

**CENTRO DE PAULA SOUZA**  
**Etec PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN**  
**CURSO ETIM DE ADMINISTRAÇÃO**

**La Viridian - Padaria Drive-Thru**

**Ana Beatriz Pereira dos Anjos Lucas**

**Isabella dos Santos Ferreira**

**Maria Eduarda Batista dos Santos**

**Rafaella Luiz Tiritan de Oliveira**

**Raquel Matos Silva**

**Sabrina Lima Sousa**

**Tafnny Amorim Santos**

**Osasco/SP**

**2023**

Ana Beatriz Pereira dos Anjos Lucas

Isabella dos Santos Ferreira

Maria Eduarda Batista dos Santos

Rafaella Luiz Tiritan de Oliveira

Raquel Matos Silva

Sabrina Lima Sousa

Tafnny Amorim Santos

### **La Viridian – Padaria Drive -Thru**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Etec Professor André Bogasian, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Etim de Administração.

Orientadores: Lucimar Orsi / Kleber Rocha

**Osasco/SP**

**2023**

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA**

**ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN – OSASCO**

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DO TRABALHO DE  
CONCLUSÃO DE CURSO – TCC**

Nós alunos assinados, regularmente matriculados no Curso Técnico de Administração integrado ao Ensino Médio, na qualidade de titulares dos direitos morais e patrimoniais de autores da Obra, **LA VIRIDIAN PADARIA – DRIVE THRU**, trabalho de conclusão de curso apresentado na ETEC Professor André Bogasian, Município de Osasco autorizamos o Centro de Paula Souza reproduzir integral ou parcialmente o trabalho e/ou disponibilizá-lo em ambientes virtuais, a partir desta data por tempo indeterminado.

**Osasco, 12 de dezembro de 2023**

**Ana Beatriz Pereira dos Anjos Lucas**

**Isabella dos Santos Ferreira**

**Maria Eduarda Batista dos Santos**

**Rafaella Luiz Tiritan de Oliveira**

**Raquel Matos Silva**

**Sabrina Lima Sousa**

**Tafnny Amorim Santos**

Cientes:

\_\_\_\_\_  
Coordenadora

\_\_\_\_\_  
Orientadora Lucimar Orsi

\_\_\_\_\_  
Orientador Kleber Rocha

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA**

**ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN – OSASCO**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC**

Nós alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no Curso Técnico de Administração integrado ao Ensino Médio na ETEC Professor André Bogasian, Município de Osasco declaramos ter pleno conhecimento do Regulamento para realização do Trabalho de Conclusão de Curso do Centro Paula Souza. Declaramos, ainda, que o trabalho apresentado é resultado do nosso próprio esforço e que não há cópias de obras impressas ou eletrônicas é autêntico e original.

**Osasco, 12 de dezembro de 2023**

**Ana Beatriz Pereira dos Anjos Lucas**

**Isabella dos Santos Ferreira**

**Maria Eduarda Batista dos Santos**

**Rafaella Luiz Tiritan de Oliveira**

**Raquel Matos Silva**

**Sabrina Lima Sousa**

**Tafnny Amorim Santos**

**Osasco/SP**

**2023**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado, apresentado à Etec Prof. André Bogasian, como requisito parcial para a obtenção do título de Técnico de Administração integrado ao Ensino Médio, com nota final igual a \_\_\_\_\_ conferida pela Banca Examinadora formada pelos professores:

---

Orientadora Lucimar da Silva Lima Orsi

---

Orientador Kleber Tadeu Vieira da Rocha

---

Banca

---

Banca

---

Banca

---

Banca

“Tente uma, duas, três vezes e se possível tente a quarta, a quinta e quantas vezes for necessário. Só não desista nas primeiras tentativas, a persistência é amiga da conquista.”

**Bill Gates.**

## **AGRADECIMENTOS**

Aos orientadores Lucimar e Kleber o nosso muito obrigado por nos ensinar, pelos sábios conselhos e por ter desempenhado suas funções com dedicação, competência e paciência. Aos professores Gustavo, Paulo, Carol e todas as outras pessoas que participaram, direta ou indiretamente do desenvolvimento deste trabalho por parte de pesquisas respondidas, enriquecendo nosso trabalho com estatísticas que foram de grande utilidade para a construção deste trabalho e para o nosso processo de aprendizagem.

## RESUMO

A La Viridian é uma padaria drive thru com a temática francesa que busca trazer uma maior praticidade e agilidade na hora da compra e uma experiência diferente dentro do estabelecimento com o estilo da padaria voltada para estéticas francesas.

**Palavras Chaves:** drive-thru, temática francesa, praticidade, agilidade.



## **ABSTRAT**

La Viridian is a bakery drive thru with the French thematic that seeks to bring a bigger practicality and agility at the same time of the purchase and an experience different inside of the establishment with bakery style turned to French thematic.

**Key-words:** drive-thru, french thematic, practicality, agility.

## Sumário

<b>1</b>	<b>Introdução</b>	<b>14</b>
<b>2</b>	<b>Justificativa</b>	<b>15</b>
<b>3</b>	<b>Descrição da Empresa</b>	<b>16</b>
<b>3.1</b>	<b>Dados da Empresa</b>	<b>16</b>
<b>3.1.1</b>	<b>Missão</b>	<b>17</b>
<b>3.1.2</b>	<b>Visão</b>	<b>17</b>
<b>3.1.3</b>	<b>Valores</b>	<b>17</b>
<b>3.2</b>	<b>Objetivos Estratégicos</b>	<b>17</b>
<b>3.2.1</b>	<b>Objetivos Gerais</b>	<b>17</b>
<b>3.3.2</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>17</b>
<b>4</b>	<b>Sociedade Empresarial</b>	<b>18</b>
<b>4.1</b>	<b>Sócias:</b>	<b>18</b>
<b>5</b>	<b>Plano de marketing</b>	<b>19</b>
<b>5.1</b>	<b>Análise de ambiente</b>	<b>19</b>
<b>5.1.1</b>	<b>Fatores econômicos:</b>	<b>19</b>
<b>5.1.2</b>	<b>Fatores socioculturais:</b>	<b>19</b>
<b>5.1.3</b>	<b>Fatores políticos/ legais:</b>	<b>20</b>
<b>5.1.4</b>	<b>Fatores tecnológicos:</b>	<b>20</b>
<b>5.1.5</b>	<b>Concorrência:</b>	<b>20</b>
<b>5.1.6</b>	<b>Fatores internos:</b>	<b>20</b>
<b>5.1.8</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>21</b>
<b>5.1.9</b>	<b>Ameaças</b>	<b>21</b>
<b>1.1.10</b>	<b>Forças</b>	<b>21</b>
<b>1.1.11</b>	<b>Fraquezas</b>	<b>21</b>
<b>5.2</b>	<b>Definição do Público-alvo</b>	<b>21</b>
<b>5.2.1</b>	<b>Geográficos:</b>	<b>21</b>
<b>5.2.2</b>	<b>Demográficos:</b>	<b>22</b>

5.2.3 Psicográficos:.....	22
5.2.4 Comportamentais:.....	22
5.3 Definição da Marca.....	22
5.3.1 Nome: .....	22
5.3.2 Símbolo:.....	22
5.3.3 Slogan: .....	22
5.4 Definição de Objetivos e Metas.....	22
5.4.1 Objetivos: .....	22
5.4.2 Metas: .....	22
5.5 Definição das Estratégias de marketing.....	23
5.5.1 Composto de marketing.....	23
5.5.1.1 Produto:.....	23
5.5.1.2 Preço: .....	23
5.5.1.3 Praça.....	23
5.5.1.3 Promoção:.....	23
5.5.1.4 Pessoas .....	23
5.5.2 Pesquisa de Mercado .....	24
6 Plano operacional .....	25
6.1 Descrição do Fluxograma Operacional .....	25
6.1.1 Atendimento balcão: .....	25
6.1.2 Atendimento do drive thru .....	25
6.2 Layout .....	25
6.3 Mapa de Risco .....	26
6.4 Capacidade de Produção.....	27
6.5 Previsão de Aumento da Capacidade .....	27
6.6 Procedimento de Entrega de Produtos e Serviços.....	27
6.7 Vantagens Competitivas nas Operações .....	27
6.8 Fornecedores e Terceiros .....	28

6.8.1 Fornecedores.....	28
6.8.2 Terceiros.....	28
6.9 Gestão de Qualidade.....	28
6.10 Gestão de Segurança e Saúde.....	28
6.11 Gestão de impacto ambiental.....	29
6.12 Ação Social .....	30
6.13 Sistema de Informação e Automação .....	30
6.14 Folha de Pagamento .....	30
7 Plano Financeiro .....	32
7.1 Capital Inicial.....	32
7.2 Estimativa de Investimentos Fixos.....	32
7.3 depreciação de Equipamentos .....	32
7.4 Estoque Inicial.....	32
7.5 Custos Fixos.....	33
7.6 Custos Variados .....	33
7.7 Investimento Pré-Operacional .....	33
7.8 Capital de Giro .....	33
7.8.1 Contas a Receber .....	33
7.8.2 Contas a Pagar – fornecedores .....	33
7.8.3 Necessidade Média de Estoque.....	33
7.8.4 Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias .....	34
7.8.5 Caixa Mínimo .....	34
7.9 D.R.E – Demonstrativo de Resultados .....	34
7.10 Custo de Mão de Obra.....	34
7.11 Lucratividade.....	34
7.12 Rentabilidade.....	34
7.13 Progressão de Vendas.....	35
7.14 Prazo do Retorno de Investimentos .....	35

<b>8</b>	<b>Considerações Finais.....</b>	<b>36</b>
<b>9</b>	<b>Apêndices.....</b>	<b>38</b>
<b>10</b>	<b>Bibliografias.....</b>	<b>56</b>

## **1 Introdução**

De acordo com o site Consumidor Moderno de março de 2014 “com sete bilhões de pessoas no mundo, pegar fila em qualquer estabelecimento é um cenário recorrente no cotidiano pós-moderno. A espera pode ser grande até mesmo para comprar um pãozinho”.

O executivo Tom Ricetti passou por uma situação bem comum: precisou passar em uma padaria, mas não tinha o tempo necessário para esperar o contingente de pessoas à sua frente serem atendidas. Recorreu a um supermercado e encontrou a mesma situação. Inconformado, pensou em como algo tão simples poderia demorar tanto.

E de acordo com o site CNN Brasil de fevereiro de 2023 “em 2018, o ranking da Organização Mundial do Turismo apontava França entre os ‘Top 10’ quando o assunto era número de visitantes”. A França teve 89 milhões de visitantes em 2018 e tem o turismo como papel muito importante em sua economia, e além do mais sua gastronomia é um grande patrimônio.

Depois de analisar as pesquisas e os depoimentos veio a ideia da padaria drive-thru, assim as pessoas poderão comprar seus pãezinhos sem sair do carro e sem perder tempo nas filas enormes, mas quais benefícios a padaria drive thru poderá trazer?

## **2 Justificativa**

Nós decidimos criar uma padaria drive thru com a temática francesa, pois assim as pessoas poderão comprar seu café da manhã sem precisar sair do carro, e para aqueles que preferirem poderão consumir seu café da manhã dentro da padaria que terá uma decoração voltada para a França.

### **3 Descrição da Empresa**

#### **3.1 Dados da Empresa**

Razão Social: Padaria e Confeitaria La Viridian Ltda

Nome Fantasia: La Viridian

Logo: [Apêndice 1]

A logomarca da La Viridian pretende transmitir sua essência através das cores dourado, que representa sofisticação, qualidade e nobreza, o bege que traz aconchego e confiabilidade, e o marrom que significa autenticidade e seriedade.

Slogan: “La Viridian, conforto e agilidade para o seu dia-dia.”

O slogan representa tudo aquilo que a La Viridian quer passar para os seus clientes.

CNPJ: 47.274.998.0001-86

Endereço: Rua Caldas Novas, 22 – Bethaville, Barueri – SP – 06404-301

Setor de Atividade: Alimentícia

Email: laviridian@gmail.com

Instagram: @padaria\_laviridian

Facebook: Padaria La Viridian



### **3.1.1 Missão**

Simplificar a vida do cliente de forma ágil não deixando de servir alimentos saborosos e de qualidade trazendo praticidade e conforto para o dia a dia.

### **3.1.2 Visão**

Ser a padaria drive thru mais renomada e apreciada em Bethaville. Construir uma reputação como uma parada obrigatória para quem busca produtos de panificação de alta qualidade, combinados com a rapidez e comodidade do nosso serviço drive thru. Sermos conhecidos não apenas pela comida, mas também pela experiência excepcional que proporcionamos.

### **3.1.3 Valores**

Qualidade;

Autenticidade;

Conveniência;

Excelência no atendimento ao cliente e compromisso com a comunidade local.

## **3.2 Objetivos Estratégicos**

### **3.2.1 Objetivos Gerais**

Oferecer uma forma de compra mais rápida e eficiente, além de proporcionar uma experiência de se sentir em uma boutique de pães na França.

### **3.3.2 Objetivos Específicos**

- Atendimento especializado em drive thru
- O estabelecimento irá simular boutiques francesas, na estética da padaria.

## **4 Sociedade Empresarial**

### **4.1 Sócias:**

Ana Beatriz Pereira dos Anjos Lucas, diretora comercial e gerente de cobranças. Possui 17% do lucro da empresa.

Isabella dos Santos Ferreira, presidente e diretora de produção. Possui 31% do lucro da empresa.

Maria Eduarda Batista dos Santos, gerente de cobranças. Possui 7% do lucro da empresa.

Rafaella Luiz Tiritan de Oliveira, gerente de marketing. Possui 7% do lucro da empresa.

Raquel Matos Silva, gerente de contratos. Possui 7% do lucro da empresa.

Sabrina Lima Sousa, gerente de produção e gerente de vendas. Possui 14% do lucro da empresa.

Tafnny Amorim Santos, diretora administrativa e gerente de operações. Possui 17% do lucro da empresa.

[Apêndice 2] – Organograma Empresarial

## 5 Plano de marketing

### 5.1 Análise de ambiente

**5.1.1 Fatores econômicos:** De acordo com os dados da Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP) encontrados no site da CNN Brasil (27/02/2022), são mais de 70 mil padarias espalhadas pelo Brasil. Em 2021, o mercado de panificação e confeitaria faturou R\$ 105,85 bilhões no país, um crescimento de 15,3% em relação a 2020, segundo o presidente da Associação, Paulo Meneguelli. Por outro lado, percebeu-se que em 2022, os preços do tradicional pão francês acumularam alta de 18,03%, segundo o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA). Trata-se da maior inflação em 14 anos, ou desde 2008 (19,35%), o que influencia negativamente as empresas que trabalham com produtos panificados. Contudo, segundo a reportagem encontrada no site G1 por Daniel Silveira (04/10/2019) uma pesquisa mostra que vem diminuindo os gastos com alimentação dentro de casa, enquanto aumenta a despesa para comer em lanchonetes e restaurantes. Despesa com arroz e feijão para preparo em casa caiu pela metade na última década. Segundo o IBGE, a alimentação no domicílio sempre demandou gasto maior que comer fora de casa. Porém, vem aumentando o consumo de alimentos fora. Em 2003, na média geral, 75,9% dos gastos com alimentação eram para consumo no domicílio. Em 2018, este percentual caiu para 67,2%. Ou seja, comer fora de casa consome atualmente um terço das despesas das famílias com alimentação. As famílias com rendimentos mais baixos, de até dois salários-mínimos (R\$1.306,00) gastam menos para comer fora de casa que aquelas que ganham 25 salários-mínimos (R\$ 23.850). Para as mais pobres, 20,6% dos gastos com alimentação são fora do domicílio, enquanto para os mais ricos este percentual chega a 50,3%, o que favorece e prevê sucesso ao projeto.

**5.1.2 Fatores socioculturais:** preferência por conveniência, estilo de vida acelerado, demanda por alimentos rápidos e praticidade. Tradição de pães na cultura local, a importância da comida artesanal e a busca por alimentos frescos e saudáveis.

**5.1.3 Fatores políticos/ legais:** Inscrição Estadual; Inscrição Municipal; Alvará de Funcionamento; Licença de Funcionamento da Vigilância Sanitária.

Código de Obras e Edificações (Lei nº 16.642/2017), Lei de Zoneamento (Lei nº 16.402/2016), são leis importantes para a abertura e preservação de um negócio, como padaria e drive-thru.

As frequentes mudanças na CIT(Consolidação das leis do trabalho) e o aumento de impostos podem causar grandes mudanças em todos os setores da empresa, e por isso, a empresa ficará sempre atenta para cumprimento das leis exigidas.

**5.1.4 Fatores tecnológicos:** A constante evolução das mídias sociais faz com que a La Viridian tenha que se adaptar também a tais, de forma que nosso marketing seja sempre efetivo através das mesmas; não só isso, a tecnologia do drive - thru está em constante atualização para constantes recursos tecnológicos.

La Viridian possui um sistema tecnológico na área administrativa e na parte de segurança do estabelecimento usamos o sistema da Verisure que é uma das melhores empresas de seguro, o sistema contém um alarme com painel de controle GSM de última geração, conectado via 3G, monitoramento que permite pedidos de socorro em caso de emergência, com a comunicação com microfone e alto falante, além do botão de SOS. Os Softwares dos caixas estão sempre em constante atualização e no drive - thru possui a tecnologia do sistema HDMI que facilita o atendimento do cliente, tornando o atendimento mais rápido.

**5.1.5 Concorrência:** existe apenas uma grande concorrência no bairro, Padaria Empório Bethaville que está localizada na Rua Caldas Novas N°206.

A padaria é de porte grande, com um espaço amplo, cardápio com café, almoço, jantar, e vendem os mesmos produtos que serão oferecidos na La Viridian.

**5.1.6 Fatores internos:** A Padaria possui infraestrutura adequada, dois pavimentos, estacionamento, espaço adequado para o Drive thru, profissionais altamente capacitados na área da gastronomia, da confeitaria e maquinários de alta tecnologia.

### **5.1.7 Análise de Oportunidade e Ameças, Forças e Fraquezas**

#### **5.1.8 Oportunidades**

- Local em alta expansão comercial e residencial;
- Grande demanda de serviços de alta qualidade;
- aumento da comunicação externa.

#### **5.1.9 Ameças**

- inflação;
- concorrente nas proximidades.

#### **1.1.10 Forças**

- Localização favorável;
- Facilidade de acesso;
- não há muitos concorrentes;
- ótima qualidade dos produtos;
- ambiente agradável e receptivo;
- maquinário moderno;
- estacionamento no local.

#### **1.1.11 Fraquezas**

- Novos no mercado;
- recursos financeiros limitados;
- não possui sites ou app para compras online.

### **5.2 Definição do Público-alvo**

**5.2.1 Geográficos:** pessoas localizadas na região de Bethaville e proximidades.

**5.2.2 Demográficos:** pessoas de todas as idades e pertencentes à classe média e alta.

**5.2.3 Psicográficos:** pessoas com poderes aquisitivos alto, com vidas cotidianas corridas e/ou lazer.

**5.2.4 Comportamentais:** os benefícios procurados são a praticidade, o conforto, qualidade e hábitos de consumo requintados.

### **5.3 Definição da Marca**

**5.3.1 Nome:** La Viridian

**5.3.2 Símbolo:**

[Apêndice 1] - logomarca

**5.3.3 Slogan:** La Viridian, conforto e agilidade para o seu dia a dia.

### **5.4 Definição de Objetivos e Metas**

**5.4.1 Objetivos:**

- fornecer o melhor atendimento personalizado;
- ser referência em culinária diversificada e com qualidade;
- manter uma reputação positiva e ser reconhecido como um lugar confiável para alimentos;
- oferecer um ambiente acolhedor e confortável para os clientes desfrutarem de sua refeição;
- expandir o cardápio para incluir mais opções.

**5.4.2 Metas:**

- expandir para uma segunda, ou mais, lojas de padaria drive-thru em um período de cinco anos;
- aumentar a receita em 10%

- diminuir 50% da utilização de embalagens poluentes ao meio ambiente em um ano.

## **5.5 Definição das Estratégias de marketing**

### **5.5.1 Composto de marketing**

**5.5.1.1 Produto:** Variedade de pães, croissants, bolos, salgados, lanches e produtos de confeitaria frescos e saborosos, com opções saudáveis e especiais para diferentes preferências alimentares.

[Apêndice 3] – Cardápio

**5.5.1.2 Preço:** Os preços vão de R\$1,33 até R\$ 33,50, estando na média dos produtos fornecidos pela concorrência.

**5.5.1.3 Praça:** Localização estratégica próximo à escritórios, residências, áreas comerciais e com fácil acesso pela rodovia Castelo Branco.

**5.5.1.3 Promoção:** Estratégias de marketing eficazes como outdoor. Uso de redes sociais, anúncios online, parcerias locais para aumentar a visibilidade da padaria e flyers.

#### **5.5.1.4 Pessoas**

**5.5.1.4.1 treinamentos:** desenvolver alguns treinamentos sobre atendimento ao cliente para os funcionários, bem como reuniões para o estabelecimento de valores compartilhados para todos os membros.

**5.5.1.4.2 avaliação de desempenho para os funcionários:** com relação à avaliação, decidiu-se aplicar a dinâmica de memorização, atenção, foco e agilidade, sendo que a mesma funcionará da seguinte forma: uma pessoa deverá ficar atenta às informações dadas pelo ministrador da dinâmica que será a seguinte: um dos cooperadores deverá olhar por 10 segundos vários números que correspondem a variadas cores e em dois minutos deverá correr para colocar cada bolinha em seu respectivo copo na quantidade adequada. Não será

possível leva duas bolinhas de uma só vez, esse tipo de atitude não será aceito e o participante será desclassificado.

**5.5.1.4.3 remuneração:** a remuneração será fixa, mas os funcionários receberão bonificações a partir do resultado obtido nas avaliações.

### **5.5.2 Pesquisa de Mercado**

A pesquisa se deu pela internet através do Google Forms, uma vez que qualquer usuário tinha acesso ao questionário. Foi obtido 321 respostas que compõe a amostra. A pesquisa foi aplicada no mês de maio de 2023.

[Apêndice 4] – Pesquisa de Mercado

[Apêndice 5] – Pesquisa de Mercado

[Apêndice 6] – Pesquisa de Mercado

[Apêndice 7] – Pesquisa de Mercado

[Apêndice 8] – Pesquisa de Mercado

[Apêndice 9] – Pesquisa de Mercado

[Apêndice 10] – Pesquisa de Mercado

[Apêndice 11] – Pesquisa de Mercado

[Apêndice 12] – Pesquisa de Mercado

[Apêndice 13] – Pesquisa de Mercado

[Apêndice 14] – Pesquisa de Mercado

[Apêndice 15] – Pesquisa de Mercado

[Apêndice 16] – Pesquisa de Mercado



## 6 Plano operacional

### 6.1 Descrição do Fluxograma Operacional

**6.1.1 Atendimento balcão:** ao passa pela catraca, o cliente pega sua comanda e dirige-se a mesa. Assim que acomodar-se, o atendente entrega o menu, o cliente escolhe o pedido, o pedido é anotado na comanda e entregue na cozinha. Assim que o pedido é preparado, é entregue ao cliente, que desfruta da sua refeição. Logo após vai até o caixa, entrega a comanda e realiza o pagamento, o caixa agradece e finaliza.

[Apêndice 17] - Fluxograma balcão.

**6.1.2 Atendimento do drive thru:** o cliente chega, é recepcionado pelo painel de atendimento e faz seu pedido. Logo após o pedido é entregue para a cozinha, o cliente vai até a cabine de pagamento, realiza o pagamento, vai para a cabine de entrega, pega seu pedido, o atendente agradece e a compra é finalizada.

[Apêndice 18] - Fluxograma drive thru.

### 6.2 Layout

O layout da padaria foi projetado com o intuito de garantir um ótimo fluxo de pessoas e de movimentação, no qual possui uma estrutura de 250 m<sup>2</sup> , contando com os seguintes espaços:

Andar Térreo

1. Estacionamento;
2. Drive Thru;
3. Área comercial;
4. Banheiros;
5. Cozinha;
6. Estoque;
7. Copa para funcionários;
8. Escada.

Primeiro andar

1. Escritório para ala administrativa;

2. Área comercial;
3. Escada.

[Apêndice 19] – Layout.

### **6.3 Mapa de Risco**

Para proteger seus colaboradores e clientes, a La Viridian realizou um estudo do estabelecimento para, assim, obter um diagnóstico sobre os possíveis perigos de cada setor. Portanto, ao finalizar o estudo, foram apontados os seguintes grupos de riscos:

- **Físicos (cor verde):** Entre estes riscos estão as vibrações, os ruídos excessivos, a temperatura extrema, a pressão anormal, a radiação que eles emitem, tanto nas formas ionizantes, quanto não-ionizantes, e alterações sonoras, como o ultrassom e o infrassom.
- **Químicos (cor vermelha):** dizem respeito aos produtos, substâncias ou ainda compostos químicos que estão sujeitos a absorção por parte do organismo humano e que estão presentes no ambiente de trabalho. Esta absorção pode ser através do contato direto, por via respiratória ou ainda se ingeridos, como gases ou vapores, névoas, fumaça ou poeira.
- **Biológicos (cor marrom):** são as diferentes formas de micro-organismos, que podem ser existentes no ambiente de trabalho e aos quais os colaboradores possam estar expostos. O contato de riscos com os agentes biológicos se dá através da pele, da ingestão ou ainda pelas vias respiratórias, como fungos, bactérias, protozoários, vírus ou parasitas.
- **Ergonômicos (cor amarela):** Estes são os riscos de natureza física ou psicológica, causados pela não adequação do ambiente de trabalho às limitações fisiológicas dos indivíduos. Tais como, a sobrecarga de peso, o intenso esforço físico, a postura inadequada, a jornada excessiva de trabalho, a exigência de produtividade desproporcional, o trabalho noturno, a repetição de movimentos, entre outros fatores que causam estresse físico ou mental.
- **Acidentes (cor azul):** são os agentes de riscos relacionados a máquinas, equipamentos e outros elementos, que podem causar dano, através da ocorrência de acidentes de trabalho. Dentre eles, ausência de equipamento de proteção adequado, ferramentas com defeito ou inadequadas, risco de explosão ou incêndio, luminosidade inadequada, armazenamento e estocagem inadequados, animais peçonhentos, entre outros fatores que aumentem o risco de acidentes.

[Apêndice 20] – Mapa de Risco

#### **6.4 Capacidade de Produção**

A Padaria La Viridian tem como capacidade máxima 52 clientes sentados à mesa e 12 pessoas em uma fila; contando com a produção diária de 3.690 itens variados entre pães, doces em geral e bebidas, de acordo com a demanda.

#### **6.5 Previsão de Aumento da Capacidade**

O aumento da capacidade de produção se dará de acordo com a demanda e a partir da demanda o aumento também da produtividade da La Viridian, de forma que com o aumento dos pedidos no drive, será necessário aumentar também o número de colaboradores e na parte interna poderá aumentar ou diminuir sua capacidade sazonalmente em horários que não contém fluxos.

#### **6.6 Procedimento de Entrega de Produtos e Serviços**

Assim que o/a consumidor(a) entrar no estabelecimento e se acomodar na mesa/ ou balcão, ele faz seu pedido para o garçom, que quando finalizado é encaminhado para a cozinha para ser preparado e logo em seguida entregue ao cliente para o consumo, levando um tempo de espera entre 2 minutos de um produto já pronto até 8 minutos de um produto que precise ser feito na hora.

No drive-thru assim que o/a consumidor(a) chegar faz seu pedido no painel de atendimento, que vai ser registrado na cozinha, em seguida vai até a cabine de pagamento e por fim vai para a cabine de entrega e pega seu pedido, levando no total um tempo de espera de 120 segundos (2 minutos).

#### **6.7 Vantagens Competitivas nas Operações**

- Eficiência no atendimento.
- Estacionamento local para clientes.
- Conveniência.

## **6.8 Fornecedores e Terceiros**

Os fornecedores e terceiros são peças fundamentais para o sucesso da La Viridian.

### **6.8.1 Fornecedores**

Para um real e progressivo sucesso da La Viridian é necessário uma escolha de fornecedores competentes que sempre contribuirão para o funcionamento da padaria.

Os fornecedores são:

- Atacadão S.A;
- CEAGESP;
- Ultragaz;
- Café Pele.

### **6.8.2 Terceiros**

O sistema de segurança da La Viridian é feito através da empresa terceirizada Verisure (empresa que oferece serviços de monitoramento), e o Lalamove é uma plataforma terceirizada de entrega de fornecedores.

## **6.9 Gestão de Qualidade**

- Todos os ingredientes utilizados na produção dos produtos são de alta qualidade e seguros para consumo.;
- O ambiente de trabalho será limpo e segue rigorosamente as normas de higiene para evitar a contaminação dos alimentos;
- Os clientes terão a oportunidade de oferecer seus feedbacks sobre a qualidade dos produtos e serviços oferecidos pela padaria;
- Funcionários bem treinados exercerão um papel fundamental na entrega de produtos de qualidade e na prestação de um excelente serviço aos clientes;
- Rapidez e agilidade, levando 120 segundos (2 minutos) nas entregas do drive thru.

## **6.10 Gestão de Segurança e Saúde**

- Máscara e EPI;
- Treinamento da equipe;
- Distanciamento social;
- Manuseio de alimentos;
- Limpeza e desinfecção;

- Controle de estoque;
- Brigada de incêndio;
- C.I.P.A (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes).

Para garantir a proteção e o bem-estar, foi necessário implementar medidas e políticas eficientes:

Art. 8º. Para evitar a veiculação de doenças aos consumidores pelos produtos alimentícios, a saúde do manipulador de alimentos deve ser comprovada por meio de atestados médicos, exames e laudos laboratoriais originais ou suas cópias.

Art. 9º. Não devem manipular alimentos, os funcionários que apresentam patologias ou lesões de pele, mucosas e unhas, feridas ou cortes nas mãos e braços, infecções oculares, pulmonares ou orofaríngeas e infecções/infestações gastrintestinais agudas ou crônicas. O funcionário deverá ser encaminhado para exame médico e tratamento, e afastado das atividades de manipulação de alimentos, enquanto persistirem essas condições de saúde.

### **6.11 Gestão de impacto ambiental**

A La Viridian irá aderir biodegradabilidade (substâncias químicas que podem ser usadas como substratos por microrganismo) nas embalagens fornecidas ao cliente. Com relação ao descarte correto de alimentos, por exemplo, óleo usado, será realizada para diminuição dos impactos ambientais, a destinação de resíduos oleosos para a Écóleo (Associação Brasileira para sensibilização, coleta e reciclagem de resíduos de óleo comestível). A associação irá fornecer o descarte correto dos restos de alimento. A padaria também vai utilizar algumas ODS's (Objetos de desenvolvimento Sustentável) e propostos pela ONU, a ODS 12, a empresa destinara restos de alimentos para a indústria de compostagem (Cataki Pimp my carroça e Instituto ecofaxina), para que sejam reaproveitados da melhor forma.

## **6.12 Ação Social**

A ação social da La Viridian tem como base o objetivo de conforto, assim como a empresa, mas além disso a idealização de que as pessoas merecem o melhor, contudo, pensando nisso, a empresa desenvolverá um projeto no qual uma vez por ano haverá um sorteio de uma cesta recheada com os melhores produtos da La Viridian.

Sendo que para concorrer o cliente deve levar um item de higiene pessoal, brinquedo, sapato, roupa de cama, roupa infantil e adulta e/ou cobertor. A quantidade de itens corresponderá o número de chances de ganhar o sorteio.

Exemplo: 1 cobertor = 1 cupom

Os itens serão entregues a ONG Anjos da Noite (Rua Desembargador Rocha Portela, 634- Arthur Alvim- são Paulo- SP) que fará a distribuição dos itens aos moradores de rua, albergues e abrigo.

A meta de arrecadação é de 5.000 itens contando com roupas de cama, produtos de higiene pessoal, brinquedos, sapatos e roupas infantis e adultos, mas é de conhecimento público que caso não haja a obtenção do número de itens acima através das doações, a empresa terá a missão de completar o número de itens e enviá-los à ONG Anjos da Noite que fará a distribuição correta.

## **6.13 Sistema de Informação e Automação**

A La Viridian contará com o setor de automação que terá disponibilidade de:

- Acesso à WI-FI gratuito;
- Ar-condicionado;
- Televisão;
- Painel de atendimento inteligente que se comunica com o cliente no drive thru.

## **6.14 Folha de Pagamento**

Foi feito a folha de pagamento dos 19 colaboradores que a La Viridian possui.

[Apêndice 21] – Folha de Pagamento – Padeiro

[Apêndice 22] – Folha de Pagamento – Auxiliar de Padeiro

[Apêndice 23] – Folha de Pagamento – Confeiteiro

[Apêndice 24] – Folha de Pagamento – Auxiliar de Confeiteiro

[Apêndice 25] – Folha de Pagamento – Atendente

[Apêndice 26] – Folha de Pagamento – Caixa

[Apêndice 27] – Folha de Pagamento – Faxineira

[Apêndice 28] – Folha de Pagamento – Técnico de TI

## **7 Plano Financeiro**

### **7.1 Capital Inicial**

A La Viridian tem seu investimento em R\$ 1.000.000,00, isso será o necessário para a empresa começar a funcionar. O valor de R\$ 1.000.000,00 será financiado a partir de um empréstimo concedido pelo banco BNDES, com parcelas em 48 vezes.

### **7.2 Estimativa de Investimentos Fixos**

São todos os bens que a empresa necessita para poder funcionar corretamente, esses equipamentos são máquinas, móveis, utensílios e o investimento operacional que são gastos antes do início das atividades da empresa. Totalizando em R\$ 540.188,28.

[Apêndice 29] – Máquinas e Equipamentos

[Apêndice 30] – Móveis e Utensílios

### **7.3 depreciação de Equipamentos**

Foram utilizadas taxas de depreciação conforme recomendações da Receita Federal.

Relacionados com máquinas, equipamentos, móveis e utensílios. Chegando ao valor anual de R\$ 38.091,55, e mensal R\$ 3.174,30.

[Apêndice 31] – Depreciação

### **7.4 Estoque Inicial**

Consiste nos bens necessários e nos materiais para a produção dos produtos na empresa.

[Apêndice 32] – Estoque Inicial



## **7.5 Custos Fixos**

São aqueles que não sofrem alterações de acordo com a produção, entre esses custos temos aluguel, água, luz, depreciação, pró-labore etc. A La Viridian terá um custo fixo mensal de R\$ 149.262,46, e anual R\$ 1.791.149,52.

[Apêndice 33] – Custos Fixos

## **7.6 Custos Variados**

São aqueles que sofrem alterações de acordo com a produção e desempenho dos funcionários, entre esses custos temos bonificações e matéria-prima. A La Viridian terá um custo variado mensal de R\$ 18.131,38, e anual R\$ 217.576,56.

[Apêndice 34] – Custos Variados

## **7.7 Investimento Pré-Operacional**

O total do Investimento Pré-operacional foi de R\$ 151.560,71.

[Apêndice 35] – Investimento Pré-Operacional

## **7.8 Capital de Giro**

### **7.8.1 Contas a Receber**

Prazo médio total de 13,5 dias.

[Apêndice 36] – Contas a Receber

### **7.8.2 Contas a Pagar – fornecedores**

Prazo médio de 7,5 dias

[Apêndice 37] – Contas a Pagar

### **7.8.3 Necessidade Média de Estoque**

Uma necessidade de 6 dias.

[Apêndice 38] – Necessidade Média de Estoque

#### **7.8.4 Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias**

Capital de Giro de 12 dias.

[Apêndice 39] – Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias

#### **7.8.5 Caixa Mínimo**

A La Viridian precisará de um caixa mínimo de R\$ 66.957,54.

[Apêndice 40] – Caixa Mínimo

### **7.9 D.R.E – Demonstrativo de Resultados**

Para concluir que a empresa ao final do ano contábil, terá lucro ou prejuízo, é subtraído todos os gastos da receita total. Assim a empresa terá o lucro líquido de R\$ 3.768.842,72.

[Apêndice 41] – D.R.E

### **7.10 Custo de Mão de Obra**

Serão contratados 19 funcionários. Totalizando para a empresa R\$ 72.602,57 após a soma de todos os encargos trabalhistas.

[Apêndice 42] – Salário de Funcionários

### **7.11 Lucratividade**

A lucratividade em porcentagem da La Viridian será de 23% ao ano.

[Apêndice 43] – Lucratividade

### **7.12 Rentabilidade**

A rentabilidade calculada da La Viridian foi de 23% ao ano.

[Apêndice 44] – Rentabilidade

### **7.13 Progressão de Vendas**

A progressão de vendas mensal da empresa é de R\$ 792.139,72, totalizando anualmente em R\$ 9.505.676,75.

[Apêndice 45] – Progressão de Vendas

### **7.14 Prazo do Retorno de Investimentos**

A estimativa do prazo de retorno dos investimentos da La Viridian é de 11 meses

[Apêndice 46] – Prazo de Retorno

## **8 Considerações Finais**

Ao longo deste trabalho, investigamos de forma abrangente os desafios e oportunidades enfrentados para a existência de uma empresa no ramo de panificação com serviço drive-thru. Nossa pesquisa tinha como objetivo compreender como a empresa afetaria positivamente a vida das pessoas, as estratégias de negócios e a gestão da mesma, bem como destacar as melhores práticas para enfrentar a realidade das filas enormes em estabelecimentos brasileiros.

Uma das principais descobertas deste estudo foi a constatação de que o drive-thru não é apenas uma opção para as pessoas que faltam tempo, mas sim uma necessidade imperativa. As empresas que não se adaptam a esse novo ambiente correm o risco de ficar obsoletas. Ficou evidente que a rapidez afeta todos os aspectos de um negócio, desde a forma como as empresas se comunicam com os clientes até o resultado final, que é a entrega do produto.

Além disso, identificamos que a colaboração e a inovação desempenham um papel crucial na obtenção de vantagens competitivas. As empresas que cultivam uma cultura de inovação e promovem a colaboração interna e externa estão mais bem preparadas para prosperar nesta realidade atarefada e atrasada.

Nossas recomendações incluem a necessidade de as empresas adotarem uma abordagem estratégica diminuindo o tempo de atendimento, envolvendo a alta administração, a capacitação dos funcionários e o estabelecimento de métricas claras de desempenho. Além disso, destacamos a importância da colaboração que sem está, não seria possível a conclusão deste projeto.

Enquanto este estudo oferece uma possibilidade valiosa, reconhecemos que há muito mais a ser explorado nesse campo em constante adequação às necessidades dos clientes.

À medida que encerramos este trabalho, esperamos que as descobertas e recomendações apresentadas sirvam como um recurso valioso para as organizações que buscam navegar na área de panificação e investir no drive-thru. A transformação dos comércios não é apenas uma jornada empresarial,

mas uma jornada de adaptação, inovação e crescimento contínuo. Compreender e abraçar essa jornada é fundamental para o sucesso das organizações no mundo atual.

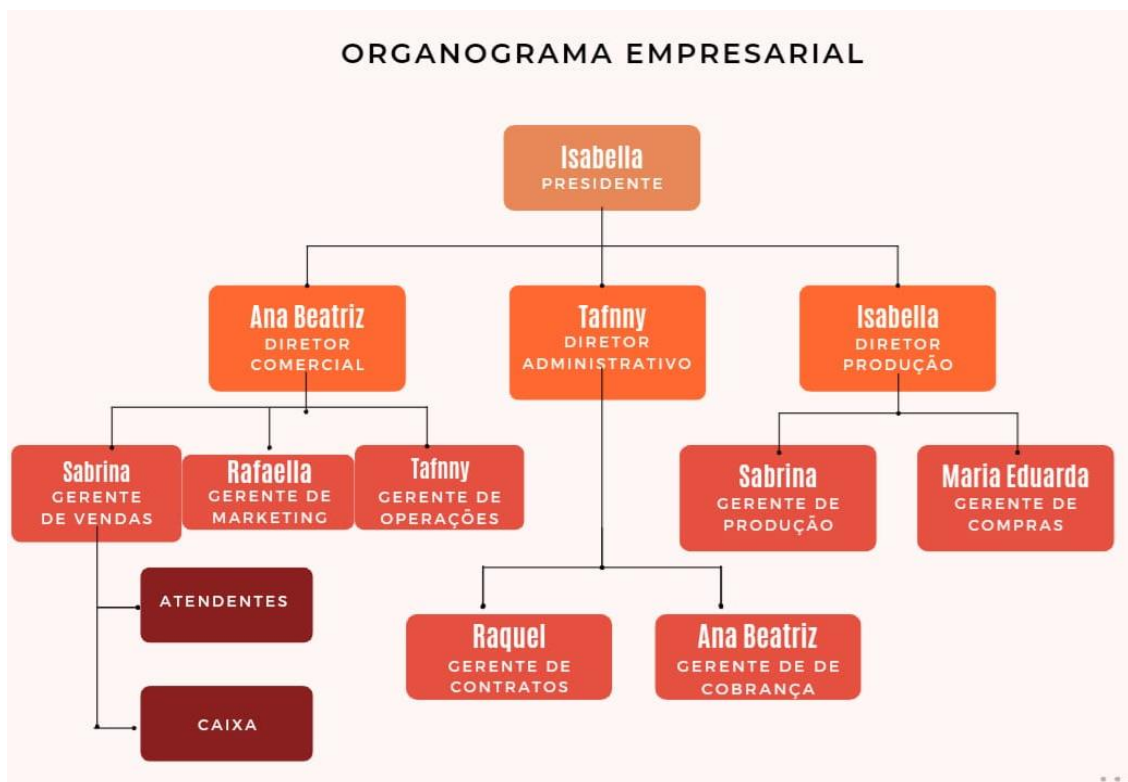
Agradecemos a todos que contribuíram para este estudo, que nos permitiu aprofundar nosso conhecimento.

## 9 Apêndices

[Apêndice 1] – logo



[Apêndice 2] – Organograma Empresarial



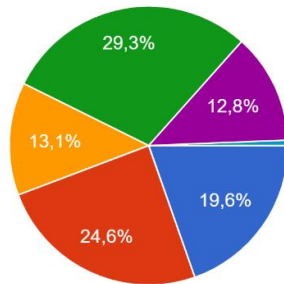
[Apêndice 3] – Cardápio



[Apêndice 4] – Pesquisa de Mercado

Sua idade está entre:

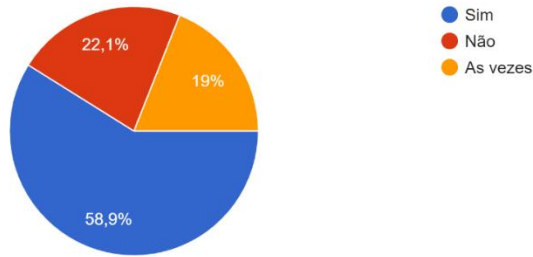
321 respostas



- Menos de 18
- De 18 a 25 anos
- De 26 a 35 anos
- De 36 a 49 anos
- 50 ou mais
- De 19 a 25 anos

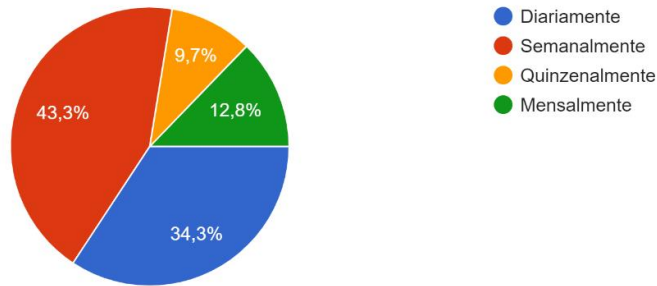
[Apêndice 5] – Pesquisa de Mercado

Você costuma tomar café da manhã antes de sair?  
321 respostas



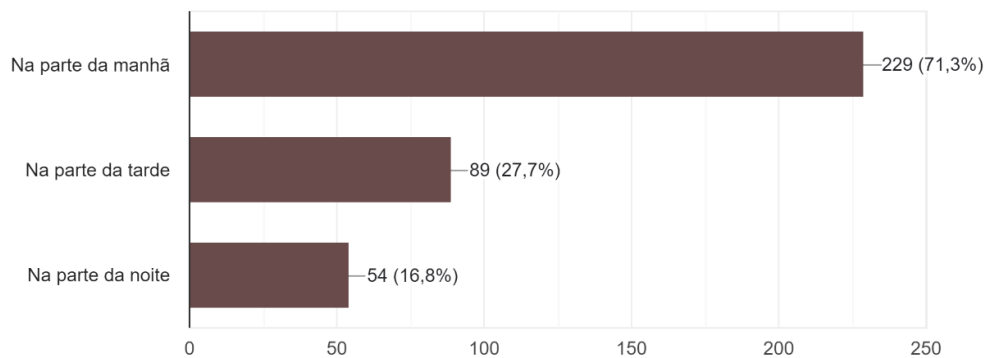
### [Apêndice 6] – Pesquisa de Mercado

Com que frequência você vai à padaria?  
321 respostas



### [Apêndice 7] – Pesquisa de Mercado

Quais são seus períodos preferidos para fazer compras em uma padaria?  
321 respostas

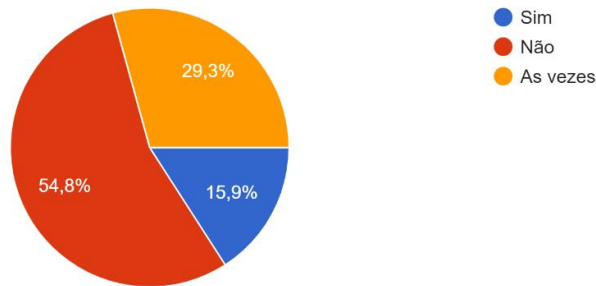


### [Apêndice 8] – Pesquisa de Mercado



Quando vai a padaria, costuma consumir dentro do estabelecimento?

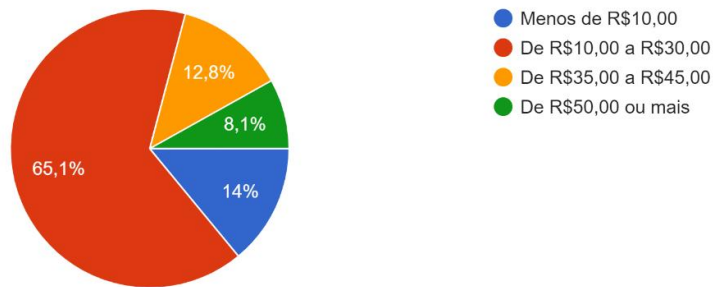
321 respostas



## [Apêndice 9] – Pesquisa de Mercado

Quanto você costuma gastar em uma padaria?

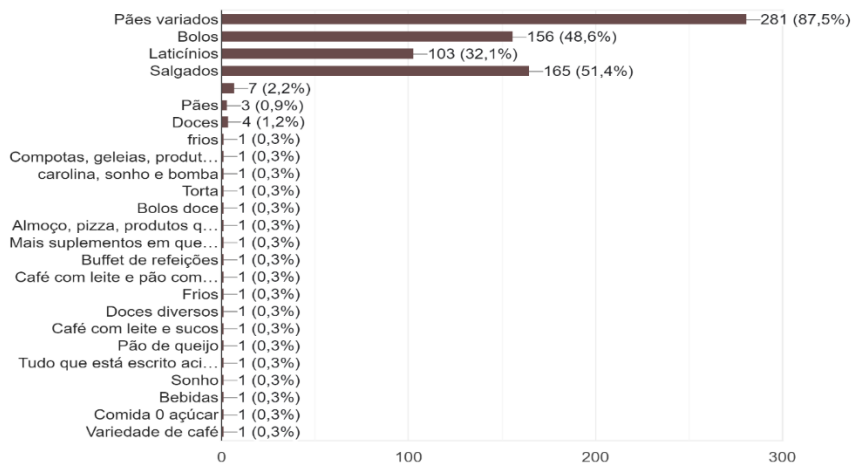
321 respostas



## [Apêndice 10] – Pesquisa de Mercado

Quais produtos você gostaria de encontrar em uma padaria?

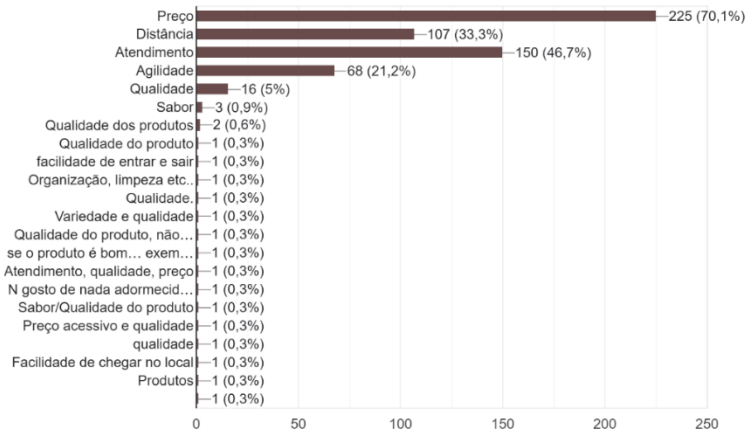
321 respostas



## [Apêndice 11] – Pesquisa de Mercado

Entre dois lugares que possuem o mesmo produto que você necessita, quais características ganham sua preferência?

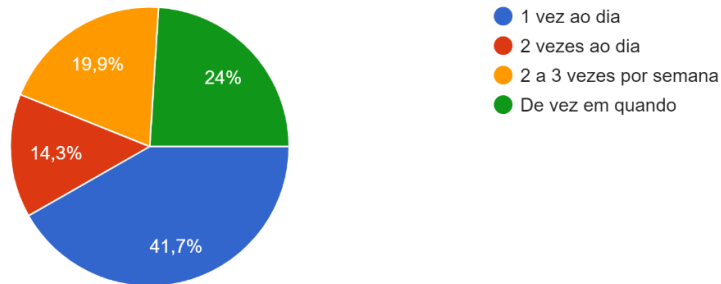
321 respostas



## [Apêndice 12] – Pesquisa de Mercado

Se tivesse uma padaria no caminho de sua casa/trabalho, com que frequência você iria comprar?

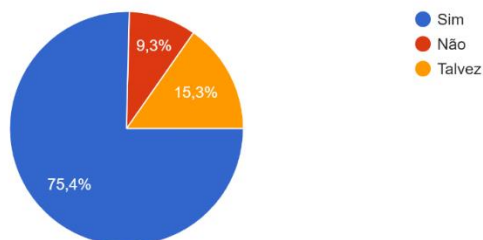
321 respostas



## [Apêndice 13] – Pesquisa de Mercado

Você frequentaria uma padaria com a temática francesa?

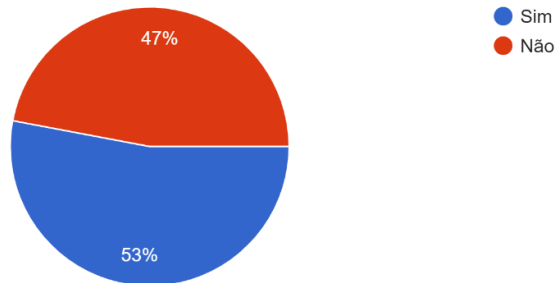
321 respostas



## [Apêndice 14] – Pesquisa de Mercado

Você possui um automóvel?

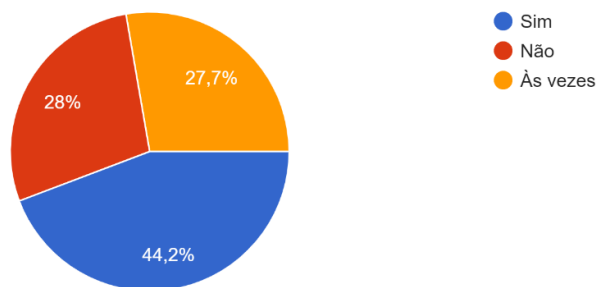
321 respostas



## [Apêndice 15] – Pesquisa de Mercado

Você frequenta estabelecimentos com drive-thru?

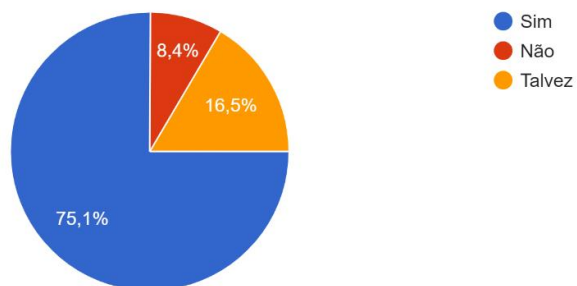
321 respostas



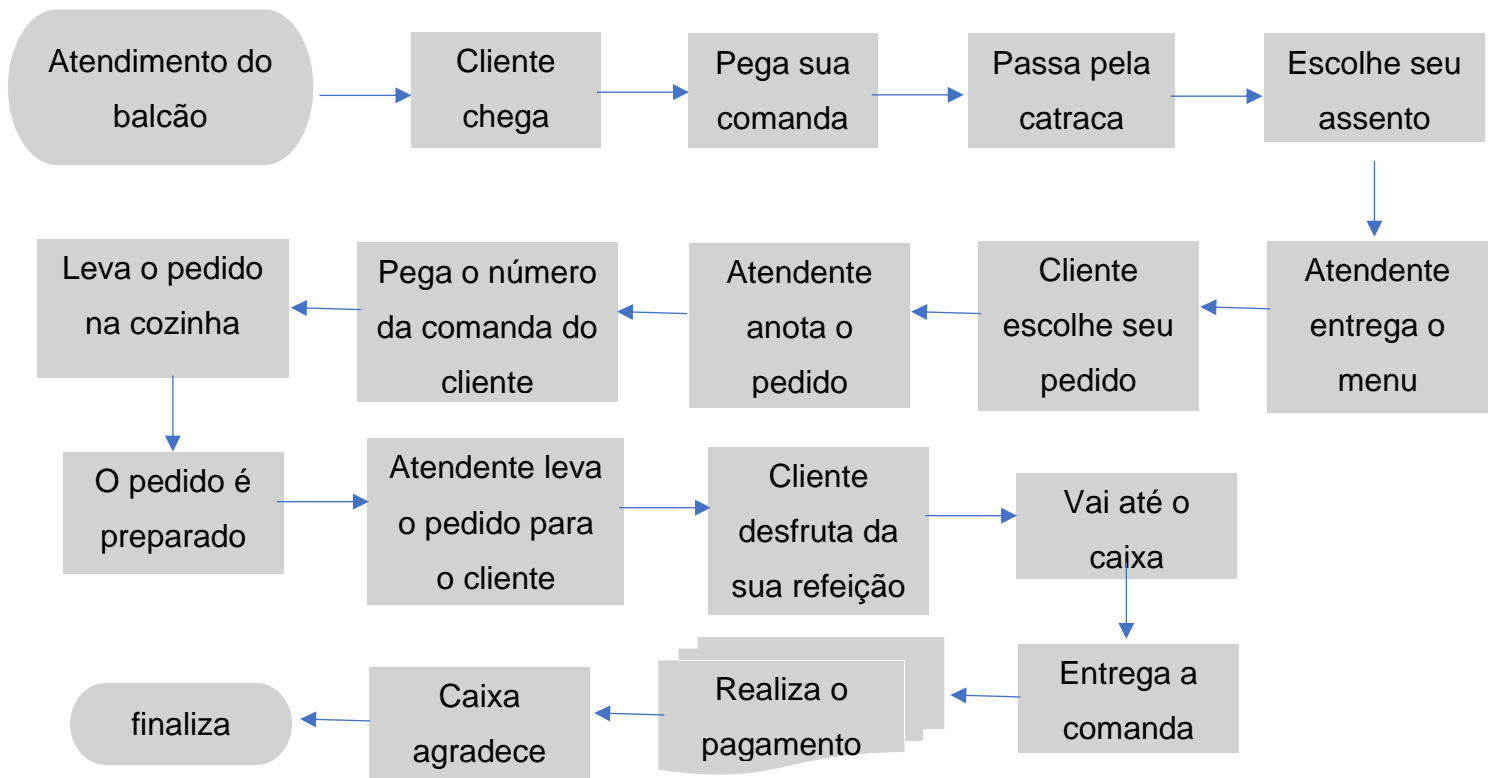
## [Apêndice 16] – Pesquisa de Mercado

Você iria em uma padaria com drive-thru?

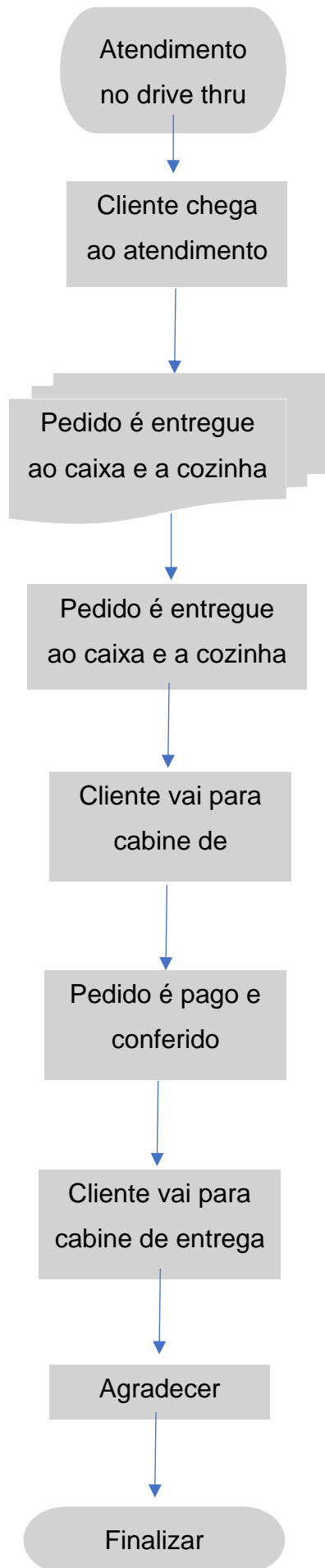
321 respostas



[Apêndice 17] – Fluxograma Balcão



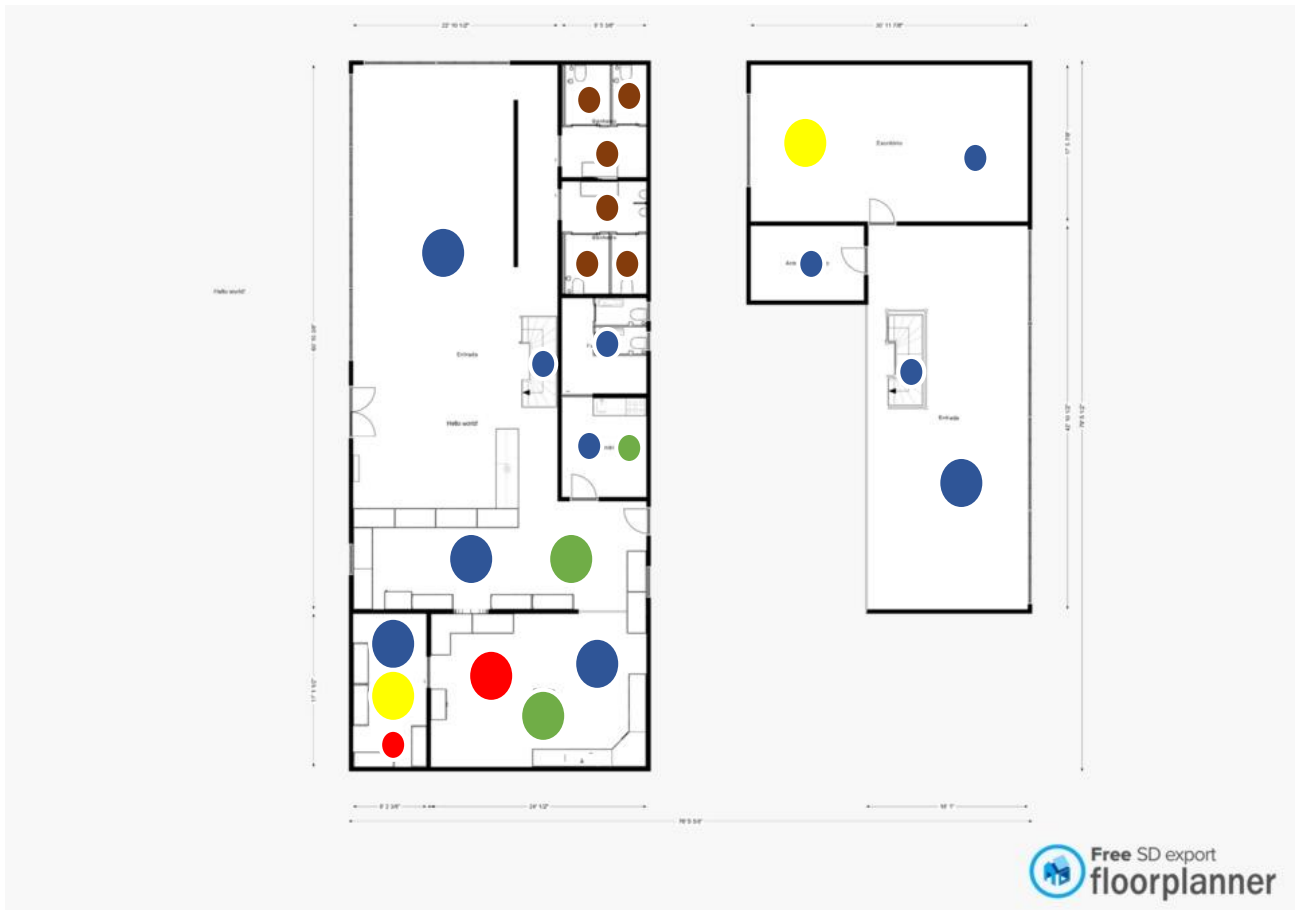
[Apêndice 18] – Fluxograma Drive-Thru



[Apêndice 19] – Layout



[Apêndice 20] – Mapa de Risco



Risco grande  Risco Médio  Risco Pequeno

[Apêndice 21] – Folha de Pagamento – Padeiro

descrição	referência	proventos	descontos	Bases	Valor R\$
Salário	30	R\$ 2.136,00		Sal Contr. INSS	R\$ 2.136,00
VT	6%		R\$ 128,16	Sal Contr. IRRF	R\$ 1.963,56
VR	20%		R\$ 191,52	Base FGTS	R\$ 2.136,00
INSS	9%		R\$ 172,44	FGTS recolher	R\$ 170,88
IR				INSS Empresa	R\$ 427,20
				INSS Terceiros	R\$ 123,89
				INSS Ac. Trabalho	R\$ 10,68
				Líquido a receber	R\$ 1.643,88
				Salário Base	R\$ 2.136,00
<b>Total</b>		R\$ 2.136,00	R\$ 492,12		
<b>Líquido = R\$ 1.643,88</b>					

[Apêndice 22] – Folha de Pagamento – Auxiliar de Padeiro

Descrição	referência	proventos	Descontos	Bases	Valor R\$
Salário	30	R\$ 1.717,00		Sal Contr. INSS	R\$ 1.717,00
VT	6%		R\$ 103,02	Sal Contr. IRRF	R\$ 1.582,27
VR	20%		R\$ 191,52	Base FGTS	R\$ 1.717,00
INSS	9%		R\$ 134,73	FGTS recolher	R\$ 137,36
IR				INSS Empresa	R\$ 343,40
				INSS Terceiros	R\$ 99,59
				INSS Ac. Trabalho	R\$ 8,59
				Líquido a receber	R\$ 1.287,73
				Salário Base	R\$ 1.717,00
<b>Total</b>		R\$1.717,00	R\$ 429,27		
<b>Líquido =1.287,73</b>					

[Apêndice 23] – Folha de Pagamento – Confeiteiro

<b>descrição</b>	<b>referência</b>	<b>proventos</b>	<b>Descontos</b>	<b>Bases</b>	<b>Valor R\$</b>
Salário	30	R\$ 2.015,98		Sal Contr. INSS	R\$ 2.015,98
VT	6%		R\$ 120,95	Sal Contr. IRRF	R\$ 1.854,35
VR	20%		R\$ 191,52	Base FGTS	R\$ 2.015,98
INSS	9%		R\$ 161,63	FGTS recolher	R\$ 161,28
IR				INSS Empresa	R\$ 403,20
				INSS Terceiros	R\$ 116,93
				INSS Ac. Trabalho	R\$ 10,08
				Líquido a receber	R\$ 1.541,88
				Salário Base	R\$ 2.015,98
<b>Total</b>		R\$ 2.015,98	R\$ 474,10		
<b>Líquido = R\$ 1.541,88</b>					

[Apêndice 24] – Folha de Pagamento – Auxiliar de Confeiteiro

<b>descrição</b>	<b>referência</b>	<b>proventos</b>	<b>Descontos</b>	<b>Bases</b>	<b>Valor R\$</b>
Salário	30	R\$ 1.719,00		Sal Contr. INSS	R\$ 1.719,00
VT	6%		R\$ 103,14	Sal Contr. IRRF	R\$ 1.590,08
VR	20%		R\$ 191,52	Base FGTS	R\$ 1.719,00
INSS	9%		R\$ 134,91	FGTS recolher	R\$ 137,52
IR				INSS Empresa	R\$ 343,80
				INSS Terceiros	R\$ 99,70
				INSS Ac. Trabalho	R\$ 8,60
				Líquido a receber	R\$ 1.289,43
				Salário Base	R\$ 1.719,00
<b>Total</b>		R\$ 1.719,00	R\$ 429,57		
<b>Líquido = R\$ 1.289,43</b>					

[Apêndice 25] – Folha de Pagamento – Atendente

<b>descrição</b>	<b>referência</b>	<b>proventos</b>	<b>descontos</b>	<b>Bases</b>	<b>Valor R\$</b>
Salário	30	R\$ 1.562,00		Sal Contr. INSS	R\$ 1.562,00
VT	6%		R\$ 93,72	Sal Contr. IRRF	R\$ 1.441,22
VR	20%		R\$ 191,52	Base FGTS	R\$ 1.562,00
INSS	9%		R\$ 120,78	FGTS recolher	R\$ 124,96
IR				INSS Empresa	R\$ 312,40
				INSS Terceiros	R\$ 90,60
				INSS Ac. Trabalho	R\$ 7,81
				Líquido a receber	R\$ 1.155,98
				Salário Base	R\$ 1.562,00
<b>Total</b>		R\$ 1.562,00	R\$ 406,02		
<b>Líquido = R\$ 1.155,98</b>					



[Apêndice 26] – Folha de Pagamento – Caixa

<b>descrição</b>	<b>referência</b>	<b>proventos</b>	<b>descontos</b>	<b>Bases</b>	<b>Valor R\$</b>
Salário	30	R\$ 1.632,45		Sal Contr. INSS	R\$ 1.632,45
VT	6%		R\$ 97,94	Sal Contr. IRRF	R\$ 1.505,33
VR	20%		R\$ 191,52	Base FGTS	R\$ 1.632,45
INSS	9%		R\$ 127,12	FGTS recolher	R\$ 130,60
IR				INSS Empresa	R\$ 326,49
				INSS Terceiros	R\$ 94,68
				INSS Ac. Trabalho	R\$ 8,16
				Líquido a receber	R\$ 1.215,89
				Salário Base	R\$ 1.632,45
<b>Total</b>		R\$ 1.632,45	R\$ 416,56		
<b>Líquido = R\$ 1.215,89</b>					

[Apêndice 27] – Folha de Pagamento – Faxineira

<b>descrição</b>	<b>referência</b>	<b>proventos</b>	<b>Descontos</b>	<b>Bases</b>	<b>Valor R\$</b>
Salário	30	R\$ 1.401,72		Sal Contr. INSS	R\$ 1.401,72
VT	6%		R\$ 84,10	Sal Contr. IRRF	R\$ 1.295,37
VR	20%		R\$ 191,52	Base FGTS	R\$ 1.401,72
INSS	9%		R\$ 106,35	FGTS recolher	R\$ 112,14
IR				INSS Empresa	R\$ 280,34
				INSS Terceiros	R\$ 81,30
				INSS Ac. Trabalho	R\$ 7,01
				Líquido a receber	R\$ 1.019,75
				Salário Base	R\$ 1.401,72
<b>Total</b>		R\$ 1.401,72	R\$ 381,97		
<b>Líquido = R\$ 1.019,75</b>					

[Apêndice 28] – Folha de Pagamento – Técnico de TI

<b>descrição</b>	<b>referência</b>	<b>proventos</b>	<b>descontos</b>	<b>Bases</b>	<b>Valor R\$</b>
Salário	30	R\$ 2.460,00		Sal Contr. INSS	R\$ 2.460,00
VT	6%		R\$ 147,60	Sal Contr. IRRF	R\$ 2.240,13
VR	20%		R\$ 191,52	Base FGTS	R\$ 2.460,00
INSS	9%		R\$ 201,60	FGTS recolher	R\$ 196,80
IR				INSS Empresa	R\$ 492,00
				INSS Terceiros	R\$ 142,68
				INSS Ac. Trabalho	R\$ 12,30
				Líquido a receber	R\$ 1.919,28
				Salário Base	R\$ 2.460,00
<b>Total</b>		R\$ 2.460,00	R\$ 540,72		
<b>Líquido = R\$ 1.919,28</b>					

[Apêndice 29] – Máquinas e Equipamentos

máquinas e equipamentos	quantidade	preço unitário	total
refrigerador	1	R\$ 6.778,77	R\$ 6.778,77
amassadeira	1	R\$ 7.992,00	R\$ 7.992,00
camara de crescimento	2	R\$ 9.899,00	R\$ 19.798,00
modeladora	2	R\$ 7.998,00	R\$ 15.996,00
cilindros	2	R\$ 5.971,00	R\$ 11.942,00
mesa de manipulação	2	R\$ 870,13	R\$ 1.740,26
forno industrial	2	R\$ 8.829,00	R\$ 17.658,00
fogão industrial	2	R\$ 1.299,92	R\$ 2.599,84
fatiador de frios	2	R\$ 2.250,00	R\$ 4.500,00
refrigerador expositor	2	R\$ 5.399,10	R\$ 10.798,20
cafeteira industrial	3	R\$ 7.198,94	R\$ 21.596,82
freezer	2	R\$ 3.199,00	R\$ 6.398,00
ar condicionado	3	R\$ 1.020,00	R\$ 3.060,00
telefone sem fio	2	R\$ 179,90	R\$ 359,80
computador	12	R\$ 1.181,51	R\$ 14.178,12
impressora térmica	4	R\$ 629,13	R\$ 2.516,52
impressora	1	R\$ 1.886,85	R\$ 1.886,85
catraca de expedições	2	R\$ 889,00	R\$ 1.778,00
comanda eletrônica	150	R\$ 1.920,00	R\$ 288.000,00
kit chapa	1	R\$ 237,00	R\$ 237,00
coifa	2	R\$ 1.046,22	R\$ 2.092,44
leitor código de barras	4	R\$ 69,00	R\$ 276,00
maquininha de cartão pag bank	4	R\$ 298,80	R\$ 1.195,20
gaveteiro de dinheiro	4	R\$ 420,00	R\$ 1.680,00
cancela	2	R\$ 4.755,04	R\$ 9.510,08
liquidificador	2	R\$ 77,18	R\$ 154,36
microondas	2	R\$ 746,10	R\$ 1.492,20
batedeira industrial	2	R\$ 10.802,00	R\$ 21.604,00
<b>subtotal</b>			<b>R\$ 477.818,46</b>

[Apêndice 30] – Móveis e Utensílios

móveis e utensílios	quantidade	preço unitário	total
balcão vitrine	3	R\$ 1.384,44	R\$ 4.153,32
jogo de mesa	5	R\$ 499,00	R\$ 2.495,00
jogo de mesa com poltrona (8 uni)	1	R\$ 6.059,90	R\$ 6.059,90
prateleira	9	R\$ 29,90	R\$ 269,10
lustre	5	R\$ 399,00	R\$ 1.995,00
lustre 2 (3 uni)	2	R\$ 140,39	R\$ 280,78
jogo de xícaras pequenas (6 uni)	50	R\$ 75,27	R\$ 3.763,50
jogo de xícaras média (6 uni)	50	R\$ 144,23	R\$ 7.211,50
jogo de xícaras grande (2 uni)	150	R\$ 79,90	R\$ 11.985,00
balcões	4	R\$ 786,89	R\$ 3.147,56
jogo de talheres (30 uni)	10	R\$ 359,44	R\$ 3.594,40
jogo de pratos (6 uni)	50	R\$ 99,90	R\$ 4.995,00
estante de aço	2	R\$ 240,37	R\$ 480,74
estufa de vitrine	3	R\$ 389,00	R\$ 1.167,00
conjunto de utensílios	3	R\$ 84,90	R\$ 254,70
faqueiro	2	R\$ 230,47	R\$ 460,94
lixeira com três compartimentos	1	R\$ 901,07	R\$ 901,07
lixeira para cozinha	1	R\$ 99,48	R\$ 99,48
lixeira para banheiro	4	R\$ 218,53	R\$ 874,12
jogo de panela industrial	1	R\$ 159,99	R\$ 159,99
espremedor de laranjas	1	R\$ 58,10	R\$ 58,10
funil (4 uni)	2	R\$ 6,78	R\$ 13,56
kit peneira	3	R\$ 7,10	R\$ 21,30
pinxel de silicone	5	R\$ 14,95	R\$ 74,75
bandeja redonda (5 uni)	4	R\$ 117,45	R\$ 469,80
saleiro e açucareiro	1	R\$ 23,99	R\$ 23,99
pegador de pão	3	R\$ 13,00	R\$ 39,00
bule	1	R\$ 23,90	R\$ 23,90
termômetro de alimentos	1	R\$ 8,99	R\$ 8,99
conjunto de tigelas (5 uni)	3	R\$ 59,90	R\$ 179,70
kit pote (6 uni)	2	R\$ 30,70	R\$ 61,40
jogo de frigideiras	2	R\$ 69,51	R\$ 139,02
boleira de vidro	9	R\$ 69,90	R\$ 629,10
kit extintor de incêndio	2	R\$ 258,00	R\$ 516,00
armário de cozinha	1	R\$ 1.745,47	R\$ 1.745,47
kit dispensar para banheiros	2	R\$ 113,45	R\$ 226,90
televisão smart 40 polegadas	1	R\$ 1.329,05	R\$ 1.329,05
kit de adesivos sinalizadores	1	R\$ 127,00	R\$ 127,00
roupeiro para vestiário	1	R\$ 1.299,99	R\$ 1.299,99
espelho para banheiro	2	R\$ 56,90	R\$ 113,80
ralador de alimentos	2	R\$ 14,30	R\$ 28,60
saco de confeiteiro	4	R\$ 23,00	R\$ 92,00
tábua de corte	2	R\$ 32,92	R\$ 65,84
jogo de assadeiras redondas (2 uni)	4	R\$ 49,99	R\$ 199,96
jogo de assadeiras retangulares (2 uni)	5	R\$ 106,90	R\$ 534,50
<b>subtotal</b>			<b>R\$ 62.369,82</b>

[Apêndice 31] – Depreciação

depreciação				
ativos fixos	valor do bem	vida útil em anos	depreciação anual	depreciação mensal
máquinas e equipamentos	R\$ 477.818,46	15	R\$ 31.854,56	R\$ 2.654,55
utensílios	R\$ 35.088,54	10	R\$ 3.508,85	R\$ 292,40
móveis	R\$ 27.281,28	10	R\$ 2.728,13	R\$ 227,34
<b>total</b>	<b>R\$ 540.188,28</b>	<b>35</b>	<b>R\$ 38.091,55</b>	<b>R\$ 3.174,30</b>

[Apêndice 32] – Estoque Inicial

estoque inicial	quantidade	valor unitário	total
ovos duzia	3	R\$ 8,26	R\$ 24,78
farinha de trigo 25kg	7	R\$ 25,50	R\$ 178,50
massa de bolo sabor chocolate 400g	10	R\$ 3,99	R\$ 39,90
massa de bolo sabor baunilha 400g	10	R\$ 3,99	R\$ 39,90
leite caixa 1L c/12	1	R\$ 78,99	R\$ 78,99
leite sem lactose 1L caixa c/12	1	R\$ 67,99	R\$ 67,99
leite em pó 4kg	10	R\$ 199,79	R\$ 1.997,90
açúcar refinado 1kg	5	R\$ 3,65	R\$ 18,25
açúcar cristal 2kg	3	R\$ 4,42	R\$ 13,26
açúcar mascavo 1kg	2	R\$ 7,85	R\$ 15,70
açúcar de confeitaria 1kg	2	R\$ 3,58	R\$ 7,16
adoçante dietético 1kg	1	R\$ 30,30	R\$ 30,30
água mineral 500ml	12	R\$ 2,93	R\$ 35,16
água com gás 500ml	12	R\$ 3,20	R\$ 38,40
suco del vale 1L	6	R\$ 19,67	R\$ 118,02
refrigerante lata	6	R\$ 3,20	R\$ 19,20
refrigerante 600ml	12	R\$ 6,50	R\$ 78,00
água H2O	12	R\$ 35,88	R\$ 430,56
óleo de soja 1L	5	R\$ 3,50	R\$ 17,50
azeite 2L	1	R\$ 159,90	R\$ 159,90
fermento biológico 1kg	1	R\$ 38,00	R\$ 38,00
fermento químico 2kg	1	R\$ 38,94	R\$ 38,94
margarina 4kg	1	R\$ 53,94	R\$ 53,94
manteiga 4kg	1	R\$ 179,40	R\$ 179,40
cacau em pó 1kg	1	R\$ 20,90	R\$ 20,90
leite condensado 400g caixa c/12	1	R\$ 57,48	R\$ 57,48
creme de leite 200g caixa c/10	1	R\$ 46,00	R\$ 46,00
chantilly 1l caixa c/12	1	R\$ 13,90	R\$ 13,90
emulsificante 200g caixa c/5	1	R\$ 15,24	R\$ 15,24
coco ralado 1kg	1	R\$ 29,99	R\$ 29,99
coco fresco congelado 1kg	6	R\$ 35,00	R\$ 210,00
chocolate em gotas ao leite 1kg	2	R\$ 41,50	R\$ 83,00
chocolate em barra ao leite 1kg	2	R\$ 62,80	R\$ 125,60
chocolate branco 2kg	1	R\$ 59,99	R\$ 59,99
sal 1kg	2	R\$ 3,15	R\$ 6,30
granulado preto 1kg	4	R\$ 26,98	R\$ 107,92
granulado colorido 1kg	2	R\$ 22,66	R\$ 45,32
essencia de baunilha 2L	2	R\$ 40,98	R\$ 81,96
amido de milho 500g	2	R\$ 6,60	R\$ 13,20
formas de docinhos 100 uni	1	R\$ 19,40	R\$ 19,40
formas de cupcakes 100 uni	1	R\$ 3,17	R\$ 3,17
embalagens biodegradáveis	100	R\$ 57,98	R\$ 5.798,00
copos descartáveis 300uni	9	R\$ 325,73	R\$ 2.931,57
pacote de saco de papel c/1750	1	R\$ 9,75	R\$ 9,75
melhorador de pão 5kg	1	R\$ 50,82	R\$ 50,82
queijo mussarela 3kg	2	R\$ 98,70	R\$ 197,40
presunto 3kg	2	R\$ 86,97	R\$ 173,94
mortadela 3kg	2	R\$ 23,97	R\$ 47,94
peito de peru 2kg	1	R\$ 99,80	R\$ 99,80
pó de café 1kg	5	R\$ 144,00	R\$ 720,00
café em grãos 2 kg	1	R\$ 29,30	R\$ 29,30
ovomaltine 750g	2	R\$ 30,00	R\$ 60,00
nutella 1kg	1	R\$ 46,67	R\$ 46,67
mel 1kg	1	R\$ 38,70	R\$ 38,70
sorvete 5L	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
geleia de morango 2kg	1	R\$ 69,16	R\$ 69,16
kit de corante 10ml caixa c/10	1	R\$ 29,99	R\$ 29,99
farinha de tapioca 1kg	2	R\$ 24,90	R\$ 49,80
biscoito torta holandesa 345g	5	R\$ 5,63	R\$ 28,15
requeijão 1kg	1	R\$ 34,90	R\$ 34,90
biscoito oreo 90g caixa c/10	4	R\$ 79,90	R\$ 319,60
morango 1kg	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
laranja 25kg	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
limão 25kg	1	R\$ 110,00	R\$ 110,00
abacaxi	15	R\$ 6,50	R\$ 97,50
cereja 5kg	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00
banana 2kg	1	R\$ 45,00	R\$ 45,00
tomate 18 kg	1	R\$ 125,00	R\$ 125,00
goiaba 6kg	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
cenoura 20kg	1	R\$ 65,00	R\$ 65,00
hortelã	10	R\$ 4,00	R\$ 40,00
couve	24	R\$ 25,00	R\$ 600,00
alface americano	12	R\$ 20,00	R\$ 240,00
orégano	10	R\$ 5,00	R\$ 50,00
<b>subtotal</b>			<b>R\$ 17.392,01</b>

[Apêndice 33] – Custos Fixos

<b>custos fixos</b>	<b>custo total mensal</b>	<b>custo total anual</b>
água	R\$ 1.575,00	R\$ 18.900,00
energia elétrica	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00
internet e telefone	R\$ 299,90	R\$ 3.598,80
aluguel	R\$ 9.800,00	R\$ 117.600,00
funcionários	R\$ 72.602,57	R\$ 871.230,84
sistema de segurança terceirizado	R\$ 149,00	R\$ 1.788,00
material de escritório	R\$ 962,04	R\$ 11.544,48
material de limpeza	R\$ 5.569,80	R\$ 66.837,60
depreciação	R\$ 3.174,30	R\$ 38.091,60
BNDES	R\$ 28.588,43	R\$ 343.061,16
INSS pró-labore	R\$ 1.841,42	R\$ 22.097,04
pró-labore	R\$ 21.700,00	R\$ 260.400,00
IPTU	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00
<b>total</b>	<b>R\$ 149.262,46</b>	<b>R\$ 1.791.149,52</b>

[Apêndice 34] – Custos Variados

<b>custos variáveis</b>	<b>custo total mensal</b>	<b>custo total anual</b>
matéria prima	R\$ 17.842,81	R\$ 214.113,72
bonificação	R\$ 288,57	R\$ 3.462,84
subtotal	<b>R\$ 18.131,38</b>	<b>R\$ 217.576,56</b>

[Apêndice 35] – Investimento Pré-operacional

<b>investimento pré operacional</b>	<b>R\$</b>
despesas de legalização	R\$ 2.270,71
obras civis ou reformas	R\$ 147.000,00
divulgação	R\$ 2.290,00
<b>total</b>	<b>R\$ 151.560,71</b>

[Apêndice 36] – Contas a Receber

<b>contas a receber</b>			
<b>prazo médio de vendas</b>	<b>(%)</b>	<b>N° de dias</b>	<b>média ponderada em dias</b>
a vista	70	0	0
a prazo (1)	15	30	4,5
a prazo (2)	15	60	9
subtotal			13,5

[Apêndice 37] – Contas a pagar

<b>contas a pagar</b>			
<b>prazo médio de vendas</b>	<b>(%)</b>	<b>N° de dias</b>	<b>média ponderada em dias</b>
a vista	50	0	0
30 dias	50	15	7,5
subtotal			7,5

[Apêndice 38] – Necessidade Média de Estoque

	número de dias
necessidade média de estoque	6 dias

[Apêndice 39] – Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias

	número de dias
<b>recursos da empresa fora do seu caixa</b>	
contas a receber	13,5
estoque	6
subtotal	19,5
<b>recursos de terceiros no caixa da empresa</b>	
contas a pagar - fornecedores	7,5
subtotal	7,5
necessidade líquida de capital de giro em dias	12

[Apêndice 40] – Caixa Mínimo

<b>caixa mínimo</b>	
custo fixo mensal	R\$ 149.262,46
custo variável mensal	R\$ 18.131,38
custo total da empresa	R\$ 167.393,84
custo total diário	R\$ 5.579,79
necessidade líquida de capital de giro em dias	12
total caixa mínimo	R\$ 66.957,54

[Apêndice 41] – D.R.E

descrição	R\$
receita total em vendas anual	9.505.676,75
custos variáveis totais	217.576,56
custos com materiais diretos e/ou CMV	17.392,01
impostos sobre vendas	3.668.640,01
gastos com vendas	42.075,93
margem de contribuição	5.559.992,24
custos fixos totais	1.791.149,52
<b>resultado operacional (lucro/prejuízo)</b>	<b>3.768.842,72</b>

[Apêndice 42] – Salário de Funcionários

colaboradores	quantidade	salário	total
padeiro	2	R\$ 2.136,00	R\$ 4.272,00
auxiliar de padeiro	2	R\$ 1.717,00	R\$ 3.434,00
confeiteiro	2	R\$ 2.015,98	R\$ 4.031,96
auxiliar de confeiteiro	2	R\$ 1.719,00	R\$ 3.438,00
atendente	4	R\$ 1.562,00	R\$ 6.248,00
caixa	4	R\$ 1.632,45	R\$ 6.529,80
equipe de limpeza	2	R\$ 1.401,72	R\$ 2.803,44
técnico de TI	1	R\$ 2.460,00	R\$ 2.460,00
<b>subtotal</b>			<b>R\$ 33.217,20</b>

[Apêndice 43] – Lucratividade

lucratividade	
lucro líquido	R\$ 2.272.528,01
receita total	R\$ 9.505.676,75
item 3	0,239070617
total	23%

[Apêndice 44] – Rentabilidade

rentabilidade	
lucro líquido	R\$ 2.272.528,01
investimento total	R\$ 1.000.000,00
subtotal	R\$ 2,27
total	23% ao ano

[Apêndice 45] – Progressão de Vendas

bebidas	preços	quantidade vendida												total	total \$
		janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro		
café expresso (pequeno)	R\$ 4,30	1100	1100	1500	1500	1100	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	16800	R\$ 72.240,00
café expresso (médio)	R\$ 7,90	1000	1000	1100	1100	1000	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	12900	R\$ 101.910,00
café expresso (grande)	R\$ 8,50	500	500	550	550	500	550	550	550	555	550	550	550	6455	R\$ 54.867,50
café expresso com leite (pequeno)	R\$ 6,30	5600	6100	6100	5600	5600	5600	5600	5600	5600	5600	5600	5600	68200	R\$ 429.660,00
café expresso com leite (médio)	R\$ 8,40	5000	5500	5500	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	61000	R\$ 512.400,00
café expresso com leite (grande)	R\$ 10,50	2400	2900	2900	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	29800	R\$ 312.900,00
café com canela (pequeno)	R\$ 4,20	2600	2600	2600	2600	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	31800	R\$ 133.560,00
café com canela (médio)	R\$ 5,20	1000	1000	1500	1000	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	16500	R\$ 85.800,00
café com canela (grande)	R\$ 9,82	500	500	500	500	550	550	550	550	550	550	550	550	6400	R\$ 62.848,00
cappuccino (pequeno)	R\$ 7,40	4500	5000	5000	5000	5000	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	63000	R\$ 466.200,00
cappuccino (médio)	R\$ 9,90	4000	4500	4500	4500	4500	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	57000	R\$ 564.300,00
cappuccino (grande)	R\$ 11,59	1500	1500	1500	2000	2000	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	26000	R\$ 301.277,60
chocolate quente (médio)	R\$ 9,90	2500	2500	2500	2500	2500	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	33500	R\$ 331.650,00
chocolate gelado (médio)	R\$ 9,00	1000	1000	1000	1500	1500	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	20000	R\$ 180.000,00
vitaminas (pequeno)	R\$ 8,40	600	600	600	600	650	650	650	650	650	650	650	650	7600	R\$ 63.840,00
vitaminas (médio)	R\$ 12,90	300	300	300	300	350	350	350	350	350	350	350	350	4000	R\$ 51.600,00
suco detox (pequeno)	R\$ 6,30	300	300	300	300	350	350	350	350	350	350	350	350	4000	R\$ 25.200,00
suco detox (médio)	R\$ 12,60	1000	1300	1300	1300	1300	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	18800	R\$ 236.880,00
sucos naturais (pequeno)	R\$ 7,50	1800	1800	1800	1800	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	23200	R\$ 174.000,00
sucos naturais (médio)	R\$ 10,00	1000	1000	1000	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	12900	R\$ 129.000,00
chá (médio)	R\$ 7,50	1000	1000	1000	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	12900	R\$ 96.750,00
café latte	R\$ 8,52	8000	8500	8500	8000	9000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	112000	R\$ 954.240,00
água 250ml	R\$ 5,16	100	100	100	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1650	R\$ 8.514,00
água com gás 250ml	R\$ 8,00	50	50	50	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1050	R\$ 8.400,00
refrigerante lata 250ml	R\$ 6,00	456	456	490	530	530	530	530	530	530	530	530	530	6172	R\$ 37.032,00
refrigerante 600ml	R\$ 12,33	188	188	200	200	230	230	230	230	230	230	230	230	2586	R\$ 31.885,38
água H2O	R\$ 8,23	50	50	50	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1050	R\$ 8.641,50
suco Dell Vale lata 250ml	R\$ 8,33	100	100	100	130	130	130	130	130	130	130	130	130	1470	R\$ 12.245,10
<b>subtotal</b>														<b>658733</b>	<b>R\$ 5.447.841,08</b>

pães/ lanches/ tortas	preços	quantidade vendida												total	total \$
		janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro		
baguete	R\$ 29,69	80	80	80	80	90	90	90	90	90	90	90	90	1040	R\$ 30.877,60
locaccia	R\$ 33,50	100	100	150	150	100	200	200	200	220	220	220	220	2080	R\$ 69.680,00
brioche	R\$ 24,90	90	90	90	95	95	100	100	100	100	100	100	100	1160	R\$ 28.884,00
pão francês	R\$ 0,85	1200	1300	1300	1800	1800	2000	2000	2000	2000	2600	2600	2600	23200	R\$ 19.720,00
pão de queijo	R\$ 1,33	1000	1100	1100	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	21200	R\$ 28.196,00
pão de leite	R\$ 17,90	600	650	650	900	900	1000	1000	1000	1000	1300	1300	1300	11600	R\$ 207.640,00
pão integral	R\$ 18,90	600	650	650	900	900	1000	1000	1000	1000	1300	1300	1300	11600	R\$ 219.240,00
misto quente	R\$ 13,80	150	150	150	150	200	200	200	200	200	200	200	200	2200	R\$ 30.360,00
croissant	R\$ 15,87	1200	1200	1200	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	21600	R\$ 342.792,00
folhado	R\$ 14,22	1200	1200	1200	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	21600	R\$ 307.152,00
empanada	R\$ 6,28	1200	1200	1200	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	21600	R\$ 135.648,00
pão de coco	R\$ 22,19	300	300	300	300	350	350	350	350	350	350	350	350	4000	R\$ 88.760,00
bauru	R\$ 12,67	150	150	150	150	200	200	200	200	200	200	200	200	2200	R\$ 27.874,00
cheese salad	R\$ 25,30	200	360	540	900	900	1500	1500	1500	1500	1500	2000	2000	14400	R\$ 364.320,00
peito de peru	R\$ 24,90	200	360	540	900	900	1500	1500	1500	1500	1500	2000	2000	14400	R\$ 358.560,00
tapioca frango c/ cenoura	R\$ 22,90	40	40	45	45	50	50	50	50	55	55	55	55	590	R\$ 13.511,00
tapioca presunto e queijo	R\$ 23,90	40	40	45	45	50	50	50	50	55	55	55	55	590	R\$ 14.101,00
tapioca ovo mexido	R\$ 21,90	35	35	35	40	40	40	40	45	45	45	45	45	490	R\$ 10.731,00
tapioca peito de peru	R\$ 24,90	40	40	45	45	50	50	50	50	55	55	55	55	590	R\$ 14.691,00
tapioca requeijão	R\$ 23,90	25	25	25	30	30	30	35	35	35	35	35	35	375	R\$ 8.962,50
crepe salgado	R\$ 23,45	35	35	35	40	40	40	40	45	45	45	45	45	490	R\$ 11.490,50
pão italiano	R\$ 24,28	600	650	650	900	900	1000	1000	1000	1000	1300	1300	1300	11600	R\$ 281.648,00
torta de frango	R\$ 10,71	50	50	50	55	55	55	60	60	60	60	60	60	675	R\$ 7.229,25
<b>subtotal</b>														<b>189280</b>	<b>R\$ 2.622.067,85</b>

sobremesas	preços	quantidade vendida												total	total \$
		janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro		
torta de cereja / morango	R\$ 12,83	100	100	100	100	150	150	150	150	150	150	150	150	1600	R\$ 20.528,00
torta de limão	R\$ 8,33	100	100	100	100	150	150	150	150	150	150	150	150	1600	R\$ 13.328,00
pudding	R\$ 6,20	50	50	50	50	50	55	55	55	55	60	60	60	650	R\$ 4.030,00
bolos	R\$ 7,30	1600	1800	1800	1800	1800	3200	3200	3200	3200	4000	4000	4000	33600	R\$ 245.280,00
cheesecake	R\$ 14,16	600	600	600	600	600	640	640	640	700	700	700	700	7720	R\$ 109.315,20
torta holandesa	R\$ 12,24	100	100	100	100	150	150	150	150	150	150	150	150	1600	R\$ 19.584,00
panetone	R\$ 20,99	10	10	3	3	3	3	3	3	100	150	200	300	788	R\$ 16.540,12
sonho	R\$ 6,00	300	300	300	340	340	340	350	350	350	350	350	350	4020	R\$ 24.120,00
bomba de chocolate	R\$ 8,75	160	160	200	200	200	220	220	220	220	220	220	220	2460	R\$ 21.525,00
língua de sogra	R\$ 8,90	160	160	200	200	200	220	220	220	220	220	220	220	2460	R\$ 21.894,00
carolina	R\$ 2,50	300	300	300	340	340	340	350	350	350	350	350	350	4020	R\$ 10.050,00
macaron	R\$ 4,25	600	600	600	640	640	640	640	640	640	640	640	640	7560	R\$ 32.130,00
petit gateau	R\$ 14,00	168	168	220	220	270	270	300	300	300	300	300	300	3116	R\$ 43.624,00
tapioca de doce de leite	R\$ 23,90	50	50	50	55	55	55	55	60	60	60	60	60	670	R\$ 16.013,00
tapioca nutella com morango	R\$ 29,90	55	55	55	60	60	60	65	65	65	65	65	65	730	R\$ 21.827,00
tapioca banana com canela	R\$ 23,90	50	50	50	55	55	55	55	60	60	60	60	60	670	R\$ 16.013,00
waffles mel	R\$ 19,50	60	60	65	60	65	65	70	70	70	75	75	75	810	R\$ 15.795,00
waffles nutella	R\$ 29,90	70	70	70	75	75	75	75	80	80	80	80	80	910	R\$ 27.209,00
waffles nutella e morango	R\$ 32,90	70	70	70	75	75	75	75	80	80	80	80	80	910	R\$ 29.939,00
waffles banana e leite con.	R\$ 26,90	70	70	70	75	75	75	75	80	80	80	80	80	910	R\$ 24.479,00
waffles goiabada e requeijão	R\$ 24,95	60	60	65	60	65	65	70	70	70	75	75	75	810	R\$ 20.209,50
crepe doce	R\$ 20,50	50	50	50	55	55	55	55	60	60	60	60	60	670	R\$ 13.735,00
donuts simples	R\$ 7,50	1000	1200	1200	1400	1400	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	17400	R\$ 130.500,00
donuts recheados	R\$ 12,00	1000	1400	1400	1200	1200	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	17400	R\$ 208.800,00
cupcake	R\$ 11,50	160	160	200	200	200	220	220	220	220	220	220	220	2460	R\$ 28.290,00
pão de mel	R\$ 12,93	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200	R\$ 15.516,00
brigadeiro	R\$ 5,60	100	100	100	100	150	150	150	150	150	150	150	150	1600	R\$ 8.960,00
quindim	R\$ 11,50	50	50	50	50	50	55	55	55	55	60	60	60	650	R\$ 7.475,00
<b>subtotal</b>														118994	<b>R\$ 1.166.708,82</b>

frios	preços	quantidade vendida												total	total \$
		janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro		
peito de peru	R\$ 12,90	300	300	300	350	350	350	400	400	400	400	400	400	4300	R\$ 55.470,00
presunto	R\$ 6,58	900	900	900	900	950	950	950	950	950	950	950	950	11200	R\$ 73.696,00
mortadela	R\$ 2,89	900	900	900	900	950	950	950	950	950	950	950	950	11200	R\$ 32.368,00
mussarela	R\$ 8,50	1000	1000	1000	1000	1050	1050	1050	1100	1100	1100	1100	1100	12650	R\$ 107.525,00
<b>subtotal</b>														39350	<b>R\$ 269.059,00</b>

faturamento anual	
bebidas	R\$ 5.447.841,08
pães, lanches e tortas	R\$ 2.622.067,85
sobremesas	R\$ 1.166.708,82
frios	R\$ 269.059,00
<b>total</b>	<b>R\$ 9.505.676,75</b>

[Apêndice 46] – Prazo de Retorno

prazo de retorno	
ganho aual	R\$ 9.505.676,75
investimento total	R\$ 1.000.000,00
<b>total</b>	<b>11 meses</b>

## **10 Bibliografias**

José Neto - Montar um negócio

Daniela Caravagg – CNN Brasil (14/02/2023)

Priscila Ciolli – Consumidor Moderno (27/03/2014)

Leonardo Grandcha – Jornal Contábil (15/01/2023)

Karla Santana Mamona – InfoMoney (22/08/2013)

Já Calculei – (22/09/2022)

Vitor Torres – Contabilizei (11/05/2023)