



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
MBA EM GESTÃO EMPREENDEDORA E INOVAÇÃO**

ROMÁRIO LUSTOSA DE OLIVEIRA

**PLANO DE NEGÓCIO: IMPLANTAÇÃO DE UMA BRIGADERIA
GOURMET NA CIDADE DE PATOS-PB**

CAMPINA GRANDE – PB

2017

ROMÁRIO LUSTOSA DE OLIVEIRA

**PLANO DE NEGÓCIO: IMPLANTAÇÃO DE UMA BRIGADERIA
GOURMET NA CIDADE DE PATOS – PB**

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) apresentado ao MBA em Gestão Empreendedora e Inovação como requisito parcial para obtenção do título de especialista em Gestão Empreendedora e Inovação.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Henrique Salvino Gadelha Meneses.

CAMPINA GRANDE – PB

2017

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

O48p Oliveira, Romário Lustosa de
Plano de negócio [manuscrito] : Implantação de uma
brigaderia gourmet na cidade de Patos / Romário Lustosa de
Oliveira. - 2017.
69 p. : il. color.

Digitado.
Monografia (MBA em Gestão Empreendedora e Inovação) -
Universidade Estadual da Paraíba, Pró-reitoria de pós-graduação,
2017.
"Orientação: Prof. Dr. Carlos Henrique Salvino Gadelha
Meneses, Biologia".

1. Plano de negócio 2. Brigaderia gourmet 3. Food Bike. 4.
Estratégia de marketing. I. Título.

21. ed. CDD 658.401


ROMÁRIO LUSTOSA DE OLIVEIRA


PLANO DE NEGÓCIO: IMPLANTAÇÃO DE UMA BRIGADERIA GOURMET
NA CIDADE DE PATOS – PB

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) apresentado ao MBA em Gestão Empreendedora e Inovação como requisito parcial para obtenção do título de especialista em Gestão Empreendedora e Inovação.

Aprovado em: 27/03/2017.

BANCA EXAMINADORA


Prof. Dr. Carlos Henrique Salvino Gadelha Meneses (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Dr. Josemir Moura Maia
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Dr. Antonio Augusto Pereira de Sousa
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

DEDICATÓRIA

A Deus.

Ao Alfa e o Ômega, o início e o fim, ao dono de toda ciência.

*Àquele que é o maior empreendedor do universo,
e que dia após dia inova soberanamente na vida do homem.*

AGRADECIMENTOS

À Simone Lopes, pelo aprendizado, oportunidades e portas abertas, carinho e respeito. É a bióloga mais empreendedora que conheço!

À Elizabete Cristina, por seu profissionalismo e parceria.

A meu orientador, Carlos Henrique, pela colaboração e apoio para que a realização deste Plano de Negócio se tornasse viável.

Ao estimado Josemir Maia, por sempre está disponível, ser tão sábio e mesmo assim compartilhar seus conhecimentos de forma humilde.

Ao professor Antonio Augusto, por ceder seu tempo para participar da minha banca de avaliação e por coordenar brilhantemente esta pós-graduação perante à UEPB.

À Valdenice Costa, pelo cuidado, atenção, respeito e dedicação para que todos os alunos deste MBA, principalmente os vinculados à UEPB, pudessem ser atendidos da melhor forma possível.

À UEPB, UFCG, PaqTcPB e SEBRAE, pela oportunidade de cursar esta especialização.

À Agência de Inovação Tecnológica da UEPB (INOVATEC), por ser determinante em meu processo de formação profissional e me abrir novos horizontes.

Aos professores do MBA em Gestão Empreendedora e Inovação, pelas aulas e conteúdos ministrados, e por instigarem em mim a busca pelo conhecimento.

Aos meus colegas de curso, pela jornada brilhante a qual traçamos juntos. A minha família e amigos, por serem minha base, sustento e alento.

A todos aqueles que contribuíram direta e indiretamente para esta minha formação.

Aquele que é Pai, Filho, e Espírito Santo, ao Senhor Jesus Cristo, por permitir esta vivência acadêmica. Sem Ele, nada disso seria possível.

*“Todo homem prudente
age com base no conhecimento, mas o
tolo expõe a sua insensatez”.*

Provérbios13: 16

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a viabilidade da abertura de uma brigaderia gourmet na cidade de Patos, no sertão da Paraíba. Para tal, foi realizado um estudo de caso do tipo “Plano de Negócio” utilizando a metodologia proposta pelo *software* MakeMoney®. Foram analisados dados descritivos de forma quantitativa e qualitativa, obtidos através de uma pesquisa de campo e bibliográfica, referentes aos investimentos, custos, receitas, e outros indicadores de viabilidade para a criação de um empreendimento no ramo alimentício, especificamente no de brigadeiros gourmet na cidade de Patos-PB. As estratégias de atuação no mercado foram a venda de doces em uma loja física e a utilização de *Food Bike's* para o comércio dos doces e do próprio aluguel dessas para eventos. Após efetuar as análises de mercado, investimento, despesas administrativas, custos de produção e de entrega de mercadorias, fluxo de caixa e demonstrativo do resultado do exercício, foi identificada a viabilidade econômico-financeira do negócio. Foram estimados os montantes de R\$ 27.944,50 para iniciar a operacionalização da empresa, e R\$ 12.000,00 de faturamento médio mensal. A taxa de atratividade desejada, de 16%, foi superada. No entanto, fatores críticos de insucesso como: concorrência consolidada, sazonalidade no consumo dos produtos/serviços, estagnação econômica e outros, necessitam de cuidado para não comprometer a sobrevivência e o crescimento da organização.

Palavras-Chave: Plano de Negócio. Brigaderia Gourmet. *Food Bike*.

ABSTRACT

The present work aims to analyze the feasibility to open a candy store in the Patos city, Paraíba, Brazil. Therefore, a case study appointed as "Business Plan" was carried out using the MakeMoney® software. Descriptive data were analyzed quantitatively and qualitatively, the information was obtained through field and bibliographical research related to investments, costs, revenues and other feasibility indicators for the creation of an food enterprise, specifically in the field gourmet of brigadiers in the Patos city, and having as examples of strategies of action in the market the sale of sweets using Food Bike's, and the own rent of these for events. The economic and financial viability of the business was identified after conducting the market analysis, investment, administrative expenses, production and delivery costs, cash flow and statement of income for the year. The amount to start the operation of the company was estimated at R\$ 27,944.50, and R \$ 12,000.00 of average monthly billing. The desired attractiveness rate was exceeded (16%), however, critical factors of failure such as consolidated competition, seasonality in the consumption of products/services and economic stagnation needs to be careful not to compromise the survival and growth of the organization.

Keywords: Business Plan. Candy Store. Food Bike.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Número de clientes, por cem, em cada faixa etária.	22
Gráfico 2: Patos – PB, população residente por grupos de idade.	23
Gráfico 3: Patos – PB, rendimento domiciliar per capita.....	24

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Pontos Fortes e Fracos dos concorrentes da ALFA Brigaderia Gourmet.	26
Tabela 2: Matriz SWOT.	28
Tabela 3: Descrição de Cargo 1.	35
Tabela 4: Descrição de Cargo 2.	36
Tabela 5: Descrição de Cargo 3.	36
Tabela 6: Cronograma dos seis primeiros meses de atuação.	42

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Brigadeiros Gourmet.	16
Figura 2: Doces personalizados para evento.	17
Figura 3: Proposta de Food Bike.	18
Figura 4: Proposta de ambiente para a brigaderia 1.	19
Figura 5: Proposta de ambiente para a brigaderia 2.	19
Figura 6: Layout da ALFA Brigaderia.	33

SUMÁRIO

1. RESUMO EXECUTIVO.....	13
2. O NEGÓCIO	14
2.1 Histórico e Motivação.....	14
2.2 Modelo de Negócio.....	15
3. PRODUTOS E SERVIÇOS	16
3.1 Características e Benefícios	16
3.2 Estágio de Desenvolvimento.....	20
4. O AMBIENTE DE NEGÓCIO	21
4.1 Análise do Setor.....	21
4.2 O Mercado Potencial.....	22
4.3 Análise da Concorrência	24
4.4 Análise SWOT	28
5. ESTRATÉGIAS DE MARKETING	29
5.1 Posicionamento	29
5.2 Foco e Segmentação	30
5.3 Plano de Penetração no Mercado	30
5.4 Distribuição e Comercialização	32
6. ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO	33
6.1 Localização e Instalações.....	33
6.2 Descrição Legal e Estrutura Societária	34
6.3 Equipe	35
6.4 Terceirização e Equipe de Apoio Externo	37
6.5 Alianças e parcerias	37
6.6 Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação.....	37
6.7 Gestão da Qualidade	38

7. PLANO DE IMPLANTAÇÃO	40
7.1 Análise de Riscos.....	40
7.2 Fatores Críticos de Sucesso	41
7.3 Cronograma	42
7.4 Outras possibilidades de atuação no mercado	43
8. PLANO FINANCEIRO.....	44
8.1 Investimentos	44
8.2 Despesas Administrativas	45
8.3 Equipe	45
8.4 Custo de Produção e Entrega	46
8.5 Receitas	47
8.6 Projeção de Resultados	48
8.7 Análise de Investimento.....	49
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
10. REFERÊNCIAS	51
11. ANEXO	52

1. RESUMO EXECUTIVO

O presente Plano de Negócio teve como objetivo analisar a viabilidade da abertura de uma brigaderia gourmet na cidade de Patos, no sertão da Paraíba. Para tal, foi realizado um estudo utilizando a metodologia proposta pelo *software* MakeMoney®.

Foram analisados dados descritivos de forma quantitativa e qualitativa, obtidos através de uma pesquisa de campo e bibliográfica, referentes aos investimentos, custos, receitas, e outros indicadores de viabilidade para a criação de um empreendimento no ramo alimentício, especificamente no de brigadeiros gourmet. ALFA Brigaderia Gourmet é o nome proposto para o empreendimento. O administrador Romário Lustosa será o único sócio e gestor do referido.

A empresa atuará no mercado com uma loja física no centro da cidade e com uma *food bike* que percorrerá os principais pontos de Patos-PB em horários e locais previamente determinados de acordo com a realização de eventos e com fluxo de clientes potenciais em áreas públicas. Os produtos e serviços comercializados pela empresa serão: brigadeiros gourmet; doces personalizados para casamentos, aniversários, confraternizações e afins; e aluguel de *food bikes* para eventos.

Após efetuar as análises de mercado, investimento, despesas administrativas, custos de produção e de entrega de mercadorias, fluxo de caixa e demonstrativo do resultado do exercício, foi identificada a viabilidade econômico-financeira do negócio. Foram estimados os montantes de R\$ 27.944,50 para iniciar a operacionalização da empresa, e R\$ 12.000,00 de faturamento médio mensal. A taxa de atratividade desejada, de 16%, foi superada. No entanto, fatores críticos de insucesso como: concorrência consolidada, sazonalidade no consumo dos produtos/serviços, estagnação econômica e outros, necessitam de cuidado para não comprometer a sobrevivência e o crescimento da organização.

2. O NEGÓCIO

2.1 Histórico e Motivação

A ALFA Brigaderia Gourmet é uma idealização do Administrador Romário Lustosa. A proposta para montar o negócio surgiu a partir da identificação de dois *gaps* de mercado:

- I. Percebeu-se que há um consumo crescente de doces gourmet em todo o país, várias pequenas empresas têm surgido com uma proposta para atuar nesse mercado. No entanto, a cidade de Patos-PB não possui nenhum estabelecimento comercial que atue neste ramo, principalmente no de brigadeiros gourmet (atualmente os produtos mais vendidos neste setor);
- II. Também foi observado que além de fabricar e vender doces em uma loja física (brigaderia), seria interessante comercializar os brigadeiros em uma *food bike*, isto é, utilizar uma bicicleta para vender os produtos em parques e em eventos públicos, e também para alugá-la (com ou sem doces) para aniversários, casamentos, congressos, eventos empresariais e outros.

A cidade de Patos–PB foi escolhida para implantação da brigaderia devido à familiaridade do empreendedor com a região, ter parentes e amigos morando na cidade, e por perceber que as docerias patoenses estão se acomodando, pois não diversificam os produtos, não fazem promoções atrativas para os clientes, não ofertam novos serviços e o atendimento tem deixado a desejar. Além disso, ter seu próprio empreendimento no ramo alimentício é um sonho pessoal do administrador.

2.2 Modelo de Negócio

A empresa atuará no mercado com sua marca própria. As vendas serão realizadas tanto em atacado quanto em varejo. As vendas em atacado serão realizadas na própria brigaderia e através das páginas da empresa no Facebook e no Instagram (foram escolhidas estas redes sociais por estarem consolidadas no mercado, serem utilizadas pelo público-alvo da empresa e por não gerar custos). Em varejo, os produtos serão ofertados na própria loja da brigaderia e em uma *food bike* que irá percorrer os principais pontos da cidade. Vale ressaltar, que devido ao clima quente de Patos e o chocolate ser um produto que não pode ficar exposto ao calor excessivo do sol, a *food bike* apenas percorrerá a cidade no final do dia.

As principais estratégias de marketing utilizadas para atrair clientes serão dos tipos *buzz* e digital. Atualmente estar no mundo digital é uma necessidade de toda empresa, o compartilhamento de informações em massa e em tempo real permitem às organizações de todo o mundo compartilharem seus produtos e serviços para assim se manterem vivas no mercado, o objetivo da ALFA será utilizar as mídias sociais (Facebook, Instagram e WhatsApp) para promover seus produtos e serviços, bem como para facilitar a ocorrência do *buzz marketing* para a empresa. Outra forma de marketing a ser utilizado será a disponibilização de folders com os produtos e as informações da empresa em estabelecimentos de parceiros-chave do negócio por toda a cidade. Além disso, serão utilizadas vinhetas publicitárias na principal rádio da cidade. A própria disponibilização de uma *food bike* em um evento permitirá que outras pessoas conheçam a proposta e também queiram leva-la para o seu.

3. PRODUTOS E SERVIÇOS

3.1 Características e Benefícios

Os principais produtos da ALFA são brigadeiros gourmets, no entanto, também serão ofertados mini bolos, brigadeiros menos sofisticados e outros produtos de chocolate com natureza sazonal (como ovos de páscoa, por exemplo).

Desta forma, os serviços da brigaderia se concentrarão na venda de produtos: através da loja física da empresa no centro da cidade de Patos-PB, em suas redes sociais, e na *food bike* por toda a cidade.

Abaixo, a Figura 1 ilustra os brigadeiros gourmet a serem vendidos tanto na loja quanto na *food bike*, e a Figura 2 exemplifica os doces personalizados que serão elaborados para eventos.

Figura 1: Brigadeiros Gourmet.



Fonte: Pinterest.

Figura 2: Doces personalizados para evento.



Fonte: Pinterest.

A linha de doces gourmet está em alta no mercado, uma empreendedora deste setor, a empresária Flávia Nicrota, em entrevista ao site O Pólo (2016) afirmou que este é um ramo lucrativo e acredita que será assim por um bom tempo, conforme diz “sempre tem um aniversário de criança, adulto, idoso ou bebê. Um bolinho nunca pode faltar. Então, a demanda acaba sendo grande”. A revista Pequenas Empresas e Grandes e Negócios (2015) em janeiro de 2015 trouxe uma reportagem sobre uma estudante de medicina que deixou sua área de formação universitária para investir no mercado de doces gourmet e passou a faturar cerca de R\$ 1.500.000,00 com sua empresa neste ramo de atividade. Estes são apenas dois exemplos dos casos de sucesso de empreendimentos gourmet espalhados por todo o país. Mesmo diante da crise econômica na qual o país se encontra, a alimentação é algo necessário na vida das pessoas, dessa forma, mesmo em períodos difíceis ela se torna lucrativa. Percebe-se que o sucesso está na prestação de serviços e venda de produtos inovadores e com qualidade.

A Figura 3 aborda uma inovação-chave da empresa, trata-se de uma *food bike* para vender os produtos em praças e para ser alugada para eventos em geral (aniversários, eventos empresariais, casamentos, e outros), personalizada de acordo com a necessidade dos clientes. Este tipo de serviço não é ofertado por nenhuma empresa de Patos - PB, em outros Estados onde há *food bikes* verifica-se que houve uma boa aceitação dos clientes diante desta nova forma de

consumir doces e outros alimentos.

Figura 3: Proposta de *Food Bike*.



Fonte: Pinterest.

As Figuras 4 e 5, a seguir, demonstram como se pretende montar internamente a brigaderia. Serão utilizadas cores fortes, vibrantes, para chamar atenção dos clientes e ser um ambiente vivo, feliz, agradável e com energia. Em experiências anteriores e após conversa com alguns clientes em potencial, foi constatado que, quando se pensa em uma doceria, as pessoas gostam de ir para um ambiente assim com seus amigos, namorados e até filhos. As docerias que já existem na cidade de Patos – PB não seguem muito essa linha de apresentação visual, o que já seria mais uma inovação para ofertar aos clientes.

Figura 4: Proposta de ambiente para a brigaderia 1.



Fonte: Sobre franquias.

Figura 5: Proposta de ambiente para a brigaderia 2.



Fonte: Sobre franquias.

Em pesquisa realizada em sites e nas próprias lojas físicas das brigaderias que existem em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, é possível observar que não é preciso utilizar

um espaço grande para montar uma loja, várias brigaderias possuem ambientes pequenos, muitas funcionam no estilo de quiosque.

Pretende-se atrair os clientes através da venda de doces tanto tradicionais quanto de sabores e formas inovadoras. Embora sejam o foco principal da empresa, não se venderá apenas doces, mas sorvetes artesanais, sucos e *cappuccinos*. Isso é necessário porque algumas pessoas não gostam apenas de consumir os doces, também querem uma bebida para acompanhar. No entanto, na *food bike* ocorrerá apenas a venda de doces.

3.2 Estágio de Desenvolvimento

O prédio que será utilizado para a localização física da brigaderia fica no centro de Patos – PB. Atualmente o espaço não está sendo utilizado, é uma excelente localização para o empreendimento, tendo em vista que há um fluxo intenso de pessoas no local, pois fica na zona comercial da cidade. O ambiente não necessita de reforma, porém, será preciso comprar móveis, adereços de decoração, trocar o papel de parede e a fachada do prédio.

Quanto à *food bike*, já foram realizados dois eventos testes para verificar sua aceitação no mercado, o resultado alcançado foi satisfatório, porém, melhorias ainda precisam ser efetuadas, tais como: utilização de sacolas personalizadas com a marca da empresa, tornar as caixas da *bike* mais funcionais (inclusive utilizando gelo e isopor para garantir que os brigadeiros não derretam), utilizar adereços mais chamativos, e outros.

É preciso três meses para realizar todas as aquisições e adaptações necessárias para iniciar as atividades tanto na brigaderia quanto na *food bike*.

Analisando o mercado em relação ao ciclo de vida do setor e dos produtos a serem utilizados no empreendimento, vê-se que o setor está na fase de crescimento, tendo em vista que este estilo de negócio foi inicializado há cerca de uma década e está em fase de expansão pelo país. Quanto a utilização de *food bikes*, constata-se o início do processo, é algo novo, acabou de surgir no mercado.

4. O AMBIENTE DE NEGÓCIO

4.1 Análise do Setor

De acordo com observado nos comentários de empreendedores e especialistas deste setor, que deram entrevistas para diversos sites de negócios como, por exemplo, Rádio SEBRAE SP (2013), Globo News (2016), Sua Franquia (2016) e outros, este setor está em expansão pelo país. As regiões Sul e Sudeste são as pioneiras e as que agregam o maior número de empreendimentos nesta área. O Nordeste do Brasil ainda é "um território a ser conquistado", pois possui poucas empresas atuando neste ramo.

Na Paraíba as Brigaderias Goumert ainda têm um vasto território para conquistar, foram detectados apenas 4 estabelecimentos que possuem foco específico nesta área, na capital João Pessoa encontra-se 3 e em Campina Grande 1. No entanto, observa-se que de Leste a Oeste do Estado há um grande número de docerias, ambientes que ofertam diversos tipos de doces, porém, produtos mais tradicionais e padronizados. Alguns estabelecimentos já têm mais de 10 anos no mercado.

Percebe-se que a cultura da brigaderia gourmet está em fase de inicialização no Estado, abrir um estabelecimento de grande porte, no primeiro momento, parece não ser uma boa decisão tendo em vista a ausência de cultura por parte da população em consumir este tipo de produto. É preciso lançar fortes estratégias de marketing para uma empresa iniciar este processo e conseguir se consolidar no mercado, se sobressaindo das demais. Os principais consumidores deste tipo de produto são indivíduos das Classes A, B e C (das classes média e média alta), geralmente homens e mulheres com idades entre 16 e 60 anos, compram produtos para seu próprio consumo, para eventos e para presentear em datas comemorativas.

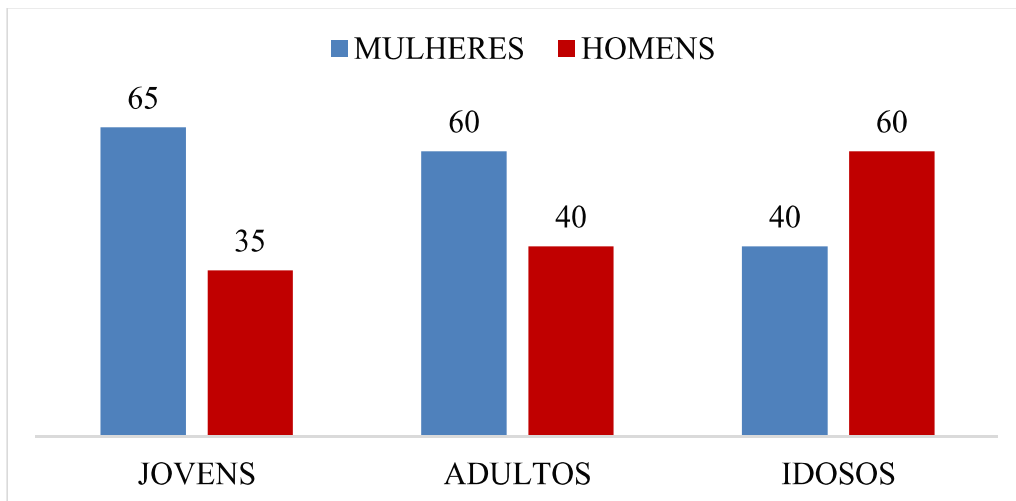
As empresas do Brasil que trabalham neste nicho são majoritariamente de pequeno porte, mas é possível encontrar empresas no sul e sudeste que já franquearam suas atividades e/ou que já expandiram suas atividades através da abertura de filiais. A “Brigaderia” (empresa que pertence a “Cacau Show”) e a “Maria Brigadeiro” são duas das maiores empresas do setor,

chegam a faturar mais de 3 milhões por ano na venda de brigadeiros gourmet (Globo News, 2016).

4.2 O Mercado Potencial

A venda de brigadeiros gourmet e de outros doces sofrem sazonalidade, a demanda aumenta nos meses de Abril, Maio, Junho e Dezembro, devido as datas comemorativas. Conforme é possível verificar no Gráfico 1, a faixa etária dos atuais clientes da brigaderia é variada, atende a todos os públicos, porém, os maiores consumidores são pessoas entre os 16 e os 50 anos. As mulheres são as principais clientes, pois compram em maior quantidade e com mais frequência, compram os brigadeiros para seu próprio consumo, para presentear e para a realização de eventos.

Gráfico 1: Número de clientes, por cem, em cada faixa etária.



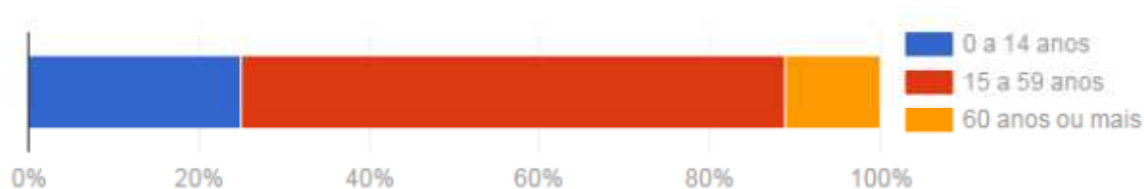
Fonte: Pesquisa direta, 2016.

Isto demonstra que a abertura de uma brigaderia propriamente dita necessita de planejamento para conseguir se manter no mercado nos meses de retração da demanda, para atrair clientes será preciso lançar promoções e outras estratégias de venda, principalmente nestes

meses de baixa.

A cidade de Patos, local onde a empresa será instalar, fica no sertão do Estado da Paraíba. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), a cidade tem uma população de 100.674 habitantes, destes são 52.869 mulheres e 47.805 homens. Conforme observado no Gráfico 2, cerca de 80% da população tem a idade média dos consumidores dos produtos da ALFA Brigaderia Gourmet.

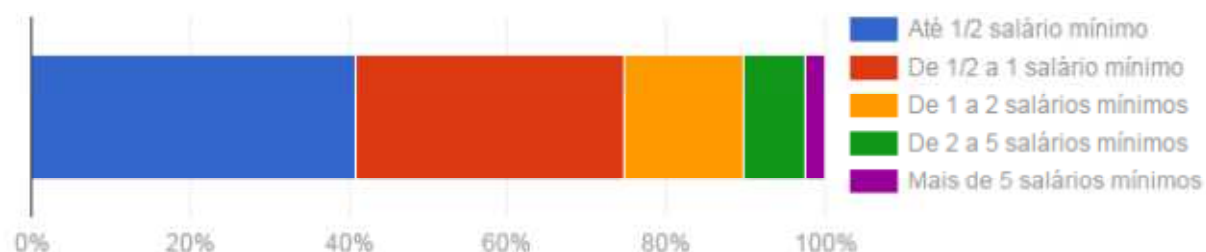
Gráfico 2: Patos – PB, população residente por grupos de idade.



Fonte: IBGE, 2010.

Por outro lado, observando o Gráfico 3, apenas 25% dos domicílios da cidade, precisamente 7.137 residências, possuem renda acima de 1 salário mínimo. Patos não é uma cidade rica, com uma população grande para consumir os produtos da empresa estudada, apenas 721 famílias auferem renda acima de 5 salários mínimos. Entretanto, é preciso compreender que é um importante centro comercial no sertão paraibano. Moradores de cidades circunvizinhas como São Mamede, Passagem, Teixeira, Maturéia, Rachado e outras, se deslocam diariamente para a “Morada do Sol”, seja para trabalhar, estudar ou resolver outras questões; trata-se de uma rota importante tanto de quem vai de João Pessoa a Cajazeiras, quanto de quem vai do sertão do Rio Grande do Norte para o sertão de Pernambuco.

Gráfico 3: Patos – PB, rendimento domiciliar per capita.



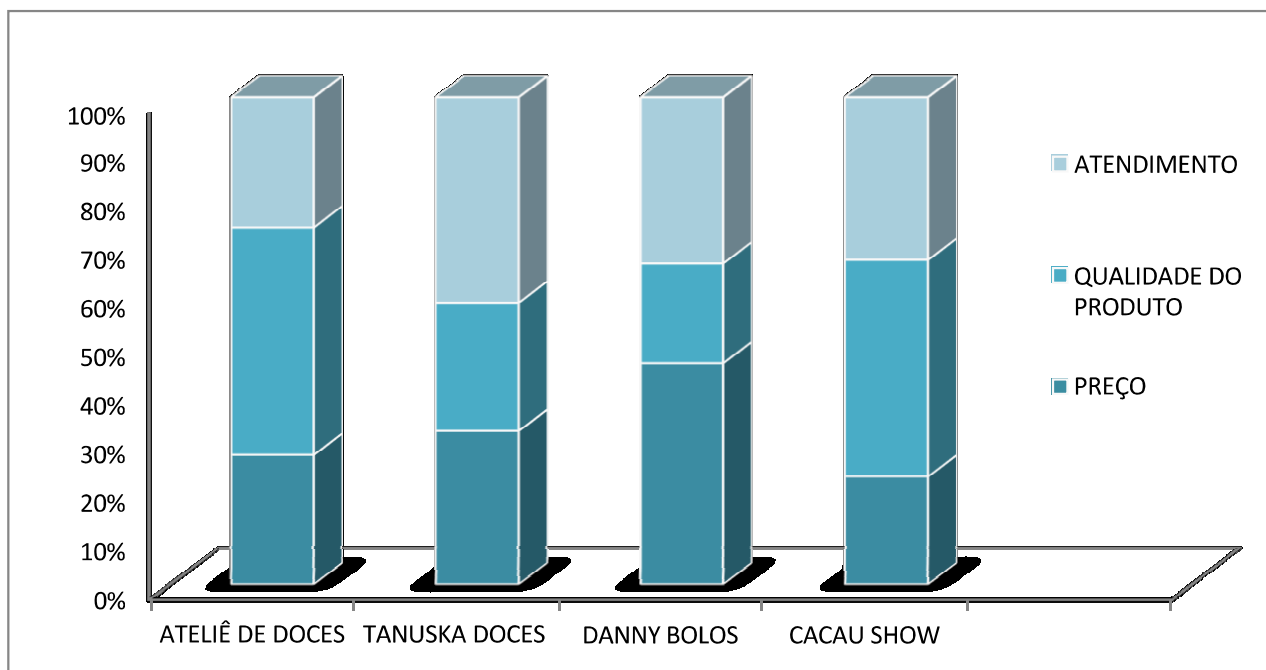
Fonte: IBGE, 2010.

4.3 Análise da Concorrência

Não há nenhuma brigaderia gourmet na cidade de Patos – PB ou uma empresa que alugue *food bikes* para festas e eventos, no entanto, competem diretamente com a empresa 4 estabelecimentos e outras 3 mulheres que fabricam e vendem doces para familiares e amigos em datas comemorativas (principalmente o Natal, Páscoa e Dia dos Namorados). No entanto, os doces produzidos tem qualidade inferior aos da ALFA e aos dos demais concorrentes, além disso, não há divulgação dos mesmos em redes sociais e afins.

O Gráfico 4 traz uma síntese da percepção dos clientes quanto aos fatores que os levam a comprar na concorrência direta da ALFA Brigaderia na cidade de Patos-PB. Em termos gerais, os produtos e serviços dos concorrentes atendem as necessidades dos clientes, embora possuam falhas em determinados pontos.

Gráfico 4: Principais motivos para os clientes comprarem nos concorrentes (em %).



Fonte: Pesquisa direta, 2016.

Na pesquisa realizada com os consumidores dos concorrentes foi questionado se eles visitariam uma nova brigaderia que se instalasse na cidade, todos responderam que “sim”, visitariam a loja para ver os produtos e provar alguns. Questionados a respeito das melhorias para estes estabelecimentos eles informaram que os atendentes deveriam ser mais simpáticos, os preços poderiam reduzir em caso de compras a partir de três unidades, o visual das lojas permanecem o mesmo por anos, poderiam ser lançados novos produtos, e outros. Diante disso, a ALFA Brigaderia Gourmet deve traçar estratégias para atuar nestes e em outros pontos, de modo a se tornar melhor que seus concorrentes.

Quanto aos concorrentes indiretos do empreendimento, têm-se supermercados e lojas de conveniência que vendem doces e guloseimas, no entanto, os produtos ofertados nestes são formados basicamente por chocolates de marcas já consolidadas no mercado (Garoto, Lacta, Nestlé, M&M’s, Arcor e outros), no entanto, este tipo de produto não é o foco da empresa, pois

busca-se o mercado de doces gourmet, especificamente o de brigadeiros. Todavia, estes estabelecimentos podem afetar as vendas da brigaderia em vista de venderem produtos substitutos.

Com o objetivo de detalhar a atual atuação dos concorrentes no mercado patoense foram traçados os principais pontos fortes e fracos de cada um. Este detalhamento segue a seguir descrito na Tabela 1.

Tabela 1: Pontos Fortes e Fracos dos concorrentes da ALFA Brigaderia Gourmet.

ATELIÊ DOS DOCES	
<i>Pontos Fortes</i>	<i>Pontos Fracos</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Empresa já consolidada no mercado; • Possui ambiente para degustação de doces dentro da loja; • Os produtos ofertados são considerados de qualidade; • Possui um bom atendimento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Não vende brigadeiros gourmet; • Não possui redes sociais; • Está distante do centro da cidade.
TANUSKA DOCES	
<i>Pontos Fortes</i>	<i>Pontos Fracos</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Oferta seus produtos nas redes sociais; • Tem um bom atendimento; • Possui preços competitivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Não vende brigadeiros gourmet; • Não aceita cartões de crédito/débito; • Não possui loja física; • A qualidade de alguns produtos deixa a desejar.
DANNI BOLOS	
<i>Pontos Fortes</i>	<i>Pontos Fracos</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • Não vende brigadeiros gourmet;

- Possui clientela fidelizada;
- Possui preços competitivos;
- Tem um bom atendimento.

- Não possui redes sociais;
- Está distante do centro da cidade;
- O ambiente da empresa não permite degustação dos produtos no local;
- Não aceita cartões de crédito/débito;
- Possui ponto afastado do centro da cidade.

CACAU SHOW

Pontos Fortes

- Atua com uma marca já consolidada no mercado;
- Possui uma fatia de mercado equivalente a 20%;
- Lojas possuem estacionamento;
- Está localizada no principal shopping da cidade e no centro da cidade.

Pontos Fracos

- Não vende brigadeiros gourmet;
- Não possui redes sociais;
- Não possui um ambiente para degustação dos produtos dentro das lojas;
- Preço dos produtos considerados alto.

Fonte: Pesquisa direta, 2016.

4.4 Análise SWOT

Realizando a comparação da ALFA Brigaderia Gourmet com seus concorrentes diretos e indiretos, foi elaborada a seguinte Matriz SWOT.

Tabela 2: Matriz SWOT.

	Ajuda	Atrapalha
Fatores Internos	<p>FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presente ativamente nas Redes Sociais mais acessadas pelo público-alvo; • Atua com produtos e serviços inovadores; • Utilização de preços competitivos; • Lançamento de novos produtos a cada trimestre; • Facilidade para ampliar a capacidade produtiva de modo que se consegue ofertar produtos para grandes eventos; • Mantém parcerias para baratear custos. 	<p>FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marca ainda desconhecida no mercado; • Necessidade de capital para expandir a atuação da empresa para outras cidades do sertão paraibano.
	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Única brigaderia presente no sertão paraibano; • Pode passar a ofertar produtos <i>diet</i> para pessoas que não podem consumir açúcar tendo em vista que nenhum concorrente local faz isto. 	<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alguns concorrentes têm mais de 10 anos de atuação no mercado, com alguns clientes fiéis à empresa; • Clima quente, se não armazenar os produtos adequadamente eles podem derreter; • Conjunta econômica do país.
Fatores Externos		

Fonte: Autoria própria, 2017.

5. ESTRATÉGIAS DE MARKETING

5.1 Posicionamento

O objetivo da empresa será atuar no mercado oferecendo não apenas produtos, mas uma proposta de valor para os clientes. Buscar-se-á atuar nos *gaps* de mercado abertos pelos pontos fracos dos concorrentes, oferecendo produtos saborosos e visualmente atraentes, sempre com um atendimento excepcional; os clientes e funcionários sempre devem ser tratados com respeito e simpatia, o lema da empresa será: “damas servindo damas e cavalheiros servindo cavalheiros”.

Neste sentido, para tornar claro os objetivos do empreendimento foram propostas as seguintes missão e visão, respectivamente: “Proporcionar prazer na degustação de doces, sempre atendendo os clientes com presteza e simpatia, e compartilhando o sucesso com os funcionários e parceiros”; e “Ser referência na cidade de Patos – PB, até janeiro de 2019, como a brigaderia de melhores produtos, serviços e relacionamento”.

Para promover a empresa e seus produtos e serviços no mercado serão utilizadas as seguintes estratégias:

- Amostras grátis (“provas”);
- Envio de e-mail para clientes em potenciais (principalmente empresas);
- Entrega de cartões de visitas e folders para pessoas e organizações parceiras;
- Brindes e sorteios realizados nas redes sociais da empresa;
- Descontos (de acordo com os volumes comprados);
- Participação em feiras e eventos; e outros.

A ALFA Brigaderia atuará no mercado com preços equivalentes aos dos concorrentes, seu diferencial será manter o sabor e a aparência dos doces impecáveis, além de manter um atendimento ao cliente de maneira mais próxima, será atuante assiduamente nas Redes Sociais para convidar seus clientes para conhecerem novos produtos, lançar promoções, e manter contato com os mesmos. A rapidez na entrega de pedidos e o atendimento de excelência

serão outras estratégias de atuação da empresa.

5.2 Foco e Segmentação

O mercado-alvo da empresa é formado por homens e mulheres, de jovens de 16 a adultos de 50 anos, no entanto, nada impede que clientes de outras idades possam consumir os produtos/serviços da ALFA Brigaderia. Acontece que esta faixa etária é a principal consumidora tendo em vista que a partir dos 16 anos alguns indivíduos começam a auferir renda (seja trabalhando ou recebendo dinheiro de seus pais) e a partir dos 50 anos geralmente ocorre a entrada das pessoas em uma nova fase da vida, onde geralmente problemas de saúde surgem e é necessário um consumo de açúcar em um menor nível.

Mesmo diante disso, as mulheres serão a fatia de mercado segmentada da empresa que será priorizada, pois são as clientes que compram em maior quantidade e com mais frequência. Isso ocorre porque geralmente as mulheres gostam mais de consumir doces do que os homens, além disso, são as que mais presenteiam e são responsáveis por organizar a realização de festas e eventos.

5.3 Plano de Penetração no Mercado

Quando a ALFA Brigaderia Gourmet estiver apta para receber clientes, dois dias antes de sua inauguração, além das informações veiculadas nas redes sociais da empresa, será iniciada uma divulgação da brigaderia na principal rádio local da cidade. A vinheta da loja entrará no ar duas vezes no período da manhã, duas vezes à tarde e duas à noite, será veiculada dessa forma por dois meses, após este período se analisará os impactos da mesma sobre as vendas. Para isto, os clientes serão questionados através de uma pesquisa de satisfação sobre o modo como conheceram a empresa. Tal pesquisa será realizada ao término de cada visita dos clientes à brigaderia, isto é, quando o cliente receber a nota fiscal de seu consumo receberá também um cartão com 4 perguntas:

- 1) Qual seu nível de satisfação com os produtos da brigaderia?

- Excelente
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

2) Qual seu nível de satisfação com o atendimento da brigaderia?

- Excelente
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

3) Como nos conheceu?

- Através da rádio
- Pelo Facebook, Instagram ou WhatsApp
- Indicação de amigo(a)
- Passeando pela cidade
- Outro

4) Como podemos melhorar?

Os primeiros 150 clientes que responderem a pesquisa ganharão um brigadeiro e uma caneta personalizada com a logo da brigaderia

A inauguração será marcada com um chá da tarde para alguns convidados, como: dois jornalistas conhecidos da cidade, dois empresários, um artista local e outros parceiros do negócio. Com isso, pretende-se ampliar a divulgação da empresa de modo que toda a cidade saiba onde encontrar o empreendimento e quais produtos/serviços a empresa oferece.

5.4 Distribuição e Comercialização

Conforme informado anteriormente, os clientes encontrarão os produtos/serviços oferecidos pela empresa:

- Na própria loja física;
- Nas páginas da brigaderia na internet; e
- Na *food bike* por toda a cidade.

Em compras acima de R\$ 50,00 a entrega das mercadorias será feita gratuitamente no local que o cliente solicitar, desde que esteja distante até 2 km da empresa, caso contrário, será cobrada uma taxa de R\$ 3,50.

A força de vendas da empresa será composta pelo dono do negócio e pelos vendedores que serão contratados. O empreendedor será o responsável por realizar as vendas através da internet e do telefone, um vendedor ficará a cargo das vendas externas utilizando a *food bike*, e uma vendedora fará as vendas na loja física.

Em relação aos canais de distribuição dos concorrentes, foi constatado que a Cacau Show realiza vendas apenas com os clientes de maneira presencial, não realiza entregas; entretanto, os demais concorrentes realizam vendas por telefone e no próprio Facebook das donas dos negócios, e se as entregas das mercadorias ocorrerem dentro do perímetro urbano da cidade não há cobrança de entrega.

6. ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO

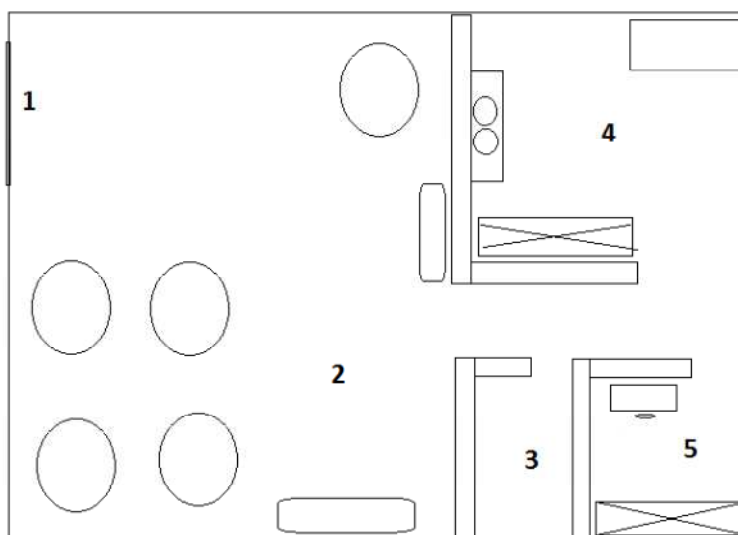
6.1 Localização e Instalações

As atividades da brigaderia serão desenvolvidas em um prédio que fica no centro da cidade. Atualmente o espaço não está sendo utilizado, é uma excelente local para o empreendimento, tendo em vista que há um fluxo intenso de pessoas, é de fácil localização, há estacionamento, e não será preciso realizar reforma no prédio, há necessidade apenas de trocar o papel de parede do ambiente de convivência dos clientes e pintar a fachada do prédio nas cores da organização.

Quanto à infraestrutura do empreendimento, será necessário adquirir móveis, alguns utensílios (pois já se tem uma parte), o material de decoração do ambiente, e mais duas bicicletas para serem personalizadas.

Abaixo segue a planta do espaço físico do empreendimento, sendo os números equivalentes a: 1. Entrada; 2. Ambiente para degustação; 3. WC; 4. Cozinha; 5. Pequeno escritório.

Figura 6: Layout da ALFA Brigaderia.



Fonte: Autoria própria, 2017.

6.2 Descrição Legal e Estrutura Societária

A ALFA Brigaderia Gourmet será uma empresa dos setores de comércio e serviço, pois produzirá e venderá doces (principalmente brigadeiros) e também prestará um serviço de aluguel de bicicletas (as *food bikes*). A organização estará enquadrada na forma jurídica de Microempresa, tendo em vista que tem previsão de faturamento anual de até R\$ 360.000,00 e há necessidade de contratar pessoal. O enquadramento tributário escolhido é o Simples Nacional.

Para realizar a abertura da brigaderia será necessário:

- Solicitar o registro da marca da empresa no Instituto Nacional da Propriedade Industrial;
- Realizar o cadastro da empresa na Junta Comercial do Estado;
- Solicitar o Alvará da Vigilância Sanitária;
- Solicitar o Alvará do Corpo de Bombeiros;
- Solicitar o Alvará de Funcionamento do Município; e
- Realizar o cadastro da empresa na Previdência Social.

6.3 Equipe

A descrição das atividades de cada membro da empresa estão descritas nas Tabelas 3, 4 e 5, que se seguem.

Tabela 3: Descrição de Cargo 1.

Nome	Romário Lustosa
Cargo	Dono da empresa
Perfil e Histórico Profissional	Solteiro, sem filhos, 23 anos, graduado em Administração, especialista em Empreendedorismo e Inovação, Mestrando em Desenvolvimento Regional cursando. Tem experiência na área de compras, gestão de pessoas e produção de doces finos. Possui facilidade para trabalhar e liderar em equipes, é organizado, proativo, e tem espírito empreendedor.
Atribuições	Atuar na fabricação de doces e na sua venda através das redes sociais, atualizar as páginas da empresa na internet, atender clientes, cuidar das estratégias de marketing, realizar os registros contábeis da empresa de acordo com as orientações do contador, realizar a compra de matéria-prima e outras mercadorias, negociar com clientes e fornecedores, cuidar do aluguel e manutenção das <i>food bikes</i> , realizar entregas de pedidos, atender clientes na loja física e outras tarefas correlatas.

Fonte: Autoria própria, 2017.

Tabela 4: Descrição de Cargo 2.

Cargo	Vendedor (a contratar)
Perfil e Histórico Profissional Desejado	Casado, com filhos, acima dos 25 anos. Ter experiência em atendimento ao cliente e venda de doces. Ser, alegre, comunicativo e organizado.
Atribuições	Atuar na venda de doces através da <i>food bike</i> , prestar contas diariamente das vendas realizadas, atender clientes, receber pagamentos, emitir notas fiscais, cuidar da limpeza da <i>food bike</i> , realizar entregas de pedidos, sugerir ações de marketing e outras melhorias.

Fonte: Autoria própria, 2017.

Tabela 5: Descrição de Cargo 3.

Cargo	Vendedora (a contratar)
Perfil e Histórico Profissional Desejado	Solteira, sem filhos, acima dos 20 anos. Ter experiência em atendimento ao cliente, venda de doces, abertura e fechamento de caixa, e elaboração de vitrines. Ser, simpática, comunicativa e organizada.
Atribuições	Atuar na venda de doces através das redes sociais, prestar contas diariamente das vendas realizadas, atender clientes, receber pagamentos, emitir notas fiscais, cuidar da limpeza da loja, negociar com clientes, sugerir ações de marketing e outras melhorias.

Fonte: Autoria própria, 2017.

6.4 Terceirização e Equipe de Apoio Externo

Parte das entregas da brigaderia será terceirizada, isto é, quando o vendedor ou o dono do negócio não puderem realizar as entregas, quem as fará serão um taxista e/ou um motoboy que já são conhecidos e de confiança (da empresa ou dos clientes). Esta terceirização permitirá se fazer outras atividades no tempo que seria necessário para fazer as entregas.

6.5 Alianças e parcerias

Uma aliança importante para a empresa é a estabelecida com uma loja que trabalha com a criação de embalagens e ornamentação de festas e eventos. A dona desta empresa é amiga de longa data do empreendedor. Esta parceria se dá da seguinte forma: A ALFA Brigaderia fornece doces com preço baixo do mercado para a loja de embalagens realizar seus eventos, em contrapartida esta vende caixas personalizadas para a ALFA com um preço inferior a do praticado no mercado. Ambas as empresas ainda divulgam as ações uma da outra e compartilham informações sobre clientes importantes dos negócios. Dessa forma todas as empresas saem ganhando.

Outra parceria importante é a realizada com um locutor de uma rádio importante de Patos, este, por um ano, não cobrará para fazer as campanhas publicitárias da brigaderia, além disso, ele conseguiu baixar o preço pago pela veiculação da vinheta da ALFA na rádio. Isto se deu porque este locutor decidiu retribuir um benefício que lhe oferecido pelo empreendedor em outras datas.

6.6 Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação

As atividades de PD&I são importantíssimas para o sucesso de qualquer empresa, com a ALFA Brigaderia não será diferente. Como estratégia organizacional, a cada três meses a brigaderia lançará um novo brigadeiro e excluirá o que menos foi comprado no trimestre

(dependendo de cada caso, possa ser que não seja necessário retirar do menu determinado brigadeiro, no entanto, será preciso ser lançado um novo sabor como uma tática para atração/permanência de clientes).

Para isso, constantemente se realizará *benchmarking* para verificar as novidades do mercado. Quinzenalmente, as primeiras duas horas de cada expediente das quartas-feiras, seja de forma *online* ou através do contato com fornecedores e clientes, se verificará quais os produtos de sucesso vêm sendo desenvolvidos pela concorrência, bem como, quais são as possíveis “apostas” para o futuro. Dessa forma, mensalmente será destinado R\$ 150,00 para a compra de matéria-prima a ser empregada na criação dos novos doces/sabores.

Analisar o mercado e consultar clientes podem trazer ideais para minimizar custos e maximizar resultados, e de como suprir as necessidades e desejos dos clientes para se diferenciar da concorrência.

6.7 Gestão da Qualidade

O nível de qualidade dos produtos e serviços da empresa será avaliado pelos *stakeholders* da organização. Quando o cliente receber a nota fiscal de seu consumo na brigaderia receberá também um cartão (ver item “Plano de Penetração no Mercado”) que poderá informar sobre seu grau de satisfação em relação à ALFA Brigaderia Gourmet. Além disso, será enviada mala-direta para os e-mails dos clientes, parceiros e fornecedores da organização, com as mesmas perguntas rápidas e objetivas a respeito do grau de satisfação/qualidade dos produtos/serviços da empresa, através das redes sociais da ALFA também será veiculado a cada quinzena um convite para os clientes responderem à pesquisa de satisfação. À medida que as respostas forem recebidas as sócias verificarão cada caso para tomar a ação necessária.

A qualidade será um fator determinante para o sucesso da empresa na cidade de Patos – PB, pois já existem concorrentes fortes no mercado, se a empresa realmente quiser ser competitiva e ganhar uma parcela desse público-alvo terá que ser excelente na qualidade de seus produtos e na forma de atender e entregá-los aos consumidores. Dessa forma, será preciso ouvir

os clientes para se saber qual a melhor forma de suprir suas necessidades, desejos e expectativas.

7. PLANO DE IMPLANTAÇÃO

7.1 Análise de Riscos

Os principais riscos que ameaçam a operacionalização das atividades da empresa são os seguintes:

- Inconsistências por parte dos respondentes da pesquisa informada no item “Análise da Concorrência”, isto é, os respondentes informaram que visitariam e consumiriam os produtos de uma nova brigaderia que se instalasse na cidade, porém, na prática não se sabe se de fato isso acontecerá;
- Os concorrentes já consolidados do mercado, principalmente, Ateliê Doces e Tanuska Doces, tendo em vista serem os principais concorrentes da empresa e possuírem maior poder barganha para lançar promoções e outras estratégias de venda de produtos que, de certo modo, viriam prejudicar a ALFA Brigaderia;
- Os clientes podem não compreender a proposta de valor/ inovação da *food bike* para um evento, sendo assim, podem não querer solicitar este serviço;
- Mesmo atuando com preços competitivos a população pode não compreender a real característica dos produtos da ALFA, podem não estar maduros o suficiente para isto, mesmo tendo informado que sim em pesquisas;
- Caso haja agravamento da atual crise econômica o movimento de clientes e de pedidos podem diminuir na empresa;
- A alianças firmadas (ver item 5.5) podem, em algum momento, serem desfeitas, causando prejuízos para a brigaderia.

7.2 Fatores Críticos de Sucesso

São fatores críticos de sucesso para a empresa:

- Permanência das parcerias atuais;
- Atingir a meta de vendas, do primeiro mês de atuação da brigaderia, de 120 doces ao dia, porém, com crescimento de 2% para os meses seguintes;
- Realizar a preparação do espaço de atuação da empresa conforme o layout proposto;
- Conseguir novas parcerias com empresas e clientes na cidade de Patos-PB para indicar os produtos e serviços da ALFA Brigaderia Gourmet.

7.3 Cronograma

Tabela 6: Cronograma dos seis primeiros meses de atuação.

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6
Atuar no processo de formalização da empresa	X	X				
Pequena reforma na brigaderia	X	X				
Compra de móveis, equipamentos e utensílios		X	X			
Compra da matéria-prima		X	X	X		
Publicidade e propaganda		X	X	X	X	X
Evento de inauguração			X			
Operacionalização das atividades empresariais			X	X	X	X

Fonte: Aatoria própria, 2017.

7.4 Outras possibilidades de atuação no mercado

Mesmo diante do informado, a vivência prática das atividades empresariais é que de fato comprovará a veracidade dos dados apresentados neste trabalho. Caso opte-se por não abrir a empresa são sugestões de medidas para serem tomadas: optar por um modelo de negócio do tipo quiosque, porém, utilizando a *food bike*; continuar com o atual modelo de negócio, porém, sem a loja física e vendendo doces e alugando a *food bike* através da internet para todo o sertão paraibano (ou região metropolitana de Patos); atuar na venda de doces e brigadeiros apenas em eventos e locais públicos utilizando a *food bike*. Ressalta-se que para implementar estas propostas é necessário realizar novo estudo.

8. PLANO FINANCEIRO

Aqui será apresentada uma síntese a respeito do Plano Financeiro da Brigaderia, as planilhas e dados que serão demonstrados foram lançados no *software* MakeMoney®. Todas demais planilhas relativas à análise financeira do negócio encontram-se no Anexo deste trabalho.

8.1 Investimentos

A	GASTOS NA IMPLANTAÇÃO - Investimento Inicial					23.344,50
A.1	Investimentos Fixos					15.344,50
#	Desembolso	Descrição	Qtd.	Valor Unitário	Total	
1	20/02/2017	Registro da Marca da Brigaderia	01	142,00	142,00	
2	30/03/2017	Alvarás e Certidões de Funcionamento	01	1.800,00	1.800,00	
3	30/03/2017	Impressora	01	480,00	480,00	
4	30/03/2017	Fogão	01	550,00	550,00	
5	30/03/2017	Botijão de Gás	01	120,00	120,00	
6	30/03/2017	Mesas de 4 cadeiras	05	450,00	2.250,00	
7	30/03/2017	Balcão	01	1.000,00	1.000,00	
8	30/03/2017	Computador	01	1.500,00	1.500,00	
9	30/03/2017	Panelas	10	36,00	360,00	
10	30/03/2017	Talheres	50	5,00	250,00	
11	30/03/2017	Pratos	25	7,50	187,50	
12	30/03/2017	Potes de Plásticos	30	8,50	255,00	
13	30/03/2017	Estantes Expositoras	02	1.200,00	2.400,00	
14	30/03/2017	Armário Para Cozinha	01	1.000,00	1.000,00	
15	30/03/2017	Conjunto Mesa e Cadeiras (Cozinha)	01	600,00	600,00	
16	30/03/2017	Móvel Para Geláguas	01	250,00	250,00	
17	30/03/2017	Microondas	01	400,00	400,00	
18	30/03/2017	Geladeira	01	1.800,00	1.800,00	
A.2	Formação do Capital de Giro (reserva financeira)					8.000,00
B	AMPLIAÇÕES - Investimentos Futuros e Melhorias					4.600,00
B.1	Investimentos Fixos					4.600,00
#	Desembolso	Descrição	Qtd.	Valor Unitário	Total	
1	22/03/2017	Adaptação do ambiente físico da empresa (pequena forma)	01	3.000,00	3.000,00	
2	30/03/2017	Compra de Material de Ornamentação	01	1.600,00	1.600,00	

8.2 Despesas Administrativas

Descrição da Despesa		Média Mensal (R\$)
1	Água, Luz e Telefone	260,00
2	Aluguéis, Condomínios e IPTU	1.100,00
3	Marketing & Publicidade	120,00
4	Internet	60,00
5	Material de Escritório	30,00
6	Treinamentos e Viagens	100,00
7	Manutenção & Conservação	40,00
TOTAL DA MÉDIA MENSAL		1.710,00

8.3 Equipe

A	EQUIPE PRÓPRIA	3.965,56
A.1	Vendedor	1.982,78
A.2	Vendedora	1.982,78
B	DIVIDENDOS/DISTRIBUIÇÃO	2.800,00
B.1	Pró-labore do dono da empresa	2.800,00
TOTAL DA MÉDIA MENSAL		6.765,56

8.4 Custo de Produção e Entrega

A	Compras / Insumos			752,74
B	Fretes			100,00
C	Embalagens			360,20
D	TOTAL (Compras/Insumos + Fretes + Embalagens)			1.212,94
D.1	Aluguel da Food Bike (Equipada com Doces)			280,00
D.2	Aluguel da Food Bike (Equipada sem Doces)			150,00
D.3	Brigadeiro Simples			96,00
D.4	Brigadeiro Gourmet			7,50
D.5	Brigadeiro de Colher			92,00
D.6	Bolo Kitkat			65,20
D.7	Bolo Bis			78,24
D.8	Sucos			135,00
D.9	Capuccino			104,00
D.10	Doces para eventos			205,00
E	PAGAMENTO DOS FORNECEDORES	A Vista	30 Dias	1.212,94
E.1	Aluguel da Food Bike (Equipada com Doces)	100%	0%	280,00
E.2	Aluguel da Food Bike (Equipada sem Doces)	100%	0%	150,00
E.3	Brigadeiro Simples	100%	0%	96,00
E.4	Brigadeiro Gourmet	100%	0%	7,50
E.5	Brigadeiro de Colher	100%	0%	92,00
E.6	Bolo Kitkat	100%	0%	65,20
E.7	Bolo Bis	100%	0%	78,24
E.8	Sucos	100%	0%	135,00
E.9	Capuccino	100%	0%	104,00
E.10	Doces para eventos	100%	0%	205,00

8.5 Receitas

			Mês 1	Mês 2	Mês 3
Venda de Produtos e Serviços			12.000,00	12.000,00	12.000,00
Aluguel da Food Bike (Equipada com Doces)			2.000,00	2.000,00	2.000,00
Aluguel da Food Bike (Equipada sem Doces)			1.400,00	1.400,00	1.400,00
Brigadeiro Simples			1.000,00	1.000,00	1.000,00
Brigadeiro Gourmet			900,00	900,00	900,00
Brigadeiro de Colher			450,00	450,00	450,00
Bolo Kitkat			500,00	500,00	500,00
Bolo Bis			500,00	500,00	500,00
Sucos			1.600,00	1.600,00	1.600,00
Capuccino			650,00	650,00	650,00
Doces para eventos			3.000,00	3.000,00	3.000,00
Recebimentos			8.800,00	12.000,00	12.000,00
	à vista	30 dias			
Aluguel da Food Bike (Equipada com Doces)	50%	50%	1.000,00	2.000,00	2.000,00
Aluguel da Food Bike (Equipada sem Doces)	50%	50%	700,00	1.400,00	1.400,00
Brigadeiro Simples	100%	0%	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Brigadeiro Gourmet	100%	0%	900,00	900,00	900,00
Brigadeiro de Colher	100%	0%	450,00	450,00	450,00
Bolo Kitkat	100%	0%	500,00	500,00	500,00
Bolo Bis	100%	0%	500,00	500,00	500,00
Sucos	100%	0%	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Capuccino	100%	0%	650,00	650,00	650,00
Doces para eventos	50%	50%	1.500,00	3.000,00	3.000,00
Outras Receitas			-	-	-

8.6 Projeção de Resultados

		Mês 1	Mês 2	Mês 3
A ENTRADAS	27.944,50	8.800,00	12.000,00	12.000,00
A.1 Receita de Vendas / Serviços		8.800,00	12.000,00	12.000,00
A.2 Empréstimos	-	-	-	-
A.4 Capital Próprio Investido na Empresa	27.944,50			
B SAÍDAS	-	(9.688,50)	(9.688,50)	(9.688,50)
B.1 Investimentos Fixos	-	-	-	-
Implantação - Investimento Inicial	-	-	-	-
Ampliações & Melhorias - Investimentos Futuros	-	-	-	-
B.2 Despesas Administrativas		(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)
Aluguéis, Condomínios e IPTU		(1.100,00)	(1.100,00)	1.100,00
Marketing e Publicidade		(120,00)	(120,00)	(120,00)
Treinamentos e Viagens		(100,00)	(100,00)	100,00
Manutenção & Conservação		(40,00)	(40,00)	(40,00)
Seguros		-	-	-
Água, Luz e Telefone		(260,00)	(260,00)	(260,00)
Outras Despesas		(90,00)	(90,00)	(90,00)
B.3 Remuneração da Equipe		(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)
Equipe Própria		(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)
Terceiros - Prestadores de Serviços		-	-	-
Encargos Sociais, Alimentação e Transporte		-	-	-
B.4 Custos diretos		(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)
Despesas de Produção / Entrega		(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)
Comissões e taxas sobre vendas de produtos/serviços		-	-	-
B.5 Dividendos (Distribuição de lucros)		(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)
C FLUXO DO PERÍODO (A - B)	27.944,50	(888,50)	2.311,50	2.311,50
SALDO ACUMULADO =	27.944,50	27.056,00	29.367,50	31.679,00

8.7 Análise de Investimento

Pay Back - Tempo de Retorno do Investimento

Atratividade (Valor Presente)

Taxa mínima requerida de retorno (taxa de atratividade): 16,00% ao ano

Investimento Inicial*: (8.000,00)

Valor Presente (Valor Atual do Fluxo de Caixa): 33.471,22

VALOR PRESENTE LÍQUIDO = 25.471,22

TIR - Taxa Interna de Retorno

-72,5% ao ano

Projeções de Longo Prazo**

	5 anos	10 anos	15 anos	20 anos
VPL (Valor Presente Líquido) =	40.936,00	50.930,32	55.688,75	57.954,30
TIR (Taxa Interna de Retorno) =	12%	24%	27%	27%
Pay back - Retorno do Investimento =	2 ano(s)			

* Para o cálculo do VPL, Investimento Inicial = investimentos realizados antes da data de início das operações + capital de giro.

** Para fazer uma análise usando os anos 2 ao 20, foram usados os mesmos dados informados para o ano 1.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das informações apresentadas no decorrer deste trabalho é possível observar que a proposta de criação da ALFA Brigaderia Gourmet na cidade de Patos – PB possui características inovadoras para este mercado. Conforme se verificou no Plano Financeiro há viabilidade econômico-financeira para a implantação do empreendimento, pois o volume de vendas estimado supera o montante necessário para operacionalizar o negócio, além disso, há retorno do investimento em torno de dois anos.

No entanto, é preciso levar em conta alguns fatores que limitam, e de certo modo impedem, o crescimento da organização, como por exemplo: baixo poder econômico por parte das famílias patoenses (os produtos/serviços da empresa têm foco nas Classes A, B e C), concorrentes diretos e indiretos já consolidados no mercado, e presença de sazonalidade no consumo dos produtos/serviços. Mesmo com o crescimento do setor, conforme demonstrado ao longo do trabalho, a crise econômica pela qual o país vem enfrentando também é um ponto que merece cuidado, tendo em vista que ela faz com que os consumidores diminuam a procura por produtos que não sejam de primeira necessidade (como é o caso dos produtos/serviços da Brigaderia).

Dessa forma, manter um padrão de qualidade superior ao dos concorrentes, no que tange aos produtos/serviços e no atendimento aos clientes, é fundamental para a sobrevivência da empresa, ainda mais pelo fato de estar entrando agora no mercado.

10. REFERÊNCIAS

APONTADOR. **Brigaderia** - Shopping Iguatemi Alphaville. Disponível em: <http://www.apontador.com.br/local/sp/barueri/docerias/C4148830570F3E0F37/brigaderia_s_hopping_iguatemi_alphaville.html>. Acesso em 18 de Janeiro de 2017.

GLOBO NEWS. **Dona da primeira brigaderia gourmet do país fatura R\$ 3 milhões por ano.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-news/noticia/2016/03/dona-da-primeira-brigaderia-gourmet-do-pais-fatura-r-3-milhoes-por-ano.html>>. Acesso em 18 de Janeiro de 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2010.** Paraíba: Patos. 2010. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/>>. Acesso em 19 de Janeiro de 2017.

MOREIRA, Isabela. **Ex-estudante de medicina ganha R\$ 1,5 milhão vendendo doces.** Revista Pequenas Empresas e Grandes e Negócios, 2015. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/noticia/2015/01/ex-estudante-de-medicina-ganha-r-15-milhao-vendendo-doces.html>>. Acesso em 18 de Janeiro de 2017.

PINTEREST. Explore Bikes Criativas, Deliciosos Doces e muito mais!. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/101612535320188920>>. Acesso em 18 de Janeiro de 2017.

RÁDIO SEBRAE SP. **Conheça a história da fundadora da Brigaderia.** Disponível em: <<http://radio.sebraesp.com.br/index.php/42-noticias/empreendedorismo/7493-conheca-a-historia-da-fundadora-da-brigaderia>>. Acesso em 18 de Janeiro de 2017.

RIBEIRO, Flávio. **Mercado gourmet de doces está em alta.** O Pólo, 2016. Disponível em: <<http://opolo.com.br/index.php/mercado-gourmet-de-doces-esta-em-alta/>>. Acesso em 18 de Janeiro de 2017.

SOBRE FRANQUIAS. **Franquia Brigaderia.** Disponível em: <<http://sobrefranquias.com/portfolio/franquia-brigaderia/>>. Acesso em 18 de Janeiro de 2017.

SUA FRANQUIA. **Cacau Show Oferece Seis Modelos De Negócio Com Investimento A Partir De R\$ 19 Mil.** Disponível em: <<http://www.suafranquia.com/noticias/alimentacao/2016/06/cacau-show-oferece-seis-modelos-de-negocio-com-investimento-a-partir-de-r-19-mil.html>>. Acesso em 18 de Janeiro de 2017.

11. ANEXO

Investimentos

A GASTOS NA IMPLANTAÇÃO - Investimento Inicial					23.344,50
A.1 Investimentos Fixos					15.344,50
#	Desembolso	Descrição	Qtd.	Valor Unitário	Total
1	20/02/2017	Registro da Marca da Brigaderia	01	142,00	142,00
2	30/03/2017	Alvarás e Certidões de Funcionamento	01	1.800,00	1.800,00
3	30/03/2017	Impressora	01	480,00	480,00
4	30/03/2017	Fogão	01	550,00	550,00
5	30/03/2017	Botijão de Gás	01	120,00	120,00
6	30/03/2017	Mesas de 4 cadeiras	05	450,00	2.250,00
7	30/03/2017	Balcão	01	1.000,00	1.000,00
8	30/03/2017	Computador	01	1.500,00	1.500,00
9	30/03/2017	Panelas	10	36,00	360,00
10	30/03/2017	Talheres	50	5,00	250,00
11	30/03/2017	Pratos	25	7,50	187,50
12	30/03/2017	Potes de Plásticos	30	8,50	255,00
13	30/03/2017	Estantes Expositoras	02	1.200,00	2.400,00
14	30/03/2017	Armário Para Cozinha	01	1.000,00	1.000,00
15	30/03/2017	Conjunto Mesa e Cadeiras (Cozinha)	01	600,00	600,00
16	30/03/2017	Móvel Para Gelágua	01	250,00	250,00
17	30/03/2017	Microondas	01	400,00	400,00
18	30/03/2017	Geladeira	01	1.800,00	1.800,00
A.2 Formação do Capital de Giro (reserva financeira)					8.000,00
B AMPLIAÇÕES - Investimentos Futuros e Melhorias					4.600,00
B.1 Investimentos Fixos					4.600,00
#	Desembolso	Descrição	Qtd.	Valor Unitário	Total
1	22/03/2017	Adaptação do ambiente físico da empresa (pequena forma)	01	3.000,00	3.000,00
2	30/03/2017	Compra de Material de Ornamentação	01	1.600,00	1.600,00

C FONTES DE RECURSOS		27.944,50
C.1 Recursos Próprios		27.944,50
Capital investido pelos sócios		27.944,50
Caixa da Empresa (patrimônio líquido)		-
C.2 Empréstimos		-
C.3 Outras receitas		-
C.4 Doações		-

Projeção dos Resultados

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	144.000,00
(-) Impostos sobre faturamento	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(5.760,00)
(-) Comissões e taxas sobre vendas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 (=) Receita Líquida de Vendas	11.520,00	11.520,00	11.520,00	11.520,00	11.520,00	11.520,00	11.520,00	11.520,00	11.520,00	11.520,00	11.520,00	11.520,00	138.240,00
3 (-) Custos de Produção/Entrega	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(14.555,28)
Compras/Insumos	(752,74)	(752,74)	(752,74)	(752,74)	(752,74)	(752,74)	(752,74)	(752,74)	(752,74)	(752,74)	(752,74)	(752,74)	(9.032,88)
Fretes & Embalagens	(460,20)	(460,20)	(460,20)	(460,20)	(460,20)	(460,20)	(460,20)	(460,20)	(460,20)	(460,20)	(460,20)	(460,20)	(5.522,40)
4 (=) Lucro Bruto (Margem de Contribuição)	10.307,06	10.307,06	10.307,06	10.307,06	10.307,06	10.307,06	10.307,06	10.307,06	10.307,06	10.307,06	10.307,06	10.307,06	123.684,72
5 (-) Despesas Operacionais	(5.675,56)	(5.675,56)	(5.675,56)	(5.675,56)	(5.675,56)	(5.675,56)	(5.675,56)	(5.675,56)	(5.675,56)	(5.675,56)	(5.675,56)	(5.675,56)	(68.406,72)
Despesas Administrativas	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(20.820,00)
Equipe Própria (com encargos)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(47.586,72)
Terceiros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 (=) Resultado Operacional (EBITDA/LAJIDA)	4.631,50	4.631,50	4.631,50	4.631,50	4.631,50	4.631,50	4.631,50	4.331,50	4.631,50	4.631,50	4.631,50	4.631,50	55.278,00
7 (+/-) Receitas/Despesas não Operacionais	-	-	-	-	(10,22)	(10,22)	(10,22)	(10,22)	(10,22)	(10,22)	(10,22)	(10,22)	(81,79)
(-) Depreciação	-	-	-	-	(10,22)	(10,22)	(10,22)	(10,22)	(10,22)	(10,22)	(10,22)	(10,22)	(81,79)
(+) Outras receitas não operacionais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-) Taxas/Lucros de Financiamentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8 (=) Resultado Tributável	4.631,50	4.631,50	4.631,50	4.631,50	4.621,28	4.621,28	4.621,28	4.321,28	4.621,28	4.621,28	4.621,28	4.621,28	55.196,21
(-) Imposto sobre Lucro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9 (=) Lucro Líquido	4.631,50	4.631,50	4.631,50	4.631,50	4.621,28	4.621,28	4.621,28	4.321,28	4.621,28	4.621,28	4.621,28	4.621,28	55.196,21
(-) Dividendos (distribuídos/provisionados)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(33.600,00)
10 (=) Resultado do Exercício	1.831,50	1.831,50	1.831,50	1.831,50	1.821,28	1.821,28	1.821,28	1.521,28	1.821,28	1.821,28	1.821,28	1.821,28	21.596,21
Margem de Contribuição	85,9%	85,9%	85,9%	85,9%	85,9%	85,9%	85,9%	85,9%	85,9%	85,9%	85,9%	85,9%	85,9%
Ponto de Equilíbrio Financeiro*	6.607,77	6.607,77	6.607,77	6.607,77	6.619,68	6.619,68	6.619,68	6.968,95	6.619,68	6.619,68	6.619,68	6.619,68	79.737,78

* Aproximado. Valor exato depende da distribuição das vendas entre os produtos e serviços e da variação dos custos de produção e despesas administrativas em relação ao volume de vendas

Despesas Administrativas

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
1 Água, Luz e Telefone	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	3.120,00
2 Aluguéis, Condomínios e IPTU	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.400,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	13.500,00
3 Marketing & Publicidade	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1.440,00
4 Internet	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00
5 Material de Escritório	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00
6 Treinamentos e Viagens	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
7 Manutenção & Conservação	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00
	1.710,00	1.710,00	1.710,00	1.710,00	1.710,00	1.710,00	1.710,00	2.010,00	1.710,00	1.710,00	1.710,00	1.710,00	20.820,00

Salários, Honorários e Dividendos

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
A EQUIPE PRÓPRIA	3.965,56	3.965,56	3.965,56	3.965,56	3.965,56	3.965,56	3.965,56	3.965,56	3.965,56	3.965,56	3.965,56	3.965,56	47.586,72
A.1 Vendedor	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	23.793,36
A.2 Vendedora	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	1.982,78	23.793,36
B TERCEIROS - PREST	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
C DIVIDENDOS/DISTRIBUIÇÃO	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	33.600,00
C.1 Pró-labore	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	33.600,00
TOTAIS (A+ B + C + Encargos)	\$ 6.765,56	\$ 6.765,56	\$ 6.765,56	\$ 6.765,56	\$ 6.765,56	\$ 6.765,56	\$ 6.765,56	\$ 6.765,56	\$ 6.765,56	\$ 6.765,56	\$ 6.765,56	\$ 6.765,56	\$ 81.186,72

Custos de Produção / Entrega

		Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
A	Compras / Insumos	752,74	752,74	752,74	752,74	752,74	752,74	752,74	752,74	752,74	752,74	752,74	9.032,88
B	Fretes	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
C	Embalagens	360,20	360,20	360,20	360,20	360,20	360,20	360,20	360,20	360,20	360,20	360,20	4.322,40
D	TOTAL (Compras/Insumos + Fretes + Embalagem)	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	14.555,28
D.1	Aluguel da Food Bike (Equipada com Doces)	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	3.360,00
D.2	Aluguel da Food Bike (Equipada sem Doces)	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
D.3	Brigadeiro Simples	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	1.152,00
D.4	Brigadeiro Gourmet	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	90,00
D.5	Brigadeiro de Colher	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	1.104,00
D.6	Bolo Kitkat	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	782,40
D.7	Bolo Bis	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	938,88
D.8	Sucos	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1.620,00
D.9	Capuccino	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	1.248,00
D.10	Doces para eventos	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	2.460,00
E	PAGAMENTO DOS FORNECEDORES	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	1.212,94	14.555,28
E.1	Aluguel da Food Bike (Equipada com Doces)	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	3.360,00
E.2	Aluguel da Food Bike (Equipada sem Doces)	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
E.3	Brigadeiro Simples	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00	1.152,00
E.4	Brigadeiro Gourmet	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	90,00
E.5	Brigadeiro de Colher	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00	1.104,00
E.6	Bolo Kitkat	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	65,20	782,40
E.7	Bolo Bis	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	78,24	938,88
E.8	Sucos	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1.620,00
E.9	Capuccino	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	1.248,00
E.10	Doces para eventos	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	2.460,00

FATURAMENTO

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
A Venda de Produtos e Serviços	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	144.000,00
A.1 Aluguel da Food Bike (Equipada com Doces)	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00
A.2 Aluguel da Food Bike (Equipada sem Doces)	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	16.800,00
A.3 Brigadeiro Simples	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00
A.4 Brigadeiro Gourmet	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	10.800,00
A.5 Brigadeiro de Colher	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00
A.6 Bolo Kikikat	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
A.7 Bolo Bis	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
A.8 Sucos	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	19.200,00
A.9 Capuccino	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	7.800,00
A.10 Doces para eventos	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	36.000,00
B Recebimentos	8.800,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	140.800,00
B.1 Aluguel da Food Bike (Equipada com Doces)	1.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	23.000,00
B.2 Aluguel da Food Bike (Equipada sem Doces)	700,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	16.100,00
B.3 Brigadeiro Simples	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00
B.4 Brigadeiro Gourmet	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	10.800,00
B.5 Brigadeiro de Colher	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00
B.6 Bolo Kikikat	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
B.7 Bolo Bis	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
B.8 Sucos	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	19.200,00
B.9 Capuccino	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	7.800,00
B.10 Doces para eventos	1.500,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	34.500,00
C Outras Receitas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Fluxo de Caixa

		Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
A	ENTRADAS	27.944,50	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	140.800,00
A.1	Receita de Vendas / Serviços	8.800,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	140.800,00
A.2	Empréstimos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A.3	Outras Receitas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A.4	Capital Próprio Investido na Empresa	27.944,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B	SAIDAS	(9.688,50)	(9.688,50)	(9.688,50)	(9.830,50)	(27.373,50)	(9.688,50)	(9.688,50)	(9.988,50)	(9.688,50)	(9.688,50)	(9.688,50)	(9.688,50)	(134.389,00)
B.1	Investimentos Fixos	-	-	-	(142,00)	(17.685,00)	-	-	-	-	-	-	-	(17.827,00)
	Implantação - Investimento Inicial	-	-	-	(142,00)	(13.085,00)	-	-	-	-	-	-	-	(13.227,00)
	Ampliações & Melhorias - Investimentos Futuros	-	-	-	-	(4.600,00)	-	-	-	-	-	-	-	(4.600,00)
B.2	Despesas Administrativas	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(2.010,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(1.710,00)	(20.820,00)
	Aluguéis, Condomínios e IPTU	(1.100,00)	(1.100,00)	(1.100,00)	(1.100,00)	(1.100,00)	(1.100,00)	(1.100,00)	(1.400,00)	(1.100,00)	(1.100,00)	(1.100,00)	(1.100,00)	(13.500,00)
	Marketing e Publicidade	(120,00)	(120,00)	(120,00)	(120,00)	(120,00)	(120,00)	(120,00)	(120,00)	(120,00)	(120,00)	(120,00)	(120,00)	(1.440,00)
	Treinamentos e Viagens	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(1.200,00)
	Manutenção & Conservação	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(480,00)
	Seguros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Água, Luz e Telefone	(260,00)	(260,00)	(260,00)	(260,00)	(260,00)	(260,00)	(260,00)	(260,00)	(260,00)	(260,00)	(260,00)	(260,00)	(3.120,00)
	Outras Despesas	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(1.080,00)
B.3	Remuneração da Equipe	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(47.586,72)
	Equipe Própria	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(3.965,56)	(47.586,72)
	Terceiros - Prestadores de Serviços	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B.4	Custos diretos	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(14.555,28)
	Despesas de Produção / Entrega	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(1.212,94)	(14.555,28)
	Comissões e taxas sobre vendas de produtos/serviços	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B.5	Despesas Tributárias	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Impostos a Pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Provisão para Imposto de Renda	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B.6	Despesas Financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Taxas/Juros de Empréstimos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Amortização de empréstimos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B.7	Dividendos (Distribuição de Lucros)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(2.800,00)	(33.600,00)
C	FLUXO DO PERÍODO (A - B)	27.944,50	(888,50)	2.311,50	2.311,50	2.169,50	(15.373,50)	(2.800,00)	2.311,50	(2.800,00)	2.311,50	(2.800,00)	2.311,50	34.355,50
	SALDO ACUMULADO =	27.944,50	27.056,00	29.367,50	31.679,00	33.848,50	18.475,00	20.786,50	23.098,00	25.109,50	27.421,00	29.732,50	32.044,00	34.355,50
														34.355,50

Análise de Investimento

Pay Back - Tempo de Retorno do Investimento	Não há retorno em 1 ano(s) anos			
Atratividade (Valor Presente)				
Taxa mínima requerida de retorno (taxa de atratividade):	16,00% ao ano			
Investimento Inicial*:	(8.000,00)			
Valor Presente (Valor Atual do Fluxo de Caixa):	33.471,22			
VALOR PRESENTE LÍQUIDO =	25.471,22			
TIR - Taxa Interna de Retorno	-72,5% ao ano			
Projeções de Longo Prazo**	5 anos	10 anos	15 anos	20 anos
VPL (Valor Presente Líquido) =	40.936,00	50.930,32	55.688,75	57.954,30
TIR (Taxa Interna de Retorno) =	12%	24%	27%	27%
Pay back - Retorno do Investimento =	2 ano(s)			

* Para o cálculo do VPL, Investimento Inicial = investimentos realizados antes da data de início das operações + capital de giro

** Para fazer uma análise usando os anos 2 ao 20, foram usados os mesmos dados informados para o ano 1

Projeções - Cenário A

PREMISSAS - Variações em relação aos valores informados no projeto

Faturamento	X	1,20
Investimento Inicial	X	1,10
% de comissões sobre as vendas	X	1,05
Alíquota de impostos sobre faturamento	X	1,08
Equipe (salários e encargos)	X	1,15
Despesas Administrativas	X	1,30
Preço médio de insumos	X	1,00
Preço médio de fretes & embalagens	X	1,00
Despesas com juros e amortizações	X	1,00

Análise de Investimento

Pay Back - Retorno do Investimento

1 ano(s)

Atratividade

Taxa de atratividade: 16,00% ao ano

Investimento Inicial: (8.800,00)

Valor Presente: 39.296,59

VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL) = 30.496,59

TIR - Taxa Interna de Retorno:

-48,7%

Projeções de Longo Prazo

	5 anos	10 anos	15 anos	20 anos
VPL	62.261,80	82.790,51	92.564,49	97.218,01
TIR	43%	50%	51%	51%

Pay Back - Retorno do Investimento = 1 ano(s)

	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	172.800,00
(-) Impostos sobre faturamento	-
(-) Comissões e taxas sobre vendas	-
2 (=) Receita Líquida de Vendas	172.800,00
3 (-) Custos de Produção/Entrega	(14.555,28)
Compras/Insumos	(9.032,88)
Fretes & Embalagens	(5.522,40)
4 (=) Lucro Bruto (Margem de Contribuição)	158.244,72
5 (-) Despesas Operacionais	(81.790,73)
Despesas Administrativas	(27.066,00)
Equipe Própria (com encargos)	(54.724,73)
Terceiros	-
6 (=) Resultado Operacional (EBITDALAJIDA)	76.453,99
7 (+/-) Receitas/Despesas não Operacionais	(81,79)
(-) Depreciação	(81,79)
(+) Outras receitas não operacionais	-
(-) Taxas/Juros de Financiamentos	-
8 (=) Resultado Tributável	76.372,20
(-) Imposto sobre Lucro	(3.784,81)
9 (=) Lucro Líquido	72.587,39
(-) Dividendos (distribuídos/provisionados)	(33.600,00)
10 (=) Resultado do Exercício	38.987,39
Margem de Contribuição	91,6%
Ponto de Equilíbrio Financeiro*	89.403,12

* Aproximado. Valor exato depende da distribuição das vendas entre os produtos e serviços e da variação dos custos de produção e despesas administrativas em relação ao volume de vendas

Projeções - Cenário B

PREMISSAS - Variações em relação aos valores informados no projeto

Faturamento	X	0,80
Investimento Inicial	X	0,90
% de comissões sobre as vendas	X	0,95
Alíquota de impostos sobre faturamento	X	1,08
Alíquota de impostos sobre lucro	X	0,85
Equipe (salários e encargos)	X	0,85
Despesas Administrativas	X	0,70
Preço médio de insumos	X	1,00
Preço médio de fretes & embalagens	X	1,00
Despesas com juros e amortizações	X	1,00

Análise de Investimento

Pay Back - Retorno do Investimento

Não há retorno em 1 ano(s)

Atratividade

Taxa de atratividade: 16,00% ao ano

Investimento Inicial: (7.200,00)

Valor Presente: 22.928,20

VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL) = 15.728,20

TIR - Taxa Interna de Retorno: impossível calcular (ou se mostra inviável)

Projeções de Longo Prazo	5 anos	10 anos	15 anos	20 anos
VPL	1.691,68	(7.379,61)	(11.698,58)	(13.754,89)
TIR	(invável)	(invável)	(invável)	(invável)

Pay Back - Retorno do Investimento - Não há retorno em 20 ano(s)

	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	115.200,00
(-) Impostos sobre faturamento	-
(-) Comissões e taxas sobre vendas	-
2 (=) Receita Líquida de Vendas	115.200,00
3 (-) Custos de Produção/Entrega	(14.555,28)
Compras/Insumos	(9.032,88)
Fretes & Embalagens	(5.522,40)
4 (=) Lucro Bruto (Margem de Contribuição)	100.644,72
5 (-) Despesas Operacionais	(55.022,71)
Despesas Administrativas	(14.574,00)
Equipe Própria (com encargos)	(40.448,71)
Terceiros	-
6 (=) Resultado Operacional (EBITDALAJIDA)	45.622,01
7 (+/-) Receitas/Despesas não Operacionais	(81,79)
(-) Depreciação	(81,79)
(+) Outras receitas não operacionais	-
(-) Taxas/Juros de Financiamentos	-
8 (=) Resultado Tributável	45.540,22
(-) Imposto sobre Lucro	(1.687,67)
9 (=) Lucro Líquido	43.852,54
(-) Dividendos (distribuídos/provisionados)	(33.600,00)
10 (=) Resultado do Exercício	10.252,54
Margem de Contribuição	87,4%
Ponto de Equilíbrio Financeiro*	63.073,74

* Aproximado. Valor exato depende da distribuição das vendas entre os produtos e serviços e da variação dos custos de produção e despesas administrativas em relação ao volume de vendas

Aluguel da Food Bike (Equipada com Doces) - Demonstrativo

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00
Quantidade Vendida	1	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	24
Preço produto	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
2 (-) Impostos sobre faturamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alíquota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3 (-) Comissões	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
4 (=) Receita Líquida de Vendas	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(3.360,00)
5.1 Insumos	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(1.680,00)
Doces	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(140,00)	(1.680,00)
5.3 Fretes	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(480,00)
5.4 Embalagens	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(100,00)	(1.200,00)
6 (+) Crédito de Impostos sobre compras/ In:0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 (=) Margem de Contribuição	1.720,00	1.720,00	1.720,00	1.720,00	1.720,00	1.720,00	1.720,00	1.720,00	1.720,00	1.720,00	1.720,00	1.720,00	20.640,00
86,00%	86,00%	86,00%	86,00%	86,00%	86,00%	86,00%	86,00%	86,00%	86,00%	86,00%	86,00%	86,00%	86,00%

Aluguel da Food Bike (Equipada sem Doces) - Demonstrativo

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	16.800,00
Quantidade Vendida	1	03	03	03	03	03	03	03	03	03	03	03	36
Preço produto	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
2 (-) Impostos sobre faturamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alíquota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3 (-) Comissões	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
4 (=) Receita Líquida de Vendas	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	16.800,00
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(1.800,00)
5.1 Insumos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.2 Compras (produto comercializado)	0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.3 Fretes	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(720,00)
5.4 Embalagens	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(90,00)	(1.080,00)
6 (+) Crédito de Impostos sobre compras/ In:0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 (=) Margem de Contribuição	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	15.000,00
89,29%	89,29%	89,29%	89,29%	89,29%	89,29%	89,29%	89,29%	89,29%	89,29%	89,29%	89,29%	89,29%	89,29%

Brigadeiro Simples - Demonstrativo

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00
Quantidade Vendida	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2.880
Preço produto	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
2 (-) Impostos sobre faturamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alíquota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3 (-) Comissões	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%													
4 (=) Receita Líquida de Vendas	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(96,00)	(96,00)	(96,00)	(96,00)	(96,00)	(96,00)	(96,00)	(96,00)	(96,00)	(96,00)	(96,00)	(96,00)	(1.152,00)
5.1 Insumos	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(1.008,00)
Matéria Prima	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(84,00)	(1.008,00)
5.2 Compras (produto comercializado)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%													
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-													
5.4 Embalagens	(12,00)	(12,00)	(12,00)	(12,00)	(12,00)	(12,00)	(12,00)	(12,00)	(12,00)	(12,00)	(12,00)	(12,00)	(144,00)
0,05													
6 (+) Crédito de Impostos sobre compras / insumos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%													
7 (=) Margem de Contribuição	904,00	904,00	904,00	904,00	904,00	904,00	904,00	904,00	904,00	904,00	904,00	904,00	10.848,00
90,40%	90,40%	90,40%	90,40%	90,40%	90,40%	90,40%	90,40%	90,40%	90,40%	90,40%	90,40%	90,40%	90,40%

Brigadeiro Gourmet - Demonstrativo

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	10.800,00
Quantidade Vendida	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.800
Preço produto	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
2 (-) Impostos sobre faturamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alíquota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3 (-) Comissões	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%													
4 (=) Receita Líquida de Vendas	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	10.800,00
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(90,00)
5.1. Insumos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Custo por '1'													
5.2. Compras (produto comercializado)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%													
5.3. Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4. Embalagens	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(90,00)
0,05													
6 (+) Crédito de Impostos sobre compr:	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%													
7 (=) Margem de Contribuição	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	10.710,00
99,17%													99,17%

Brigadeiro de Colher - Demonstrativo

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00
Quantidade Vendida	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Preço produto	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50
2 (-) Impostos sobre faturamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alíquota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3 (-) Comissões	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4 (=) Receita Líquida de Vendas	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(92,00)	(92,00)	(92,00)	(92,00)	(92,00)	(92,00)	(92,00)	(92,00)	(92,00)	(92,00)	(92,00)	(92,00)	(1.104,00)
5.1 Insumos	(57,00)	(57,00)	(57,00)	(57,00)	(57,00)	(57,00)	(57,00)	(57,00)	(57,00)	(57,00)	(57,00)	(57,00)	(684,00)
Custo por '1'	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57
5.2 Compras (produto comercializado)	0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	0,35	(35,00)	(35,00)	(35,00)	(35,00)	(35,00)	(35,00)	(35,00)	(35,00)	(35,00)	(35,00)	(35,00)	(420,00)
6 (+) Crédito de Impostos sobre I.O.00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 (=) Margem de Contribuição	358,00	358,00	358,00	358,00	358,00	358,00	358,00	358,00	358,00	358,00	358,00	358,00	4.296,00
	79,56%	79,56%	79,56%	79,56%	79,56%	79,56%	79,56%	79,56%	79,56%	79,56%	79,56%	79,56%	79,56%

Bolo Kitkat - Demonstrativo

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
Quantidade Vendida	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	48
Preço produto	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
2 (-) Impostos sobre faturamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alíquota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3 (-) Comissões	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%													
4 (=) Receita Líquida de Vendas	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(65,20)	(65,20)	(65,20)	(65,20)	(65,20)	(65,20)	(65,20)	(65,20)	(65,20)	(65,20)	(65,20)	(65,20)	(782,40)
5.1 Insumos	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(624,00)
Matéria-Prima	13,00	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(52,00)	(624,00)
5.2 Compras (produto comercializado)	0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	3,30	(13,20)	(13,20)	(13,20)	(13,20)	(13,20)	(13,20)	(13,20)	(13,20)	(13,20)	(13,20)	(13,20)	(158,40)
6 (+) Crédito de Impostos sobre c	0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%													
7 (=) Margem de Contribuição	434,80	434,80	434,80	434,80	434,80	434,80	434,80	434,80	434,80	434,80	434,80	434,80	5.217,60
86,96%	86,96%	86,96%	86,96%	86,96%	86,96%	86,96%	86,96%	86,96%	86,96%	86,96%	86,96%	86,96%	86,96%

Bolo Bis - Demonstrativo

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
Quantidade Vendida	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	48
Preço produto	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
2 (-) Impostos sobre faturamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alíquota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3 (-) Comissões	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4 (=) Receita Líquida de Vendas	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(78,24)	(78,24)	(78,24)	(78,24)	(78,24)	(78,24)	(78,24)	(78,24)	(78,24)	(78,24)	(78,24)	(78,24)	(938,88)
5.1 Insumos	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(746,88)
Custo por '1'	15,56												
Matéria-Prima	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(62,24)	(746,88)
5.2 Compras (produto comercializado)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%													
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	(16,00)	(16,00)	(16,00)	(16,00)	(16,00)	(16,00)	(16,00)	(16,00)	(16,00)	(16,00)	(16,00)	(16,00)	(192,00)
6 (+) Crédito de Impostos sobre cor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%													
7 (=) Margem de Contribuição	421,76	421,76	421,76	421,76	421,76	421,76	421,76	421,76	421,76	421,76	421,76	421,76	5.061,12
	84,35%	84,35%	84,35%	84,35%	84,35%	84,35%	84,35%	84,35%	84,35%	84,35%	84,35%	84,35%	84,35%

Sucos - Demonstrativo

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	19.200,00
Quantidade Vendida	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.800
Preço produto	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
2 (-) Impostos sobre faturamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aliquota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3 (-) Contisões	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%													
4 (=) Receita Líquida de Vendas	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	19.200,00
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(135,00)	(135,00)	(135,00)	(135,00)	(135,00)	(135,00)	(135,00)	(135,00)	(135,00)	(135,00)	(135,00)	(135,00)	(1.620,00)
5.1 Insumos	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(1.530,00)
Matéria-Prima	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(127,50)	(1.530,00)
5.2 Compras (produto comercializado)	0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(7,50)	(90,00)
0,05													
6 (+) Crédito de Impostos sobre coi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%													
7 (=) Margem de Contribuição	1.465,00	1.465,00	1.465,00	1.465,00	1.465,00	1.465,00	1.465,00	1.465,00	1.465,00	1.465,00	1.465,00	1.465,00	17.580,00
91,56%	91,56%	91,56%	91,56%	91,56%	91,56%	91,56%	91,56%	91,56%	91,56%	91,56%	91,56%	91,56%	91,56%

Capuccino - Demonstrativo

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	7.800,00
Quantidade Vendida	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
Preço produto	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
2 (-) Impostos sobre faturamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alíquota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3 (-) Comissões	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%													
4 (=) Receita Líquida de Vendas	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	7.800,00
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(104,00)	(104,00)	(104,00)	(104,00)	(104,00)	(104,00)	(104,00)	(104,00)	(104,00)	(104,00)	(104,00)	(104,00)	(1.248,00)
5.1 Insumos	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(960,00)
Custo por '1'													
Matéria-Prima	1,00	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(960,00)
5.2 Compras (produto comercializado)	0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	0,30	(24,00)	(24,00)	(24,00)	(24,00)	(24,00)	(24,00)	(24,00)	(24,00)	(24,00)	(24,00)	(24,00)	(288,00)
6 (+) Crédito de Impostos sobre coi	0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 (=) Margem de Contribuição	546,00	546,00	546,00	546,00	546,00	546,00	546,00	546,00	546,00	546,00	546,00	546,00	6.552,00
	84,00%	84,00%	84,00%	84,00%	84,00%	84,00%	84,00%	84,00%	84,00%	84,00%	84,00%	84,00%	84,00%

Doces para eventos - Demonstrativo

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	36.000,00
Quantidade Vendida	05	05	05	05	05	05	05	05	05	05	05	05	60
Preço produto	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
2 (-) Impostos sobre faturamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alíquota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3 (-) Comissões	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4 (=) Receita Líquida de Vendas	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	36.000,00
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(205,00)	(205,00)	(205,00)	(205,00)	(205,00)	(205,00)	(205,00)	(205,00)	(205,00)	(205,00)	(205,00)	(205,00)	(2.460,00)
5.1 Insumos	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(1.800,00)
Custo por pçt ¹	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	1.800,00
Matéria-Prima	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(1.800,00)
5.2 Compras (produto comercializado)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	(55,00)	(55,00)	(55,00)	(55,00)	(55,00)	(55,00)	(55,00)	(55,00)	(55,00)	(55,00)	(55,00)	(55,00)	(660,00)
6 (+) Crédito de Impostos sobre c/0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 (=) Margem de Contribuição	2.795,00	2.795,00	2.795,00	2.795,00	2.795,00	2.795,00	2.795,00	2.795,00	2.795,00	2.795,00	2.795,00	2.795,00	33.540,00
	93,17%	93,17%	93,17%	93,17%	93,17%	93,17%	93,17%	93,17%	93,17%	93,17%	93,17%	93,17%	93,17%