



**Fundação Educacional do Município de Assis  
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis  
Campus "José Santilli Sobrinho"**

**PEDRO ENRIQUE MAIOLI SUSSEL**

**MERCADO DE PLACAS E TROFÉUS**

**Assis**

**2012**

**PEDRO ENRIQUE MAIOLI SUSSEL**

**MERCADO DE PLACAS E TROFÉUS**

Trabalho apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Bacharelado em Administração.

Orientadora: Sarah Rabelo de Souza

**Assis**

2012

## FICHA CATALOGRÁFICA

Mercado de Placas e Troféus, de Roberto de Souza Filho, M. Maioli, S. S. F. S. Superior Educativo do

Editora:  
Enrique Maioli

## MERCADO DE PLACAS E TROFÉUS

**PEDRO ENRIQUE MAIOLI SUSSEL**

Trabalho apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Bacharelado em Administração, analisado pela seguinte comissão examinadora:

Orientadora: Sarah Rabelo de Souza

Assis

2012

**DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho a toda a minha família, que me ajudou a ser o que hoje sou. Aos meus amigos, a minha Orientadora (Sarah Rabelo de Souza) e a todos os que acreditaram em mim e me deram forças para chegar até aqui. E acima de tudo à Deus que me permitiu conhecer pessoas abençoadas e poder contribuir com a educação a partir deste trabalho.

## **AGRADECIMENTOS**

À professora Sarah Rabelo de Souza, pela orientação e pelo constante estímulo transmitido durante o trabalho.

Aos familiares, Edir, Cibele, Fernanda e Marcelo.

A mente que se abre a uma nova ideia jamais volta ao seu tamanho original.

*Albert Einstein*  
(1879 - 1955)

## **RESUMO**

Este trabalho teve como objetivo fazer um estudo sobre o mercado de troféus e placas,

com colaboração da empresa Edir Troféus e Placas de nos ceder alguns dados para que o estudo possa ter sido feito. Através dos dados foi mostrada a demanda e oferta dessas mercadorias no mercado, qual a sua importância na vida das pessoas e o seu valor. Este assunto é pouco conhecido, com isso tentei mostrar um pouco mais sobre, o que se trata, como funciona, pois muitas pessoas não tem nem noção do que se é um mercado de placas e troféus.

Também abordei sobre o e-commerce o mercado virtual, que é a grande sensação do momento, onde todos estão utilizando no momento.

**Palavras-chave:** Troféus, Placas, Mercado, Premiações, Homenagens.

**ABSTRACT**

This study aimed to do a study on the market for trophies and plaques, in collaboration with the company Edir Trophies and Signs give us some data for the study may have been done. Through the data was shown the demand and supply of such goods in the market, how important is it in people's lives and their value. This is issue is little known, so I tried to show a little more about what it is, how it works, because not many people have no sense of what is a market for plaques and trophies.

Also discussed on e-commerce the virtual market, which is the great feeling of the moment, where everyone is using at the moment.

Keywords: Trophies, Signs, Marketing, Awards, Tributes.

## **SUMÁRIO**

1.	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>20</b>
2.	<b>A EMPRESA .....</b>	<b>21</b>
3.	<b>O MERCADO .....</b>	<b>23</b>
4.	<b>MERCADO VIRTUAL .....</b>	<b>28</b>
5.	<b>TABELA DE VENDAS.....</b>	<b>30</b>
6.	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>33</b>

## **INTRODUÇÃO**

O mercado de placas e troféus é um mercado muito amplo e encontramos muitas variedades, pois existem muitos modelos, tamanhos diferentes, e muitos materiais para se confeccionar um troféu ou uma placa.

A placa ela pode ser comercializada como uma placa de homenagem como se costuma fazer em confraternizações das empresas, quando o funcionário é promovido de cargo, quando um casal completa aniversário de casamento, quando um ente querido falece e entre muitos outros motivos.

Já o troféu tem um comércio voltado para as competições, onde os competidores levam o troféu, hoje temos muitas competições e todos que se tornam campeões querem seu troféu como um símbolo de todo o seu esforço que foi feito para alcançar o primeiro lugar.

Sobre esses dois produtos que vou desenvolver este trabalho, mostrando o mercado em que eles abrangem, quem são os consumidores destes produtos, para que são usados e sua importância na vida das pessoas.

O que me motivou a fazer esse estudo sobre o mercado de placas e troféus, foi que a empresa em qual foi feito o estudo, o meu pai é o proprietário. E tendo essa liberdade para pesquisar, pegar dados da empresa fazendo com que esse estudo seja benéfico e possa até ajudar a melhorar a empresa em algumas áreas.

Consequentemente a empresa ficará sobre minha responsabilidade no futuro, com isso pretendo tocar-la para frente e fazer com que conquiste cada vez mais seu espaço no mercado, com isso pretendo colher dados com os estudos feitos e se possível e for bom para a empresa, implantar na empresa futuramente.

O objetivo é mostrar a como esses produtos tem uma participação no mercado, como eles entram no mercado, a sua importância para seus consumidores, com isso vamos analisar alguns gráficos, tabelas que mostram as vendas desses produtos.

Com essas informações vamos fazer um estudo sobre esse mercado, com a colaboração da empresa Edir Troféus e Placas que nos forneceu todas as informações possíveis para que possamos desenvolver este trabalho.

## **2 A EMPRESA**

A Edir Troféus e Placas é uma empresa que foi fundada no dia 19 de março de 1993, o seu fundador foi Edir Sussel, que abriu a empresa com um pensamento de fazer troféus e placas personalizados para atender a cidade de Assis e toda região.

O começo da empresa foi quando o proprietario Edir Sussel, decidiu largar seu emprego de relojero e abrir seu próprio negócio. O começo foi muito difícil com todos os começos são, mas com muita determinação, dedicação ele conseguiu vencer todos os seus obstáculos e hoje a empresa já está com seus 19 anos, isso para ele é um motivo de muito orgulho.

Os produtos comercializados pela Edir Troféus e Placas são os troféus em vidro, acrílico e no metal e placas em metal, acrílico, PVC. A empresa também comercializa alguns brindes como canetas, chaveiros, marcadores de páginas e canecas.

O diferencial da empresa é que todos os seus produtos são únicos e exclusivos, pois como uma placa ou um troféu, é feito de acordo com o que o cliente pede.

A missão da empresa Edir Troféus e Placas é disponibilizar o seus serviços com confiabilidade e segurança, em condições competitivas, oferecendo soluções que superem as expectativas de seus clientes e trabalhar com responsabilidade social e respeito ao meio-ambiente, em um clima organizacional positivo, garantindo práticas seguras, baseados em valores e princípios éticos.

A visão de futuro da empresa é que com o tempo ela consiga pontos de vendas em diferentes cidades e estados, ou até mesmo abrir franquias. Com isso a empresa poderá crescer ainda mais, conquistando novos clientes.

A área de atuação é da empresa é em Assis, todo estado de São Paulo e no norte do Paraná.

Os principais clientes são as entidades filantrópicas, escolas, universidades, clubes, igrejas, clínicas, consultórios, escritórios e os revendedores que atuam no mercado da

região.

A empresa fica na rua sete de setembro, 479, no centro da cidade de Assis-SP.

### **3 O MERCADO**

<sup>1</sup>Segundo *Merger Guidelines* do Departamento de Justiça dos E.U.A., defini mercado como:

*“Um mercado é definido como um produto ou um grupo de produtos e uma área geográfica na qual ele é produzido ou vendido tal que uma hipotética firma*

*maximizadora de lucros, não sujeita a regulação de preços, que seja o único produtor ou vendedor, presente ou futuro, daqueles produtos naquela área, poderia provavelmente impor pelo menos um pequeno, mas significativo e não transitório ' aumento no preço, supondo que as condições de venda de todos os outros produtos se mantêm constantes. Um mercado relevante é um grupo de produtos e uma área geográfica que não excedem o necessário para satisfazer tal teste”.*

O mercado que a Edir Troféus e Placas atua é muito amplo, tem muitas áreas, por conta disso acaba sendo pouco explorado sendo que poderia ser ao contrário por ter tantas oportunidades de crescer.

Por incrível que parece a Edir Troféus e Placas não tem muito concorrente direto no mercado, posso te dizer que na região se tem apenas um, se formos analisar isso é quase nada, pois em todos os segmentos de hoje em dia temos no mínimo uns 4 concorrentes direto.

## Placas

O mercado de placas tem sido muito bom para a empresa pois tem um mercado muito amplo onde todos um dia possam precisar de uma placa, são vários modelos e elas podem ser utilizadas em várias ocasiões.

A placa de homenagem tem uma demanda muito grande no mercado, elas são confeccionadas no metal e no vidro e costumam se utilizarem nas formaturas das escolas, formaturas das universidades, nas confraternizações das empresas, aniversários e as próprias homenagens que um amigo, um familiar costuma fazer para o outro, dando uma placa como um gesto de carinho.

Tem também as placas de sinalizações internas e externas que são confeccionadas tanto no metal quanto acrílico, onde as empresas, organizações da região costumam usar para sinalizar sua área de trabalho como prédios comerciais, salas comerciais, consultórios, escritórios, usinas, clubes, escolas, universidades,

Quando clubes, escolas, universidades, igrejas, empresas, hospitais e entre outros fazem alguma inauguração de algum setor, sala, prédio costumam utilizar as placas de

inauguração, que na maioria das vezes é confeccionada no metal.

Outro lugar onde que se tem um grande mercado é o setor funerário, pode se dizer que é setor que pode crescer mais, pois é um mercado onde se tem tido muito investimento, é até estranho pensar nisso, mas no ano passado o mercado funerário movimentou 2 bilhões de reais, segundo a Abredif (Associação Brasileira de Empresas e Diretores do Setor Funerário). Com isso entram as placas para túmulo que são confeccionadas no metal e no bronze.

## Troféus e Medalhas

O mercado de troféus e medalhas é um mercado muito aquecido durante todo ano, pois sempre está ocorrendo eventos e conseqüentemente tem as premiações, onde os troféus e as medalhas entram.

A Edir Troféus e Placas que produz os seus troféus, ela tem como seu diferencial fazer o troféu personalizado para o evento, fazendo com que em nenhum outro evento o troféu será igual ao outro, cada evento tem seu troféu exclusivo, assim também ocorre com as medalhas que são todas personalizadas e exclusivas.

O valor de um troféu ou de uma medalha é muito grande para quem ganha pois tem o significado de todo o seu esforço, suor para que ele(a) fez para a conquista. O esporte sempre está em alta o ano inteiro, até que tem órgãos do governo que estimulam as pessoas a praticarem esportes, para ter uma vida mais saudável, aí quem vem as competições e conseqüentemente a premiação, mas a premiação as vezes não é só para os melhores, são premiados os participantes aí a medalha ou o troféus acaba entrando com estimulador ao atleta.

O valor dessas premiações na vida dos competidores é muito grande, pois por trás daquele troféu, daquela medalha tem uma história, Assim foi com Cesar Cielo nas olimpíadas de 2008 em Pequim, *²Cielo chorou em Pequim e ainda hoje escuta das pessoas, por onde circula, que vibraram a choraram com ele. "Ganho o dia quando alguém fala isso." As lágrimas de Cesar Cielo emocionaram os brasileiros e o público*

*que lotou o Cubo D'Água, no sábado, dia 16 de agosto de 2008.*

Os materiais que são confeccionados os troféus são no acrílico, no vidro e no metal, já as medalhas são somente confeccionadas no acrílico.

Os clientes que costumam comprar os troféus e as medalhas são geralmente os clubes, federações, escolas, universidades, empresas e prefeituras.

## Demanda e Oferta

Para que um mercado possa ser definido, de acordo com a teoria econômica, são claros: tanto a demanda pelo produto (ou grupo de produtos) quanto a sua oferta devem ter elasticidades bem baixas de forma de se dar como certo que um aumento do preço de o resultado de maiores lucros, e não menores, a serem alcançados pela empresa que hipoteticamente exerce poder de mercado. Na fórmula direta de H. Hovenkamp, *“um mercado relevante de um produto é o menor mercado do produto para o qual a elasticidade da demanda e a elasticidade da oferta são suficientemente baixas para que uma firma com 100% do mercado possa aumentar lucros reduzindo a produção e aumentando o preço substancialmente acima do nível competitivo”*. Nas palavras de R. Posner:

*<sup>3</sup>“(...) o conceito de elasticidade (é) indispensável para conferir significado ao conceito de mercado. Os ganhos potenciais de colusão serão quase certamente pequenos se um pequeno aumento acima do preço competitivo vier a ocasionar uma redução proporcionalmente muito maior na quantidade demandada do produto, resultando numa receita total acentuadamente inferior sob o preço mais elevado. Em tais circunstâncias é de qualquer modo improvável que os vendedores venham a formar alguma colusão, de forma que não é preciso preocupar-se muito com uma fusão ou conjunto de fusões que reduza o seu número, com isso reduzindo os custos de colusão”*.

## 4 MERCADO VIRTUAL

A Edir Troféus e Placa entrou no mercado virtual aproximadamente há oito anos com a

utilização de correio eletrônico (email: [edir@edirtrofeus.com.br](mailto:edir@edirtrofeus.com.br) ou [edir@esussel.com.br](mailto:edir@esussel.com.br))), e é por meio desta fonte de comunicação que é realizada, hoje, grande parte das vendas na empresa.

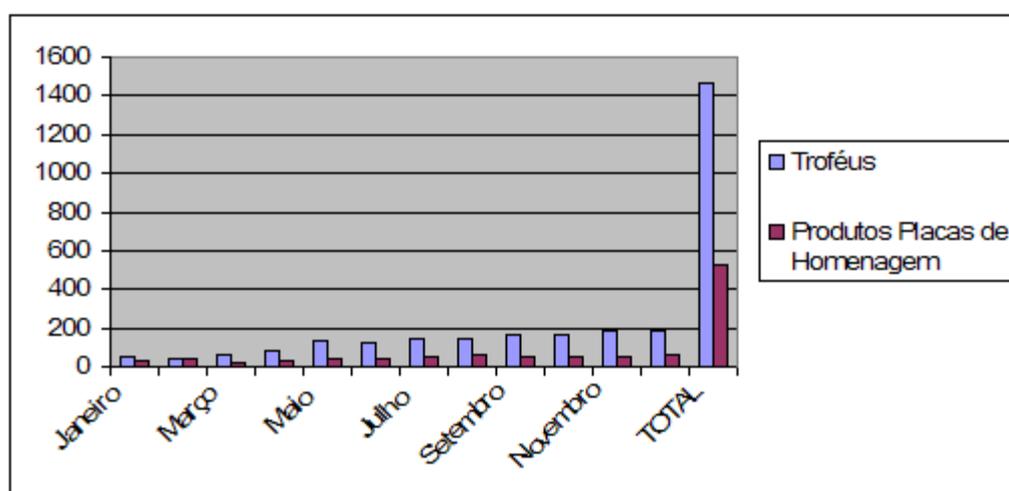
No ano de 2010, a empresa criou um página virtual (site) para melhorar suas vendas e ter mais visibilidade no mercado virtual, onde o resultado foi satisfatório, pois através do site a empresa já ganhou novos clientes.

Em um futuro mais breve a empresa pensa em praticar o e-commerce: *(4) Definimos comércio eletrônico como qualquer transação comercial que envolva a cadeia de valor dos processos de negócio através de um ambiente eletrônico, por exemplo, a Internet. As práticas de comércio eletrônico não vieram com a Internet.* ' Praticando o e-commerce a empresa tem grande chances de expandir seus negócios pois no mundo virtual não tem fronteiras, nem limites, quem impões o limite é você, e através disso a empresa pensa em alcançar novos clientes, em novas cidades, novos estados.

Hoje a empresa não pratica a venda, pois falta um profissional capacitado, e sem esse profissional o esse trabalho não seria bem desenvolvido, com isso a empresa preferiu não praticar o e-commerce por enquanto, mas não descarta futuramente o uso.

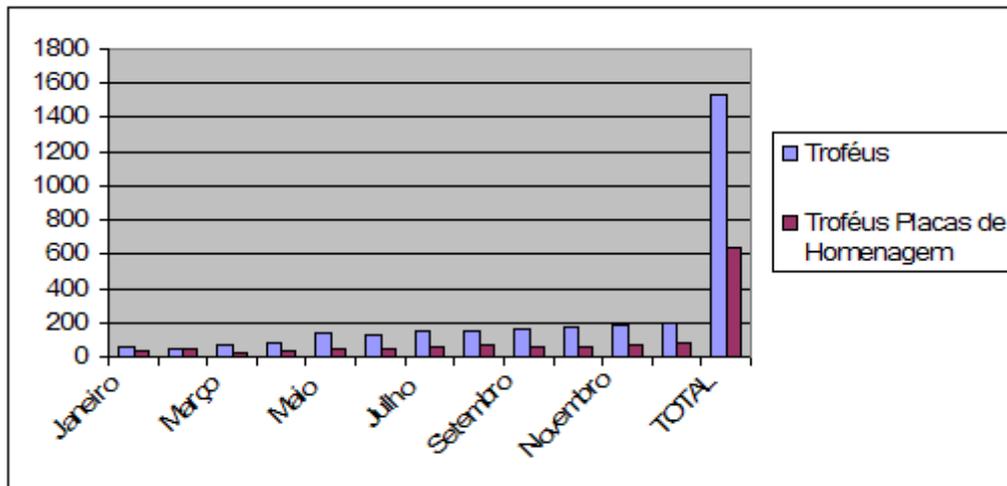
## **5 TABELA DE VENDAS**

No de 2008, as vendas de troféus e placas de homenagem foram muito boas, sendo que as placas de homenagens tem uma saída maior no começo e no final do ano, já os troféus mantêm média durante todo ano, tendo um aumento considerável somente em dezembro.



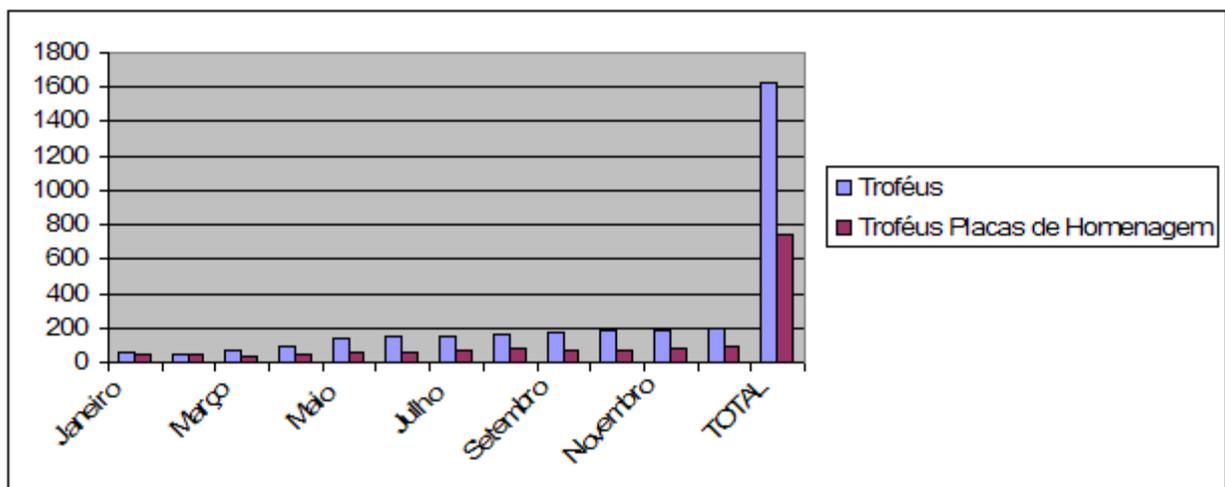
2009

Já em 2009, as vendas aumentaram quanto nos troféus, quanto nas placas de homenagem. Mas uma vez as placas de homenagem tiveram uma saída maior no começo e no final do ano e os troféus manteve uma média durante todos os meses, tendo um aumento somente no mês de dezembro.



2010

No ano de 2010, tivemos um aumento considerável nas vendas de troféus e das placas de homenagens, pois o esse aumento se deve pelo número de novos clientes que a empresa conquistou durante os anos anteriores. Com isso teve esse aumento nas vendas.



A empresa está a cada ano crescendo mais, conquistando novos clientes e como podemos ver nos gráficos a cada ano que se passa as vendas estão só aumentando.

A tendência que continue aumentando cada vez mais, mas sem a empresa perder as características de um micro empresa.

## 6 REFERÊNCIAS

<sup>1</sup>Revista de Direito Econômico, CADE, out./dez. 1995.

Horizontal Merger Guidelines, U.S.Department of Justice & Federal Trade Commission, 1992, p. 4. (Mario Luis Possas)

<sup>3</sup>Hovenkamp, H. Antitrust. St. Paul, Minn., West Publ. Co., 2<sup>a</sup> ed.,1993. (Mario Luis Possas)

Posner, R. Antitrust Law. An Economic Perspective. University of Chicago Press, 1976, p.126. (Mario Luis Possas)

(4)[http://efagundes.com/artigos/O% 20que% 20e% 20eCommerce.htm](http://efagundes.com/artigos/O%20que%20e%20eCommerce.htm)

Acessado em 04/06/2012 as 06:25.

<sup>2</sup>[http://www.cesarcielo.com.br/home/?page\\_id=61](http://www.cesarcielo.com.br/home/?page_id=61)

Acessado em 06/06/2012 as 20:40