

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS
INSTITUTO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
MBA EM GESTÃO FINANCEIRA, CONTROLADORIA E AUDITORIA

JOSIANE AGUIAR

PLANO DE NEGÓCIOS
MINIMALERGIC PRODUTOS HIPOALERGÊNICOS LTDA

CURITIBA
2013

JOSIANE AGUIAR

PLANO DE NEGÓCIOS
MINIMALERGIC PRODUTOS HIPOALERGÊNICOS LTDA

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de especialista em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria, do MBA em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria, do Instituto Superior de Administração e Economia da Fundação Getúlio Vargas.

Orientador: Prof. Augusto Carlos Dalla Vecchia

CURITIBA
2013

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
PROGRAMA FGV MANAGEMENT
MBA EM GESTÃO FINANCEIRA, CONTROLADORIA E AUDITORIA

O Trabalho de Conclusão de Curso
“Plano de Negócios: Minimalergic Produtos Hipoalergênicos Ltda.”

elaborado por Josiane Aguiar

e aprovado pela Coordenação Acadêmica do MBA em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria, foi aceito como requisito parcial para obtenção do certificado do curso de pós-graduação, nível de especialização, do Programa FGV Management.

Curitiba, 13 de dezembro de 2013.

José Carlos Franco de Abreu Filho
Coordenador

Augusto Carlos Dalla Vecchia
Professor orientador

TERMO DE COMPROMISSO

A aluna Josiane Aguiar, abaixo assinada, do curso MBA em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria, do Programa FGV Management, realizado nas dependências do Instituto Superior de Administração e Economia, ISAE/FGV, no período de 23/03/2012 a 28/03/2014, declara que o conteúdo do trabalho de conclusão de curso intitulado “Plano de Negócios: Minimalergic Produtos Hipoalergênicos Ltda.” é autêntico, original e de sua autoria.

Curitiba, 13 de dezembro de 2013

Josiane Aguiar

RESUMO

O presente trabalho apresenta um plano de negócios para analisar a viabilidade da implantação de um quiosque dentro do Park Shopping Barigui para a venda de produtos hipoalergênicos. Estes produtos são destinados para todas as pessoas que possuem algum tipo de alergia e buscam melhorar a sua qualidade de vida. São principalmente produtos de uso pessoal, como cosméticos, maquiagens, produtos de limpeza, acaricidas, anti mofo, travesseiros, purificadores de ar, entre outros. A escolha da localização deve-se ao alto poder aquisitivo da população que frequenta o Shopping. O investimento total do projeto de implantação do quiosque, será de R\$ 173.000,00, deste valor, 150.000,00 será recursos próprios aportados pelos sócios, o restante será investimento em ativo fixo, com retorno deste capital em aproximadamente 5 anos. O projeto apresentou uma Taxa Interna de Retorno – TIR de 16% e um VPL de R\$ 2.688,31. Podemos concluir através deste estudo que o projeto é viável e apresenta um retorno financeiro superior ao que o mercado financeiro está proporcionando.

Palavras chave: Alergia, viabilidade econômica, investimento, TIR, VPL

ABSTRACT

This paper presents a business plan to analyze the feasibility of deploying a kiosk inside the Park Shopping Barigüi for selling hypoallergenic products. These products are intended for all people who have some type of allergy and are seeking to improve their quality of life. Are mainly personal products like cosmetics , makeup , cleaning products , miticides , anti mold, pillows , air purifiers , among others . The choice of location is due to the high purchasing power of the population that frequents the mall . The total investment of the project implementation from the kiosk will be R\$ 173,000.00 , this value is R\$ 150,000.00 own funds invested by partners , the rest will be investment in fixed assets , with return on this capital in about 5 years. The project presented an Internal Rate of Return - IRR of 16 % and an NPV of R\$ 2,688.31. Through this study we can conclude that the project is viable and has a higher financial return than the financial market is providing.

Keywords: Allergy, economic viability, investment, IRR and NPV.

SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO	10
1.1. RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO	10
1.2. DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES.	10
1.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO	11
1.4. MISSÃO DA EMPRESA.....	12
1.5. SETORES DE ATIVIDADE	12
1.6. FORMA JURÍDICA	12
1.7. ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	12
1.8. CAPITAL SOCIAL.....	13
1.9. FONTE DE RECURSO	13
2. DESCRIÇÃO GERAL DA EMPRESA	14
2.1. IDENTIFICAÇÃO DO NEGÓCIO	14
2.2. VISÃO.....	14
2.3. MISSÃO.....	14
2.4. OBJETIVOS	15
2.5. VALORES	15
2.6. VANTAGENS COMPETITIVAS	15
3. ANÁLISE DE MERCADO	17
3.1. ESTUDO DOS CLIENTES	17
3.2. ESTUDO DOS CONCORRENTES	21
3.3. ESTUDO DOS FORNECEDORES	22
4. PLANO DE MARKETING.....	23
4.1. ANÁLISE SWOT (strengths, weaknesses, opportunities and threats)	23
4.2. PREÇO.....	26
4.3. ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS.....	28

4.4.	ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO	28
5.	PLANO OPERACIONAL.....	29
5.1.	LAYOUT	29
5.2.	CAPACIDADE COMERCIAL.....	30
5.3.	DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS	30
5.4.	ESTRUTURA DE PESSOAL.....	35
6.	PLANO FINANCEIRO	36
6.1.	ESTIMATIVAS	36
6.2.	BALANÇO PATRIMONIAL PROJETADO	41
6.3.	DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS PROJETADOS	42
6.4.	FONTE DE RECURSOS	43
6.5.	FLUXO DE CAIXA.....	44
6.6.	INDICADORES DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRO	45
6.7.	ANÁLISE DE SENSIBILIDADE	47
7.	CONCLUSÃO	50
8.	ANEXOS	51
8.1.	DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS.....	51
8.2.	FOLDER INFORMATIVO	63

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1. RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO

Será um investimento para a montagem de uma loja especializada na venda de produtos hipoalergênicos como: capas anti-ácaro para colchões e travesseiros, maquiagens anti-alérgicas, equipamentos para purificação do ar, etc.. Terá como público alvo pessoas que possuem algum tipo de alergia (asma, bronquite, rinite, etc) e que procuram de alguma forma aliviar os sintomas e com isso obter uma melhora na qualidade de vida. A loja será localizada na Rua Professor Pedro Viriato Parigot de Souza, 600, Piso superior do ParkShopping Barigui – Mossunguê –Curitiba.

A proposta será de uma loja no formato de quiosque que possui nove metros quadrados e será localizada ao longo de uns dos corredores do piso superior do ParkShopping Barigui. Contará com dois funcionários fixos sendo as folgas e intervalos de lanche cobertos pelos próprios sócios em regime de revezamento.

O investimento inicial de R\$ 150.000,00 será proveniente de recursos próprios, sendo aportado em partes iguais pelos três sócios. O investimento em ativo fixo será de R\$ 22.959,00 e estará representado substancialmente pelo projeto e construção do quiosque. Estudos apontam que a expectativa de faturamento médio mensal será de R\$ 66.000,00 no primeiro ano e o lucro aproximado será de 6% se comparado ao faturamento mensal, obtendo assim o break even point em 5 anos e 1 mês. O Valor Presente Líquido esperado será de R\$ 2.688,31 e a Taxa Interna de Retorno será de 16% que se apresenta superior aos 15% pretendido pelas sócias.

1.2. DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES.

SÓCIO 1 – DIRETORA FINANCEIRA

Nome: Veridiana Misael dos Santos

Endereço: Rua Pastor Carlos Frank, 2455 Sobrado 18 – Boqueirão

Cidade: Curitiba *Estado:* Paraná *Fone:* (41) 9901-5265

Formação: Graduada em Matemática - UFPR

MBA Executivo em Gestão Empresarial – FGV

MBA em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria – FGV

Experiência Profissional: Gerente Financeiro - Stok Mobile Comércio de Móveis Ltda.

SÓCIO 2 – DIRETORA ADMINISTRATIVA

Nome: Josiane Aguiar

Endereço: Rua Hipólito Woichoski, 98 – Alto Boqueirão

Cidade: Curitiba *Estado:* Paraná *Fone:* (41) 9696-4363

Formação: Graduada em Ciências Econômicas - UFPR

MBA em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria – FGV

Experiência Profissional: Analista de Segurança Patrimonial - HSBC Bank Brasil SA - Banco Múltiplo

SÓCIO 3 – DIRETORA OPERACIONAL

Nome: Keli Lemos

Endereço: Travessa Rafael Francisco Greca, 151 Apto 111 B – Água Verde

Cidade: Curitiba *Estado:* Paraná *Fone:* (41) 9911-8755

Formação: Graduada em Ciências Contábeis - FAE

Especialização em Contabilidade Gerencial e Auditoria - FAE

MBA em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria – FGV

Experiência Profissional: Gerente de Auditoria – Moore Stephens Boeing Auditores

1.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO

Denominação do Estabelecimento: Minimalergic Produtos Hipoalergênicos Ltda.

Localizado no ParkShopping Barigui na Rua Professor Pedro Viriato Parigot de Souza, 600, Piso Superior – Mossunguê – Curitiba –Paraná.

1.4. MISSÃO DA EMPRESA

Proporcionar aos nossos clientes bem estar e disposição para a realização de suas atividades diárias, através do fornecimento de produtos de qualidade.

1.5. SETORES DE ATIVIDADE

A Minimalergic é caracterizada como empresa comercial que compra produtos de fornecedores e revende aos consumidores com margem de lucro predeterminada.

1.6. FORMA JURÍDICA

A forma jurídica escolhida é a sociedade por quotas de responsabilidade limitada. São três sócios que visam à exploração de atividades no comércio. A responsabilidade de cada sócio é limitada a importância do capital social, obedecendo a composição das quotas distribuídas entre os sócios. Neste tipo de sociedade, cabe ressaltar a necessidade de confecção de um contrato social, cujo modelo é fornecido pela Junta Comercial do Estado do Paraná contendo todas as regras da sociedade como distribuição de dividendos mínimos obrigatórios, critérios a serem utilizados no aumento de capital e redistribuição de quotas e demais regras que precisarem ser direcionadas.

1.7. ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

A opção de tributação das empresas pode ser melhor definida se for levado em consideração o faturamento da empresa e considerando as despesas dedutíveis incorridas. A forma de tributação escolhida pela Minimalergic é o Simples Federal. Essa tributação foi escolhida em função dos incentivos oferecidos e devido a economia tributária que é gerada se comparada com outras formas de tributação. O limite de geração de receitas para opção de tributação pelo Simples Federal é de R\$ 3.600.000,00 para empresas de pequeno porte.

Em relação aos impostos, a Minimalergic enquadra-se no perfil das empresas que podem optar pelo SIMPLES — Sistema Integrado de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte. Trata-se de um regime tributário simplificado, em vigor desde 1º de Janeiro de 1997. As empresas que se enquadram no SIMPLES pagam diversos impostos e contribuições (IRPJ, PIS, COFINS, CSLL, INSS

Patronal e IPI) mediante um único recolhimento mensal de acordo com seu faturamento. O SIMPLES, no estado do Paraná, inclui o ICMS, dessa forma, não é necessário realizar a apuração e o recolhimento do referido imposto. A inscrição no SIMPLES dispensa ainda, a pessoa jurídica de pagamento das contribuições instituídas pela União, como as destinadas ao SESC, ao SESI, ao SENAI, ao SENAC, ao SEBRAE, e seus congêneres, bem como as relativas ao salário-educação e a Contribuição Sindical Patronal.

1.8. CAPITAL SOCIAL

O capital social é representado por todos os recursos (dinheiro, equipamentos, ferramentas, etc.) colocado(s) pelo(s) proprietário(s) para a montagem do negócio. O capital social é representado por 100 (cem cotas), de R\$ 1.500,00 cada uma, totalizando R\$ 150 mil, que serão integralizados da seguinte forma:

QUOTISTAS	% PARTICIPAÇÃO	VALOR DO CAPITAL
Josiane Aguiar	33,333%	50.000,00
Keli Lemos	33,333%	50.000,00
Veridiana Misael	33,333%	50.000,00
	100,000%	150.000,00

1.9. FONTE DE RECURSO

Considerando que o capital inicial necessário não é muito representativo, os recursos necessários à realização do empreendimento serão provenientes dos próprios sócios sem necessidade de nenhuma forma de financiamento.

2. DESCRIÇÃO GERAL DA EMPRESA

2.1. IDENTIFICAÇÃO DO NEGÓCIO

Nosso negócio oferece a todas as pessoas que sofrem com algum tipo de alergia acesso fácil e rápido a produtos de qualidade que possam sanar ou ajudar a melhorar a sua qualidade de vida. Sua denominação social é Minimalergic Produtos Hipoalergênicos Ltda. e está constituída sob a forma de Sociedade por Quotas de Responsabilidade Limitada.

2.2. VISÃO

A visão deve ser “algo” que vale a pena ser construído, uma inspiração para se trabalhar todos os dias na busca da concretização. Um termo visionário, aplicado àquele que possui visão, estende-se ao empreendedor.

Visão da Minimalergic Produtos Hipoalergênicos Ltda.

Ser lembrada pelas pessoas como garantia de confiança e preocupação com a saúde de nossos clientes.

2.3. MISSÃO

A missão é definida como a razão de ser da organização, a função que ela desempenha no mercado para tornar-se útil e justificar seus lucros perante aos acionistas e a sociedade em que atua. A missão informará o que a empresa ou a organização se propõe a fazer, e para quem.

Missão da Minimalergic Produtos Hipoalergênicos Ltda.

Proporcionar aos nossos clientes bem estar e disposição para a realização de suas atividades diárias, através do fornecimento de produtos de qualidade.

2.4. OBJETIVOS

Nossos objetivos com a venda de produtos hipoalergênicos são:

- Minimizar o desconforto das pessoas que possuem algum tipo de alergia;
- Conquistar os consumidores através da oferta de produtos de qualidade e que lhes cause maior qualidade de vida;
- Realização pessoal e aplicação dos conhecimentos adquiridos pelas experiências pessoais relacionadas ao assunto;
- Obter lucro;

O objetivo é oferecer produtos seguros que apresentem o menor risco de causar alergias. São principalmente produtos de uso pessoal, como cosméticos, maquiagens, produtos de limpeza, acaricidas, anti mofo, travesseiros, purificadores de ar, entre outros. São aproximadamente 100 itens divididos em 7 linhas: Boa Noite, Respire Bem, Cosméticos e Tratamentos, Beleza, Lazer e Proteção, Limpeza e Segurança e Intimidade.

2.5. VALORES

- Respeitar clientes, colaboradores e fornecedores;
- Oferecer qualidade nos serviços prestados e garantia de procedência dos produtos comercializados;
- Preocupação com o bem estar e satisfação dos consumidores.

2.6. VANTAGENS COMPETITIVAS

Nosso maior fabricante surgiu há 20 anos com a finalidade de amenizar os sintomas alérgicos da filha de uma das sócias. Desde então a empresa vem se especializando na busca por produtos que tornem mais confortável a vida das pessoas que sofrem com os problemas alérgicos.

Segundo pesquisas divulgadas pela SBAI - Sociedade Brasileira de Alergia e Imunopatologia - Regional Paraná no dia nacional de prevenção de doenças alérgicas (07 de maio de 2013 - <http://www.asbai.org.br/revistas/Vol246/acao.htm>), 35% da população possui algum tipo de alergia, mas a minoria controla a doença de alguma forma. O mercado

inexplorado é muito grande e grande parte das pessoas não procura produtos que minimizem os sintomas por desconhecimento ou por acreditarem que os custos são elevados. Nosso material de divulgação (anexo 8.2) tem como principal objetivo informar às pessoas sobre a linha de produtos disponível e enfatizar que muitos problemas alérgicos podem ser controlados com medidas simples. Esta divulgação será realizada em nosso quiosque e junto às clínicas e consultórios médicos de especialistas no assunto. O objetivo da divulgação junto à classe profissional é a indicação de nossos produtos como uma opção de consumo.

Nosso principal diferencial é a avaliação gratuita das necessidades do cliente por profissionais treinados e auxílio na escolha do produto que melhor se adapta às necessidades do cliente. Caso o produto escolhido não esteja disponível, ele será entregue no endereço de preferência do cliente.

Vamos oferecer ainda avaliação gratuita da residência ou comércio de nossos clientes, com o objetivo de identificar qual é a melhor solução para minimizar a ocorrência de agentes causadores de alergias. O cliente entra em contato conosco, através de nosso site (www.minimalergic.com.br) ou pelo nosso telefone de atendimento ao cliente, agenda um horário e disponibilizamos uma pessoa treinada para realização da avaliação.

Se, após a avaliação do ambiente ou da indicação da melhor solução para minimizar a alergia do cliente, não houver satisfação plena com nossos produtos garantimos a devolução do dinheiro. Contudo, a devolução somente será realizada caso tenha sido solicitada a nossa avaliação.

A localização do quiosque também é considerada um diferencial. Está localizado em um dos shoppings de maior movimento na cidade, frequentado por um público com poder aquisitivo elevado e informado em relação a tratamentos de saúde.

Alguns aspectos adicionais que contribuem para o diferencial no mercado:

- Os produtos são necessários para aqueles que possuem sensibilidades em geral;
- Alta credibilidade dos produtos pela classe médica;
- Estacionamento com mais de 2000 vagas e, para aqueles que não querem se preocupar em estacionar o carro, há serviço de vallet disponível;
- Colaboradores treinados e com atualização constante sobre vendas, qualidade no atendimento, comunicação e sobre os produtos comercializados com o propósito de atender e satisfazer as necessidades individuais de cada cliente;
- Manutenção de estoque mínimo para atender às necessidades dos clientes;
- Entrega rápida e segura.

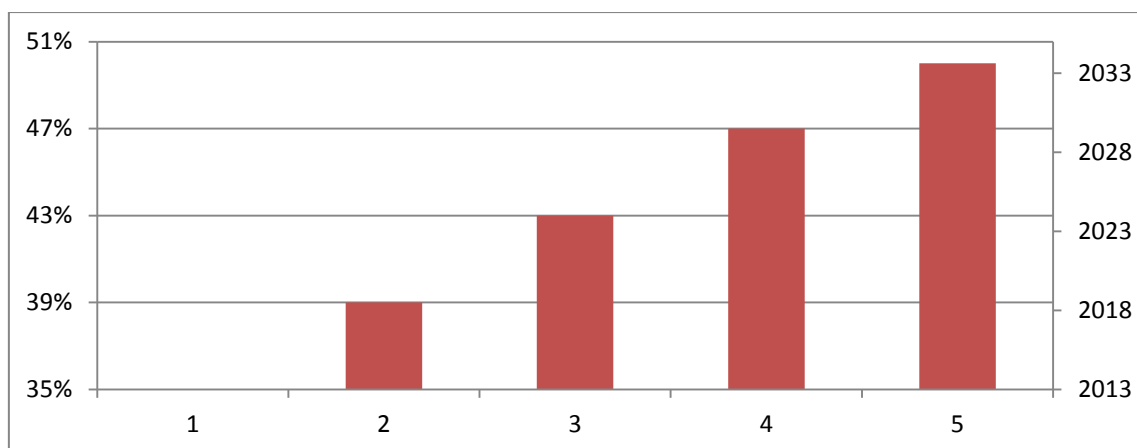
3. ANÁLISE DE MERCADO

3.1. ESTUDO DOS CLIENTES

Segundo a OMS (Organização Mundial da Saúde), em torno de 35% da população Brasileira sofre com algum tipo de alergia.

Estudos demonstram que a incidência de alergia está crescendo cada vez mais e acredita-se que em 20 anos 50% da população brasileira apresente algum tipo de alergia. Isto está ocorrendo devido a mudanças nos costumes sociais.

GRÁFICO 1: CRESCIMENTO DE ALÉRGICOS NA POPULAÇÃO BRASILEIRA



FONTE: TV Rio Sul 05/05/2012

As pessoas têm passado mais de $\frac{3}{4}$ de suas vidas em locais fechados, como escritórios e as próprias casas. Pode-se dizer que até 80% das alergias respiratórias como asma, rinite e bronquite são desencadeadas por ácaros e fungos presentes na poeira doméstica.

Além disso, a indústria de cosméticos está entre as que mais crescem no mundo. Aproximadamente 21,8% das dermatites de contato são desencadeadas por cosméticos que começam a ser usados cada vez mais cedo pela população.

Para o segmento de produtos hipoalergênicos, há alguns tipos de clientes: consumidores efetivos dos produtos, clientes que buscam qualidade de vida para si e para familiares com produtos diferenciados, assim como também há os clientes que consomem o produto por curiosidade e tornam-se fiéis a empresa.

3.1.1. Perfil dos Clientes

Preparamos um questionário no qual buscamos conhecer o perfil dos clientes que frequentam o ParkShopping Barigui. O objetivo da pesquisa é o de identificar os hábitos de consumo do público frequentador do shopping e a sua predisposição em adquirir nossos produtos.

FIGURA 1 – PESQUISA DE CAMPO

Agradecemos a disponibilidade em nos auxiliar na realização dessa pesquisa.
Essa pesquisa tem cunho acadêmico e será utilizada somente para esse fim.
Marque com um x a resposta

1 – Você ou alguém da sua família possui algum tipo de alergia? Qual é o tipo da alergia?

SIM NÃO

2 – Se sim, você faz uso de algum produto (que não seja medicamento, ex: travesseiros especiais, esmaltes, produtos hipoalergênicos em geral) para amenizar os sintomas da alergia?

SIM NÃO

Qual (is) produto (s) você faz uso?

3 – Se você já faz uso de algum produto, tem facilidade em encontrá-los?

SIM NÃO

4 – Se você não faz uso, haveria interesse em conhecer/adquirir os produtos?

SIM NÃO

5 – Você conhece algum dos produtos abaixo?

SIM NÃO

Capas antiácaros para colchões
Aparelhos de tratamento do ar (desumidificadores de ambientes e armários)
Produtos para minimizar alergia a níquel, presente em bijouterias
Luvas de vinil, para pessoas com alergia a látex
Preservativos sem látex

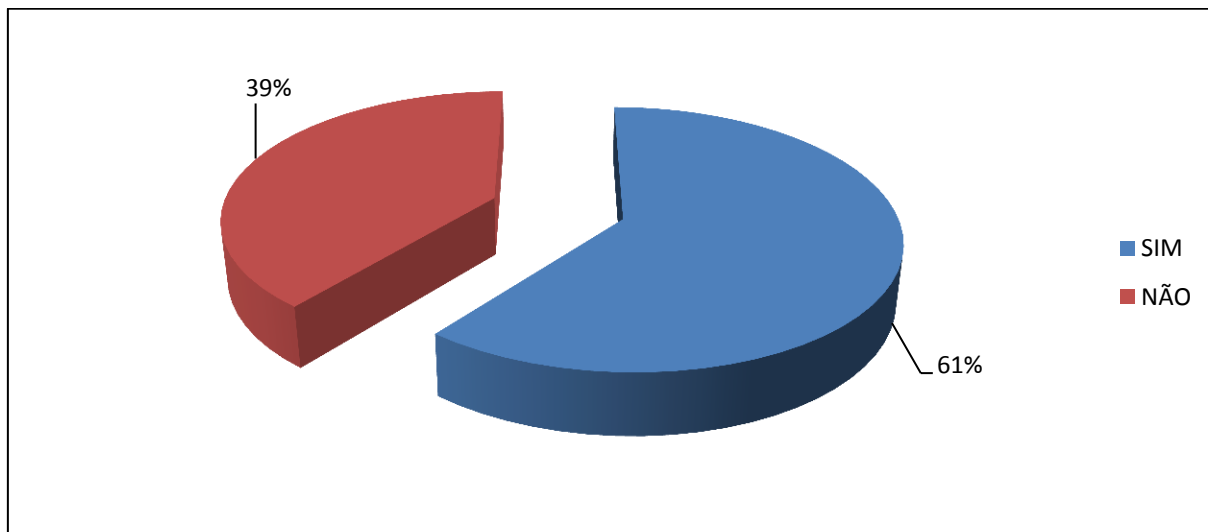
6 – Tem interesse em adquirir algum dos produtos apresentados?

SIM NÃO

FONTE: Elaboração própria

Entrevistamos 50 pessoas entre os dias 23 e 28 de junho/2013 das mais variadas faixas etárias. Como resultado de nossas pesquisas, descobrimos que:

GRÁFICO 2: PESSOAS COM ALGUM TIPO DE ALERGIA

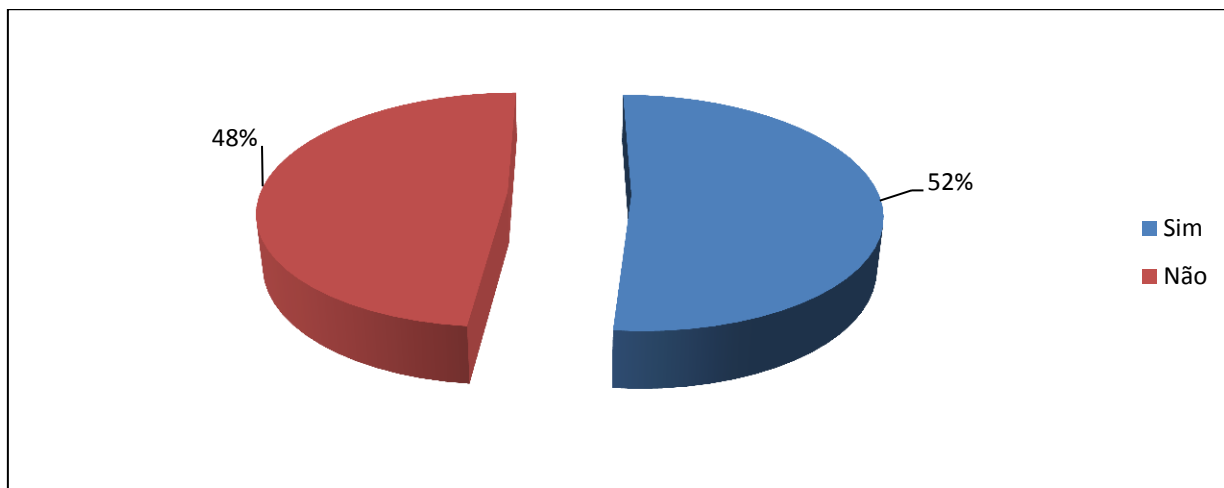


FONTE: Pesquisa de campo realizada entre os dias 23 e 28 de junho de 2013.

Aproximadamente 61% dos entrevistados possui algum tipo de alergia ou conhece alguém que possui alergia.

Destes 61% de entrevistados que possuem algum tipo de alergia, 52% fazem uso de produtos para amenizar os sintomas alérgicos. Dentre os produtos utilizados estão desumidificadores, esmaltes e cosméticos hipoalergênicos, travesseiros, roupas de cama, luvas sem borracha em sua composição. As pessoas que não fazem uso de produtos, em sua grande maioria desconheciam a existência de lojas especializadas ou mesmo da existência dos produtos que aumentam o conforto em caso de alergia.

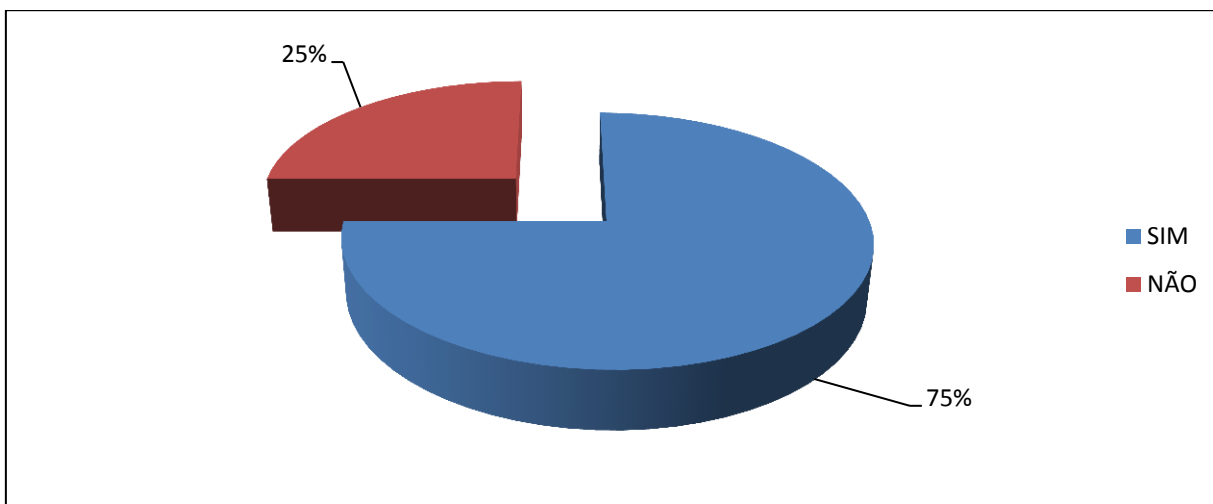
GRÁFICO 3: PORCENTAGEM DE ALÉRGICOS QUE FAZEM USO DE PRODUTOS PARA AMENIZAR OS SINTOMAS



FONTE: Pesquisa de campo realizada entre os dias 23 e 28 de junho de 2013.

Do universo de 48% de pessoas que não faz uso de nenhum produto que minimizem os efeitos alérgicos no organismo, 75% tem interesse em experimentar algum dos produtos oferecidos.

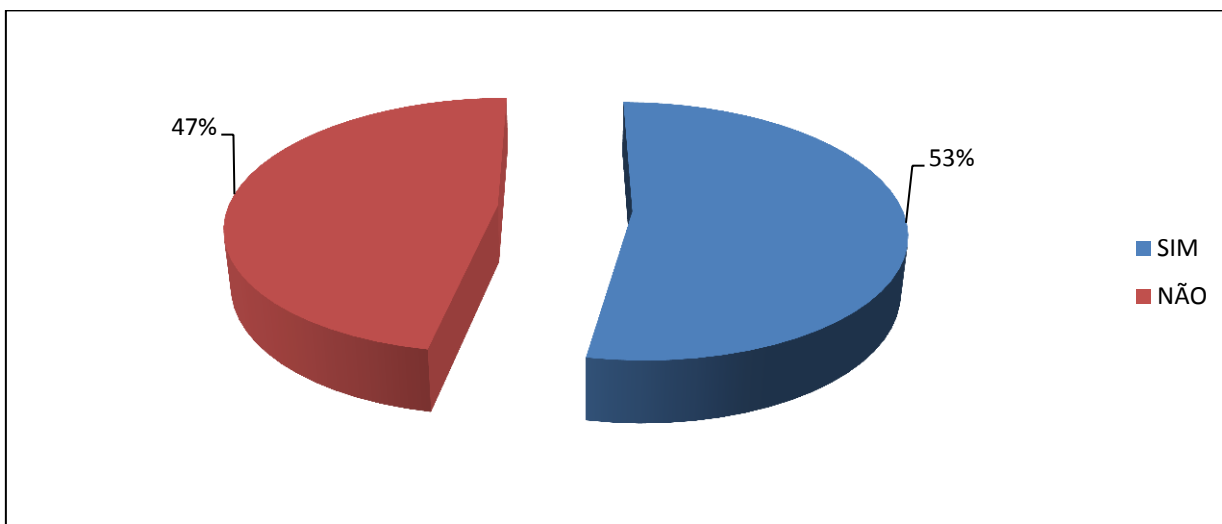
GRÁFICO 4: PESSOAS QUE TEM INTERESSE EM EXPERIMENTAR ALGUM TIPO DE PRODUTO HIPOALERGÊNICO



FONTE: Pesquisa de campo realizada entre os dias 23 e 28 de junho de 2013.

Fazendo uma análise genérica dos resultados de nossas pesquisas, concluímos que 53% de todas as pessoas entrevistadas tem interesse em adquirir algum de nossos produtos, conforme está demonstrado no gráfico abaixo.

GRÁFICO 5: PESSOAS INTERESSADAS EM ADQUIRIR ALGUM TIPO DE PRODUTO HIPOALERGÊNICO



FONTE: Pesquisa de campo realizada entre os dias 23 e 28 de junho de 2013.

Concluimos como resultado de nossas pesquisas que a aceitação de nossos produtos é satisfatória e que trará o retorno que é esperado pelo investimento.

3.2. ESTUDO DOS CONCORRENTES

Atualmente há três empresas que vendem produtos hipoalergênicos em Curitiba. As lojas estão assim localizadas:

- Allergocenter – Rua Visconde de Nacar, 303 Loja 7 Mercês
- Alergo Store – Av. República Argentina, 2609 Água Verde
- Cosmética – Rua Deputado Antonio Baby, 87 Batel

As empresas atuam de forma diferenciada no mercado e cada uma delas representa de alguma forma a marca Alergoshop, que será um de nossos fornecedores. Abaixo descrevemos brevemente a forma de operação de cada uma.

A Allergocenter possui a loja física e a loja virtual, sendo que a loja virtual é o seu maior foco. Comercializa em torno de 400 produtos de diversos fabricantes sendo que do fabricante que será nosso foco comercializa aproximadamente 35 produtos.

A Alergo Store possui apenas a loja física e comercializa em torno de 20% dos produtos disponibilizados pelo fabricante em questão.

A Cosmética é uma farmácia de manipulação que possui dentre os produtos comercializados, uma pequena parte dos produtos do fabricante que nos atenderá.

Através do mapa abaixo, é possível visualizar mais claramente a distribuição da concorrência:

FIGURA 2: LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA



FONTE: Google Maps

LEGENDA:

- Concorrência
- Ponto estudado

Como pode ser observado, os concorrentes estão localizados em pontos distantes e há disponibilidade de mercado não atendido que pode ser explorado.

Dessa forma, nossos estudos estão focados em um quiosque localizado no ParkShopping Barigui pois é uma região onde o poder aquisitivo é compatível com o produto comercializado e trata-se de uma área que não está coberta por concorrentes.

3.3. ESTUDO DOS FORNECEDORES

Os fornecedores que nos atenderão estão localizados em sua grande maioria fora de Curitiba. A seguir, estão apresentados os fornecedores que trabalharemos com o respectivo endereço, forma de pagamento e prazo de entrega. Também estão elencados os tipos de produtos que serão adquiridos de cada um dos fornecedores.

TABELA 1: RELAÇÃO DE FORNECEDORES

FORNECEDOR	ENDEREÇO	FORMA DE PAGAMENTO	PRAZO DE ENTREGA	FRETE	TIPO DE PRODUTO
Allergic Center	Avenida Emilia Mossri, 80 - Mogi das Cruzes - SP	Primeira compra a vista. Próximas compras com 20-40 e 60 dias com boleto bancário	24 horas para liberação do pedido	Por conta do cliente	Cabelos Corpo Higiene Maquiagem Capas antiácaros
Alergoshop	Rua Cerro Corá, 2052 - Alto da Lapa - SP	Primeira compra à vista. Próximas compras 20, 40 e 60 dias com boleto bancário.	24 horas para liberação do pedido	Por conta do cliente	Cabelos Corpo Higiene Maquiagem Capas antiácaros
Alva Brasil	Rua Guilherme Kock, 594 - Joinville - SC	À vista 4% de desconto A prazo - 50% à vista e 50% 28 dias	24 horas para liberação do pedido	Por conta do cliente	Cabelos Corpo Maquiagem
Artel Clima & Depura	Rua da Gruta, 192 - Centro - Serafina Corrêa - Rio Grande do Sul	Primeira compra à vista. Próximas compras 20, 40 e 60 dias com boleto bancário.	24 horas para liberação do pedido	Por conta do cliente	Aparelhos
Thermomatic	Rua João d ePaula Franco, 263 - Jardim Marabá - SP	30 dias com boleto	24 horas para liberação do pedido	Por conta do cliente	Aparelhos
Unique	Rua Visconde de Pirajá, 580 Loja 311 - Ipanema - RJ	30 dias com boleto	de 2 a 3 dias úteis	Por conta do cliente	Preservativo
Alergoshop	Rua Cerro Corá, 2052 - Alto da Lapa - SP	Primeira compra à vista. Próximas compras 20, 40 e 60 dias com boleto bancário.	24 horas para liberação do pedido	Por conta do cliente	Cabelos Corpo Higiene Maquiagem Capas antiácaros
Giz Dubom	Av. Eugen Wissmann, 2321 Jd. Aeroporto - Itu - SP	30 dias com boleto	24 horas para liberação do pedido	Por conta do cliente	Giz Escolar
Miss Cup	Loja virtual	Pagamento à vista	3 dias úteis	Por conta do cliente	Coletores Menstruais

FONTE: Elaboração própria

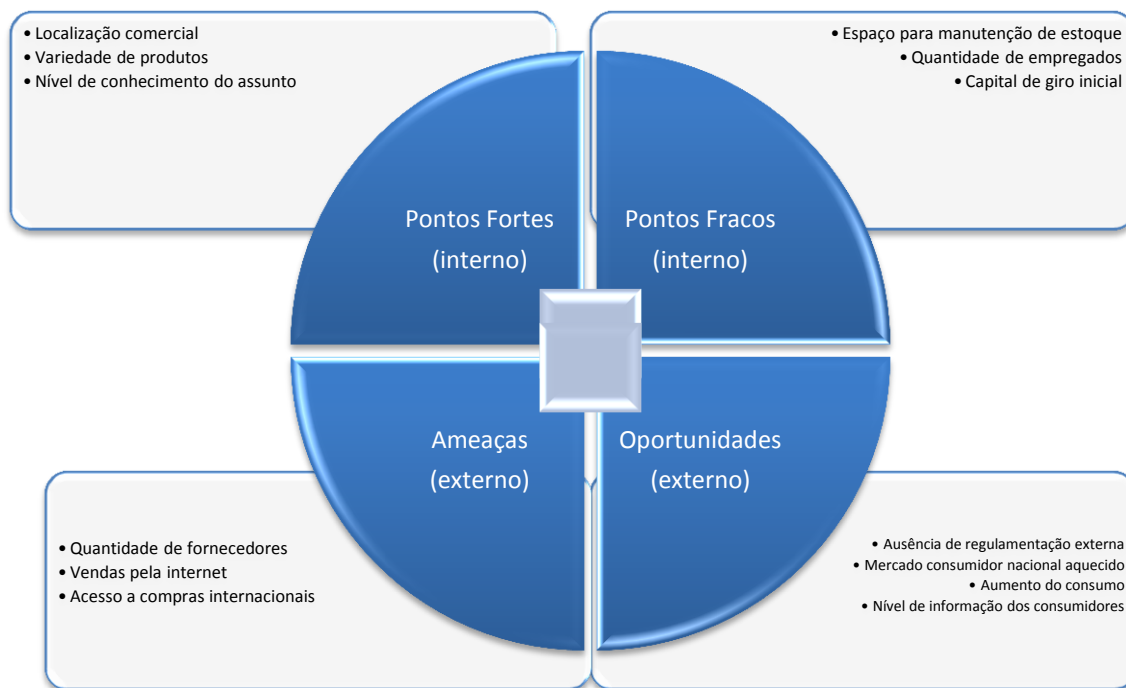
4. PLANO DE MARKETING

O Plano de Marketing desenvolvido oferece vários benefícios. Através deste plano é possível os administradores reconhecerem onde seus esforços devem estar concentrados, observando e tirando o melhor proveito das oportunidades no mercado. Também proporciona um meio de medir o desempenho pela comparação dos resultados com os objetivos.

4.1. ANÁLISE SWOT (strengths, weaknesses, opportunities and threats)

Em nossa análise, avaliamos a concorrência com as características que mais se aproximam da nossa empresa e que são mais representativas no contexto geral. É possível que haja outras empresas de menor porte que comercializem produtos similares. Contudo, levamos em consideração apenas as empresas que possuem site ou que divulgam sua marca na mídia de alguma forma.

FIGURA 3: ANÁLISE SWOT



FONTE: Elaboração própria

4.1.1. Forças vs. Oportunidades

- Mercado nacional aquecido principalmente com o aumento de renda per capita. Os consumidores estão buscando satisfazer não somente suas necessidades, mas melhorar sua qualidade de vida através da aquisição de produtos que possam proporcionar este benefício;
- Grande variedade de produtos para atender a consumidores mais detalhistas e em contra partida poucos fornecedores, pois este mercado é relativamente novo, tem muito espaço para crescer e fidelizá-los;
- Existe uma demanda crescente de pessoas que possuem algum tipo de alergia e não conhecem a oferta de produtos que estão disponíveis para amenizar estes sintomas, através de divulgação e propaganda é possível atraí-los.

4.1.2. Forças vs. Ameaças

- As vendas pela internet podem significar uma ameaça para as vendas presenciais, devido à facilidade nas formas de pagamentos. Muitos consumidores preferem este

tipo de compra pela falta de tempo do dia-a-dia. Esta ameaça pode ser atenuada pelo atendimento especializado, onde o cliente terá acesso ao produto e poderá testá-lo na hora, antes de comprá-lo, além de conveniência do Shopping que dispõe de estrutura de lazer, estacionamento, áreas de entretenimento e segurança.

- Por ser um mercado relativamente novo, a entrada de novos concorrentes pode ser uma ameaça, que poderá ser minimizada com um trabalho de divulgação realizado junto às clínicas e consultórios médicos que poderão indicar nossos produtos como opção de compra.

4.1.3. Fraquezas vs. Oportunidades

- Manter um estoque de produtos hipoalergênicos pode significar um custo elevado, o mercado é novo e ainda não existem pesquisas para medir o grau de aceitação de determinado tipo de produto, dessa forma será necessário manter estoque mínimo. Podemos desenvolver uma parceria com nossos fornecedores e realizar as compras de acordo com a demanda, desde que seja possível receber a entrega em prazos factíveis, assim a necessidade de manter um estoque grande de produtos pode ser minimizada.
- A contratação de empregados treinados pode significar uma fraqueza, pois os salários serão relativamente mais altos e isto encarecerá a folha de pagamento. Mas em contra partida, clientes bem atendidos e satisfeitos compram mais e fidelizam a marca pelo bom atendimento;

4.1.4. Fraquezas vs. Ameaças

- As fraquezas e ameaças apresentadas podem ser facilmente transformadas em oportunidades e pontos fortes. Deste modo, poderiam ser combatidas do mesmo modo como descrito na seção de Forças vs. Ameaças.

4.2. PREÇO

Abaixo, incluímos uma lista dos produtos que serão comercializados em nosso quiosque e os preços que serão praticados:

TABELA 2: RELAÇÃO PRODUTOS E SEUS RESPECTIVOS PREÇOS DE CUSTO E VENDA

PRODUTO	PREÇO DE CUSTO \$	PREÇO DE VENDA \$
Máscara contra pó – Alergoshop	3,22	5,80
Máscara contra pó e odores - Alergoshop	7,05	12,69
Máscara contra pó com respirador - Alergoshop	4,15	7,47
Acaricida - Solução contra fungos e ácaros – Alergoshop	18,34	33,01
Biolimpeza Multiuso – Alergoshop	7,84	14,11
Biolimpeza Pesada – Alergoshop	9,28	16,70
Protetor Solar Alergosun - Alergoshop	26,67	48,01
Vela Repelente – Alergoshop	7,84	14,11
Repelente Ultrassonico - Alergoshop	33,84	60,91
Pós Picada – Alergoshop	12,40	22,32
Repelente de Insetos - Alergoshop	21,67	39,01
Sabonete Facial – Alergoshop	14,70	26,46
Sabonete Líquido – Alergoshop	15,22	27,40
Desodorante em creme - Alergoshop	15,50	27,90
Sabonete em barra – Alergoshop	5,00	9,00
Shampoo Infantil – Alergoshop	16,00	28,80
Condicionador Infantil - Alergoshop	16,00	28,80
Loção hidratante – Alergoshop	16,00	28,80
Condicionador – Alergoshop	16,00	28,80
Shampoo – Alergoshop	16,00	28,80
Desodorante Roll On - Alergoshop	15,00	27,00
Gel Pós Barba – Alergoshop	12,20	21,96
Creme p/as mãos – Alergoshop	21,00	37,80
Batom - Allergic Center	7,40	13,32
Brilho Labial - Allergic Center	9,80	17,64
Protetor Labial - Allergic Center	2,70	4,86
Demaquilante - Allergic Center	5,90	10,62
Desodorante sem Fragrância 70 ml - Allergic Center	6,80	12,24
Desodorante com Fragrância 70 ml - Allergic Center	6,80	12,24
Esmalte - Allergic Center	3,22	5,80
Removedor de Esmaltes - Allergic Center	5,35	9,63
Lápis delineador de Sobrancelhas - Allergic Center	5,70	10,26
Lápis Delineador de Olhos - Allergic Center	8,49	15,28
Caneta Delineadora - Allergic Center	15,90	28,62
Lápis Sombra - Allergic Center	9,80	17,64

PRODUTO	PREÇO DE CUSTO \$	PREÇO DE VENDA \$
Rímel - Allergic Center	9,40	16,92
Pó Compacto - Allergic Center	13,40	24,12
Protetor Solar 120g - Allergic Center	16,35	29,43
Loção Hidratante - Allergic Center	13,60	24,48
Sabonete Barra s/Fragrância - Allergic Center	4,20	7,56
Sabonete Espumante - Allergic Center	6,90	12,42
Shampoo - Allergic Center	9,15	16,47
Condicionador - Allergic Center	9,15	16,47
Capa Travesseiro Infantil - Allergic Center	8,25	14,85
Capa Travesseiro Adulto - Allergic Center	11,50	20,70
Capa Colchão Berço - Allergic Center	44,30	79,74
Capa Colchão Solteiro - Allergic Center	64,20	115,56
Capa Colchão Solteiro King - Allergic Center	67,80	122,04
Capa Colchão Casal - Allergic Center	91,00	163,80
Capa Colchão Casal Queen - Allergic Center	131,00	235,80
Capa Colchão Casal King - Allergic Center	141,00	253,80
Capa Travesseiro Infantil PVC/TNT - Allergic Center	7,00	12,60
Capa Travesseiro Adulto PVC/TNT - Allergic Center	9,45	17,01
Capa Colchão Berço PVC/TNT - Allergic Center	26,00	46,80
Capa Colchão Solteiro PVC/TNT - Allergic Center	36,40	65,52
Capa Colchão Solteiro King PVC/TNT - Allergic Center	39,70	71,46
Capa Colchão Casal PVC/TNT - Allergic Center	54,10	97,38
Batom – Alva	36,00	64,80
Blush – Alva	41,00	73,80
Gloss – Alva	33,00	59,40
Duo de Sombra – Alva	36,00	64,80
Corretivo – Alva	32,00	57,60
Máscara para Cílios - Alva	40,00	72,00
Base Facial – Alva	42,00	75,60
Pó Bronzeador – Alva	50,00	90,00
Lápis Kajal – Alva	25,00	45,00
Delineador para Lábios - Alva	25,00	45,00
Shampoo Reativador - Alva	32,00	57,60
Bálsamo Pós Barba - Alva	31,00	55,80
Gel p/Barbear – Alva	28,00	50,40
Sabonete Líquido Cabelo e Corpo - Alva	30,00	54,00
Hidratante p/Corpo - Alva	29,00	52,20
Hidratante p/Rosto - Alva	29,00	52,20
Desodorante Roll On - Alva	22,00	39,60
Desodorante Spray - Alva	23,00	41,40
Creme para Mãos - Alva	28,00	50,40
Creme Hidratante Corporal - Alva	34,00	61,20

PRODUTO	PREÇO DE CUSTO \$	PREÇO DE VENDA \$
Leite de Limpeza – Alva	34,00	61,20
Tônico Facial – Alva	38,00	68,40
Argila de Limpeza - Alva	30,00	54,00
Fluído Anti-Espinha - Alva	28,00	50,40
Coletor Menstrual - Miss Cup	58,00	104,40
Preservativos – Unique	8,33	14,99

FONTE: Elaboração própria

4.3. ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

A estratégia de negócio tem como fundamento aumentar o consumo dos produtos na cidade. Para tanto, pretende-se fazer contato com médicos ligados a área para apresentar e divulgar os produtos.

Os produtos estão organizados em catálogos contendo a foto, a descrição de cada um dos produtos e ainda a melhor forma de utilização. Também incluiremos dicas de prevenção de doenças alérgicas oferecidas por profissionais da área assim como formas de minimizar os sintomas com mudanças de atitude ou de hábitos.

Esses catálogos são personalizados e distribuídos em clínicas médicas especializadas nesse tipo de tratamento.

Nosso website conterà todas as informações necessárias para que nosso cliente tenha a comodidade de conhecer previamente os produtos. Nosso site estará hospedado no endereço www.minimalergic.com.br.

4.4. ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A estrutura de comercialização que adotamos é a venda direta ao cliente através de um quiosque localizado no ParkShopping Barigui.

O ParkShopping Barigui recebe por dia cerca de 24.000 pessoas que vão até o shopping para fazer compras, almoçar, frequentar os cinemas, entre outros.

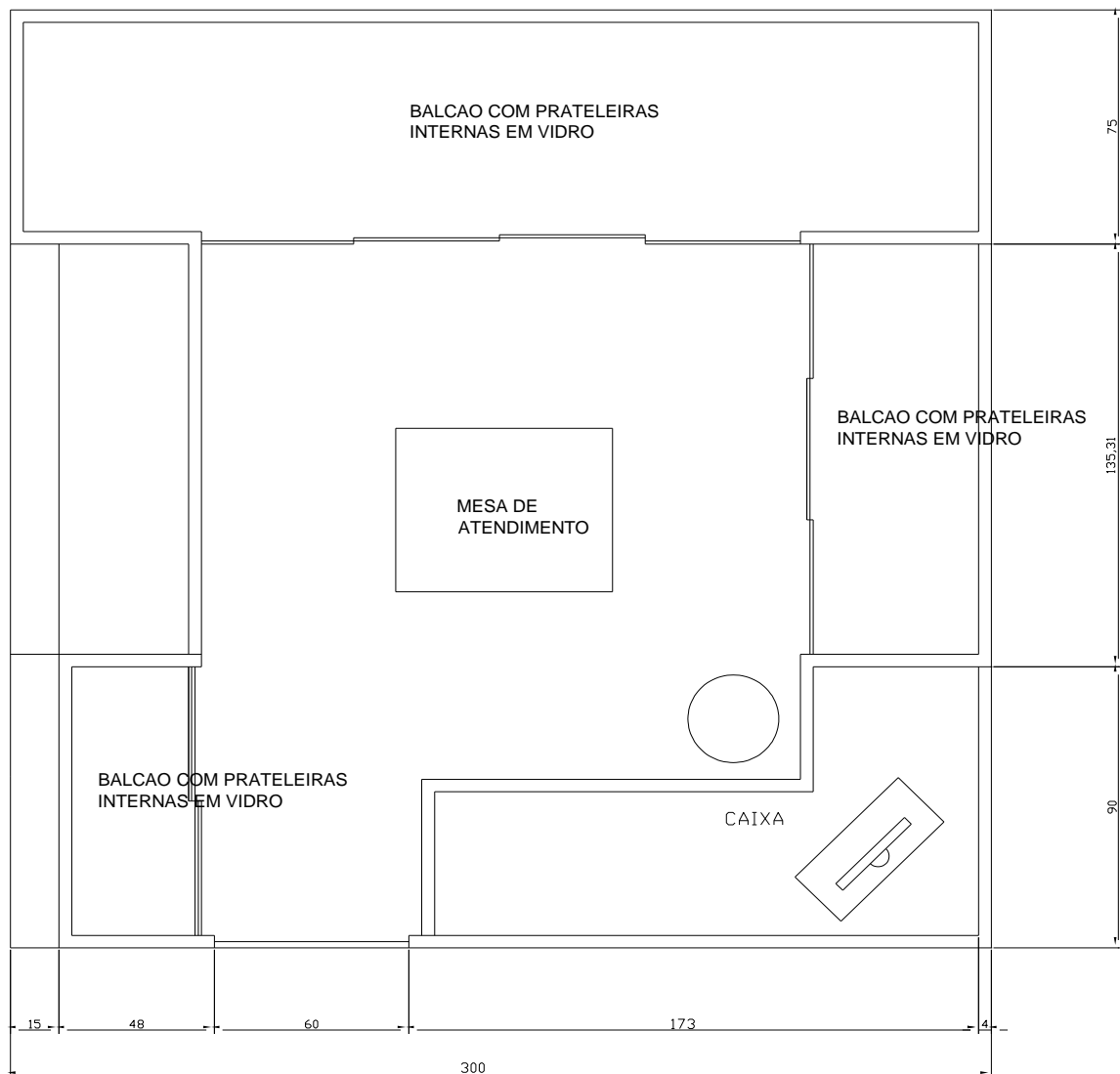
Em nosso quiosque nossas vendas são operacionalizadas por 02 pessoas que trabalham em regime de revezamento de horário.

5. PLANO OPERACIONAL

5.1. LAYOUT

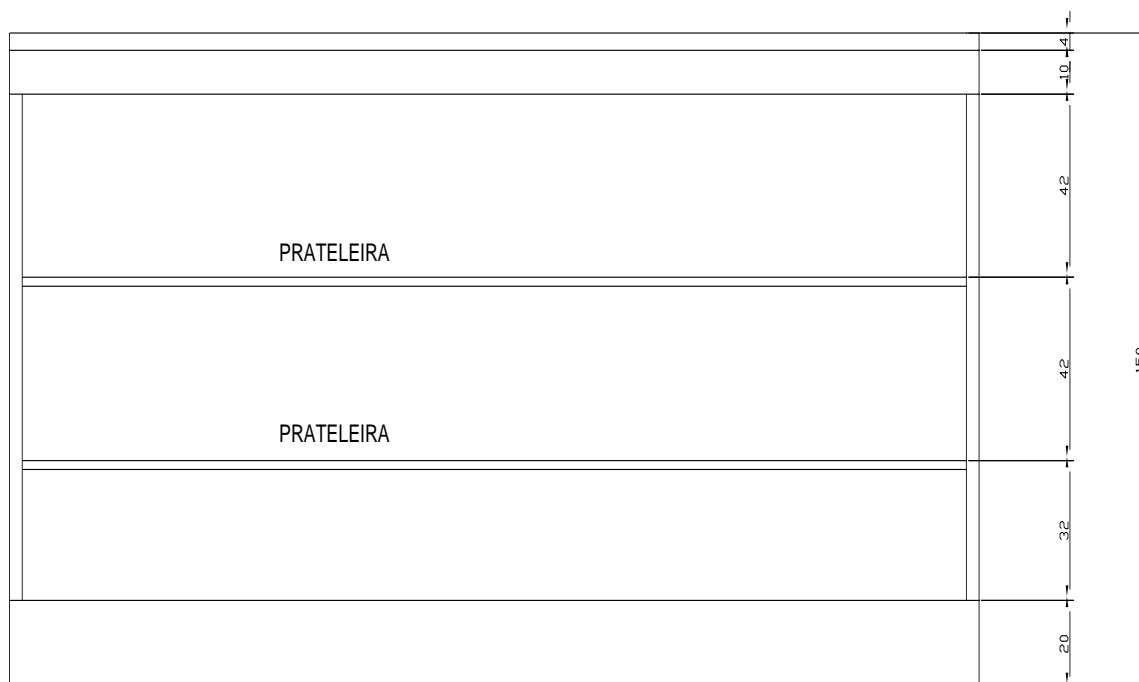
O quiosque terá 9m² e será instalado no Park Shopping Barigui. Será construído em fórmica e vidro e terá prateleiras internas que facilitarão a visualização dos produtos. Neste espaço disponibilizaremos uma parte de nossos produtos, pelo menos uma amostra de cada produto que teremos em estoque, o objetivo é que o cliente possa visualizar o produto e as suas características.

FIGURA 4: PLANTA BAIXA DO QUIOSQUE



FONTE: Elaboração própria

FIGURA 5: CORTE NA PLANTA DO QUIOSQUE



FONTE: Elaboração própria

5.2. CAPACIDADE COMERCIAL

A Minimalergic terá inicialmente dois vendedores, trabalhando seis horas cada um, somando um total de doze horas ininterruptas de funcionamento do quiosque. Como esse tipo de negócio e novo em Curitiba, ainda não temos como estimar as vendas diárias, de maneira que, para atender o maior número de clientes e com a melhor qualidade possível, iremos trabalhar com um estoque inicial de 35 itens de cada produto. A demanda e sazonalidade serão analisadas mensalmente para que seja possível estimar as quantidades e os produtos que são mais vendidos e assim poder definir nossa capacidade comercial.

5.3. DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS

A Minimalergic não possui processos complexos tendo em vista que suas atividades são resultantes da venda de produtos e não envolvem processos de produção.

Nas próximas páginas, vamos descrever os principais processos identificados na empresa e que serão chave para o bom funcionamento da empresa e dos seus controles internos.

5.3.1. Processo de Vendas

A Minimalergic oferece produtos que tem a função de melhorar a qualidade de vida de nossos clientes. Os nossos vendedores estão treinados para obter do cliente todas as informações sobre suas alergias. Assim, após algumas perguntas-chaves será traçado o perfil desse cliente, o seu estilo de vida, nível de exposição ao alergênio causador do problema, como são os ambientes de trabalho e residencial. Com base nesse questionário básico, será possível avaliar qual das soluções disponíveis é a mais indicada para o caso. Sendo assim os passos para o atendimento dos nossos clientes serão:

- Abordagem objetiva;
- Apresentação dos produtos e suas qualidades;
- Dicas de uso e prazo de substituição dos produtos;
- Cadastro do cliente em nosso banco de dados com a intenção de avaliar a melhora e esta disponibilizando um acompanhamento personalizado;
- Condição e forma de pagamento;
- Emissão de nota fiscal;
- Entrega do produto.

5.3.2. Processo de Compras

O processo de compras de produtos tem papel fundamental dentro das empresas, visto que, por este processo passam grandes somas de recursos e, também, tem grande impacto no cronograma do estoque e fluxo de caixa.

Estudos mostram que a empresa que busca a melhoria contínua deve ter a área de compras voltada para um foco estratégico. Neste modelo de estruturação do processo de compras de produtos, os esforços dos envolvidos com compras são gastos em atividades que realmente agregam valor a este processo.

Para que tudo isso ocorra de maneira eficiente, o procedimento de compras será realizado da seguinte forma:

- As compras serão feitas apenas pelo sócio responsável;

- Deverá ser analisada a rotatividade do estoque de cada produto;
- Planejamento periódico de estoque;
- Realização do planejamento das aquisições;
- Busca de novos materiais e fornecedores sempre com foco em reduzir o preço para os nossos clientes;
- Grandes negociações com o objetivo de ganhar prazo de pagamento, desconto na grande quantidade de produtos e diluir o frete pago;
- Avaliação dos fornecedores.

5.3.3. Processo de Avaliação de Fornecedores

A avaliação de fornecedores levará em consideração os fornecedores que estejam alinhados aos objetivos e estratégias que a empresa traçar para alcançar o objetivo final. As sócias terão como principal foco avaliar estes fornecedores periodicamente de forma clara e objetiva para que o sucesso da cadeia venha ao encontro da maximização de vantagens.

- A avaliação de fornecedores será feita apenas pelo sócio responsável;
- O objetivo principal é a maximização das vantagens competitivas;
- Análise dos fornecedores que entregam as quantidades desejadas, com a qualidade desejada, no menor tempo possível e ao menor custo possível;
- Avaliação periódica da capacidade financeira dos fornecedores mais significativos. Essa avaliação é necessária para obter razoável certeza a respeito da capacidade do fornecedor em cumprir o cronograma de entregas das mercadorias;

5.3.4. Processo de Treinamento de Pessoal

O treinamento é fundamental para que haja sucesso nas vendas dos produtos. Os funcionários que irão compor nossa equipe de atendimento ao cliente, assim que recrutados passarão pelos seguintes treinamentos:

- Atendimento ao cliente: nosso pessoal receberá treinamento quanto a técnicas de atendimento ao cliente e comportamento perante o cliente.

- Treinamento para conhecimento dos produtos: este treinamento será oferecido pelos fornecedores dos produtos a toda equipe (funcionários e sócios) alguns dias antes da abertura do negócio. Este treinamento será periódico e tem como objetivo orientar quanto a melhor utilização e características particulares de cada produto. Esse treinamento irá auxiliar a equipe de atendimento ao cliente na indicação da solução mais adequada para cada situação.
- Treinamento relacionado ao software da empresa: os funcionários receberão treinamento para utilização do software.

5.3.5. Processo de Atendimento e Venda por Telefone

Muito embora o foco de nossas vendas nesse primeiro momento sejam as vendas no próprio quiosque, uma vez que nossos clientes estarão conhecendo nossos produtos e estaremos em fase de distribuição de material informativo, formalizamos o processo de vendas por telefone que terá os seguintes passos:

- Cliente entra em contato com nossa central de vendas (que nesse primeiro momento será em nosso quiosque) e realiza o seu pedido;
- Para clientes existentes, o cadastro é conferido e o cupom fiscal emitido;
- Para clientes novos, é preenchido um cadastro com as informações de entrega do pedido e é emitido o cupom fiscal;
- O motoboy entrega o pedido e leva a maquineta de cartão ou recebe o valor em dinheiro.

5.3.6. Processo de Entregas

Objetivando a qualidade do atendimento aos clientes a Minimalergic oferece o serviço de entrega em domicílio aos clientes que assim desejar:

- O atendente preenche uma ordem de entrega com o endereço, telefone, dia e período que o cliente poderá receber o produto;
- Será cobrada do cliente uma taxa de entrega;

- Ao final do dia o atendente passara todas as ordens de entrega, que deverão ser realizadas no dia seguinte, por e-mail para a empresa parceira que fornece esse tipo de prestação de serviço a Minimalergic;
- Ao final do dia das respectivas entregas, o atendente entrará em contato com cada cliente para confirmar se a entrega foi realizada e se o produto chegou em perfeitas condições.

5.3.7. Recebimento das Mercadorias Compradas

O recebimento e conferência dos produtos são executados por atendentes ou sócios do quiosque e abrange:

- Conferir os produtos, observando as quantidades solicitadas e recebidas;
- Conferir a validade dos produtos;
- Observar os aspectos físicos dos produtos, como vazamentos, violação do lacre das embalagens;
- Durante a conferência ticar os itens que estão em desacordo para que seja providenciada a devolução;
- Arquivar notas fiscais de recebimento e ordem de transporte para ser remetida a contabilidade;

5.3.8. Controles de Estoque

O software adquirido pela empresa possui módulo de controle de estoques. Com esse controle, será possível planejar os estoques de maneira mais precisa, evitando compras desnecessárias.

Nossos fornecedores estão localizados em São Paulo, a proximidade nos permite ter um estoque pequeno dos produtos, pois eles garantem a entrega em até 3 dias úteis, desta forma iremos analisar a sazonalidade e a expectativa de venda, aumentando ou diminuindo a quantidade de produto em estoque de acordo com a demanda. Para nos auxiliar nesse processo, utilizaremos a função curva ABC, que vai nos permitir cadastrar estoque mínimo e máximo e histórico de vendas.

5.4. ESTRUTURA DE PESSOAL

Nossa empresa irá atender ao público conforme o horário de funcionamento do ParkShoppingBarigui. O horário de funcionamento do Shopping é de segunda a sábado das 10hs às 22hs e aos domingos das 14hs às 20hs.

TABELA 3: QUADRO DE HORÁRIO

	10:00 às 16:00	14:00 às 20:00	16:00 às 22:00
SEGUNDA	FUNC 01	FOLGUISTA	FUNC 02
TERÇA	FUNC 01	FOLGUISTA	FUNC 02
QUARTA	FUNC 01	FOLGUISTA	FUNC 02
QUINTA	FUNC 01	FOLGUISTA	FUNC 02
SEXTA	FUNC 01	FOLGUISTA	FUNC 02
SÁBADO	FUNC 01	FOLGUISTA	FOLGUISTA
DOMINGO	XXXXXX	FUNC 02	XXXXXXX

FONTE: Elaboração própria

Como informação adicional, nossa estrutura hierárquica estará assim representada:

FIGURA 6: ESTRUTURA HIERARQUICA



FONTE: Elaboração própria

6. PLANO FINANCEIRO

6.1. ESTIMATIVAS



PERÍODO	RECEITAS	CPV	MARGEM BRUTA	DESPESAS FIXAS	DESPESAS VARIÁVEIS	SIMPLES	LUCRO LÍQUIDO
jan/14	31.000,00	17.360,00	13.640,00	17.758,00	2.280,00	2.170,00 -	8.568,00
fev/14	34.000,00	19.040,00	14.960,00	17.758,00	2.430,00	2.380,00 -	7.608,00
mar/14	48.000,00	26.880,00	21.120,00	17.758,00	2.430,00	3.360,00 -	2.428,00
abr/14	54.000,00	30.240,00	23.760,00	17.758,00	2.430,00	3.780,00 -	208,00
mai/14	59.000,00	33.040,00	25.960,00	17.758,00	2.430,00	4.130,00	1.642,00
jun/14	65.000,00	36.400,00	28.600,00	17.758,00	2.430,00	4.550,00	3.862,00
jul/14	72.000,00	40.320,00	31.680,00	17.758,00	2.430,00	5.040,00	6.452,00
ago/14	74.000,00	41.440,00	32.560,00	17.758,00	2.430,00	5.180,00	7.192,00
set/14	83.000,00	46.480,00	36.520,00	17.758,00	2.430,00	5.810,00	10.522,00
out/14	88.000,00	49.280,00	38.720,00	17.758,00	2.430,00	6.160,00	12.372,00
nov/14	92.000,00	51.520,00	40.480,00	17.758,00	2.430,00	6.440,00	13.852,00
dez/14	99.000,00	55.440,00	43.560,00	17.758,00	2.430,00	6.930,00	16.442,00
TOTAL 2014	799.000,00	447.440,00	351.560,00	213.096,00	29.010,00	55.930,00	53.524,00
2015	846.940,00	474.286,40	372.653,60	225.881,76	30.909,60	62.673,56	53.188,68
2016	897.756,40	502.743,58	395.012,82	239.434,67	32.764,18	66.433,97	56.380,00
2017	951.621,78	532.908,20	418.713,58	253.800,75	34.730,03	74.226,50	55.956,31
2018	1.008.719,09	564.882,69	443.836,40	269.028,79	36.813,83	78.680,09	59.313,69

NOTA: Inflação projetada para 2015, 2016, 2017 e 2018 na faixa de 6%

6.1.1. Estimativa de Custo de Mão de Obra



DESCRIÇÃO	jan/14	fev/14	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14
Salários Funcionários	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
FGTS	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00
INSS - Terceiros	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20
Vale Transporte	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00
Vale Refeição	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00
Plano de Saúde	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00
Férias	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20
Décimo Terceiro	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60
Pró Labore	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
TOTAL	9.658,00	9.658,00	9.658,00	9.658,00	9.658,00	9.658,00	9.658,00	9.658,00	9.658,00	9.658,00	9.658,00	9.658,00

DESCRIÇÃO	2015	2016	2017	2018
Salários Funcionários	30.528,00	32.359,68	34.301,26	36.359,34
FGTS	2.442,24	2.588,77	2.744,10	2.908,75
INSS - Terceiros	1.007,42	1.067,87	1.131,94	1.199,86
Vale Transporte	6.181,92	6.552,84	6.946,01	7.362,77
Vale Refeição	17.172,00	18.202,32	19.294,46	20.452,13
Plano de Saúde	4.502,88	4.773,05	5.059,44	5.363,00
Férias	943,82	1.000,45	1.060,48	1.124,11
Décimo Terceiro	2.831,47	3.001,36	3.181,44	3.372,33
Pró Labore	57.240,00	60.674,40	64.314,86	68.173,76
TOTAL	122.849,76	130.220,75	138.033,99	146.316,03

NOTA: Inflação projetada para 2015, 2016, 2017 e 2018 na faixa de 6%

6.1.2. Estimativa de Depreciação



IMOBILIZADO	QUANTIDADE	CUSTO	TAXA DE DEPRECIACÃO	TAXA DE DEPRECIACÃO											
				jan/14	fev/14	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14
Computador AOC 4 GB	2	2.900,00	20%	48,33	48,33	48,33	48,33	48,33	48,33	48,33	48,33	48,33	48,33	48,33	48,33
Notebook ASUS Intel Pentium	1	1.279,00	20%	21,32	21,32	21,32	21,32	21,32	21,32	21,32	21,32	21,32	21,32	21,32	21,32
Projeto do Quiosque	1	14.900,00	10%	124,17	124,17	124,17	124,17	124,17	124,17	124,17	124,17	124,17	124,17	124,17	124,17
Instalações	1	1.400,00	10%	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67
Softwares	1	2.090,00	20%	34,83	34,83	34,83	34,83	34,83	34,83	34,83	34,83	34,83	34,83	34,83	34,83
03 Banquetas	3	390,00		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
01 Escrivania	1			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL IMOBILIZADO		22.959,00		240,32	240,32	240,32	240,32	240,32	240,32	240,32	240,32	240,32	240,32	240,32	240,32

IMOBILIZADO	QUANTIDADE	CUSTO	TAXA DE DEPRECIACÃO	TAXA DE DEPRECIACÃO			
				2015	2016	2017	2018
Computador AOC 4 GB	2	2.900,00	20%	580,00	580,00	580,00	580,00
Notebook ASUS Intel Pentium	1	1.279,00	20%	255,80	255,80	255,80	255,80
Projeto do Quiosque	1	14.900,00	10%	1.490,00	1.490,00	1.490,00	1.490,00
Instalações	1	1.400,00	10%	140,00	140,00	140,00	140,00
Softwares	1	2.090,00	20%	418,00	418,00	418,00	418,00
03 Banquetas	3	390,00		-	-	-	-
01 Escrivania	1			-	-	-	-
TOTAL IMOBILIZADO		22.959,00		2.883,80	2.883,80	2.883,80	2.883,80

6.1.3. Estimativa de Despesas Fixas



DESCRIÇÃO	jan/14	fev/14	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14
Aluguel	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00
Encargos Comuns	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Fundos de promoção	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Salários Funcionários	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
FGTS	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00
INSS - Terceiros	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20
Vale Transporte	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00
Vale Refeição	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00
Plano de Saúde	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00
Férias	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20
Décimo Terceiro	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60	222,60
Pró Labore	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
TOTAL	17.758,00	17.758,00	17.758,00	17.758,00	17.758,00	17.758,00	17.758,00	17.758,00	17.758,00	17.758,00	17.758,00	17.758,00

DESCRIÇÃO	2015	2016	2017	2018
Aluguel	82.680,00	87.640,80	92.899,25	98.473,20
Encargos Comuns	11.448,00	12.134,88	12.862,97	13.634,75
Fundos de promoção	8.904,00	9.438,24	10.004,53	10.604,81
Salários Funcionários	30.528,00	32.359,68	34.301,26	36.359,34
FGTS	2.442,24	2.588,77	2.744,10	2.908,75
INSS - Terceiros	1.007,42	1.067,87	1.131,94	1.199,86
Vale Transporte	6.181,92	6.552,84	6.946,01	7.362,77
Vale Refeição	17.172,00	18.202,32	19.294,46	20.452,13
Plano de Saúde	4.502,88	4.773,05	5.059,44	5.363,00
Férias	943,82	1.000,45	1.060,48	1.124,11
Décimo Terceiro	2.831,47	3.001,36	3.181,44	3.372,33
Pró Labore	57.240,00	60.674,40	64.314,86	68.173,76
TOTAL	225.881,76	239.434,67	253.800,75	269.028,79

NOTA: Inflação projetada para 2015, 2016, 2017 e 2018 na faixa de 6%

6.1.4. Estimativa de Investimento Fixo

Nos investimentos fixos foram considerados todos os gastos necessários para que o quiosque Minimalergic possa operar, ou seja, todos os bens que o empreendedor necessita comprar para que o negócio possa funcionar de maneira apropriada.

IMOBILIZADO	QUANTIDADE	CUSTO
Computador AOC 4 GB	2	2.900,00
Notebook ASUS Intel Pentium	1	1.279,00
Projeto do Quiosque	1	14.900,00
Instalações	1	1.400,00
Softwares	1	2.090,00
03 Banquetas	3	390,00
01 Escrivaninha	1	
TOTAL IMOBILIZADO		22.959,00

6.2. BALANÇO PATRIMONIAL PROJETADO



Balanço Patrimonial Projetado

	2014	2015	2016	2017	2018
ATIVO					
Circulante					
Caixa e Bancos	69.262	125.498	211.335	298.517	390.929
Contas a Receber.....	94.833	-	-	-	-
Estoques.....	53.760	109.200	80.743	50.578	18.604
	217.855	234.698	292.078	349.095	409.533
Não Circulante					
Imobilizado.....	22.959	22.959	22.959	22.959	22.959
(-) Depreciação Acumulada.....	(2.884)	(5.768)	(8.651)	(11.535)	(14.419)
	20.075	17.191	14.308	11.424	8.540
TOTAL DO ATIVO	237.931	251.889	306.386	360.519	418.073
PASSIVO					
Circulante					
Fornecedores.....	36.400	-	-	-	-
Obrigações Trabalhistas.....	890	944	1.944	3.005	4.129
	37.290	944	1.944	3.005	4.129
Patrimônio Líquido					
Capital Social.....	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Lucro do Exercício.....	50.640	100.945	154.441	207.514	263.944
	200.640	250.945	304.441	357.514	413.944
TOTAL DO PASSIVO	237.931	251.889	306.386	360.519	418.073

6.3. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS PROJETADOS



Demonstração do Resultado Projetado

	2014	2015	2016	2017	2018
Receita Operacional Bruta					
Receita de Vendas.....	799.000	846.940	897.756	951.622	1.008.719
(-) Custo dos Produtos Vendidos.....	(447.440)	(474.286)	(502.744)	(532.908)	(564.883)
(-) Impostos sobre Vendas.....	(55.930)	(62.674)	(66.434)	(74.226)	(78.680)
Receita Operacional Líquida	295.630	309.980	328.579	344.487	365.156
Despesas Operacionais					
Despesas Gerais e Administrativas.....	(242.106)	(256.791)	(272.199)	(288.531)	(305.843)
Despesa com Depreciação.....	(2.884)	(2.884)	(2.884)	(2.884)	(2.884)
Resultado Financeiro Líquido.....	(244.990)	(259.675)	(275.083)	(291.415)	(308.726)
Resultado do Exercício	50.640	50.305	53.496	53.073	56.430

6.4. FONTE DE RECURSOS

Considerando que o capital inicial necessário não é muito representativo, os recursos necessários à realização do empreendimento serão provenientes dos próprios sócios sem necessidade de nenhuma forma de financiamento.

QUOTISTAS	% PARTICIPAÇÃO	VALOR DO CAPITAL
Josiane Aguiar	33,333%	50.000,00
Keli Lemos	33,333%	50.000,00
Veridiana Misael	33,333%	50.000,00
	100,000%	150.000,00

6.5. FLUXO DE CAIXA



DESCRÇÃO	jan/14	fev/14	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14	2015	2016	2017	2018
Entradas																
Vendas	15.500,00	22.166,67	34.833,33	45.833,33	52.166,67	59.333,33	65.666,67	69.666,67	76.666,67	82.166,67	86.833,33	93.333,33	941.773,33	897.756,40	951.621,78	1.008.719,09
Capital Social	150.000,00															
Total de Entradas	165.500,00	22.166,67	34.833,33	45.833,33	52.166,67	59.333,33	65.666,67	69.666,67	76.666,67	82.166,67	86.833,33	93.333,33	941.773,33	897.756,40	951.621,78	1.008.719,09
Saídas																
Investimentos	2.295,90	2.295,90	2.295,90	2.295,90	2.295,90	2.295,90	2.295,90	2.295,90	2.295,90	2.295,90	-	-	-	-	-	-
Estoques	72.800,00	19.040,00	26.880,00	30.240,00	33.040,00	36.400,00	40.320,00	41.440,00	46.480,00	49.280,00	51.520,00	55.440,00	566.126,40	474.286,40	502.743,58	532.908,20
Aluguel	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	82.680,00	87.640,80	92.899,25	98.473,20
Encargos Comuns	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	11.448,00	12.134,88	12.862,97	13.634,75
Fundos de promoção	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	8.904,00	9.438,24	10.004,53	10.604,81
Salários Funcionários	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	30.528,00	32.359,68	34.301,26	36.359,34
FGTS	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00	2.442,24	2.588,77	2.744,10	2.908,75
INSS - Terceiros	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20	1.007,42	1.067,87	1.131,94	1.199,86
Vale Transporte	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	6.181,92	6.552,84	6.946,01	7.362,77
Vale Refeição	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	17.172,00	18.202,32	19.294,46	20.452,13
Plano de Saúde	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	4.502,88	4.773,05	5.059,44	5.363,00
Férias e Décimo Terceiro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.335,60	1.335,60	3.721,87	3.001,36	3.181,44	3.372,33
Pró Labore	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	57.240,00	60.674,40	64.314,86	68.173,76
Seguro	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	381,60	404,50	428,77	454,49
Material de divulgação	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	10.176,00	10.786,56	11.433,75	12.119,78
Serviços terceirizados	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	8.268,00	8.764,08	9.289,92	9.847,32
Despesas bancárias	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.544,00	2.696,64	2.858,44	3.029,94
Despesas financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telefone	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	5.088,00	5.393,28	5.716,88	6.059,89
Material de embalagem	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.544,00	2.696,64	2.858,44	3.029,94
Despesa com software	-	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.908,00	2.022,48	2.143,83	2.272,46
Impostos	2.170,00	2.380,00	3.360,00	3.780,00	4.130,00	4.550,00	5.040,00	5.180,00	5.810,00	5.810,00	6.160,00	6.440,00	62.673,56	66.433,97	74.226,50	78.680,09
Total de Saídas	97.007,10	43.607,10	52.427,10	56.207,10	59.357,10	63.137,10	67.547,10	68.807,10	74.477,10	77.277,10	78.906,80	83.106,80	885.537,90	811.918,76	864.440,37	916.306,80
Saldo de Caixa ao Final do Período Anterior	-	68.492,90	47.052,47	29.458,70	19.084,93	11.894,50	8.090,73	6.210,30	7.069,87	9.259,43	14.149,00	22.075,53	32.302,07	88.537,50	174.375,14	261.556,55
(=) Saldo de Caixa ao Início do Período	-	68.492,90	47.052,47	29.458,70	19.084,93	11.894,50	8.090,73	6.210,30	7.069,87	9.259,43	14.149,00	22.075,53	32.302,07	88.537,50	174.375,14	261.556,55
(+) Total de Entradas	165.500,00	22.166,67	34.833,33	45.833,33	52.166,67	59.333,33	65.666,67	69.666,67	76.666,67	82.166,67	86.833,33	93.333,33	941.773,33	897.756,40	951.621,78	1.008.719,09
(-) Total de Saídas	97.007,10	43.607,10	52.427,10	56.207,10	59.357,10	63.137,10	67.547,10	68.807,10	74.477,10	77.277,10	78.906,80	83.106,80	885.537,90	811.918,76	864.440,37	916.306,80
(=) Saldo de Caixa antes de Empréstimos e/ou Aplicações	68.492,90	47.052,47	29.458,70	19.084,93	11.894,50	8.090,73	6.210,30	7.069,87	9.259,43	14.149,00	22.075,53	32.302,07	88.537,50	174.375,14	261.556,55	353.968,85
(=) Saldo de Caixa ao Final do Período	68.492,90	47.052,47	29.458,70	19.084,93	11.894,50	8.090,73	6.210,30	7.069,87	9.259,43	14.149,00	22.075,53	32.302,07	88.537,50	174.375,14	261.556,55	353.968,85

6.6. INDICADORES DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRO

6.6.1. Payback (em anos)



PERÍODO	FLUXO DE CAIXA	VP FLUXO DE CAIXA	SALDO
0	-172.959,00	-172.959,00	-172.959,00
2014	50.640,20	44.034,96	-128.924,04
2015	50.304,88	38.037,72	-90.886,33
2016	53.496,20	35.174,62	-55.711,71
2017	53.072,51	30.344,38	-25.367,32
2018	56.429,89	28.055,63	2.688,31
	56.429,89	24.396,20	27.084,50
	VPL	2.688,31	

PRAZO EXATO DO PONTO DE EQUILÍBRIO: 5 ANOS E 1 MÊS

$$\begin{array}{l} -2.688,31 \quad \chi \text{ MESES} \\ 24.396,20 \quad 12 \text{ MESES} \end{array}$$

$$\begin{array}{l} 2.688,31 \times 12 \text{ MESES} \\ 24.396,20 \times \chi \end{array} - \quad 32.259,66 = 24.396,20 \chi$$

Prazo: 1,322323

6.6.2. VPL - Valor presente líquido; Taxa Interna de Retorno e ILL



PERÍODO	FLUXO DE CAIXA
0	-172.959,00
2014	50.640,20
2015	50.304,88
2016	53.496,20
2017	53.072,51
2018	56.429,89

TMA	15%
-----	-----

VPL	R\$ 2.688,31
TIR	16%
ILL	1,02

6.7. ANÁLISE DE SENSIBILIDADE

ANÁLISE DE SENSIBILIDADE OTIMISTA - 15% A MAIS DE RECEITA - 25% DE CHANCE

	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
Receita Operacional Bruta						
Receita de Vendas.....	918.850	973.981	1.032.420	1.094.365	1.160.027	5.179.643
(-) Custo dos Produtos Vendidos.....	(514.556)	(545.429)	(578.155)	(612.844)	(649.615)	(2.900.600)
(-) Impostos sobre Vendas.....	(64.320)	(68.179)	(72.269)	(76.606)	(81.202)	(362.575)
Receita Operacional Líquida	339.975	360.373	381.995	404.915	429.210	1.916.468
Despesas Operacionais						
Despesas Gerais e Administrativas.....	(242.106)	(256.791)	(272.199)	(288.531)	(305.843)	(1.365.470)
Despesa com Depreciação.....	(2.884)	(2.884)	(2.884)	(2.884)	(2.884)	(14.419)
Resultado Financeiro Líquido.....	(244.990)	(259.675)	(275.083)	(291.415)	(308.726)	(1.379.889)
Resultado do Exercício	94.985	100.698	106.913	113.500	120.484	536.579

ANÁLISE DE SENSIBILIDADE PESSIMISTA - 15% A MENOS DE RECEITA - 25% DE CHANCE

	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
Receita Operacional Bruta						
Receita de Vendas.....	679.150	719.899	763.093	808.879	857.411	3.828.432
(-) Custo dos Produtos Vendidos.....	(380.324)	(403.143)	(427.332)	(452.972)	(480.150)	(2.143.922)
(-) Impostos sobre Vendas.....	(47.541)	(50.393)	(53.417)	(56.621)	(60.019)	(267.990)
Receita Operacional Líquida	251.286	266.363	282.344	299.285	317.242	1.416.520
Despesas Operacionais						
Despesas Gerais e Administrativas.....	(242.106)	(256.791)	(272.199)	(288.531)	(305.843)	(1.365.470)
Despesa com Depreciação.....	(2.884)	(2.884)	(2.884)	(2.884)	(2.884)	(14.419)
Resultado Financeiro Líquido.....	(244.990)	(259.675)	(275.083)	(291.415)	(308.726)	(1.379.889)
Resultado do Exercício	6.296	6.687	7.262	7.870	8.516	36.631

ANÁLISE DE SENSIBILIDADE PROVÁVEL - 50% DE CHANCE

	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
Receita Operacional Bruta						
Receita de Vendas.....	799.000	846.940	897.756	951.622	1.008.719	4.504.037
(-) Custo dos Produtos Vendidos.....	(447.440)	(474.286)	(502.744)	(532.908)	(564.883)	(2.522.261)
(-) Impostos sobre Vendas.....	(55.930)	(62.674)	(66.434)	(74.226)	(78.680)	(337.944)
Receita Operacional Líquida	295.630	309.980	328.579	344.487	365.156	1.643.832
Despesas Operacionais						
Despesas Gerais e Administrativas.....	(242.106)	(256.791)	(272.199)	(288.531)	(305.843)	(1.365.470)
Despesa com Depreciação.....	(2.884)	(2.884)	(2.884)	(2.884)	(2.884)	(14.419)
Resultado Financeiro Líquido.....	(244.990)	(259.675)	(275.083)	(291.415)	(308.726)	(1.379.889)
Resultado do Exercício	49.530	49.141	52.262	51.779	55.059	263.944

TO	CENÁRIO 01	536.579,27	40%	214.631,71
-172.959,00	CENÁRIO 02	36.631,13	10%	3.663,11
	CENÁRIO 03	263.943,69	50%	131.971,84
				350.266,66
TMA	350.266,66 FV			
	15 i			
	5 n			
	174.144,43 = PV			
	VPL = 174.144,43 - 172.959,00			
	VPL = 1.185,43			

7. CONCLUSÃO

A avaliação de viabilidade de negócio tomou por base premissas disponíveis uma vez que o mercado de produtos hipoalergênicos não é muito explorado atualmente.

Como pode ser observado no decorrer desse estudo, o mercado inexplorado é grande uma vez que o clima da cidade de Curitiba é instável e propício para a proliferação de agentes causadores de diversos tipos de alergia. Além do clima naturalmente instável, ainda há o tão famigerado aquecimento global que vem transformando o clima no nosso planeta em algo que nosso organismo tem dificuldade de se adaptar, o que acaba por gerar mais e mais doenças respiratórias.

Nossa abordagem foca a parte do mercado não atendido e clientes potenciais que, mesmo não apresentando problemas, tem intenção de se prevenir de eventuais problemas futuros.

Chegamos à conclusão de que se trata de um mercado potencial e que gera um retorno considerado atraente, pois apresenta retorno do capital investido em aproximadamente 5 anos.

Como resultado do cálculo da Taxa Interna de Retorno – TIR que resultou em 16%, concluímos que o projeto é considerado muito bom e, analisando a TIR, em conjunto com o VPL de R\$ 2.688,31, julgamos que é um projeto que poderia nos trazer retorno financeiro superior ao que o mercado financeiro está proporcionando.

A análise de sensibilidade realizada também nos trouxe resultados positivos. Nossa análise considerou o cenário provável que foi objeto de todo nosso estudo, cenário otimista onde foi estimada uma receita superior em 15% e o cenário pessimista com estimativa de receita de 15% inferior ao inicialmente projetado.

Como resultado dessa análise de sensibilidade, concluímos que o projeto é uma boa alternativa.

A necessidade de capital de giro para esse projeto é de aproximadamente R\$ 173 mil incluindo capital social e investimentos em ativo fixo e, como já comentado anteriormente, retornaria em 5 anos considerando uma taxa mínima de atratividade de 15%.

Concluímos que o projeto é atrativo e recomendaríamos que investidores interessados no ramo de produtos hipoalergênicos invistam na constituição da empresa uma vez que as receitas são garantidas e a carga tributária é incentivada se utilizado o formato de recolhimento oferecido pelo SIMPLES.

8. ANEXOS

8.1. DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

Máscara contra pó – Alergoshop

A máscara contra pó é ideal para pessoas sensíveis

is ao pó e que tenham contato com locais empoeirados como: donas de casa, domésticas, profissionais da construção civil entre outros.

Máscara contra pó e odores – Alergoshop

Além de impedir a inalação de poeira durante os serviços domésticos também evita o contato com odores. Indicado para uso em ambientes em reforma, em pintura ou com concentração de produtos de limpeza e até mesmo excesso de fumaça de cigarro.

Máscara contra pó com respirador – Alergoshop

Além de impedir a inalação de poeira durante os serviços domésticos também evita o contato com odores. Indicado para uso em ambientes em reforma, em pintura ou com concentração de produtos de limpeza e até mesmo excesso de fumaça de cigarro.

Acaricida - Solução contra fungos e ácaros – Alergoshop

A Solução ADF Plus, 480 ml, foi desenvolvida para eliminar, repelir e controlar a quantidade de ácaros, fungos e bactérias nos ambientes, mantendo-os livres desses micro-organismos. Indicada principalmente para pessoas que sofrem de asma, rinite e bronquite, pode ser aplicada inclusive em quartos de crianças, pois não é tóxica. A Solução pode ser aplicada em tapetes, carpetes, sofás, cortinas, pelúcias, sapatos, roupas e em outros materiais têxteis. Pode também ser usada em outras superfícies que apresentem sinais de poeira e bolor, como cerâmicas, couro e fórmicas. A aplicação regular, além minimizar a quantidade dos ácaros e outros micro-organismos, impede a reinfestação do ambiente. Testes de laboratório (efetuados no Bioagri) comprovam a eficácia do produto no controle de ácaros, eliminando 86,7% em 6 dias após a primeira aplicação. Além disso, manteve índice de repelência de 84,6%, mesmo 10 dias após a utilização. Produto registrado no Ministério da Saúde de acordo com as normas da ANVISA.

Biolimpeza Multiuso – Alergoshop

O Multi Uso, 500 ml, foi especialmente desenvolvido sem adição de corantes, é livre de derivados de petróleo e tem ação de componentes naturais que minimizam o possível surgimento de alergias e irritações. Apresenta um alto poder de limpeza que higieniza eficazmente pisos, azulejos, vidros, revestimentos, granitos, mármore, fórmicas e superfícies em geral.

Biolimpeza Pesada – Alergoshop

Limpeza Pesada, 500 ml, foi especialmente desenvolvido sem adição de corantes, é livre de derivados de petróleo e tem ação de componentes naturais que minimizam o possível surgimento de alergias e irritações. Apresenta alto poder de limpeza que promove uma eficaz remoção de sujeiras, manchas e sujidades gordurosas das mais variadas superfícies como fogões, pias e pisos.

Protetor Solar Alergosun – Alergoshop

Protetor Solar Fator 30, desenvolvido para o dia-a-dia, principalmente em praias, campos e piscinas. Protege contra raios UVA e UVB, não contém PABA (filtro sintético potencialmente alergênico). Além de proteger a pele do envelhecimento causado pelo sol, não é comedogênico (não obstrui os poros) e é livre de óleo. Pode ser usado em todo o corpo, inclusive no rosto. Não tem perfume, corantes, parabenos (conservantes).

Vela Repelente – Alergoshop

A vela de Neem é biodegradável, 100% natural e livre de aromas. Utilizada para repelir pernilongos, mosquitos, pernilongos e mais de 400 tipos de insetos. O efeito se dá logo depois de formada uma camada líquida de parafina sobre a vela. Recomendada para ambientes de 30m².

Repelente Ultrassônico – Alergoshop

Repelim é um aparelho eletrônico que utiliza tecnologia de ultrassom para afastar pernilongos fêmeas grávidas, que são as que picam. O ultrassom emitido por Repelim não é percebido pelo ouvido humano, mas tem frequência que incomoda e afasta pernilongos fêmeas grávidas, que são as que picam.

Pós Picada – Alergoshop

Alívio Sting é uma solução em forma de gel que proporciona alívio para as coceiras, vermelhidão e inchaço causados pelas picadas de insetos. Prática embalagem de 15 ml com válvula dosadora que proporciona aproximadamente 80 aplicações.

Repelente de Insetos – Alergoshop

O repelente de insetos Alergoshop é HIPOALERGÊNICO e apresenta muito alta eficácia para repelir insetos. Livre de DEET, pode ser utilizado por crianças maiores de 2 anos; Até 7 horas de proteção; Repele insetos e carrapatos;

Sabonete Facial – Alergoshop

O Sabonete Facial foi desenvolvido para peles delicadas. Apresenta em sua fórmula tensoativos suaves com alto poder de limpeza e baixa irritação dérmica. Promove uma higienização completa sem agredir ou ressecar a pele, possui PH fisiológico.

Sabonete Líquido – Alergoshop

O Sabonete Líquido é menos agressivo que os sabonetes em barra. Ideal para o uso no banho, em lavabos e consultórios. Sua fórmula não contém perfume, corante e parabenos (conservantes).

Desodorante em creme – Alergoshop

A principal substância causadora de alergia contida nos desodorantes comuns é o cloridóxido de alumínio. Por isso os desodorantes Alergoshop substituem essa matéria-prima por tetracloridróxido de alumínio, zircônio e glicina substâncias com eficácia equivalente e com efeitos irritantes muito inferiores. Além disso, o desodorante conta em sua fórmula com outros agentes anti-irritantes.

Sabonete em barra – Alergoshop

Por não conter parabenos (conservantes) e fragrâncias é indicado para pessoas com pele sensível e também para as que sofrem de rinite alérgica. O Sabonete tem em sua fórmula extrato de Aloe Vera, que ajuda na manutenção da integridade da pele.

Shampoo Infantil – Alergoshop

O shampoo infantil João e Maria, contém o Cereal Milk Premium, um complexo de lipoproteínas vegetais que hidrata, suaviza e regenera pele e cabelo, promovendo uma limpeza efetiva sem provocar descamações, ardência e coceira. Produto hipoalergênico, possui uma delicada essência e não arde os olhos.

Condicionador Infantil – Alergoshop

O condicionador infantil João e Maria, contém o Cereal Milk Premium, um complexo de lipoproteínas vegetais que hidrata, suaviza e regenera pele e cabelo, promovendo uma limpeza efetiva sem provocar descamações, ardência e coceira. Ainda contém o Óleo de Manga, que confere brilho e maciez inigualáveis aos cabelos das crianças sem deixá-los pesados e oleosos.

Loção hidratante - Alergoshop

Loção Hidratante para o corpo, indicada para uso pós banho. Contém Pró-Vitamina B5 e essência suave - Hipoalergênica, não contém corantes e parabenos (conservantes).

Condicionador - Alergoshop

Condicionador desenvolvido para o uso diário, para pessoas com cabelos secos e rebeldes e com alergia a condicionadores comuns. Sua fórmula sem essência é indicada para pessoas com rinite ou asma desencadeada por perfumes.

Shampoo - Alergoshop

Não possui essência, fator importante para as pessoas com rinite e asma desencadeada por perfumes, também não contém corantes e parabenos (conservantes).

Desodorante Roll On – Alergoshop

A principal substância causadora de alergia contida nos desodorantes comuns é o cloridóxido de alumínio. Por isso os desodorantes Alergoshop substituem essa matéria-prima por tetracloridróxido de alumínio, zircônio e glicina substâncias com eficácia equivalente e com efeitos irritantes muito inferiores. Além disso, o desodorante conta em sua fórmula com outros agentes anti-irritantes.

Gel Pós Barba – Alergoshop

Gel Pós Barba com Pró-Vitamina B5 e Alantoína. Finaliza o barbear tratando a pele. O Gel tem excelente poder cicatrizante e antisséptico, por isso é comum que até utilizem após a depilação. O produto não contém perfume, corantes e parabenos (conservantes).

Creme para as mãos – Alergoshop

Creme desenvolvido para proteger e tratar as mãos e pés. Sua fórmula contém Fomblim, substância inovadora que forma um filme sobre a pele evitando o contato direto com substâncias agressivas. Possui também substâncias cicatrizantes e anti-inflamatórias. O Creme não possui perfume, corantes e parabenos (conservantes).

Batom - Allergic Center

Formulado com ingredientes vegetais que dão maior proteção à pele e Manteiga de Karitê que hidrata profundamente, prevenindo o ressecamento da pele dos lábios. Rica em antioxidantes naturais, previne o envelhecimento precoce. Outros ativos encontrados no Batom Eclat também protegem os lábios da radiação solar. Não contém lanolina, nem conservantes, substâncias potencialmente alergênicas, encontradas na maioria dos batons.

Brilho Labial - Allergic Center

Brilho labial com efeito “molhado”, muito glamuroso e perfeitamente definido. Desenvolvido para ser usado sozinho, por cima do lápis delineador de lábios ou do batom.

Demaquilante - Allergic Center

Livre de parabenos com Extrato de Neem, efetua limpeza suave. Produto indicado para remoção de maquiagem e limpeza suave da pele.

Desodorante sem Fragrância 70 ml - Allergic Center

Proteção diária contra os odores da transpiração proporcionando sensação de frescor e bem-estar. Possui embalagem prática para maior conforto na aplicação. Sua formulação é livre de álcool.

Desodorante com Fragrância 70 ml - Allergic Center

Proteção diária contra os odores da transpiração proporcionando sensação de frescor e bem-estar. Possui embalagem prática para maior conforto na aplicação. Sua formulação é livre de álcool.

Esmalte - Allergic Center

O esmalte Allergic Center é formulado sem tolueno, formaldeído e dibutilftalato. Possui formulação de cores com pigmentos importados de grau cosmético hipoalergênicos e uma boa durabilidade e secagem.

Removedor de Esmaltes - Allergic Center

Remove o esmalte com facilidade, além de ser totalmente hipoalergênico, pois não possui acetona, corantes e fragrância.

Lápis delineador de Sobrancelhas - Allergic Center

Desenvolvido em parceria com a Faber Castell, o Lápis Delineador Hipoalergênico Allergic Center, possui princípios ativos naturais que proporcionam um toque suave e extremamente macio.

Lápis delineador de Olhos - Allergic Center

Desenvolvido em parceria com a Faber Castell, o Lápis Delineador Hipoalergênico Allergic Center, possui princípios ativos naturais que proporcionam um toque suave e extremamente macio.

Caneta delineadora - Allergic Center

Delineador líquido em formato de caneta que proporciona incrível precisão, cria linhas ousadas de preto intenso pois contém pigmento carbon black. Sua fórmula fluída desliza facilmente em uma só aplicação.

Lápis Sombra - Allergic Center

Possui textura macia, cobertura uniforme e efeito acetinado. Praticidade na aplicação e no transporte.

Rímel - Allergic Center

Volume, alongamento, curvatura e brilho são os elementos que compõem o Rímel Allergic Center.

Pó Compacto - Allergic Center

A pele fica com a sensação de leveza e com aspecto natural. Proporciona um acabamento impecável, suave e uniforme.

Protetor Solar 120g - Allergic Center

O protetor solar FPS 20 Allergic Center promove alta proteção contra queimaduras solares em especial as peles extremamente sensíveis, possui fórmula hidratante e textura leve de absorção.

Loção Hidratante - Allergic Center

Indicada para peles extremamente ressecadas, a loção hidratante Allergic Center equilibra e protege a pele, trazendo de volta a sua maciez e naturalidade.

Sabonete Barra sem Fragrância - Allergic Center

Com sua formulação baseada em óleo de amêndoas e óleo de apricot, o Sabonete Hidratante Allergic Center limpa e hidrata sua pele com um toque suave e relaxante. Sua composição não possui fragrância, é indicado para todos os tipos de pele com destaque para peles muito ou extremamente secas.

Sabonete Espumante - Allergic Center

Hipoalergênico, sem fragrância e corante. Limpa e hidrata a pele sem agredir seu equilíbrio natural proporcionando sensação de frescor e suavidade. Ideal para uso diário.

Shampoo - Allergic Center

Enriquecidos com Aloe Vera e extrato de própolis combina a formulação suave com os benefícios vitalizantes destes componentes naturais, trazendo mais suavidade, beleza, brilho e maciez aos cabelos.

Condicionador - Allergic Center

Enriquecidos com Aloe Vera e extrato de própolis combina a formulação suave com os benefícios vitalizantes destes componentes naturais, trazendo mais suavidade, beleza, brilho e maciez aos cabelos.

Capa Travesseiro Infantil - Allergic Center

A capa envolve o travesseiro lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite. Além de proteger a sua saúde, as capas Allergic Center também preservam a vida útil do travesseiro.

Capa Travesseiro Adulto - Allergic Center

A capa envolve o travesseiro lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite. Além de proteger a sua saúde, as capas Allergic Center também preservam a vida útil do travesseiro.

Capa Colchão Berço - Allergic Center

A capa envolve o colchão lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite.

Capa Colchão Solteiro - Allergic Center

A capa envolve o colchão lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite.

Capa Colchão Solteiro King - Allergic Center

A capa envolve o colchão lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite.

Capa Colchão Casal - Allergic Center

A capa envolve o colchão lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite.

Capa Colchão Casal Queen - Allergic Center

A capa envolve o colchão lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite.

Capa Colchão Casal King - Allergic Center

A capa envolve o colchão lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite.

Capa Travesseiro Infantil PVC/TNT - Allergic Center

A capa envolve o travesseiro lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite. Além de proteger a sua saúde, as capas Allergic Center também preservam a vida útil do travesseiro.

Capa Travesseiro Adulto PVC/TNT - Allergic Center

A capa envolve o travesseiro lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite. Além de proteger a sua saúde, as capas Allergic Center também preservam a vida útil do travesseiro.

Capa Colchão Berço PVC/TNT - Allergic Center

A capa envolve o colchão lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite.

Capa Colchão Solteiro PVC/TNT - Allergic Center

A capa envolve o colchão lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite.

Capa Colchão Solteiro King PVC/TNT - Allergic Center

A capa envolve o colchão lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite.

Capa Colchão Casal PVC/TNT - Allergic Center

A capa envolve o colchão lacrando-o por completo impedindo a passagem e o acúmulo de ácaros, grandes vilões das pessoas com rinite alérgica, asma ou bronquite.

Batom – Alva

É uma linha direcionada para mulheres de todas as idades e de diferentes perfis pois têm uma linha A Alva é escolhida pelos seus clientes por ser referência no mercado de cosmético orgânico.

Blush – Alva

O blush compacto possui textura fina e suave que confere um tom natural à pele, pois sua textura sedosa proporciona a aplicação uniforme com tom duradouro, realçando e valorizando o formato do rosto. Conservante livre de parabenos.

Gloss – Alva

O Gloss tem um conceito inovador, pois utiliza substâncias que proporcionam máxima cobertura, emoliência, proteção e hidratação. Com uma textura cremosa, realça e valoriza os lábios por mais tempo, sem grudar ou escorrer após o uso. Hipoalergênico, dermatologicamente testado.

Duo de Sombra – Alva

Possui uma textura suave, com ótima aderência e toque acetinado que não marca as dobras das pálpebras conferindo uma maquiagem elegante, equilibrada e duradoura. Conservante livre de parabenos.

Corretivo – Alva

Embalagem de fácil aplicação, possui matérias-primas europeias que conferem ao produto excelente cobertura. Não é oleoso, facilmente adaptável a diferentes tonalidades de pele. Os corretivos Eclat da Alergoshop são fabricados com matérias-primas de origem alemã. Aprovados pelo comércio europeu,

um dos mais rígidos com relação a pigmentos e componentes utilizados, possuem excelente cobertura e durabilidade. Este produto foi formulado de maneira a minimizar os riscos de causar alergia

Máscara para Cílios – Alva

O rímel apresenta uma fórmula suave e eficaz que confere proteção aos cílios, cobertura individual uniforme, cor intensa e volume com uma curvatura acentuada e duradoura. Seu aplicador de silicone facilita a aplicação proporcionando cílios bem definidos, penteados e volumosos. Hipoalergênico.

Base Facial – Alva

A base da linha colour é perfeita para mulheres que desejam uniformizar e/ou corrigir pequenas imperfeições. É indicado para todos os tipos de pele, proporciona acabamento aveludado e uma aparência natural.

Pó Bronzeador – Alva

O pó compacto da linha colour com efeito bronzeador realça e ilumina seu rosto perfeito para mulheres que desejam uniformizar a pele com um toque especial.

Lápis Kajal – Alva

O Kajal Alva acentua o olhar, é flexível e pode ser aplicado na pálpebra pela sua grande aderência, dando efeito de delineador. Também recomendado para usuários de lentes de contato. Nutre a pele com cera de carnaúba, vitamina E natural e candelilla e os polissacarídeos fortalecem a delicada área dos olhos. Sem uso do corante carmim, tornando-o perfeito para veganos.

Delineador para Lábios – Alva

O delineador líquido é desenvolvido a base de água, uma fórmula segura para a região dos olhos. Garante excelente traço, secagem rápida e cor duradoura. Possui embalagem moderna que facilita o aplicar permitindo traços desde finos e precisos até fortes ou desenhados. Hipoalergênico, dermatologicamente testado. Com propanediol, alternativa ao propilenoglicol.

Shampoo Reativador – Alva

Enriquecidos com Aloe Vera e extrato de própolis combina a formulação suave com os benefícios vitalizantes destes componentes naturais, trazendo mais suavidade, beleza, brilho e maciez aos cabelos.

Bálsamo Pós Barba – Alva

Gel Pós Barba com Pró-Vitamina B5 e Alantoína. Finaliza o barbear tratando a pele.

Gel para Barbear – Alva

O Creme de Barbear Alergoshop é a melhor alternativa para homens que têm irritação a espumas de barbear comuns. As espumas de barbear comuns, retiram a oleosidade natural de pele tornando-a sensível e irritada, por isso o Creme de Barbear Alergoshop tem propriedades emolientes e hidratantes que facilitam o barbear e mantêm a pele hidratada e protegida. Além disso não utiliza em sua composição perfumes, corantes e parabenos (conservantes).

Sabonete Líquido Cabelo e Corpo – Alva

Usa selecionados purificadores à base de plantas para lavar a pele delicada e ressecada. Tonifica e refresca devido aos extratos de confrei, agindo como base das necessidades da pele com mais de 30 anos. Limpa suavemente seu rosto sem ressecá-lo. Os óleos essenciais naturais perfumam e proporcionam uma agradável sensação de frescor. Não contém Lauril (grande vilão do ressecamento da pele).

Hidratante para Corpo – Alva

Loção Hidratante para o corpo, indicada para uso pós banho. Contém Pró-Vitamina B5 e essência suave - Hipoalergênica, não contém corantes e parabenos (conservantes).

Hidratante para Rosto – Alva

Creme facial para ser usado pela manhã e à noite. Contém Pró-Vitamina B5, poderoso hidratante, que evita o aparecimento de rugas e sinais de expressão e Vitamina E que age sobre os radicais livres retardando o envelhecimento da pele. Produto testado e aprovado por alergistas.

Desodorante Roll On – Alva

A principal substância causadora de alergia contida nos desodorantes comuns é o cloridóxido de alumínio. Por isso os desodorantes Alva substituem essa matéria-prima por tetracloridróxido de alumínio, zircônio e glicina substâncias com eficácia equivalente e com efeitos irritantes muito inferiores. Além disso, o desodorante conta em sua fórmula com outros agentes anti-irritantes.

Desodorante Spray – Alva

Alta pureza cristalina do alúmen de potássio garante a proteção perfeita e suave para a pele. Com longa duração de 24 horas evitando e controla o aparecimento de bactérias formadoras do mau odor. Extrato de aloe vera e confrei auxilia na pele sensível.

Creme para Mãos – Alva

O Creme não possui perfume, corantes e parabenos (conservantes). Produto testado e aprovado por alergistas.

Creme Hidratante Corporal – Alva

A rica combinação de óleo de jojoba, óleo de semente de uva e de andiroba, manteiga de karité, manteiga de cupuaçu e vitamina E vai deixar sua pele surpreendentemente hidratada e mais jovem. Alto poder de hidratação através de um complexo umectante das florestas tropicais com maior capacidade de hidratação do que a glicerina. Antes de o estresse chegar desfrute a harmonia e o relaxamento com uma fragrância masculina e delicada. Alto índice custo-benefício.

Leite de Limpeza – Alva

O leite de limpeza Rhassoul remove suavemente a maquiagem e impurezas na área dos olhos. A manteiga de karité e óleos vegetais de cultivo orgânico dão à pele um toque aveludado. Devolve a umidade natural da pele.

Tônico Facial – Alva

O Tônico facial Rhassoul tem o poder antibactericida dos óleos essenciais que combatem as bactérias causadoras de espinhas. Além de balancear o Ph da sua pele, o tônico atua como adstringente e recupera a umidade natural, preparando a pele para os próximos cuidados como hidratantes e maquiagens. É recomendado o uso diário do Tônico Rhassoul para tirar os resíduos que o sabonete não conseguiu tirar.

Argila de Limpeza – Alva

Pura argila para você mesmo fazer a limpeza na pele. A argila é uma base ideal para criar cremes.

Fluído Anti-Espinha – Alva

Com efeito antibiótico e regenerador celular, a Aloe Vera esta presente no fluído Rhassoul numa combinação com óleo de melaleuca e manuka. O fluído que acaba com as bactérias causadoras de espinhas além de secá-las rapidamente. Pequeno e prático para a aplicação, ideal para levar na bolsa e necessaire.

Coletor Menstrual - Miss Cup

Copo coletor menstrual reutilizável de silicone flexível para o período menstrual que substitui o absorvente de algodão. O coletor menstrual MissCup pode ser usado por mulheres de todas as idades e oferece até 12 horas de proteção. É um novo conceito em higiene feminina, que não interfere na umidade natural da vagina e nem irrita a pele.

Preservativos – Unique

Um preservativo de alto desempenho, hipoalergênico, que proporciona mais sensibilidade, segurança e conforto. O preservativo Unique é desenvolvido a partir de resina especial de polietileno, um material

extremamente resistente e ultrafino, beneficiando a transmissão do calor corporal, oferecendo mais prazer.

Desumidificador de Ar

O desumidificador de ar possui um excelente controle de desumidificação. Ele remove de forma sutil a umidade do ar que pode danificar móveis, paredes, revestimentos, pisos, etc. E também traz inúmeros benefícios à saúde.

Umificador de Ar

Dispõe de um sistema de segurança eletrônico com bóia magnética, que funciona por gravidade, desligando automaticamente a cerâmica piezoelétrica (cristal) quando houver falta de água. Nestes casos os LED's irão piscar no painel intermitentemente. Este sistema de segurança é acionado caso o reservatório de água seja retirado do aparelho enquanto estiver ligado ou quando acabar a água do reservatório. Controle de intensidade de névoa

Giz Hipoalergênico

GIZ DUBOM é plastificado, consistente, possui cores mais vivas que se destacam no quadro e durabilidade superior. Na sua composição, o GIZ DUBOM não utiliza de produtos tóxicos que quando inalados causam sérios problemas ao aparelho respiratório e a pele.

8.2. FOLDER INFORMATIVO



MINIMALERGIC

proteja sua saúde e de sua família



Buscando tornar a vida das pessoas alérgicas mais confortável, pensamos em uma alternativa de proporcionar fácil acesso a produtos que minimizem o desconforto causado pelas reações alérgicas.

Conheça neste encarte nossa linha de produtos e sinta-se à vontade

Localizado em um dos shoppings mais frequentados de Curitiba, nosso quiosque oferece uma gama de produtos que vão de cosméticos a produtos para prevenção e eliminação de ácaros. Além da oferta de produtos, também proporcionamos assessoria gratuita na definição da melhor solução para o problema apresentado.



▪ **Travesseiros anti-alérgicos**

Fibra de poliéster siliconizada com antibactericida. É relaxante pois tem tecnologia Non-Static, que descarrega a energia estática acumulada durante o dia.

▪ **Travesseiros neck pillow**

Travesseiro 100% Látex para pescoço, ótimo para viagens e travesseiro em látex, compacto, dobrável e com tratamento antimicrobiano, ideal para crianças e viagens.



▪ **Travesseiros anti-alérgicos**

Travesseiro confeccionado com 65% Flocos de espuma de látex / 35% Poliéster. Acompanha Capa 100% Algodão.

Temos como missão proporcionar aos nossos clientes bem estar e disposição para a realização de suas atividades diárias, através do fornecimento de produtos de qualidade.

Nossa visão é ser lembrada pelas pessoas como garantia de confiança e preocupação com a saúde de nossos clientes.



▪ **Make-up**

Kit de pincéis com cerdas naturais e macias.



▪ **Maquiagem hipoalérgica**

Livre de parabenos e propilenoglicol, testada dermatologicamente.



▪ **Esmaltes antialérgicos**

Testado dermatologicamente, 100% comprovado.



MINIMALERGIC

**Acesse no site e conheça um pouco mais sobre nossa linha de produtos:
www.minimalergic.com.br**