

CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO

Técnico em Administração

Ana Cecília Fornazieri

Cíntia Saraiva Bonim da Silva

Jonathan Lucas Siqueira

Juliana Ferreira do Carmo

Rafaela Fonseca Luiz Lopes

Rocheli Amábile dos Santos Minicilio

CONFEITARIA AMORE MIO: doces veganos de qualidade

Tupã/SP

2023

Ana Cecília Fornazieri
Cíntia Saraiva Bonim da Silva
Jonathan Lucas Siqueira
Juliana Ferreira do Carmo
Rafaela Fonseca Luiz Lopes
Rocheli Amábile dos Santos Minicilio

CONFEITARIA AMORE MIO: doces veganos de qualidade

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico de Administração da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pela Prof.^a Ma. Karen Cristina de Andrade Pereira, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

Menção do Trabalho ____MB____

Tupã/SP

2023

ETEC PROF. MASSUYUKI KAWANO

Técnico em Administração

Ana Cecília Fornazieri

Cíntia Saraiva Bonim da Silva

Jonathan Lucas Siqueira

Juliana Ferreira do Carmo

Rafaela Fonseca Luiz Lopes

Rocheli Amábile dos Santos Minicillo

CONFEITARIA AMORE MIO: doces veganos de qualidade

Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a. Ma. Karen Cristina de Andrade Pereira

Orientadora

Prof.^a. Ma. Caroline Penteado Manoel

Avaliador

Prof. Luiz Antônio Sirpa

Avaliador

Tupã, 20 de junho de 2023.

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O(A) Professor(a) orientador(a), a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por nossas vidas, e por nos ajudar a ultrapassar todos os nossos obstáculos encontrados ao longo do curso.

Aos nossos familiares, que nos incentivaram nos momentos difíceis e compreenderam nossa ausência enquanto nos dedicávamos à realização deste trabalho.

Todas as pessoas do grupo de pesquisa que nunca desistiram do nosso trabalho.

Aos professores, pelas correções e ensinamentos que nos permitiram apresentar um melhor desempenho no nosso processo de formação profissional, especialmente a nossa orientadora Karen Cristina de Andrade Pereira.

“Se não houver frutos,
valeu a beleza das flores,
Se não houver flores,
valeu a sombra das folhas;
Se não houver folhas,
valeu a intenção da semente.”

Henfil

RESUMO

A confeitaria é um dos segmentos que mais cresce economicamente no mercado brasileiro conforme os dados da Associação Brasileira de Panificação e Confeitaria – Abip. Destaca-se que no segmento de confeitaria um dos grandes diferenciais é oferecer produtos artesanais. Diante desse cenário, o plano de negócios aqui estabelecido tem como proposta a abertura de uma confeitaria e doceria tradicional, em que a empresa se chamará Amore Mio e terá como foco uma linha de produção e comercialização de produtos na versão vegana no município de Tupã/SP, em que será implementada e caracterizada por ser de grande relevância na região que se destaca pela alta regularidade de vendas anuais. Diante disso, o objetivo geral do trabalho foi analisar a viabilidade de abrir uma empresa no ramo de doceria tradicional, com enfoque em uma linha de produção vegana no município de Tupã/SP. Para atingir tal objetivo os procedimentos metodológicos utilizados no trabalho foram a pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo por meio da aplicação de um questionário que teve como finalidade identificar a adesão aos produtos que a empresa irá comercializar, sendo que participaram da pesquisa 55 pessoas. Os resultados obtidos da pesquisa foram analisados e constatou-se que no município de Tupã, onde será inserido, existem poucos concorrentes. Além disso, por meio do plano financeiro identificou-se que a matéria-prima para a produção dos produtos tem um preço elevado que afeta diretamente o preço para o consumidor final. Em relação ao investimento inicial para a abertura da empresa será de R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil) e o lucro no primeiro ano de funcionamento da empresa será de R\$ 72.717,47 (setenta e dois mil setecentos e dezessete reais e quarenta e sete centavos). Em relação ao plano de marketing, a empresa levou em consideração a localização, o preço do produto, as estratégias promocionais analisando o equilíbrio entre o preço do produto oferecido e o valor do mercado. Em vista disso, a empresa Amore Mio apresenta grande potencialidade de abertura no município de Tupã.

Palavras-chaves: Plano de negócios. Confeitaria. Vegano.

ABSTRACT

Confectionery is one of the fastest growing segments economically in the Brazilian market according to data from the Brazilian Association of Bakery and Confectionery - Abip. It should be noted that in the confectionery segment, one of the great differentials is offering handcrafted products. Given this scenario, the business plan established here proposes the opening of a traditional confectionery and pastry shop, in which the company will be called Amore Mio and will focus on a line of production and commercialization of products in the vegan version in the municipality of Tupã/ SP, in which it will be implemented and characterized by being of great relevance in the region that stands out for the high regularity of annual sales. In view of this, the general objective of the work was to analyze the feasibility of opening a company in the traditional confectionery sector, focusing on a vegan production line in the municipality of Tupã/SP. To achieve this objective, the methodological procedures used in the work were bibliographical research and field research through the application of a questionnaire whose purpose was to identify adherence to the products that the company will sell, with 55 people participating in the research. The results obtained from the research were analyzed and it was found that in the municipality of Tupã, where it will be inserted, there are few competitors. In addition, through the financial plan it was identified that the raw material for the production of products has a high price that directly affects the price for the final consumer. In relation to the initial investment for opening the company, it will be R\$ 240,000.00 (two hundred and forty thousand) and the profit in the first year of operation of the company will be R\$ 72,717.47 (seventy-two thousand, seven hundred and seventeen reais and forty-seven cents). Regarding the marketing plan, the company took into account the location, the price of the product, the promotional strategies, analyzing the balance between the price of the product offered and the market value. In view of this, the company Amore Mio has great potential for opening in the municipality of Tupã.

Keywords: Business plan. Confectionery. Vegan

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Imagem promocional do bolo de cenoura vegano.....	45
Figura 2 - Imagem promocional do cookie vegano.....	46
Figura 3 - Layout da empresa.....	48
Figura 4 - CANVAS	74

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Síntese da estruturação do método científico	23
Quadro 2 - Cronograma	24
Quadro 3 - Dados do Fundador 1	25
Quadro 4 - Dados do Fundador 2.....	25
Quadro 5 - Dados do Fundador 3.....	26
Quadro 6 - Dados do Fundador 4.....	26
Quadro 7 - Dados do Fundador 5.....	26
Quadro 8 - Dados do Fundador 6.....	27
Quadro 9 - Capital Social.....	27
Quadro 10 - Análise dos concorrentes	29
Quadro 11 - Análise dos fornecedores	31
Quadro 12 - Preço dos produtos	44
Quadro 13 - Localização da empresa.....	47
Quadro 14 - Capacidade produtiva.....	49
Quadro 15 - Necessidade de pessoal	49
Quadro 16 - cargos da empresa a serem ocupados pelos sócios.....	50
Quadro 17 - Análise SWOT	62

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Questão 1: Gênero	37
Gráfico 2 - Questão 2: Faixa etária	38
Gráfico 3 - Questão 3: Renda familiar mensal.....	38
Gráfico 4 - Questão 4: Frequência de consumo de doces	39
Gráfico 5 - Questão 5: Restrição alimentar	40
Gráfico 6 - Questão 6: Consumo de doce vegano	40
Gráfico 7 - Questão 7: percepção do sabor de doces veganos.....	41
Gráfico 8 - Questão 8: Rede social que utiliza com maior frequência	42
Gráfico 9 - Questão 9: Percepção de qual lugar na cidade considera melhor para se instalar a confeitaria	42

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Máquinas e equipamentos – Produção.....	50
Tabela 2 - Móveis e utensílios	51
Tabela 3 - Investimentos pré-operacionais	52
Tabela 4 - Total dos investimentos	52
Tabela 5 - Estimativa do faturamento da empresa no primeiro ano.....	53
Tabela 6 - Estimativa do estoque inicial.....	54
Tabela 7 - Prazo médio de vendas	54
Tabela 8 - Prazo médio de compras	55
Tabela 9 - Necessidade média de estoque.....	55
Tabela 10 - Capital de giro.....	55
Tabela 11 - Descrição dos investimentos	56
Tabela 12 - Fontes de recursos	56
Tabela 13 - Custos de matéria-prima Cookie.....	56
Tabela 14 - Custo de matéria-prima bolo inteiro	57
Tabela 15 - Custo de matéria-prima bolo fatiado	58
Tabela 16 - Estimativa dos custos de comercialização.....	58
Tabela 17 - Custos de materiais diretos	59
Tabela 18 - Estimativa do custo com depreciação.....	60
Tabela 19 - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	60
Tabela 20 - DRE	61
Tabela 21 - Margem de contribuição	61
Tabela 22 - Ponto de equilíbrio	62

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 REVISÃO DE LITERATURA	16
2.1 Plano de Negócios	16
2.2 Descrição da empresa	17
2.3 Fontes de Recursos	18
2.4 Análise de Mercado	19
2.5 Plano de Marketing	19
2.6 Plano Operacional.....	20
2.7 Plano Financeiro	20
2.8 Avaliação Estratégica	21
3 METODOLOGIA DE PESQUISA	22
4 PLANO DE NEGÓCIOS.....	24
4.1 Descrição da Empresa.....	24
4.2 Fonte de Recursos	27
4.3 Análise de Mercado	28
4.3.1 Análise dos Clientes	28
4.3.2 Análise dos Concorrentes	29
4.3.3 Análise dos Fornecedores	31
4.3.4 Pesquisa de mercado	37
4.4 Plano Marketing	43
4.4.1 Descrição dos principais produtos	43
4.4.2 Preço.....	43
4.4.3 Estratégias Promocionais.....	44
4.4.4 Estrutura de Comercialização.....	46
4.4.5 Localização da Empresa	47
4.5 Plano Operacional.....	47
4.5.1 Layout ou Arranjo Físico.....	48
4.5.2 Capacidade Produtiva	49
4.5.3 Necessidade de Pessoal	49
4.6 Plano Financeiro	50
4.6.1 Estimativa dos Investimentos.....	50
4.6.1.1 Estimativa dos investimentos fixos	50

4.6.1.2 Estimativa dos investimentos pré-operacionais.....	52
4.6.1.3 Total dos investimentos.....	52
4.6.2 Estimativa do faturamento da empresa.....	53
4.6.3 Capital de Giro.....	54
4.6.3.1 Estimativa do estoque inicial.....	54
4.6.3.2 Prazo médio de vendas	54
4.6.3.3 Prazo médio de compra	55
4.6.3.4 Necessidade média de estoque.....	55
4.6.4 Estimativa de custos variáveis	56
4.6.4.1 Custo unitário de matéria-prima.....	56
4.6.4.2 Estimativa dos custos de comercialização	58
4.6.4.3 Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas	59
4.6.5 Estimativa de custos fixos	60
4.6.5.1 Estimativa do custo com depreciação.....	60
4.6.5.2 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	60
4.6.6 Demonstrativo de Resultados do Exercício – DRE.....	61
4.6.7 Ponto de equilíbrio.....	61
4.6.7.1 Margem de Contribuição.....	61
4.6.7.1 Ponto de Equilíbrio	62
5 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	62
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	64
REFERÊNCIAS.....	65
APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL	68
APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO.....	72
APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS	74

1 INTRODUÇÃO

A confeitaria é um dos segmentos que mais cresce economicamente no mercado brasileiro conforme os dados da Associação Brasileira de Panificação e Confeitaria – Abip. A Abip destaca que no segmento de confeitaria um dos grandes diferenciais é “oferecer produtos artesanais, ou seja, que não são produzidos em larga escala e se destacam pelo sabor diferenciado, com objetivo de produzir produtos de qualidade e menos industrializados” (SEBRAE, 2019).

Em relação ao faturamento do segmento de confeitaria, o estudo realizado pelo portal nacional G1 destaca que esse setor no ano de 2019 faturou cerca de 15 bilhões de reais. Já no ano de 2021 a pesquisa intitulada “Consumo Equilibrado”, realizada pelo site Minuto Ligado, apontou que o mercado de doces no Brasil fatura cerca de 12 bilhões de reais por ano. No que diz respeito ao consumo, uma pesquisa realizada pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), em parceria com a Universidade Federal de Minas Gerais e a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), identificou que o consumo de doces no país cresceu em torno de 47,1% durante a pandemia de Covid-19 (MARTINS, 2022).

Além disso, frente a esse cenário de contínua expansão, surgem tendências, desenvolvimento em soluções tecnológicas e dicas de atuação nesta área. Com novos equipamentos, ingredientes e técnicas é possível impulsionar as vendas e assim se distinguir dos concorrentes. Essas mudanças podem ser por parte de meios de divulgação diferentes, a disponibilização dos produtos a serem ofertados de forma fácil e direta para o consumidor. Também há receitas voltadas para públicos diferentes, com necessidades específicas como as pessoas que são alérgicas a certos alimentos ou as que buscam um estilo de alimentação mais saudável, em que encaixa as pessoas vegetarianas e/ou veganas (CHEF CENTER, 2020; GOES, 2022).

A tendência por alimentos veganos pode ser corroborada conforme o relato a seguir da entrevistada Nathalia Pires, Gerente de Marketing da Puratos (grupo global com vasta experiência e gama completa de produtos inovadores nos setores de panificação, confeitaria e chocolate):

Uma importante tendência que já vinha surgindo e intensificou muito com a pandemia de Covid-19 é a procura por produtos mais saudáveis. Na nossa última pesquisa, chamada de Taste Tomorrow e que identifica as principais tendências de consumo, vimos que 69% dos consumidores têm dado preferência a alimentos mais saudáveis quando disponíveis. Outra tendência que permeia por todas as categorias e ganha relevância são os produtos de origem vegetal, adequados para dietas veganas e vegetarianas. Em 2018, 14% dos consumidores declararam comprar alimentos de origem vegetal pelo menos uma vez por semana e, em 2021, esse número subiu para 37%. (MARTINS, 2022).

Diante desse cenário, o plano de negócios aqui estabelecido tem como proposta a abertura de uma confeitaria e doceria tradicional com foco em uma linha de produção e comercialização de produtos na versão vegana no município de Tupã/SP, a qual se chamará Amore Mio. Seguindo essa explicação, este trabalho levanta a seguinte questão: qual a viabilidade de uma empresa no ramo de doceria tradicional, com enfoque em uma linha de produção vegana no município de Tupã /SP?

Com base nisso realizamos uma pesquisa preliminar na escola Etec Prof. Massuyuki Kawano no ano de 2022 para verificar a adesão dos indivíduos em relação a ideia de abertura da empresa, em que a partir de uma amostra de 103 pessoas, com idades de 16 anos em diante, partimos da hipótese que o negócio (Amore Mio) é viável. Observamos que do público analisado cerca de 97,2% aprecia doces e que 92,2% acreditam que o município de Tupã/SP precisa de uma doceria que ofereça serviços diferenciados e doces diversos e específicos, o que nos mostra que os empreendimentos no ramo já existentes no município não estão suprimindo as expectativas dos consumidores, seja por conta do serviço oferecido ou produtos ofertados.

Por isso, este trabalho tem como objetivo geral analisar a viabilidade de abrir uma empresa no ramo de doceria tradicional, com enfoque em uma linha de produção vegana no município de Tupã/SP.

Visando alcançar este objetivo, foram estipulados alguns objetivos específicos, dentre eles:

- Identificar o mercado a ser inserido, assim como potenciais clientes, concorrentes e fornecedores;

- Descrever as estratégias do mix de marketing (produto, preço, promoção e praça) que auxiliem no desenvolvimento da empresa Amore Mio;
- Estruturar o plano operacional da empresa, no que se refere ao layout físico, capacidade produtiva e projeção pessoal necessário para o funcionamento do negócio;
- Analisar a viabilidade financeira do negócio, por meio de índices financeiros e da estimativa do investimento total, capital de giro, custos e faturamento da empresa;
- Identificar os aspectos favoráveis e desfavoráveis do negócio por meio da análise S.W.O.T.

Em consideração a isso o desenvolvimento do trabalho é importante para a formação do técnico o qual irá agregar informação e inovação para a área profissional em que se desenvolve no decorrer do curso de administração, pois o negócio visa inovar no sentido de fornecer além dos doces tradicionais já existentes no mercado, uma linha de doces saudáveis e atuais composta por doces veganos, pensando na saúde e bem estar da população.

Acreditando que se pode agregar no dia a dia das pessoas com o que diz respeito a este empreendimento, incorporar doces veganos em nosso negócio será uma maneira de atrair clientes, e ainda assim preencher a falta de opções no município. Como mencionado, decidiu-se realizar uma pesquisa onde foi possível observar que há uma lacuna no setor de docerias, sendo assim, a temática do presente trabalho visa preencher essa lacuna no mercado de doces, pois, compreende no fornecimento de produtos veganos, no contexto do município de Tupã/SP.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Plano de Negócios

O Plano de Negócios é essencial para quem está pensando em começar uma atividade empreendedora ou até mesmo para quem já tem o seu próprio negócio estruturado. É um documento pelo qual a empresa declara seus

objetivos em curto, médio e longo prazo. É descritivo e cheio de detalhes, ou seja, descreve toda a sua composição, sua estrutura e seus processos internos e externos. Sabemos que um plano de negócio não é infalível, muito pelo contrário, no decorrer do tempo pode até demonstrar ser inviável, por isso é flexível e pode ser adaptável, pois, nossa realidade muda o tempo todo. Assim é desenvolvido para evitar futuras frustrações na vida empresarial, permitindo visualizar que eventuais erros ocorram antes de serem colocados em prática, dessa forma evita-se o risco de perda de capital e o próprio tempo de trabalho (ATITUDE DE NEGÓCIOS, 2014).

De acordo com o Sebrae um plano de negócio é:

[...] um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado (SEBRAE, 2013, p.13).

De acordo com Dornelas (2021), a elaboração de um Plano de Negócios é importante, pois envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento e como conhecer seu próprio ambiente. Também é importante porque permite ao empreendedor realizar uma autoavaliação durante o processo de desenvolvimento possibilitando ser objetivo e podendo refletir sobre várias questões respondendo por exemplo: Qual meu negócio? A ideia é viável? Onde quero chegar? Qual mercado é alvo? Quem é o cliente? O produto satisfaz as necessidades do mercado? Como conquistar o mercado? Quanto vou gastar? Se terei lucro?. Ou seja, permite visualizar os obstáculos antes da abertura de qualquer negócio. Assim permite verificar pontos fortes e fracos, oportunidades reais ou armadilhas que devem ser evitadas. Portanto o planejamento, um plano de negócios é primordial para a vida empresarial do empreendedor (GOHR; SANTOS, 2010).

2.2 Descrição da empresa

A empresa é um conjunto econômico-social estruturado, feito para se fabricar e comercializar bens ou serviços, que visam satisfazer necessidades e

desejos, sendo formada por elementos fundamentais como: humanos, financeiros e matéria-prima (DORNELAS, 2021; SIGNIFICADOS, 2017).

Ao decidir abrir seu negócio é necessário entender de que tipo será: microempreendedor individual, empresário individual, empresa individual de responsabilidade limitada, sociedade simples e sociedade empresária, pois a partir disso é possível entender como a organização será estruturada por exemplo: o presidente, a gerência de cada setor, quantos colaboradores serão necessários e os tipos de fornecedores. Com o crescimento da empresa esses aspectos poderão ser mudados, assim tendo um organograma da empresa pronto será mais fácil lidar com isso (DORNELAS, 2021; SIGNIFICADOS, 2017).

Já estabelecer a missão, visão e valores da empresa ajuda a definir sua identidade corporativa, mostrar seu propósito e aquilo que se preza em sua organização. Além disso, deve-se ter sempre em mente os alvos da empresa para que possa direcionar os colaboradores em torno dos objetivos da empresa (VALENTE, 2017).

2.3 Fontes de Recursos

Todo empreendedor tem o sonho de tirar uma ideia ou projeto do papel e transformá-lo em realidade. Mas é necessário conseguir recursos para o projeto sair do papel. Existem cerca de cinco opções de fontes de captação de recursos, dentre elas: capital próprio; capital de amigos e familiares; linhas de crédito bancário; linhas de fomento e subvenção governamental; e capital de risco. A escolha pela opção apresentada anteriormente depende em qual estágio de vida a empresa estiver (ENDEAVOR, 2014).

A seguir é apresentado, com base na Endeavor (2014), a descrição de cada fonte de recursos em que a empresa poderá utilizar:

- Capital próprio: geralmente é a primeira fonte de capital utilizada pelos empreendedores;
- Linhas de crédito bancário: financiar um negócio com linhas de crédito é uma das formas mais seguras, pois não há perda de participação acionária;

- Linhas de fomento e subvenção: os Órgãos e Agências de Fomento são instituições públicas que tem como missão apoiar financeiramente a pesquisas e soluções em ciência, saúde, tecnologia e inovação;
- Capital de risco: Investidores aportam capital em empresas esperando ganhar participação nos lucros e que o valor da empresa seja cada vez maior. A dinâmica é de risco e recompensa e, naturalmente, eles esperam um retorno maior do que os bancos comerciais.

2.4 Análise de Mercado

É um dos componentes do plano de negócio que está relacionado ao marketing da organização. Ela apresenta o entendimento do mercado da empresa, seus clientes, seus concorrentes e quanto a empresa conhece em dados e informações onde o mercado atua. Para analisar o mercado é necessário avaliar o cenário do setor, estudar os movimentos da concorrência, entender como o cliente se comporta, projetar as receitas e as despesas (SAUGO, 2021).

Para se ter uma boa análise de mercado é necessário levar em consideração os principais pontos que orientam uma praça: análise do cenário atual, perfil dos consumidores, projeções do mercado (SAUGO, 2021).

2.5 Plano de Marketing

O plano de marketing é um guia que serve para nortear as ações do setor com a missão de alcançar os objetivos propostos e colaborar para o crescimento da empresa. Em outras palavras, ele é um documento que reúne todas as estratégias de marketing que serão realizadas durante determinado período. O plano de marketing pode ser dividido em diversas formas, dentre elas as principais são: estratégico, tático e operacional (MATIAS, 2022).

O plano de marketing estratégico, tem por finalidade analisar tanto os objetivos de longo como curto prazo que uma empresa deseja alcançar. Leva em consideração a atual situação financeira da empresa, bem como as tendências do mercado (MATIAS, 2022).

O plano de marketing tático tem o foco na implementação de técnicas específicas que podem ajudar uma empresa a atingir seus objetivos de marketing, muitas vezes envolve a realização de atividades pontuais, como publicação de posts em blogs, realização de campanhas em redes sociais e etc. (MATIAS, 2022).

O plano de marketing operacional é baseado no que já está delimitado no plano estratégico. Ele serve para que a empresa organize suas ações concretas (MATIAS, 2022).

Ter um plano de marketing é fundamental para identificar o mercado alvo e fazer com que um produto ou serviço possa ter maior alcance, atrair novos clientes, estabelecer metas, definir orçamentos e verificar o retorno dos investimentos (MATIAS, 2022).

2.6 Plano Operacional

O plano operacional é a parte mais detalhada do planejamento. Um plano operacional é um documento no qual os responsáveis de uma organização estabelecem os objetivos que desejam que sejam cumpridos e estipulam os passos a seguir (CONSULTORIA ISO, 2022).

O planejamento está focado na eficiência, cuidando das atividades rotineiras da organização, assegurando que os colaboradores realizem suas tarefas e operações de acordo com o estabelecido pela organização, a fim de que os objetivos possam ser atingidos (CONSULTORIA ISO, 2022).

2.7 Plano Financeiro

O plano financeiro está dentro do guarda-chuva do plano de negócios de uma empresa. Sendo assim, serve para apontar as diretrizes que sustentarão a rentabilidade da operação, estabelecendo as ferramentas de controle para garantir a saúde do caixa e o cumprimento das metas propostas para curto, médio e longo prazos (4CINCO, 2022).

Antes de iniciar o seu desenvolvimento, porém, faz-se necessário definir as necessidades que o plano de negócios deve suprir. Geralmente o plano possui tópicos que orientam essas análises, tais como: investimento inicial, projeção dos resultados, projeção de fluxo de caixa, projeção do balanço e ponto de equilíbrio para análise de investimentos (4CINCO, 2022).

Finalizada essa etapa, portanto, o desenvolvimento do plano financeiro tornará possível pensar em novos investimentos. E, então, definir parâmetros e metas para atingimento de acordo com a conjuntura e a realidade econômica da empresa. O tipo de investimento que se pretende realizar, inclusive, é um dos pontos que define e modifica a forma como o plano irá acontecer (4CINCO, 2022).

2.8 Avaliação Estratégica

A avaliação estratégica deve ser realizada para que se possa investigar o ambiente de negócios dentro do qual uma organização opera e o estudo da própria organização, tendo como finalidade formular ou reformular uma estratégia para tomada de decisão e que esteja de acordo com os objetivos da empresa (IFMA, 2018).

Essa avaliação servirá para determinar os pontos que devem ser melhorados e os que funcionam bem, com foco em aumentar a eficiência da organização, aumentando a sua capacidade de utilizar seus recursos de maneira inteligente (IFMA, 2018).

Será utilizada dois tipos de ferramenta de gestão, a primeira é a análise SWOT ou FOFA, que é composta pelas: Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças). Tal ferramenta permite realizar análises de cenário ou de ambiente, seja ele interno ou externo, com base nesses quatro pontos (QUESTION PRO, 2022).

E a segunda ferramenta utilizada no trabalho é a Canvas que é um mapa visual e que se baseia em nove principais partes, dentre elas: segmentos de clientes, proposta de valor, canais, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, atividades-chave, parcerias principais e custos. O

Canvas é elaborado em um quadro que contém um esquema estabelecido com espaços para inserir informações acerca dos fatores-chave para o funcionamento da empresa e tem o propósito de alinhar os principais setores da empresa e gerar uma compreensão mais ampla de seu funcionamento (OPPORTUNITY MAKER, 2022).

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

A presente pesquisa tem por objetivo geral analisar a viabilidade de uma empresa no ramo de doceria tradicional, com enfoque em uma linha de produção vegana no município de Tupã/SP, sendo o quinto município que mais cresce na região de Tupã. Onde há destaque de modo positivo de supermercados e lojas de variedades, as atividades de apoio a agricultura, pecuária e pós-colheita e a fabricação de produtos alimentícios. Além disso, é o maior produtor de amendoim do estado de São Paulo e um dos maiores do Brasil.

Para atingir o objetivo proposto a pesquisa foi aplicada e quanto ao seu objetivo foi exploratória. Para análise de dados foi utilizada a abordagem quali-quantitativa, pois foram interpretados dados subjetivos e dados objetivos coletados por meio do plano financeiro, além de utilizar da estatística descritiva, para interpretar os dados coletados por meio da pesquisa de mercado,

As técnicas de pesquisa utilizadas foram a pesquisa bibliográfica e a aplicação de um questionário que teve como finalidade identificar a adesão dos produtos fornecidos pela Amore Mio, sendo que o questionário foi aplicado por meio do Google Forms.

Foram utilizadas também outras ferramentas e metodologias que auxiliaram no alcance do objetivo da pesquisa, sendo a análise S.W.O.T, análise da estratégia de marketing por meio dos 4'Ps, análise de índices financeiros e construção do Canvas.

No Quadro 1, é possível verificar uma síntese da estruturação do método científico do presente trabalho.

Quadro 1 - Síntese da estruturação do método científico

Síntese para estruturação do método científico	
Crítérios de classificação	Atributos metodológicos
Tipo de conhecimento	Científico
Natureza da pesquisa	Aplicada
Objetivo	Exploratório
Abordagem	Quali-quantitativa
Técnicas e ferramentas de coleta de dados	Pesquisa bibliográfica Aplicação de questionário por meio do Google Forms
Amostra	55 pessoas
Objeto de análise	Viabilidade da abertura de uma empresa
Foco de análise	Análise por meio da estruturação de um plano de negócio, com o enfoque de identificar se é viável a abertura da empresa Amore Mio no município de Tupã/SP
Sujeito de análise	Clientes
Forma de análise dos dados obtidos	Análise por meio de estatística descritiva (elaboração de gráficos)
	Utilização de índices financeiros
	Utilização de ferramentas como CANVAS e Análise S.W.O.T.
	Descritiva
	Subjetiva

Fonte: elaborado pelos autores.

No Quadro 2, é apresentado o cronograma do desenvolvimento da presente pesquisa.

Quadro 2 - Cronograma

Etapas	Meses				
	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
Introdução					
Revisão de Literatura					
Plano de Negócios					
Fonte de Recursos					
Análise de Mercado					
Pesquisa de Mercado					
Plano de Marketing					
Plano Operacional					
Plano Financeiro					
Avaliação Estratégica					
Considerações Finais					
Apresentação					

Fonte: elaborado pelos autores.

4 PLANO DE NEGÓCIOS

4.1 Descrição da Empresa

Nome da Empresa: AMORE MIO confeitaria e doceria LTDA.

Nome Fantasia: Amore Mio

CNPJ: 86.184.659/0001-60

Missão: Atender os clientes com excelência, por produzir e oferecer produtos de qualidade, além de proporcionar um ambiente agradável para o nosso público-alvo.

Visão: Ser referência de qualidade e satisfação ao atender e superar as expectativas de nossos clientes. Ser uma empresa reconhecida por garantir uma relação de confiança.

Setor de Atividade: Comércio de doces e bolos.

Forma jurídica: A empresa será uma ME, Micro Empresa, em que os sócios têm uma responsabilidade limitada.

Enquadramento tributário: O enquadramento tributário será Simples Nacional.

Quadro 3 - Dados do Fundador 1

Fundador 01	
Nome: Ana Cecília Fornazieri	
Endereço: Av. Tabajaras, nº 316	Cidade/Estado: Tupã - SP
E-mail: anaforazieri1@gmail.com	Telefone: 14 99721-4125

Fonte: elaborado pelos autores.

Atribuição e Formação do Fundador 01: Confeiteira - Técnica em Farmácia e Auxiliar Administrativo e Financeiro.

Quadro 4 - Dados do Fundador 2

Fundador 02	
Nome: Cíntia Saraiva Bonim da Silva	
Endereço: Rua Mário Bianchi, nº 1090	Cidade/Estado: Tupã - SP
E-mail: cintiasaraiva04@gmail.com	Telefone: 14 99710-9439

Fonte: elaborado pelos autores.

Atribuição e Formação do Fundador 02: Atendente - Auxiliar Administrativo.

Quadro 5 - Dados do Fundador 3

Fundador 03	
Nome: Jonathan Lucas Siqueira	
Endereço: Rua Caingangs, nº 835	Cidade/Estado: Tupã - SP
E-mail: siqueeira1994@gmail.com	Telefone: 14 99107-8126

Fonte: elaborado pelos autores.

Atribuição e Formação do Fundador 03: Operador de Caixa - Auxiliar Administrativo.

Quadro 6 - Dados do Fundador 4

Fundador 04	
Nome: Juliana Ferreira do Carmo	
Endereço: Rua Humaitá, nº 43	Cidade/Estado: Tupã - SP
E-mail: julianaacarmo@outlook.com	Telefone: 14 99711-7614

Fonte: elaborado pelos autores.

Atribuição e Formação do Fundador 04: Gerente de Loja - Auxiliar Administrativo e Financeiro.

Quadro 7 - Dados do Fundador 5

Fundador 05	
Nome: Rafaela Fonseca Luiz Lopes	
Endereço: Rua Lélío Pizza, nº 30	Cidade/Estado: Tupã - SP
E-mail: Rafaah_fonseca@hotmail.com	Telefone: 14 99808-7962

Fonte: elaborado pelos autores.

Atribuição e Formação do Fundador 05: Auxiliar de Confeitaria - Auxiliar Administrativo e Financeiro.

Quadro 8 - Dados do Fundador 6

Fundador 06	
Nome: Rocheli Amábile dos Santos Minicillo	
Endereço: Rua São José, nº175	Cidade/Estado: Tupã - SP
E-mail: rermeneg@gmail.com	Telefone: 14 99899-4545

Fonte: elaborado pelos autores.

Atribuição e Formação do Fundador 06: Gerente de Escritório – Professora.

Quadro 9 - Capital Social

Nomes do Fundador	Valor do Capital Integralizado
Ana Cecília Fornazieri	R\$ 40.000,00
Cíntia Saraiva Bonim da Silva	R\$ 40.000,00
Jonathan Lucas Siqueira	R\$ 40.000,00
Juliana Ferreira do Carmo	R\$ 40.000,00
Rafaela Fonseca Luiz Lopes	R\$ 40.000,00
Rocheli Amábile dos Santos Minicillo	R\$ 40.000,00

Fonte: elaborado pelos autores.

4.2 Fonte de Recursos

Os recursos que nosso empreendimento irá utilizar serão obtidos por meio de capital próprio, ou seja, os recursos próprios dos sócios da empresa e também por intermédio de empréstimos em instituições financeiras que aguardamos pela aprovação. O investimento inicial ao todo será no valor de R\$240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais), com isso poderemos adquirir os equipamentos para a produção, as mobílias do escritório e também da área de consumo, os eletrônicos como computador e além disso para possíveis reformas do estabelecimento, os custos de abertura da empresa, o seguro, para um estoque inicial, o capital de giro e outros gastos que possam surgir.

4.3 Análise de Mercado

4.3.1 Análise dos Clientes

Os clientes em potencial que a nossa empresa pode destacar são os consumidores de faixa etária diversificada, ou seja, de jovens e adultos, a maior parte sendo de mulheres residentes em Tupã e em sua microrregião, os quais apreciam a confeitaria artesanal e buscam produtos de alta qualidade.

Com base em uma pesquisa preliminar aplicada em 2021 na Etec Prof. Massuyuki Kawano sobre a adesão dos indivíduos em relação aos produtos da Amore Mio, notamos que os 103 indivíduos que participaram da pesquisa consomem doces em uma frequência de algumas vezes por semana e que esses mesmos consomem em suas residências, pois a maioria afirmou não frequentar lugares que trabalham com a comercialização desses produtos. Tal afirmação pode estar ligada ao fato de que os consumidores têm a preferência por um atendimento excelente e isso pode estar em falta nos estabelecimentos do município.

Ainda assim, esses consumidores demonstraram um desejo quando deram suas opiniões, de que o município Tupã precisa de um local que ofereça doces específicos a população. A empresa será especializada em produtos veganos, oferecendo diferentes doces que poderão até mesmo serem consumidos por pessoas alérgicas ao leite de vaca e intolerantes à lactose.

A empresa irá atender o público do município de Tupã/SP, por ter uma estrutura e estar em um lugar de fácil encontro e acesso, no centro da cidade, o nosso estabelecimento irá atingir clientes de toda a área da cidade, podendo ser frequentada regularmente.

4.3.2 Análise dos Concorrentes

Quadro 10 - Análise dos concorrentes

	Qualidade do Produto/Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
Ana Trufas Gourmet	Excelente	Bolo R\$ 22,00	Em espécie, cartão de débito e crédito e PIX	No local e entrega	Bolos caseiros e decorados, Tortas, Doces, Brownie
Padeiros & Cafeteria	Bom	Bolo de cenoura R\$ 30,00	Em espécie, cartão de débito e crédito e PIX	No local e entrega	Bolos Caseiros, Doces, Salgados, Lanches
FoodFit – Tupã	Bom	Bolo vegano no pote R\$ 18,00	Em espécie, cartão de débito e crédito e PIX	No local e entrega	Marmitas, Lanches, Bolos no pote saudável
Truffado Doceria	Excelente	Cookie R\$4,50 à R\$ 5,50	Em espécie, cartão de débito e crédito e PIX	No local, encomenda e entrega	Bolos, tortas, salgados, doces, cookies (Doce Clube Truffado Doceria)
Vovó Formiga Marília	Bom/Regular	Bolo de cenoura R\$ 25,00	Em espécie e cartão de débito e crédito		Bolos Caseiros
Sodiê Doces Marília	Excelente	Bolo de cenoura vegano R\$ 37,00	Em espécie e cartão de débito e crédito	No local	Bolos Caseiros e decorados
Concorrentes diretos 2	Concorrentes indiretos 4				

Fonte: elaborado pelos autores.

Com base no que foi apresentado no Quadro 10, nota-se que a Amore Mio possui dois concorrentes diretos em que apenas um é do município de Tupã/SP (FoodFit) e um da região de Marília/SP (Sodiê Doces) e quatro indiretos, os quais apesar de três serem de Tupã eles não produzem o diferencial no qual a nossa empresa está propondo oferecer, que é uma linha de produtos veganos.

Essas empresas foram analisadas por meio de plataformas digitais (Instagram, Facebook e Google) em que utilizamos os seguintes indicadores: a qualidade tendo critério de excelente, muito bom, bom e regular; O preço variável de R\$ 4,50 a R\$ 37,00; às condições de pagamento sendo em espécie, cartão e por PIX; o atendimento é feito por meio de entregas por pedidos feitos por meio de telefone ou aplicativo e também é oferecido o serviço no local.

Conclui-se que as demandas dos estabelecimentos analisados são em decorrência da grande variedade de linhas de produtos que são ofertados. Diante disso, nota-se que o número de concorrentes diretos que fornecem produtos veganos são pequenos, dessa maneira podemos identificar uma oportunidade de negócio ao atender um público que busca esse tipo de produto.

4.3.3 Análise dos Fornecedores

Quadro 11 - Análise dos fornecedores

Ordem	Nome do Fornecedor	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	Supermercado Gaspar	Cenoura - R\$ 7,80 Kg Açúcar refinado União - R\$ 4,15 Óleo de Canola Sinha - R\$ 14,95 Farinha de trigo Dona Benta - R\$ 5,95 Fermento Royal 250g - R\$ 9,65 Sal refinado Cisne - R\$ 3,65 Chocolate meio amargo Nestlé 1Kg - R\$ 44,74 Leite vegetal amêndoas e castanha de Caju - R\$ 13,80 Bicarbonato de sódio 500g Kinino - R\$ 8,75	À vista em dinheiro ou cartão de crédito	Pronta entrega	Tupã/SP

		<p>Gotas de Chocolate 350g Dr.Oetcker - R\$ 13,70</p> <p>Açúcar Mascavo 1Kg União - R\$17,65</p> <p>Essência de baunilha Siamar 30ml - R\$ 3,30</p> <p>Óleo vegetal Castanha de Caju - R\$ R\$ 15,95</p> <p>Óleo de coco 500ml Copra - R\$ 42,65</p> <p>Castanha de caju 100g DuNorte - R\$ 16,60</p> <p>Chocolate em pó 70% cacau Dr. Oetcker - R\$ 15,30</p>			
2	Amigão Supermercados	<p>Cenoura - R\$ 5,89</p> <p>Açúcar Refinado - R\$ 5,35</p> <p>Óleo de Soja Liza - R\$ 4,95</p> <p>Farinha de trigo Venturelli - R\$ 5,69</p> <p>Fermento Royal 250g - R\$ 7,95</p> <p>Sal refinado Cisne - R\$ 3,59</p> <p>Chocolate meio amargo Nestlé 80g - R\$ 4,49</p>	À vista no dinheiro ou cartão de crédito. Ou pagamento por meio de cheque.	Pronta entrega	Tupã/SP

		<p>Leite vegetal amêndoas e castanha - R\$ 15,95</p> <p>Bicarbonato de sódio Kinino - R\$15,99</p> <p>Chocolate em gotas - R\$ 15,45</p> <p>Açúcar Mascavo - R\$ 8,85</p> <p>Essência de baunilha DR. Oetcker 30ml - R\$ 9,79</p> <p>Óleo vegetal Canola Liza - R\$ R\$ 17,65</p> <p>Óleo de coco Purilev - R\$ 38,99</p> <p>Chocolate em pó 50% cacau Nestlé - R\$ 19,28</p>			
3	Amazon	<p>Leite em pó orgânico 350g - R\$ 26,79</p> <p>Castanha de caju 1k - R\$ 78,98</p> <p>Batedeira planetária / 1 unidade - R\$ 549,00</p> <p>Computador Completo Mancer (Caixa) - R\$ 1227,72</p> <p>NoteBook (Escritório) (1 unidade) - R\$ 2.499,00 cada</p>	<p>À vista no dinheiro e no cartão, parcelamento no cartão</p>	De 10 a 15 dias	Amazon.com

		<p>Smart TV HQ 60" UHD 4K, HDR Android 11, Design Slim, Processador Quad Core, Espelhamento de tela (1 unidade) - R\$ 2.199,00</p> <p>Poltrona decorativa Capitone Sala de Estar Recepção (CINZA) - R\$ 198,90</p> <p>Sofá Bariloche 2 Lugares Pés em Madeira (Cinza) - R\$ 899,00</p>			
4	Mercado Livre	<p>Balcão refrigerado quente e frio / 1 unidades - R\$ 1.239,00</p> <p>Forno Industrial Á Gás Baixa Pressão 126 Litros Com Cavalete/ 2 unidades - R\$ 981,68</p> <p>Liquidificador alta rotação / 1 unidade - R\$ 396,00</p> <p>Ultra congelador / 1 unidade - R\$ 13.200,00</p> <p>Estantes e prateleiras até 500Kg / 1 unidade - R\$ 604,75</p>	À vista no dinheiro e no cartão, parcelamentos no cartão	De 10 a 15 dias	Mercado Livre

		<p>Kit Confeiteiro 42 Peças Bicos/espátulas/acessórios/ 1 unidade - R\$ 99,90</p> <p>Formas + bailarinas + nivelador + balança / 1 unidade - R\$ 249,19</p> <p>Fogão cooktop gás philco cook (1 unidade) - R\$ 549,00</p> <p>Ar condicionado Samsung Windfree split inverter frio/quente 22000 BTU branco 220V (1 unidade) - R\$ 3.699</p> <p>Ar condicionado TCL split frio 18000 BTU branco 220V (1 unidade/área de produção) - R\$ 2.690,00</p> <p>Jogo de mesa dobrável 70x70 - 4 cadeiras madeira maciça (6 unidades) - R\$ 549,99</p> <p>Balcão vitrine seco (1 unidade) - R\$ 1.152</p> <p>Mesa de manipulação lisa /120 x 70 - R\$ 573,79</p>			
--	--	--	--	--	--

		Máquina Mercadopago Point Pro 2 - R\$142,49 Mesa em L (Escritório) - R\$ 324,90 Estante/ Armário Aço (2 unidades) - R\$ 177,88 cada Armário Multiuso Organizador (2 unidades) - R\$ 199,00 cada Mini Impressora Portátil Bluetooth Térmica Windows 58mm (caixa) (1 unidade) - R\$ 165,88 Impressora a cor Multifuncional (escritório) - R\$ 1.269,50 Geladeira Electrolux/ 240l e 220 v - R\$ 2.057 Cadeira Giratória (Escritório) (1 unidade) - R\$ 276,45			
--	--	--	--	--	--

Fonte: elaborado pelos autores.

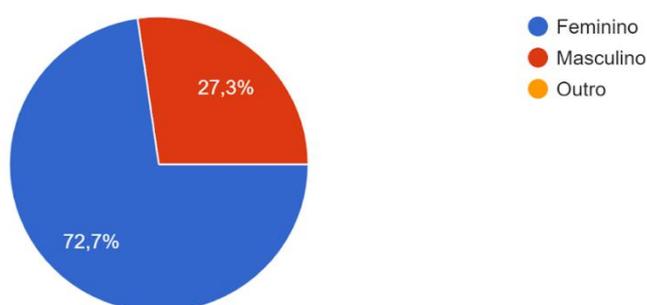
Ao analisar o Quadro 11, constata-se que os fatores que agregaram as escolhas dos fornecedores foram a localização, o prazo de entrega, as formas de pagamentos, a disponibilidade e qualidade dos produtos. Optamos pelos supermercados por se localizarem no município de Tupã e pela pronta entrega exclusivamente. Por meio de uma análise, chegamos à conclusão que seria mais benéfico a compra dos eletrodomésticos com fornecedores online, principalmente pelo custeio desses equipamentos e pela grande diversidade.

4.3.4 Pesquisa de mercado

Entre os dias 16 a 30 de abril de 2023, foi realizada uma pesquisa de mercado sobre a viabilidade da abertura da empresa Amore Mio que atuará no ramo de confeitaria e de doces veganos no município de Tupã/SP, buscando entender a demanda e interesses do nosso público-alvo. Essa pesquisa foi desenvolvida por meio do Google Forms, e divulgada por meio do WhatsApp, e contou com a participação de 55 pessoas de Tupã e região. Iniciamos com o questionamento sobre qual gênero se identificam, e o Gráfico 1 mostrou que 72,7% do público entrevistado é feminino e 27,3% masculino.

Gráfico 1 - Questão 1: Gênero

Qual a sua identidade de gênero?
55 respostas



Fonte: elaborado pelos autores.

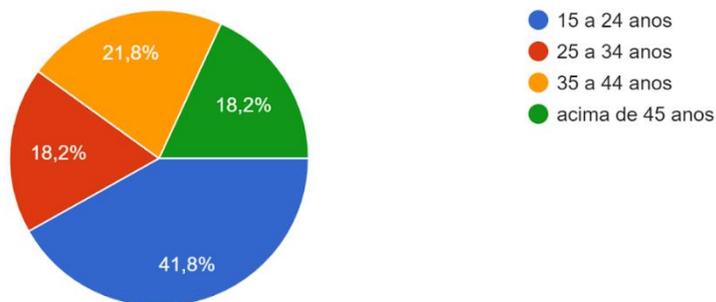
Seguimos então para o questionamento a respeito da faixa etária, onde observamos através do Gráfico 2 que dos 55 entrevistados, 41,8% estão na faixa de

15 a 24 anos, 21,8% estão entre 35 e 45 anos, 18,2% de 25 a 34 anos e na mesma porcentagem de 18,2% é acima de 45 anos.

Gráfico 2 - Questão 2: Faixa etária

Qual a sua idade?

55 respostas



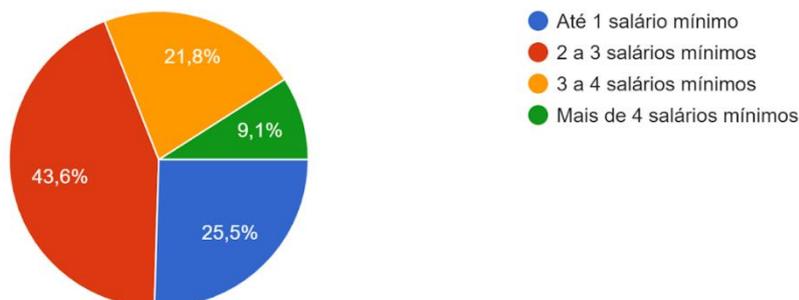
Fonte: elaborado pelos autores.

Foi questionado também a respeito da renda familiar mensal, para que assim fosse possível ter uma base para os valores de nossos produtos, tornando-os acessíveis a nossos futuros clientes. No Gráfico 3 deixa claro que 43,6% dos entrevistados tem uma renda mensal de dois a três salários mínimos, que 25,5% têm renda de até um salário mínimo, 21,8% é de três a quatro salários mínimos e somente 9,1% tem uma renda acima de quatro salários mínimos.

Gráfico 3 - Questão 3: Renda familiar mensal

Qual a sua renda familiar mensal?

55 respostas



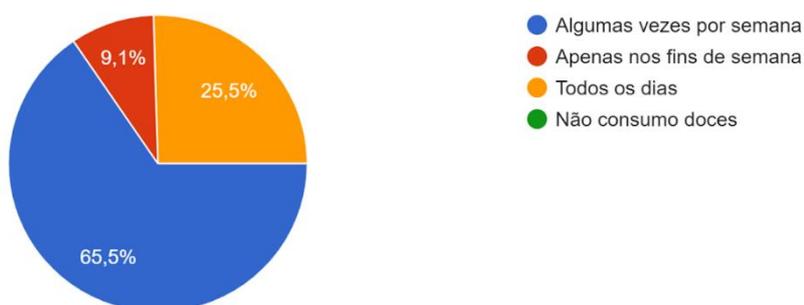
Fonte: elaborado pelos autores.

Em seguida perguntamos sobre a frequência do consumo de doces dos quais 65,5% consome algumas vezes por semana, 25,5% das pessoas consomem todos os dias e apenas 9,1% consomem nos finais de semana, como pode ser observado no Gráfico 4.

Gráfico 4 - Questão 4: Frequência de consumo de doces

Com que frequência você costuma consumir doces?

55 respostas



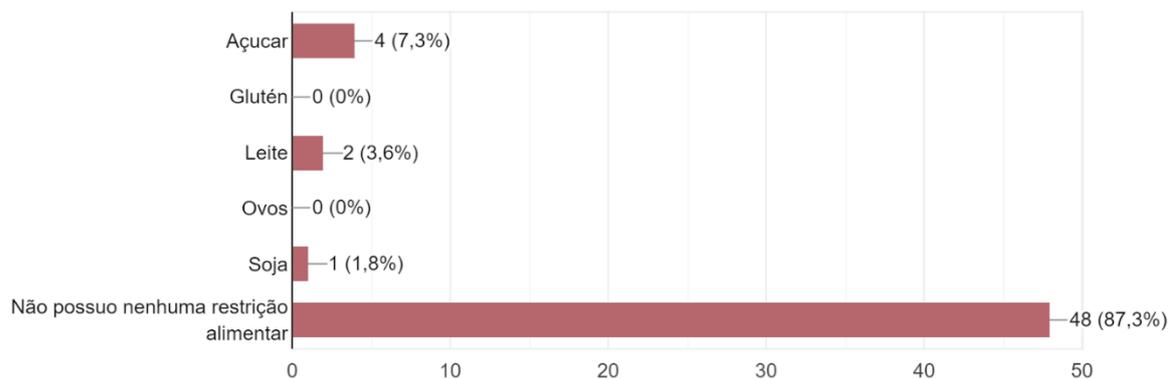
Fonte: elaborado pelos autores.

Nós também resolvemos perguntar aos entrevistados se eles possuíam algum tipo de restrição alimentar, como é possível notar no Gráfico 5, somente 7,3% tem restrição com relação ao açúcar; 3,6% tem restrição ao leite; 1,8% restrição a soja; e 87,3% não possui nenhuma restrição das quais foram citadas.

Gráfico 5 - Questão 5 - Restrição alimentar

Você possui alguma restrição alimentar?

55 respostas



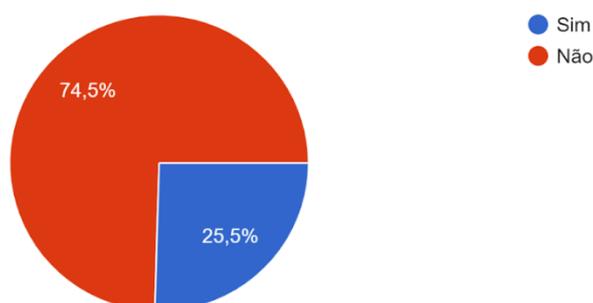
Fonte: elaborado pelos autores.

Já a questão 6 foi algo mais específico, com relação ao foco da nossa empresa questionamos se já haviam experimentado algum doce feito com produtos sem nada de origem animal (produtos veganos) e como conseguimos observar no Gráfico 6, 74,5% ainda não experimentou esse tipo de doce e 25,5% já experimentou, sendo uma porcentagem considerável.

Gráfico 6 - Questão 6: Consumo de doce vegano

Você já experimentou algum tipo de doce que tenha sido feito sem nada de origem animal ou seja, um doce vegano?

55 respostas



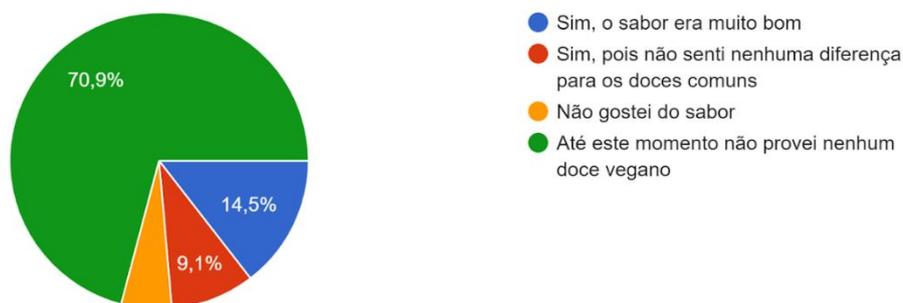
Fonte: elaborado pelos autores.

A seguir, de acordo com o Gráfico 7, perguntamos caso já tivessem experimentado, o que acharam sobre o sabor desse doce. Então ficou 70,9% que ainda não haviam provado nenhum doce vegano; 14,5% que provou opinou que o sabor era muito bom; 9,1% disse que não sentiu diferença no sabor em comparação com os doces comuns; e dentre os que provaram, somente 5,5% disse não ter gostado do sabor.

Gráfico 7 - Questão 7: percepção do sabor de doces veganos

Com relação ao sabor desse doce que você provou, qual a sua opinião?

55 respostas



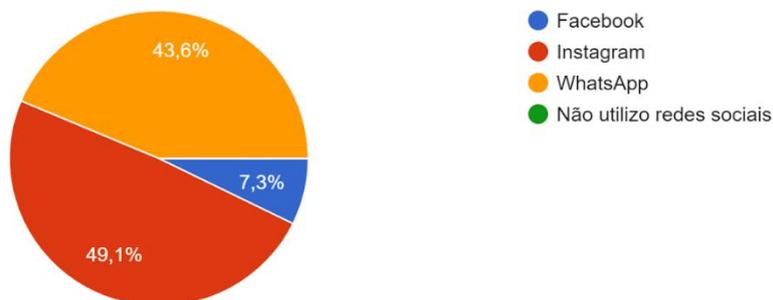
Fonte: elaborado pelos autores.

E logo depois questionamos os entrevistados sobre qual rede social utilizam com maior frequência e o gráfico mostra que 49,1% usam com mais frequência o Instagram, 43,6% usam o WhatsApp e 7,3% o Facebook.

Gráfico 8 - Questão 8: Rede social que utiliza com maior frequência

Qual rede social você utiliza com maior frequência?

55 respostas



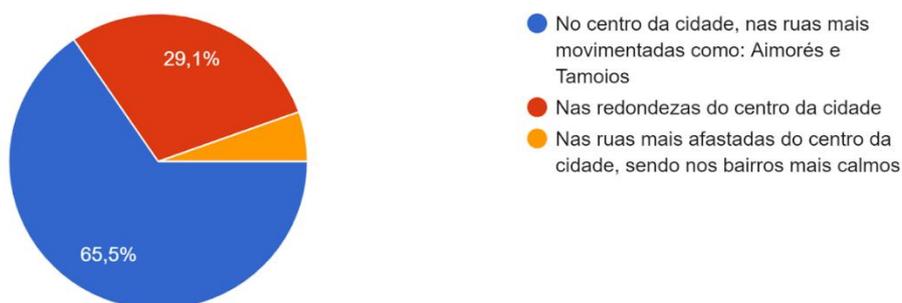
Fonte: elaborado pelos autores.

E para finalizar o questionário, perguntamos a respeito de qual seria o melhor lugar para estabelecermos a confeitaria Amore Mio em Tupã, de modo que entre as possibilidades, 65,5% prefere que seja no centro da cidade e nas ruas mais movimentadas; 29,1% preferiu nas redondezas do centro e 5,5% optou por ser afastada do centro e nos bairros mais calmos.

Gráfico 9 - Questão 9: Percepção de qual lugar na cidade considera melhor para se instalar a confeitaria

Em que local na cidade você considera o melhor lugar para instalarmos a nossa confeitaria?

55 respostas



Fonte: elaborado pelos autores.

4.4 Plano Marketing

4.4.1 Descrição dos principais produtos

A confeitaria Amore Mio será uma novidade no município de Tupã/SP, pois os produtos oferecidos serão saborosos e de qualidade, com especialização e foco na alimentação vegana, ou seja, uma alimentação sem nada de origem animal. Os produtos serão vendidos em embalagens com uma estética básica e simples, porém, com os rótulos personalizados com o logotipo da empresa, visando sempre o melhor para os nossos consumidores tanto na qualidade com o sabor e atendimento quanto na aparência de nossos produtos.

Os principais produtos oferecidos pela confeitaria são: o bolo de cenoura com cobertura de chocolate, feito com ingredientes selecionados e na forma redonda com buraco no meio. E os cookies tradicionais com gotas de chocolate fabricados em tamanhos médios. Apesar de serem produtos veganos, eles poderão ser consumidos sem preocupação e com confiança também por pessoas que têm alergia ao leite de vaca, que é intolerante a lactose ou por quem simplesmente queira experimentar nossos doces.

4.4.2 Preço

As estratégias que conduziram para formular o preço dos produtos fornecidos pela empresa Amore Mio, foram por meio dos custos, analisando o equilíbrio entre o preço do mercado e o valor de suas despesas totais, os preços dos concorrentes em relação aos doces e quanto o nosso consumidor estaria disposto a pagar.

Quadro 12 - Preço dos produtos

Produtos	Valor	Forma de pagamento
Bolo de cenoura com cobertura de chocolate vegano (inteiro)	R\$ 65,00	Dinheiro, pix, cartões de Crédito e débito
Bolo de cenoura com cobertura de chocolate vegano (fatias)	R\$ 14,00	Dinheiro, pix, cartões de Crédito e débito
Cookies vegano (unidade)	R\$ 12,00	Dinheiro, pix, cartões de Crédito e débito

Fonte: elaborado pelos autores.

4.4.3 Estratégias Promocionais

Para promover a demanda visualizamos a melhor versão dos nossos produtos, dentre eles o bolo de cenoura com cobertura de chocolate vegano e os cookies veganos. Por isso, temos como objetivo a divulgação da nossa marca “Amore Mio” para que quando haja a necessidade de consumir nossos produtos, nosso público tenha acesso mais facilitado. Os canais nos quais a divulgação acontecerá serão por meio de propaganda de rádio, artigo em revista especializada, por meio de redes sociais como o Instagram e através do nosso site AmoreMio.com.

Assim promovendo nosso produto com a mensagem ideal por meio da divulgação de nossa marca almejamos gerar mais vendas observando os canais que nosso público mais utiliza para consumir informações, por exemplo, nosso site AmoreMio.com e através de nosso Instagram. Devemos também observar o período ideal para a promoção de nossos produtos e isso inclui as estratégias promocionais e promoções sazonais. Como estratégias promocionais a serem utilizadas na empresa, podemos destacar a seguir:

- Compre e ganhe: ideal para incentivar vendas de produtos específicos, podendo oferecê-lo como brinde na compra de qualquer outro produto, permitindo que o público conheça melhor e venha consumi-lo futuramente;
- Cupom de desconto para aniversariantes: com o objetivo de conquistar a fidelidade do cliente cadastrado, oferecemos desconto exclusivamente na data do seu aniversário;
- Delícias do mês: a cada mês nossa empresa Amore Mio irá escolher produtos específicos para ser ofertado aos clientes com descontos especiais para que os mesmos possam conhecer produtos variados;
- Promoção sazonal: as promoções sazonais são aquelas realizadas ao longo do ano em determinadas datas comemorativas. É quando a demanda é maior e a empresa tem a possibilidade de ofertar produtos personalizados obtendo a perspectiva de um aumento significativo nas vendas da empresa.

Além das estratégias promocionais apresentadas é de suma relevância apresentar a imagem promocional dos produtos a serem comercializados pela Amore Mio, e que constam a seguir na Figura 1 e 2.

Figura 1 - imagem promocional do bolo de cenoura vegano



Fonte: elaborado pelos autores.

Figura 2 - imagem promocional do cookie vegano



Fonte: elaborado pelos autores.

4.4.4 Estrutura de Comercialização

A empresa Amore Mio será implantada no município de Tupã/Sp, em um ponto estratégico da região central do município, em que há uma grande concentração de lojas, restaurantes, barzinhos, cinema e outros. A empresa terá ambiente climatizado, agradável e com amplo espaço para que o cliente se sinta confortável. Para a venda dos produtos contaremos com sistema delivery por meio de aplicativo onde a entrega será terceirizada e o próprio consumo no local. Atenderemos pelo site e também via WhatsApp.

Além disso, teremos um cartão fidelidade, entrega de mimos (exemplo: um produto novo ou acúmulo de pontos para ganhar desconto) aos clientes que participarem do programa de fidelização e teremos o pós-venda, em que o cliente poderá fazer suas críticas e sugestões, e avaliar o nosso atendimento por meio do nosso site. A empresa terá um sistema de cadastro do cliente para enviar sugestões, brindes, parabenizar os clientes em datas importantes e festivas, também para deixar registrado suas últimas compras e se o cliente tem alguma restrição alimentar, se não gosta de algum ingrediente e se tem alguma intolerância, etc.

4.4.5 Localização da Empresa

Quadro 13 - Localização da empresa

Endereço da Empresa: Avenida Tamoios, 1226		
Bairro: Centro		Cidade/Estado: Tupã/SP
Telefone/Fax: 14 3496-6932		

Fonte: elaborado pelos autores.

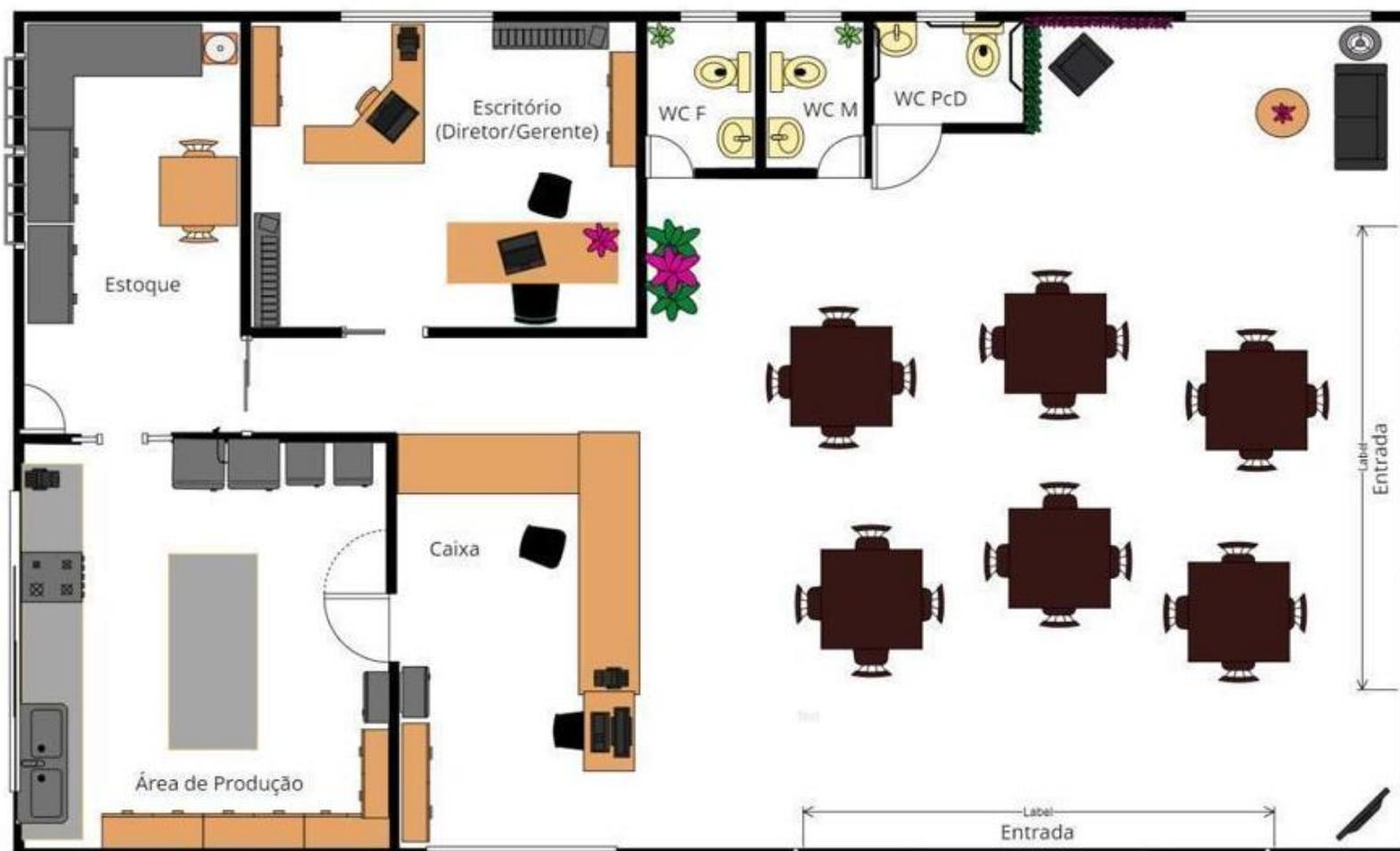
A escolha do local pela empresa Amore Mio, deve-se ao fato de ser um local de grande fluxo de pessoas e de fácil acesso aos clientes. Não há um local específico para estacionamento, porém, os clientes podem estacionar seus veículos nas proximidades, sem maiores problemas.

4.5 Plano Operacional

Nesta seção foi apresentado a proposta de layout físico da empresa Amore Mio, além da capacidade produtiva e necessidade de pessoal.

4.5.1 Layout ou Arranjo Físico

Figura 3 - Layout da empresa



Fonte: elaborado pelos autores.

4.5.2 Capacidade Produtiva

A empresa Amore Mio irá funcionar de segunda a sábado das 10:00 às 19:00 horas, resultando a uma carga horária de 10 horas por dia, sendo que 2 horas irão ser destinadas para o horário de almoço dos funcionários (a empresa não irá fechar no horário de almoço, tendo um funcionário para substituir o mesmo). De acordo com o quadro a seguir a capacidade produtiva será:

Quadro 14 - Capacidade produtiva

	Cookies	Bolo de cenoura inteiro
Produção diária	48 unidades	8 Bolos
Produção mensal	1.056	176

Fonte: elaborado pelos autores.

Destaca-se que de 8 bolos inteiros 3 serão destinados para serem vendidos fatiados, sendo assim, a produção diária de bolos fatiados será de 30 e a produção mensal de bolos fatiados será de 680.

4.5.3 Necessidade de Pessoal

A seguir é apresentado o quadro com os cargos necessários para executar atividades na empresa Amore Mio.

Quadro 15 - Necessidade de pessoal

Cargo	Função	Qualificação Necessária
Limpeza	Responsável pela limpeza geral do ambiente	Ensino fundamental completo Experiência anterior como auxiliar de limpeza comprovada
Motoboy	Entregador	Terceirizado de aplicativo

Fonte: elaborado pelos autores.

Os outros cargos da empresa serão ocupados pelos sócios e proprietários, sendo eles:

Quadro 16 - cargos da empresa a serem ocupados pelos sócios

Cargo	Função
Gerente de Escritório	Responsável pelas finanças, marketing e a contratação de pessoas para a empresa
Gerente de Loja	Faz o controle de estoque, as compras de mercadorias e negocia com os fornecedores
Operador de caixa	Encarregado do recebimento, atendimento ao cliente e atendimento online (veículo de comunicação; redes sociais)
Atendente	Responsável pelas vendas, atendimento aos clientes, da organização e decoração das vitrines, limpeza e organização das mesas e balcão
Confeiteira	Responsável pela cozinha, é quem prepara as receitas e confeitaria
Auxiliar de confeitaria	Auxilia no preparo das receitas, na organização e limpeza da cozinha

Fonte: elaborado pelos autores.

4.6 Plano Financeiro

4.6.1 Estimativa dos Investimentos

4.6.1.1 Estimativa dos investimentos fixos

Tabela 1- Máquinas e equipamentos – Produção

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1 Balcão refrigerado quente e frio	1	R\$ 1,239.00	R\$ 1,239.00
2 Forno industrial aço inox	2	R\$ 981.68	R\$ 1,963.36
3 Liquidificador alta rotação	1	R\$ 396.00	R\$ 396.00
4 Ultra congelador	1	R\$ 13,200.00	R\$ 13,200.00
5 Fogão cooktop gás philco cook	1	R\$ 549.00	R\$ 549.00
6 Central de ar 22000 btus	1	R\$ 3,699.00	R\$ 3,699.00
7 Central de ar 18000 btus	1	R\$ 2,690.00	R\$ 2,690.00
8 Máquina de cartão	1	R\$ 142.49	R\$ 142.49
9 Geladeira Electrolux/ 240 l e 220 v	1	R\$ 2,057.00	R\$ 2,057.00

10	Impressora a cor Multifuncional	1	R\$ 1,269.50	R\$ 1,269.50
11	Impressora de cupom ticket (caixa e cozinha)	1	R\$ 165.88	R\$ 165.88
12	Computador Completo Mancer (Caixa)	1	R\$ 1,227.72	R\$ 1,227.72
13	NoteBook (Escritório)	1	R\$ 2,499.00	R\$ 2,499.00
14	Batedeira planetária	1	R\$ 549.00	R\$ 549.00
15	Smart TV HQ 60	1	R\$ 2,199.00	R\$ 2,199.00
Subtotal				R\$ 33,845.95

Fonte: elaborado pelos autores.

Tabela 2 - Móveis e utensílios

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Kit Confeiteiro 42 Peças Bicos/espátulas/acessórios	1	R\$ 99.90	R\$ 99.90
2	Formas + bailarinas + nivelador + balança	1	R\$ 249.19	R\$ 249.19
3	Poltrona decorativa Capitone	1	R\$ 198.90	R\$ 198.90
4	Estantes e prateleiras até 500Kg	1	R\$ 604.75	R\$ 604.75
5	Jogo de mesa dobrável 70x70 - 4 cadeiras madeira maciça	6	R\$ 549.99	R\$ 3,299.94
6	Balcão vitrine seco	1	R\$ 1,152.00	R\$ 1,152.00
7	Mesa de manipulação lisa /120 x 70	1	R\$ 573.79	R\$ 573.79
8	Cadeira Giratória (Escritório)	1	R\$ 276.45	R\$ 276.45
9	Mesa em L (Escritório)	1	R\$ 324.90	R\$ 324.90
10	Sofá Bariloche 2 Lugares	1	R\$ 899.00	R\$ 899.00
11	Estante/ Armário Aço	2	R\$ 177.88	R\$ 355.76
12	Armário Multiuso Organizador	2	R\$ 199.00	R\$ 398.00
Subtotal				R\$ 8,432.58

Fonte: elaborado pelos autores.

4.6.1.2 Estimativa dos investimentos pré-operacionais

Tabela 3 - Investimentos pré-operacionais

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$
Despesas de legalização	R\$ 2,000.00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 13,000.00
Divulgação	R\$ 250.00
Cursos e treinamentos	R\$ 200.00
Outras despesas	R\$ 500.00
TOTAL	R\$ 15,950.00

Fonte: elaborado pelos autores.

4.6.1.3 Total dos investimentos

Tabela 4 - Total dos investimentos

Total dos investimentos fixos	R\$ 42,278.53
Total dos investimentos pré-operacionais	R\$ 15,950.00
Total dos investimentos	R\$ 58,228.53

Fonte: elaborado pelos autores.

4.6.2 Estimativa do faturamento da empresa

Tabela 5 - Estimativa do faturamento da empresa no primeiro ano

ANO	MESES	Cookie		Bolo inteiro		Bolo fatiado		QUANTIDADE VENDIDA	FATURAMENTO
		Vendas	preço	vendas	preço	vendas	preço		
			R\$ 12.00		R\$ 65.00		R\$ 14.00		
2023	Jan.	1320	R\$ 15,840.00	240	R\$ 15,600.00	720	R\$ 10,080.00	2280	R\$ 41,520.00
2023	Fev.	1056	R\$ 12,672.00	176	R\$ 11,440.00	680	R\$ 9,520.00	1912	R\$ 33,632.00
2023	Mar.	1056	R\$ 12,672.00	176	R\$ 11,440.00	680	R\$ 9,520.00	1912	R\$ 33,632.00
2023	Abr.	1540	R\$ 18,480.00	260	R\$ 16,900.00	740	R\$ 10,360.00	2540	R\$ 45,740.00
2023	Mai	1056	R\$ 12,672.00	176	R\$ 11,440.00	680	R\$ 9,520.00	1912	R\$ 33,632.00
2023	Jun.	1540	R\$ 18,480.00	220	R\$ 14,300.00	700	R\$ 9,800.00	2460	R\$ 42,580.00
2023	Jul.	1320	R\$ 15,840.00	220	R\$ 14,300.00	700	R\$ 9,800.00	2240	R\$ 39,940.00
2023	Ago.	1056	R\$ 12,672.00	176	R\$ 11,440.00	680	R\$ 5,440.00	1912	R\$ 33,632.00
2023	Set.	1056	R\$ 12,672.00	176	R\$ 11,440.00	680	R\$ 9,520.00	1912	R\$ 33,632.00
2023	Out.	1540	R\$ 18,480.00	264	R\$ 17,160.00	700	R\$ 9,800.00	2504	R\$ 45,440.00
2023	Nov.	1056	R\$ 12,672.00	176	R\$ 11,440.00	680	R\$ 9,520.00	1912	R\$ 33,632.00
2023	Dez.	1540	R\$ 18,480.00	220	R\$ 14,300.00	700	R\$ 9,800.00	2460	R\$ 42,580.00
TOTAL		15136	R\$ 181,632.00	2480	R\$ 161,200.00	8340	R\$ 112,680.00	25956	R\$ 459,592.00

Fonte: elaborado pelos autores.

4.6.3 Capital de Giro

4.6.3.1 Estimativa do estoque inicial

Tabela 6 - Estimativa do estoque inicial

	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1	Farinha de Trigo	6	R\$ 24.85	R\$ 149.10
2	Açúcar Refinado	10	R\$ 3.68	R\$ 36.80
3	Açúcar Mascavo	4	R\$ 7.95	R\$ 31.80
4	Óleo Vegetal	20	R\$ 5.85	R\$ 117.00
5	Fermento em pó	2	R\$ 9.90	R\$ 19.80
6	Sal marinho	1	R\$ 1.50	R\$ 1.50
7	Cenoura 30KG	1	R\$ 140.00	R\$ 140.00
8	Chocolate meio amargo sem leite	160	R\$ 8.98	R\$ 1,436.80
9	Leite Vegetal	16	R\$ 15.90	R\$ 254.40
10	Gotas de chocolate Meio amargo	24	R\$ 17.00	R\$ 408.00
11	Essência de baunilha	2	R\$ 3.30	R\$ 6.60
TOTAL DE ESTOQUE				R\$ 2,601.80

Fonte: elaborado pelos autores.

4.6.3.2 Prazo médio de vendas

Tabela 7 - Prazo médio de vendas

PRAZO MÉDIO DE VENDAS	% de vendas	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS
À VISTA	50%	0	0
À PRAZO	20%	30	6
À PRAZO	20%	60	12
À PRAZO	10%	90	9
PRAZO MÉDIO TOTAL			27

Fonte: elaborado pelos autores.

4.6.3.3 Prazo médio de compra

Tabela 8 - Prazo médio de compras

PRAZO MÉDIO DE COMPRAS	% de vendas	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS
À VISTA	40%	0	0
À PRAZO	50%	30	15
À PRAZO	10%	60	6
À PRAZO			0
PRAZO MÉDIO TOTAL			21

Fonte: elaborado pelos autores.

4.6.3.4 Necessidade média de estoque

Tabela 9 - Necessidade média de estoque

NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUE (em dias)	5
---	----------

Fonte: elaborado pelos autores.

Assim, o capital de giro necessário é de R\$ 3.895,03, conforme tabela abaixo.

Tabela 10 - Capital de giro

CAPITAL DE GIRO	
CUSTO FIXO MENSAL	R\$ 1,965.16
CUSTO VARIÁVEL MENSAL	R\$ 8,657.64
CUSTO TOTAL DA EMPRESA	R\$ 10,622.80
CUSTO TOTAL DIÁRIO	R\$ 354.09
NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO (em dias)	11
TOTAL	R\$ 3,895.03

Fonte: elaborado pelos autores.

Portanto, para a manutenção do negócio nos 12 primeiros meses será necessário investimento de R\$ 62,123.56, provenientes de 83% de recursos próprios e 16% de recursos de terceiros.

Tabela 11 - Descrição dos investimentos

DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS	VALOR (R\$)	(%)
INVESTIMENTOS FIXOS	R\$ 42,278.53	0.680555533
CAPITAL DE GIRO	R\$ 3,895.03	0.062698059
INVESTIMOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$ 15,950.00	0.256746409
TOTAL	R\$ 62,123.56	

Fonte: elaborado pelos autores.

Tabela 12 - Fontes de recursos

FONTES DE RECURSOS	VALOR (R\$)	(%)
RECURSOS PRÓPRIOS	R\$ 200,000.00	0.833333333
RECURSOS DE TERCEIROS	R\$ 40,000.00	0.166666667
OUTROS		0
TOTAL	R\$ 240,000.00	

Fonte: elaborado pelos autores.

4.6.4 Estimativa de custos variáveis

4.6.4.1 Custo unitário de matéria-prima

Tabela 13 - Custos de matéria-prima Cookie

CUSTOS DE MATÉRIA PRIMA (POR UNIDADE)

Cookie			
MATERIAL	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
Farinha de Trigo	1	R\$ 0.65	R\$ 0.65
Fermento em Pó	1	R\$ 0.49	R\$ 0.49
Sal	1	R\$ 0.01	R\$ 0.01
Chocolate em Gotas ou Pedaco	1	R\$ 4.50	R\$ 4.50
Açúcar Mascavo	1	R\$ 0.60	R\$ 0.60
Açúcar Refinado	1	R\$ 0.19	R\$ 0.19
Essência de Baunilha	1	R\$ 0.30	R\$ 0.30

Óleo Vegetal	1	R\$	0.30	R\$	0.30
Água ou Leite de Aveia/Castanhas	1	R\$	1.20	R\$	1.20
TOTAL FORNADA	1		TOTAL	R\$	8.24
TOTAL UNITÁRIO	12			R\$	0.69
			TOTAL	R\$	8.24

Fonte: elaborado pelos autores.

Tabela 14 - Custo de matéria-prima bolo inteiro

Bolo inteiro				
MATERIAL	QUANTIDADE		CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
Cenoura	1	R\$	1.40	R\$ 1.40
Açúcar Refinado	1	R\$	0.73	R\$ 0.73
Óleo Vegetal	1	R\$	1.30	R\$ 1.30
Leite Vegetal Líquido	1	R\$	1.80	R\$ 1.80
Farinha de Trigo	1	R\$	1.30	R\$ 1.30
Fermento em Pó	1	R\$	1.10	R\$ 1.10
Sal	1	R\$	0.01	R\$ 0.01
Chocolate em pedaços	1	R\$	8.98	R\$ 8.98
Leite Vegetal Líquido	1	R\$	1.45	R\$ 1.45
			TOTAL	R\$ 18.07

Fonte: elaborado pelos autores.

Tabela 15 - Custo de matéria-prima bolo fatiado

Bolo Fatiado			
MATERIAL	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
Cenoura	1	R\$ 1.40	R\$ 1.40
Açúcar Refinado	1	R\$ 0.73	R\$ 0.73
Óleo Vegetal	1	R\$ 1.30	R\$ 1.30
Leite vegetal Líquido	1	R\$ 1.80	R\$ 1.80
Farinha de Trigo	1	R\$ 1.30	R\$ 1.30
Fermento em Pó	1	R\$ 1.10	R\$ 1.10
Sal	1	R\$ 0.01	R\$ 0.01
Chocolate em pedaços	1	R\$ 8.98	R\$ 8.98
Leite vegetal Líquido	1	R\$ 1.45	R\$ 1.45
TOTAL INTEIRO			R\$ 18.07
TOTAL UNITÁRIO	30		R\$ 0.60
		TOTAL	R\$ 18.07

Fonte: elaborado pelos autores.

4.6.4.2 Estimativa dos custos de comercialização

Tabela 16 - Estimativa dos custos de comercialização

CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO			
DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL R\$
1. IMPOSTOS			
IMPOSTOS FEDERAIS			
SIMPLES	0.095	R\$ 459,592.00	R\$ 43,661.24
IRPJ	0%	R\$ 459,592.00	R\$ -
PIS	0%	R\$ 459,592.00	R\$ -
COFINS	0%	R\$ 459,592.00	R\$ -
CSLL	0%	R\$ 459,592.00	R\$ -
IMPOSTOS ESTADUAIS			
ICMS	0%	R\$ 459,592.00	R\$ -
IMPOSTOS MUNICIPAIS			

ISS- IMPOSTO SOBRE SERVIÇO	0%	R\$	459,592.00	R\$	-
SUBTOTAL 1				R\$	43,661.24
2. GASTOS COM VENDAS					
COMISSÕES	0%	R\$	459,592.00	R\$	-
PROPAGANDA	0%	R\$	459,592.00	R\$	-
TAXA DE ADM. DO CARTÃO	0%	R\$	459,592.00	R\$	-
SUBTOTAL 2				R\$	-
TOTAL (SUBTOTAL 1 + 2)				R\$	43,661.24
CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO (POR UNIDADE)				R\$	1.68

Fonte: elaborado pelos autores.

4.6.4.3 Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

Tabela 17 - Custos de materiais diretos

CUSTOS DE MATERIAIS DIRETOS			
PRODUTO	ESTIMATIVA DE VENDAS (UNIDADES)	CUSTO UNITÁRIO DE MATERIAIS/ AQUISIÇÃO R\$	CMD/CM
			R\$
Cookie	15136	R\$ 0.69	R\$ 10,393.39
Bolo inteiro	2480	R\$ 18.07	R\$ 44,813.60
Bolo fatiado	8340	R\$ 0.60	R\$ 5,023.46
TOTAL			R\$ 60,230.45

Fonte: elaborado pelos autores.

4.6.5 Estimativa de custos fixos

4.6.5.1 Estimativa do custo com depreciação

Tabela 18 - Estimativa do custo com depreciação

ATIVOS FIXOS	VALOR DO BEM (R\$)	VIDA ÚTIL EM ANOS	DEPRECIÇÃO ANUAL (R\$)
OBRAS CIVIS/REFORMAS	14,000	25	R\$ 560.00
EQUIPAMENTOS	30,089.23	5	R\$ 6,017.85
MÓVEIS E MÁQUINAS	7,584.48	10	R\$ 758.45
COMPUTADORES	3,726.72	3	R\$ 1,242.24
		TOTAL	R\$ 8,578.53

Fonte: elaborado pelos autores.

4.6.5.2 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Tabela 19 - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

DESCRIÇÃO	CUSTO TOTAL MENSAL (R\$)
Aluguel	R\$ 2,800.00
Condomínio	R\$ -
IPTU	R\$ 153.37
Água	R\$ 800.00
Energia Elétrica	R\$ 500.00
Telefone	R\$ 80.00
Honorário do contador	R\$ -
Pró-Labore	R\$ 9,000.00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 500.00
Salários + Encargos	R\$ -
Material de limpeza	R\$ 60.00
Material de escritório	R\$ 100.00
Combustível	R\$ -
Taxas Diversas	R\$ -
Serviços de terceiros	R\$ 1,010.00

Depreciação	R\$	8,578.53
Outras despesas	R\$	-
TOTAL	R\$	23,581.90
CUSTO FIXO (POR UNIDADE)	R\$	0.91

Fonte: elaborado pelos autores

4.6.6 Demonstrativo de Resultados do Exercício – DRE

Tabela 20 - DRE

DESCRIÇÃO		R\$
RECEITA TOTAL COM VENDAS	R\$	459,592.00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS	R\$	103,891.69
(-) CUSTOS COM MATERIAIS DIRETOS E/OU CMV (*)	R\$	60,230.45
(-) IMPOSTOS SOBRE VENDAS	R\$	43,661.24
(-) GASTOS COM VENDAS	R\$	-
SUBTOTAL	R\$	355,700.31
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$	355,700.31
CUSTOS FIXOS TOTAIS	R\$	282,982.85
RESULTADO OPERACIONAL (LUCRO/PREJUÍZO)	R\$	72,717.47

Fonte: elaborado pelos autores

4.6.7 Ponto de equilíbrio

4.6.7.1 Margem de Contribuição

Tabela 21 - Margem de contribuição

Margem de Contribuição		
Receita Total	R\$	459,592.00
Custos Variáveis Totais	R\$	103,891.69
Total		0.77

Fonte: elaborado pelos autores

4.6.7.1 Ponto de Equilíbrio

Tabela 22 - Ponto de equilíbrio

Ponto de Equilíbrio		
Custo Fixo	R\$	282,982.85
Total	R\$	365,635.48

Fonte: elaborado pelos autores

Isso quer dizer que é necessário que a empresa tenha uma receita total de R\$ 365,635.48 ao ano para cobrir todos os seus custos.

5 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Quadro 17 - Análise SWOT

	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Pontos Fortes	<p>Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Especialização em produtos veganos • Excelência nos produtos • Atendimento de Qualidade • Espaço Físico com Acessibilidade 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produto Inovador • Pouca concorrência • Fidelização de consumidores
Pontos Fracos	<p>Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dificuldade na substituição de matéria prima • Dificuldade em atrair novos consumidores 	<p>Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Custo elevado de matéria prima • Não abranger todas as classes sociais • Risco de não aceitação • Novos no mercado

Fonte: elaborado pelos autores

Com base na análise S.W.O.T. foi possível realizar algumas conclusões importantes. Por ser uma confeitaria especializada em produtos veganos e que

por sua vez podem ser consumidos por pessoas que também tem algum tipo de intolerância ou alergia alimentar, se torna uma grande oportunidade de negócio visto que esse nicho de consumidores tem crescido bastante nos últimos anos. Sendo assim, diante da pouca concorrência e do fato do nosso produto ser algo inovador para o município de Tupã, teremos a oportunidade de fidelizar consumidores.

A empresa irá investir para que os funcionários possam ter um conhecimento mais amplo em várias áreas, principalmente em algo que será uma prioridade para nossa organização e que também é algo importante para os clientes, que é oferecermos um atendimento de primeira, com muita qualidade. A capacitação dos funcionários também será relacionada na parte da especialização da fabricação dos produtos, pois eles serão feitos de modo excelente, ao sempre priorizamos o uso de matéria-prima com qualidade e pela mão-de-obra bem treinada.

Uma postura que a empresa Amore Mio também se preocupou, é em relação em se dispor com o público, ao oferecermos um espaço físico amplo e adequado, especialmente com acessibilidade visando proporcionar uma inclusão de pessoas com alguma deficiência ou mobilidade reduzida, garantindo assim um direito básico e possibilitando a elas uma independência e participação social.

As fraquezas e ameaças da Empresa Amore Mio foram pontuadas com base da matéria-prima, por conta dos nossos doces serem veganos e precisarem de ingredientes específicos, visto que grande parte do nosso público-alvo é segmentado por pessoas alérgicas, diabéticas e intolerante a lactose. No entanto, buscaremos também atrair novos consumidores por meio da promoção de nossos produtos como sendo alimentos mais saudáveis, o que pode ser uma fraqueza da empresa, em relação a dificuldade de atrair novos consumidores que não seja do nicho de clientes que sejam alérgicos, diabéticos e intolerantes a lactose, em decorrência a produtos que não sejam veganos e por consequência tenham um valor mais barato.

Justifica-se o preço elevado dos produtos comercializados pela empresa Amore Mio, por serem produtos veganos e a matéria-prima apresentar um custo alto que impacta diretamente no preço dos produtos, sendo uma ameaça a

empresa. Tal fato gera uma ameaça para a empresa pois não atende todas as classes sociais tendo um nicho bem específico no mercado.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Confeitaria Amore Mio irá atuar na área de comércio especializada em doces veganos, um setor que está em alta no mercado e que ainda tem muito espaço para ser percorrido e expandido.

Frente a isso, o principal objetivo deste trabalho foi analisar a viabilidade de abrir essa empresa no município de Tupã /SP. Para isso foi feito um plano de negócios buscando entender o nosso consumidor em potencial, o que por meio de uma análise de mercado pudemos observar que os consumidores demonstraram um interesse diante de um local que ofereça doces específicos, como por exemplo doces sem lactose, sem leite e sem ovos. Quanto a concorrência no município em que será instalada a empresa Amore Mio, notou-se que é mínima pois não há nenhum empreendimento que ofereça esses tipos de produtos, sendo assim, tal fator se apresenta como uma lacuna de mercado que pode ser preenchida por meio da empresa que estamos propondo abrir.

No entanto é importante destacar que apesar dessa oportunidade no mercado de abrir uma empresa que atua no ramo de doces veganos por meio da análise financeira, constatou-se que o produto tem um custo elevado de matéria-prima o que impacta diretamente nos preços dos bolos e dos cookies sendo uma desvantagem pois não conseguiremos atingir a todas as classes sociais, apesar disso este mercado, como já mencionado, tem um grande potencial visto que tem crescido muito nos últimos anos.

Quanto ao nosso plano operacional nossa empresa buscou fazer um layout diferenciado, pois ao nos atentar nos empreendimentos já existentes no município, observou-se que há a necessidade de um espaço físico com acessibilidade, sendo assim, a Amore Mio busca suprir essa lacuna por disponibilizar um lugar amplo e todo adaptado para receber todos os nossos futuros clientes e assim criar um ambiente mais inclusivo.

Ao fazermos o plano financeiro foi estipulado um valor de investimento de R\$240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais), que se justifica pelo valor de nossos investimentos iniciais, além do preço elevado de nossos produtos como já mencionado anteriormente. E o faturamento estimado para o primeiro ano de funcionamento é no valor de R\$459.592,00 (quatrocentos e cinquenta e nove e quinhentos e noventa e dois mil reais) nos dando assim um lucro operacional positivo ao fim do primeiro ano.

Por fim, com base em todos os pontos muito bem pesquisados, concluimos que esse plano de negócio mostra que a abertura de uma confeitaria especializada em doces veganos é viável, sendo até mesmo um projeto com possibilidades de expansão já que esse nicho de mercado está em ascensão, promovendo oportunidades de inovação e de adquirir um público abrangente e leal.

REFERÊNCIAS

4CINCO. **PLANO FINANCEIRO: ESSENCIAL PARA O SEU PLANO DE NEGÓCIOS**. 2022. Disponível em: <https://4cinco.com/plano-financeiro/>. Acesso em: 27 de nov. de 2022.

ATITUDES DE NEGÓCIOS. **Modelo de Plano de Negócio**. 2014. Disponível em: <https://atitudeenegocios.com/wp-content/uploads/2014/10/EBOOK-Plano-de-Neg%C3%B3cios-edi%C3%A7%C3%A3o-outubro.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2022.

CHEF CENTER. **TECNOLOGIA EM CONFEITARIA: quais são os benefícios e como usá-la?**. 2020. Disponível em: <https://blogchefcenter.com.br/2020/04/30/tecnologia-em-confeitaria/> Acesso em: 24 nov. 2022.

CONSULTORIA ISO. **Entenda o valor do plano operacional para seu negócio**. 2022. Disponível em: <https://www.consultoriaiso.org/entenda-o-valor-do-plano-operacional-para-seu-negocio/>. Acesso em: 27 de nov. de 2022.

DORNELAS, J. **Como fazer – Descrição da empresa**. 2021. Disponível em: <https://www.josedornelas.com.br/wp-content/uploads/arquivos/Artigos-de-PN-Como-Fazer-Descri%C3%A7%C3%A3o-da-empresa.pdf>. Acesso em: 25 de nov. de 2022.

ENDEAVOR. **Onde buscar Recursos Financeiros para Alavancar o seu Negócio.** 2014. Disponível em: <https://endeavor.org.br/dinheiro/onde-buscar-recursos-financeiros-para-alavancar-o-seu-negocio>. Acesso em: 24 nov. 2022.

GOES, Victor. **Vegan Business:** a revolução vegana já movimentou US\$50 bilhões. 2022. Disponível em: <https://veganbusiness.com.br/revolucao-vegana-movimentou-50-bilhoes>. Acesso em: 24 nov. 2022.

GOHR, Cláudia Fabiana; SANTOS, Luciano Costa. **PLANO DE NEGÓCIOS.** Dourados: Ufgd, 2010. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/42873339/livro-plano-de-negocios>. Acesso em: 01 dez. 2022.

IFMA - Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Maranhão. **Avaliação da Estratégia.** 2018. Disponível em: <https://planejamentoestrategico.ifma.edu.br/avaliacao-estrategica/#:~:text=A%20Avalia%C3%A7%C3%A3o%20Estrat%C3%A9gica%20consiste%20em,organiza%C3%A7%C3%A3o%20podem%20ter%20sidos%20alterados>. Acesso em: 25 de nov. de 2022.

MARTINS, Tabata. **Rede Food Service:** Mercado de confeitaria neste ano de 2022: tendências e dicas de atuação. 2022. Disponível em: <https://redefoodservice.com.br/2022/01/mercado-de-confeitaria-neste-ano-de-2022-tendencias-e-dicas-de-atuacao/>. Acesso em: 01 de nov. de 2022.

MATIAS, Sanon. **Guia Completo de Plano de Marketing Com Todas as Etapas Para o Sucesso da Sua Indústria!** .2022. Disponível em: <https://webmaissistemas.com.br/blog/plano-marketing/> Acesso em: 01 de dez. de 2022.

OPPORTUNITY MAKER. **Como funciona o Canvas para a gestão estratégica?**, 2022. Disponível em: <https://opportunitymaker.com.br/como-funciona-o-canvas-para-a-gestao-estrategica/#:~:text=Entender%20como%20funciona%20o%20Canvas,seu%20neg%C3%B3cio%20como%20um%20todo>. Acesso em: 25 de nov. de 2022.

QUESTION PRO. **Análise Estratégica:** a análise estratégica é o processo que o levará a conhecer as bases para atuar dentro e fora da empresa. 2022. Disponível em: <https://www.questionpro.com/pt-br/analise-estrategica-para-negocios.html>. Acesso em: 25 de nov. de 2022.

SAUGO, Josiele. **O que é análise de mercado: fatores, como fazer e exemplos. 2021.** Disponível em: <https://higestor.com.br/blog/o-que-e-analise-de-mercado/> Acesso em: 01 de dez. de 2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Docerias, bolarias e confeitarias gourmet: Conheça mais e saiba como investir em um dos setores de destaque no mercado.** 2019. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PI/Anexos/Docerias, %20bolarias%20e%20confeitarias%20gourmet%20-%20conhe%C3%A7a%20mais%20e%20saiba%20como%20investir.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PI/Anexos/Docerias,%20bolarias%20e%20confeitarias%20gourmet%20-%20conhe%C3%A7a%20mais%20e%20saiba%20como%20investir.pdf) Acesso em: 24 de nov. de 2022.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Como Elaborar um Plano de Negócios.** Brasília, 2013. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2022.

SIGNIFICADOS. **Empresa.** 2022. Disponível em: <https://www.significados.com.br/empresa/>. Acesso em: 25 de nov. de 2022.

VALENTE, Bruna. **Missão, Visão, Valores e Objetivos Empresariais.** 2017. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/missao-visao-valores-e-objetivos-empresariais>. Acesso em: 25 de nov. de 2022.

APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL SOCIEDADE LIMITADA

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE AMORE MIO confeitaria e doceria LTDA

1. Ana Cecília Fornazieri, natural de Tupã/SP, casada, nascida em 03/04/1978, Vendedora, portadora do documento de identidade RG 28.908.265-1 e do CPF 311.754.478-03, residente e domiciliada a Av. Tabajaras n. 316, Centro, CEP: 17601-120, na cidade de Tupã, Estado de São Paulo;

2. Cíntia Saraiva Bonim da Silva, natural de Tupã/SP, solteira, nascida em 14/07/2004, Estudante, portadora do documento de identidade RG 50.295.382-2 e do CPF 392.230.388-98, residente e domiciliada a Rua Mário Bianchi, n. 1090, CEP 17610-510, na cidade de Tupã, Estado de São Paulo;

3. Jonathan Lucas Siqueira, natural de Mauá/SP, solteiro, nascido em 10/08/1994, Operador de Caixa, portador do documento de identidade RG 47.001.896-3 e do CPF 429.890.478-40, residente e domiciliado à Rua Caingangs n. 835 , Vila Naibra, CEP 17.601-430, na cidade de Tupã, Estado de São Paulo;

4. Juliana Ferreira do Carmo, natural de Tupã/SP, solteira, nascida em 16/03/1997, Auxiliar Administrativo, portadora do documento de identidade RG 52.477.634-9 e do CPF 447.401.428-64, residente e domiciliada à Rua Humaitá n. 43, Vila Independência, CEP: 17.605-430, na cidade de Tupã, Estado de São Paulo;

5. Rafaela Fonseca Luiz Lopes natural de Tupã/SP, solteira, nascida em 24/07/2000, Auxiliar Administrativo, portadora do documento de identidade RG 59.124.351 e do CPF 496.523.448-00 , residente e domiciliada à Rua Lélio Pizza n. 30, Centro, CEP: 17600-710, na cidade de Tupã, Estado de São Paulo;

6. Rocheli Amábile dos Santos Minicillo, natural de Tupã/SP, solteira, nascida em 08/10/1979, Professora, portadora do documento de identidade RG 45.603.669-6 e do CPF 295.043.758-38, residente e domiciliada à Rua São José n. 175, Jardim Nossa Senhora de Fátima, CEP: 17.606-280 na cidade de Tupã no Estado de São Paulo, constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial AMORE MIO confeitaria e doceria LTDA e terá sede e domicílio na Avenida Tamoios, nº 1226, Centro, CEP: 17605-244, na cidade de Tupã no Estado de São Paulo.

2ª O capital social será de R\$240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) sendo capital próprio e empréstimo bancário, dividido em 40 quotas de valor nominal de R\$ 1.000,00 (mil reais), integralizadas neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Ana Cecília Fornazieri - 40 quotas de R\$ 1.000,00, Totalizando R\$40.000,00

Cíntia Saraiva Bonim da Silva - 40 quotas de R\$ 1.000,00, Totalizando R\$40.000,00

Jonathan Lucas Siqueira - 40 quotas de R\$ 1.000,00, Totalizando R\$40.000,00

Juliana Ferreira do Carmo - 40 quotas de R\$ 1.000,00, Totalizando R\$40.000,00

Rafaela Fonseca Luiz Lopes - 40 quotas de R\$ 1.000,00, Totalizando R\$40.000,00

Rocheli Amábile dos Santos Minicillo - 40 quotas de R\$ 1.000,00, Totalizando R\$40.000,00

3ª O objeto será uma Confeitaria Vegana

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 10/07/2023 e seu prazo de duração é indeterminado.

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade caberá a Juliana Ferreira do Carmo com os poderes e atribuições de administrador autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª Ao término da cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso.

10ª A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11ª Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pró labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12ª Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

13ª O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

14ª Fica eleito o foro de Tupã - São Paulo para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 07 vias.

Tupã, 20 de junho de 2023

Ana Cecilia Fornazieri

Ana Cecília Fornazieri

Cintia Saraiva

Cintia Saraiva Bonim da Silva

Jonathan Lucas Siqueira

Jonathan Lucas Siqueira

Juliana Ferreira do Carmo

Juliana Ferreira do Carmo

Rafaela Fonseca Luiz Lopes

Rafaela Fonseca Luiz Lopes

Rocheli Amábilie dos Santos Minicillo

Rocheli Amábilie dos Santos Minicillo

Visto: _____ (OAB/SP)

Nome

APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO**1. Qual a sua identidade de gênero?**

Feminino

Masculino

Outro

2. Qual a sua idade?

15 a 24 anos

25 a 34 anos

35 a 44 anos

Acima de 45 anos

3. Qual a sua renda familiar mensal?

Até 1 salário mínimo

2 a 3 salários mínimos

3 a 4 salários mínimos

Mais de 4 salários mínimos

4. Com que frequência você costuma consumir doces?

Algumas vezes por semana

Apenas nos fins de semana

Todos os dias

Não consumo doces

5. Você possui alguma restrição alimentar?

Açúcar

Glúten

Leite

Ovos

Soja

Não possuo nenhuma restrição alimentar

6. Você já experimentou algum tipo de doce que tenha sido feito sem nada de origem animal ou seja, um doce vegano?

Sim

Não

7. Com relação ao sabor desse doce que você provou, qual a sua opinião?

Sim, o sabor era muito bom

Sim, pois não senti nenhuma diferença para os doces comuns

Não gostei do sabor

Até este momento não provei nenhum doce vegano

8. Qual rede social você utiliza com maior frequência?

Facebook

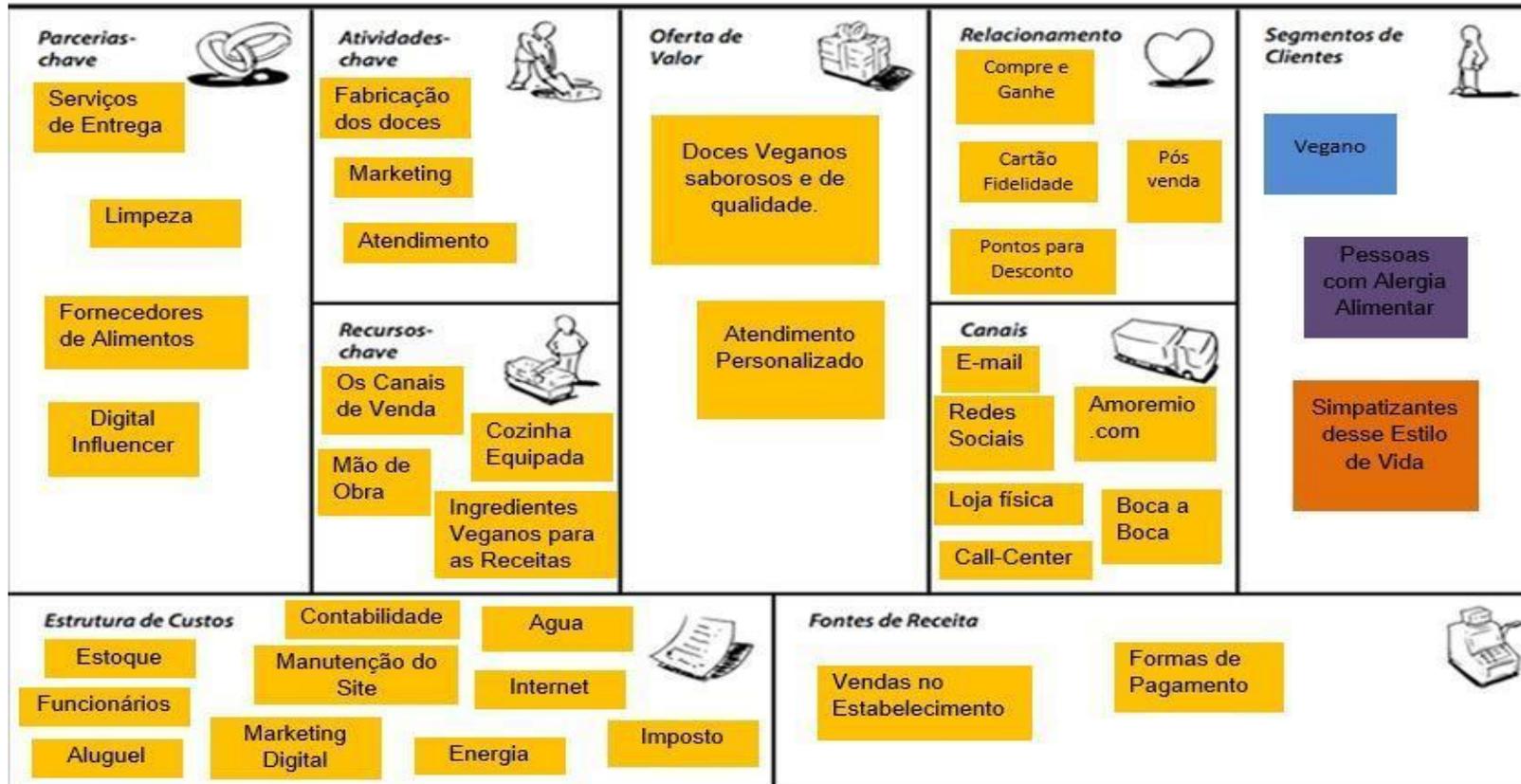
Instagram

WhatsApp

Não utilizo redes sociais

APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS

Figura 4 - CANVAS



Fonte: elaborado pelos autores