

ANÁLISE DE VIABILIDADE DE UMA INDÚSTRIA DE FABRICAÇÃO DE SORVETES

Figueiredo, Rafael Dias Borges de.¹, Vitoy, Ricardo.¹, Valadão, Elódia Teodoro de Moraes ¹,
Resende, Vitor Hugo Martins e ¹

Pontifícia Universidade Católica de Goiás

¹Escola de Engenharia e de Artes

Goiânia-GO-Brasil

RESUMO: Este trabalho teve como objetivo analisar a viabilidade econômica de uma indústria de fabricação de sorvetes em Goiânia, Goiás. Para isso, foi construído um modelo de fluxo de caixa, utilizando-se o método do Valor Presente Líquido (VPL) para avaliar a rentabilidade do investimento proposto. Os objetivos específicos incluíram o levantamento de mercado, construção do projeto técnico do empreendimento, o levantamento das estimativas relevantes e a construção e avaliação do fluxo de caixa. A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa, com coleta de dados por meio de pesquisa bibliográfica e de campo. Os resultados indicaram que a abertura da indústria é economicamente viável, um Índice de Lucratividade (IL) de 4,58, payback descontado de 3 anos, Valor Presente Líquido (VPL) de R\$ 180.002,97 e Taxa Interna de Retorno (TIR) de 52,94% ao ano., demonstrando a rentabilidade do investimento.

Palavras-chave: Indústria de Sorvetes; Fluxo de Caixa Descontado; Valor Presente Líquido.

Abstract: This study aims to analyze the economic feasibility of an ice cream manufacturing business in Goiânia, Goiás. To achieve this, a cash flow model was developed using the Net Present Value (NPV) method to evaluate the profitability of the proposed investment. The specific objectives included conducting market research, designing the technical project of the business, gathering relevant estimates, and building and evaluating the cash flow. The research adopted a quantitative approach, with data collected through bibliographic and field research. The results indicated that opening the industry is economically viable, with a Profitability Index (PI) of 4.94, a discounted payback period of 3 years, a Net Present Value (NPV) of R\$ 180,002.97, and an Internal Rate of Return (IRR) of 52.94% per year, demonstrating the profitability of the investment.

Keywords: Ice Cream Industry; Discounted Cash flow; Net Present Value.

1. INTRODUÇÃO

A abertura de uma nova indústria de fabricação de sorvetes enfrenta um ambiente de mercado dinâmico e competitivo em Goiânia. O setor de sorvetes, apesar de seu crescimento contínuo e demanda sólida, é caracterizado por uma intensa concorrência e desafios específicos relacionados aos custos de produção e regulamentações rigorosas. "A expectativa para o setor em 2024 é de crescer 5% e estima-se que os investimentos da indústria neste segmento, considerando apenas os respondentes da pesquisa, somem R\$ 230 milhões. Avaliando todo o setor, esse número pode passar de R\$ 1 bilhão", diz Martin Eckhardt, presidente da Abrasorvete (ROVAROTO, 2024).

Com o aumento das preferências dos consumidores por produtos diferenciados, existe uma oportunidade significativa para a introdução de novos produtos no mercado. No entanto, a viabilidade deve ser cuidadosamente analisada, considerando aspectos econômicos, técnicos e de mercado, para garantir que a nova empresa possa se estabelecer e prosperar.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho é realizar uma análise de viabilidade econômica para a implantação de uma indústria familiar de pequeno porte em Goiânia.

1.1.2 Objetivos Específicos

1. Realizar levantamento de mercado;
2. Elaborar projeto técnico do empreendimento;
3. Levantar as estimativas relevantes;
4. Construir e avaliar o fluxo de caixa descontado.

1.2 JUSTIFICATIVA

A escolha deste tema se justifica pelo fato de a empresa analisada ser de propriedade familiar, pertencente a mim e à minha mãe, representando não apenas a principal fonte de renda da família, mas também o meu próprio posto de trabalho. A empresa já esteve em funcionamento anteriormente, passando por um período de inatividade e, atualmente, encontra-se em operação. Diante desse contexto, surge a necessidade de estruturar o negócio de forma mais eficiente, adotando práticas baseadas nos princípios da Engenharia de Produção,

especialmente no que se refere à organização fabril, controle de custos e planejamento estratégico. Além disso, este estudo contribui diretamente para minha formação acadêmica, permitindo a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso, fortalecendo tanto minha trajetória profissional quanto o desenvolvimento sustentável da empresa.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 MERCADO DE SORVETES

O consumo de sorvetes continua a ser uma verdadeira paixão no Brasil, com mais de 1 bilhão de litros consumidos em 2022, de acordo com a Associação Brasileira das Indústrias do Setor de Sorvetes - ABIS. No entanto, a ideia de que o sorvete não é um alimento saudável está mudando, à medida que as tendências de consumo para 2024 mostram uma crescente procura por opções mais saudáveis e sustentáveis. Atualmente, o mercado de sorvetes no Brasil conta com mais de 11 mil empresas, que geram um faturamento anual superior a R\$14 bilhões e sustentam cerca de 100 mil empregos diretos e 200 mil indiretos. Essas empresas estão adaptando suas estratégias para atender ao aumento do interesse por produtos que sejam benéficos tanto para a saúde dos consumidores quanto para o meio ambiente (FORTI, 2024).

A Associação Brasileira de Sorvete e Outros Gelados Comestíveis – ABRASORVETE, revelou que as vendas em Goiás aumentaram 67% nos últimos três meses em comparação com o mesmo período do ano anterior, impulsionadas pela onda de calor no estado. Esta Associação explica que as estimativas de crescimento percentual são fornecidas por suas próprias afiliadas, que não divulgam valores absolutos, em milhões de reais, referentes ao faturamento. Além da onda de calor, a associação apontou que o aumento nas vendas também pode ser influenciado pela celebração do Dia Internacional do Sorvete em 23 de setembro (DIAS, 2024).

2.2 O PÚBLICO-ALVO E MARKETING

De acordo com o blog da Pixpel (2024), o marketing de sorvetes envolve ações de promoção do produto que não apenas atraem clientes, mas também agregam valor à marca da sorveteria, tendo como foco principal a experiência do cliente. Essas ações incluem o uso de redes sociais para divulgação dos produtos e da loja, estratégias de e-mail marketing, campanhas internas e promoções especiais, que contribuem para fortalecer o relacionamento com o público e construir uma base de consumidores fiéis. Nesse contexto, a definição de uma estratégia voltada a um segmento específico do mercado — conhecido como nicho — revela-

se especialmente relevante. Batalha (2009) destaca que a segmentação de mercado e o foco em nichos permitem agregar valor à oferta e elevar a competitividade da empresa. De forma complementar, Slack et al. (2009) apontam que compreender e atender às particularidades de nichos bem definidos pode representar uma vantagem estratégica significativa, sobretudo para negócios de menor porte, como é comum no setor de sorvetes. Assim, o alinhamento entre ações de marketing e estratégias de segmentação contribui para a diferenciação da marca e a consolidação no mercado.

2.3 A ANÁLISE ECONÔMICA DO PROJETO

A análise econômica de um projeto trata-se de um procedimento que envolve a identificação, mensuração e valoração dos custos e benefícios inerentes a diversas alternativas de um projeto. O objetivo principal é assegurar que o projeto seja viável e tenha condições de ser executado com sucesso. A análise de projetos inclui o processo de avaliar os resultados previstos, comparando os benefícios estimados com os custos esperados. Essa avaliação permite que se faça um julgamento criterioso sobre a melhor opção entre as diversas alternativas disponíveis. A partir disso, é possível determinar qual alternativa apresenta a melhor relação entre custo e benefício, garantindo assim a conveniência e a viabilidade da execução do projeto (ENAP, 2018).

2.3.1 Estimativas Relevantes

O investimento inicial representa o capital necessário para iniciar as operações da empresa, incluindo despesas com máquinas, equipamentos e mobiliário, classificados como Ativo Imobilizado Permanente, e direitos como registros de marcas e patentes, enquadrados como Ativo Diferido Permanente. Também é essencial prever o Ativo Circulante, que garante os recursos de curto prazo para manter o fluxo de caixa e cumprir os compromissos mensais. O prazo de análise do projeto deve ser adequado para estimar receitas e despesas, geralmente entre 5 e 10 anos em empreendimentos, considerando a vida útil dos equipamentos e, no caso de novos produtos, acompanhando o ciclo de vida até sua fase de declínio (MARTINS; REZENDE, 2024).

A projeção de receitas futuras é essencial para estimar os ganhos da empresa com base nas vendas previstas, considerando fatores como sazonalidade e o contexto do negócio. Essa projeção orienta decisões estratégicas, como contratações, expansão e planejamento das áreas de suporte, incluindo finanças, marketing e recursos humanos (EJFGV, 2024). Já a análise de

custos, conforme a Strong Business School (2024), é o ponto de partida da viabilidade econômica, consistindo na identificação e mensuração de custos fixos, variáveis, diretos e indiretos. Esses elementos permitem avaliar a sustentabilidade do projeto e embasam decisões financeiras mais seguras.

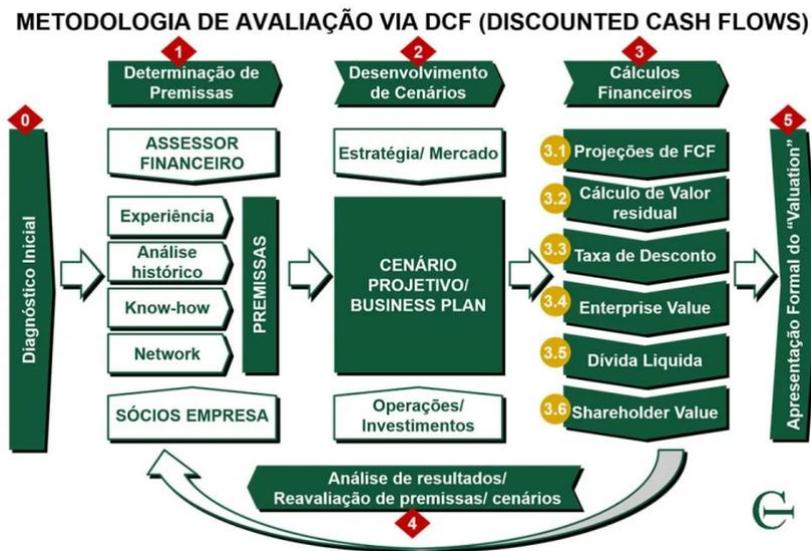
O valor residual corresponde ao montante que um ativo ainda possui ao término de sua vida útil, mesmo após sofrer depreciação. Trata-se de um conceito relevante para a gestão patrimonial, especialmente no caso de bens duráveis, como imóveis, veículos e equipamentos, influenciando tanto a tomada de decisão quanto o cálculo da depreciação contábil. Já o capital de giro refere-se aos recursos financeiros necessários para garantir a continuidade das operações da empresa, abrangendo despesas operacionais, aquisição de insumos e manutenção da atividade. Esses recursos podem estar representados por valores em caixa, estoques ou contas a receber, funcionando como uma reserva estratégica independente dos lucros obtidos (MENDONÇA; PRAXIS, 2024).

2.3.2 Fluxo de Caixa Descontado

O fluxo de caixa descontado é uma técnica utilizada para avaliar o valor de uma empresa, considerando os fluxos de caixa futuros que ela deverá gerar, ajustados por uma taxa de atratividade que representa o custo de oportunidade. Com esse método, o valor do fluxo de caixa projetado para o futuro é trazido para o presente usando uma taxa de desconto, a qual reflete todos os custos de capital e os riscos associados ao negócio em questão. Em resumo, o valor de uma empresa no fluxo de caixa descontado é calculado com base nos fluxos de caixa futuros que ela deve produzir, ajustados ao valor presente e subtraindo-se o tempo e os riscos envolvidos nessas projeções (DARONCO, 2017).

O fluxo de caixa descontado (FCD) é amplamente utilizado por fornecer uma estimativa do valor da empresa com menor influência de fatores externos de curto prazo. O processo envolve (Figura 1): 1) diagnóstico inicial da situação atual; 2) definição de premissas e cenários futuros; 3) projeções de fluxos de caixa; 4) cálculo do valor terminal; 5) definição da taxa de desconto; 6) apuração do valor da empresa (Enterprise Value); 7) cálculo da dívida líquida; 8) obtenção do valor do acionista (Shareholder Value); 9) análise de resultados e reavaliação das premissas; e 10) apresentação do laudo de avaliação. A metodologia permite incorporar estratégias como redução de custos e é útil em negócios com fluxo de caixa estável. No entanto, depende fortemente de projeções e premissas que, se imprecisas, podem comprometer a avaliação. (UPIS, 2019); (DUTRA, 2020).

Figura 1: Os 10 Passos para Avaliar uma Empresa para Compra pelo FCD.



Fonte: Capital Invest (2020)

2.3.3 Indicadores de qualidade do investimento

Para elaborar o Fluxo de Caixa Descontado, é possível aplicar uma fórmula relativamente simples. Contudo, existem quatro métodos principais para essa análise (REZENDE, 2024):

- Método do Valor Presente Líquido (VPL);
- Método da Taxa Interna de Retorno (TIR);
- Método do Payback Descontado Valor Presente (PBD(VP));
- Método do Índice de Lucratividade (IL).

3. METODOLOGIA DE PESQUISA

3.1 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Dolci Gelato Sorvetes é uma empresa familiar de pequeno porte situada em Goiânia, cuja atividade principal é a fabricação de sorvetes destinados ao mercado de food service, atendendo bares, restaurantes, cafeterias, pizzarias e buffets infantis. A proposta surgiu a partir da constatação de que muitos desses estabelecimentos adquirem sorvetes em potes de 1,5L em supermercados, o que eleva os custos e reduz a margem de lucro. Visando suprir essa demanda, a empresa oferece caixas de 10 litros com sabores variados, também disponíveis sob encomenda. Inicialmente voltada apenas para esse nicho, a fábrica passou a considerar a produção de potes de 1,5L para o consumidor final, conforme identificado em análises de mercado.

Fundada em 2018, a empresa foi descontinuada em 2021 devido à pandemia de COVID-19, sendo reativada em 2024 com os mesmos objetivos. A produção ocorre de segunda a sexta-feira, e as entregas são realizadas a partir das 17h por um dos dois colaboradores que compõem a equipe. Atualmente, a empresa atende 23 clientes fixos e comercializa cerca de 100 caixas de 10L por mês. A distribuição das vendas apresenta certa concentração: três clientes — Pizzaria Tropical, Jaboticaba Pizzaria e 201 Hamburgueria — correspondem a aproximadamente 49% do total mensal, enquanto os 20 clientes restantes correspondem aos outros 51%. A Dolci Gelato possui planos de expansão, incluindo a contratação de novos funcionários, o aumento da capacidade produtiva e a possível ampliação ou mudança da sede, com expectativa de crescimento gradual no segmento de food service.

3.2 ETAPAS DA PESQUISA

O estudo foi construído com base em pesquisa qualitativa de cunho bibliográfico, baseada na revisão de literatura com o objetivo de destacar a abertura da fábrica de sorvetes em Goiânia. Artigos e/ou trabalhos científicos publicados em periódicos relevantes e disponíveis para consulta em base de dados, tais como: Scielo, Sebrae, Google Acadêmico e demais materiais da internet foram consultados.

A seguir, tem-se a discriminação da execução das etapas propostas.

3.2.1 Levantamento de mercado

Para realizar o levantamento de mercado, foi adotado um processo detalhado que visou entender o potencial de consumo, identificar o perfil do consumidor e mapear a concorrência local, bem como possíveis oportunidades e desafios. Inicialmente, foram coletados dados sobre o mercado de sorvetes na região, incluindo informações sobre o consumo per capita, sazonalidade e preferências do público. Essa pesquisa permitiu avaliar se o consumo é constante ao longo do ano ou se apresenta variações significativas em função do clima e de eventos sazonais.

Além disso, foi feita uma análise dos concorrentes, identificando as principais marcas e fábricas em operação em Goiânia. Esse estudo buscou entender os pontos fortes de cada concorrente, como variedade de produtos, faixa de preços, canais de venda e estratégias de marketing, para verificar como essas empresas se posicionam no mercado. Identificar essas características ajudou a compreender os padrões de consumo e a possível aceitação de novos produtos.

O público-alvo da fábrica de sorvetes é composto por estabelecimentos como restaurantes, bares, buffets de festa infantil, cafeterias e hamburguerias. Com o produto definido em caixas de 10 litros, focado em preparações como milkshakes, acompanhamentos de sobremesas (como petit gâteau e brownie) e frapês, o levantamento buscou compreender as necessidades desses estabelecimentos, visando atender com um produto que seja versátil e de alta qualidade.

Por fim, foram mapeados os fornecedores locais de matérias-primas e embalagens, para garantir uma cadeia de suprimentos eficiente. Como o foco principal está nos clientes corporativos e não inclui vendas em aplicativos de entrega como iFood, lojas físicas ou supermercados, o levantamento também investigou possíveis canais de distribuição dedicados a atender exclusivamente esse segmento de clientes comerciais. Com esses dados, foi possível construir uma base sólida para a análise de viabilidade econômica da fábrica, identificando tanto oportunidades de diferenciação quanto os desafios operacionais e de posicionamento que poderão ser enfrentados.

3.2.2 Elaboração de projeto técnico do empreendimento

Após a realização do estudo, foram propostas modificações e ampliações na estrutura da fábrica, incluindo a formalização do negócio como uma Sociedade Limitada Unipessoal (SLU), optante pelo regime tributário do Simples Nacional. A empresa passou a operar com os códigos CNAE 10.96-1-00, referente à “Fabricação de alimentos e pratos prontos”, e 47.29-6-99, correspondente ao “Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente”. O projeto técnico da fábrica foi elaborado com foco em uma reestruturação eficiente, visando atender às demandas da produção artesanal e assegurar a qualidade do produto final. O processo produtivo permaneceu manual, utilizando equipamentos simples como batedores, produtora de sorvete e freezers, com o layout reorganizado para otimizar o fluxo de trabalho.

A área de estoque foi destinada ao armazenamento de ingredientes e produtos acabados, contando com freezers para manter os sorvetes prontos para distribuição. O espaço foi otimizado para atender à capacidade de produção vigente, com a previsão futura de aquisição de uma câmara fria para ampliar o armazenamento e melhorar o controle de temperatura. A disposição dos ambientes foi planejada para garantir eficiência nas etapas de produção e entrega, mesmo sem uma área específica de expedição, já que os entregadores próprios realizavam as retiradas diretamente do estoque. Toda a estrutura manteve-se compacta,

priorizando a funcionalidade e o atendimento às normas de segurança e higiene alimentar. A organização do layout seguiu os critérios de distanciamento e limpeza, assegurando um processo produtivo seguro e eficiente, alinhado ao compromisso com a qualidade dos produtos.

3.2.3 Construção e avaliação de fluxo de caixa

Após o levantamento das estimativas relevantes, procedeu-se à construção do fluxo de caixa (Figura 2), onde foi baseado a partir da proposta de Laponi (2007), adaptado ao sistema do estudo em questão.

Figura 2: Fluxo de Caixa.

Investimento	R\$	30.311,10										
Aliquota		0,078	0,078	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	
Receita (+)		R\$ 297.116,00	R\$ 350.508,50	R\$ 368.724,18	R\$ 387.919,66	R\$ 428.916,56	R\$ 451.391,36	R\$ 495.556,05	R\$ 521.578,91	R\$ 571.588,16	R\$ 601.674,08	
Imposto (-)		R\$ 23.175,05	R\$ 27.339,66	R\$ 36.872,42	R\$ 38.791,97	R\$ 42.891,66	R\$ 45.139,14	R\$ 49.555,61	R\$ 52.157,89	R\$ 57.158,82	R\$ 60.167,41	
Custos Fixos		R\$ 79.713,84										
Custos Variáveis		R\$ 207.322,72	R\$ 207.322,72	R\$ 217.898,66	R\$ 229.024,38	R\$ 240.729,46	R\$ 253.045,18	R\$ 266.004,61	R\$ 279.642,74	R\$ 293.996,55	R\$ 309.105,23	
Custos Totais		R\$ 287.036,56	R\$ 287.036,56	R\$ 297.612,50	R\$ 308.738,22	R\$ 320.443,30	R\$ 332.759,02	R\$ 345.718,45	R\$ 359.356,58	R\$ 373.710,39	R\$ 388.819,07	
Depreciação dos Equipamentos		R\$ 2.666,40										
FCO		-R\$ 13.095,61	R\$ 36.132,28	R\$ 34.239,26	R\$ 40.389,48	R\$ 65.581,61	R\$ 73.493,20	R\$ 100.281,99	R\$ 110.064,44	R\$ 140.718,94	R\$ 152.687,60	
Capital de Giro		R\$ 23.919,71	R\$ 23.919,71	R\$ 24.801,04	R\$ 25.728,18	R\$ 26.703,61	R\$ 27.729,92	R\$ 28.809,87	R\$ 29.946,38	R\$ 31.142,53	R\$ 32.401,59	
Investimento em Capital de Giro	R\$	20.000,00	R\$ -	-R\$ 881,33	-R\$ 927,14	-R\$ 975,42	-R\$ 1.026,31	-R\$ 1.079,95	-R\$ 1.136,51	-R\$ 1.196,15	-R\$ 1.259,06	-R\$ 1.325,42
Valor Residual												R\$ 5.000,00
FC	-R\$	50.311,10	-R\$ 13.095,61	R\$ 35.250,95	R\$ 33.312,12	R\$ 39.414,05	R\$ 64.555,30	R\$ 72.413,25	R\$ 99.145,48	R\$ 108.868,29	R\$ 139.459,89	R\$ 151.362,18
FC Acumulado	-R\$	50.311,10	-R\$ 61.409,07	-R\$ 36.092,39	-R\$ 15.817,60	R\$ 4.511,73	R\$ 32.729,44	R\$ 59.553,59	R\$ 90.677,84	R\$ 119.640,96	R\$ 151.083,04	R\$ 180.002,97
Taxa Requerida Retorno Anual (TMA)												18,00%
VPL	R\$											180.002,97
IL												4,58
TIR anual												52,94%
PBD (VP) anos												3

Após a compilação do fluxo de caixa, ele foi avaliado por meio de indicadores como:

- Payback Descontado: Medir o período necessário para recuperar o investimento inicial no projeto, o fluxo de caixa será convertido para o Valor Presente;
- Valor Presente Líquido (VPL): Foi utilizada a Equação 1 para calcular a soma de todos os fluxos de caixa a partir do investimento inicial, representando a diferença entre as entradas e saídas financeiras do projeto, aceitando-se o projeto se o VPL for maior que zero;
- Taxa Interna de Retorno (TIR): Foi utilizada a Equação 2 para encontrar a taxa que torna o VPL igual a zero, a ser comparada com a taxa requerida (sendo maior, o projeto será aceito);
- Índice de Lucratividade (IL): Utilizando a Equação 3, foi calculado o valor do IL que, sendo maior que 1, o projeto foi aceito;
- Taxa Mínima de Atratividade (TMA): A Taxa Mínima de Atratividade (TMA) representa o retorno mínimo esperado de um investimento para que ele seja considerado viável. No presente trabalho, adotou-se a TMA de 18% ao ano como referência para a análise de viabilidade.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

A análise do fluxo de caixa projetado para um horizonte de 10 anos indicou a viabilidade econômica da implantação da indústria de sorvetes Dolci Gelato. As receitas anuais previstas apresentam crescimento consistente, iniciando em R\$ 297.116,00 no primeiro ano de operação (2026) e alcançando R\$ 601.674,08 em 2035. Os custos fixos foram estimados em R\$ 79.713,84 por ano, enquanto os custos variáveis acompanham a evolução da produção, partindo de R\$ 207.322,72 e chegando a R\$ 309.105,23 ao final do período. Com um investimento inicial de R\$ 30.311,10, o empreendimento apresenta um retorno atrativo, com o Payback Descontado (PBD) foi estimado em apenas três anos.

No que diz respeito aos indicadores financeiros, o Valor Presente Líquido (VPL) calculado foi de R\$ 180.002,97, demonstrando que o projeto gera retorno superior ao investimento ao longo do tempo. A Taxa Interna de Retorno (TIR) foi de 52,94%, consideravelmente superior à taxa mínima de atratividade estipulada em 18%, o que reforça a atratividade do investimento. Esses resultados evidenciam a atratividade do negócio e sustentam a conclusão de que a proposta apresenta fundamentos econômicos consistentes. Dessa forma, a reativação da Dolci Gelato e seu posicionamento no segmento de food service mostram-se como uma estratégia promissora sob a perspectiva da viabilidade financeira.

5. CONCLUSÃO

A análise dos custos fixos da fábrica de sorvetes evidenciou que o valor do aluguel passou a representar uma parcela significativa desses custos, correspondendo a aproximadamente 31,87% do total. A inclusão desse custo fixo impactou diretamente o ponto de equilíbrio operacional da empresa, que anteriormente era atingido com uma média de 140 caixas mensais (1.680 caixas ao ano). Com essa nova configuração, foi necessário reajustar esse volume para 254 caixas por mês, totalizando 3.054 caixas no primeiro ano — o que representa um aumento de aproximadamente 82% na produção e nas vendas para garantir a viabilidade econômica do negócio. Embora esse percentual aparente ser expressivo, ele é considerado plenamente possível, dado o conhecimento prévio da empresa sobre o mercado, sua clientela e as demandas existentes. Atualmente, a operação já enfrenta limitações produtivas que, em alguns momentos, obrigam a recusar pedidos pela falta de capacidade para atendimento. Isso demonstra que há uma demanda reprimida que pode ser atendida com a expansão da produção.

Adicionalmente, a empresa atua hoje de forma direcionada ao segmento de food service,

atendendo bares, restaurantes, cafeterias e buffets, o que, embora represente uma fatia sólida do mercado, não esgota todas as possibilidades de expansão. Estratégias como a retomada das vendas para sorveterias, o fortalecimento da presença em eventos e festas — segmentos nos quais a empresa já possui experiência — e a diversificação dos canais de venda se tornam essenciais para viabilizar esse crescimento. Paralelamente, a implementação de ações de marketing mais estruturadas, o investimento em parcerias com representantes comerciais e a intensificação da presença da marca no mercado local contribuirão significativamente para o aumento da visibilidade, a captação de novos clientes e a fidelização dos atuais. Dessa forma, a readequação da capacidade produtiva, aliada ao fortalecimento das estratégias comerciais e ao aprimoramento dos processos de gestão e organização da operação, permite não apenas alcançar o incremento projetado, como também tornar o negócio mais eficiente, competitivo e sustentável a longo prazo.

REFERÊNCIAS

BATALHA, Mário Otávio. **Introdução à engenharia de produção**. São Paulo: Elsevier, 2009.

DARONCO, João. **Fluxo de caixa descontado: uma estimativa de análise futura de uma empresa**. Suno, 2017. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/fluxo-de-caixa-descontado/>. Acesso em: 10 out. 2024.

DIAS, Lorena. **Venda de sorvetes cresceu 67% nos últimos três meses em Goiás, diz associação**. Mais Goiás, 2023. Disponível em: <https://www.maisgoias.com.br/cidades/venda-de-sorvetes-cresceu-67-nos-ultimos-tres-meses-em-goias-diz-associacao/>. Acesso em: 25 set. 2024.

DUTRA, Diego. **Fluxo de Caixa Descontado em 10 passos: Avaliação de Empresas para Compra pelo FCD ou DCF**. Capital Invest, 2020. Disponível em: <https://capitalinvest-group.com/pt/avaliacao-de-empresas-compra-fluxo-de-caixa-descontado-dcf/>. Acesso em: 06 nov. 2024.

EJFGV. **Conheça a projeção de receita e saiba quando investir**. 2024. Disponível em: <https://ejfgv.com/projecao-de-receita/>. Acesso em: 09 out. 2024.

FORTI, A. P. **Tendências do Mercado de Sorvetes em 2024: menos açúcares e gorduras; mais sabores, texturas e sustentabilidade**. Tetra Pak, 2024. Disponível em: <https://www.tetrapak.com/pt-br/insights/caixas-de-ideias/visao-do-especialista/tendencias-do-mercado-de-sorvetes-em-2024-menos-acucares-e-gorduras-mais-sabores-texturas-e-sustentabilidade#:~:text=Atualmente%2C%20o%20mercado%20de%20sorvetes,diretos%20e%20200%20mil%20indiretos.> Acesso em: 24 set. 2024.

LAPPONI, J. C. **Projetos de investimentos na Empresa**. São Paulo: Elsevier, 2007.

MARTINS, Carlos. **Plano de Negócios**. Carlos Martins, 2024. Disponível em:

https://www.carlosmartins.com.br/_bizplan/bizplan00.htm. Acesso em: 09 out. 2024.

MENDONÇA, Camila. **Plano de Negócio e Estudo de Viabilidade Econômica da Empresa Drinkolé**. Nubank, 2019. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/o-que-e-capital-de-giro/>. Acesso em: 30 out. 2024.

Pixpel. **Marketing para sorveteria: veja 11 estratégias para aumentar as vendas**. 2024. Disponível em: <https://blog.pixpel.com.br/marketing-de-sorvete/>. Acesso em: 09 out. 2024.

PRAXIS. **O que é: Valor Residual**. 2024. Disponível em: <https://www.sejapraxis.com.br/glossario/o-que-e-valor-residual/>. Acesso em: 30 out. 2024.

REZENDE, Ricardo. **Métodos de Payback**, PUCGO, 2020. Disponível em: <https://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/6852/material/03%20-%20Payback.pdf>. Acesso em: 06 nov. 2024.

ROVAROTO, Isabela. **Vai um sorvete aí? Setor espera R\$ 1 bilhão em investimentos em 2024**. Exame, 2024. Disponível em: <https://exame.com/negocios/vai-um-sorvete-ai-setor-espera-r-1-bilhao-em-investimentos-em-2024/>. Acesso em: 10 set. 2024.

SEBRAE. **Categorias de formalização de empresas**. 2020. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/categorias-de-formalizacao-de-empresas,4a0dca91c761e610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 26 set. 2024.

SEBRAE. **Como destacar-se no mercado de sorvetes**. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-se-destacar-no-mercado-de-sorvetes,a49d99a5a995b510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 09 out. 2024.

SEBRAE. **Os novos consumidores e as tendências no setor de alimentos e bebidas**. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-novos-consumidores-e-as-tendencias-no-setor-de-alimentos-e-bebidas,114df2c4bb795810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 10 set. 2024.

SEBRAE. **Planejar é preciso, empreender é consequência**. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/planejar-e-preciso-empreender-e-consequencia,f37adc8c83575810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 10 set. 2024
SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Strong. **O que é Análise de Viabilidade Econômica?** 2024. Disponível em: <https://strong.com.br/glossario/o-que-e-analise-de-viabilidade-economica/#:~:text=1.-,An%C3%A1lise%20de%20Custos,var%C3%A1veis%20custos%20diretos%20e%20in%20diretos>. Acesso em: 09 out. 2024.

UPIS. **Fluxo de caixa descontado: o que é, como calcular e para que serve**. 2019. Disponível em: <https://institucional.upis.br/blog/fluxo-de-caixa-descontado/>. Acesso em: 31 out. 2024.

APÊNDICE I – PESQUISA DE MERCADO DE IMÓVEIS

Pesquisa de mercado de imóveis para a nova fábrica:

1: Galpão de 300 m²

Endereço: Rua Tajura, 1 – Parque Amazônia, Goiânia, Goiás

Aluguel: R\$ 6.000,00

IPTU: R\$ 505,00

Fonte: <https://www.olx.com.br>

2: Galpão de 311 m²

Endereço: Rua Niterói, 0 - Parque Amazônia, Goiânia, Goiás

Aluguel: R\$ 7.000,00

IPTU: 275,00

Fonte: <https://www.olx.com.br>

3: Galpão de 316 m²

Endereço: Avenida Padre Orlando Morais, 1941 - Parque Amazônia, Goiânia, Goiás

Aluguel: R\$ 8.000,00

IPTU: R\$ 5.500,00

Fonte: <https://www.olx.com.br>

4: Galpão de 101 m²

Endereço: Avenida José Rodrigues de Morais Neto - Parque Amazônia, Goiânia, Goiás

Aluguel: R\$ 7.600,00

Fonte: <https://www.olx.com.br>