FACULDADES SÃO JOSÉ
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

MICHEL VITAL CHAVES REIS

ROMÁRIO PESSANHA DE JESUS

GLAUCIA DA SILVA ANDRADE

DOCES & CIA LTDA EPP

Rio de Janeiro

2017

MICHEL VITAL CHAVES REIS
ROMÁRIO PESSANHA DE JESUS
GLAUCIA DA SILVA ANDRADE

DOCES & CIA LTDA EPP

Projeto de pesquisa apresentado para a Disciplina de TCC II, Plano de Negócio sob a orientação do prof. _____.

Rio de Janeiro

2017

SUMÁRIO

Página

1. INTRODUÇÃO 4

2. SUMÁRIO EXECUTIVO..... 4

3. ANÁLISE DE MERCADO..... 12

4. PLANO DE MARKETING..... 13

5. PLANO OPERACIONAL..... 14

6. PLANO FINANCEIRO..... 17

7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS..... 22

8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA..... 22

9. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO..... 23

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 25

1. Introdução

Todo negócio começa como uma ideia, muitas vezes surgindo em uma oportunidade, aonde se enxerga a possibilidade de responder anseios e até mesmo preencher “lacunas” existentes em um determinado mercado e se ganhar dinheiro com tal iniciativa. Porém essa ideia precisa ser avaliada e quantificada. Nesse contexto temos o Plano de Negócios, que funciona como documento que reunirá as principais informações sobre a viabilização do empreendimento. É ele que vai nos fornecer todos os itens necessários para tornar aquela ideia inicial em realidade. Porém ele não garante o sucesso, mas funciona como norteador, para minimizar possíveis erros e otimizar as potencialidades, oportunidades e etc.

2. Sumário Executivo

2.1. Resumo

A Doces& Cia é uma confeitaria de pequeno porte, localizada na Avenida das Américas, 333, Rio de Janeiro/RJ. Área favorável tanto na logística rodoviária, quanto de mercado. Já que suas avenidas e estradas ligam as três principais zonas da Cidade do Rio de Janeiro (Oeste, Norte e Sul). A empresa será constituída sob a forma de sociedade, tendo ênfase naprodução e venda de doces clássicos e finos para clientes em todo o país. Nosso principal diferencial é dar a liberdade para que nossos consumidores apontem os detalhes do pedido e do produto no ato da compra via internet, através do nosso site www.doces&cia.com.br. Onde ele escolhe desde os detalhes da embalagem até os ingredientes do produto. Para que tal mecanismo de venda funcione com eficiência contamos com um sofisticado modelo de logística, onde cada entregador possui um GPS localizador evitando extravios e a possibilidade de monitoramento do trajeto da mercadoria por parte de nossos clientes.

2.2. Dados dos empreendedores

Romário Pessanha de Jesus

Responsável pelo fluxo financeiro da empresa. Buscando a melhor forma de utilizar nossos recursos, fica também responsável pelo controle do disponível, contas a pagar e receber.

Michel Vital Chaves Reis

Atua no setor de recursos humanos, tendo a responsabilidade de recrutar, selecionar, admitir e demitir. Esta a frente dos cursos e treinamento de pessoal, além das rotinas administrativas (folha de pagamento, impostos trabalhistas, rescisões de contrato e etc..) e obrigações assessorias.

2.3. Dados do empreendimento

Concebida dentro da óptica comercial dos sócios, a Doces&Cia é uma empresa do ramo alimentício que surgiu em 2016 com a finalidade de produzir e comercializar doces clássicos e finos dos mais variados tipos. Possuí em seu cadastro de pessoa jurídica (CNPJ) a razão social de Doces & Cia Ltda EPP, onde a mesma se enquadra no regime tributário do Simples Nacional, fato que nos limita a uma receita bruta de até 3.600.000 durante os últimos 12 meses (1ano).

Diferente de muitas empresas do ramo, tivemos a oportunidade de iniciar nosso trabalho com investimento próprio, o que nos deu certa autonomia e menos empecilhos para viabilização do negócio.

Possuímos uma loja vitrine com venda a varejo voltada para amantes das doçuras, com nosso variado menu de doces atendemos aos mais exigentes paladares, desde crianças com nossos deliciosos brigadeiros ou quem desejar degustar doces elaborados com as mais diversas iguarias, que podem ser

saboreados em um ambiente diferenciado, e aconchegante nos remetendo às antigas e requintadas confeitarias.

Fornecemos nossos produtos para festas de aniversário, casamentos, cerimoniais, eventos e clientes em geral. Um dos segredos para o diferencial no mercado é a criatividade, portanto para um público que por questões de saúde estariam fora desse mercado, inovamos com nossos produtos da linha light e sem lactose, para que todos possam se deliciar sem qualquer restrição.

2.4. Missão da empresa

Produzir e comercializar doces com elevado padrão de qualidade atrelado a um atendimento personalizado, proporcionando prazer aos que se deliciarem com nossos produtos.

2.5. Setores de atividade

A Associação Brasileira de Nutrologia (ABRAN), que em 2009 mapeou o perfil do consumo de doces do brasileiro, constatou que 65% dos entrevistados não abrem mão dos doces após as principais refeições, ou seja, os doces tem presença marcante no imaginário coletivo dos brasileiros. Esses números aquecem o setor varejista e também atacadista, ramo em expansão no atual cenário econômico brasileiro em especial nas principais capitais. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP), existem aproximadamente quase 100 empreendimentos voltados ao mercado de doces, somente no Rio de Janeiro. Estes que inovaram com a “gourmetização” de receitas já existentes onde a sofisticação resultou em um mercado novo dominado pelas micro e pequenas empresas, que vem se consolidando há 5 anos. Nesse contexto a Doces & Cia surge com a ideia de produzir doces finos e clássicos, outrora caseiros e inseri-los nesse mercado.

2.6. Forma jurídica

2.6.1. Contrato Social

CONTRATO SOCIAL DA SOCIEDADE EMPRESARIA LIMITADA DE DENOMINAÇÃO SOCIAL

“DOCES & CIA LTDA EPP”

Pelo presente instrumento particular,

1- Romário Pessanha de Jesus, brasileiro, solteiro, nascido em 12 de junho de 1990, CPF 126.7855..867-73, RG 1111111, residente e domiciliado na Avenida das Américas, 6386, bloco A, apartamento 303, CEP: 22.642- 026 Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – RJ.

2- Michel Vital Chaves Reis, brasileiro, solteiro, nascido em 13 de agosto de 1987, CPF 110.235.177-60, RG 2222222, residente e domiciliado na Avenida das Américas, 6400, bloco C, apartamento 507, CEP: 22.650- 013 Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – RJ.

Item Primeiro: Neste ato, os sócios resolvem constituir sociedade limitada mediante as seguintes cláusulas.

Cláusula Primeira: Denominação

A sociedade girará sob a denominação social de **“DOCES&CIA LTDA EPP”** e nome fantasia **“DOCES&CIA**”, com sede e foro à Avenida das Américas, 333, Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – RJ - CEP 22.631-003, podendo abrir filiais em qualquer parte do Território Nacional ou no exterior.

Cláusula segunda: Objetivo social.

A sociedade terá como objetivo o ramo da alimentação.

Clausula Terceira: Composição do Capital Social

O Capital Social é de R$2000.000,00 (Duzentos Mil Reais), divididos em 200.000(Duzentas Mil) quotas no valor de R$1,00 (Um Real) cada uma, totalmente subscrito e integralizado neste ato em moeda corrente do País, e distribuído entre os sócios da seguinte forma:

Tabela 1- Capital Social

Socio	Percentual(%)	Quotas	Valor
Romário Pessanha de Jesus	50	100.000	R$ 100.000,00
Michel Vital Chaves Reis	50	100.000	R$ 100.000,00
Total	100	200.000	R$ 200.000,00

Fonte: Elaboração própria

Parágrafo único: A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas (art. 1.052), mas todos respondem solidariamente pela integralização do Capital Social**.**

Cláusula Quarta: Administração da sociedade

O caixa, a administração da sociedade e o uso da denominação social serão exercidos pelos sócios **Romário Pessanha de Jesus,** já qualificado **e Michel Vital Chaves Reis,** já qualificado **em conjunto ou isoladamente,** colocando suas assinaturas nos interesses sociais da sociedade. Igualmente, é vedado o uso da denominação social em documento em favor que não atendam aos interesses da sociedade, tais entendidas como abonos, fianças e avais de terceiros, ficando o sócio administrador dispensado da prestação de caução.

Cláusula Quinta: Duração da Sociedade.

A sociedade será por prazo indeterminado e só se dissolverá por vontade do sócio detentor de ¾ (75%) do Capital Social, obedecendo às formas estabelecidas em lei.

2.6.2. CNPJ (CADASTRO NACIONAL DE PESSOA JURÍDICA)

Número de Inscrição:
00.233.678/0001-12

Nome Empresarial:
Doces & Cia Ltda EPP

Título do Estabelecimento (Nome Fantasia):
Doces & Cia

Código e descrição da atividade economia principal:

1091-2/02 Fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria.
Código e descrição das atividades econômicas secundárias:

4721-1/02 Comércio de varejista de produtos de padaria, laticínio, doces, balas e semelhantes.

4637-1/04 Comércio atacadista de pães, bolos, biscoitos e similares.

Código da natureza jurídica:
206-2 Sociedade Empresaria Limitada

Logradouro:
Avenida das Américas, 333, CEP: 22.631-003, Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – RJ

Situação Cadastral:
Ativa

Data Situação Cadastral:
20/01/2016

2.6.3. Alvará de funcionamento

Empresa: Doces & Cia Ltda EPP

CNPJ: 00.233.678/0001-12

Endereço: Avenida das Américas 333, CEP: 22.631-003, Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – RJ.

Declaramos que a empresa acima descrita preencheu os requisitos legais exigidos por esta prefeitura municipal. Estando apta a receber o presente alvará provisório de localização e funcionamento válido pelo período de 180 dias, tendo sua validade de22/03/2016 à 22/09/2016. Estando autorizada a exercer suas atividades no endereço acima, sem prejuízos de vistorias e exigências do corpo de bombeiros.

Rio de Janeiro, 22 de março de 2016.

2.6.4. Caixa Econômica Federal

Conectividade Social

Empresa cadastrada no programa conectividade social segundo o contrato de registro.

Número do contrato: 005748273

Data da assinatura: /02/2016

Certificado: BA9CEEEFDC842B7184OC67FBE1AB2965E5D1CD

2.6.5. Obrigações Sanitárias

A portaria 1428/93 do Ministério da Saúde estabelece a obrigatoriedade para todos os estabelecimentos que manipulam produtos alimentícios implantares o sistema PAS(antigo APACC). As boas práticas a fabricação são pré-requisitos fundamentais.

Em conformidade com:

Resolução RDC n°344 de 13.12.2002 – ANVISA

- Aprova o regulamento técnico para a fortificação das farinhas de trigo e das farinhas de milho com ferro e ácido fólico.

- Resolução RDC n° 359 de 23.12.2003 – ANVISA

- Aprova o regulamento técnico de porções de alimentos embalados para fins e rotulagem nutricional.

Resolução RDC n° 360 de 23.12.2003 – ANVISA

- Aprova o regulamento técnico sobre rotulagem nutricional de alimentos emalados tornado obrigatória a rotulagem nutricional conforme anexo desta resolução.

Resolução RDC n° 12 de 02.01.2001 – ANVISA

-Aprova o regulamento técnico sore padrões microbiológicos para alimentos.

Resolução RDC n°216 de 15.09.2004 – ANVISA

- Dispõe sobre regulamento técnico de boas práticas para serviços de alimentação. Além do cumprimento das exigências anteriores, é necessário pesquisar na Prefeitura Municipal se a lei de zoneamento permite a instalação de loja de bolos e

torta no ponto comercial escolhido, além de verificar a legislação da Secretaria de saúde local. O Sebrae local poderá ser consultado para orientação.

3. Análise de Mercado

A área de confeitaria criou um novo “nicho” de mercado que esta em alta e hoje se tornou uma tendência, podemos ver pela quantidade de programas televisivos sobre o tema, em específico a série “CakeBoss” que trouxe para o imaginário popular essa ideia gourmet para doces e afins. Nesse contexto, enxergamos uma boa oportunidade comercial através da produção e venda de doces já consagrados, finos e personalizados. Nosso foco são os produtos de maior demanda no mercado, como tortas, brigadeiros, bombas de chocolate, bombas de creme, pé de moleque entre outros, ou seja, doces populares, além de doces mais elaborados como bem casados, que são geralmente utilizados em eventos mais pomposos.

Utilizando critérios técnicos a Avenida das Américas foi estrategicamente escolhida para instalação de nossa loja por ser zona de convergência das demais áreas do município do Rio de Janeiro, facilitando a saída de nossos produtos e o acesso de nossos clientes garantindo eficiência e rapidez no atendimento. Além da vantagem geográfica, nossos produtos são preparados com as técnicas artesanais mais sofisticadas do ramo de confeitaria, oferecendo ao cliente inúmeros sabores, dentre os quais é relevante destacar a nossa linha light e sem lactose, dedicadas aos consumidores preocupados com o bem estar e a saúde.

A maioria dos doces, possuí o mesmo fluxograma produtivo, salvo algumas particularidades (produção do pé de moleque onde é necessário primeiramente a confecção da calda), portanto a unidade está sempre organizada para atender de forma conjunta. Por exemplo, na fabricação de tortas, brigadeiros, bombas o processo compreende as etapas de recebimento de matéria-prima, mensura, mistura dos ingredientes, preparação/cozer, corte, resfriamento e empacotamento para comercialização.

A empresa segue corretamente a legislação trabalhista a qual decreta jornada de trabalho de 8 horas diárias, onde o tempo além destas horas é considerado hora-

extra, com ganhos adicionais, justificando sua utilização apenas quando houver picos de demanda, onde será necessário o aumento e otimização da produção.

Para nós é essencial que prevejamos a demanda (através de projeções) por isso organizamos a quantidade e tipos de produtos a serem vendidos e selecionamos os fornecedores, assim aumentando nossas chances de sucesso.

4. Plano de Marketing

4.1. Praça

A empresa esta localizada na cidade do Rio de Janeiro, no bairro da Barra da Tijuca, especificadamente a Avenida das Américas, 333. Nossa estratégia é focada em sua posição geográfica na Cidade do Rio de Janeiro, ao qual pertence a uma zonaque liga as três principais regiões da capital (Oeste, Norte e Sul) além de ser uma área de convergência de vários eventos, festas, aniversários, casamentos e etc.

4.2. Preço

A empresa utilizará preços comerciais e promocionais de acordo com os que são oferecidos nesse mercado. Mesmo com grandes ameaças com a concorrência, investimos com total dedicação para atrair o máximo de interesse de nossos clientes. Portanto trabalhamos com as mais variadas condições de pagamento sendo elas: dinheiro, cartões de crédito e débito, de todas as bandeiras. Além de faturarmos em até 15 dias o pagamento de pedidos grandes.

4.3. Produto

Procurando atender nosso público alvo, a Doces& Cia produz os mais variados tipos de doces entre eles os clássicos e os finos, incluindo as linhas light e sem lactose atingindo os mais refinado dos paladares.

Tabela 2

Lista de Produtos	
Produto 1: Torta de Chcolate	Produto 7: Bomba de chocolate
Produto 2: Torta Alemã	Produto 8: Bomba de creme
Produto 3: Torta de Nozes	Produto 9: Mil folhas
Produto 4: péde moleque	Produto 10: Mousse Light
Produto 5 :Brigadeiro	Produto 11: Brigadeiro light
Produto 6: Bem Casado	

Fonte: Elaboração própria

4.4. Relacionamento com o cliente

Satisfação é palavra chave em nosso negócio, portanto qualidade e excelência no atendimento são fundamentais não só para criarmos e mantermos um relacionamento fidedigno com os clientes, mas também até para expandi-los. A empresa esta preparada para tal tarefa, portanto mantemos um contato direto, onde disponibilizamos um suporte de atendimento ao cliente SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente), através deste os mesmos podem fazer críticas, reclamações, apontamentos e sugestões sobre nosso produto. Em nosso site www.doces&cia.com.bros clientes podem se cadastrar e assim se informarem sobre os produtos, preços e promoções. Vale acrescentar que essas informações também serão passadas pela empresa aos clientes, através de e-mails (mala direta).

Hoje as redes sociais e aplicativos funcionam como ferramenta de aproximação, portanto também utilizamos “whatsApp” para recebimento de encomendas e página nas redes sociais “Facebook e Twitter” para divulgação e troca de informações com nosso público.

4.5. Vendas

Tabela 3

Demonstrativo Estimativa de Venda Mensal					
Produto	**Quantidade (Unid.)**	**Preço de custo variável/unid (R$)**	**Preço de custo fixo/unid (MP) (R$)**	**Preço de venda (R$)**	**Total**
Produto 1: Torta chocolate	150	R$ 35,43	R$ 0,02	**42,54**	R$ 6.381,00
Produto 2: Torta Alemã	100	R$ 40,43	R$ 0,02	**48,54**	R$ 4.854,00
Produto 3: Torta Nozes	100	R$ 31,43	R$ 0,02	**37,71**	R$ 3.771,00
Produto 4: Pé de moleque	2.000	R$ 1,85	R$ 0,02	**2,22**	R$ 4.440,00
Produto 5: Brigadeiro	4.500	R$ 0,91	R$ 0,02	**1,18**	R$ 5.310,00
Produto 6: Bem Casado	2.000	R$ 1,38	R$ 0,02	**2,20**	R$ 4.400,00
Produto 7: Bomba de chocolate	1.500	R$ 1,90	R$ 0,02	**2,28**	R$ 3.420,00
Produto 8: Bomba de creme	1.500	R$ 1,90	R$ 0,02	**2,28**	R$ 3.420,00
Produto 9: Mil folhas	1.500	R$ 1,30	R$ 0,02	**2,11**	R$ 3.165,00
Produto 10: Mousse Light	500	R$ 0,73	R$ 0,02	**1,87**	R$ 935,00
Produto 11: Brigadeiro Light	2.500	R$ 2,01	R$ 0,02	**2,43**	R$ 6.075,00
Total	16.350	R$ 119,27	R$ 0,22	**145,36**	R$ 46.171,00

Fonte: Elaboração própria

5. Plano Operacional

5.1. Parcerias

A Doces& Cia mantem parceiras com empresas não só do setor alimentício, mas também de outros segmentos, já que hoje em um mundo globalizado, tudo esta dentro de uma “rede” de informações, serviços e afins que utilizados de maneira correta, virão a somar em nossa empreitada. Portanto possuímos alianças com:

•Fornecedores, de forma a subsidiar o material utilizado na produção e venda.

•Transportadoras responsáveis pelo destino dos produtos.

•Promotora de eventos responsáveis pela participação e divulgação da marca e serviços em feiras e eventos gastronômicos.

•Livrarias e revistarias a fim de obter exemplares de jornais, livros e revistas do interesse do público alvo.

.•Sites e Redes Sociais, responsáveis pela divulgação de nossos produtos e promoções.

5.2. Equipe Estratégica

Romário Pessanha de Jesus

Responsável pelo fluxo financeiro da empresa. Buscando a melhor forma de utilizar nossos recursos, fica também responsável pelo controle do disponível, contas a pagar e receber.

Michel Vital Chaves Reis

Atua no setor de recursos humanos, tendo a responsabilidade de recrutar, selecionar, admitir e demitir. Esta a frente dos cursos e treinamento de pessoal, além das rotinas administrativas (folha de pagamento, impostos trabalhistas, rescisões de contrato e etc..) e obrigações assessorias.

Glaucia da Silva de Andrade

Responsável pelo setor de cadastro, cotação, vendas, manutenção de clientes e emissão de notas fiscais. Fica também aos seus cuidados a área de Marketing e divulgação buscando sempre atingir o público alvo e o mercado.

5.3. Equipe Operacional

Atendente (Departamento de vendas): Responsável pelo atendimento de balcão, contato com os clientes (telefone, site, redes sociais e aplicativos), anotações de encomendase cobranças;

Confeiteiro (Departamento de produção): O confeiteiro é responsável pela montagem dos produtos artesanais, verificação dos condimentos utilizados, preparação da mistura utilizada na produção e pela conservação e limpeza do maquinário utilizado;

Ajudante de Confeiteiro (Departamento de produção): Sua responsabilidade é de auxiliar o confeiteiro na preparação insumos que serão utilizados na produção, além de zelar pela higienização dos utensílios necessários na elaboração dos produtos;

6. Plano Financeiro

6.1. Investimento

Tabela 4

INVESTIMENTO TOTAL / CAPITAL SOCIAL - Doces & Cia Ltda		
I - INVESTIMENTOS FIXOS:	**TOTAL**	**90.000,00**
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	**QUANT**	**VALOR**
Balcão Confeitaria Gelopar GBVC-200 Vidro Curvo	1	3.469,00
Forno a Gás com Pedra Refratária FB-900 Tedesco	5	39.308,20
Balança computadora digital Toledo 15kg	1	640,00
Balcão caixa Popular Gelopar	1	864,00
Batedeira Planetária 6lt Monte Castelo (Lojas Americana	4	18.970,00
Cafeteira 20lt Universal	1	1.364,00
Estufa Dupla Linha Oura Edanca ECD 6	1	355,00
Refrigerador Vertical 2 portas Gelopar 410 lt	1	3.060,00
Extrator de suco industrial	1	205,00
Liquidificador 4 lt Croydon	1	524,00
Liquidificador 1,5 lt	2	70,80
Freezer horizontal Eletrolux 305 lt	1	1.199,00
Refrigerador Consul 254 lt	1	699,00
Micro Computador Positivo Completo	1	1.579,00
Impressora fiscal Elgin	1	1.899,00
Impressora Jato de Tinta HP	1	199,00
Fogão industrial 4 bocas	1	595,00
SUBTOTAL		**75.000,00**

Continua...

Conclusão

MÓVEIS E UTENSÍLIOS	QUANT	VALOR
Cj 03 Assadeiras Red. Antiad.	1	49,99
Cj 03 Assadeiras Ret. Alumínio	1	29,99
Cj 02 Assa. Ret/Redonda	1	34,99
Cj 02 Assad. Marinex-2,7 e 3,5l	1	32,99
Cj 03 Assad. Oval Aluminio(33, 37 e 43)	8	29,99
Cj 03 formas Auminio Redonda	7	36,99
Cj 02 Formas silicone Redonda Cor	5	16,99
Cj 02 Formas pudim silicone	4	5.600,00
Cj 02 Formas pudim marmicoc - 20 e 24 cm	1	16,99
Assadeira Ret. Marinex	1	4.500,00
Colher sobremesa avulso c/12	3	9,32
Colher café c/12	2	8,32
Colher sopa c/12	1	10,87
Colher grande	5	3,00
Garfo sobremesa avulso c/12	3	12,58
Faca sobremesa c/12	3	22,84
Copos suco 300 ml c/6	2	15,00
Copos cisper água c/6 c/pé	4	18,00
Copo pequeno café c/6	8	4.000,00
Porta guardanapos	6	7,57
Jarra para suco c/6	2	23,00
Escorredor prato/talher	2	18,40
Prato sobremesa - Avulso c/12	3	29,00
Prato grande - Avulso c/12	2	43,00
Recipientes para molhos	24	1,89
Facas cozinha grade	6	47,29
Cadeira Aluminio Tubular c/Almofada	16	97,00
Mesa Alumínio tubular/Tampo Madeira	4	205,00
Leiteira inox p/servir leite	4	79,00
SUBTOTAL		**15.000,00**

II - PRÉ-OPERACIONAIS	TOTAL	R$ 40.000,00
Letreiro/placa		R$ 1.500,00
Aluguel		R$ 2.300,00
Luz		R$ 300,00
Telefone/Internet		R$ 750,00
Legalização		R$ 3.000,00
Promoção negócio		R$ 1.800,00
SUBTOTAL		**R$ 9.650,00**
REFORMA / ADAPTAÇÃO	**SUBTOTAL**	**30.350,00**
III - CAPITAL DE GIRO	**TOTAL**	**70.000,00**
Capital giro	SUBTOTAL	70.000,00
TOTAL		**200.000,00**

Fonte: Elaboração própria

Tabela 5

INVESTIMENTO TOTAL / CAPITAL SOCIAL - Doces & Cia Ltda			
DESCRIÇÃO	**VALOR**		**(%)**
Máquinas e Equipamentos (Invest. Fixos)	**R$**	**75.000,00**	**38%**
Móveis e Utensílios (Invest. Fixos)	**R$**	**15.000,00**	**8%**
Reformas/Adaptações (Pré-Operacionais)	**R$**	**30.350,00**	**15%**
Despesas pré-operacionais	**R$**	**9.650,00**	**5%**
Capital de Giro	**R$**	**70.000,00**	**35%**
TOTAL	**R$**	**200.000,00**	**100%**

Fonte: Elaboração própria

6.2. Custos de Produção

Tabela 6

Estimativa de custos matéria-prima/material direto/tercerização			
Produto 1: Torta chocolate			
Materias/insumos usados	Quantidade	Custo unitário	Total
Açúcar	150g	R$ 0,01	1,50
Chocolate	250 g	R$ 0,05	12,50
Farinha de trigo	250g	R$ 0,03	7,50
Leite	250 ml	R$ 0,04	1,25
Leite Condensado	200g	R$ 0,05	10,00
Margarina	250g	R$ 0,01	2,50
Ovo	6 unid.	R$ 0,03	0,18
Total			**35,43**
Produto 2: Torta Alemã			
Materias/insumos usados	Quantidade	Custo unitário	Total
Açúcar	200g	0,01	2,00
Biscoito maizena	400 g	0,01	4,00
Chocolate	250g	0,05	12,50
Farinha de trigo	250g	0,03	7,50
Leite	250 ml	0,04	1,25
Leite condensado	200g	0,05	10,00
Margarina	300 g	0,01	3,00
Ovo	6 unid.	0,03	0,18
Total			**40,43**

Continua...

Conclusão

Produto 3: Torta Nozes			
Materias/insumos usados	Quantidade	Custo unitário	Total
Açúcar	250g	R$ 0,01	2,50
Farinha de trigo	250g	R$ 0,03	7,50
Leite	250 ml	R$ 0,04	1,25
Leite condensado	200g	R$ 0,05	10,00
Margarina	250g	R$ 0,01	2,50
Nozes	250g	R$ 0,03	7,50
Ovo	6 unid.	R$ 0,03	0,18
Total			**31,43**

Produto 4: Pé de moleque			
Materias/insumos usados	Quantidade	Custo unitário	Total
Amendoim	15g	R$ 0,01	0,15
Açucar	10g	R$ 0,01	0,10
Leite condensado	10g	R$ 0,05	0,50
Margarina	10g	R$ 0,01	0,10
Óleo	25g	R$ 0,04	1,00
Total			**1,85**

Produto 5: Brigadeiro			
Materias/insumos usados	Quantidade	Custo unitário	Total
Chocolate em pó	10g	0,01	0,10
Embalagem	1unid	0,01	0,01
Granulado	10g	0,01	0,10
Leite condensado	10g	0,05	0,50
Margarina	20g	0,01	0,20
Total			**0,91**

Produto 6: Bem Casado			
Materias/insumos usados	Quantidade	Custo unitário	Total
Açúcar	20g	0,01	0,20
Fermento	10g	0,02	0,20
Doce de leite (lata)	1unid	0,03	0,30
Manteiga	20g	0,01	0,20
Farinha trigo	10g	0,03	0,30
Ovo	6 unid	0,03	0,18
Total			**1,38**

Continua...

Conclusão

Produto 7:Bomba de chocolate			
Materias/insumos usados	Quantidade	Custo unitário	Total
Açúcar	20g	0,01	0,20
Chocolate pó	20g	0,01	0,20
Farinha trigo	10g	0,03	0,30
Fermento	10g	0,02	0,20
Leite condensado	20g	0,05	1,00
Total			**1,90**

Produto 8: Bomba de creme			
Materias/insumos usados	Quantidade	Custo unitário	Total
Açúcar	20g	0,01	0,20
Aroma artificial	5 ml	0,02	0,10
Creme em pó	10g	0,02	0,20
Farinha trigo	10g	0,03	0,30
Fermento	5g	0,02	0,10
Leite condensado	20g	0,05	1,00
Total			**1,90**

Produto 9: Mil folhas			
Materias/insumos usados	Quantidade	Custo unitário	Total
Açúcar	20g	R$ 0,01	0,20
Doce leite	10g	R$ 0,03	0,30
Farinha trigo	10g	R$ 0,03	0,30
Leite condensado	10g	R$ 0,05	0,50
Total			**1,30**

Produto 10: Mousse Light			
Materias/insumos usados	Quantidade	Custo unitário	Total
Açúcar	20g	R$ 0,01	0,20
Chocolate pó	30g	R$ 0,01	0,30
Gelatina incolor	20g	R$ 0,01	0,20
Ovo	1 unid.	R$ 0,03	0,03
Total			**0,73**

Produto 11: Brigadeiro Light			
Materias/insumos usados	Quantidade	Custo unitário	Total
Chocolate em pó diet	10g	R$ 0,05	0,50
Embalagem	1 unid	R$ 0,01	0,01
Granulado diet	10g	R$ 0,02	0,20
Leite condensado diet	10g	R$ 0,05	0,50
Margarina light	20g	0,04	0,80
Total			**2,01**

Fonte: Elaboração própria

Tabela 7

Estimativa dos custos com mão-de-obra					
Função	**Nº de func**	**Salário Unit.**	**Subtotal**	**(%) Enc. Trab.**	**Enc. Trab. Total**
Atendente	1	R$ 1.050,00	R$ 1.050,00	1050,00 * 8% * 1	R$ 84,00
Confeiteiro	1	R$ 1.320,00	R$ 1.320,00	1320,00 * 8% * 1	R$ 105,60
Ajudante	3	R$ 1.100,00	R$ 3.300,00	1100,00 * 8% * 3	R$ 264,00
Total		R$ 3.470,00	R$ 5.670,00		R$ 453,60

Fonte: Elaboração própria

Tabela 8

Estimativa de custos fixos operacionais mensais	
Descrição	Custo Total Mensal
Aluguel	R$ 1.100,00
IPTU	R$ 200,00
Água	R$ 100,00
Energia elétrica	R$ 300,00
Gás	R$ 64,00
Telefone/internet	R$ 150,00
Honorários contador	R$ 350,00
Salários+encargos	R$ 6.123,60
Material de limpeza	R$ 70,00
Material de escritório	R$ 50,00
Total	**R$ 8.507,60**

Fonte: Elaboração própria

6.3. Faturamento

Tabela 9

Faturamento		
Mês 1	0%	R$ 0,00
Mês 2	0%	R$ 0,00
Mês 3	0%	R$ 17.050,26
Mês 4	5%	R$ 18.337,08
Mês 5	6%	R$ 20.221,58
Mês 6	7%	R$ 20.513,22
Mês 7	8%	R$ 22.987,45
Mês 8	0%	R$ 23.001,63
Mês 9	0%	R$ 22.423,68
Mês 10	0%	R$ 32.135,66
Mês 11	0%	R$ 46.171,00
Mês 12	0%	R$ 48.223,58
Total Ano		R$ 271.065,14

Fonte: Elaboração própria

7. Construção de cenários

A relação vendas/receita tem exigido do marketing cada vez mais uma postura deco-responsável pela geração da última nas empresas. Com isso, o alinhamento entre essas duas áreas que historicamente sempre tiveram atritos, hoje, é uma das principais alavancas de resultados para as organizações. Tendo consciência desse potencial e das dificuldades de criar essa sinergia, visualizamos um cenário focado em como melhorar a cooperação entre marketing e vendas.

Naturalmente, a cooperação entre as duas partes depende muito da sua capacidade de comunicação. Ou seja, enquanto as vendas reportarem de forma objetiva (resultados de vendas) e marketing de forma subjetiva, é pouco provável que se consiga um consenso em relação a entrega de cada uma das partes. Essa situação, frequentemente vista nas empresas, acaba gerando frustrações para ambos os lados, e um mal resultado para a empresa como um todo. Uma das possíveis formas de resolução dessa problemática seria ambas as áreas falar a mesma língua, compartilhando conceitos, trocando feedbacks e assim, cada qual assumirsua responsabilidade pela entrega.

8. Avaliação Estratégica

8.1. Análise SWOT

Pontos Fortes	Pontos Fracos
Alto investimento em formação.	Dificuldade de passar os conhecimentos.
Customização facilmente adaptável aos clientes.	Realiza poucas parcerias com empresas do mesmo setor.
Boca boca positivo. Notória funcionalidade da rede em prol da atividade.	Alta concorrência.
A empresa tem registrado corretamente os dados financeiros. Os custos são calculados com rigor.	Constante inovação: Necessidade de trazer novidades na área comercial.
Os proprietários possuem espaço físico para confecção dos produtos.	Aumento de impostos de produtos importados.

Fonte: Elaboração própria.

9. Avaliação do Plano de Negócios

A população carioca está cada vez mais exigente e em busca de produtos que satisfaçam suas necessidades quanto à personalização e diferenciação. As pessoas querem ser únicas e considerando a quantidade de comemorações e eventos que ocorrem no Rio de Janeiro diariamente, identificamos uma oportunidade de suprir estas necessidades de personalização e diferenciação nestas ocasiões especiais. Este trabalho apresenta um plano de negócio, o qual visa à abertura de uma empresa especializada em doces tradicionais, finos e afins, além da linha diet/light para comemorações de ocasiões especiais da vida das pessoas, trata-se da Doces& Cia Ltda EPP.

Através da avaliação de todo o conteúdo do trabalho podemos identificar a real oportunidade de investimento voltado para o setor confeiteiro. Conforme as projeções financeiras realizadas, verificamos que o empreendimento além de possuir uma boa viabilidade financeira devido a lucros satisfatórios proporcionará aos sócios grande realização pessoal.

10. Referências Bibliográficas

BANGS JR., David H. **Guia prático – planejamento de negócio:** criando um plano para seu negócio ser bem-sucedido. São Paulo: Nobel, 2002.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócios:** fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2013.

CASAROTTO FILHO, Nelson. **Projeto de negócio:** estratégias e estudos de viabilidade. São Paulo: Atlas, 2002.

CECCNELLO, Antonio Renato; AJZENTAL, Alberto. **A construção do plano de negócios**. São Paulo: Saraiva, 2008.

http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/documento-ensina-a-montar-plano-de-negocio,7f0c26ad18353410VgnVCM1000003b74010aRCRD

https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/MP%20-%20Plano%20de%20Neg%C3%B3cio%20para%20Come%C3%A7ar%20Bem.pdf

www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/

BEULKE, Ronaldo; BERTÓ, Dalvio José. **Gestão de Custos.** 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração:** teoria, processo e prática. 4. ed. Rio de Janeiro: Elselvier, 2007.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios da administração financeira.** 10. ed. São Paulo: Addison Wesley, 2004.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing.** 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MAXIMINIANO, Antônio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores:** fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

WESTWOOD, John. **O plano de marketing.** 3. ed. São Paulo: M. Books do Brasil, 2007.