

ETEC “PROFA. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ”

Técnico em Administração

Alice Steffany F. Nakaima

Eduarda Messori da Silva

Gabriela Nogueira da Silva

Milena Gabriela Spinelli

Thifany Carolini de Sousa

Vanessa Marques Bicudo

DESENVOLVIMENTO DE PEQUENOS NEGÓCIOS:

Fritaz Cone.

Araraquara

2016

ETEC “PROFA. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ”

Técnico em Administração

Alice Steffany F. Nakaima

Eduarda Messori da Silva

Gabriela Nogueira da Silva

Milena Gabriela Spinelli

Thifany Carolini de Sousa

Vanessa Marques Bicudo

DESENVOLVIMENTO DE PEQUENOS NEGÓCIOS:

Fritaz Cone.

Araraquara

2016

Alice Steffany F. Nakaima
Eduarda Messoro da Silva
Gabriela Nogueira da Silva
Milena Gabriela Spinelli
Thifany Carolini de Sousa
Vanessa Marques Bicudo

DESENVOLVIMENTO DE PEQUENOS NEGÓCIOS:
Fritaz Cone.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a ETEC "Prof.^a Anna de Oliveira Ferraz", do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito para a obtenção do título de Técnico em Administração sob a orientação dos Professores Luciana F. A. Steinle e Vicente Ap. Scarambone.

Araraquara
2016

Alice Steffany F. Nakaima
Eduarda Messori da Silva
Gabriela Nogueira da Silva
Milena Gabriela Spinelli
Thifany Carolini de Sousa
Vanessa Marques Bicudo

DESENVOLVIMENTO DE PEQUENOS NEGÓCIOS:

Fritaz Cone.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Profa. Anna de Oliveira Ferraz como exigência parcial para obtenção do título de **Técnico em Administração**.

Aprovado em 25 de Novembro de 2016.

Banca Examinadora:



Prof. Orientador: Luciana F. A. Steinle



Prof. Orientador: Vicente Ap. Scarambone



Prof. Avaliador: César Guilhermé Roseguini

AGRADECIMENTO

A Deus...

Aos Professores Luciana F. A. Steinle e Vicente Ap. Scarambone, nossos orientadores...

A Etec Profª Anna de Oliveira Ferraz...

Aos professores...

Aos colegas de classe...

Aos demais que contribuíram para a construção do nosso TCC.

Sucesso é fazer daquelas que
acreditam em pessoas brilhantes
- DHARMEJI PRAJAPATI

RESUMO

As empresas representam a base da economia e a criação de novas empresas é essencial para o crescimento econômico. As micro e pequenas empresas são fundamentais para a geração de empregos e a inovação. A falta de informação, especialmente em áreas como marketing e gestão financeira, é uma das principais barreiras para o sucesso dessas empresas. A importância de apoiar essas empresas através de programas de fomento e capacitação é evidente. O papel do governo e das instituições financeiras é crucial para fornecer o suporte necessário para que essas empresas possam prosperar e contribuir para o desenvolvimento econômico.

Sucesso é fazer daqueles que acreditam em pessoas brilhantes
- DHARMESH SHAP.

RESUMO

Hoje em dia, as micros e pequenas empresas representam em média 27% do PIB do Brasil, de 2007 a 2014 o número de novas empresas dobrou e já geram cerca de 15 milhões de empregos.

O Brasil tem mais de 6 milhões de micro e pequenas empresas, que totalizam 89% dos negócios do país e, com essa informação, decidimos mostrar o desenvolvimento de uma empresa específica.

Tem o objetivo de demonstrar a importância do atendimento ao cliente para empresa manter-se competitiva no mercado de alimentação no comércio, o atendimento é um diferencial competitivo, que é cobrado por todos os clientes. Precisa-se de inovação, novidades e promoções para agradar o cliente. O cliente de hoje, querem produtos de qualidade, bom preço, e ser bem tratado.

Muitos deles querem ter sempre um tratamento individual. É preciso ter profissionais de vendas especializados no segmento de mercado e ser mais técnicos no atendimento, um bom marketing de relacionamento é importante para empresa na busca da excelência no atendimento ao cliente agregando valores para a empresa e para o cliente.

Palavras-chave: Micro. Empresa. Marketing. Cliente.

ABSTRACT

Today, micro and small enterprises represent on average 27% of Brazil's GDP, from 2007 to 2014 the number of new companies doubled and already generate about 15 million jobs.

The Brazil have more than 6 million small and micro enterprises, totaling 89% of the country's business and, with this information, we decided to show the development of a specific company.

It aims to demonstrate the importance of customer service to company to remain competitive in the power market trade, service is a competitive advantage, which is charged for all customers. If need innovation, news and promotions to please the customer. Today's customer, want quality products, good price, and be pampered.

Many of them always want to have an individual treatment. It takes specialized sales professionals in the industry and be more technical in attendance, a good relationship marketing is important for the company in the pursuit of excellence in customer service adding value to the company and the customer.

Keywords: Micro. Company. Marketing. Client.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Churros Espanhóis	28
Figura 2: Nova mercadoria, mini pastéis de queijo	28
Figura 3: Batatas fritas	29
Figura 4: Cone de Frango	29
Figura 5: Cone Chicken Nuggets	30
Figura 6: Promoções da Fritaz Cone	31
Figura 7: Dia da promoção Batata Frita em dobro	31
Figura 8: Sorteios que acontecem na nossa empresa Fritaz Cone	32
Figura 9: Disk Entregas	33

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. ATUAÇÃO DE PEQUENAS EMPRESAS	12
2. RAZÕES PARA A SOBREVIVÊNCIA	13
3. DIFICULDADES A SEREM ENFRENTADAS	14
4. TRIBUTAÇÃO, ENCARGOS, IMPOSTOS E LEGALIZAÇÃO	15
5. CRITIVIDADE E INOVAÇÃO	17
5.1. Criatividade	17
5.2. Inovação	18
6. PEQUENAS EMPRESAS, GRANDES NEGÓCIOS	19
6.1. Chocolates Garoto	19
6.2. Cacau Show	20
6.3. China in Box	21
7. ESTUDO DE CASO: FRITAZ CONE	21
7.1. Criação da Fritaz Cone	21
7.2. Razões que levaram a abertura da empresa	22
7.2.1. Segurança	22
7.2.2. Ter liberdade para fazer outras coisas	22
7.2.3. Ter flexibilidade de horário	23
7.2.4. Ganhar mais dinheiro	23
7.3. Abrir um negócio pode ser mais fácil do que você imagina	23
8. PODE SER MUITO LUCRATIVO	24
8.1. Provar que você é capaz	24
8.2. Não ter um chefe	24
8.3. Contribuir para o crescimento de algo que é seu	25
8.4. Porque pode ser divertido	25
8.5. Você poderá trabalhar junto com sua família	25
8.6 Deixar sua marca no mundo	26
9. A CRIATIVIDADE NA PEQUENA EMPRESA	27
9.1. Inovação	27
9.2. Produtos	27
9.3 Promoções	30
9.4. Entregas	32
CONCLUSÃO	34

o nosso tempo
as empresas re
empresas do
Brasil têm
do país
profira
uma bela
a ideia
a ser

a e pequena
27% do P
15 mil
entre 4
dar de
a ser
a ideia
a ser

30%
uma
uma
mas a sua
de dos

participar.
necessidade de
refazer somente

importantes para o
todos os lugares, ou seja
necessidades e desejos
ano é abriga para sobreviver.
sustentado por alguns fatores
expectativas de lucro.

imento para o cliente como objetivo
aplicada através da pesquisa de
fontes e um nível mais elevado de

INTRODUÇÃO

O nosso tema é sobre as micros e pequenas empresas. Hoje em dia, as micro e pequenas empresas representam em média 27% do PIB do Brasil, de 2007 a 2014 o número de novas empresas dobrou e já geram cerca de 15 milhões de empregos.

O Brasil têm mais de 6 milhões de micro e pequenas empresas, que totalizam 89% dos negócios do país e, com essa informação, decidimos mostrar o desenvolvimento de uma empresa específica.

Com uma intensa competição do mercado brasileiro com as demais empresas, vem acontecendo paralelamente a globalização da economia, demandando das empresas a sua sobrevivência, aumento de produtividade, redução de custo, padronização da qualidade dos produtos e preços baixos para o consumidor.

O atendimento ao cliente tornou-se um referencial competitivo nas organizações.

Hoje, com o mercado totalmente competitivo, as empresas viram a necessidade de direcionar os seus objetivos aos seus clientes, apesar das empresas almejarem somente lucro.

Ter uma equipe motivada nas mãos da empresa é um passo importante para o sucesso da empresa. A motivação dos seus colaboradores cabe em todos os lugares, ou seja dentro ou fora da empresa. Isto é podemos começar com as necessidades e desejos humanos. As pessoas necessitam de alimentos, ar, água, vestuário e abrigo para sobreviver. Com essa motivação a empresa precisa ter um relacionamento sustentado por outros fatores: produtos ou serviços variados e adequados às necessidades e expectativas de todos.

Esse projeto está focado na importância do atendimento para o cliente com o objetivo de conhecer o seu cliente, e quais ferramentas a ser aplicada através do marketing da empresa e desenvolver vínculos mais fortes com os clientes e um nível mais elevado de satisfação dos clientes.

1. ATUAÇÃO DE PEQUENAS EMPRESAS

No caso brasileiro, as micros e pequenas empresas têm grande peso econômico, porém, seu ciclo de vida costuma ser curto. Grande parte delas fecha por não ter uma boa administração e hoje em dia, a taxa de empresas que fecham em pouco tempo só aumenta devido a atual crise.

Há uma menor probabilidade de sobrevivência dos pequenos negócios, comparados aos grandes, mas, apesar disso, pequenas empresas podem permanecer estáveis mesmo quando a maioria delas não conseguem se manter.

Ao mesmo tempo em que a pequena empresa cumpre um importante papel econômico, ela enfrenta dificuldades para sobreviver. Decidimos então, falar sobre o desenvolvimento das pequenas empresas, destacando as razões e as dificuldades para sua sobrevivência. Para tal, além deste tópico, esse projeto contém muitas seções que explicam o que é importante para começar uma empresa e mantê-la.

2. RAZÕES PARA A SOBREVIVÊNCIA

As pequenas empresas atuam como um complemento, ocupando espaços em segmentos produtivos dos quais as grandes empresas ocupam esporádica ou incompletamente. Elas também têm menores custos variáveis e fixos na produção, no comércio e na prestação de serviços:

O pequeno produtor para compor seu custo variável deve lançar os gastos de produção, como matérias-primas, embalagens e etiquetas; nos custos fixos deve lançar salários, pró-labore, encargos, água, luz, telefone, aluguel e internet. A soma dos custos variáveis e fixos é igual ao gasto total de produção.

O comerciante, para compor seu custo variável, precisa listar todos os gastos com a compra de mercadorias, que serão revendidas; nos custos fixos deve lançar salários, pró-labore, encargos, água, luz, telefone, aluguel e internet. No comércio, a soma dos custos fixos com o valor gasto nas compras dos produtos forma o custo total da mercadoria.

O prestador de serviços vai computar nos custos variáveis, o gasto com as matérias-primas e insumos empregados na realização do mesmo, em contas separadas; se ele possuir um local fixo estabelecido, tem gastos fixos, como água, luz, telefone, aluguel e internet e se possuir funcionários tem gasto com salário e pró-labore. O valor total de execução é equivalente aos custos fixos somados ao de realização.

No quesito competitividade, as empresas líderes em preço convivem bem com as pequenas empresas que ocupam fatias pouco ponderáveis do mercado. O custo de eliminação das pequenas empresas não compensaria os ganhos em termos de expansão da hierarquia de mercado.

Sempre existem pessoas dispostas a assumir riscos, reunindo mão de obra e capital na instalação de uma pequena empresa pela satisfação de serem chamados de homens de negócios, ainda que pudessem ganhar mais na função de gerente assalariado. Esse é o caso do proprietário da empresa escolhida por nós.

3. DIFICULDADES A SEREM ENFRENTADAS

As pequenas empresas ,podem enfrentar diversas dificuldades e vamos destacar algumas possíveis:

Qualquer empresa, mesmo que, pequena precisa de equipamentos de qualidade, marketing e um capital inicial, esses fatores podem ser barreiras devido à baixa capitalização;

A limitada flexibilidade financeira para investimentos, em reformas, propagandas, etc. Também se deve à baixa capitalização.

O maior problema é baixa taxa de lucro devido à intensa concorrência nos setores povoados por pequenas empresas, isso faz com que o proprietário desanime em períodos de baixo lucro e movimento.

Muitas vezes, a pessoa que decide abrir um negócio não possui conhecimentos estratégicos para barganhar reduções nos custos das compras e de transportes, fazer uma contabilidade correta e administrar no geral o seu estabelecimento.

O Brasil é um dos países mais empreendedores do mundo, já que, muito se empreende por falta de oportunidade de emprego e necessidade.

Outros fatores predominantes a acusar neste tema são, a burocracia e a dificuldade em se obter crédito.

4. TRIBUTAÇÃO, ENCARGOS, IMPOSTOS E LEGALIZAÇÃO

Algumas questões burocráticas devem ser levadas em consideração pelo pequeno empresário antes de investir em um negócio, tais como, tributação, encargos sociais, impostos e legalização.

Existem impostos a serem pagos pelo lucro presumido ou lucro real, além de, licenças e alvarás com as quais o pequeno empresário deve arcar anualmente.

É preciso contratar um contabilista que para viabilizar com maior facilidade todas essas exigências e deverá levar em conta o gasto que se terá por seu trabalho contabilista.

De fato, a tributação é um campo não muito amigável, mas é preciso ter pleno conhecimento para não entrar em falência ou ter problemas com a justiça.

O problema é que o campo da tributação é cheio de complexidades, peculiaridades e regras e, muitas vezes, o empreendedor já fica confuso e se sentindo perdido na hora de formalizar o seu negócio. Fato é: dados do IBPT (Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação) indicam que 33% do faturamento empresarial é destinado ao pagamento de tributos.

Simples Nacional é um regime de tributação simplificado criado especialmente para empresas de pequeno porte. Ele unifica oito impostos em um único boleto e reduz sua carga tributária. Se o seu faturamento anual está abaixo de 3,6 milhões, é preciso se informar sobre a situação.

Há impostos incidindo (e isso varia em função do setor de atuação e do porte da empresa) sobre as receitas de venda de produtos e serviços (IūPI, ICMS, ISS, PIS/COFINS e contribuições previdenciárias), sobre as importações de bens, serviços e tecnologia (Imposto de Importação, IPI, PIS/COFINS, CIDE, ICMS e ISS), a folha de salários (contribuições previdênciais), o patrimônio (ITR, IPTU e IPVA), o exercício de certas atividades reguladas (ex: taxa da Anatel, FUST, FUNTEL) e, finalmente, o lucro (IRPJ e CSL).

O empreendedor também deve considerar, em seu plano de negócios, os tributos que, em certos casos, serão recolhidos antecipadamente pelos seus fornecedores (a exemplo do ICMS pago por substituição tributária) e aqueles que serão retidos pelos seus clientes quando do pagamento das faturas (como o IRPJ, PIS/COFINS e, em certos municípios, do ISS).

Os principais tributos que todo empreendedor precisa conhecer detalha o tema. Mas, basicamente, há tributos federais e estaduais.

Principais tributos federais:

- IRPJ (Imposto de Renda Pessoa Jurídica): incide sobre o lucro da empresa. O IRPJ é retido pelos clientes no momento do pagamento das faturas;

- CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido): incide sobre o lucro real do negócio;

- COFINS (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social) e PIS (Programa de Integração Social)/PASEP (Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público): contribuições que incidem sobre a receita bruta da empresa;

- IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados): aplicado sobre produtos industrializados, tributados no momento em que saem da fábrica.

Principal tributo estadual:

- ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): parecido com o IPI, mas que pode incidir também sobre alguns serviços. Varia bastante por tipo do produto ou serviço. Dica: consulte a Secretaria da Fazenda do seu Estado para saber qual é a alíquota que incide sobre ICMS do seu produto ou serviço. Fique atento, pois o ICMS é recolhido antecipadamente pelos seus fornecedores, por isso é pago por substituição tributária.

Principal tributo municipal:

- ISS (Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza): incide sobre prestação dos serviços listados na Lei Complementar nº116/03.

Os encargos sociais:

Os encargos sociais são um tipo de tributação obrigatória, e é bom conhecer bem cada um pois assim é possível avaliar melhor o custo da mão de obra para a empresa. São eles:

- Instituto Nacional de Seguro Social – INSS;
- Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;
- Programa de Integração Social e Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público – PIS/PASEP;
- Grau de Incidência de Incapacidade Laborativa Decorrente dos Riscos Ambientais do Trabalho – GILRAT;
- Salário Educação (emprego no setor privado empresarial); e
- Contribuição para o Sistema S – SESC/SENAC, SENAI/SESI, SEBRAE, INCRA (emprego no setor privado empresarial).

5. CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

5.1. Criatividade

O primeiro o componente ideacional da inovação é a criatividade, a criatividade do indivíduo tem sido considerada o fator fundamental para a geração da inovação, de interesse da organização, constituindo enquanto a inovação é a concretização e a aplicação das novas ideias.

A criatividade está relacionada com a inovação, para inovar é preciso ter criatividade, também está relacionada à imaginação, a invenção, a intuição, a inspiração, a iluminação e a originalidade.

Esta é uma época caracterizada por aceleradas transformações tecnológicas, integração regional e mundial da produção e comercialização, universalização das comunicações, rápidas mudanças políticas e culturais etc.

É muito importante ter criatividade para enfrentar os problemas e achar soluções práticas e incomuns já que a competição empresarial e em outras áreas, torna-se cada vez mais intensa.

5.2 Inovação

No contexto empresarial, a mudança está se tornando regra e não a exceção: Inovação em tudo, novas demandas dos clientes, produtos, técnicas de produção e comercialização, processos de gerenciamento, sistemas mais eficientes de transporte e comunicação, etc.

A velocidade dessas transformações exigem novas formas de gerenciamento, decisões rápidas sobre fatos novos, para os quais não se pode contar com regras preestabelecidas.

Introduzir uma inovação nem sempre é algo simples, a resistência à mudança é algo muito frequente. As pessoas tem medo de mudança, mesmo que forem mudanças simples, tudo que as fazem sair da "zona de conforto" é de difícil aceitação.

Os dois grandes desafios a serem trabalhados em uma organização são: como introduzir uma inovação e como facilitar o processo de adaptação à mudança.

Tem-se notado também a presença da motivação em empresas que dão apoio ao indivíduo, reconhecendo suas habilidades e esforço, fazendo-o se sentir satisfeito no trabalho e motivado a se empenhar e dar o melhor de si.

O apoio da direção é indispensável, um clima criativo só ocorrerá caso haja apoio dos escalões superiores da organização.

As características de um clima favorável da empresa para com seus funcionários são: motivar a produção de ideias; tolerar o fracasso, encorajar a experimentação e o risco; não impedir e até facilitar a realização de um segundo trabalho; permitir críticas construtivas e fazer com que a pessoa sinta que se confia nela.

É notório que alguns princípios de administração e gerência têm sido observados em empresas que vêm se destacando nas áreas de inovação e criatividade. A literatura norte-americana cita, por exemplo, alguns desses princípios que parecem facilitar o aproveitamento máximo dos recursos humanos, como os relacionados a seguir: o insistir na liberdade, no local de trabalho, para que se possa perseguir ideias inovadoras; o estruturas organizacional e política flexíveis, com ênfase na confiança e cooperação mútuas; o estrutura organizacional e clima de trabalho em que prevaleça o respeito à dignidade e ao valor dos indivíduos, em que a iniciativa seja encorajada e as capacidades de cada um, desafiadas; o estrutura organizacional que mantenha a autonomia e a flexibilidade, através da delegação de responsabilidade e autoridade.

6. PEQUENAS EMPRESAS, GRANDES NEGÓCIOS

6.1. Chocolates Garoto

A chocolate Garotos, localizada em Vila Velha (ES), é uma das 10 maiores fábricas de chocolates do mundo, sendo a maior da América Latina. A empresa conta hoje com um portfólio de aproximadamente 70 produtos e é a segunda marca mais vendida de chocolates do Brasil, com 22,8% do mercado em 2014.

A Empresa Chocolates Garoto foi fundada em 16 de agosto de 1929, pelo imigrante alemão Henrique Meyerfreud com o nome de fábricas Balas H. Meyerfreud & cia, em um galpão localizado na Prainha, bairro da cidade de Vila Velha (ES). As primeiras balas eram vendidas por meninos, em tabuleiros, nos pontos de bonde de Vila Velha, deste modo as balas passaram a ser conhecidas como balas "Garoto". Mas rapidamente as balas passaram a ser distribuídas para casas comerciais, tanto da capital como das cidades do interior do estado.

Em 1934, Henrique Meyerfreud recebeu herança de seus pais e comprou máquinas para a produção de chocolates. Dois anos depois, conseguiu financiamento para uma fábrica mais moderna no bairro da Glória, local onde até hoje está o Parque Industrial da Garoto. Com a nova infraestrutura e produtos á base de chocolate, a empresa entrou numa fase de grande desenvolvimento, chegando a vender além dos limites do Espírito Santo.

Dentre os produtos que fabrica estão caixas de bombons, tabletes, ovos de Páscoa, e chocolate para uso culinário como coberturas e pó solúvel, que podem ser encontrados em mais de 50 países. Seus maiores sucessos são a Caixa Amarela e os tabletes familiares com a marca Garoto; os chocolates Baton e Talento e o bombom, Serenata de Amor. Também oferece versões em sorvetes e picolés de algumas das suas principais marcas

6.2. Cacau Show

Em 1988 na zona Norte de São Paulo, onde morava um menino chamado Alexandre Costa. Com apenas 17 anos e um grande sonho, ele vendeu 2.000 ovos de Páscoa que não existiam. Então com a ajuda de uma senhora simpática ele produziu todos eles com as próprias mãos. Assim nascia a Cacau Show.

Alexandre passou a vender chocolate de porta em porta, e foi aprender com quem tem tradição em fabricar chocolate.

Todo esse esforço deu frutos! No ano 2.000 foi inaugurada a primeira loja, a primeira de muitas!

Em 2008 se tornaram a maior rede de chocolates finos do mundo!

E como sonhar grande e sonhar pequeno custam a mesma coisa... Um grande sonho virou uma doce realidade, chegaram a marca de 1.000 lojas!

Os chocolates da Cacau Show conquistaram os corações dos brasileiros, e a admiração das marcas de chocolates de todo o mundo.

Chegaram até mesmo a ganhar o Carnaval de São Paulo em 2010 quando a "Rosas de ouro" apresentou um enredo contando a história do chocolate, que contaram no livro "O Cacau é Show".

Criaram o Instituto Cacau Show para oferecer reforço escolar, esportes, Cultura e música para a comunidade de Itapevi. Onde fica a fábrica da Cacau Show desde 2006.. Bem diferente do antigo lar no bairro da casa verde!

A Cacau Show cresceu e mudou bastante. Mas uma coisa permaneceu... O amor por chocolate. Por isso todo ano a última caixa com produtos de Páscoa e de Natal a sair da fábrica passa pela mão de todos os funcionários, para simbolizar o trabalho e a paixão de toda família Cacau Show.

6.3 China in Box

Nos dias de hoje, em que o tempo sempre é curto e precisamos ser rápidos até na hora de tirar alguns momentos para a gente, o delivery acabou por se tornar um facilitador.

Foi combinando esse pensamento às técnicas milenares da cozinha chinesa com uma forma diferente de fazer comida rápida, gostosa e quentinha, que nasceu a primeira loja do China in Box.

Inaugurada em 1992 no bairro paulistano de Moema, ela veio depois de uma viagem que Robinson Shiba fez aos EUA durante seu curso de odontologia. Lá ele viu que o delivery chinês era um sucesso e percebeu que trazer para o Brasil os sabores exclusivos do oriente aliados à praticidade do fast food delivery era uma ideia empreendedora e de peso.

De volta ao Brasil, falou de sua ideia para a família, que recebeu a novidade de braços abertos. Assim, a família Shiba resolveu adaptar os sabores da china ao paladar brasileiro e abrir uma loja. Poucos anos depois a empresa filiou-se à associação brasileira de franchising (ABF), dando início ao sistema de franquias. Foi uma receita de sucesso! Agradou aos brasileiros e resultou na abertura de mais de 160 franquias.

Ao longo de mais de 20 anos de existência da marca, o China in Box tornou-se a maior rede do segmento de delivery de comida oriental da América Latina

7. ESTUDO DE CASO: FRITAZ CONE

7.1. Criação da Fritaz Cone

A empresa foi inaugurada no dia 15 de outubro de 2014 com atendimento focado para delivery e fast-food ou seja, para pessoas que procuram alimentação rápida barata e gostosa. Com objetivo de ser pioneira na cidade de Araraquara e região, a ideia surgiu em uma viagem e foi elaborado todo um projeto para abertura do estabelecimento. O proprietário nos disse que é muito bom olhar para algo que antes estava somente na sua cabeça, saiu de você e se transformou em uma empresa real e que hoje é motivo de orgulho. E é este orgulho que também o mantém motivado a vencer os desafios e crescer.

7.2 Razões que levaram a abertura da empresa

7.2.1 Segurança

As pessoas normalmente dizem que ter um emprego com carteira assinada é ter segurança. Hoje isto não é tão verdade. Outro fator que pesa é que como empreendedor você poderá ganhar mais o que pode compensar vários anos trabalhando de carteira assinada. Entretanto, tem que tomar as decisões e arcar com as consequências.

7.2.2. Ter liberdade para fazer outras coisas

A liberdade não acontece logo que você abre um negócio próprio. Na verdade, no começo provavelmente terá que trabalhar mais do que no em um emprego registrado e isto ocorre porque é preciso colocar as coisas para funcionar.

7.2.3. Ter flexibilidade de horário

Em alguns tipos de negócios próprios, de começo já é possível conseguir um horário bem flexível. Em outros tipos de empreendimentos não conseguirá flexibilidade de horário logo no começo, mas com um pouco de trabalho e organização é possível.

7.2.4. Ganhar mais dinheiro

Nos primeiros meses de um negócio é provável que você ganhe menos do que em um emprego registrado. No entanto, se tiver um bom plano de negócios, após alguns meses começará a ter retorno do esforço feito.

Uma pequena empresa bem administrada deverá dar de lucro 15%, isso depois de retirar seu salário (o que é pró-labore), as despesas e pagar impostos. Assim, além de ter uma retirada suficiente para manter suas despesas, deveria ter retorno de 15% para a própria empresa crescer.

7.3. Abrir um negócio pode ser mais fácil do que você imagina

A maior dificuldade é o processo de tributação. O próprio negócio é muitas vezes nossa preconcepção do que pode ser algo é muito pior do que realmente é. Nestes casos o nosso maior desafio é vencer nós mesmos e sair da inércia. Várias vezes nos pegamos pensando o quão doloroso vai ser fazer algo.

Quando realmente colocamos a mão na massa e terminamos notamos que foi muito mais fácil do que pensávamos.

Tem um ditado que gostamos muito: "as coisas não são difíceis de fazer, o difícil é nos dispormos a fazê-las" Constantin Bracusi.

8. PODE SER MUITO LUCRATIVO

Há uma chance de que sua empresa fique realmente grande. Muitas são as histórias de sucesso em que empresários começam com pouco capital e criam verdadeiros impérios.

Havia um tempo em que todo mundo reclamava da carga tributária e da burocracia. Hoje já melhorou bastante. Temos o sistema de impostos simplificado, o simples, temos a possibilidade de abrir um MEI sem sair de casa, pela internet.

Ainda tem muito o que melhorar, mas o “governo” também tem feito sua parte, afinal ele tem que fazer, pois os pequenos negócios são responsáveis por gerar 90% dos empregos e movimentam a economia. (Agencia Sebrae – 2013).

8.1. Provar que você é capaz

Às vezes tem algo que precisamos provar para nós mesmos, uma coisa que gostaríamos de fazer, mas ainda não fizemos. Uma ideia que fica na nossa mente como uma semente adormecida, até que chega o momento de nascer.

Ao abrir um negócio próprio você estará desafiando você mesmo a provar que é capaz de conduzir uma empresa, virar empresário.

8.2. Não ter um chefe

Não ter um chefe, este pode ser um motivo para se iniciar um negócio próprio. No entanto saiba que o fato de não ter um chefe não significa que você não terá que seguir regras.

Falando de uma microempresa você terá o contador te ligando para enviar as notas fiscais emitidas no mês. Você terá que pagar os funcionários e aluguel do ponto comercial, etc.

Mas no final para quem tem espírito empreendedor é muito melhor do que ter um chefe que não acompanha seu ritmo.

8.3. Contribuir para o crescimento de algo que é seu

A própria maneira das pessoas falarem já diz tudo: "O Carlos agora está trabalhando para os outros...". Quando você trabalha na ideia de alguém (empresa de alguém) você está gerando riqueza para ele e não para você.

Você poderia criar algo só seu e gerar riqueza para você. Riqueza no sentido de que você paga todas as despesas e começa a economizar, isto é gerar riqueza. Não é ficar rico da noite para o dia.

8.4. Porque pode ser divertido

Levantar de manhã, ir trabalhar, conversar com clientes, idealizar como você poderia fazer o negócio render mais, gerenciar funcionários, tudo isso pode ser muito divertido. Legal mesmo é analisar os números do negócio e criar novas maneiras de atrair clientes.

Poucos pequenos empresários pensam desta maneira. Na maioria das vezes eles apenas vivem um dia atrás do outro sem perceber que os nos próximos dias pode fazer algo que torne sua empresa melhor e se divertir com isso.

8.5. Você poderá trabalhar junto com sua família

Montar um negócio pode ser uma oportunidade única de estar perto das pessoas que você gosta. Ensinar um filho como trabalhar, estar perto do marido ou esposa tudo isso pode ser muito bom. Uma verdadeira oportunidade para crescerem juntos.

Mesmo que em algum momento tenham algum problema típico de empresa familiar, no final será um grande aprendizado para todos.

8.6. DEIXAR SUA MARCA NO MUNDO EMPRESA

Esta pode ser uma das coisas mais difíceis de se fazer, mas se você acertar a mão poderá deixar uma empresa para depois que você não estiver mais aqui. Um legado para sua família e outros se lembrarem de quem foi você

9. A CRIATIVIDADE NA PEQUENA EMPRESA

Este estudo teve como objeto a criatividade na pequena empresa.

Situada na cidade de Araraquara, de fácil acesso para todas as participantes do grupo, procuramos avaliar a criatividade do dirigente e se o ambiente (clima organizacional) era agradável. O fato central foi de que há criatividade para propor melhorias e trazer aprovação dos clientes.

9.1. Inovação

A inovação não é uma tarefa fácil, vem da mudança e requer um ambiente organizacional adequado. O ambiente deve permitir que a criatividade, o incentivo e erros. Este artigo caracteriza a inovação na empresa: Fritaz Cone. Analisamos que a empresa se baseia em preferência dos clientes.

O dirigente da empresa é jovem e conhece as vontades dos consumidores mais jovens, visto que, muitas empresas preferem manter o tradicional por medo de arriscar. Por ser um local muito frequentado por estudantes, ele busca diminuir os preços para que fique mais acessível.

9.2. Produtos

Os produtos são sempre inovados para agradar o cliente, aqui estão algumas de nossas mercadorias:

Figura 1- Churros Espanhóis



Fonte: Luiz Rossi, 2016

Figura 2: Nova mercadoria, mini pastéis de queijo.



Fonte: Luiz Rossi, 2016

Figura 3: Batatas fritas.



Fonte: Luiz Rossi, 2016

Figura 4: Cone de Frango



Fonte: Luiz Rossi, 2016

Figura 5: Cone Chicken Nuggets



Fonte: Luiz Rossi, 2016

9.3. Promoções

Na Fritaz Cone, sempre há promoções novas, como por exemplo, “na compra de dois cones, ganha mais um”, etc. Sempre tentando lucrar e agradar os clientes. Há sorteios também, para que os consumidores que frequentam tenham um “agrado” a mais.

Figura 6: Promoções da Fritaz cone *nossa empresa Fritaz*



Fonte: Luiz Rossi, 2016

Figura 7: Dia da promoção Batata Frita em dobro.



Fonte: Luiz Rossi, 2016

Figura 8: Sorteios que acontecem na nossa empresa Fritaz Cone.



Fonte: Luiz Rossi, 2016

9.4. Entregas

O estabelecimento está disponibilizando a forma mais prática de saciar aquela vontade de comer um cone, a novidade é que não é mais preciso sair de casa, apenas pedir por telefone e o produto será entregue.

Figura 9: Disk Entregas

CONCLUSÃO

FRTAZCONE VAI ATÉ VOCE

FRTAZ Cone VZ

FAÇA O SEU PEDIDO ON LINE OU PELA FONE

ESCOLHA O TAMANHO DE SEU CONE

ESCOLHA A SUA PORÇÃO

BATATAS FRIAS	CHICKEN BURGERS	CHICKEN FRIES	CHURROS ESPANHOIS
GRD: R\$ 8,00 POR: R\$ 5,00	GRD: R\$ 10,00 POR: R\$ 6,00	GRD: R\$ 12,00 POR: R\$ 6,00	GRD: R\$ 12,00 POR: R\$ 6,00

ESCOLHA O SEU MOLHO

BARBEQUE	CATCHUP
CHERRY	DOCE DE LEITE
MARRONESC GOURMET	MOSTARDA ESPECIAL

SEU PEDIDO CHEGA QUENTINHO

ENTREGA RAPIDA NO SEU ENDEREÇO

PAGUE EM DINHEIRO OU CARTÃO

AGRADECEMOS O SEU PEDIDO

FRTAZ CONE
RUA NOVE DE JULHO Nº 1200 - CENTRO / ON LINE: FACEBOOK.COM/FRTAZCONE
DISK ENTREGAS: (19) 99474-5986 / 3010-8485

©NÃO DOGUE LIDO NA SUA MANTENHA SUA COZINHA LIMPA

Fonte: Luiz Rossi, 2016

CONCLUSÃO

Conforme o andamento, conclui-se que o trabalho possibilitou reconhecimento e desenvolvimento de pequenas empresas e grandes negócios de forma viável e econômica, a empresa em estudo apresenta benefícios relevantes, respeitando o nível de serviço do consumidor, com altos níveis de administração.

Podemos observar os motivos que levam uma pessoa a criar uma empresa, o que a leva a continuar e a visão de futuro.

A geração de informações atualizadas sobre quanto e quando é necessário o suprimento de recursos materiais, bem como o conhecimento dos custos de aquisição e manutenção dos estoques para as necessidades de consumo produtivo são vistos como principais resultados dos estudos. Pode se destacar também a redução de custos de gestão de estoques, melhorias no sistema de compras, melhorias no sistema de gestão de estoques e nível de atendimento ao cliente, bem como aumento da competitividade empresarial, como consequência da exposição de dados sólidos, vitais para qualquer empresa que deseje lançar-se competitiva no mercado atual.

Lembrando também que a inovação faz parte do negócio fluir, sempre tentando agradar o cliente e seguindo em frente das concorrentes.

REFERÊNCIAS

SANTANA, José Augusto Alves. **A ESTRATEGIA EM MARKETING DE VENDAS NAS ORGANIZAÇÕES MODERNAS: UM ESTUDO DE CASO NA TEM TUDO MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO - PARACATU - MG.** 2011. 65 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Faculdade Tecsona, Paracatu - Mg, 2011.

CHOCOLATES Garoto. In: EDUARDO FERNANDES (Espírito Santo) (Ed.). **Chocolates Garoto.** Vila Velha (es): Wikipédia, 2013. p. 1. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Chocolates_Garoto>. Acesso em: 16 mar. 2016.

AS 26 MAIS ÍNCRÍVEIS CITAÇÕES DE MARKETING. [s.l.]: Agência St - Marketing Digital, 20 jan. 2014. Disponível em: <<http://agenciast.com.br/portal/as-26-mais-incriveis-citacoes-de-marketing/>>. Acesso em: 26 jun. 2016.

ROSSI, Luiz. **Imagens: Produtos.** 2016. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Fritaz-Cone-1061898440515853/?fref=ts>>. Acesso em: 29 maio 2016.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E PROCESSO DECISÓRIO. [s.l.]: Comunidade Adm, 20 jul. 2012. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/planejamento-estrategico-e-processo-decisorio/64798/>>. Acesso em: 29 jun. 2016.

GONÇALVES, Vinicius. **25 Bons Motivos Para Abrir Um Negócio Próprio.** 2016. Disponível em: <<http://www.novonegocio.com.br/empreendedorismo/25-motivos-abrir-negocio-proprio/>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

ÁREAS de Atuação: Pequenas Empresas. 2015. Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/cni/areas-de-atuacao/pequenasempresas/>>. Acesso em: 23 jul. 2016.

SIQUEIRA, Jairo. **Criatividade e inovação na pequena empresa.** 2008. Disponível em: <<http://criatividadeaplicada.com/2008/07/13/criatividade-e-inovacao-na-pequena-empresa/>>. Acesso em: 19 jul. 2016.