

FACULDADE DE DESENVOLVIMENTO DO RIO GRANDE DO SUL  
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Vitor Hugo Bittencourt da Silva

PLANEJAMENTO DE MARKETING

2011

## RESUMO EXECUTIVO

Apresentamos o planejamento de marketing da empresa Girus D'Água Distribuidora Ltda (Dallagnese Distribuidora) que trabalha com distribuição e tele-entrega de água mineral para empresas de grande porte como GM, Dana Albarus, Caburé, Banco Itau, Bradesco, Tribunal Justiça , Conselho Regional de Odontologia, Univias, CP Eletrônica, Arquisul, e milhares de clientes residenciais, a empresa se localiza na rua Jari 120 Passo D'Areia Porto Alegre, RS, existe no mercado a 2 anos com esta razão social, mas os antigos proprietários estavam a mais de 20 anos no ramo, neste trabalho relatamos o negocio, missão, visão e valores da empresa fizemos a análise do ambiente externo e interno enxergamos as oportunidades e ameaças para a empresa e os pontos fortes e fracos dentro da empresa. Também apresentamos o composto de marketing (4p's) dela ou seja o produto da empresa os preços dos produtos qual a sua praça e suas promoções.

O objetivo estratégico desta empresa é aumentar em 40% a distribuição de água mineral e afins através da captação de clientes, como GM, Pólo Petroquímico e Tecnopuc, até Dezembro de 2012, a empresa pode ser contatada pelo site [WWW.dallagnese.com.br](http://WWW.dallagnese.com.br) ou pelo telefone (051) 3341.1111.

## 1 CASO

A empresa Girus D'Água Distribuidora Ltda (Dallagnese Distribuidora) trabalha com distribuição e tele-entrega de água mineral para e empresas de grande porte como GM, Dana Albarus, Caburé, Banco Itaú, Bradesco, Tribunal Justiça , Conselho Regional de Odontologia, Univias, CP Eletrônica, Arquisul, e milhares de clientes residenciais, tem como seus principais parceiros os fornecedores Da Guarda (Santa Catarina) , Ouro Fino (Paraná) e três marcas do Rio Grande do Sul (Sarandi, Da Pedra e Do Campo), a empresa se localiza na rua Jari 120 Passo D'Areia Porto Alegre, RS, existe no mercado a 2 anos com esta razão social, mas os antigos proprietários estavam a mais de 20 anos no ramo, sua estrutura física é constituída de um depósito com 300 m<sup>2</sup> em fase de reestruturação, conta com quatro veículos próprios e outros locados, seu quadro de colaboradores é de 10 funcionários, seu faturamento gira em torno de R\$ 1.200.000 com perspectiva de dobrar até o final de 2011.

**Negócio:**

Soluções em distribuição pontual.

**Missão:**

Distribuir produtos alimentícios e acessórios com qualidade, pontualidade e capilaridade, levando a seus clientes o benefício de um serviço ágil, na busca da satisfação de suas necessidades.

**Valores:**

Atitude: buscar excelência para satisfazer o cliente da melhor forma possível.

Garantia: garantir uma prestação de serviço adequada ao cliente.

União: buscar a proatividade com os clientes, fornecedores e colaboradores no intuito de alcançar objetivos.

Autoconfiança: convicção de estar no caminho certo na busca dos objetivos organizacionais.

**Visão:** Alcançar um crescimento de 40% na distribuição de entrega de água, acessórios e afins, na cidade de Porto Alegre e Área Metropolitana, até dezembro de 2020.

## 2 ANÁLISE DO AMBIENTE

A economia do Brasil tem um mercado livre e exportador. Medido por paridade de poder de compra, seu produto interno bruto é próximo de 2,5 trilhões de dólares (R\$ 3, 674 964 trilhões). Segundo o Fórum Econômico Mundial, o Brasil foi o país que mais melhorou em competitividade em 2009, ganhando oito posições entre outros países, superando a Rússia pela primeira vez e fechando parcialmente a diferença de competitividade com a Índia e a China, as economias BRIC. Importantes passos dados desde a década de 1990 para a sustentabilidade fiscal, bem como as medidas tomadas para liberalizar e abrir a economia, impulsionaram significativamente os fundamentos do país em matéria de competitividade, proporcionando um melhor ambiente para o desenvolvimento do Setor privado. O Brasil, juntamente com o México, tem estado na vanguarda do fenômeno das multinacionais latino-americanas, que, graças à tecnologia superior e organização,

têm virado sucesso mundial. O setor de serviços é o maior componente do PIB com 66,8%. A força de trabalho brasileira é estimada em 100,77 milhões, dos quais 10% são ocupados na agricultura, 19% no sector da indústria e 71% no setor de serviços. Com o aumento da estabilidade econômica fornecido pelo Plano Real, as empresas brasileiras e multinacionais têm investido pesadamente em novos equipamentos e tecnologia.. Apesar de sofrer uma grande reformulação, a indústria de serviços financeiros do Brasil oferece às empresas locais uma vasta gama de produtos e está atraindo inúmeros novos operadores. Em 31 de Dezembro de 2007, havia cerca de 21.304.000 linhas de banda larga no Brasil. Mais de 75% das linhas de banda larga via DSL e 10% através de modem por cabo. Entre as medidas recentemente adotadas a fim de equilibrar a economia, o Brasil realizou reformas para a sua segurança social e para os sistemas fiscais. Essas mudanças trouxeram consigo um acréscimo notável: a Lei de Responsabilidade Fiscal, que controla as despesas públicas dos Poderes Executivos federal, estadual e municipal. Ao mesmo tempo, os investimentos foram feitos no sentido da eficiência da administração e políticas foram criadas para incentivar as exportações, a indústria e o comércio, criando "janelas de oportunidade" para os investidores locais e internacionais e produtores. Com estas modificações feitas, o Brasil reduziu sua vulnerabilidade.. A taxa de câmbio não coloca pressão sobre o setor industrial ou sobre a inflação (em 4% ao ano) e acaba com a possibilidade de uma crise de liquidez. Como resultado, o país, depois de 12 anos, conseguiu um saldo positivo nas contas que medem as exportações/importações, acrescido de juros, serviços e pagamentos no exterior (WIKIPEDIA, 2011).

Apoio para o setor produtivo foi simplificado em todos os níveis; ativo e independente, o Congresso e o Poder Judiciário procederam à avaliação das normas e regulamentos. Entre as principais medidas tomadas para estimular a economia estão a redução de até 30% do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e do investimento de US\$ 8 bilhões em frotas de transporte rodoviário de cargas, melhorando assim a logística de distribuição. A Política da Indústria, Tecnologia e Comércio Exterior, na vanguarda deste setor, por sua vez, investe US\$ 19,5 bilhões em setores específicos, a exemplo do softwares e semicondutores, farmacêutica e medicamentos e setores de bens de capital. O salário mínimo fixado para o ano de 2011 é de R\$ 545,00 por mês, totalizando R\$ 7.085,00 ao ano

(incluindo o 13º salário). O PIB per capita do país em 2010 foi de R\$ 19.016,00. Um estudo da Fundação Getulio Vargas, com base em dados do IBGE, elaborou uma lista das profissões mais bem pagas do Brasil em 2007. Os valores podem variar muito de acordo com o estado da federação em que o profissional vive. As carreiras de Direito, Administração e Medicina ficaram entre as mais bem pagas, seguidas por algumas Engenharias (WIKIPEDIA, 2011).

O governo cria regras para emissão de cheques que favorecem principalmente as pequenas e médias empresas que se utilizam desta forma de pagamento, o objetivo é tornar mais seguro o recebimento desse instrumento de pagamento (VEJA, 2011).

O Brasil é hoje o sexto país no ranking mundial do mercado de água mineral. E quem está disposto a entrar neste mercado, as perspectivas futuras são positivas. Segundo o Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM), a produção brasileira de água mineral vem crescendo a uma taxa anual de 3,6%, e hoje passa de Seis bilhões de litros por ano. Já o consumo per capita nas grandes cidades é de 75 litros/ano (ADAMRS, 2011).

Tendo 8,8% do PIB nacional, a economia do Rio Grande do Sul é baseada na agricultura, na pecuária e na indústria. Há que ressaltar o surgimento de pólos tecnológicos importantes no Estado na década de 1990 e no início do século XXI, nas áreas petroquímica e de tecnologia da informação. A industrialização do Rio Grande do Sul está elevando sua participação no produto interno bruto (PIB) brasileiro, trazendo Investimento, mão-de-obra e infra-estrutura para o Estado. Atualmente, o Rio Grande do Sul está em quarto lugar na lista de estados mais ricos do Brasil. Com uma população de quase 11 milhões de habitantes, o Rio Grande do Sul é a quarta maior economia nacional, pelo tamanho do seu produto interno bruto, que chega a 8,8% do PIB nacional, superado apenas por São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro, respectivamente. A economia do estado possui uma associação com os mercados nacional e internacional superior a média brasileira. Desta forma, a participação da economia gaúcha tem oscilado conforme a evolução da economia do Brasil e também de acordo com a dinâmica das exportações. Nos anos recentes vem sido notável a implementação de indústrias de alta tecnologia, em especial a de semicondutores no Rio Grande do Sul, com destaque para o Centro de Excelência em Tecnologia em Porto Alegre. Há também o Parque Científico e tecnológico da

PUCRS onde existem diversas empresas multinacionais instaladas tais como Dell, HP, ThoughtWorks e outras. É também previsto a criação de um Parque Tecnológico da UFRGS, onde é esperada grande atuação nos cenários da Fotônica, Metrologia, Biotecnologia, Nanotecnologia e Tecnologia de Informação. A balança comercial do estado apresentou algumas oscilações durante os anos 1990, decorrentes dos planos econômicos que afetaram a relação de competitividade, principalmente no período de câmbio sobrevalorizado, somada ao próprio processo de abertura da economia acelerado a partir do início da década. A essa trajetória deve-se acrescentar a emergência do projeto de integração econômica do Cone Sul: a constituição do Mercado Comum do Sul – Mercosul – (WIKIPEDIA, 2011).

As vendas de água mineral tiveram queda de 10% no Estado no mês de março, em relação a fevereiro. De acordo com a Associação de Distribuidores de Água Mineral do Rio Grande do Sul, normalmente acontece o contrário e a comercialização aumenta no período em igual percentual da baixa registrada. Em Pelotas há controvérsia. Alguns distribuidores confirmam a redução, outras contestam informações nesse sentido. A Associação de Distribuidores de Água Mineral do Rio Grande do Sul (Adams) aponta que março foi chuvoso e, além disso, teve o Carnaval na primeira semana, o que provocou a pausa nas vendas. Para a entidade, o resultado foi o pior dos últimos dez anos. De acordo com a Associação, o desempenho teve reflexos na contratação de trabalhadores gaúchos. As distribuidoras abriram apenas metade das vagas que geralmente são criadas em março. E a previsão é de que neste mês muitas distribuidoras dispensem 15% dos funcionários (ADAMRS, 2011).

Segundo pesquisa do IBGE (2011), foi constatado um acréscimo no emprego de 2,3 %, no período de abril de 2011 a março de 2010, resultando em 492 mil postos de trabalhos ocupados no período de um ano.

Porto Alegre é um município brasileiro e a capital do estado mais meridional do Brasil, o Rio Grande do Sul. Com uma área de quase 500 km<sup>2</sup>, possui uma geografia diversificada, com morros, baixadas e um grande lago, o Guaíba. Ostenta mais de 80 prêmios e títulos que a distinguem como uma das melhores capitais brasileiras para morar, trabalhar, fazer negócios, estudar e se divertir. Foi destacada em anos recentes também pela ONU como a Metrópole nº1 em qualidade de vida do Brasil por três vezes; como possuindo um dos 40 melhores modelos de gestão

pública democrática pelo seu Orçamento Participativo, e por ter o melhor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) entre as metrópoles nacionais (WIKIPEDIA, 2011).

A economia de Porto Alegre é baseada na produção rural e industrial, e está em segundo lugar entre as cidades brasileiras. Segundo a mesma consultoria, Porto Alegre está entre as 24 "cidades do futuro". Em agosto de 2010 Porto Alegre foi a capital com o custo da cesta básica mais elevado, chegando a 240,91 reais. Em vários indicadores de custo de vida em 2009 Porto Alegre ficou entre as capitais mais caras, como em serviços e suprimentos domésticos, transporte, vestuário e calçados, mas estava entre as mais baratas para lazer e entretenimento (WIKIPEDIA, 2011).

A secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio (Smic) é o órgão que fiscaliza na capital do Rio grande do Sul os pontos comerciais de água mineral. O objetivo da fiscalização é conferir se o comércio de água mineral está em regularidade conforme a Lei 12/75 e a Lei 9944/2006 que regulamentam o comércio, distribuição e armazenagem de água mineral (ADAM RS, 2011).

Segundo o sindicato de água mineral do Rio grande do Norte (SINCRAMIN), a logística é uma dos principais custos, já que para retirar a água da fonte e levá-la ao consumidor é percorrido um longo caminho, cercado de cuidados (MERCADO DE ÁGUAS, 2011).

Segundo jornal Zero Hora (2011), estudos da população Brasileira, prevê que em breve irá aparecer um promissor mercado consumidor de produtos e serviços. Apesar de ser um contingente na casa de 20 milhões no país, com uma renda mensal de R\$ 13 milhões, o idoso, é uma parte pouco significativa do escopo das organizações em matéria de consumidor.

Com o aumento da expectativa de vida e a queda da taxa da natalidade, o número de brasileiros com idade acima de 60 anos mais do triplicará nas próximas quatro décadas, o percentual da terceira idade passará dos 10% atuais para 29% (IBGE, 2011).

Segundo matéria divulgada no jornal Zero Hora de (2011), o crescimento populacional dos idosos fará com que as empresas se adaptem com esse público alvo, principalmente na inovação de produtos e serviços, ajustando-se para poder suprir as necessidades deste mercado, que tem características de classes A e B.

A taxa de desocupação em Porto Alegre e região metropolitana, segundo fontes do IBGE, no período de abril de 2011 a abril de 2010, registraram uma queda de 0,8 % (CORREIO DO POVO, 2011).

O crescimento nas vendas de galões ocorreu após a colocação da validade nos vasilhames retornáveis de 10 e 20 litros (ABINAM, 2011).

Existem 480 empresas fabricantes de água mineral. Desse total, 115 marcas estão localizadas no estado de São Paulo, que é responsável por 29% do consumo no país, com dois bilhões de litros por ano (ABINAM, 2011).

A água mineral já é usada pelos consumidores de todo o mundo há cerca de 2500 anos. No Brasil, entretanto, o boom do setor ocorreu a partir de 1972, sendo que o ano de 1979 marcou o início de uma nova fase no mercado, com lançamento do garrafão de plástico. O novo garrafão também sinalizou o desenvolvimento da indústria plástica, que passou a oferecer os mais diversos produtos com diferentes capacidades, abrindo novas possibilidades ao setor de água mineral e potável de mesa. Os garrafões respondem hoje por 60% do volume total de águas minerais, comercializadas no país, e devido a sua praticidade ganhou espaço em residências, empresas e escolas (JORNALE, 2011).

O Brasil é hoje o sexto país no ranking mundial do mercado de água mineral. E quem está disposto a entrar neste mercado, as perspectivas futuras são positivas. Segundo o Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM), a produção brasileira de água mineral vem crescendo a uma taxa anual de 3,6%, e hoje passa de 6 bilhões de litros por ano. Já o consumo per capita nas grandes cidades é de 75 litros/ano. O Paraná ocupa a sétima posição entre os estados brasileiros que mais produzem água mineral (JORNALE, 2011).

A água mineral, por ser tratar de um produto classificado como alimento, deve merecer todo o cuidado por parte de todos. Tanto de quem vende quanto de quem compra, no quesito higiene. Para tanto, uma importante dica deste negócio é manter o cliente sempre muito bem informado quanto aos cuidados que o mesmo deverá ter com o manuseio de sua água mineral (JORNALE, 2011).

Quanto à localização, uma vantagem nesse empreendimento é que não há a necessidade de um ponto comercial específico, pois os pedidos são feitos por telefones, fax ou contrato de entrega. A recomendação é que o empresário procure

um imóvel próximo a locais de grande aglomeração populacional como, condomínios verticais, prédios com escritórios comerciais, escolas e centros comerciais (JORNALE, 2011).

O mercado de água mineral é bastante concorrido, só em Curitiba existem 625 pontos de distribuição de água mineral. Em todo o Paraná são 2.400 pontos (JORNALE, 2011).

Segundo a ADAMRS (2011) as empresas de refrigerante de pequeno e médio porte, seduzidas pelo mercado promissor de água mineral, começam a investir alto neste setor, incorporando águas minerais naturais e gaseificadas, no intuito de conquistar consumidores que preferem produtos mais baratos, aproveitando sua rede de distribuição, sua infra-estrutura, com isso mantendo seu consumidor, até porque essas empresas se situam nos bairros de seus consumidores.

A forte onda de calor no Rio Grande do Sul elevou em 50% o consumo de água mineral, em relação à média registrada no verão. As vendas alcançam patamares de 2005 e 2006, quando a estiagem afetou o gosto da água da torneira (O GLOBO, 2011).

De acordo com a Abinam, o mercado de água mineral faturou, no ano passado, R\$ 1 bilhão e obteve alta de 13% em relação ao resultado do ano anterior. O aumento do poder de compra da nova classe média brasileira e a mudança de hábito deve gerar 45% de avanço neste verão e 15% em 2011 ante o balanço do ano anterior. "O principal fator é mais consciência do consumidor quanto à segurança alimentar. A população já não confia mais nos bebedouros (SINCOVAT, 2011).

## 2.1 MATRIZ SWOT

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- baixa qualidade de água distribuída pelo governo</li> <li>- alta demanda de água mineral, abertura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- variação da inflação,</li> <li>- dificuldade no fechamento de contrato em longo prazo,</li> </ul>

<p>de mercado, capacidade de fechar grandes contratos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- é um produto saudável;</li> <li>- preço acessível à população;</li> <li>- necessidade do ambiente de prestação de serviços;</li> <li>- crescimento contínuo na economia brasileira;</li> <li>- políticas governamentais voltada para o mercado de água mineral;</li> <li>- certificações de qualidade do produto;</li> <li>- taxas de juros menores para pessoas jurídicas;</li> <li>- praticidade das embalagens;</li> <li>- mercado de água mineral em busca de diferencial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- expansão do mercado de água mineral aumentando a concorrência,</li> <li>- sazonalidade,</li> <li>- mercado de filtro de água:</li> <li>- variação da inflação;</li> <li>- falta de legislação específica para o setor de água mineral;</li> <li>- melhoria da qualidade da água fornecida pelo poder público;</li> <li>- poluição e uso inadequado de recursos naturais;</li> <li>- falta de conscientização da população;</li> <li>- dificuldade de contratar mão-de-obra qualificada para trabalhar;</li> <li>- mercado de água com sabor em alta.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>PONTOS FORTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- experiência na distribuição e prestação de serviço no mercado de água.</li> <li>- equipe bem estruturada,</li> <li>- diversificação de marcas e tamanhos;</li> <li>- índice de inadimplência quase zero;</li> <li>- ótima localização física;</li> <li>- espaço físico de acordo com as especificações legais para armazenamento do produto;</li> <li>- produto com alta aceitação no mercado;</li> <li>- diversificação de produtos e afins;</li> <li>- inexistência de dívidas;</li> <li>- bom relacionamento com fornecedores e clientes,</li> <li>- carteira de clientes em expansão;</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>PONTOS FRACOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- capital de giro limitado;</li> <li>- controle custos inadequado;</li> <li>- colaboradores com pouca habilidade;</li> <li>- espaço físico para grandes quantidades precário;</li> <li>- frota pequena;</li> <li>- inexistência de controle de entrada e saída de mercadorias eficiente;</li> <li>- controle de estoque precário,</li> <li>- inexistência de departamento de vendas ou consultores;</li> <li>- captação de novos clientes ineficiente;</li> <li>- centralização de responsabilidade em uma só pessoa;</li> <li>- fachada da empresa precária;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- site da empresa desatualizado;</li> <li>- banco de dados desatualizados.</li> </ul>
--	--

### **3 OBJETIVO ESTRATÉGICO**

Aumentar em 40% a distribuição de água mineral e afins através da captação de clientes, como GM, Pólo Petroquímico e Tecnopuc, até Dezembro de 2012

### **4 COMPOSTO DE MARKETING**

O composto de marketing também conhecido como os 4P's pode ser constituído de outros P's como já constatado em algumas doutrinas por inúmeros autores da área de marketing.

#### **4.1 Produto**

Empresa atua no ramo de água mineral, com as marcas Da Guarda (Santa Catarina), Ouro Fino (Paraná) e três marcas do Rio Grande do Sul (Sarandi, Da Pedra e Do Campo); com os tamanhos: Copo 200 ml, Pet 500 ml, pet 1500ml, pet 5000, pet 6000, garrafão 10000 e garrafão 20000, nas embalagens de 200ml até 6000ml tem opção de com gás ou sem gás. No site da empresa ([www.dallagnese.com.br](http://www.dallagnese.com.br)) tem informações do fornecedor (Da Guarda), deixando transparente de onde vem a água, como é extraída, a política da empresa e os licenciamentos que tem referente a análises realizadas; além da empresa/fornecedor ter o certificado ISO 9001, referente a qualidade do produto. No site tem dicas de saúde sobre água Mineral contra o cansaço e a falta de concentração.

#### **4.2 Preço**

Os preços praticados pela empresa são de acordo com o tipo de produto, sua qualidade perante os consumidores:

Água de ouro fino

<b>PRODUTO</b>	<b>PREÇO COPRA</b>	<b>PREÇO VENDA</b>
1/2 LITRO VIDRO 24 UNID.	<b>10,70</b>	<b>22,00</b>
1/2 LITRO VIDRO 24 UNID.	<b>6,11</b>	<b>12,00</b>
GARRAFÃO 20L	<b>11,04</b>	<b>16,00</b>
PET 500ML 12 UNID.	<b>10,09</b>	<b>14,00</b>
PET 500ML 12 UNID.		

Produto do campo

<b>PRODUTO</b>	<b>PREÇO COMPRA</b>	<b>PREÇO VENDA</b>
Máster 4 x 5000 ml	<b>8,00</b>	<b>14,00</b>
Garrafão 20 litros ret.	<b>3,20</b>	<b>8,00</b>
Pet 12 x 500 ml c/gás	<b>6,40</b>	<b>13,00</b>
Pet 6 x 1500 ml s/gás	<b>5,80</b>	<b>10,00</b>
Pet 12 x 500 ml s/gás	<b>5,60</b>	<b>10,00</b>
Pet 6 x 1500 ml c/gás	<b>6,40</b>	<b>12,00</b>

Produto Da Guarda

<b>PRODUTO</b>	<b>COMPRA</b>	<b>VENDA</b>	<b>DISTRIBUIDOR</b>
Copo 48 x 200 ml	<b>12,70</b>	<b>18,00</b>	<b>16,70</b>
Máster 4 x 5000 ml	<b>9,00</b>	<b>16,00</b>	<b>13,40</b>
Garrafão 20 litros ret.	<b>3,21</b>	<b>10,00</b>	<b>6,00</b>
Pet 4 x 6000 ml s/gás	<b>11,65</b>	<b>18,00</b>	<b>16,20</b>
Pet 12 x 500 ml c/gás	<b>8,98</b>	<b>15,00</b>	<b>11,20</b>
Pet 6 x 1500 ml s/gás	<b>6,38</b>	<b>12,00</b>	<b>9,00</b>
Pet 12 x 500 ml s/gás	<b>7,85</b>	<b>12,00</b>	<b>9,70</b>
Garrafão 10 litros ret.	<b>2,99</b>	<b>8,00</b>	<b>5,20</b>
Pet 6 x 1500 ml c/gás	<b>7,64</b>	<b>14,00</b>	<b>10,70</b>
Pet 4 x 5000 ml s/gás	<b>11,52</b>	<b>18,00</b>	<b>16,20</b>
PET 10 LTS DESCARTÁVEL	<b>4,80</b>	<b>8,00</b>	<b>6,00</b>

### 4.3 Praça

A empresa trabalha com distribuição e varejo, distribuição para as empresas GM, Dana Albarus, Caburé, Banco Itaú, Bradesco, Tribunal Justiça, Conselho Regional Odontologia, Univias, CP Eletrônica e Arquisul; Presta serviço para as mesmas de entregas e reposição, faz a distribuição de águas para eventos. Varejista para clientes residenciais na região de Porto Alegre e Regiões metropolitanas, entregas nas residências e possui uma loja no endereço: Rua Jari, 120 Passo D'Areia Porto.

### 4.4 Promoção

A empresa utiliza para a divulgação de seus produtos o chamado boca a boca de seus colaboradores na tele-entrega, e para os clientes com maior potencial a divulgação de sua marca é pelo site e propaganda em seus veículos no qual são logotipado com o nome do produto e com o telefone para contato, a empresa já estuda uma ação de marketing para o futuro, mas não tem nada em mente, pois está em negociação com seus fornecedores para conseguir algum tipo de investimento e também está negociando um novo produto para aumentar seu mix de produtos.

## 5 ANÁLISE DO INVESTIMENTO

mês	Jun	jul	ago	set	out	nov	Dez
R	130000	140000	135000	145000	150000	140000	155000
C	119000	128000	123000	134000	135000	124000	137000
RES	11000	12000	12000	11000	15000	16000	18000
	FC1	FC2	FC3	FC4	FC5	FC6	FC7

Investimento inicial = R\$ 83.780,00.

Payback = para recuperar o investimento deverá ser utilizado seis meses.

VPL= R\$ 3.472,09 a uma taxa de 2% torna o investimento viável.

TIR = 6,49 % a.m, é uma taxa muito considerável.

Considerando que a empresa em seis meses a uma taxa de 2% tornou-se viável para investir, conclui-se que a taxa de retorno de 6,49 é excelente para este negócio.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**Correio do Povo.** Dispon. :

<[www.correiodopovo.com.br/Noticias/?Noticia=250644](http://www.correiodopovo.com.br/Noticias/?Noticia=250644)>. Acesso em: 05 jun. 2011.

**Wikipédia.** Disponível em: <[pt.wikipedia.org/wiki/Economia\\_do\\_Brasil](http://pt.wikipedia.org/wiki/Economia_do_Brasil)>. Acesso em: 05 jun 2011.

**Veja.** Disponível em: < [veja.abril.com.br/.../governo-cria-novas-regras-para-emissao-e-compensacao-de-cheques](http://veja.abril.com.br/.../governo-cria-novas-regras-para-emissao-e-compensacao-de-cheques)>. Acesso em: 05 jun. 2011.

**ADAMRS.** Disponível em: < [www.adamrs.wordpress.com](http://www.adamrs.wordpress.com)>. Acesso em: 05 jun. 2011.

**Wikipédia.** Disponível em: < [pt.wikipedia.org/.../Economia\\_do\\_Rio\\_Grande\\_do\\_Sul](http://pt.wikipedia.org/.../Economia_do_Rio_Grande_do_Sul)>. Acesso em: 05 jun. 2011.

**Wikipédia.** Disponível em: <[pt.wikipedia.org/wiki/Porto\\_Alegre](http://pt.wikipedia.org/wiki/Porto_Alegre)>. Acesso em: 05 jun. 2011.

**IBGE.** Disponível em: < [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)>. Acesso em: 05 jun. 2011.

**Mercado de águas.** Disponível em: [www.guiamercadodeaguas.com.br](http://www.guiamercadodeaguas.com.br). Acesso em: 05 jun. 2011.

**O GLOBO.** Disponível em: <[oglobo.globo.com/.../calor-intenso-prosegue-no-rio-grande-do-sul-crescem-vendas-de-agua-mineral-915781558.asp](http://oglobo.globo.com/.../calor-intenso-prosegue-no-rio-grande-do-sul-crescem-vendas-de-agua-mineral-915781558.asp)>, Acesso em: 05 jun 2011.

**Zero Hora.** Caderno de economia. Disponível em: <[zerohora.clicrbs.com.br](http://zerohora.clicrbs.com.br)>. Acesso em: 05 jun. 2011.

**ABINAM.** Disponível em: <[www.abinam.com.br](http://www.abinam.com.br)>. Acesso em: 05 jun. 2011.

**JORNALE.** Disponível em: <[jornale.com.br/Mirian](http://jornale.com.br/Mirian)>. Acesso em: 05 jun. 2011.

**SINCOVAT.** Disponível em < [www.sincovat.org.br/.../index.php?...](http://www.sincovat.org.br/.../index.php?...)> acesso em 05 jun. 2011.