

CENTRO UNIVERSITÁRIO TABOSA DE ALMEIDA

ARISSA ANDRADE ARAUJO SANTOS
BARNEY BRIAN ARAÚJO PEREIRA
GABRIEL SÁ CAMPOS FERREIRA

PROJETO DE INTERVENÇÃO
PLANO DE NEGÓCIO VITALINUS

CENTRO UNIVERSITÁRIO TABOSA DE ALMEIDA

ARISSA ANDRADE ARAUJO SANTOS
BARNEY BRIAN ARAÚJO PEREIRA
GABRIEL SÁ CAMPOS FERREIRA

PROJETO DE INTERVENÇÃO PLANO DE NEGÓCIO VITALINUS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Relações Internacionais do Centro Universitário Tabosa de Almeida, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. MSc. Gilson Gonçalves Pereira Júnior.

SUMÁRIO

1 SUMÁRIO EXECUTIVO	04
1.1 Resumo	04
1.2 Dados dos Empreendedores.....	07
1.3 Missão da Empresa.....	08
1.4 Setores de Atividade.....	08
1.5 Forma Jurídica.....	08
1.6 Enquadrado Tributário.....	09
1.7 Capital Social.....	09
1.8 Fonte de Recursos.....	09
2 ANÁLISE DE MERCADO	10
2.1 Estudo dos Clientes.....	10
2.2 Estudo dos Concorrentes.....	11
2.3 Estudo dos Fornecedores.....	12
3 PLANO DE MARKETING	13
3.1 Produtos e Serviços.....	13
3.2 Preço.....	13
3.3 Estratégias Promocionais.....	13
3.4 Estrutura de Comercialização.....	14
3.5 Localização do Negócio.....	14
4 PLANO OPERACIONAL	15
4.1 Layout.....	15
4.2 Capacidade Instalada.....	15
4.3 Processos Operacionais.....	15
4.4 Necessidade de Pessoal.....	19
5 PLANO FINANCEIRO	20
5.1 Investimentos Fixos.....	20
5.2 Estoque Inicial.....	21
5.3 Caixa Mínimo.....	21
5.4 Investimentos Pré-Operacional.....	22
5.5 Investimento.....	23
5.6 Faturamento Mensal.....	24

5.6 Faturamento Mensal.....	24
5.7 Custo Unitário.....	25
5.8 Custos de Comercialização.....	25
5.9 Apuração do Custo de MD e/ou MV.....	26
5.10 Custos de Mão-de-Obra.....	28
5.11 Custos com Depreciação.....	28
5.12 Custos Fixos Operacionais Mensais.....	28
5.13 Demonstrativo de Resultados.....	30
5.14 Indicadores de Viabilidade.....	31
6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO.....	32
6.1 Ações Preventivas e Corretivas.....	32
7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	34
7.1 Análise da Matriz F.O.F.A.....	34
REFERÊNCIAS.....	35
ANEXO I.....	36

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 Resumo

A proposta da Vitalinus é oferecer serviços através de um Marketplace e uma consultoria de exportação, voltados exclusivamente para o artesanato de Caruaru e região, que envolve produtos feitos manualmente com couro, barro, renda, palha e cerâmica.

A ideia de comercializar e exportar o artesanato partiu da proposta de disseminar a cultura da região, que conta com elementos histórico, como o Alto do Moura, que é considerado, pela Unesco, o maior centro de artes figurativas das Américas. A região foi habitada pelos índios Kariris, no século XVI, por isso, nota-se que há uma grande influência da cultura indígena, assim como a existência também de algumas práticas introduzidas pelos negros e pelos portugueses, na produção dos artesanatos. O Alto do Moura, ficou conhecido nacionalmente a partir de 1948, com o mestre Vitalino Pereira dos Santos (1909 – 1963), o artesão idealizador das obras de barro. Hoje conta com mais de 1000 (mil) artesãos. O nome da nossa empresa é uma homenagem ao mestre.

Visando o nosso grande polo de artesanato, nossa equipe realizou pesquisas de campo no Alto do Moura e na Feira de Artesanato de Caruaru Compositor Onildo Almeida, entre os dias 08/10/2017 e 14/10/2017, constatou através de números que alguns artesãos mostravam interesse na exportação, não apenas devido ao capital, mas pelo conhecimento de novos mercados, culturas e agregar valor de seus produtos em outros países. Do total de 20 artesãos entrevistados, 50% responderam que nunca tiveram oportunidade de exportar seus produtos com mecanismo que os auxiliasse nesse processo, outros 35% não mostraram interesse de exportar devido à falta de conhecimento, confiança e garantias financeira pré-venda e pós-venda e 15% não souberam responder.

Em cima dessas dificuldades é que a Vitalinus irá trabalhar para conquistar o artesão, esclarecer todo o processo da negociação da forma mais transparente e didática possível para que o mesmo possa ficar totalmente por dentro dos trâmites que seus produtos irão percorrer até encontrar o leque de oportunidades, de crescimento e sucesso que sua arte alcançará ao ficar diante de potenciais clientes e que valorizam a arte ao redor do mundo. Nossa plataforma vem auxiliar artesãos

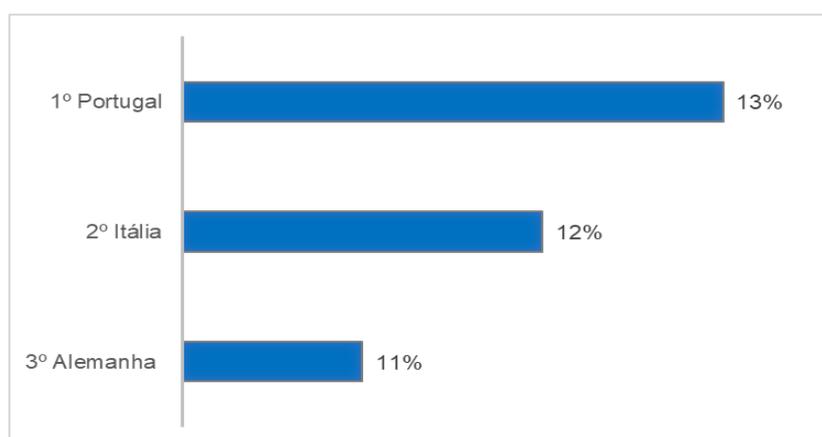
que precisam divulgar os seus produtos e poupar seu tempo com trâmites mais burocráticos e trabalhosos na hora da exportação. A Vitalinus prestará suporte nas vendas, com uma consultoria sobre como exportar artesanato, orientando o artesão nas etapas de planejamento, análise de mercado, negociação e despacho da mercadoria. Completando os aspectos legais para efetivação das vendas.

Usaremos o método de Marketplace, que é uma plataforma digital que habilita conexões entre produtores e consumidores que irão criar e trocar produtos em seu ambiente. Diferente do e-commerce, no Marketplace há uma intermediação de negócio, ou seja, o produtor negocia diretamente com o consumidor através da plataforma. A palavra Marketplace, vem do idioma inglês e resultante da junção das palavras *market* (mercado) e *place* (local).

A comercialização dos artesanatos será direcionada para o mercado nacional e internacional, inicialmente com exportações para Alemanha. A escolha do destino partiu da análise de dados oficiais do site *Trade Fair Dates*, o qual mostra a Alemanha como o país que tem a maior quantidade de feiras de artesanato catalogadas a nível global. São 49 ao total, sendo a Baixa Saxônia (Niedersachsen) com 11 feiras, a Baden-Württemberg com 8 feiras e a Renânia do Norte-Vestfália (Nordrhein-Westfalen) com 8 feiras.

Além da análise das feiras, constatamos através do Ministério do Turismo, que dos 66 mil turistas que vieram à Pernambuco em 2015, 13% eram da Alemanha, o 3º país com maior número de turistas no estado e o 7º no Brasil. Os dados encontram-se disponíveis na página oficial do ministério.

Gráfico 1 – Percentual de turistas em Pernambuco.



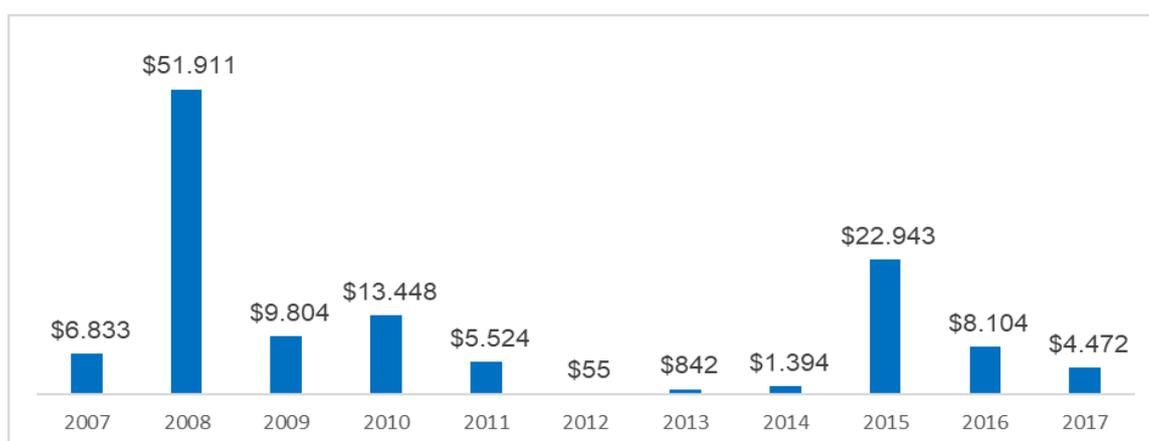
Fonte: Ministério do Turismo

Presenciamos todos os dias o meio artístico artesanal que é uma das grandes marcas da nossa região. É com essa facilidade de estar próximo e reconhecendo o amor que artistas têm por seus trabalhos, que a Vitalinus contará também com uma plataforma digital exclusivamente dedicada ao artesanato regional e seus artistas/obras com conteúdo a fim de entreter pessoas que se interessem em ao menos conhecer o que é feito, como é feito, o intuito da obra e conhecer que história e cultura existe por trás daquele produto.

Entre as atividades da nossa empresa, a Vitalinus irá oferecer a oportunidade do produtor aumentar a sua visibilidade e dos seus produtos para o público, podendo contratar serviços com três tipos de planos, sendo dois semanais e um mensal onde poderão incluir banners com seu perfil, produtos e ofertas na página principal da empresa, no Facebook e artigos que contém a história do produtor e o valor de seu produto em nosso blog, sendo tudo pré-discutido entre a Vitalinus e o vendedor para estabelecer as prioridades das publicações e a sua forma de abordagem.

Nos últimos dez anos, as exportações de artesanato em Pernambuco somaram U\$\$ 125.330,00 entre produtos de barro, calçados de couro e chapéu de palha.

Gráfico 2 – Exportações de artesanato em Pernambuco.



Fonte: Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços 2017

Abaixo um resumo dos indicadores de viabilidade da nossa empresa.

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 511.027,42
Lucratividade	19,36 %

Rentabilidade	142,22 %
Prazo de retorno do investimento	9 meses

1.2 Dados dos Empreendedores

Nome:	Arissa Andrade Araujo Santos		
Endereço:	Av. Dr. Pedro Jordão, 960		
Cidade:	Caruaru	Estado:	Pernambuco
Perfil:	Bacharelado em Relações Internacionais, possui perfil analítico, com capacidades para identificar potenciais investimentos internos e externos, seja com adaptação de recursos ou redução de custos, além de possuir habilidades com contas a pagar e a receber.		
Atribuições:	Financeiro		

Nome:	Barney Brian Araújo Pereira		
Endereço:	Av. Presidente Café Filho, 252		
Cidade:	Caruaru	Estado:	Pernambuco
Perfil:	Bacharelado em Relações Internacionais, atuou no Estágio Profissional como Auxiliar Administrativo na Junta Comercial do Estado de Pernambuco (JUCEPE) e atuante na área de aprendiz, auxiliar administrativo e voltado ao marketing, entertainment and business latin américa na Magic Star Vacation Orlando, possui perfil que se adequa a atuar em operações de logística e de relacionamento com clientes.		
Atribuições:	Operacional		

Nome:	Gabriel Sá Campos Ferreira		
Endereço:	Av. Marcionilo Francisco da Silva, 315		
Cidade:	Caruaru	Estado:	Pernambuco
Perfil:			

Bacharelado em Relações Internacionais, participou de intercâmbio intercultural morando nos Países Baixos por um período de 12 meses e intercâmbio para aprimoramento da língua inglesa com ênfase em negócios na Inglaterra por um mês. Atualmente trabalha de gerente de vendas, área administrativa e marketing da empresa Padrão Empreendimentos Imobiliários.

Atribuições: Administrativo, Marketing, Relacionamento com fornecedores e clientes.

1.3 Missão Da Empresa

A Vitalinus tem a missão de engajar os artesãos de grande potencial da região no mercado internacional ao oferecer seus produtos no mercado exterior de modo que valorize a cultura e história regional e, ao mesmo tempo, ajudar consumidores a encontrar produtos diferenciados e transmitam a essência de povos com culturas ricas e diferentes.

1.4 Setores De Atividade

- Agropecuária
- Comércio
- Indústria
- Serviços

1.5 Forma Jurídica

- Empresário Individual
- Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- Microempreendedor Individual – MEI
- Sociedade Limitada
- Outros:

1.6 Enquadramento Tributário

Âmbito federal

Regime Simples

Sim

Não

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para indústria)

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS - Imposto sobre Serviços

1.7 Capital Social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Arissa Andrade Araujo Santos	R\$ 76.116,26	33,34
2	Barney Brian Araújo Pereira	R\$ 76.093,43	33,33
3	Gabriel Sá Campos Ferreira	R\$ 76.093,43	33,33
Total		R\$ 228.303,12	100,00

1.8 Fonte De Recursos

Capital próprio.

2 ANÁLISE DE MERCADO

2.1 Estudo dos Clientes

Como o objetivo da empresa é atingir produtor e consumidor, teremos dois tipos de filtro para público alvo:

1- Consumidores: pessoas que possuem perfil de viajante e se interesse em arte e cultura, e que possuam idade mínima legal para realizar compras pela internet.

2- Produtores: artesãos de Caruaru e região que possuam criações artesanais criativas e inovadoras que enxergam em seu próprio negócio um potencial de expandir a comercialização dos seus produtos.

Em relação ao comportamento dos clientes, interesses e o que os levam a comprar, entendemos que colecionadores e pessoas que se preocupam em cuidar bem da sua casa, com uma decoração que carregue história e cultura de outros povos.

Além de artesãos que buscam valorizar seu produto tendo em vista que geralmente as artes locais são mais valorizadas quando estão presentes em outras culturas e com visões diferentes do mundo.

Em relação a nossa área de abrangência, além do mercado nacional, os produtos serão comercializados visando a Alemanha. Esse país tem perfil de potenciais clientes dos nossos produtos, o artesanato brasileiro. Isso foi verificado devido a pesquisas de dados que mostra o número de feiras internacionais de artesanato realizadas, e a quantidade de turistas que vêm ao Brasil. Como explicado no subitem 1.1.

Artesãos da cidade de Caruaru e região onde se encontra um dos maiores polos artesanais do Brasil e do mundo. A Feira de Caruaru, considerado Patrimônio Imaterial Brasileiro, atualmente com 10 mil pontos comerciais cadastrados, é uma das maiores feiras de arte do mundo, e o Alto do Moura, o maior centro de artes figurativas das Américas, que conta atualmente com 300 artesãos associados a Associação dos Artesãos em Barro e Moradores do Alto do Moura (ABMAM).

2.2 Estudo dos Concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
Nordeste Artesanato	Alta	Média de R\$ 180,00	Cartões: Visa, Master, American Express, Diners Club, Elo, Hiper, PagSeguro, Boleto	Fortaleza - CE	On Line	Venda de artesanato do Nordeste, como: renda, crochê, bonecos de barro e madeira.
ELO 7	Alta	Média de R\$ 120,00	Cartões: Visa, Master, American Express, Diners Club, Elo, Hiper, PagSeguro, Boleto	São Paulo - SP	On Line	Venda de diversos produtos, como: artesanato, confecção, sapatos, etc.

Nordeste Artesanato: a empresa tem um site voltado para atender público nacional e não apresenta um grande número de espectadores em suas redes sociais e páginas na internet. A grande variedade de artesanato é um ponto interessante pois consegue envolver um número maior de consumidores interessados e com diferentes estilos, sempre voltado ao artesanato do Nordeste (renda, palha, crochê, barro, madeira), a empresa possui uma similaridade com a Vitalinus, porém a operação é a nível nacional.

ELO 7: plataforma tem o objetivo de colocar produtos criativos a venda, indo de confecção até o artesanato e anuncia objetos de produtores de todo o Brasil. Com relação às mídias sociais, a Elo7 apresenta grandes números, onde em sua página no Facebook já alcança mais de 1,8 milhão de curtidas na página brasileira e 66 mil na página voltada para a Argentina.

Apesar de ter uma plataforma que se diz voltada para a Argentina, a empresa também afirma que possui comércio com a Colômbia. Isso se deve ao fato de que a página em espanhol facilita a divulgação de seus produtos para outros países da América Latina e conta com site de conteúdo falando sobre vários tipos de produtos e também notícias voltadas aos produtores que desejam empreender.

2.3 Estudo dos Fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Notebook - Dell Inspiron 15 3000	DELL	R\$1.999,00	Cartão	30 dias	São Paulo - SP
2	Internet WIFI 25 MB + Telefone fixo	VIVO	R\$74,99	Boleto (mensal)	5 dias úteis	Caruaru - PE
3	Office 365 Business	Microsoft	R\$31,90	Cartão (mensal)	24H	São Paulo - SP
4	Criação de campanha de lançamento da marca Vitalinus Rodução de identidade visual e peças gráficas para divulgação. Produção de 3 vídeos para redes sociais Desenvolvimento de estratégia de mídia (Facebook, instagram e Google Ads)	MARKETING DIGITAL	R\$1.500,00	Boleto (mensal)	Conforme demanda, a empresa disponibiliza um prazo para cada produto.	Recife - PE

3 PLANO DE MARKETING

3.1 Produtos e Serviços

Nº	Produtos / Serviços
1	Marketplace - 18% do valor da venda
2	Consultoria de exportação – 5% do valor da venda
3	Plano de Marketing Digital (Semanal ou Mensal)

3.2 Preço

Receberemos o percentual de 18% do valor dos produtos vendidos através da plataforma. Esse percentual inclui todos os custos operacionais da venda, e 5% para consultoria de exportação, que será opcional. O pacote de Planos de Marketing será explicado no item 4.3.

3.3 Estratégias Promocionais

Empresa terá como estratégia promocional a divulgação do serviço em eventos que reúnam artesãos e pessoas interessadas em produtos artesanais.

A Vitalinus contará também com uma empresa especializada em marketing digital que visará a divulgação da marca para artesãos e consumidores. Essa empresa desenvolverá um plano de ação para divulgar a Vitalinus para o mercado brasileiro, onde será focado nos artesãos produtores, e no internacional como Alemanha, onde estão presentes nossos clientes consumidores de produtos artesanais.

O investimento com esta contratação terá o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) que subsidiará a consultoria em 70%, fazendo com que esses custos não tenham um impacto significativo nas finanças da nossa empresa.

A fidelização dos clientes, além de toda atenção na hora do relacionamento de pós-venda como acompanhamento da rota da mercadoria, devolução ou troca, a Vitalinus também oferecerá ao cliente um serviço de pontos para fidelização do mesmo. Para compras nacionais nos valores acima de R\$ 100,00 (reais), e internacionais de US\$ 50,00 (dólares), o cliente ganhará um bônus cumulativo de 10% sobre o valor da compra, podendo ser descontado do valor do produto nas compras futuras. A pontuação não poderá descontar valor do frete.

3.4 Estrutura de Comercialização

A venda será realizada pelo site (www.vitalinus.com), e a distribuição será feita pelos Correios.

O artesão será responsável pela divulgação no site. A Vitalinus também oferecerá o serviço de divulgação no site para aqueles que não tenha expertise em fazê-lo. O despacho da mercadoria via Correios será feito pela equipe da Vitalinus.

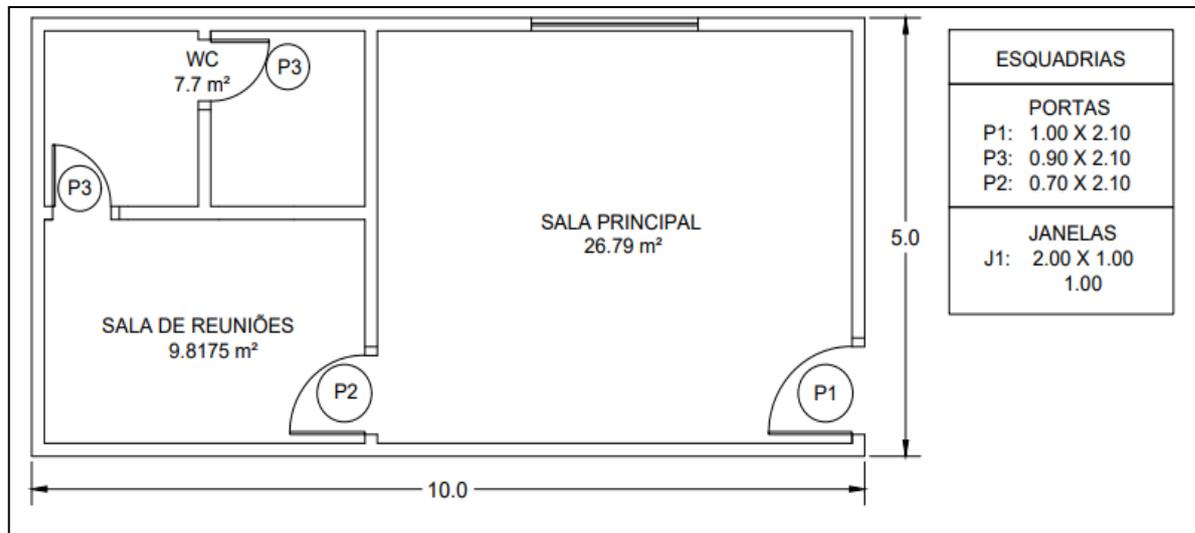
3.5 Localização do Negócio

Endereço:	Av Dr Pedro Jordão, 960
Bairro:	Maurício de Nassau
Cidade:	Caruaru
Estado:	Pernambuco
Fone 1:	(81) 9821-5920
Fone 2:	(81) 3731-0000

A justificativa para a escolha do endereço é a boa localização, entre os artesões e agência dos Correios.

4 PLANO OPERACIONAL

4.1 Layout



4.2 Capacidade Instalada

Teremos capacidade de atender até 20 pedidos por dia, ou seja, 520 por mês. Já a consultoria, conseguimos atender até 15 por dia, 400 por mês. Em relação aos Planos de Marketing, será de até 100 por mês.

4.3 Processo Operacional

Nossa empresa terá um site, em português, inglês e alemão voltado para o público brasileiro e estrangeiro. Os preços dos produtos serão convertidos para valores em dólar. Na sessão de vendas o site terá dois tipos de layout. O primeiro a aparecer será o que engloba todo o material que está disponível no site para venda e os coloca em formato de grades, classificando os mais acessados e populares e colocando-os acima dos demais. Essa classificação terá o nome de “mais populares da semana”. Com uma interface simples e intuitiva, nosso site contará com uma área exclusiva para os vendedores fazerem cadastro e administrarem seu perfil com fotos e descrição do produto e para os clientes, onde os mesmos poderão verificar seus

pedidos anteriores, lista de desejos e qualquer outra informação relacionada a sua compra. A plataforma também terá links ao público que ficarão disponíveis trazendo manchetes de novas notícias em nosso blog dentro do site. O mesmo também contará com uma área de Frequently Ask Questions (FAQ), onde serão disponibilizadas algumas perguntas previamente criadas e respondidas pela administração do site e possuirá algumas possíveis perguntas que os clientes poderiam ter sobre a forma de funcionamento do nosso site e da nossa empresa e também com uma página exclusiva para contato direto com a administração do site através de e-mail ou telefone das 09:00 às 20:00 disponível à todo o público. Sobre a empresa e forma de trabalho teremos a nossa política de privacidade que irá fornecer um panorama geral de nossa empresa e a sua política de trabalho em relação aos clientes e aos vendedores.

Cada artesão poderá criar seu perfil com seu nome próprio ou nome da razão social e um e-mail cadastrado com senha para acesso restrito às suas informações. Após realizado o cadastro, serão disponibilizadas áreas para o carregamento de fotos e banners, assim como espaços para o preenchimento do próprio vendedor contando um pouco de sua biografia, seu produto, visão e a missão do mesmo. Para cada produto que o vendedor colocar disponível ao público, deverá informar em um espaço específico, disponibilizado pela Vitalinus, o número de produtos do mesmo em estoque e aptos para a venda através do site.

Além de todo catálogo de produtos e artigos com notícias em nosso site, o consumidor também poderá assinar nossa Newsletter. Essa função acionará o cliente por e-mail informando promoções em nosso site e o enviará notificações sempre que tiverem notícias na página do blog. O cliente que se interessar em adquirir algum produto no site terá que fazer um cadastro contendo suas identificações básicas como nome completo, CPF, data de nascimento, telefone, e-mail, senha de acesso e e-mail para entrega do produto.

O relacionamento entre consumidor e artesão será de forma direta, o site oferecerá uma plataforma para a interação entre ambos. Todas as mensagens serão enviadas através de um sistema de comunicação via e-mail do comprador e vendedor, sendo tudo monitorado pela administração da Vitalinus para que as mensagens sejam devidamente traduzidas, caso necessário, e as políticas de fidelidade ao site sejam mantidas e nenhuma outra forma de pagamento e venda seja negociada de forma que fuja das oferecidas por nossa empresa.

Quando o cliente optar por comprar o produto, o mesmo será informado que a administração do Vitalinus terá um dia útil para autorização da compra. Esse tempo será necessário para que nossa equipe valide o estoque do artesão e informe ao cliente o prazo de entrega. O site da Vitalinus contratará com o serviço da empresa Paypal e PagSeguro. As empresas oferecem uma plataforma terceirizada na qual administra pagamentos em cartão de crédito e boletos para vendas online. Os cartões aceitos são Visa, MasterCard, American Express, Hiper/Hipercard e Elo.

Para a fidelização dos clientes utilizarem seus bônus, os mesmos poderão consultá-los após acessar seu perfil no site. Onde terá uma opção de o mesmo converter o valor do bônus desejado para abater no valor do produto, gerando assim um cupom de desconto que poderá ser acrescentado na hora de finalizar a compra e o método de pagamento.

Para o envio serão utilizadas embalagens padronizadas pela Vitalinus que contará com tamanhos e formatos variados para atender as diversas formas de produtos. Diariamente os artesãos que tiverem seus produtos vendidos serão notificados através do seu cadastro no site, e-mail e ligação. Após a confirmação, a equipe da Vitalinus irá recolher o material com o produtor e enviará o produto com toda a documentação necessária para a execução da exportação. Em nossa política de entrega, estabeleceremos dois prazos para os tipos de entrega que serão efetuados. As entregas nacionais terão entrega entre 7 e 15 dias úteis dependendo do frete contratado. As internacionais de 15 a 30 dias dependendo do frete contratado.

Para compras nacionais acima de R\$ 199,99 (reais), o frete será por conta da Vitalinus que arcará com custos da entrega, já para as compras internacionais o frete sairá de graça para o cliente para valores acima de 99,99 dólares.

Caso o cliente deseje trocar ou devolver o produto, o mesmo poderá consultar nossa política de devoluções e trocas que ficarão disponíveis no site. Após seguir as instruções necessárias, o cliente terá o prazo de 7 dias após o recebimento para solicitar a troca ou devolução e enviar o produto e não precisará arcar com nenhum custo de envio. Após recebido o produto, nossa empresa inspecionar o produto para confirmar se o cliente seguiu as condições solicitadas por nós para a troca do mesmo. Confirmado a normalidade na devolução do produto, nossa empresa dará o prazo de 2 dias para a enviar novamente o produto, caso solicitado, e 2 dias para reembolsar o cliente se o caso for a devolução da mercadoria.

Todo o valor da compra incluindo o frete, será creditado de forma integral na conta corrente da Vitalinus e depois repassado o valor ao vendedor descontando 18% como taxa sobre a venda do produto em um prazo de 45 dias corridos devido a todos os trâmites burocráticos que a comercialização possa enfrentar até a sua finalização.

A Vitalinus também terá perfis de divulgação da empresa e seus produtos através do Facebook e Instagram em páginas voltadas para o Brasil e páginas em inglês. Essas páginas serão administradas pela empresa especializada em marketing. O trabalho será feito ao atrair o público a curtir a página em ambos perfis, atrair público ao site oficial da Vitalinus e divulgar novidades da empresa, produtos em destaques e também servir como uma forma de se relacionar com o público através dos comentários em publicações e do sistema de mensagens das próprias plataformas no horário das 09:00 às 20:00.

O site Vitalinus também oferecerá oportunidade de o artesão fazer a divulgação do seu produto no site de forma que fique mais visível para o público. Isso será feito no momento em que um plano seja adquirido pelo vendedor. Contemplando os seguintes planos:

1- Plano Bronze:

Tipo de plano: Semanal

Número de publicações: 1 publicação na semana

Valor: R\$ 100,00

2- Plano prata:

Tipo de plano: Semanal

Número de publicações: 2 publicações na semana

Valor: R\$ 150,00

3- Plano ouro:

Tipo de plano: mensal

Número de publicações: 4 publicações o mês

Valor: R\$ 250,00

Datas e horários das publicações serão previamente acordados entre consumidor e nossa empresa, para solicitar o plano, o cliente terá que efetuar o pagamento no prazo de 7 dias úteis antes do início das publicações, isso porque precisamos elaborar toda a estratégia da publicação e elaborar um conteúdo.

4.4 Necessidade de Pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Diretor de Operações	<ul style="list-style-type: none">- Inglês fluente- Experiência com armazenamento de produtos de barro- Conhecimento sobre Incoterms
2	Diretor Comercial	<ul style="list-style-type: none">- Inglês Fluente- Experiência com vendas internas- Experiência com contas a pagar e investimentos
3	Diretor Administrativo	<ul style="list-style-type: none">- Inglês fluente- Experiência com exportação- Conhecimento sobre a legislação tributária
4	Supervisor de Marketing	<ul style="list-style-type: none">- Inglês fluente- Experiência com Marketing Digital- Experiência com atendimento ao cliente, para identificar a necessidade de publicidade para cada artesão

5 PLANO FINANCEIRO

5.1 Investimentos Fixo

A – Máquinas				
Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Impressora HP Deskjet INK 3776	1	R\$ 355,00	R\$ 355,00
2	Servidor NAS ASUSTOR AS-1004T 4 BAIAS	1	R\$ 1.700,00	R\$ 1.700,00
SUB-TOTAL (A)				R\$ 2.055,00
B – Móveis e Utensílios				
Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Mesa para escritório	4	R\$ 299,00	R\$ 1.196,00
2	Cadeiras de escritório	6	R\$ 99,00	R\$ 594,00
3	Armário para escritório	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
SUB-TOTAL (B)				R\$ 2.190,00
C – Computadores				
Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	DELL Inspiron 15 3000	4	R\$ 1.999,00	R\$ 7.996,00
SUB-TOTAL (C)				R\$ 7.996,00

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C):	R\$ 12.241,00
---	----------------------

5.2 Estoque Inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Embalagem Vitalinus - Tamanho P	200	R\$ 1,50	R\$ 300,00
2	Embalagem Vitalinus - Tamanho M	200	R\$ 2,00	R\$ 400,00
3	Embalagem Vitalinus - Tamanho G	200	R\$ 3,00	R\$ 600,00
TOTAL (A)				R\$ 1.300,00

5.3 Caixa Mínimo

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas.

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Boleto Bancário	33,33	10	3,33
Cartões (Visa, MasterCard, American Express, Hiper, Hipercard e Elo) - Plus	33,33	90	30
Cartões (Visa, MasterCard, American Express, Hiper, Hipercard e Elo) - Clássico	33,34	90	30,01
Prazo médio total			64

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras.

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Embalagens	100	120	120,00
Prazo médio total		120	

3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque.

Necessidade média de estoque	
Número de dias	120

4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias.

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	64
2. Estoques – necessidade média de estoques	120
Subtotal Recursos fora do caixa	184
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	120
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	120
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	64

Caixa mínimo.

1. Custo fixo mensal	R\$ 10.056,77
2. Custo variável mensal	R\$ 87.753,60
3. Custo total da empresa	R\$ 97.810,37
4. Custo total diário	R\$ 3.260,35
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	64
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 208.662,12

Capital de giro (Resumo).

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 1.300,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 208.662,12
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 209.962,12

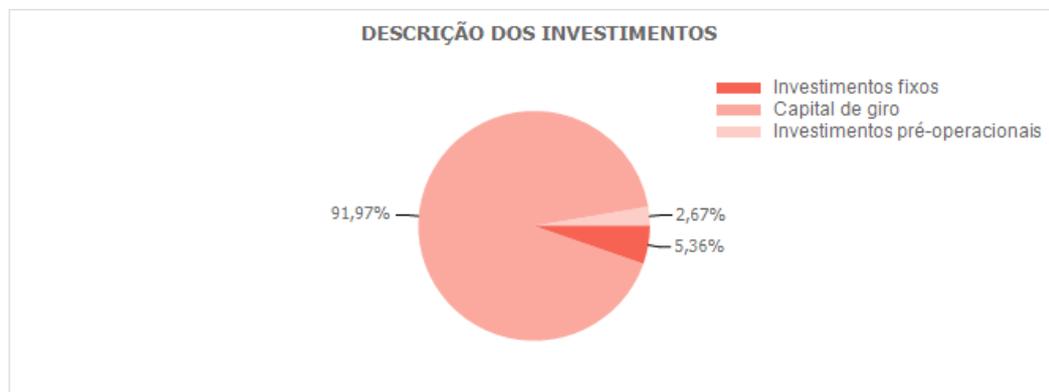
5.4 Investimentos Pré-Operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$1.800,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 500,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 2.500,00

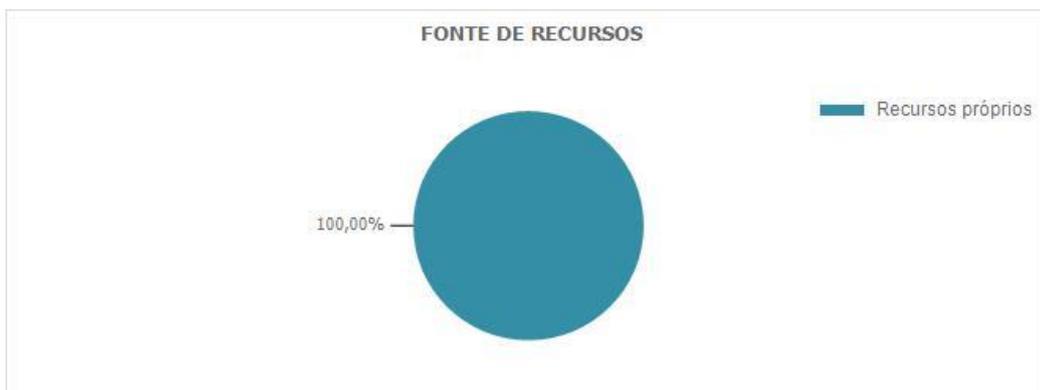
Cursos e Treinamentos	R\$ 300,00
Outras despesas	R\$ 1.000,00
TOTAL	R\$ 6.100,00

5.5 Investimento Total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 12.241,00	5,36
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 209.962,12	91,97
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 6.100,00	2,67
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 228.303,12	100,00



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 228.303,12	100,00
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 228.303,12	100,00



5.6 Faturamento Mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Marketplace - 18% do valor da venda	500	R\$ 200,00	R\$ 100.000,00
2	Consultoria de exportação – 5% do valor da venda	400	R\$ 20,00	R\$ 8.000,00
3	Plano de Marketing Digital (Semanal ou Mensal)	80	R\$ 170,00	R\$ 13.600,00
TOTAL				R\$ 121.600,00

Projeção das Receitas:

() Sem expectativa de crescimento

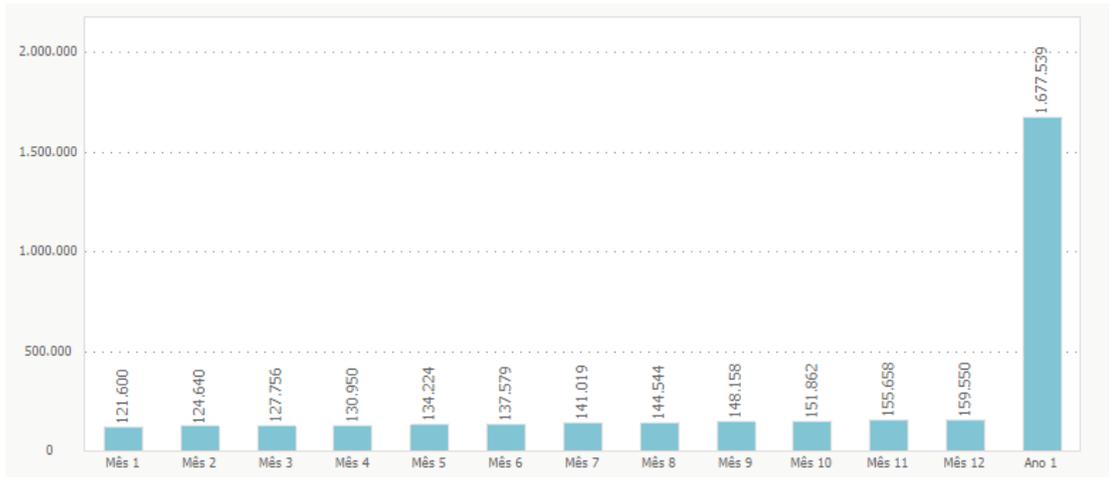
(x) Crescimento a uma taxa constante:

2,50 % ao mês para os 12 primeiros meses

5,00 % ao ano a partir do 2º ano

() Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 121.600,00
Mês 2	R\$ 124.640,00
Mês 3	R\$ 127.756,00
Mês 4	R\$ 130.949,90
Mês 5	R\$ 134.223,65
Mês 6	R\$ 137.579,24
Mês 7	R\$ 141.018,72
Mês 8	R\$ 144.544,19
Mês 9	R\$ 148.157,79
Mês 10	R\$ 151.861,74
Mês 11	R\$ 155.658,28
Mês 12	R\$ 159.549,74
Ano 1	R\$ 1.677.539,24



5.7 Custo Unitário

Produto: Marketplace - 18% do valor da venda.

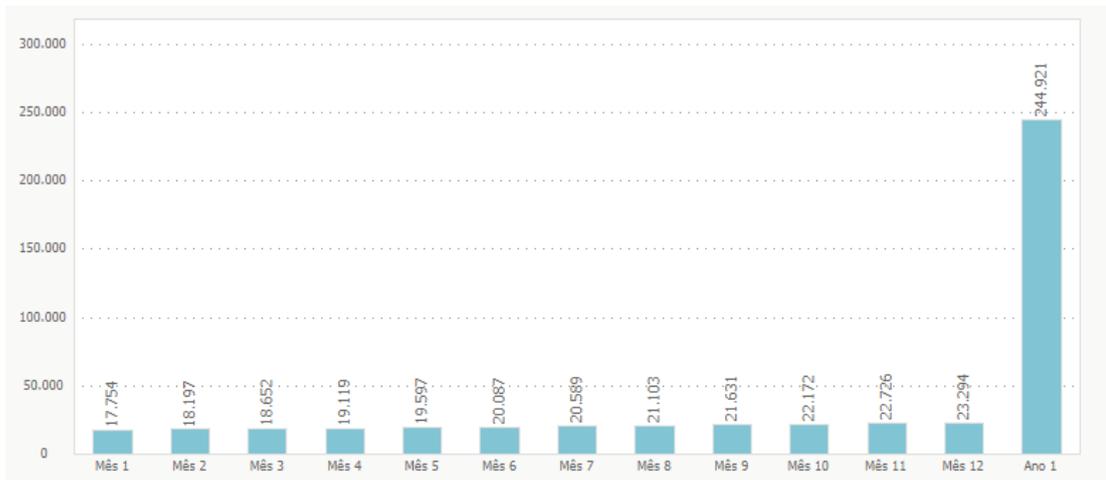
Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo de fabricação e operacional	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
TOTAL			R\$ 130,00

5.8 Custo de Comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	6	R\$ 121.600,00	R\$ 7.296,00
Comissões (Gastos com Vendas)	1	R\$ 121.600,00	R\$ 1.216,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	5	R\$ 121.600,00	R\$ 6.080,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	2,6	R\$ 121.600,00	R\$ 3.161,60

Total Impostos	R\$ 7.296,00
Total Gastos com Vendas	R\$ 10.457,60
Total Geral (Impostos + Gastos)	R\$ 17.753,60

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 17.753,60
Mês 2	R\$ 18.197,44
Mês 3	R\$ 18.652,38
Mês 4	R\$ 19.118,69
Mês 5	R\$ 19.596,65
Mês 6	R\$ 20.086,57
Mês 7	R\$ 20.588,73
Mês 8	R\$ 21.103,45
Mês 9	R\$ 21.631,04
Mês 10	R\$ 22.171,81
Mês 11	R\$ 22.726,11
Mês 12	R\$ 23.294,26
Ano 1	R\$ 244.920,73

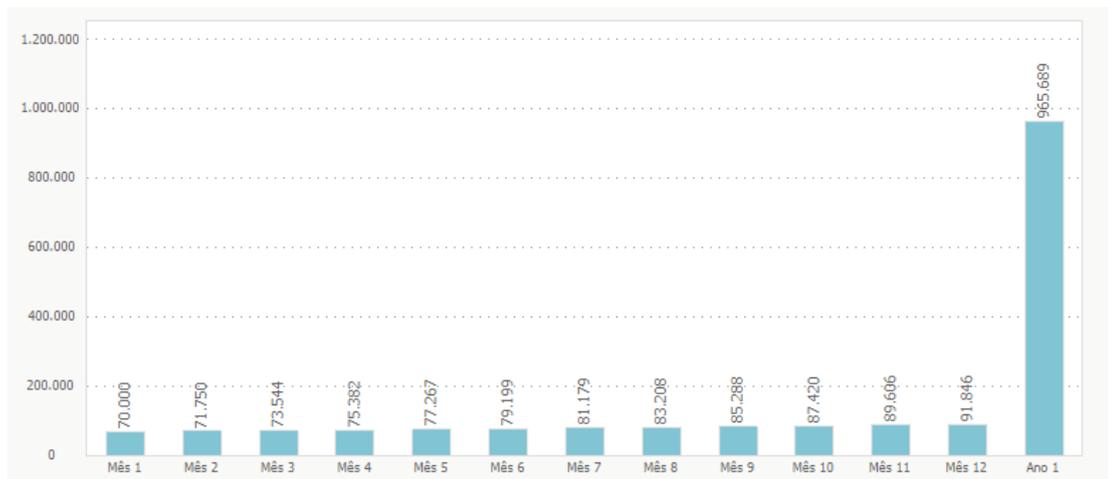


5.9 Apuração do Custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Marketplace - 18% do valor da venda	500	R\$ 140,00	R\$ 70.000,00
2	Consultoria de exportação – 5% do valor da venda	400	R\$ 0,00	R\$ 0,00

3	Plano de Marketing Digital (Semanal ou Mensal)	80	R\$ 0,00	R\$ 0,00
TOTAL				R\$ 70.000,00

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 70.000,00
Mês 2	R\$ 71.750,00
Mês 3	R\$ 73.543,75
Mês 4	R\$ 75.382,34
Mês 5	R\$ 77.266,90
Mês 6	R\$ 79.198,57
Mês 7	R\$ 81.178,54
Mês 8	R\$ 83.208,00
Mês 9	R\$ 85.288,20
Mês 10	R\$ 87.420,41
Mês 11	R\$ 89.605,92
Mês 12	R\$ 91.846,07
Ano 1	R\$ 965.688,71



5.10 Custos de Mão-de-Obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Supervisor de Marketing	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	28,00	R\$ 280,00	R\$ 1.280,00
TOTAL	1		R\$ 1.000,00		R\$ 280,00	R\$ 1.280,00

5.11 Custos com Depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 2.055,00	10	R\$ 205,50	R\$ 17,12
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	R\$ 2.190,00	10	R\$ 219,00	R\$ 18,25
COMPUTADORES	R\$ 7.996,00	5	R\$ 1.599,20	R\$ 133,27
Total			R\$ 2.023,70	R\$ 168,64

5.12 Custos Fixos Operacionais Mensais

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 1.000,00
Condomínio	R\$ 0,00
IPTU	R\$ 0,00
Energia elétrica	R\$ 90,00
Telefone + internet	R\$ 74,99
Honorários do contador	R\$ 600,00
Pró-labore	R\$ 6.001,65
Manutenção dos equipamentos	R\$ 60,00
Salários + encargos	R\$ 1.280,00
Material de limpeza	R\$ 50,00
Material de escritório	R\$ 200,00
Taxas diversas	R\$ 500,00
Serviços de terceiros	R\$ 0,00
Depreciação	R\$ 168,64
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 0,00

Outras taxas	R\$ 31,49
TOTAL	R\$ 10.056,77

Projeção dos Custos:

() Sem expectativa de crescimento

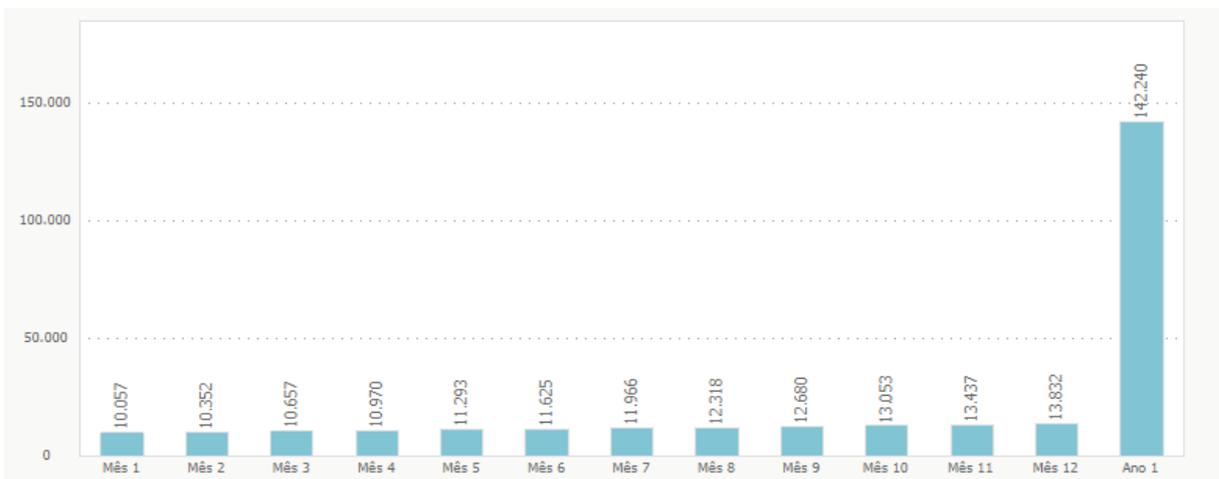
(x) Crescimento a uma taxa constante:

2,94 % ao mês para os 12 primeiros meses

2,94 % ao ano a partir do 2º ano

() Entradas diferenciadas por período

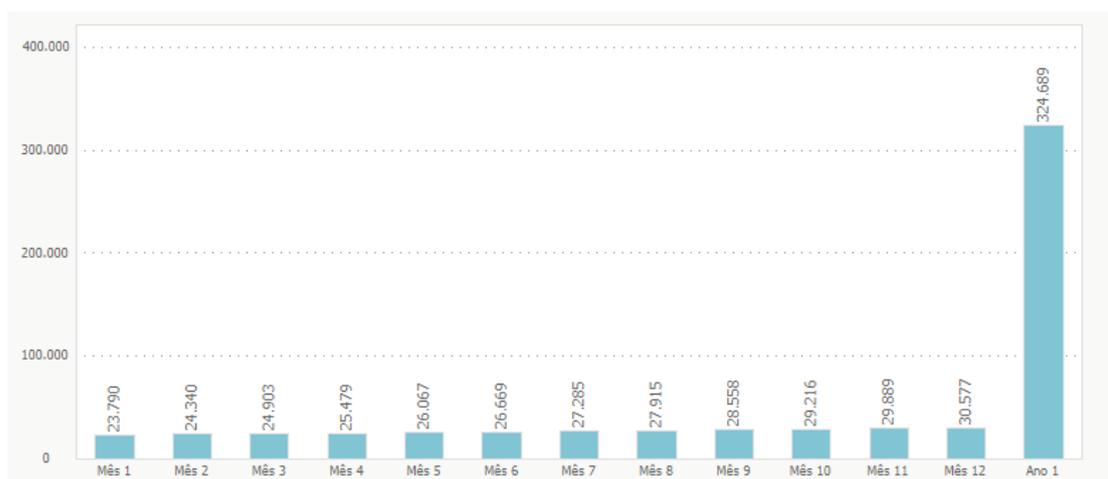
Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 10.056,77
Mês 2	R\$ 10.352,44
Mês 3	R\$ 10.656,80
Mês 4	R\$ 10.970,11
Mês 5	R\$ 11.292,63
Mês 6	R\$ 11.624,64
Mês 7	R\$ 11.966,40
Mês 8	R\$ 12.318,21
Mês 9	R\$ 12.680,37
Mês 10	R\$ 13.053,17
Mês 11	R\$ 13.436,93
Mês 12	R\$ 13.831,98
Ano 1	R\$ 142.240,45



5.13 Demonstrativo de Resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 121.600,00	R\$ 1.677.539,25	100
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 70.000,00	R\$ 965.688,70	57,57
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 7.296,00	R\$ 100.652,35	6,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 10.457,60	R\$ 144.268,38	8,60
Total de custos Variáveis	R\$ 87.753,60	R\$ 1.210.609,43	72,17
3. Margem de Contribuição	R\$ 33.846,40	R\$ 466.929,82	27,83
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 10.056,77	R\$ 142.240,45	8,27
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 23.789,63	R\$ 324.689,35	19,56

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 23.789,63
Mês 2	R\$ 24.340,12
Mês 3	R\$ 24.903,07
Mês 4	R\$ 25.478,76
Mês 5	R\$ 26.067,46
Mês 6	R\$ 26.669,46
Mês 7	R\$ 27.285,05
Mês 8	R\$ 27.914,52
Mês 9	R\$ 28.558,18
Mês 10	R\$ 29.216,35
Mês 11	R\$ 29.889,32
Mês 12	R\$ 30.577,43
Ano 1	R\$ 324.689,36



5.14 Indicadores de Viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 511.027,42
Lucratividade	19,36 %
Rentabilidade	142,22 %
Prazo de retorno do investimento	9 meses

6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO

6.1 Ações Preventivas e Corretivas

Receita (pessimista) 20,00 % Receita (otimista) 10,00%

Descrição	Cenário provável	
	Valor	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 121.600,00	100
2. Custos Variáveis Totais		
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 70.000,00	57,57
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 7.296,00	6,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 10.457,60	8,60
Total de custos Variáveis	R\$ 87.753,60	72,17
3. Margem de Contribuição	R\$ 33.846,40	27,83
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 10.056,77	8,27
5. Resultado Operacional	R\$ 23.789,63	19,56

Descrição	Cenário pessimista	
	Valor	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 97.280,00	100
2. Custos Variáveis Totais		
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 56.000,00	57,57
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 5.836,80	6,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 8.366,08	8,60
Total de custos Variáveis	R\$ 70.202,88	72,17
3. Margem de Contribuição	R\$ 27.077,12	27,83
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 10.056,77	10,34
5. Resultado Operacional	R\$ 17.020,35	17,50

Descrição	Cenário otimista	
	Valor	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 133.760,00	100
2. Custos Variáveis Totais		

2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 77.000,00	57,57
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 8.025,60	6,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 11.503,36	8,60
Total de custos Variáveis	R\$ 96.528,96	72,17
3. Margem de Contribuição	R\$ 37.231,04	27,83
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 10.056,77	7,52
5. Resultado Operacional	R\$ 27.174,27	20,32

Ações corretivas e preventivas:

Ação preventiva será atuar forte na divulgação do site e do artesanato. Exemplo: Fazer parceria os hotéis abaixo, em Porto de Galinhas-PE, para deixar como lembrança nos quartos, um pequeno boneco de barro com um cartão de boas-vindas e breve histórico do Alto do Moura. Os hotéis serão, Porto de Galinhas Praia Hotel, Marulhos Suítes Resorts, Summerville Beach Resorts.

A intenção é atingir os turistas de diversas partes do Brasil e do Mundo, nos períodos de alta estação.

7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

7.1 Análise da F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
	FORÇAS	OPORTUNIDADES
PONTOS FORTES	<ul style="list-style-type: none"> - Grande variedade de produtos e baixo custo de produção. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivo de instituições como Sebrae e o próprio governo ao incentivar a exportação. - Possibilidade de o artesanato ficar ainda mais conhecido após as primeiras exportações e mais portas se abrirem em outros países. - A empresa está sediada num dos maiores polos de artesanato do mundo. - Ainda não existe um marketplace brasileiro exclusivo para exportação de artesanato.
	FRAQUEZAS	AMEAÇAS
PONTOS FRACOS	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de experiência dos sócios no ramo de artesanato. - Falta de experiência dos sócios em administração de empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Artesanato de outros países que também podem agregar o valor histórico e cultural de suas origens e disputar colecionadores e admiradores. - Falta de informação parte de artesãos que possam se sentir intimidado nos trâmites burocráticos para a exportação. - Crise econômica.

Ações:

Ação corretiva será montar estudo sobre o mercado nacional e mundial para mostrar aos artesãos o potencial dos seus produtos.

REFERÊNCIAS

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS - *Estatísticas de comércio exterior* – 2017 – www.mdic.gov.br - Acesso em: 15 de maio de 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO - *Estatística Básica de Turismo* – 2016 – www.dadosefatos.turismo.gov.br – Acesso em: 08 de maio de 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO - 2016 – www.turismo.gov.br – Acesso em: 08 de maio de 2018.

SOUZA, Carlos Eduardo. *CONSTRUÇÃO DE E-COMMERCE PARA PRODUTOS ARTESANAIS*. 2013. 79. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba-PR, 2012.

ANEXO I

Modelo de pesquisa de campo utilizada para coletar dados dos artesãos.

Questionário de pesquisa de campo

Nome do artesão: _____

Nome da empresa: _____

Produto principal: _____

1. Sexo:

Masculino Feminino

2. Idade:

Entre 18 à 25 anos Entre 26 à 36 anos

Entre 37 à 49 anos Acima de 50 anos

3. Você tem conhecimento de vendas de produtos artesanais pela internet?

Sim Não

4. Já fez alguma venda em alguma plataforma on-line?

Sim Não

a. Qual? _____

5. Tem interesse de venda através de e-commerce?

Sim Não

6. Utiliza a internet (redes sociais), para divulgação de seus produtos?

Sim Não

7. Utiliza mecanismos digitais de vendas como cartão de crédito?

Sim Não

8. Você sabe o “valor” que o marketing exerce sobre o produto?

Sim Não

9. Seus produtos são ecologicamente corretos?

Sim Não

10. Você tem interesse em exportar seus produtos?

Sim Não

11. O artesanato é sua fonte principal de remuneração? Caso não, qual seria a outra?

Sim Não

12. Existe controle de estoques dos seus produtos?

Sim Não

13. Possui prática de vendas terceirizadas?

Sim Não

14. Possui convênio com alguma associação ou instituição de artesãos?

Sim Não