40
Mercado livre	3.955	11.865	5,88	0,84	R\$ 23.255,69	R\$ 9.966,72	R\$ 33.222,41
Condomínio	557	1.392	7	1	R\$ 3.896,46	R\$ 1.391,59	R\$ 5.288,05
Facebook	2.871	7.178	7	1	R\$ 20.097,51	R\$ 7.177,68	R\$ 27.275,19
Lojas físicas (revendas)	1.094	2.734	3,5	0,5	R\$ 3.828,10	R\$ 1.367,18	R\$ 5.195,27
Eventos	2.812	7.031	3,5	0,5	R\$ 9.843,68	R\$ 3.515,60	R\$ 13.359,28
<b>Total</b>	<b>47.177</b>	<b>132.006</b>			<b>R\$ 283.716,69</b>	<b>R\$ 113.623,20</b>	<b>R\$ 397.339,89</b>

### 10.3. Apêndice III: Demanda prevista para o cenário otimista nos anos 1 a 5

Ano 1:

Canal de venda	Demanda prevista			Taxa ajuste	Reajuste demanda (otimista)		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total		Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	1.892	4.731	6.624	105%	1.987	4.968	6.955
Elo7	43.715	124.901	168.616	104%	45.464	129.897	175.361
Mercado livre	5.110	15.329	20.438	104%	5.314	15.942	21.256
Condomínio	378	946	1.325	105%	397	994	1.391
Facebook	2.649	6.624	9.273	105%	2.782	6.955	9.737
Lojas físicas (revendas)	883	2.208	3.091	105%	927	2.318	3.246
Eventos	2.271	5.677	7.948	105%	2.384	5.961	8.346
<b>Total</b>	<b>56.899</b>	<b>160.416</b>	<b>217.315</b>		<b>59.256</b>	<b>167.034</b>	<b>226.290</b>

Ano 2:

Canal de venda	Demanda prevista			Taxa ajuste	Reajuste demanda (otimista)		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total		Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.111	5.277	7.388	105%	2.216	5.541	7.758
Elo7	48.762	139.320	188.083	104%	50.713	144.893	195.606
Mercado livre	5.699	17.098	22.798	104%	5.927	17.782	23.710
Condomínio	422	1.055	1.478	105%	443	1.108	1.552
Facebook	2.955	7.388	10.343	105%	3.103	7.758	10.861
Lojas físicas (revendas)	985	2.463	3.448	105%	1.034	2.586	3.620
Eventos	2.533	6.333	8.866	105%	2.660	6.649	9.309
<b>Total</b>	<b>63.468</b>	<b>178.935</b>	<b>242.403</b>		<b>66.097</b>	<b>186.318</b>	<b>252.415</b>

Ano 3:

Canal de venda	Demanda prevista			Taxa ajuste	Reajuste demanda (otimista)		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total		Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.355	5.887	8.241	105%	2.472	6.181	8.653
Elo7	54.392	155.405	209.796	104%	56.567	161.621	218.188
Mercado livre	6.357	19.072	25.430	104%	6.612	19.835	26.447
Condomínio	471	1.177	1.648	105%	494	1.236	1.731
Facebook	3.296	8.241	11.538	105%	3.461	8.653	12.114
Lojas físicas (revendas)	1.099	2.747	3.846	105%	1.154	2.884	4.038
Eventos	2.826	7.064	9.889	105%	2.967	7.417	10.384
<b>Total</b>	<b>70.795</b>	<b>199.593</b>	<b>270.388</b>		<b>73.728</b>	<b>207.828</b>	<b>281.555</b>

Ano 4:

Canal de venda	Demanda prevista			Taxa ajuste	Reajuste demanda (otimista)		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total		Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.626	6.566	9.193	105%	2.758	6.894	9.652
Elo7	60.671	173.346	234.017	104%	63.098	180.279	243.377
Mercado livre	7.091	21.274	28.366	104%	7.375	22.125	29.500
Condomínio	525	1.313	1.839	105%	552	1.379	1.930
Facebook	3.677	9.193	12.870	105%	3.861	9.652	13.513
Lojas físicas (revendas)	1.226	3.064	4.290	105%	1.287	3.217	4.504
Eventos	3.516	8.789	12.305	105%	3.691	9.228	12.920
<b>Total</b>	<b>79.332</b>	<b>223.545</b>	<b>302.877</b>		<b>82.621</b>	<b>232.776</b>	<b>315.398</b>

Ano 5:

Canal de venda	Demanda prevista			Taxa ajuste	Reajuste demanda (otimista)		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Total		Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.930	7.324	10.254	105%	3.076	7.690	10.767
Elo7	67.675	193.358	261.033	104%	70.382	201.092	271.475
Mercado livre	7.910	23.730	31.640	104%	8.227	24.680	32.906
Condomínio	586	1.465	2.051	105%	615	1.538	2.153
Facebook	4.102	10.254	14.355	105%	4.307	10.767	15.073
Lojas físicas (revendas)	1.367	3.418	4.785	105%	1.436	3.589	5.024
Eventos	3.516	8.789	12.305	105%	3.691	9.228	12.920
<b>Total</b>	<b>88.085</b>	<b>248.338</b>	<b>336.423</b>		<b>91.734</b>	<b>258.584</b>	<b>350.318</b>

#### 10.4. Apêndice IV: Faturamento previsto para o cenário otimista nos anos 1 a 5

Ano 1:

Canal de venda	Demanda otimista		Receita por unidade		Faturamento		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	1.987	4.968	7	1	R\$ 13.909,42	R\$ 4.967,65	R\$ 18.877,07
Elo7	45.464	129.897	6,16	0,88	R\$ 280.057,85	R\$ 114.309,33	R\$ 394.367,18
Mercado livre	5.314	15.942	5,88	0,84	R\$ 31.246,12	R\$ 13.391,20	R\$ 44.637,32
Condomínio	397	994	7	1	R\$ 2.781,88	R\$ 993,53	R\$ 3.775,41
Facebook	2.782	6.955	7	1	R\$ 19.473,19	R\$ 6.954,71	R\$ 26.427,90
Lojas físicas (revendas)	927	2.318	3,5	0,5	R\$ 3.245,53	R\$ 1.159,12	R\$ 4.404,65
Eventos	2.384	5.961	3,5	0,5	R\$ 8.345,65	R\$ 2.980,59	R\$ 11.326,24
<b>Total</b>	<b>59.256</b>	<b>167.034</b>			<b>R\$ 359.059,66</b>	<b>R\$ 144.756,12</b>	<b>R\$ 503.815,78</b>

Ano 2:

Canal de venda	Demanda otimista		Receita por unidade		Faturamento		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.216	5.541	7	1	R\$ 15.515,23	R\$ 5.541,15	R\$ 21.056,38
Elo7	50.713	144.893	6,16	0,88	R\$ 312.389,81	R\$ 127.506,05	R\$ 439.895,86
Mercado livre	5.927	17.782	5,88	0,84	R\$ 34.853,41	R\$ 14.937,18	R\$ 49.790,58
Condomínio	443	1.108	7	1	R\$ 3.103,05	R\$ 1.108,23	R\$ 4.211,28
Facebook	3.103	7.758	7	1	R\$ 21.721,32	R\$ 7.757,61	R\$ 29.478,93
Lojas físicas (revendas)	1.034	2.586	3,5	0,5	R\$ 3.620,22	R\$ 1.292,94	R\$ 4.913,16
Eventos	2.660	6.649	3,5	0,5	R\$ 9.309,14	R\$ 3.324,69	R\$ 12.633,83
<b>Total</b>	<b>66.097</b>	<b>186.318</b>			<b>R\$ 400.512,17</b>	<b>R\$ 161.467,85</b>	<b>R\$ 561.980,02</b>

Ano 3:

Canal de venda	Demanda otimista		Receita por unidade		Faturamento		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.472	6.181	7	1	R\$ 17.306,42	R\$ 6.180,86	R\$ 23.487,29
Elo7	56.567	161.621	6,16	0,88	R\$ 348.454,41	R\$ 142.226,29	R\$ 490.680,70
Mercado livre	6.612	19.835	5,88	0,84	R\$ 38.877,15	R\$ 16.661,63	R\$ 55.538,78
Condomínio	494	1.236	7	1	R\$ 3.461,28	R\$ 1.236,17	R\$ 4.697,46
Facebook	3.461	8.653	7	1	R\$ 24.228,99	R\$ 8.653,21	R\$ 32.882,20
Lojas físicas (revendas)	1.154	2.884	3,5	0,5	R\$ 4.038,16	R\$ 1.442,20	R\$ 5.480,37
Eventos	2.967	7.417	3,5	0,5	R\$ 10.383,85	R\$ 3.708,52	R\$ 14.092,37
<b>Total</b>	<b>73.728</b>	<b>207.828</b>			<b>R\$ 446.750,27</b>	<b>R\$ 180.108,89</b>	<b>R\$ 626.859,16</b>

Ano 4:

Canal de venda	Demanda otimista		Receita por unidade		Faturamento		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	2.758	6.894	7	1	R\$ 19.304,40	R\$ 6.894,43	R\$ 26.198,83
Elo7	63.098	180.279	6,16	0,88	R\$ 388.682,57	R\$ 158.645,95	R\$ 547.328,52
Mercado livre	7.375	22.125	5,88	0,84	R\$ 43.365,41	R\$ 18.585,18	R\$ 61.950,59
Condomínio	552	1.379	7	1	R\$ 3.860,88	R\$ 1.378,89	R\$ 5.239,77
Facebook	3.861	9.652	7	1	R\$ 27.026,16	R\$ 9.652,20	R\$ 36.678,37
Lojas físicas (revendas)	1.287	3.217	3,5	0,5	R\$ 4.504,36	R\$ 1.608,70	R\$ 6.113,06
Eventos	3.691	9.228	3,5	0,5	R\$ 12.919,83	R\$ 4.614,22	R\$ 17.534,05
<b>Total</b>	<b>82.621</b>	<b>232.776</b>			<b>R\$ 499.663,62</b>	<b>R\$ 201.379,57</b>	<b>R\$ 701.043,19</b>

Ano 5:

Canal de venda	Demanda otimista		Receita por unidade		Faturamento		
	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Sabão 90g	Sabão 10g	Total
Instagram	3.076	7.690	7	1	R\$ 21.533,05	R\$ 7.690,37	R\$ 29.223,42
Elo7	70.382	201.092	6,16	0,88	R\$ 433.554,98	R\$ 176.961,21	R\$ 610.516,19
Mercado livre	8.227	24.680	5,88	0,84	R\$ 48.371,84	R\$ 20.730,79	R\$ 69.102,62
Condomínio	615	1.538	7	1	R\$ 4.306,61	R\$ 1.538,07	R\$ 5.844,68
Facebook	4.307	10.767	7	1	R\$ 30.146,27	R\$ 10.766,52	R\$ 40.912,79
Lojas físicas (revendas)	1.436	3.589	3,5	0,5	R\$ 5.024,38	R\$ 1.794,42	R\$ 6.818,80
Eventos	3.691	9.228	3,5	0,5	R\$ 12.919,83	R\$ 4.614,22	R\$ 17.534,05
<b>Total</b>	<b>91.734</b>	<b>258.584</b>			<b>R\$ 555.856,94</b>	<b>R\$ 224.095,62</b>	<b>R\$ 779.952,56</b>

## 11. Referências Bibliográficas:

HOFSTEDE, G. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations. Thousand Oaks, CA: Sage. 2001.

KAPLAN, R.; NORTON, D. Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes. Boston: Harvard Business School Press, 2004.

KRAJEWSKI, L.; RITZMAN, L.; MALHOTRA, M. Administração de produção e operações 8. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009 (Pg.66).

MARTINS; LAUGENI. Administração da Produção. São Paulo. Saraiva. 2005.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business Model Generation. London: Wiley John & Sons. 2010.

PORTER, M. E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1985.

PORTER, M. E. Estratégia Competitiva – Técnicas para a Análise da Indústria e da Concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

PORTER, M. E. Estratégia Competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

PORTILHO, F. Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania. – 2.Ed – São Paulo: Cortez, 2010.

RITZMAN, L; KRAJEWSKI, L. J..Administração da produção e operações. São Paulo. Prentice Hall. 2004.

TREACY, M.; WIERSEMA, F. Disciplina de Valor. Addison Wesley, 1995.