

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
PLANO DE NEGÓCIOS PARA ABERTURA DE UMA CONFEITARIA EM GOIÂNIA
BUSINESS PLAN TO OPEN A CANDY SHOP IN GOIÂNIA

Orientando: Pedro Henrique Xavier Sousa

e-mail: pedroh.x@hotmail.com

Orientador: Irineu Gomes

e-mail: irineu@pucgoias.edu.br

Linha de pesquisa: Empreendedorismo e Inovação

RESUMO

Este trabalho teve por objetivo elaborar um plano de negócios para abertura de uma empresa no ramo de confeitaria de alto padrão na cidade de Goiânia, Goiás, utilizando como metodologia o modelo CANVAS disponibilizado pelo SEBRAE. Para desenvolvimento, foram realizadas pesquisas bibliográficas referentes ao modelo CANVAS, empreendedorismo e inovação, gestão de pequenas empresas, estratégias empresariais, processo de produção e vendas e planejamento de negócios. Para melhor compreensão, foram feitas também pesquisas de campo por meio de observação pessoal em vários estabelecimentos do ramo de confeitaria nos Setores Oeste, Marista e Bueno de Goiânia, que possibilitou avaliar os aspectos de atendimento, preços, qualidade e variedade de produtos, localização, dentre outros. Seguindo a metodologia do CANVAS e baseado no manual financeiro do SEBRAE, foram estabelecidas as projeções financeiras, atendendo os aspectos investimentos, custos, previsão de vendas e análise de resultados. Com base nas projeções financeiras, pode-se afirmar que o plano de negócios é viável, levando-se em consideração todos os índices que foram calculados, apresentando lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno dos investimentos satisfatórios.

Palavras-chave: confeitaria, plano de negócios, CANVAS, viabilidade financeira.

ABSTRACT

This work aimed to develop a business plan for opening a company in the high-end candy shop business in the city of Goiânia, Goiás, using the CANVAS model provided by SEBRAE as a methodology. For development, bibliographic research was carried out regarding the CANVAS model, entrepreneurship and innovation, small business management, business strategies, production and sales process and business planning. For a better understanding, field research was also carried out through personal observation in several establishments in the candy shop sector in the West, Marista and Bueno de Goiânia sectors, which made it possible to evaluate the aspects of service, prices, quality and variety of products, location, among others. Following the CANVAS methodology and based on SEBRAE's financial manual, financial projections were established, taking into account the

aspects of investments, costs, sales forecast and analysis of results. Based on the financial projections, it can be stated that the business plan is viable, taking into account all the indexes that were calculated, showing satisfactory profitability, profitability and return on investment.

Keywords: *candy shop, business plan, CANVAS, financial projection*

INTRODUÇÃO

O trabalho teve início a partir do objetivo de se abrir um comércio no ramo de alimentos. Por conhecer algumas confeitarias localizadas em regiões nobres de Goiânia, observando que em grande maioria o ambiente é aconchegante e os produtos são de boa qualidade, optou-se por seguir o mesmo caminho, fazendo estudos e pesquisas que possibilitaram elaborar o plano de negócios para o empreendimento.

A princípio, foram realizadas pesquisas em livros, por meio de plataforma digital, e sites especializados a respeito de empreendedorismo e inovação, para melhor compreender o assunto. Além disso, temas complementares formaram base para o andamento do trabalho, como gestão de pequenas empresas, estratégias empresariais, processo de produção e vendas e planejamento de negócios, tendo como principal fonte o SEBRAE.

Aprofundando a pesquisa, foi identificada uma metodologia que facilita na execução do planejamento, chamada modelo CANVAS. A partir disso, iniciou-se pesquisa de campo por observação pessoal nas principais empresas do ramo que atuam nesta capital, bem como nas regiões que são o foco desde negócios.

Nessas pesquisas, foi possível identificar e avaliar os principais fatores competitivos dos negócios pesquisados, abrangendo os aspectos de atendimento, espaço físico, qualidade e variedade de produtos, localização, preços, dentre outros.

Após colher dados e analisá-los, foi identificado que existe um alto padrão nos produtos/serviços oferecidos pelas empresas onde a pesquisa de campo foi realizada. Desde o espaço físico, passando pelo atendimento e indo até a qualidade dos alimentos. E isso tudo só é possível em razão do alto investimento em cada um desses pontos.

A partir das pesquisas e seguindo as etapas do modelo CANVAS e do manual financeiro do SEBRAE, foram feitas as projeções financeiras e demonstrada a viabilidade do negócio.

METODOLOGIA

Em primeiro lugar, fez-se uma pesquisa bibliográfica em livros e sites especializados, abrangendo os temas, empreendedorismo e inovação, gestão de pequenas empresas, estratégias empresariais, processo de produção e vendas, planejamento de negócios, modelo CANVAS e manual financeiro do SEBRAE, o que possibilitou a realização da fundamentação teórica.

Na parte prática, foram realizadas pesquisas de campo por meio de observação pessoal em 08 (oito) empresas do ramo de confeitaria que estão localizadas em 03 (três) diferentes setores de Goiânia, sendo eles, Setor Oeste, Marista e Bueno, tendo em vista que são considerados bairros nobres na capital.

Em cada uma dessas empresas, foram analisados 10 (dez) importantes fatores, desde localização à higiene do ambiente, e posteriormente avaliados com nota de 1 (Ruim) à 5 (Excelente), com o objetivo de averiguar quais os pontos que se destacam em cada uma delas.

A utilização da ferramenta CANVAS SEBRAE, proporciona ao usuário uma espécie de mapa mental, contendo 09 (nove) divisões, que são elas: parceiros chaves, atividade chave, recurso chave, proposta de valor, relação com o cliente, canais, segmento de mercado, estrutura de custo e fonte de renda.

As projeções financeiras foram feitas com base no manual financeiro disponibilizado pelo SEBRAE. Na execução do planejamento financeiro, foram elaboradas diversas planilhas no Excel para preenchimento detalhado das principais informações, como investimentos fixos, capital de giro, investimentos pré-operacionais e custos totais. Estas informações permitem projetar o total da receita anual e o demonstrativo de resultado do exercício.

Complementando as planilhas, alguns índices foram calculados com base nas informações extraídas da etapa anterior. Ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno do investimento, todos esses servindo como base para tomadas de decisões quanto a viabilidade do empreendimento de recursos neste negócio.

Por fim, as análises das projeções financeiras, aliadas às diretrizes estabelecidas com base no modelo CANVAS, demonstram a viabilidade do negócio.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Empreendedorismo e inovação

Segundo o teórico e economista Joseph Schumpeter (1982), o empreendedorismo aconteceria apenas se as pessoas pudessem se desenvolver bem em diversas áreas dentro de um negócio, tendo o empreendedor como responsável por tal desenvolvimento, e detentor do poder de destruir as formas antigas de gerir, e implementar as novas.

O empreendedorismo também pode ser definido como o processo de criar algo diferente que possua valor, dedicando tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais relacionados ao negócio, recebendo conseqüentemente, se bem-sucedido, recompensas econômicas e pessoais, diz Robert Hirsch (HIRSCH, 2009).

Para Peter Drucker, inovação é uma ferramenta específica dos empreendedores, sendo a forma com que eles vão atrás de mudanças para seus negócios, não precisando ser algo natural ou instintivo, pois, de acordo com ele, pode ser aprendida e praticada, até que se torne um hábito.

Gestão de pequenas empresas

Antes de tudo, para gerir bem uma pequena empresa, é necessário que o Gestor entenda as etapas para abertura de um negócio que se enquadre neste tipo. De acordo com <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae> (acesso em nov/2021), hoje é necessário seguir 10 principais passos, que são eles: contratação do contador, definição da natureza jurídica, escolha do nome, escolha da atividade da empresa, definição do local, elaboração do contrato social, registro da empresa na junta comercial, inscrição municipal e estadual, conectividade social e registro da marca (no INPI, caso queira divulgar a marca da empresa), ressaltando que as regras de formalização estão regulamentadas através da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas.

Estratégias empresariais

Conforme <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae> (acesso em nov/2021), as estratégias empresariais são os meios que serão utilizados para que a empresa alcance os objetivos almejados na Administração Estratégica, elaborada pelas pessoas que estão à frente da gestão das empresas. Tais meios são importantes são fundamentais, pois pensar estrategicamente para quem quer alcançar o sucesso empresarial, sobrevivendo às

mudanças constantes do mercado, algo bem incomum no Brasil, considerando que, de acordo o IBGE, 48% das empresas brasileiras fecham em até três anos após a abertura, tendo a falta de gestão eficiente como o principal motivo.

Ainda de acordo com o <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae> (acesso em nov/2021), algumas boas alternativas estratégicas são: estratégias de crescimento, estratégias de estabilidade e estratégias de redução, elaboradas utilizando a técnica de planejamento estratégico, onde quem está à frente da analisa o cenário em que atuam, identificam suas crenças e valores para atuação no mercado, estabelecem a missão da empresa, a razão de existir no mercado, o que vão entregar e como será reconhecida em determinado prazo.

Processo de produção e vendas

Os processos de produção, podem ser classificados de várias maneiras, com o abjetivo de facilitar a compreensão das características de cada uma e a relação entre as atividades produtivas, e podem ser classificadas conforme tabela a seguir:

| TIPO DE CLASSIFICAÇÃO | CARACTERÍSTICAS |
|-----------------------------------|--|
| Grau de padronização dos produtos | <ul style="list-style-type: none"> • Produtos padronizados • Produtos sob medida ou personalizados |
| Tipo de operação | <ul style="list-style-type: none"> • Processos contínuos (larga escala) • Processos discretos • Repetitivos em massa (larga escala) • Repetitivos em lote (<i>flow shop</i>, linha de produção) • Por encomenda (<i>job shop</i>, <i>layout</i> funcional) • Por projeto (unitária, <i>layout</i> posicional fixo) |
| Ambiente de produção | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Make-to-stock (MTS)</i> • <i>Assemble-to-order (ATO)</i> • <i>Make-to-order (MTO)</i> • <i>Engineer-to-order (ETO)</i> |
| Fluxo dos processos | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Processos em linha.</i> • <i>Processos em lote.</i> • <i>Processos por projetos</i> |
| Natureza dos produtos | <ul style="list-style-type: none"> • Bens • Serviços |

(https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/6662415/mod_resource/content/1/Planejamento%20e%20controle%20da%20Produ%C3%A7%C3%A3o_Lustosa.pdf, p. 18)

Gobe (2017), a respeito de vendas conclui que:

Considerando que as empresas se encontram em estágios diferentes de evolução e, portando, as áreas de vendas acompanham o desenvolvimento das empresas, o profissional de vendas deve compreender o estágio atual e auxiliar nas mudanças necessárias para que a empresa cresça de forma organizada. Quando uma pequena empresa inicia suas atividades, o mais importante, na visão de seus administradores, é quase exclusivamente vender os produtos que estão sendo fabricados, e, dependendo do porte da empresa, a área de marketing pode estar num estágio tão embrionário que

não existam recursos voltados exclusivamente para definir e implantar ações de marketing. Porém, aos poucos, percebe-se que as ferramentas existentes no marketing podem agregar grande valor às suas vendas. (GOBE, 2017)

Planejamento de negócios

DOLABELA diz que, o planejamento de negócio é o ato de dar validade à ideia de que um empreendedor tem para constituir uma nova empresa, sendo assim necessário um planejamento detalhado para definir se há viabilidade ou não de pôr em prática. (DOLABELA, 1999).

Sobre o plano de negócios, BANGS JR (2002), afirma:

O plano de negócios descreve aos investidores e fontes de financiamento todos os acontecimentos que possam afetar o empreendimento que está sendo proposto. Os detalhes são necessários para as várias ações projetadas do empreendimento proposto, delineando-se os custos e retornos a ele associados. Torna-se importante indicar explicitamente os pressupostos nos quais o plano se baseia. Em algumas áreas profissionais o plano de negócios é mencionado como plano de empreendimento, proposta de empréstimo ou proposta de investimento. Qualquer que seja a denominação utilizada, o plano de negócios é o documento mínimo exigido por qualquer fonte de financiamento, permitindo ao empresário o ingresso no processo de investimento. (BANGS JR, David H, 2002)

Modelo CANVAS SEBRAE

Para elaboração deste trabalho, foi utilizado o modelo CANVAS SEBRAE, que é uma ferramenta de planejamento estratégico composto por nove blocos.

O primeiro desses blocos é a proposta de valor, que consiste no que será ofertado aos clientes possuindo um valor em relação aos demais. Em seguida, vem o segmento de clientes, composto pelo tipo de clientes que sua empresa deseja atingir. O meio pelo qual os clientes compram e recebem os produtos são chamados de canais.

O quarto bloco é o relacionamento com clientes, essencial para uma boa interação entre a empresa e os clientes. Atividade-chave é aquela que permitirá que a empresa alcance seu objetivo. E para realizar essas atividades, é necessário estabelecer quais serão os recursos principais.

As parcerias principais proporcionam que a empresa realize suas atividades de forma terceirizada e adquira recursos. Já as fontes de receita são os meios pelos quais a empresa gera receita, tendo a venda como a principal delas. Por fim, vem a estrutura de custos, em que estabelece a relevância dos custos essenciais para funcionamento

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Pesquisa de campo

Esta pesquisa de campo foi realizada, via observação pessoal direta, em empresas do ramo de confeitaria e doceria em algumas regiões da Capital goiana e teve por objetivo obter informações a respeito de alguns quesitos de extrema importância para o negócio. Foram pesquisadas 08 (oito) empresas como referências. Dentre as pesquisadas, podem-se destacar 04 (quatro) delas, aqui referidas como Empresa A, Empresa B, Empresa C e Empresa D.

A começar pela primeira citada, conclui-se que o trabalho por meio das mídias sociais, tendo como base o Instagram - sendo hoje, talvez a rede social mais importante - é imensamente maior em relação às concorrentes, isso por hoje possuem mais de 740 mil seguidores na rede, ressaltando que a segunda mais seguida tem números inferiores a 50%.

O ponto forte da Empresa B, é a localização. Tal Confeitaria fica situada em 06 (seis) diferentes locais na cidade, destacando a unidade o Goiânia Shopping, em razão do alto fluxo de pessoas que circulam nas proximidades da loja, sendo um diferencial em comparação com as demais empresas pesquisadas.

Quando a questão é qualidade do produto e sabor, a Empresa C se encontra ligeiramente a frente. Os ingredientes passam a sensação de serem selecionado, bem como as etapas do processo produtivo, entregando uma excelente experiência culinária, com sabores harmônicos que não trazem aquela sensação de que sua torta, por exemplo, está muito doce.

A última empresa a ter uma atenção especial é a Empresa D, tendo um ambiente muito aconchegante e com instalação sem nenhuma crítica. O espaço é bem arquitetado, arejado e confortável, o que pode facilmente ganhar o cliente, sem contar que quanto mais tempo se passa lá, maior a chances de consumir mais produtos.

As outras Confeitaria e Doceria também possuem pontos positivos, mas em relação às destacadas, estão um passo atrás.

Após a realização da pesquisa de campo, atribuindo notas, comparando as empresas entre si, levantando os pontos mais positivos entre elas, uma grande base é formada para que tais aspectos sejam aplicados no empreendimento proposto ao longo do trabalho. Alguns métodos podem ser replicados e outros podem ser aprimorados e novos devem ser criados.

A seguir, referências dos itens pesquisados:

Levantamento de dados, informações e observações em empresas do ramo de confeitaria e doceria no Setor Marista, Bueno e Oeste de Goiânia, a respeito das seguintes questões

| Empresa | <u>A</u> | <u>B</u> | <u>C</u> | <u>D</u> | <u>E</u> | <u>F</u> | <u>G</u> | <u>H</u> |
|--------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Localização | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Instalações | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Serviços/Produtos | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Qualidade | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Preço | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Marca | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Divulgação | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Atendimento | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| Ponto Comercial | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Higiene | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |

Legenda: 5 - Excelente; 4 - Ótimo; 3 - Bom; 2 - Regular; 1 - Ruim

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Planejamento do negócio

Missão

Proporcionar uma experiência gastronômica memorável, conquistando além do paladar, os demais sentidos sensoriais.

Visão

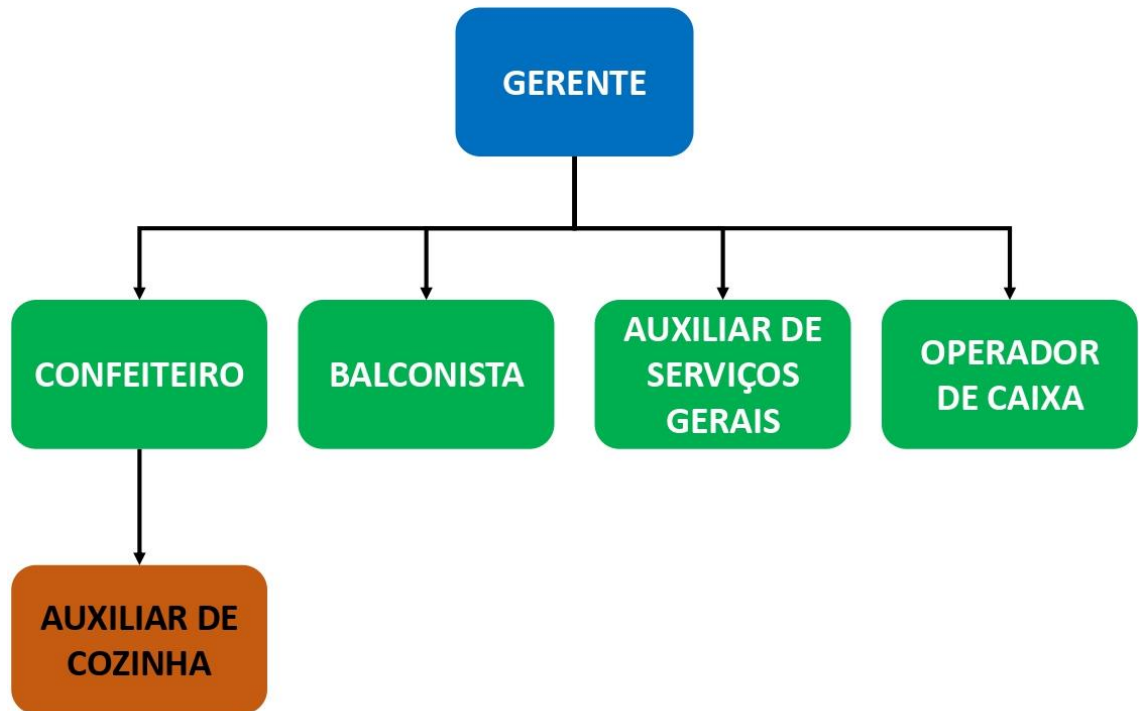
Se tornar, em até 05 (cinco) anos, a confeitaria mais bem conceituada do Centro-Oeste do Brasil, se tornando um símbolo nacional de qualidade.

Valores

- Respeito
- Honestidade
- Qualidade
- Confiança
- Trabalho em equipe
- Organização

Organização

A seguir, apresenta-se a organização do empreendimento proposto.



Funcionograma do empreendimento. Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Funções

Gerente: Traça a estratégia, planeja, organiza, controla e assessora a área de recursos humanos e operacional da empresa. Planeja, analisa e atualiza as informações. Acompanha o mercado e suas melhores práticas. Elabora e apresenta o resultado e os relatórios gerenciais. Avalia e aperfeiçoa continuamente o processo, gerencia os bens, as metas, os custos, os índices e as produções.

Confeiteiro: Organiza e supervisiona os serviços de confeitaria no preparo de massas, tortas, bolos e demais doces. Controla estoque para reposição de materiais e acompanha processo de produção para assegurar a qualidade dos produtos.

Balconista: Atende clientes em lojas, telefone e realiza coleta de pedidos e encomendas. Demonstra produtos e efetua vendas internas. Confere, armazena, vende, cobra e organiza mercadorias.

Auxiliar de Serviços Gerais: Auxilia na realização de serviços em geral como recebimento, separação e distribuição de correspondência e materiais, atividades de limpeza, de todo o ambiente e conservação de instalações.

Operador de Caixa: Recebe valores de vendas dos produtos, atendendo ao público da loja, realiza a abertura e fechamento de caixa e emite notas fiscais.

Auxiliar de Cozinha: Auxilia o confeitoiro no pré-preparo, preparo e processamento de alimentos, na montagem de pratos e limpeza do local.

Plataformas digitais

Considerando a importância de estar presente não só no espaço físico, mas também no *online*, a empresa contará com *website*, estará presente no *iFood*, e nas demais redes sociais: *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *Twitter* e *LinkedIn*.

Aplicação do modelo CANVAS SEBRAE

Parceiros chave: fornecedores, distribuidores e *digital influencers*.

Atividade chave: fabricação e comercialização de produtos.

Recurso chave: ingredientes de melhor qualidade e quadro de funcionários qualificados.

Proposta de valor: oferecer uma inesquecível experiência culinária através da comercialização de produtos de confeitaria.

Relação com o cliente: presencial, *online* e via telefone.

Canais: loja física, via telefone e plataformas digitais.

Segmento de mercado: consumo familiar (alta classe financeira).

Estrutura de custo: custos fixos operacionais, mão de obra, aluguel e custo variável de produção.

Fonte de renda: venda dos itens produzidos e adquiridos pela confeitaria.

A seguir, as projeções financeiras com base no manual financeiro do SEBRAE:

Máquinas e equipamentos

| ITEM | DESCRIÇÃO | QUANTIDADE | VALOR UNITÁRIO (R\$) | VALOR TOTAL (R\$) |
|--------------|---------------------------|------------|----------------------|-------------------|
| 1 | Geladeira industrial | 2 | 4.000,00 | 8.000,00 |
| 2 | Freezer industrial | 2 | 3.500,00 | 7.000,00 |
| 3 | Fogão industrial | 2 | 500,00 | 1.000,00 |
| 4 | Forno industrial | 2 | 4.000,00 | 8.000,00 |
| 5 | Micro-ondas industrial | 1 | 4.000,00 | 4.000,00 |
| 6 | Liquidificador industrial | 2 | 600,00 | 1.200,00 |
| 7 | Purificador | 1 | 2.000,00 | 2.000,00 |
| 8 | Batedeira industrial | 2 | 2.000,00 | 4.000,00 |
| 9 | Amassadeira industrial | 2 | 8.000,00 | 16.000,00 |
| 10 | Balança de precisão | 2 | 100,00 | 200,00 |
| 11 | Máquina de café | 2 | 1.000,00 | 2.000,00 |
| 12 | Armadilha luminosa | 2 | 500,00 | 1.000,00 |
| 13 | Bancada de aço inox | 1 | 900,00 | 900,00 |
| 14 | Vitrine refrigerada | 4 | 8.000,00 | 32.000,00 |
| 15 | Divisora de massas | 2 | 1.800,00 | 3.600,00 |
| TOTAL | | | | 90.900,00 |

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Móveis e utensílios

| ITEM | DESCRIÇÃO | QUANTIDADE | VALOR UNITÁRIO (R\$) | VALOR TOTAL (R\$) |
|------|-------------------------|------------|----------------------|-------------------|
| 1 | Mesa | 5 | 1.000,00 | 5.000,00 |
| 2 | Cadeira | 22 | 400,00 | 8.800,00 |
| 3 | Prateleira | 2 | 1.500,00 | 3.000,00 |
| 4 | Armário | 1 | 1.500,00 | 1.500,00 |
| 5 | Colher | 40 | 10,00 | 400,00 |
| 6 | Garfo | 40 | 10,00 | 400,00 |
| 7 | Faca | 20 | 20,00 | 400,00 |
| 8 | Pegador | 10 | 30,00 | 300,00 |
| 9 | Forma | 10 | 100,00 | 1.000,00 |
| 10 | Medidor | 5 | 10,00 | 50,00 |
| 11 | Bailarina | 10 | 50,00 | 500,00 |
| 12 | Salva bolo | 5 | 50,00 | 250,00 |
| 13 | Termômetro | 3 | 30,00 | 90,00 |
| 14 | Kit de bico de confeito | 2 | 200,00 | 400,00 |
| 15 | Grade de resfriamento | 8 | 40,00 | 320,00 |
| 16 | Bowl | 8 | 90,00 | 720,00 |
| 17 | Fouet | 6 | 40,00 | 240,00 |
| 18 | Alisador de pasta | 4 | 30,00 | 120,00 |
| 19 | Espátula | 10 | 30,00 | 300,00 |

TOTAL

23.790,00

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Informática e telefonia

| ITEM | DESCRIÇÃO | QUANTIDADE | VALOR UNITÁRIO (R\$) | VALOR TOTAL (R\$) |
|------|------------------------------|------------|----------------------|-------------------|
| 1 | Telefone | 2 | 60,00 | 120,00 |
| 2 | Celular | 2 | 1.500,00 | 3.000,00 |
| 3 | Microcomputador | 3 | 2.500,00 | 7.500,00 |
| 4 | Monitor | 3 | 500,00 | 1.500,00 |
| 5 | Televisor | 2 | 2.000,00 | 4.000,00 |
| 6 | Impressora | 1 | 1.500,00 | 1.500,00 |
| 7 | Roteador | 2 | 200,00 | 400,00 |
| 8 | Kit caixas acústicas | 1 | 1.000,00 | 1.000,00 |
| 9 | Impressora térmica c/ leitor | 3 | 300,00 | 900,00 |
| 10 | Máquina de cartão | 3 | 300,00 | 900,00 |

TOTAL

20.820,00

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Total dos investimentos fixos

| ITEM | DESCRIÇÃO | VALOR (R\$) |
|--------------|-------------------------|--------------------|
| 1 | Máquinas e Equipamentos | 90.900,00 |
| 2 | Móveis e Utensílios | 23.790,00 |
| 3 | Informática e Telefonia | 20.820,00 |
| TOTAL | | 135.510,00 |

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Capital de giro (60 dias)

| ITEM | DESCRIÇÃO | QUANTIDADE | VALOR UNITÁRIO (R\$) | VALOR TOTAL (R\$) |
|-------------|------------------------------------|-------------------|---------------------------------|------------------------------|
| 1 | Farinha (kg) | 400 | 3,50 | 1.400,00 |
| 2 | Chocolate em pó (kg) | 20 | 70,00 | 1.400,00 |
| 3 | Fermento (kg) | 10 | 28,00 | 280,00 |
| 4 | Açúcar cristal (kg) | 100 | 2,80 | 280,00 |
| 5 | Açúcar refinado (kg) | 100 | 2,45 | 245,00 |
| 6 | Sal (kg) | 20 | 1,81 | 36,26 |
| 7 | Bicarbonato de sódio (kg) | 10 | 7,00 | 70,00 |
| 8 | Chocolate em barra (kg) | 20 | 28,00 | 560,00 |
| 9 | Ovo (dúzia) | 100 | 4,90 | 490,00 |
| 10 | Leite (L) | 200 | 3,50 | 700,00 |
| 11 | Leite Ninho (kg) | 50 | 39,90 | 1.995,00 |
| 12 | Leite condensado (kg) | 50 | 18,20 | 910,00 |
| 13 | Creme de leite (kg) | 20 | 13,30 | 266,00 |
| 14 | Manteiga (kg) | 20 | 35,00 | 700,00 |
| 15 | Margarina (kg) | 20 | 12,60 | 252,00 |
| 16 | Óleo de soja (L) | 10 | 4,20 | 42,00 |
| 17 | Essência de baunilha (L) | 4 | 233,10 | 932,40 |
| 18 | Pasta americana (kg) | 40 | 15,40 | 616,00 |
| 19 | Corante (L) | 4 | 175,00 | 700,00 |
| 20 | Glúten (kg) | 10 | 35,00 | 350,00 |
| 21 | Água (L) | 200 | 1,40 | 280,00 |
| 22 | Vinagre (L) | 10 | 2,10 | 21,00 |
| 23 | Coco ralado (kg) | 20 | 17,50 | 350,00 |
| 24 | Granulado (kg) | 20 | 10,50 | 210,00 |
| 25 | Morango (kg) | 30 | 35,00 | 1.050,00 |
| 26 | Limão (kg) | 20 | 2,80 | 56,00 |
| 27 | Abacaxi (un) | 30 | 4,90 | 147,00 |
| 28 | Maracujá (kg) | 40 | 6,30 | 252,00 |
| 29 | Banana (kg) | 30 | 2,80 | 84,00 |
| 30 | Pó de café (kg) | 100 | 21,00 | 2.100,00 |
| 31 | Garrafa de água s/ gás (350ml) | 400 | 1,80 | 720,00 |
| 32 | Garrafa de água c/ gás (350ml) | 400 | 2,25 | 900,00 |
| 33 | Lata de água tônica (350ml) | 400 | 2,25 | 900,00 |
| 34 | Garrafa de suco de uva (330ml) | 400 | 3,15 | 1.260,00 |
| 35 | Garrafa de suco de laranja (330ml) | 400 | 3,15 | 1.260,00 |
| 36 | Garrafa de suco de limão (330ml) | 400 | 3,15 | 1.260,00 |
| 37 | Garrafa de suco de goiaba (330ml) | 120 | 3,15 | 378,00 |
| 38 | Lata de suco de maracujá (350ml) | 350 | 3,15 | 1.102,50 |
| 39 | Xícara de café (100ml) | 150 | 1,80 | 270,00 |
| 40 | Xícara de capuccino (150ml) | 100 | 4,50 | 450,00 |

| | | | | |
|----|--|-------|-----------|------------|
| 41 | Lata de refrigerante Coca Cola (350ml) | 200 | 2,25 | 450,00 |
| 42 | Lata de refrigerante Guaraná (350ml) | 200 | 2,25 | 450,00 |
| 43 | Garrafa de refrigerante H2OH (500ml) | 200 | 2,25 | 450,00 |
| 44 | Cenoura (kg) | 30 | 8,40 | 252,00 |
| 45 | Milho (kg) | 30 | 7,00 | 210,00 |
| 46 | Nozes (kg) | 20 | 32,20 | 644,00 |
| 47 | Requeijão cremoso (kg) | 30 | 22,40 | 672,00 |
| 48 | Embalagem (un) | 10000 | 0,70 | 7.000,00 |
| 49 | Descartável (un) | 14000 | 0,35 | 4.900,00 |
| 50 | Custos fixos operacionais mensais* | 2 | 63.469,25 | 126.938,50 |

TOTAL 167.241,66

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Prazo médio de recebimento

| PRAZO MÉDIO DE VENDAS | PORCENTAGEM | NÚMERO EM DIAS | MÉDIA PONDERADA EM DIAS |
|-----------------------|-------------|----------------|-------------------------|
| À vista | 50% | 0 | 0 |
| Crédito | 50% | 14 | 7 |

TOTAL 7

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Prazo médio de pagamento

| PRAZO MÉDIO DE COMPRAS | PORCENTAGEM | NÚMERO EM DIAS | MÉDIA PONDERADA EM DIAS |
|------------------------|-------------|----------------|-------------------------|
| À prazo | 50% | 30 | 15 |
| À prazo | 50% | 45 | 22,5 |

TOTAL 37,5

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Estoque

| | |
|-----------------------|------|
| NÚMERO DE DIAS | 22,5 |
|-----------------------|------|

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Capital de giro em dias

| RECURSOS DA EMPRESA FORA DO CAIXA | NÚMERO DE DIAS |
|-----------------------------------|----------------|
| Contas a receber - PMR | 7 |
| Estoque | 22,5 |
| Subtotal | 29,5 |

| RECURSOS DE TERCEIROS NO CAIXA | NÚMERO DE DIAS |
|--------------------------------|----------------|
| Fornecedores - PMP | 37,5 |
| Subtotal | 37,5 |

| | |
|--|----------|
| VANTAGEM LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO | 8 |
|--|----------|

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Caixa mínimo

| ITEM | DESCRIÇÃO | VALOR (R\$) |
|----------|-------------------------------------|-----------------|
| 1 | Custo fixo mensal | 63.469,25 |
| 2 | Custo variável mensal | 34.882,50 |
| 3 | Custo total mensal | 98.351,75 |
| 4 | Custo total diário | 3.278,39 |
| 5 | Vantagem líquida de capital de giro | 8 |
| 6 | Caixa mínimo | 3.278,39 |

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Capital de giro (resumo)

| ITEM | DESCRIÇÃO | VALOR (R\$) |
|------|-----------------|-------------|
| 1 | Estoque inicial | 167.241,66 |
| 2 | Caixa mínimo | 3.278,39 |

| | |
|--------------|-------------------|
| TOTAL | 170.520,05 |
|--------------|-------------------|

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Despesas com legalização

| ITEM | DESCRIÇÃO | QUANTIDADE | VALOR UNITÁRIO (R\$) | VALOR TOTAL (R\$) |
|------|---------------------------------------|------------|----------------------|-------------------|
| 1 | Certificado digital | 1 | 150,00 | 150,00 |
| 2 | Taxa de Registro de CNPJ na JUCEG | 1 | 185,00 | 185,00 |
| 3 | Alvará de localização e funcionamento | 1 | 245,00 | 245,00 |
| 4 | Registro de marca | 1 | 355,00 | 355,00 |
| 5 | Alvará de licença sanitária | 1 | 300,00 | 300,00 |
| 6 | Alvará do Corpo de Bombeiro | 1 | 110,22 | 110,22 |
| 7 | Proteção ao nome empresarial | 1 | 350,00 | 350,00 |
| 8 | PCMSO e PPRA | 1 | 876,00 | 876,00 |

TOTAL

2.571,22

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Obras/reformas

| ITEM | DESCRIÇÃO | QUANTIDADE | VALOR UNITÁRIO (R\$) | VALOR TOTAL (R\$) |
|------|---|------------|----------------------|-------------------|
| 1 | Impermeabilizante (18L) | 3 | 300,00 | 900,00 |
| 2 | Lata de tinta (18L) | 10 | 300,00 | 3.000,00 |
| 3 | Saco de cimento (50kg) | 2 | 40,00 | 80,00 |
| 4 | Tijolo (cento) | 2 | 200,00 | 400,00 |
| 5 | Argamassa (20kg) | 10 | 15,00 | 150,00 |
| 6 | Areia (m ³) | 4 | 200,00 | 800,00 |
| 7 | Piso (m ²) | 80 | 100,00 | 8.000,00 |
| 8 | Papel de parede (m ²) | 20 | 100,00 | 2.000,00 |
| 9 | Jardim vertical (m ²) | 10 | 400,00 | 4.000,00 |
| 10 | Painel plafon led (un) | 20 | 30,00 | 600,00 |
| 11 | Luminária | 10 | 200,00 | 2.000,00 |
| 12 | Letreiro p/ fachada c/ iluminação | 1 | 1.000,00 | 1.000,00 |
| 13 | Gesso 3D (m ²) | 15 | 60,00 | 900,00 |
| 14 | Eletroduto (m) | 20 | 7,00 | 140,00 |
| 15 | Tomada conjugada (un) | 20 | 30,00 | 600,00 |
| 16 | Quadro de distribuição de eletricidade (un) | 1 | 500,00 | 500,00 |
| 17 | Mão de obra arquiteto (projeto) | 1 | 10.000,00 | 10.000,00 |
| 18 | Mão de obra pedreiro (diária) | 7 | 300,00 | 2.100,00 |
| 19 | Mão de obra pintor (diária) | 4 | 300,00 | 1.200,00 |
| 20 | Mão de obra eletricista (diária) | 4 | 300,00 | 1.200,00 |

TOTAL

39.570,00

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Inauguração

| ITEM | DESCRIÇÃO | QUANTIDADE | VALOR UNITÁRIO (R\$) | VALOR TOTAL (R\$) |
|------|--------------------|------------|----------------------|-------------------|
| 1 | Brinde | 800 | 1,25 | 1.000,00 |
| 2 | Cartão de convite | 800 | 1,50 | 1.200,00 |
| 3 | Publicidade online | 30 | 50,00 | 1.500,00 |
| 4 | Fotógrafo | 1 | 1.500,00 | 1.500,00 |
| 5 | Decoração | 1 | 2.000,00 | 2.000,00 |
| 6 | Freelancer | 3 | 150,00 | 450,00 |

TOTAL 7.650,00

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Cursos e treinamentos

| ITEM | DESCRIÇÃO | QUANTIDADE | VALOR UNITÁRIO (R\$) | VALOR TOTAL (R\$) |
|------|---------------------------------------|------------|----------------------|-------------------|
| 1 | Curso completo para Operador de Caixa | 3 | 400,00 | 1.200,00 |
| 2 | Curso completo Auxiliar de Cozinha | 3 | 600,00 | 1.800,00 |
| 3 | Curso completo para Balconista | 3 | 400,00 | 1.200,00 |

TOTAL 4.200,00

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Uniformes

| ITEM | DESCRIÇÃO | QUANTIDADE | VALOR UNITÁRIO (R\$) | VALOR TOTAL (R\$) |
|------|------------------------------|------------|----------------------|-------------------|
| 1 | Avental personalizado | 10 | 100,00 | 1.000,00 |
| 2 | Camisa personalizada | 10 | 100,00 | 1.000,00 |
| 3 | Calça personalizada | 10 | 100,00 | 1.000,00 |
| 4 | Par de sapato antiderrapante | 10 | 100,00 | 1.000,00 |

TOTAL 4.000,00

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Investimentos pré-operacionais

| ITEM | DESCRIÇÃO | VALOR (R\$) |
|------|--------------------------|-------------|
| 1 | Despesas com legalização | 2.571,22 |
| 2 | Obras Civas - Reformas | 39.570,00 |
| 3 | Inauguração | 7.650,00 |
| 4 | Cursos e Treinamentos | 4.200,00 |
| 5 | Uniformes | 4.000,00 |

| | |
|--------------|------------------|
| TOTAL | 57.991,22 |
|--------------|------------------|

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Investimento total

| ITEM | DESCRIÇÃO | VALOR (R\$) | PORCENTAGEM |
|--------------------------------|--|-------------------|-------------|
| 1 | Investimentos fixos | 135.510,00 | 37% |
| 2 | Capital de giro | 170.520,05 | 47% |
| 3 | Investimentos pré-operacionais | 57.991,22 | 16% |
| TOTAL DOS INVESTIMENTOS | | 364.021,27 | 100% |
| 4 | Recursos próprios | 200.000,00 | 50% |
| 5 | Recursos de terceiros (Financiamentos) | 200.000,00 | 50% |
| 6 | Outros | - | 0% |
| TOTAL DOS RECURSOS | | 400.000,00 | 100% |

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Custo mensal de produção/aquisição

| ITEM | DESCRIÇÃO | ESTIMATIVA | CUSTO UNITÁRIO (R\$) | CUSTO TOTAL (R\$) |
|------|--|------------|----------------------|-------------------|
| 1 | Fatia de torta de chocolate (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 2 | Fatia de torta de morango (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 3 | Fatia de torta de prestígio (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 4 | Fatia de torta de brigadeiro (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 5 | Fatia de torta de Ninho (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 6 | Fatia de torta de beijinho (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 7 | Fatia de torta de limão (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 8 | Fatia de torta de maracujá (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 9 | Fatia de torta de abacaxi (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 10 | Fatia de torta Banoffee (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 11 | Fatia de torta de milho c/ req. cremoso (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 12 | Fatia de torta de nozes c/ baba de moça (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 13 | Fatia de torta de cenoura c/ chocolate (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 14 | Fatia de torta de Ninho c/ brigadeiro (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 15 | Fatia de torta de Ninho c/ morango (250g) | 200 | 7,00 | 1.400,00 |
| 16 | Bolo no pote de chocolate (200g) | 125 | 6,00 | 750,00 |
| 17 | Bolo no pote de morango (200g) | 125 | 6,00 | 750,00 |
| 18 | Bolo no pote de prestígio (200g) | 125 | 6,00 | 750,00 |
| 19 | Bolo no pote de brigadeiro (200g) | 125 | 6,00 | 750,00 |
| 20 | Bolo no pote de Ninho (200g) | 125 | 6,00 | 750,00 |
| 21 | Bolo no pote de beijinho (200g) | 125 | 6,00 | 750,00 |
| 22 | Bolo no pote de maracujá (200g) | 125 | 6,00 | 750,00 |
| 23 | Bolo no pote de cenoura c/ chocolate (200g) | 125 | 6,00 | 750,00 |
| 24 | Bolo no pote de Ninho c/ brigadeiro (200g) | 125 | 6,00 | 750,00 |
| 25 | Bolo no pote de Ninho c/ morango (200g) | 125 | 6,00 | 750,00 |
| 26 | Palha italiana (75g) | 100 | 1,50 | 150,00 |
| 27 | Cone c/ recheio de brigadeiro (150g) | 100 | 2,00 | 200,00 |
| 28 | Cone c/ recheio de ninho e morango (150g) | 100 | 2,00 | 200,00 |
| 29 | Brownie (150g) | 100 | 2,50 | 250,00 |
| 30 | Brigadeiro (30g) | 200 | 1,00 | 200,00 |
| 31 | Doce de Ninho (30g) | 200 | 1,00 | 200,00 |
| 32 | Cookie c/ gotas de chocolate (20g) | 200 | 1,00 | 200,00 |
| 33 | Cookie de chocolate c/ gotas de baunilha (20g) | 200 | 1,00 | 200,00 |
| 34 | Trufa c/ recheio de brigadeiro (30g) | 200 | 2,00 | 400,00 |
| 35 | Trufa c/ recheio de morango (30g) | 200 | 2,00 | 400,00 |
| 36 | Trufa c/ recheio de coco (30g) | 200 | 2,00 | 400,00 |
| 37 | Chocolate quente (350ml) | 60 | 3,00 | 180,00 |
| 38 | Garrafa de água s/ gás (350ml) | 175 | 0,80 | 140,00 |
| 39 | Garrafa de água c/ gás (350ml) | 75 | 1,10 | 82,50 |
| 40 | Lata de água tônica (350ml) | 50 | 2,00 | 100,00 |

| | | | | |
|----|--|-----|------|--------|
| 41 | Garrafa de suco de uva (330ml) | 100 | 2,80 | 280,00 |
| 42 | Garrafa de suco de laranja (330ml) | 100 | 2,80 | 280,00 |
| 43 | Garrafa de suco de limão (330ml) | 100 | 2,80 | 280,00 |
| 44 | Garrafa de suco de goiaba (330ml) | 100 | 2,80 | 280,00 |
| 45 | Lata de suco de maracujá (350ml) | 100 | 2,80 | 280,00 |
| 46 | Xícara de café (100ml) | 300 | 1,60 | 480,00 |
| 47 | Xícara de capuccino (150ml) | 150 | 4,00 | 600,00 |
| 48 | Lata de refrigerante Coca Cola (350ml) | 100 | 2,00 | 200,00 |
| 49 | Lata de refrigerante Guaraná (350ml) | 100 | 2,00 | 200,00 |
| 50 | Garrafa de refrigerante H2OH (500ml) | 100 | 2,00 | 200,00 |

TOTAL**34.882,50**

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Custo de mão de obra

| CARGO OU FUNÇÃO | QUANTIDADE | SALÁRIO MENSAL (R\$) | SALÁRIO + ENCARGOS SOCIAIS (40%) (R\$) | BENEFÍCIOS (VA + VT) (R\$) | REMUNERAÇÃO (R\$) |
|-----------------------------|------------|----------------------|--|----------------------------|-------------------|
| Gerente | 1 | 3.500,00 | 4.900,00 | 600,00 | 5.500,00 |
| Confeiteiro | 3 | 2.200,00 | 3.080,00 | 600,00 | 11.040,00 |
| Auxiliar de cozinha | 3 | 1.500,00 | 2.100,00 | 600,00 | 8.100,00 |
| Balconista | 3 | 1.500,00 | 2.100,00 | 600,00 | 8.100,00 |
| Auxiliar de serviços gerais | 3 | 1.500,00 | 2.100,00 | 600,00 | 8.100,00 |
| Operador de caixa | 3 | 1.500,00 | 2.100,00 | 600,00 | 8.100,00 |

TOTAL**48.940,00**

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Custo de comercialização

| ITEM | DESCRIÇÃO | PORCENTAGEM | FATURAMENTO ESTIMADO (R\$) | CUSTO TOTAL (R\$) |
|-----------------|---|-------------|----------------------------|-------------------|
| 1 | Imposto (Simples Nacional - EPP) | 10,7% | 130.195,00 | 13.930,87 |
| SUBTOTAL | | 10,7% | | 13.930,87 |
| | Taxa de administração (cartão de débito) | 1,99% | 26.039,00 | 518,18 |
| | Taxa de administração (cartão de crédito) | 3,99% | 65.097,50 | 2.597,39 |
| | Publicidade | 1% | 130.195,00 | 1.301,95 |
| SUBTOTAL | | 6,98% | | 4.417,52 |

TOTAL**17,68%****18.348,38**

Depreciação

| ITEM | DESCRIÇÃO | VALOR (R\$) | VIDA ÚTIL (ANOS) | DEPRECIÇÃO ANUAL (R\$) | DEPRECIÇÃO MENSAL (R\$) |
|------|-------------------------|-------------|------------------|------------------------|-------------------------|
| 1 | Máquinas e Equipamentos | 90.900,00 | 10 | 9.090,00 | 757,50 |
| 2 | Móveis e Utensílios | 23.790,00 | 10 | 2.379,00 | 198,25 |
| 3 | Informática e Telefonia | 20.820,00 | 10 | 2.082,00 | 173,50 |

| | | | | | |
|--------------|--|-------------------|--|------------------|-----------------|
| TOTAL | | 135.510,00 | | 13.551,00 | 1.129,25 |
|--------------|--|-------------------|--|------------------|-----------------|

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Custos fixos operacionais (mensal)

| ITEM | DESCRIÇÃO | VALOR (R\$) |
|------|----------------------------|-------------|
| 1 | Água | 700,00 |
| 2 | Energia | 1.000,00 |
| 3 | Gás | 1.000,00 |
| 4 | Materiais de limpeza | 500,00 |
| 5 | Manutenção de equipamentos | 500,00 |
| 6 | Aluguel | 2.500,00 |
| 7 | Telefone | 100,00 |
| 8 | Internet | 100,00 |
| 9 | Serviços de assessoria | 1.000,00 |
| 10 | Remuneração | 48.940,00 |
| 11 | Investimento | 1.000,00 |
| 12 | Financiamento | 1.500,00 |
| 13 | Depreciação | 1.129,25 |
| 14 | Serviços de segurança | 500,00 |
| 15 | Seguro | 1.000,00 |
| 16 | Pró-labore | 2.000,00 |

| | | |
|--------------|--|------------------|
| TOTAL | | 63.469,25 |
|--------------|--|------------------|

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Receita mensal

| ITEM | DESCRIÇÃO | ESTIMATIVA | VALOR UNITÁRIO (R\$) | RECEITA TOTAL (R\$) |
|------|--|------------|----------------------|---------------------|
| 1 | Fatia de torta de chocolate (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 2 | Fatia de torta de morango (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 3 | Fatia de torta de prestígio (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 4 | Fatia de torta de brigadeiro (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 5 | Fatia de torta de Ninho (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 6 | Fatia de torta de beijinho (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 7 | Fatia de torta de limão (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 8 | Fatia de torta de maracujá (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 9 | Fatia de torta de abacaxi (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 10 | Fatia de torta Banoffee (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 11 | Fatia de torta de milho c/ req. cremoso (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 12 | Fatia de torta de nozes c/ baba de moça (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 13 | Fatia de torta de cenoura c/ chocolate (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 14 | Fatia de torta de Ninho c/ brigadeiro (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 15 | Fatia de torta de Ninho c/ morango (250g) | 200 | 23,00 | 4.600,00 |
| 16 | Bolo no pote de chocolate (200g) | 125 | 21,00 | 2.625,00 |
| 17 | Bolo no pote de morango (200g) | 125 | 21,00 | 2.625,00 |
| 18 | Bolo no pote de prestígio (200g) | 125 | 21,00 | 2.625,00 |
| 19 | Bolo no pote de brigadeiro (200g) | 125 | 21,00 | 2.625,00 |
| 20 | Bolo no pote de Ninho (200g) | 125 | 21,00 | 2.625,00 |
| 21 | Bolo no pote de beijinho (200g) | 125 | 21,00 | 2.625,00 |
| 22 | Bolo no pote de maracujá (200g) | 125 | 21,00 | 2.625,00 |
| 23 | Bolo no pote de cenoura c/ chocolate (200g) | 125 | 21,00 | 2.625,00 |
| 24 | Bolo no pote de Ninho c/ brigadeiro (200g) | 125 | 21,00 | 2.625,00 |
| 25 | Bolo no pote de Ninho c/ morango (200g) | 125 | 21,00 | 2.625,00 |
| 26 | Palha italiana (75g) | 100 | 17,00 | 1.700,00 |
| 27 | Cone c/ recheio de brigadeiro (150g) | 100 | 14,00 | 1.400,00 |
| 28 | Cone c/ recheio de ninho e morango (150g) | 100 | 14,00 | 1.400,00 |
| 29 | Brownie (150g) | 100 | 17,00 | 1.700,00 |
| 30 | Brigadeiro (30g) | 200 | 11,00 | 2.200,00 |
| 31 | Doce de Ninho (30g) | 200 | 11,00 | 2.200,00 |
| 32 | Cookie c/ gotas de chocolate (20g) | 200 | 10,00 | 2.000,00 |
| 33 | Cookie de chocolate c/ gotas de baunilha (20g) | 200 | 10,00 | 2.000,00 |
| 34 | Trufa c/ recheio de brigadeiro (30g) | 200 | 12,00 | 2.400,00 |
| 35 | Trufa c/ recheio de morango (30g) | 200 | 12,00 | 2.400,00 |
| 36 | Trufa c/ recheio de coco (30g) | 200 | 12,00 | 2.400,00 |
| 37 | Chocolate quente (350ml) | 60 | 17,00 | 1.020,00 |
| 38 | Garrafa de água s/ gás (350ml) | 175 | 6,00 | 1.050,00 |
| 39 | Garrafa de água c/ gás (350ml) | 75 | 7,00 | 525,00 |
| 40 | Lata de água tônica (350ml) | 50 | 7,00 | 350,00 |

| | | | | |
|----|--|-----|-------|----------|
| 41 | Garrafa de suco de uva (330ml) | 100 | 9,00 | 900,00 |
| 42 | Garrafa de suco de laranja (330ml) | 100 | 9,00 | 900,00 |
| 43 | Garrafa de suco de limão (330ml) | 100 | 9,00 | 900,00 |
| 44 | Garrafa de suco de goiaba (330ml) | 100 | 9,00 | 900,00 |
| 45 | Lata de suco de maracujá (350ml) | 100 | 9,00 | 900,00 |
| 46 | Xícara de café (100ml) | 300 | 6,00 | 1.800,00 |
| 47 | Xícara de capuccino (150ml) | 150 | 12,00 | 1.800,00 |
| 48 | Lata de refrigerante Coca Cola (350ml) | 100 | 7,00 | 700,00 |
| 49 | Lata de refrigerante Guaraná (350ml) | 100 | 7,00 | 700,00 |
| 50 | Garrafa de refrigerante H2OH (500ml) | 100 | 7,00 | 700,00 |

TOTAL**7660****130.195,00**

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Demonstrativo de resultado do exercício

| ITEM | DESCRIÇÃO | VALOR MENSAL (R\$) | VALOR ANUAL (R\$) | PORCENTAGEM |
|----------|--------------------------------------|--------------------|-------------------|-------------|
| 1 | Receita total | 130.195,00 | 1.562.340,00 | 100% |
| 2 | (-) Custos variáveis total | 53.230,88 | 638.770,58 | 41% |
| 2.1 | CMD e/ou CMV | 34.882,50 | 418.590,00 | 27% |
| 2.2 | Imposto sobre vendas | 13.930,87 | 167.170,38 | 11% |
| 2.3 | Gastos com vendas | 4.417,52 | 53.010,20 | 3% |
| 3 | Margem de contribuição | 76.964,12 | 923.569,42 | 59% |
| 4 | (-) Custos fixos totais | 63.469,25 | 761.631,00 | 49% |
| 5 | Resultado operacional (Lucro) | 13.494,87 | 161.938,42 | 10% |

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Ponto de equilíbrio

| ITEM | DESCRIÇÃO | VALOR |
|----------|----------------------------------|-------------------------|
| 1 | Receita total anual | R\$ 1.562.340,00 |
| 2 | Custo variável total | R\$ 638.770,58 |
| 3 | Custo fixo total | R\$ 761.631,00 |
| 4 | Margem de contribuição | R\$ 923.569,42 |
| 5 | Índice de margem de contribuição | 0,59 |
| 6 | Ponto de equilíbrio | R\$ 1.288.399,71 |

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Lucratividade

| | | |
|----------------------|-----|--------------|
| Lucro líquido | R\$ | 161.938,42 |
| Receita total | R\$ | 1.562.340,00 |

| | |
|----------------------|--------|
| Lucratividade | 10,37% |
|----------------------|--------|

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Rentabilidade

| | | |
|---------------------------|-----|------------|
| Lucro líquido | R\$ | 161.938,42 |
| Investimento total | R\$ | 364.021,27 |

| | |
|----------------------|--------|
| Rentabilidade | 44,49% |
|----------------------|--------|

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

Prazo de retorno do investimento

| | | |
|---------------------------|-----|------------|
| Investimento total | R\$ | 364.021,27 |
| Lucro líquido | R\$ | 161.938,42 |

| | |
|---|------|
| Prazo de retorno do investimento | 2,25 |
|---|------|

Fonte: Elaborado pelo autor (Junho/2023)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendimento será instalado em região nobre de Goiânia, Goiás, assim como suas principais concorrentes, ainda mais considerando o valor do investimento e os custos dos produtos a serem ofertados. Essas regiões possuem uma boa aceitabilidade desse nicho de comércio e atingem público de qualquer faixa etária. Além disso, o ambiente pode facilmente ser utilizado para realização rápidas reuniões, o que é frequente nessas regiões.

Por notar que muitas vezes os clientes gostam do produto, mas ainda assim tecem comentário a respeito do quão doce está, tem-se como projeto a criação de 02 (duas) novas linha de produtos. Essas linhas serão denominadas como *Light* e *Heavy*, sendo caracterizadas de acordo com a quantidade de açúcar utilizada na produção dos produtos ofertados. Para produtos com uma menor quantidade de açúcar, utiliza-se *Light*, para produtos com uma maior adição de açúcar, o *Heavy*, e o produto que segue a receita padrão, será chamado de *Standard*. Isso passará a visão que a confeitaria produz de acordo com a preferência do cliente.

Ao analisar o que foi apresentado no planejamento financeiro, a empresa trás uma lucratividade acima dos 10%, rentabilidade de quase 45% e prazo de retorno do investimento de 2 anos e 3 meses, por isso, garantindo que os valores sejam atingidos, conclui-se que o negócio trará um bom retorno do investimento.

Para viabilizar os resultados previstos, a empresa usará uma estratégia de marketing de relacionamento, que tem por principal característica a fidelização de clientes. Essa estratégia faz com que, ao longo do tempo, os consumidores da marca também se tornem divulgadores e defensores. Para que isso ocorra, é necessário que a base de clientes conquistados esteja sempre satisfeita e se sinta importante.

Outra estratégia relevante, trata-se da gestão de qualidade e produtividade, onde deve ser utilizado o ciclo PDCA, sendo um método gerencial para melhoria contínua de processos e solução de problemas, podendo ser utilizado em diversos campos da confeitaria, como nos atendimentos realizados aos clientes, na produção dos itens a serem confeitados, nos momentos de aquisição de matéria-prima, entre outros. O PDCA consiste na realização do planejamento com a definição dos objetivos, sendo seguida pela execução do que foi planejado. Após execução, há a verificação dos resultados que podem ser positivos ou negativos e a partir desta verificação, as decisões são tomadas. Caso o resultado seja satisfatório, será seguida uma padronização na realização dos processos. Se os resultados não forem satisfatórios, o planejamento e ou execução devem ser revistos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SCHUMPETER, A. Joseph. **Teoria do desenvolvimento econômico**. 7ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2009.

LUSTOSA, Leonardo; MESQUITA, Marco A.; OLIVEIRA, Rodrigo J. **Planejamento e controle da produção**. Elsevier Brasil, 2008. p. 17.

GOBE, Antônio Carlos et al. **Administração de vendas**. Saraiva Educação SA, 2017. p. 53.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores, 1999, p. 312.

FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos. **Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas**. Cengage Learning, 2020.

BANGS JR, David H.; JUNIOR, David H. Bangs; KRAUSZ, Rosa. **Guia prático: planejamento de negócios**. NBL Editora, 2002.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo – 9ª Edição**.

Disponível em:

https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/SBRT/pdfs/11092_26921.pdf/, acesso em nov/2021.

Disponível em:

https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/SBRT/pdfs/10676_25816.pdf/, acesso em nov/2021.

Disponível em:

https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/SBRT/pdfs/7302_20189.pdf/, acesso em nov/2021.

Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-servico-de-personalizacao-de-bolos-e-doces,2c497a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD#equipamentos/>, acesso em fev/2023.

Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-sao-estrategias-empresariais,e4df6d461ed47510VgnVCM1000004c00210aRCRD/>, acesso em nov/2021.

Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-abrir-uma-micro-ou-pequena-empresa,c415226b84fd7710VgnVCM100000d701210aRCRD/>, visitado em nov/2021.

Disponível em:

[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f601a68718d2cd93354ee5b567ddd479/\\$File/9966.pdf/](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f601a68718d2cd93354ee5b567ddd479/$File/9966.pdf/), visitado em nov/2021.

Disponível em: <https://monitormercantil.com.br/quase-50-das-empresas-fecham-em-ate-tres-anos/>, visitado em nov/2021.

Disponível em:

[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f601a68718d2cd93354ee5b567ddd479/\\$File/9966.pdf/](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f601a68718d2cd93354ee5b567ddd479/$File/9966.pdf/), visitado em nov/2021.

Disponível em : [https://books.google.com.br/books?hl=pt-](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Jyj1BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=inova%C3%A7%C3%A3o&ots=ookQPdpzLM&sig=zyEwOkQ51w6rKCSDQ_4H2zJ1jQM#v=onepage&q=inova%C3%A7%C3%A3o&f=false/)

[BR&lr=&id=Jyj1BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=inova%C3%A7%C3%A3o&ots=ookQPdpzLM&sig=zyEwOkQ51w6rKCSDQ_4H2zJ1jQM#v=onepage&q=inova%C3%A7%C3%A3o&f=false/](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Jyj1BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=inova%C3%A7%C3%A3o&ots=ookQPdpzLM&sig=zyEwOkQ51w6rKCSDQ_4H2zJ1jQM#v=onepage&q=inova%C3%A7%C3%A3o&f=false/), visitado em nov/2021.

Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/canvas-como-estruturar-seu-modelo-de-negocio,6dab288acc58d510VgnVCM1000004c00210aRCRD/>), visitado em abril/2023.

RESOLUÇÃO nº 038/2020 – CEPE

ANEXO IV

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Pedro Henrique Xavier Sousa
do Curso de Administração, matrícula 2017.1.0023.0571-7
telefone: 62 99244-5808 e-mail pedroh.x@outlook.com, na
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos
do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
Plano de Negócios para Abertura de uma Confeitaria

gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões
do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado
(Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG,
MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a
título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 20 de junho de 2023.

Assinatura do(s) autor(es): Pedro Henrique Xavier Sousa

Nome completo do autor: Pedro Henrique Xavier Sousa

Assinatura do professor-orientador: Thiery Gomes

Nome completo do professor-orientador: Thiery Gomes