

CENTRO DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA IRMÃ AGOSTINA
Curso Técnico em Administração

Bruno da Silva Ferreira
Gabriel Marcos Lopes Santos
Guilherme Garofalo da Silva
Juvenal Igor de Oliveira
Paulo Eduardo Souza da Silva
Thiago Domingues dos Santos
Pedro Henrique Souza da Silva
Victor Henrique Lopes Martins

SPORTO

São Paulo

2022

Bruno da Silva Ferreira

Gabriel Marcos Lopes Santos

Guilherme Garofalo da Silva

Juvenal Igor de Oliveira

Paulo Eduardo Souza da Silva

Thiago Domingues dos Santos

Pedro Henrique Souza da Silva

Victor Henrique Lopes Martins

SPORTO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Irmã Agostina, orientado pelo Prof. Davi de Moraes Fontes, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

São Paulo

2022

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a todas as pessoas, familiares e amigos, que nos ajudaram no desenvolvimento deste trabalho, mesmo que indiretamente, com o apoio e paciência ao ouvir nossas dúvidas e aflições.

Ao nosso orientador, David, pela dedicação e paciência nos atendimentos. A todos os professores pelas dicas e orientações prestadas ao grupo, que mesmo não sendo nossos orientadores, disponibilizaram um pouco de seu tempo para nos atender, o que nos levou ao desenvolvimento de muitas ideias.

RESUMO

O trabalho objetiva-se pela elaboração de uma proposta de negócio sob o domínio de SPORTO. O negócio busca solucionar os problemas enfrentado por pessoas com deficiência ortopédica, sendo proposto a criação e produção de tênis sob medida, com objetivo de dar conforto, bem-estar e saúde para aqueles que necessitam deste tipo de produto, mas que nem sempre é encontrado a pronta entrega no mercado de calçados.

Palavras-chave: Tênis ortopédico, empreendedorismo, demanda puxada.

ABSTRACT

The work aims to prepare a business proposal under the domain of SPORTO. The business seeks to solve the problems faced by people with orthopedic disabilities, being proposed the creation and production of bespoke sneakers, giving comfort and wellbeing to the health of those who need this type of product, but that is not always found prompt delivery in the footwear market.

Keywords: Orthopedic shoes, entrepreneurship, pulled demand.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. LOGO DA EMPRESA	10
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
4. HIPÓTESE.....	11
5. SUMÁRIO EXECUTIVO	12
5.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio	12
5.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições	12
5.3 Dados do empreendimento	15
5.4 Missão da empresa	15
5.5 Objetivo geral	15
5.6 Objetivo específico	15
5.7 Setores de atividades	16
5.8 Forma jurídica	16
5.9 Enquadramento tributário	16
5.10 Capital social	16
5.11 Fonte de recursos	16
6. JUSTIFICATIVA	17
7. ANÁLISE DE MERCADO	17
7.1 PESQUISA DE MERCADO	18
7.2 Objetivos e Metas.....	19
7.3 Estudo dos concorrentes.....	20
7.4 Estudo dos fornecedores.....	20
8. METODOLOGIA.....	20
Benefícios do Canvas	21

9.	AS VANTAGENS DE USAR UM TÊNIS ORTOPÉDICO	23
10.	TIPOS DE PISADA.....	24
11.	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	25
11.1	PLANO DE MARKETING.....	25
11.2	Estratégias Promocionais.....	27
11.3	Marketing Digital	28
11.4	Missão, Visão e Valores	31
12.	FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO	31
13.	LAYOUT	32
14.	PLANEJAMENTO OPERACIONAL.....	33
14.1	Desenvolvimento	33
14.2	Almoxarifado	33
14.3	Corte.....	33
14.4	Pespointo.....	34
14.5	Pré-Frezado	34
14.6	Entreposto	34
14.7	Montagem	34
14.8	Acabamento.....	34
14.9	Finalização	35
15.	PLANEJAMENTO TÁTICO.....	35
16.	PLANEJAMENTO FINANCEIRO.....	36
16.1	Capital social.....	36
16.2	Estimativa dos investimentos fixos	36
16.3	Capital de giro	37
16.4	Investimentos pré-operacionais.....	37
16.5	Investimento Total (resumo).....	37
16.6	Estimativa de faturamento mensal.....	37

16.7	Estimativa do custo unitário de matéria prima.....	38
16.8	Materiais diretos e terceirizações	38
16.9	Estimativa dos custos de comercialização	38
16.10	Estimativa dos custos com depreciação.....	39
16.11	Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	39
16.12	Demonstrativos de resultados	40
17.	CONCLUSÃO.....	41
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	42

1. INTRODUÇÃO

A partir de pesquisas realizadas pela ORTHOP em 2021 - “Os **pés e joelhos**, como qualquer membro do corpo, precisam funcionar em harmonia. Isso inclui tecidos, ligamentos e músculos”, foi possível perceber o quanto a problemática dos calçados para as pessoas com deficiência motora nos pés ou pernas que comprometem a parte inferior, tem relevância em função da busca por calçados ideais que atendam às suas necessidades estéticas e de conforto. Diante de toda essa realidade, sobre pessoas com deficiência ou problemas nos membros inferiores, a SPORTO busca trazer conforto e segurança para este público.

O objetivo principal deste projeto foi analisar a necessidade de calçados ideais para pessoas com deficiência física ou problemas nos membros inferiores que têm dificuldades em encontrar calçados, que as satisfaçam em diversos aspectos: como conforto, estética, facilidade de calçar. Para que pudesse ter um estudo mais aprofundado foram entrevistadas várias pessoas para que assim, fosse possível a partir do ponto de vista delas, analisar quais os seus reais problemas e necessidades tratando de sapatos adaptados.

Diante do pouco número de empresas deste tipo de negócio, o projeto tem como objetivo dar uma maior assistência para esse tipo de público, buscando cada vez mais um melhor desempenho e atendimento aos clientes.

2. LOGO DA EMPRESA

O logo da empresa é a letra S, a letra inicial de SPORTO, com uma asa para passar a sensação de liberdade para as pessoas que olharem.



3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A empresa SPORTO utiliza o sistema MRP que é um sistema de gerenciamento que garante melhor controle de estoque reduzindo custos e tempo, além de oferecer outras vantagens, buscando sempre um atendimento e entrega mais eficiente. A SPORTO trabalha com o sistema MRP onde a quantidade produzida deve ser condicionada ao volume de demanda, melhorando o atendimento aos clientes, além de aumentar a eficiência da empresa e reduzir a falta de utilização do capital.

“MRP em um método mecânico formal de programação de suprimentos no qual o tempo de compras ou de saída da produção é sincronizado para satisfazer necessidades operacionais período a período ao equilibrar a requisição de suprimentos para as

necessidades pela duração do tempo de reabastecimento. ” Ballou (2001)

Opta-se pela utilização da Produção Puxada uma vez que é iniciada a partir da confirmação do pedido pelo cliente, deste modo é feito uma previsão de demanda pelo mesmo, de modo que quem autoriza a produção é o cliente, tendo em vista que ao recolher suas necessidades imediatas do supermercado, estará gerando a necessidade de um novo lote do fornecedor (HORNBERG, TUBINO, LADEIRA, THONERN e RIFFEL, 2008). A empresa utilizando todos esses sistemas conta com uma organização, processos muito bem definidos e ágeis contando também com uma rede de fornecedores confiáveis.

4. HIPÓTESE

Segundo uma pesquisa realizada pelo Ministério da Saúde em 2020, cerca de 15% dos idosos tem dificuldade para andar, e segundo uma pesquisa feita pelo IBGE, em 2010 mais de 8% da população tinha alguma dificuldade de mobilidade.

Conforme a pesquisa, pode-se perceber que o mercado voltado para este público tem sido escasso, e não há variedade de escolhas para este tipo de produto. Diante disto, o projeto realiza a criação de tênis ortopédico para pessoas com deficiências e dificuldades na mobilidade, diminuindo os problemas que podem ser gerados aos demais membros. Com o diferencial de que os tênis serão feitos para cada cliente de forma única, por profissionais especializados para atender de forma correta e específica cada tipo de problema.

Foi realizada uma pesquisa de campo, e nela cerca de 90% das pessoas nunca compraram um tênis ortopédico e nem ouviram falar sobre esse assunto. A pesquisa também mostra que as pessoas que estariam mais interessadas nesse tipo de mercadoria seriam as de classe média/alta, então a SPORTO trabalhará com esse tipo de público. Através desses dados, é possível perceber a grande oportunidade que temos no mercado, e é possível enxergar o que as outras empresas não estão enxergando.

5. SUMÁRIO EXECUTIVO

5.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio

A SPORTO é uma empresa de tênis ortopédico criada com o foco para pessoas com deficiência nos membros inferiores principalmente nos pés, seja de nascença ou adquirida durante a vida, pois nós vimos que havia muitas pessoas necessitando de um conforto em sua caminhada do dia a dia, e não havia muitas empresas visando o lado das pessoas com deficiência ortopédica.

Nossa empresa focando na empatia com os mais necessitados, decidimos nos aprofundar na dificuldade de cada um, para que acima de tudo, nossos clientes possam se sentir acolhidos como nunca, e desta forma a SPORTO começa realizando a análise da pisada do cliente para assim, criar um tênis único e específico conforme a necessidade e problema de nossa “clientela”.

A SPORTO está localizada inicialmente na cidade de São Paulo capital. O montante investido no projeto será o total de 900 mil reais, com o aporte de 112,500 mil de cada um dos seis sócios. O faturamento mensal será aproximadamente R\$ 144,000.00, e a estimativa de lucro é no valor aproximado de 55 mil. Nós esperamos que o lucro total investido retorne em torno de 10/11 meses.

5.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

Sócio 1

Nome: Juvenal Igor de Oliveira

Endereço: Rua das perobas verde .68, Jardim Noronha; CEP 04853-187.

Cidade/UF: São Paulo/SP

Telefone: 1196845-2780

Responsável pelo setor de Marketing da empresa.

Investimento: R\$ 112.500,00

Sócio 2

Nome: Bruno Da Silva Ferreira

Endereço: Rua Hungria, Guarapiranga; CEP: 04912-065.

Cidade/UF: São Paulo/SP

Telefone: 1197031-4721

Responsável pelo setor administrativo da empresa

Investimento: R\$ 112.500,00

Sócio 3

Nome: Gabriel Marcos Lopes Santos

Endereço: Rua Puerto Natáles .214, Parque São Paulo; CEP: 04843-150.

Cidade/UF: São Paulo/SP

Telefone: 1197194-7328

Responsável pelo setor administrativo da empresa.

Investimento: R\$ 112.500,00

Sócio 4

Nome: Victor Henrique Lopes Martins

Endereço: Rua Ascâneo Meo, Jardim Progresso; CEP: 04848-060.

Cidade/UF: São Paulo/SP

Telefone: 1197626-1514

Responsável pelo setor de Design da empresa.

Investimento: R\$ 112.500,00

Sócio 5

Nome: Thiago Domingues dos Santos

Endereço: Rua Amaro Alves do Rosário, Parelheiros; CEP 04884000.

Cidade/UF: São Paulo/SP

Telefone: 1196059-7789

Responsável pelo setor de Atendimento da empresa.

Investimento: R\$ 112.500,00

Sócio 6

Nome: Guilherme Garofalo da Silva

Endereço: Rua João Ferreira de Abreu, Vila Arriete; CEP: 04445-140.

Cidade/UF: São Paulo/SP

Telefone: 1195341-7619

Responsável pelo setor de Vendas da empresa.

Investimento: R\$ 112.500,00

Sócio 7

Nome: Pedro Henrique Souza da Silva

Endereço: Rua Gabriel Pereira de Castro, Jardim Floresta; CEP: 04836-090.

Cidade/UF: São Paulo/SP.

Telefone: 1194476-8574

Responsável pelo setor de vendas da empresa Investimento: R\$ 112.500,00

Sócio 8

Nome: Paulo Eduardo Souza da Silva

Endereço: Rua Gabriel Pereira de Castro, Jardim Floresta; CEP: 04836-090

Cidade/UF: São Paulo/SP

Telefone: 11 97149-9789

Responsável pelo setor de Design da empresa.

Investimento: R\$ 112.500,00

5.3 Dados do empreendimento

Nome da empresa: SPORTO

CPF/CNPJ: 545.545.545-56

5.4 Missão da empresa

A SPORTO deseja ter uma boa ética, transparência, efetividade e competência visando o melhor para todos, sempre inovando e buscando um aprimoramento contínuo tendo uma boa relação não só com nossos clientes e empregados mais com todos os sócios, fornecedores, concorrentes.

5.5 Objetivo geral

O objetivo geral da SPORTO é a produção de tênis ortopédicos com o foco no conforto para pessoas com deficiência nos membros inferiores, especificamente nos pés, para que todas essas pessoas tenham mais possibilidades de experimentar um tênis que leve segurança e qualidade.

5.6 Objetivo específico

Visando um objetivo específico de:

- Implementar uma gama maior de escolhas especificamente para cada necessidade.
- Valorizar um público que não é tão reconhecido pelas grandes empresas de tênis.
- Revolucionar o mercado de tênis ortopédico.
- Melhorar a qualidade de vida.

5.7 Setores de atividades

A SPORTO irá exercer como um comércio, uma indústria e uma prestadora de serviço. Seremos uma indústria, pois vamos fabricar o nosso próprio produto, e o revendemos em nossas lojas, logo seremos um comércio também. Caso o nosso cliente queira ser atendido em casa, nós iremos até a sua casa para atendê-lo da melhor maneira possível, então seremos também uma empresa prestadora de serviço.

5.8 Forma jurídica

A SPORTO é: sociedade limitada (LTDA) que é aquela formada por duas ou mais pessoas, podendo ser pessoa natural ou jurídica, com capital social dividido em quotas.

5.9 Enquadramento tributário

O faturamento mensal da SPORTO será aproximadamente R\$ 144,000.00, e a estimativa de lucro é no valor aproximado de R\$ 55 mil. Então o lucro anual seria de R\$ 660mil ao ano, logo nossa empresa seria considerada uma EPP (Empresa de Pequeno Porte).

5.10 Capital social

CAPITAL SOCIAL		
SÓCIOS	VALOR	% DE PARTICIPAÇÃO
Bruno da Silva	R\$ 112.500,00	13%
Gabriel Marcos	R\$ 112.500,00	13%
Guilherme Garofalo	R\$ 112.500,00	13%
Juvenal Igor	R\$ 112.500,00	13%
Thiago Domingues	R\$ 112.500,00	13%
Victor Henrique	R\$ 112.500,00	13%
Pedro Henrique	R\$ 112.500,00	13%
Paulo Eduardo	R\$ 112.500,00	13%

5.11 Fonte de recursos

Bruno da Silva conseguiu o dinheiro através da venda de dois automóveis; Investimento 112.500,00.

Gabriel Marcos conseguiu o dinheiro através da venda de um apartamento, o investimento de R\$ 112.500,00.

Guilherme Garofalo conseguiu o dinheiro através da venda de uma casa de praia investimento de R\$ 112.500,00.

Juvenal Igor conseguiu o dinheiro através da venda de ações de uma empresa, investimento de R\$ 112.500,00.

Thiago Domingues conseguiu o dinheiro através dos lucros de seu comércio, investimento de R\$ 112.500,00.

Victor Henrique venceu na loteria e investiu um valor total de R\$ 112.500,00.

Pedro Henrique conseguiu o dinheiro através dos lucros de seu comércio, investimento de R\$ 112.500,00.

Paulo Eduardo conseguiu o dinheiro na venda de sua antiga casa de praia, investimento de R\$ 112.500,00.

6. JUSTIFICATIVA

A SPORTO foi criada com o intuito de proporcionar bem-estar e conforto para pessoas com necessidades especiais ou com problemas em seu caminhar, tendo em vista que o mercado é muito carente em produtos nesse segmento.

7. ANÁLISE DE MERCADO

Temos concorrentes de marcas grandes e bastante conhecidas, como: Orthor, Ortocenter e Ortoplace. O mercado é grande, mas a SPORTO está muito mais que preparada para ele; trazendo inovação, diversidade e conforto. Os diferenciais da SPORTO vieram através da falta de variedades de calçados para pessoas que possuem deficiência. Percebemos que os calçados ortopédicos criados hoje em dia seguem apenas um padrão de estilo, ou seja, acaba não entregando opções/modelos para as pessoas; outro grande diferencial é que além de entregarmos variedade, tiramos as medidas dos pés, e entregamos um calçado adequado e confortável para atender as necessidades desse público.

7.1 PESQUISA DE MERCADO

Após uma pesquisa realizada, foi tirada as seguintes conclusões:

Figura 1: A maioria das pessoas que responderam moram na zona sul de São Paulo.



Figura 2: A maioria das pessoas tinham entre 18 e 25 anos, ou seja, o marketing da empresa será focado para pessoas com essa faixa etária.

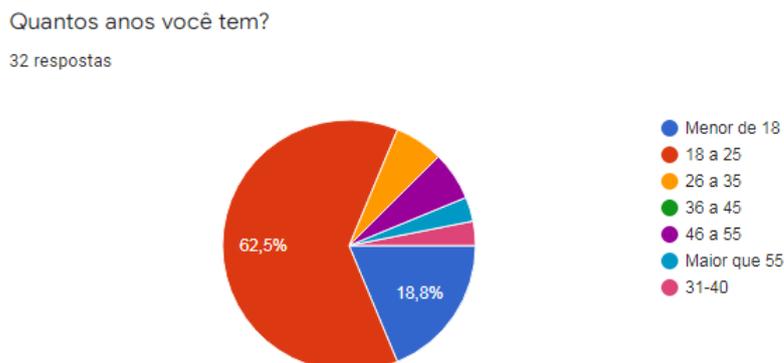


Figura 3: A maioria das pessoas usam tênis para sair de casa, logo a empresa terá um potencial de vendas maior do que as outras lojas de calçados



Figura 4: Como a maioria das pessoas tem uma renda mensal da residência de 4 salários mínimos, a Sporto vai fazer tênis pessoas com essa renda

Qual é a renda mensal da sua casa?

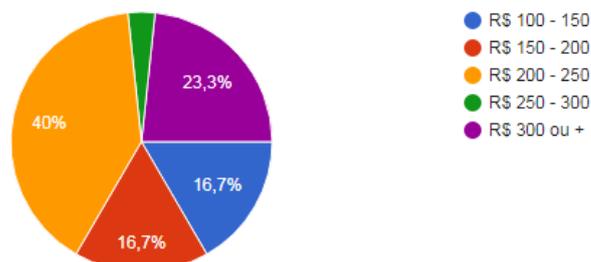
31 respostas



Figura 5: Com base nessa pesquisa a empresa definiu o custo mínimo do produto

Quanto você pagaria em um tênis ortopédico?

30 respostas



7.2 Objetivos e Metas

O projeto tem como meta principal ser referência no mercado de tênis ortopédico, sendo líder de vendas e ter clientes fidelizados, pois a Sporto vendera um tênis exclusivo para cada cliente. A primeira etapa para alcançar nossas metas será a fidelização dos clientes, na inauguração da empresa terá muitas pessoas querendo comprar nosso produto, então os funcionários da Sporto serão capacitados para tratar o cliente da melhor maneira para assim convencê-lo a comprar novamente. Na segunda etapa a Sporto pretende criar uma linha de *kids* para conquistar o cliente desde a primeira fase da sua vida, criando nele o hábito de comprar tênis ortopédico e futuramente esse cliente comprara nossos tênis para os seus filhos. E a terceira etapa seria o patrocínio de atletas e grandes eventos esportivos, como a Sporto

também e uma marca de tênis esportivo e apoia uma causa social, as outras empresas ficaram interessadas em investir no projeto, assim a Sporto se tornaria uma referência no mercado e finalmente conseguiria atingir sua principal meta. Para que todas as metas sejam atingidas será feito reuniões mensalmente com os colaboradores da empresa para que conferir o que está aumentando ou diminuindo as vendas.

7.3 Estudo dos concorrentes

Empresa	SPORTO	ORTHOR	ORTOPÉ	ORTOPLACE
Qualidade	Ótima	Boa	Ótima	Ótima
Preço	R\$ 150,00	R\$ 129,99	R\$ 99,99	R\$ 199,99
Condições de Pagamento	Dinheiro, Cartão e Pix	Dinheiro e Cartão	Dinheiro e Cartão	Dinheiro e Cartão
Localização	Grajaú	Osasco	Sorocaba	Guarulhos
Atendimento	Bom	Bom	Excelente	Excelente
Serviços aos Clientes	Excelente	Bom	Excelente	Excelente
Garantias Oferecidas	1 mês	1 mês	3 meses	6 meses

7.4 Estudo dos fornecedores

Palmilhas Ortopédicas	Orto-Ponto	R\$ 79,00	Boleto ou Cartão	Imediato	R. Marechal Floriano Peixoto 173 Centro, Porto Alegre - RS
Alginato maquirá algí Gel tipo S	Mercado Livre	R\$ 74,60	Boleto ou Cartão	7 dias úteis	MERCADO LIVRE
Tecidos para sapatos	Avimor	R\$ 34,90	Boleto ou cartão	14 dias úteis	Av. Raulino Cotta Pacheco 1428
Linhas	Mercado Livre	R\$ 199,50	Boleto ou Cartão	9 dias úteis	MERCADO LIVRE
Cadarcos e Cordões para Calçados	Rollatextil	R\$ 48,00	Boleto ou Cartão	3 dias úteis após a confirmação do pagamento	R. Jahu 227 - Pátria, HAMBURGO RS
Borracha	Pacco	R\$ 526,19	Boleto ou Cartão	15 dias úteis	R. Clodomiro Amazonas,248- Vila Nova Conceição - SP
Solados	Di Muzio	R\$ 8,10	Boleto ou Cartão	7 dias úteis	Av. da Liberdade, JAU-SP
Couro	Jcdecor	R\$ 32,42	Boleto ou PIX ou Cartão	3 dias úteis após a confirmação do pagamento	Av. Pedro II 1479, Carlos Prates Belo Horizonte MG
Pvc e Tr	Elo7	R\$ 15,99	Cartões	10 dias úteis	Rua Beira Rio nº 57. 30 andar, Vila olímpia –SP
Colas	Casas Bahia	R\$ 35,41	Cartão Casas Bahia, Boleto ou cartões	6 dias úteis	Rua Samuel Klein, ° 83. São Caetano do sul-SP

8. METODOLOGIA

O Business Model Canvas, mais conhecido como Canvas, é uma ferramenta de planejamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes.

É um mapa visual pré-formatado contendo nove blocos, são eles:

- Proposta de valor: o que sua empresa vai oferecer para o mercado que realmente terá valor para os clientes.
- Segmento de clientes: quais segmentos de clientes serão foco da sua empresa.
- Os canais: como o cliente compra e recebe seu produto e serviço.

- Relacionamento com clientes: como a sua empresa se relacionará com cada segmento de cliente.
- Atividade-chave: quais são as atividades essenciais para que seja possível entregar a Proposta de Valor.
- Recursos principais: são os recursos necessários para realizar as atividades-chave.
- Parcerias principais: são as atividades-chave realizadas de maneira terceirizada e os recursos principais adquiridos fora da empresa;
- Fontes de receita: são as formas de obter receita por meio de propostas de valor.
- Estrutura de custos: São os custos relevantes necessários para que a estrutura proposta possa funcionar.

As ideias representadas nos nove blocos formam a conceptualização do seu negócio, ou seja, a forma como você irá operar e gerar valor ao mercado, definindo seus principais fluxos e processos, permitindo uma análise e visualização mais objetiva do seu modelo no mercado.

Benefícios do Canvas

Exposição visual

Uma das qualidades do modelo Canvas é a possibilidade de reduzir a complexidade de planejar as atividades da sua empresa. Muitas vezes, apenas números dispostos em planilhas, não permitem uma boa visualização geral do que consiste a empresa e suas atividades. Essa estratégia permite que você observe, de forma visualmente interessante.

Simplicidade

Você pode pensar sobre sua empresa a partir de conceitos complexos ou pontos práticos do seu negócio. O modelo Canvas oferece a distribuição da estrutura do seu negócio através de nove quadros, de forma organizada, permitindo a compreensão das suas atividades e recursos de modo simplificado.

Abrangente

Engana-se quem pensa que o modelo Canvas pode ser utilizado apenas em empresas ou organizações de grande porte. Esse sistema pode ser aplicado em todos os tamanhos de negócios, micro, pequenos ou grandes, em qualquer segmento ou atividade. Não existem requisitos para utilizar o Canvas, basta planejar.

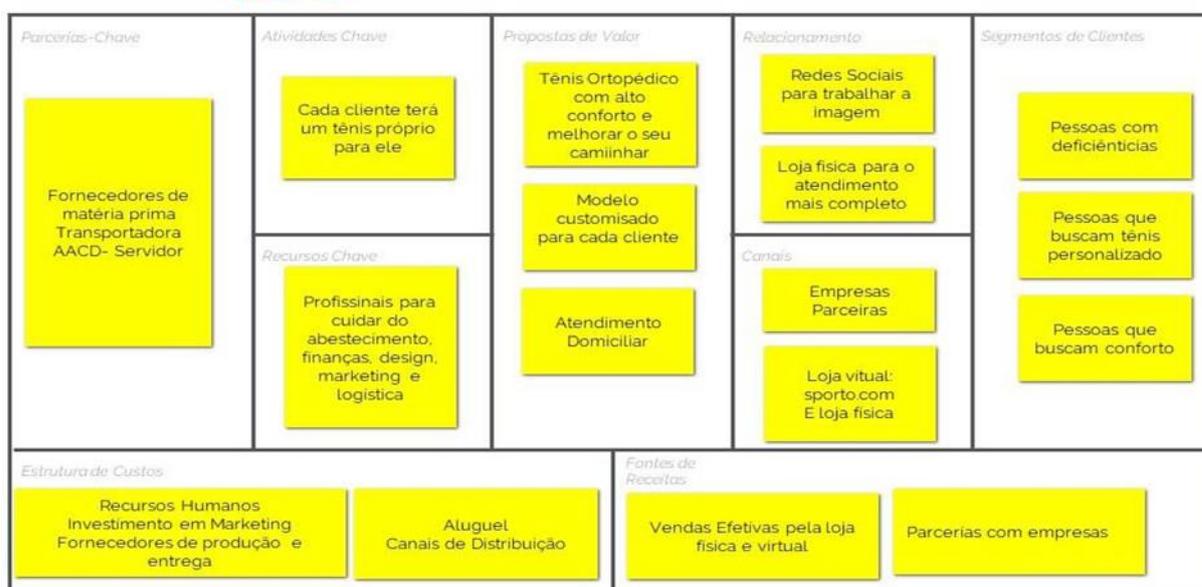
Envolvimento da equipe

Para pensar em uma nova empresa ou organização, é ideal que todos os envolvidos participem das decisões e do planejamento. A simplicidade do Canvas garante que diferentes membros de um grupo participem e colaborem com ideias durante o seu desenvolvimento. É um benefício importante, pois várias cabeças pensam melhor do que uma, não é mesmo?

Abordagem global

Os setores da sua empresa não podem atuar isoladamente, isso pode resultar em uma performance empresarial comprometida. Com o Canvas, todos os setores (internos e externos) estão representados, cada bloco é ligado a outro, fazendo parte de um grande sistema de planejamento de negócios.

CANVAS: **Sporto**



9. AS VANTAGENS DE USAR UM TÊNIS ORTOPÉDICO

As principais vantagens de usar um tênis ortopédico são:

Correção dos problemas ortopédicos

A pressão excessiva, assim como a sobrecarga e pisada errada, compromete a saúde dos pés. Por isso, os sapatos ortopédicos são recomendados, uma vez que eles garantem a boa sustentação e o amortecimento adequado. Além disso, eles proporcionam o realinhamento dos pés, facilitam a caminhada, favorecem a pisada ideal e, conseqüentemente, evitam dores e complicações posteriores. Por exemplo, eles diminuem consideravelmente o cansaço e o impacto sobre os joelhos, quadril e tornozelo, reduzindo significativamente o risco de lesões nessas áreas.

Estimulação da circulação sanguínea

O fluxo sanguíneo é muito importante para os pés, porque ele evita problemas mais sérios, sobretudo em pessoas diabéticas. Afinal de contas, muitos pacientes com esse tipo de doença acabam desenvolvendo neuropatia diabética, quando a enfermidade não é tratada. Por conseqüência, o distúrbio reduz a sensibilidade e o fluxo sanguíneo dos pés, fazendo com que o paciente fique mais propenso a lesões e conseqüente amputação do membro. Nesse sentido, os calçados ortopédicos garantem a boa circulação sanguínea, evitando, dessa maneira, a sobrecarga dos membros inferiores.

Promoção de conforto

Em média, uma pessoa dá de 5 a 10 mil passos por dia. Até aí, tudo bem. Mas, agora, imagine tudo isso utilizando sapatos apertados e desconfortáveis. No final do dia, certamente essa pessoa terá problemas e dores intensas. O fato de os calçados ortopédicos serem anatômicos é imprescindível para a acomodação da planta dos pés e dos dedos. Pois a flexibilidade e maciez melhoram a pisada, corrigem a postura e ainda evitam os reflexos e dores na coluna e nas pernas.

Oferecem mais segurança

Outro benefício que ratificam o fato de os sapatos ortopédicos serem eficientes, tem a ver com a segurança. Sim, eles ajudam a evitar as dores, torções, já que a

constituição deles é basicamente de material resistente e espesso. Logo, isso evita que os pés sejam lesionados ou afetados pelas deformidades do terreno pisado.

Custam menos que uma cirurgia:

Infelizmente, quando os problemas ortopédicos não são tratados adequadamente, o custo disso pode ser maior. Pois, quando o paciente insiste em usar o calçado inadequado, a intervenção cirúrgica acaba sendo a única solução, a depender da gravidade. Os sapatos ortopédicos são eficientes, principalmente porque proporcionam inúmeros benefícios a quem os utiliza. Além disso, eles se adaptam melhor à superfície e são mais resistentes. Portanto, sim, eles são fundamentais para a saúde dos pés.

10. TIPOS DE PISADA

Assim como o formato e características dos nossos pés são distintos, há diferentes tipos de pisada. Ou seja, podemos dividir as pessoas em três grandes grupos, conforme o modo como o seu pé toca o chão em cada passada.



11. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

11.1 PLANO DE MARKETING

Descrição dos produtos

A linha de tênis da Sporto conta com uma tecnologia de ponta para trazer mais conforto ao andar de seu usuário, com um sistema de molas que se ajusta ao ambiente para facilitar sua caminhada e deixar sua pisada mais confortável, além de trazer segurança aos pés os tênis Sporto conta com linhas para atender as necessidades de cada consumidor, criando uma revolução no mercado de tênis ortopédicos.

Com um design inovador e muito moderno a linha de tênis da Sporto vem não só trazer o conforto e segurança para pessoas com alguma dificuldade de locomoção ou deficiência que dificulta sua mobilidade, como também trazer de volta a auto estima dessas pessoas que muitas das vezes têm que utilizar tênis básico por não ter linhas de calçados específicos para estes públicos.

Tipos de calçados

Casual

Este modelo de calçado é perfeito para quem quer montar um visual que mescla estilo e conforto. A peça pode ser usada e combinada com outras roupas casuais do dia a dia ou até mesmo em produções mais modernas. Pois nossos consumidores podem personalizar este modelo com cor que deseja.



Esportivo

Com este modelo de calçado, você pode usar tênis esportivo casualmente. Perfeitos para corrida, academia, basquete ou skate, os tênis esportivos da Sporto têm como objetivo levar conforto e a segurança de um tênis ortopédico para suas atividades diárias com muita personalidade e estilo, pois além da qualidade este modelo poder ser personalizado com a cor e estilo de cadarço que cliente desejar.



Social

Ao falar de sapatos sociais, as pessoas já entendem que o ideal é apostar em modelos que ofereçam conforto, estilo e uma versatilidade, para combinar com peças diferentes. Por este motivo o sapato social da Sporto conta um design único e inovador, trazendo todo conforto e segurança que só os produtos Sporto tem a oferecer de uma forma mais moderna.



11.2 Estratégias Promocionais

Fidelizações e indicações

Vamos oferecer cupons de desconto validos para a primeira compra no site e uma maneira de incentivar os consumidores indecisos a finalizar a compra. Um benefício agregado é que muitos desses novos clientes podem voltar a comprar na sua loja e, como você já deve saber, vender para um cliente antigo é muito mais fácil e barato.

Vamos emitir um cupom de desconto logo após a compra para que o cliente volte a adquirir produtos posteriormente.

Organização da loja

Vamos caprichar na organização e apresentação da loja, sobretudo na vitrine do ponto de vendas garantindo uma decoração que esteja de acordo com o estilo do nosso público-alvo, em datas comemorativas fazer algumas mudanças que interaja com os clientes e com a data.

Utilizaremos também o sistema de *omnichannel* para permitir que o consumidor seja atendido em da mesma forma em diferentes canais com isso o cliente pode iniciar a pesquisa em um canal e a compra por outro.

Atividade interativa

Nosso foco e leva uma experiência real dos nossos clientes com o produto então vamos criar um pequeno local dentro da loja para que os clientes possam realizar um teste drive do produto para assim ter certeza se o produto atenda suas necessidades. Isso tudo para que o cliente possa lembrar da experiência dentro da loja por um grande tempo e caso criando assim um laço entre cliente e empresa

Marketing off-line

A ideia é organizar ou participar de eventos com posicionamento da empresa, levando assim nossas ideias e produtos aos clientes por meio de anúncios de carro nas ruas, panfletos, revista de bairro entre outras estratégias que incentive o marketing boca a boca.

Embalagens

Nossas embalagens foram criadas para garantir a segurança e a qualidade do produto durante o processo de armazenagem e de entrega aos clientes além de ser um método de deixar a imagem da Sporto na cabeça do consumidor.



11.3 Marketing Digital

Tendo em vista que as pessoas passam grande parte do seu tempo online, e dentro desse universo as pessoas conseguem realizar desde coisas simples, como obter o telefone da pizzaria ou conversar com um amigo do outro lado do mundo, até coisas complexas, como realizar pesquisas de opinião pública ou desenvolver um software de gestão de projetos, atualmente quase tudo passa pela internet. Não à toa, que é cada vez mais difícil ver as pessoas desconectadas de seus celulares.

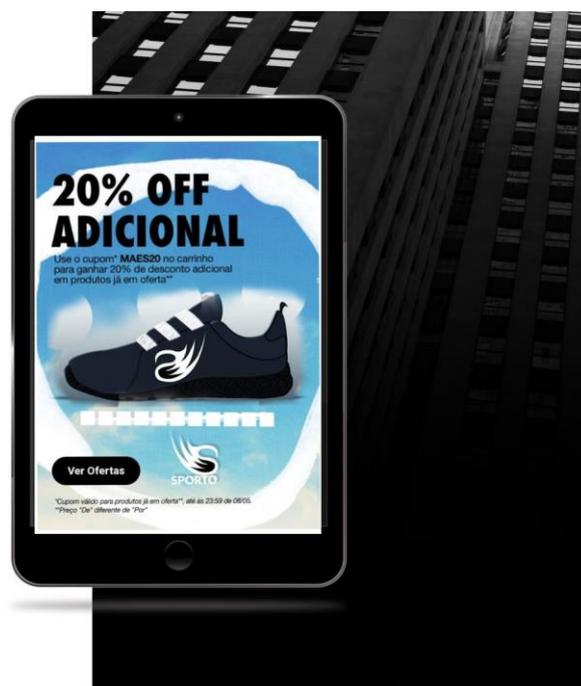
Hoje em dia, a internet está incorporada à nossa vida de tal maneira que é quase impossível fazer qualquer coisa sem ela, e que tendo em vista os últimos acontecimentos globais o tempo online das pessoas aumentaram, levando as grandes empresas entrarem neste mercado, por este motivo os consumidores cada vez mais vêm realizando suas compras pelo e-commerce.

O marketing de Digital da Sporto passa não só com ações em redes sociais (Instagram, Facebook e LinkedIn), mas também pelas plataformas do Google (Google Ads, E-mail entre outras ferramentas da rede). Utilizando esses meios de comunicação a Sporto tem como objetivo criar uma relação com seus consumidores para assim fidelizar nossos clientes.



PLANO DE MARKETING

As internet será o ponto chave do plano de marketing do nosso negócio



O Google ADS

Dentro dessa plataforma de anuncio vamos criar campanha que vão aparece dentro de todos as redes do Google. Um dos benefícios é fazer isso de forma segmentada, o que ajuda a atrair um público qualificado que tenha relação com a sua empresa.

Opções de anúncios do Google Ads

- Rede de Display
- Rede de Pesquisa
- YouTube
- Shopping:

Facebook Ads

Dentro da plataforma vamos trabalhar com campanhas de tráfego e conversão, tendo em vista que o lá que pessoas vão para interagir com amigos vamos utilizar do Facebook para manter uma boa relação com nosso público. Esta ferramenta oferece diversos formatos e segmentações, focadas em diversos objetivos de negócio: obter curtidas na página, gerar Leads, confirmar presença em eventos, preencher um formulário e muito mais.

Opções de anúncios do Facebook Ads

- Reconhecimento da marca
- Alcance
- Tráfego
- Envolvimento
- Visualizações do vídeo
- Geração de cadastros
- Conversões

Instagram Ads

Vamos utilizar para criar a imagem da Sporto dentro do mundo digital, buscando o engajamento com nosso público e meio de divulgar as promoções e criar sorteio e eventos dentro da rede para se comunicar com o público.

LinkedIn

Esta plataforma será mais utilizada para busca novos funcionários e para parcerias com grandes empresas do nosso ramo de atividade.

E-mail

Vamos utilizar o e-mail para realiza campanhas de fidelização e para divulgar promoções para nossos consumidores com isso podemos criar um mapa de campanhas para fazer o cliente realizar uma nova compra.

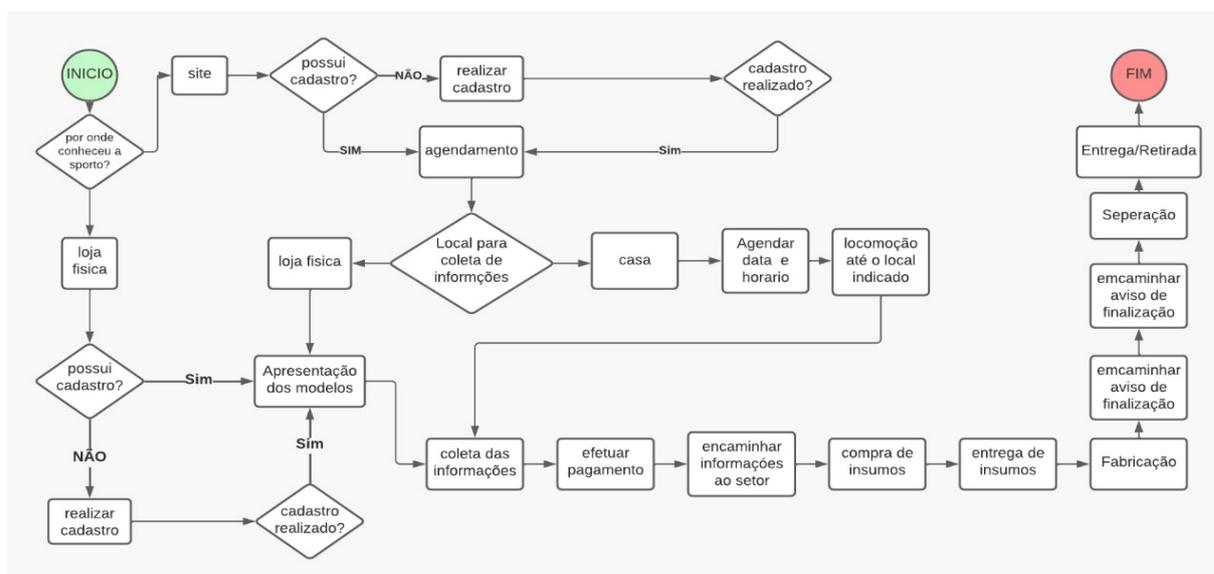
11.4 Missão, Visão e Valores

Missão: proporcionar aos clientes qualidade, conforto, segurança e estilo para seus pés, buscamos ser sua melhor escolha.

Visão: Ser referência no mercado de revenda de calçados ortopédicos

Valores: Trabalho, respeito às Pessoas, Integridade, Foco, Fonte de Inspiração, atender nossos clientes de forma única, Empatia.

12. FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO



13. LAYOUT

A empresa será localizada na Rua Anália Franco, Vila Regente Feijó, São Paulo SP. O layout foi pensado para pessoas que tem dificuldades de locomoção.

Planta Baixa do Térreo:



Planta baixa do 1º Andar:



14. PLANEJAMENTO OPERACIONAL



14.1 Desenvolvimento

A primeira etapa da fabricação de um sapato começa no setor de desenvolvimento. Lá é onde nossa equipe de estilo entrega a ficha técnica contendo todas as informações da pesquisa que passa para as mãos do modelador, que desenhará o sapato na fôrma. A partir desse esboço, ele tem o molde do sapato, que deixa de ser um desenho 2D e passa a ser um quebra cabeça tridimensional.

14.2 Almojarifado

No almojarifado são separados todos os materiais presentes na ficha técnica que irão compor o sapato: o tipo de sintético ou tecido que será utilizado, e os metais, cordões, solas e etc. Nossa equipe confere a qualidade de cada item, antes de separá-los e encaminhá-los para a produção.

14.3 Corte

Separados os materiais necessários, os mesmos são levados ao corte, que pode ser feito por máquina ou através de um processo manual. Nesse setor, cortamos todas as peças que o modelador separou do molde da fôrma. Após serem cortadas, as peças

são levadas à chanfração - local onde é feita o acabamento das peças de pesponto, a fim de que fiquem refinadas, e com espessuras uniformes.

14.4 Pesponto

No pesponto é onde as peças são unidas para formarem o cabedal, que é como chamamos a parte de cima do calçado. Em grupo de 3 pessoas, fazemos as dobrações necessárias, e utilizamos cola de spray para assegurar as peças até que possam ser unidas pelas linhas de costura.

14.5 Pré-Frezado

Enquanto a produção do cabedal (parte de cima do calçado) vai avançando no pesponto, no pré-frezado acontece a confecção e o preparo do solado que vai se unir ao cabedal. Através da união de diversas peças, nossa equipe monta um sanduíche que completará o solado completo. É aqui que ela ganha o seu formato, sua coloração e acabamento para atingir o visual final desejado.

14.6 Entreposto

Como dito no nome, nessa etapa, que fica entre o pesponto e a montagem, separam-se os demais materiais que vão se unir ao cabedal já pronto, com o restante das peças, para completarmos o processo de montagem e darmos início ao acabamento e finalização.

14.7 Montagem

Na montagem, que é um processo dividido em 3 etapas, moldamos o cabedal na fôrma e o preparamos para fixação do solado. Como primeira etapa, a máquina de montagem de bico faz com que o material do cabedal seja esticado e moldado à fôrma. Simultaneamente, a cola é adicionada para fixar a palmilha no cabedal. Na segunda etapa, fechamos as laterais do cabedal, e finalizamos na terceira etapa com o fechamento da base, ou traseira, do calçado.

14.8 Acabamento

No setor de acabamento é onde damos todos os cuidados para que o sapato fique ainda mais bonito. Garante durabilidade e dá mais vida ao sapato, que passa pela

escova de lustro, onde recebe o alisamento e ganha mais brilho. Após esse processo, o sapato pode receber o solado.

14.9 Finalização

Nessa etapa o sapato é preparado para ser embalado. Após a colocação de cordão, enchimento e palmilha, o sapato passa pela revisão final e só depois é levado para o embalo, onde todos os últimos detalhes são ajustados - como a inclusão do saquinho para guardar o sapato e a cartinha assinada pela nossa equipe.

15. PLANEJAMENTO TÁTICO



16. PLANEJAMENTO FINANCEIRO

16.1 Capital social

CAPITAL SOCIAL		
Sócio	Valor	% de participação
Bruno da Silva Ferreira	R\$ 30.908,28	12,50%
Gabriel Marcos de Lopes Santos	R\$ 30.908,28	12,50%
Guilherme Garofalo da Silva	R\$ 30.908,28	12,50%
Juvenal Igor de Oliveira	R\$ 30.908,28	12,50%
Paulo Eduardo Souza da Silva	R\$ 30.908,28	12,50%
Pedro Henrique Sousa da Silva	R\$ 30.908,28	12,50%
Thiago Domingues dos Santos	R\$ 30.908,28	12,50%
Victor Henrique Lopes Mastins	R\$ 30.908,28	12,50%
TOTAL	R\$ 247.266,24	100,00%

16.2 Estimativa dos investimentos fixos

ITENS LOJA FISICA			
Descrição	Qtde.	Valor Unit.	Total
Armário	1	R\$ 283,49	R\$ 283,49
Armário copa	1	R\$ 469,00	R\$ 469,00
Balcão de Atendimento	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Cadeira	12	R\$ 174,60	R\$ 2.095,20
Filtro	1	R\$ 589,00	R\$ 589,00
Geladeira	1	R\$ 1.690,00	R\$ 1.690,00
Impressora	2	R\$ 1.241,00	R\$ 2.482,00
Lixeira	9	R\$ 118,90	R\$ 1.070,10
Máquina de costura	4	R\$ 5.579,99	R\$ 22.319,96
Mesa	8	R\$ 268,00	R\$ 2.144,00
Mesa copa	1	R\$ 289,00	R\$ 289,00
Mesa de costura	4	R\$ 293,41	R\$ 1.173,64
Micro-ondas	3	R\$ 363,90	R\$ 1.091,70
notebook	7	R\$ 1.350,00	R\$ 9.450,00
Poof	10	R\$ 80,99	R\$ 809,90
Telefone	2	R\$ 99,90	R\$ 199,80
Tinta impressora	8	R\$ 44,89	R\$ 359,12
TV	1	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00
Van Sprinter 2022	2	R\$ 42.000,00	R\$ 84.000,00
Vitrine	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Total Investimentos Fixos	79	R\$ 59.936,07	R\$ 135.515,91

16.3 Capital de giro

Capital de Giro	
Estoque Inicial	R\$ 1.047,00
Caixa Mínimo	R\$ 93.873,68
Capital de Giro	R\$ 94.920,68

16.4 Investimentos pré-operacionais

Investimentos Financeiros	Total
Despesas de legalização	R\$ 9.000,00
Obras e Reformas	R\$ 5.000,00
Divulgação	R\$ 1.800,00
Outras Despesas	R\$ 2.000,00
Total	R\$ 17.800,00

16.5 Investimento Total (resumo)

Descrição	Valor (R\$)	%
Investimento Fixo	R\$ 135.515,91	55%
Capital de Giro	R\$ 93.950,35	38%
Investimento Pré-Operacional	R\$ 17.800,00	7%
Total	R\$ 247.266,26	100%

16.6 Estimativa de faturamento mensal

LINHAS	Qtde. Estimada de Vendas (dia)	Dias Trabalhados	Estimativa de Vendas Total (Mês)	Valor Unit. (R\$)	Faturamento Total (R\$)
ESPORTIVO	30	22	660	R\$ 300,00	R\$ 198.000,00
SOCIAL	15	22	330	R\$ 300,00	R\$ 99.000,00
CAUSAL	25	22	550	R\$ 300,00	R\$ 165.000,00
Total	70	66	1540	R\$ 900,00	R\$ 462.000,00

16.7 Estimativa do custo unitário de matéria prima

ESPORTIVO/CASUAL/SOCIAL	
Materiais / Insumos	Custo Unitário
PALMILHAS ORTOPÉDICA	R\$ 40,00
ALGINATO MAQUIRA ALGI GEL TIPO S	R\$ 12,44
TECIDO PARA SAPATO	R\$ 7,48
LINHA	R\$ 10,29
CADARÇO	R\$ 20,57
BORRACHA	R\$ 21,92
SOLADO	R\$ 25,00
COURO	R\$ 6,95
PVC	R\$ 15,99
COLA	R\$ 68,57
Total	R\$ 229,20

16.8 Materiais diretos e terceirizações

ESPORTIVO/CASUAL/SOCIAL			
Materiais / Insumos	Quantidade	Custo Unitário	Total
PALMILHAS ORTOPÉDICA	1,00	R\$ 0,57	R\$ 40,00
ALGINATO MAQUIRA ALGI GEL TIPO S	0,50	R\$ 0,36	R\$ 12,44
TECIDO PARA SAPATO	0,21	R\$ 0,50	R\$ 7,48
LINHA	0,14	R\$ 1,03	R\$ 10,29
CADARÇO	0,43	R\$ 0,69	R\$ 20,57
BORRACHA	1,00	R\$ 0,31	R\$ 21,92
SOLADO	1,00	R\$ 0,36	R\$ 25,00
COURO	0,21	R\$ 0,46	R\$ 6,95
PVC	1,00	R\$ 0,23	R\$ 15,99
COLA	0,14	R\$ 6,86	R\$ 68,57
Total	5,64	11,36	229,20
Total	5,64	R\$ 11,36	R\$ 229,20

16.9 Estimativa dos custos de comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
Impostos			
Impostos Federais			R\$ -
Impostos Estaduais			R\$ -
Impostos Municipais			R\$ -
SubTotal			R\$ 65,00
Vendas			
Comissões	5%	R\$ 34.210,00	R\$ -
Propaganda	5%	R\$ 34.210,00	R\$ 1.500,00
Taxa de Cartão de Crédito	2,5%	R\$ 13.684,00	R\$ 342,10
SubTotal			R\$ 1.842,10
Total Geral			R\$ 1.907,10

16.10 Estimativa dos custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida Útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Balcão de Atendimento	R\$ 1.200,00	5	R\$ 240,00	R\$ 20,00
Cadeiras	R\$ 174,60	5	R\$ 34,92	R\$ 2,91
Lixeira	R\$ 118,90	5	R\$ 23,78	R\$ 1,98
Computador	R\$ 5.000,00	3	R\$ 1.666,67	R\$ 138,89
Armario	R\$ 283,49	5	R\$ 56,70	R\$ 4,72
Armario copa	R\$ 469,00	5	R\$ 93,80	R\$ 7,82
Filtro	R\$ 589,00	1	R\$ 589,00	R\$ 49,08
Geladeira	R\$ 1.690,00	3	R\$ 563,33	R\$ 46,94
Maquina de costura	R\$ 5.579,99	6	R\$ 930,00	R\$ 77,50
notebook	R\$ 1.350,00	5	R\$ 270,00	R\$ 22,50
Mesa	R\$ 800,00	4	R\$ 200,00	R\$ 16,67
Mesa copa	R\$ 289,00	4	R\$ 72,25	R\$ 6,02
Mesa de costura	R\$ 293,41	4	R\$ 73,35	R\$ 6,11
Microondas	R\$ 363,90	3	R\$ 121,30	R\$ 10,11
TV	R\$ 2.300,00	3	R\$ 766,67	R\$ 63,89
Poof	R\$ 80,99	3	R\$ 27,00	R\$ 2,25
Telefone	R\$ 99,90	7	R\$ 14,27	R\$ 1,19
Tinta impressora 12uni.	R\$ 538,68	1,00	R\$ 538,68	R\$ 44,89
Van Sprinter 2022	R\$ 42.000,00	5	R\$ 8.400,00	R\$ 700,00
Vitrine	R\$ 1.500,00	4	R\$ 375,00	R\$ 31,25
Total Geral	R\$ 64.720,86		R\$ 15.056,71	R\$ 1.254,73

16.11 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo Total Mensal
Aluguel	R\$ 14.800,00
IPTU	R\$ 1.272,74
Agua	R\$ 1.500,00
Energia Elétrica	R\$ 2.200,00
Vivo fibra 200 MB + fixo ilimitado	R\$ 149,98
Manutenção de Equipamentos	R\$ 3.000,00
Salários + Encargos	R\$ 27.645,10
Material de Limpeza	R\$ 400,00
Material de Escritório	R\$ 500,00
Combustível	R\$ 4.140,00
Outras Despesas	R\$ 200,00
Total	R\$ 55.807,82

16.12 Demonstrativos de resultados

Descrição	R\$
Receita Total com Vendas	R\$ 438.900,00
Custos Variáveis	R\$ 354.939,00
(-) Custos com materiais diretos e+ou CMV	R\$ 352.966,90
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 65,00
(-) Gastos com vendas	R\$ 1.907,10
Subtotal	R\$ 83.961,00
Margem de Contribuição	
(-) Custos Fixos Totais	R\$ 60.077,27
Resultados Operacionais	R\$ 23.883,73

Ponto de Equilíbrio (Mês)	
Custo Fixo Total	R\$ 60.077,27
(/) Índice da Margem de Contribuição	R\$ 83.961,00
(=) Resultado	0,19
Resultado Ponto de Equilíbrio	R\$ 314.049,54

Lucratividade (Mês)	
Lucro Líquido	R\$ 23.883,73
Receita Total	R\$ 438.900,00
(=) Resultado	5%

Rentabilidade (Mês)	
Lucro Líquido	R\$ 23.883,73
Investimento Total	R\$ 248.236,59
(=) Resultado	10%
Prazo de Retorno do Investimento (Mês)	
Investimento Total	R\$ 248.236,59
Lucro Líquido	R\$ 23.883,73
(=) Resultado	10

17. CONCLUSÃO

Através deste trabalho e da criação da SPORTO, concluímos que não é nada fácil criar uma empresa e muito menos administra-la; há várias etapas a serem realizadas e com tudo isso gera um grande trabalho.

A criação da SPORTO nos mostrou que as empresas precisam e devem ter uma maior empatia com o público, independente do público que ela atenda, é de extrema importância procurar entender o que falta no mercado para essas pessoas; por mais que pareça simples, aos olhos de quem precisa é muito importante.

A SPORTO é totalmente dedicada e focada em sempre trazer qualidade, conforto e variedade. O tênis é um acessório que usamos em nosso dia a dia, ou seja, necessitamos que ele seja confortável em nosso caminhar. Então, com certeza um tênis com uma aparência que seja de seu agrado, que foi customizado por você mesmo e que ainda te entrega conforto, acaba deixando sua rotina e suas responsabilidades um pouco mais “leve”. Portanto, caso queira ter um caminhar mais seguro e confortável use SPORTO.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

[file:///C:/Users/gabri/Downloads/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/gabri/Downloads/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa%20(2).pdf)

<https://www.senior.com.br/blog/missao-visao-e-valores-de-uma-empresaentenda-o-que-e-e-como-devem-serdefinidos#:~:text=Podemos%20definir%20a%20miss%C3%A3o%20como,neg%C3%B3cio%2C%20ser%20concisa%20e%20objetiva.>

<https://www.cobrefacil.com.br/blog/enquadramentotributario#:~:text=O%20enquadramento%20tribut%C3%A1rio%20%C3%A9%20um,sa%C3%BAde%2C%20educa%C3%A7%C3%A3o%20e%20seguran%C3%A7a%20p%C3%ABlica.>

<https://cortex-intelligence.com/blog/inteligencia-de-mercado/estudo-dos-concorrentes/>

<https://conube.com.br/blog/o-que-e-cap>

<https://blog.contaazul.com/analise-swot>

<https://rockcontent.com/br/blog/como-fazer-um-bom-plano-de-marketing/>

<https://planejar.org.br/planejamento-financeiro/>

<https://comoelaborarumtcc.net/>

<https://planejar.org.br/planejamento-financeiro/>

<https://investnews.com.br/financas/planejamento-financeiro-como-criar/>

<https://www.siteware.com.br/gestao-estrategica/tipos-de-metas-empresas#:~:text=Planejamento%20estrat%C3%A9gico%2C%20metas%20e%20objetivos,o%20que%20se%20espera%20deles>



Powered by Scansler.com