

CENTRO PAULA SOUZA FACULDADE TECNOLÓGICA  
Faculdade de Tecnologia de Praia Grande  
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Ana Novais Silva  
Jamile Sousa Gonçalves  
Juliana da Silva Belchor

**PLANO DE NEGÓCIOS: MILE'S DOCES – RESGATANDO MEMÓRIAS  
AFETIVAS ATRAVÉS DO PALADAR**



**Resgatando memórias afetivas através do paladar!**

Praia Grande – SP  
DEZEMBRO / 2023

Ana Novais Silva  
Jamile Sousa Gonçalves  
Juliana da Silva Belchor

**PLANO DE NEGÓCIOS: MILE'S DOCES – RESGATANDO MEMÓRIAS  
AFETIVAS ATRAVÉS DO PALADAR**

Trabalho de Conclusão de curso, com foco em negócios, apresentado à Faculdade de Tecnologia de Praia Grande, como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial.

Orientador: Prof°. Me. Alessandro José Padin Ferreira

Praia Grande – SP  
DEZEMBRO / 2023

SILVA, Ana Novais; GONÇALVES, Jamile de Sousa; BELCHOR, Juliana da Silva.

PLANO DE NEGÓCIO: MILE'S DOCES / SILVA, Ana Novais; GONÇALVES, Jamile Sousa; BELCHOR, Juliana da Silva. – Praia Grande: Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza (CEETEPS), dezembro, 2023, 77 páginas.

Orientador(a): Prof°. Mestre Alessandro José Padin Ferreira

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, Faculdade de Tecnologia de Praia Grande (FATEC PG).

Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial.

Ana Novais Silva  
Jamile Sousa Gonçalves  
Juliana da Silva Belchor

**PLANO DE NEGÓCIOS: MILE'S DOCES – RESGATANDO MEMÓRIAS  
AFETIVAS ATRAVÉS DO PALADAR**

Trabalho de Conclusão de curso, com foco em negócios, apresentado à Faculdade de Tecnologia de Praia Grande, como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial.

Praia Grande, 07 de dezembro de 2023.

**Banca Avaliadora**

Orientador: Profº. Me. Alessandro José Padin Ferreira

FATEC de Praia Grande

Presidente

Professor Dr. Carlos Eduardo Dezan Scopinho

FATEC de Praia Grande

Professor Me. Norberto Luiz de França Paul

FATEC de Praia Grande

Praia Grande – SP

DEZEMBRO / 2023

Dedicamos este trabalho, primeiramente a Deus que nos concedeu a força necessária. Também aos nossos amigos, familiares, professores e orientador, que sempre nos apoiaram e acreditaram em nosso potencial. Expressamos nossa gratidão eterna a todos.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos primeiramente a Deus por nos dar a força necessária para concluir o curso. Aos nossos professores, que sempre nos orientaram e aconselharam pelo melhor caminho possível. Aos nossos amigos e familiares, que nos apoiaram incondicionalmente e tiveram muita paciência com a nossa ausência. E, em especial, queremos expressar nossa profunda gratidão ao nosso orientador Alessandro Padin, que sempre foi extremamente prestativo e atencioso em nos ajudar.

“O conhecimento nos faz responsáveis.”

(Che Guevara)

## RESUMO

O presente Plano de Negócios foi elaborado com o propósito de demonstrar a viabilidade de uma confeitaria artesanal que evoca memórias afetivas por meio dos sabores dos doces. Ao analisar o nicho de mercado, observou-se que as pessoas buscam por doces caseiros de alta qualidade que proporcionem experiências únicas e lembranças agradáveis. Foram explorados doces que carregam uma bagagem cultural, revelando as suas origens e reconhecimento. Para a construção deste plano, adotou-se como base a metodologia *Business Model Canvas*, essencial para a criação de uma empresa. Foram utilizadas ferramentas de análises de negócios para destacar as vantagens da empresa, enfatizando a busca contínua por melhoria através da elaboração de estratégias. Além dessas ferramentas, foram realizadas pesquisas com dados secundários sobre o mercado da confeitaria e memórias afetivas. O trabalho também incluiu o plano operacional, plano de *marketing*, plano financeiro, demonstrando os resultados projetados para a empresa. O encerramento conta com um Subprojeto de Responsabilidade Social, visando ajudar e levar alegria para crianças e adolescentes do Hospital GRAAC, através de uma festa com os doces e doações.

**Palavras-chave:** Confeitaria Artesanal. Memórias Afetivas. Plano de Negócios.



## **ABSTRACT**

*This Business Plan was prepared with the purpose of demonstrating the viability of an artisanal confectionery that evokes affective memories through the flavors of sweets. When analyzing the market niche, it was observed that people are looking for high-quality homemade sweets that provide unique experiences and pleasant memories. Sweets that carry cultural baggage were explored, revealing their origins and recognition. To build this plan, the Business Model Canvas methodology was adopted as a basis, essential for creating a company. Business analysis tools were used to highlight the company's advantages, emphasizing the continuous search for improvement through the development of strategies. In addition to these tools, research was carried out with secondary data on the confectionery market and affective memories. The work also included the operational plan, marketing plan, financial plan, demonstrating the projected results for the company. The closing features a Social Responsibility Subproject, aiming to help and bring joy to children and teenagers at GRAAC Hospital, through a party with sweets and donations.*

**Keywords:** *Artisanal Confectionery. Affective Memories. Business Plan.*

## RESUMEN

*Este plan de negocio se elaboró con el objetivo de demostrar la viabilidad de una confitería artesanal que evoca recuerdos emocionales a través de los sabores de sus dulces. Al analizar el nicho de mercado, se observó que la gente busca dulces caseros de alta calidad que proporcionen experiencias únicas y recuerdos agradables. Se exploraron los dulces con carga cultural, revelando sus orígenes y su reconocibilidad. Este plan se basó en la metodología Business Model Canvas, esencial para crear una empresa. Se utilizaron herramientas de análisis empresarial para poner de relieve las ventajas de la empresa, haciendo hincapié en la búsqueda continua de mejoras mediante el desarrollo de estrategias. Además de estas herramientas, se llevó a cabo una investigación con datos secundarios sobre el mercado de la confitería y los recuerdos emocionales. El trabajo también incluyó un plan operativo, un plan de marketing y un plan financiero, mostrando los resultados previstos para la empresa. El proyecto de cierre incluye un Subproyecto de Responsabilidad Social, destinado a ayudar y llevar alegría a los niños y adolescentes del Hospital GRAAC, a través de una fiesta con los dulces y donaciones.*

**Palabras clave:** *Confitería Artesanal. Memorias Afectivas. Plan de Negocios.*

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Business Model Canvas Mile's Doces.....	19
<b>Figura 2</b> - Organograma Mile's Doces .....	24
<b>Figura 3</b> - Fluxograma Mile's Doces .....	26
<b>Figura 4</b> - Mapa de Empatia Mile's Doces .....	35
<b>Figura 5</b> - Layout Mile's Doces .....	48

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> - Capital Social Mile's Doces.....	32
<b>Tabela 2</b> - Preço e Precificação Mile's Doces.....	46
<b>Tabela 3</b> - Investimentos Fixos Mile's Doces.....	50
<b>Tabela 4</b> - Capital de Giro Mile's Doces.....	51
<b>Tabela 5</b> - Investimentos Pré-Operacionais Mile's Doces.....	51
<b>Tabela 6</b> - Investimento Total Mile's Doces.....	52
<b>Tabela 7</b> - Projeção de Receita Mile's Doces.....	53
<b>Tabela 8</b> - Produtos de Revenda Mile's Doces.....	54
<b>Tabela 9</b> - Beijinho Mile's Doces.....	54
<b>Tabela 10</b> - Bolo de Cenoura Mile's Doces.....	54
<b>Tabela 11</b> - Bolo de Chocolate Mile's Doces.....	55
<b>Tabela 12</b> - Bolo de Coco Mile's Doces.....	56
<b>Tabela 13</b> - Bolo de Fubá Mile's Doces.....	56
<b>Tabela 14</b> - Bolo de Laranja Mile's Doces.....	57
<b>Tabela 15</b> - Brigadeiro Mile's Doces.....	57
<b>Tabela 16</b> - Pudim Mile's Doces.....	58
<b>Tabela 17</b> - Custos de Comercialização Mile's Doces.....	59
<b>Tabela 18</b> - Custos dos Produtos Mile's Doces.....	59
<b>Tabela 19</b> - Custo com Depreciação Mile's Doces.....	61
<b>Tabela 20</b> - Custos Fixos Mile's Doces.....	62
<b>Tabela 21</b> - Receita Total Mile's Doces.....	62
<b>Tabela 22</b> - Custos Variáveis Totais Mile's Doces.....	63
<b>Tabela 23</b> - Margem de Contribuição Mile's Doces.....	63
<b>Tabela 24</b> - Custos Fixos Totais Mile's Doces.....	64
<b>Tabela 25</b> - Resultado Operacional Mile's Doces.....	64
<b>Tabela 26</b> - Projeção da DRE Miles Doces.....	65
<b>Tabela 27</b> - Indicadores de Viabilidade Mile's Doces.....	65
<b>Tabela 28</b> - Ponto de Equilíbrio Mile's Doces.....	66
<b>Tabela 29</b> - Prazo de Retorno do Investimento Mile's Doces.....	68

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Dados do Empreendimento Mile's Doces .....	22
<b>Quadro 2</b> - Dados dos Empreendedores Mile's Doces .....	23
<b>Quadro 3</b> - Descrição do Cargo Presidente/Confeiteiro Mile's Doces .....	25
<b>Quadro 4</b> - Descrição do Cargo Gerente Administrativo/Financeiro Mile's Doces .....	25
<b>Quadro 5</b> - Descrição do Cargo Gerente Marketing/Vendas Mile's Doces .....	25
<b>Quadro 6</b> - Dimensões da Análise VRIO Mile's Doces .....	29
<b>Quadro 7</b> - Análise de Concorrentes Diretos Mile's Doces .....	36
<b>Quadro 8</b> - Análise de Concorrentes Indiretos Mile's Doces .....	37
<b>Quadro 9</b> - Análise SWOT Mile's Doces .....	41
<b>Quadro 10</b> - Plano de Ação 5W2H .....	41
<b>Quadro 11</b> - Plano de Ação 5W2H .....	42
<b>Quadro 12</b> - Plano de Ação 5W2H .....	42
<b>Quadro 13</b> - Plano de Ação 5W2H .....	43

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> - Radar de Inovação Mile's Doces .....	28
<b>Gráfico 2</b> - Fontes de Recursos Mile's Doces .....	32
<b>Gráfico 3</b> - Indicador de Lucratividade Mile's Doces.....	67
<b>Gráfico 4</b> - Receitas X Custos Mile's Doces .....	67

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

2D – Bidimensional

5W2H – *What* (O quê), *Who* (Quem), *When* (Quando), *Where* (Onde), *Why* (Por quê?), *How* (Como) e *How Much* (Quanto).

ABIA – Associação Brasileira da Indústria de Alimentos

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

CBO – Classificação Brasileira de Ocupações

CMV – Custo de Mercadorias Vendidas

COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social

DRE – Demonstração do Resultado do Exercício

FATEC PG – Faculdade de Tecnologia da Praia Grande

FIOCRUZ – Fundação Oswaldo Cruz

GRAAC – Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer

LTDA – Limitada

PESTEL – *Political, Economic, Social, Technological, Environmental and Legal*

PIS - Programa de Integração Social

PNBOX – Plano de Negócios SEBRAE

PRI – Prazo de Retorno do Investimento

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SWOT – *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*

VRIO – Valor, Raridade, Inimitabilidade e Organização

## SUMÁRIO

<b>SUMÁRIO EXECUTIVO</b> .....	15
<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	16
1.1 JUSTIFICATIVA .....	16
1.2 ESTRUTURA DO TRABALHO .....	17
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	17
<b>3 MODELO DE NEGÓCIO</b> .....	18
3.1. PROPOSTA DE NEGÓCIO E SUA VIABILIDADE .....	18
3.2. BUSINESS MODEL CANVAS .....	18
<b>3.2.1 Proposta de valor</b> .....	19
<b>3.2.2 Segmento de clientes</b> .....	20
<b>3.2.3 Canais de distribuição</b> .....	20
<b>3.2.4 Relacionamento com clientes</b> .....	20
<b>3.2.5 Fluxo de receitas</b> .....	21
<b>3.2.6 Recursos Chave</b> .....	21
<b>3.2.7 Atividades chave</b> .....	21
<b>3.2.8 Parcerias chave</b> .....	21
<b>3.2.9 Estrutura de custos</b> .....	22
<b>4 PLANO DE NEGÓCIOS</b> .....	22
4.1 DADOS DO EMPREENDIMENTO .....	22
<b>4.1.1 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições</b> .....	23
<b>4.1.2 Organograma da empresa</b> .....	24
<b>4.1.3 Descrição das funções exercidas pelos sócios</b> .....	24
<b>4.1.4 Fluxograma das principais atividades do negócio</b> .....	26
4.2 INOVAÇÃO .....	27
<b>4.2.1 Radar de inovação</b> .....	27
<b>4.2.2 Análise VRIO</b> .....	29
4.3 ESTRUTURA DO NEGÓCIO .....	30
<b>4.3.1 Missão, Visão e Valores da empresa</b> .....	30
<b>4.3.2 Setores de atividades</b> .....	30
<b>4.3.3 Forma jurídica</b> .....	31
<b>4.3.4 Enquadramento Tributário</b> .....	31
<b>4.3.5 Capital Social</b> .....	31
<b>4.3.6 Fontes de Recursos</b> .....	32



4.4 ANÁLISE DE MERCADO.....	33
<b>4.4.1 Pesquisa de mercado.....</b>	<b>33</b>
<b>4.4.2 Estudo dos clientes.....</b>	<b>35</b>
<b>4.4.3 Estudo dos concorrentes.....</b>	<b>36</b>
<b>4.4.4 As 5 forças de Porter .....</b>	<b>37</b>
<b>4.4.5 Análise PESTEL .....</b>	<b>38</b>
<b>4.4.6 Análise SWOT.....</b>	<b>40</b>
4.5 PLANO DE MARKETING.....	44
<b>4.5.1 Descrição dos principais produtos e serviços .....</b>	<b>44</b>
<b>4.5.2 Preço e precificação.....</b>	<b>46</b>
<b>4.5.3 Estratégias Promocionais .....</b>	<b>47</b>
<b>4.5.4 Estrutura de Comercialização e Logística de distribuição .....</b>	<b>47</b>
4.6 PLANO OPERACIONAL .....	47
<b>4.6.1 Localização do negócio.....</b>	<b>48</b>
<b>4.6.2 Layout ou arranjo físico.....</b>	<b>48</b>
<b>4.6.3 Capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços .....</b>	<b>49</b>
<b>4.6.4 Processos operacionais.....</b>	<b>49</b>
<b>4.6.5 Necessidades de pessoal.....</b>	<b>49</b>
4.7 PLANO FINANCEIRO .....	49
<b>4.7.1 – Estimativa dos investimentos fixos .....</b>	<b>50</b>
<b>4.7.2 – Capital de giro .....</b>	<b>51</b>
<b>4.7.3 – Investimentos pré-operacionais .....</b>	<b>51</b>
<b>4.7.4 – Investimento total .....</b>	<b>52</b>
<b>4.7.5 – Estimativa do faturamento mensal .....</b>	<b>52</b>
<b>4.7.6 – Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e     terceirizações X .....</b>	<b>53</b>
<b>4.7.7 – Estimativa dos custos de comercialização .....</b>	<b>58</b>
<b>4.7.8 Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas .....</b>	<b>59</b>
<b>4.7.9 Estimativa dos custos com mão de obra.....</b>	<b>60</b>
<b>4.7.10 Estimativa do custo com depreciação .....</b>	<b>60</b>
<b>4.7.11 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais .....</b>	<b>61</b>
<b>4.7.12 Demonstrativo de resultados .....</b>	<b>62</b>
<b>4.7.13 Indicadores de viabilidade.....</b>	<b>65</b>
<b>5 SUBPROJETO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E/OU SUSTENTABILIDADE .....</b>	<b>69</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>70</b>
<b>7 REFERÊNCIAS .....</b>	<b>71</b>

## **SUMÁRIO EXECUTIVO**

O objetivo deste Plano de Negócios é a gestão e elaboração de uma confeitaria artesanal, denominada Mile's Doces, em São Vicente, município localizado na Baixada Santista, região do litoral do Estado de São Paulo.

Conforme Martins (2022), o sumário executivo é uma visão geral do documento. O tamanho e o escopo dependem do documento em questão e é necessário colocar todas as informações que os leitores precisam ler e saber.

A Mile's Doces buscou inovação no desenvolvimento de produtos que carregam uma bagagem cultural, mostrando a importância de memórias afetivas e como estas se formam por meio dos doces.

O Plano de Negócios foi desenvolvido pelas alunas: Ana Novais Silva, Jamile Sousa Gonçalves e Juliana da Silva Belchor, estudantes do Ensino Superior do Curso de Tecnologia em Gestão Empresarial – 6º ciclo, pela Faculdade de Tecnologia de Praia Grande.

## 1 INTRODUÇÃO

A Mile's Doces Confeitaria Artesanal surgiu em março de 2022, por meio de um Projeto Integrador, na Faculdade de Tecnologia de Praia Grande, com o propósito de produzir doces caseiros que resgatem memórias afetivas por meio dos seus sabores.

Conforme Bandeira (2020), muitas das ações humanas são herdadas da família, e a maioria dos momentos vividos juntos, são feitos ao redor da mesa, criando uma ligação entre a comida e as memórias.

Um doce é capaz de despertar diversas lembranças nas pessoas, como, por exemplo, aquele café da tarde comendo uma fatia deliciosa de bolo preparada pela mãe ou avó. É comum que as pessoas presenteiem outras com doces, e quando se trata de algo caseiro isso pode representar um grande carinho e cuidado.

A empresa oferece um espaço com decoração retrô para aprimorar essas lembranças afetivas, proporcionando conforto aos clientes e fazendo com que eles se sintam transportados para o passado.

A cultura é tratada com extremamente importância para a Mile's Doces, todos os produtos oferecidos carregam histórias. Um deles será o Brigadeiro, reconhecido nas festas brasileiras. É interessante notar que o Brigadeiro foi criado no Brasil no fim da Segunda Guerra Mundial e, com o tempo, conquistou fama internacional.

Atualmente, as pessoas têm cada vez menos tempo para preparar sobremesas caseiras, e por isso a empresa se compromete em fornecer produtos de alta qualidade que se diferenciam dos industrializados.

### 1.1 JUSTIFICATIVA

Ao analisar o nicho desse mercado, especificamente as confeitarias artesanais que se dedicam à venda de doces, surgiu a Mile's Doces, planejada com o propósito de proporcionar doces carregados de memórias afetivas. A proposta é a de oferecer experiências significativas para os clientes, visando evocar lembranças de momentos passados, ocorridos há anos, em um ambiente singular e familiar.

Foi percebida a demanda das pessoas que desejavam reviver suas memórias por meio de momentos especiais e sabores doces. A confeitaria Mile's Doces

nasceu para atender a esse desejo e necessidade, buscando satisfazer o anseio de recriar sensações únicas e resgatar lembranças valiosas.

## 1.2 ESTRUTURA DO TRABALHO

O Plano de Negócios da Mile's Doces, foi estruturado em seis capítulos:

O primeiro capítulo apresenta a ideia da empresa, explicando como funciona, os motivos de sua existência e a importância da memória afetiva para as pessoas.

O segundo capítulo aborda o objetivo da Mile's Doces, atendendo à demanda das pessoas que buscam por memórias afetivas através de sobremesas, com apoio de autores que reforçam a ideia.

No terceiro capítulo, é apresentado o modelo de negócios, descrito através do *Business Model Canvas*, esboçando o funcionamento do empreendimento.

O quarto capítulo é abundante em informações, contendo a descrição do empreendimento, o nível de inovação, a estrutura do negócio, análise de mercado, plano de *marketing*, operacional e financeiro, abordando todos os custos envolvidos na empresa.

Já no quinto capítulo, apresenta-se o Subprojeto de Responsabilidade Social, que demonstra a preocupação crianças e adolescentes do Hospital GRAAC.

Por fim, no sexto capítulo são apresentadas as considerações finais sobre o trabalho.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este plano de negócios foi desenvolvido com base em um referencial teórico, partindo de autores que abordaram modelos de empreendimentos. A prestação de serviços na confeitaria artesanal tem como propósito evocar memórias afetivas por meio do paladar.

De acordo com Chiavenato (2021), o empreendedor tem que ter criatividade e energia, demonstrar imaginação e perseverança para transformar uma ideia simples em algo que produza resultados bem-sucedidos no mercado.

Nesse contexto, o objetivo é o de ingressar no mercado da confeitaria artesanal, atendendo a um público-alvo interessado em relembrar memórias afetivas

através do paladar. São pessoas que almejam encomendar doces e sobremesas personalizadas para ocasiões especiais, proporcionando momentos singulares e especiais aos indivíduos ao seu redor. Dessa forma, a ênfase está na valorização de produtos confeccionados com dedicação e carinho.

Chiavenato (2020) define, ainda, que inovação é o processo de transformar uma ideia criativa em um produto, serviço ou método ou processo de operação.

A empresa buscou inovação utilizando ferramentas para otimizar sua abrangência e suprir a demanda dos clientes.

### **3 MODELO DE NEGÓCIO**

Segundo Rosa (2013), o plano de negócios é um documento que descreve por escrito os objetivos de um empreendimento e quais passos devem ser dados para esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas.

Diante disso, foi elaborado o plano de negócios que será explicado a seguir.

#### **3.1. PROPOSTA DE NEGÓCIO E SUA VIABILIDADE**

O presente plano de negócios tem como objetivo, por meio de uma loja física e plataforma digital, oferecer doces caseiros que relembrem memórias afetivas, transportando para momentos em família já vivenciados. Foi identificada a importância de resgatar memórias afetivas, uma vez que elas são associadas a momentos, aromas, lugares e alimentos que geram nostalgia em nossas vidas. A empresa decidiu focar em doces que possam despertar essas lembranças.

O modelo de negócio foi concebido após a constatação de que doces caseiros estão cada vez mais escassos no mercado. Atualmente, ao buscar por confeitarias, é comum encontrar doces excessivamente confeitados, com recheios industrializados. Devido à falta dessas variedades caseiras, identificou-se uma oportunidade de embarcar nessa jornada e dar início a Mile's Doces.

#### **3.2. BUSINESS MODEL CANVAS**

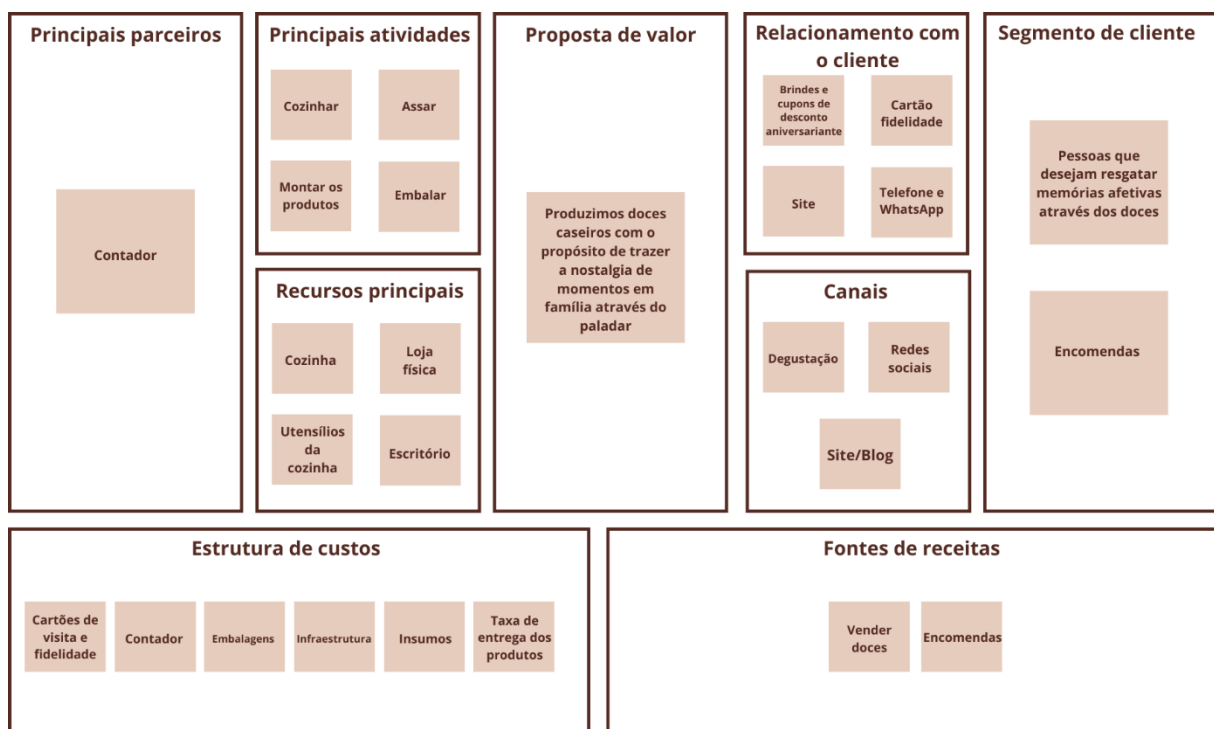
Segundo Osterwalder e Pingeur (2011), o *Business Model Canvas* (Modelo de

Negócios Canvas), permite uma visualização ampla do seu negócio em um único quadro.

Divididos em nove diferentes aspectos: clientes, proposta de valor, canais, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, atividades chave, parcerias principais e estrutura de custos. Com isso, o Modelo de Negócios, pretende simplificar o entendimento da gestão de um negócio, contribuindo, para o sucesso.

A Figura 1 apresenta o Canvas do plano de negócio da empresa Mile's Doces, e em seguida a especificação de cada bloco.

**Figura 1 - Business Model Canvas Mile's Doces**



**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

A seguir, será detalhado cada bloco do *Business Model Canvas* da Mile's Doces.

### 3.2.1 Proposta de valor

Conforme Aaker (2007), a proposta de valor é compreendida como a afirmação dos benefícios oferecidos pela marca ao cliente e que lhe proporcionam

valor.

A Mile's Doces tem como proposta de valor produzir doces caseiros com o propósito de trazer a nostalgia de momentos em família através do paladar.

### 3.2.2 Segmento de clientes

Conforme SEBRAE (2023), o segmento de cliente é a forma de entender o nicho da empresa, e assim suprir as necessidades de determinado público.

Diante disso, o público-alvo da Mile's Doces é formado por pessoas que desejam resgatar memórias afetivas através dos doces, além da realização de encomendas.

### 3.2.3 Canais de distribuição

Para Reis (2023), os canais de distribuição são os meios que as empresas utilizam para realizar a entrega de um produto ou serviço, garantindo que chegará na hora e quantidade certa para o consumidor.

Os canais utilizados pela Mile's Doces incluem:

- **Degustação:** a empresa realizará isso como uma forma de chamar a atenção dos clientes.
- **Redes Sociais:** *Facebook* e *Instagram* serão responsáveis pela divulgação da marca.
- **Site/Blog:** canal para realizar compras e visualizar as postagens confeitaria.

### 3.2.4 Relacionamento com clientes

Na visão de Aguiar (2019), esse relacionamento trata das estratégias para conquistar e manter uma boa relação com os clientes, com o intuito de ampliar as vendas e evitar que eles optem por comprar da concorrência.

Com o objetivo de fidelizar clientes, a Mile's Doces implementará a oferta de brindes e cupons de desconto para aniversariantes, demonstrando o quão valiosos são os clientes para a confeitaria. Além disso, são adotados cartões de fidelidade

que permitirão a acumulação de pontos a cada compra realizada. Ao atingirem um total de 6 compras, os clientes terão a oportunidade de ganhar um brinde. Além dessas iniciativas, a empresa utilizará diversos canais de comunicação para fortalecer o relacionamento com os seus clientes, incluindo o site, telefone e *WhatsApp*.

### **3.2.5 Fluxo de receitas**

De acordo com Loureiro (2020), um fluxo de receitas é a forma da empresa gerar dinheiro para o seu segmento no mercado.

A forma de capitalizar da Mile's Doces será realizada por meio das vendas dos produtos tanto na loja física quanto *online*, além de encomendas.

### **3.2.6 Recursos Chave**

Segundo Cledes (2020), os recursos chave são ações que fazem o negócio funcionar na prática.

Os recursos chave utilizados pela Mile's Doces incluem: cozinha, utensílios de cozinha, uma loja física e um escritório.

### **3.2.7 Atividades chave**

Ainda com Cledes (2022), as atividades chaves são ações necessárias para que a empresa funcione da melhor forma possível garantindo a entrega da proposta de valor para o público-alvo.

As atividades principais da Mile's Doces incluem: cozinhar, assar, montar os produtos e embalar.

### **3.2.8 Parcerias chave**

Conforme Pereira (2019), os parceiros chave são responsáveis por colocar o modelo de negócios em funcionamento, sendo eles: otimizar, reduzir riscos ou adquirir recursos.

A principal parceria chave da Mile's Doces é o contador.



### 3.2.9 Estrutura de custos

Ainda com Pereira (2019), estrutura de custos envolve a junção de todos os custos envolvidos em toda a operação na empresa para a realização do seu negócio.

Os custos envolvidos no negócio da Mile's Doces incluem: cartão de visita e fidelidade, embalagens, equipe de manutenção e contador, infraestrutura, insumos, taxa de entrega dos produtos.

## 4 PLANO DE NEGÓCIOS

O desenvolvimento deste plano de negócio tem como objetivo avaliar a viabilidade da criação de uma confeitaria artesanal, que oferece doces caseiros, resgatando memórias afetivas, proporcionando sensações de bem-estar e o sentimento de reviver uma lembrança do passado.

A Mile's Doces atuará inicialmente na região de São Vicente, fazendo entregas nas cidades próximas como Praia Grande e Santos, atendendo pessoas que gostam de doces caseiros, qualidade no atendimento e entrega dos produtos.

### 4.1 DADOS DO EMPREENDIMENTO

O Quadro 1 apresenta a razão social e o nome fantasia da empresa, junto das informações das sócias da empresa.

**Quadro 1** - Dados do Empreendimento Mile's Doces

<b>Razão Social: Mile's Doces Confeitaria Artesanal LTDA</b>		
<b>Nome Fantasia: Mile's Doces</b>		
<b>Sócias</b>	<b>CPF</b>	<b>RG</b>
Ana Novais Silva	445.***.***.98	37.***.***.4
Jamile Sousa Gonçalves	467.***.***.65	57.***.***.3
Juliana da Silva Belchor	519.***.***.92	57.***.***.1

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

Esses foram os dados pessoais de cada uma das sócias da Mile's Doces.

#### 4.1.1 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

A Mile's Doces é formada pelas seguintes sócias:

- **Ana Novais Silva:** com experiência em vendas, setor administrativo e atualmente estagiária na Prefeitura de São Vicente.
- **Jamile Sousa Gonçalves:** atuou em vendas, cozinha e atualmente vendedora de doces.
- **Juliana da Silva Belchor:** experiente em vendas, caixa e atualmente estagiária em uma contabilidade.

**Quadro 2** - Dados dos Empreendedores Mile's Doces

1	<b>Nome</b>	Ana Novais Silva
	<b>Formação</b>	Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC PG
	<b>Cursando</b>	6º Semestre, Gestão Empresarial
	<b>Idade</b>	25 anos
	<b>Naturalidade</b>	Santos
	<b>Residência atual</b>	Praia Grande
2	<b>Nome</b>	Jamile Sousa Gonçalves
	<b>Formação</b>	Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC PG
	<b>Cursando</b>	6º Semestre, Gestão Empresarial
	<b>Idade</b>	25 anos
	<b>Naturalidade</b>	Santos
	<b>Residência atual</b>	São Vicente
3	<b>Nome</b>	Juliana da Silva Belchor
	<b>Formação</b>	Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC PG
	<b>Cursando</b>	6º Semestre, Gestão Empresarial
	<b>Idade</b>	21 anos
	<b>Naturalidade</b>	Santos
	<b>Residência atual</b>	Praia Grande

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

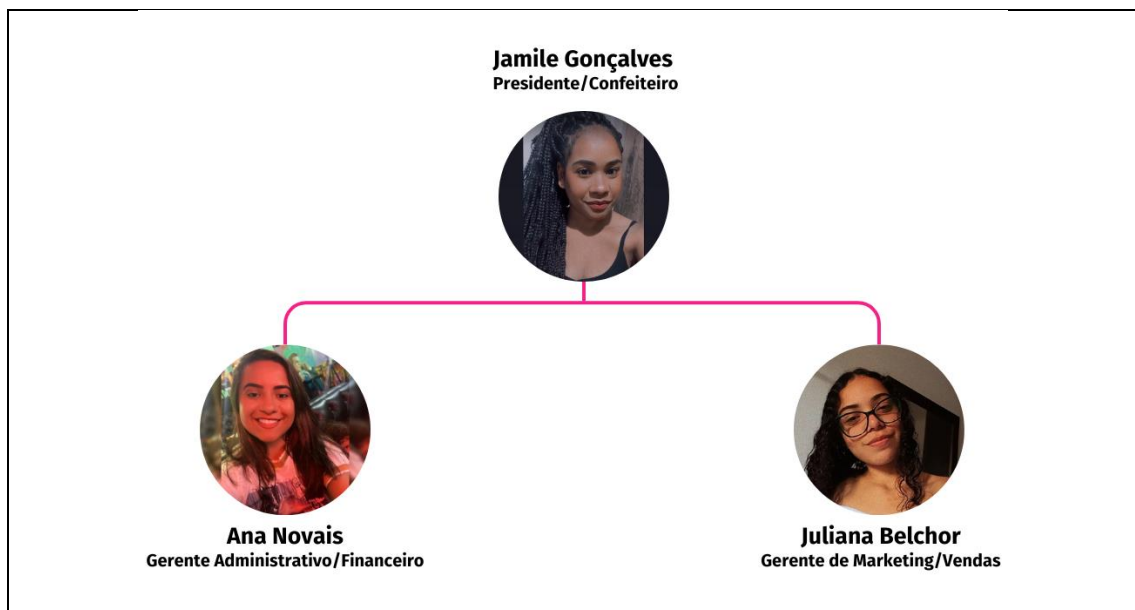
O conhecimento em Gestão Empresarial das sócias foi fundamental na decisão de criar uma confeitaria artesanal na cidade de São Vicente.

#### 4.1.2 Organograma da empresa

Para Ferreira (2021), o organograma é a representação gráfica dos níveis hierárquicos, setorizando as funções, a execução de cada cargo da empresa e suas relações interpessoais na organização.

Com isso, a Mile's Doces irá adotar um modelo de organograma funcional, a figura a seguir representa a estrutura organizacional da empresa, destacando a presença de 3 sócias.

**Figura 2 - Organograma Mile's Doces**



**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

A empresa será liderada por Jamile Gonçalves, que desempenhará o papel de Presidente/Confeiteiro, Ana Novais ficará encarregada do setor Administrativo/Financeiro e Juliana Belchor no *Marketing/Vendas*.

#### 4.1.3 Descrição das funções exercidas pelos sócios

Na opinião de Guimarães (2023), é uma documentação que descreve funções e atribuições de cada funcionário da empresa, com o objetivo de deixar claras as atividades de cada empregado.

Os Quadros 3, 4 e 5 detalham a descrição, perfil e requisitos dos cargos ocupados por cada uma das sócias da Mile's Doces.

**Quadro 3** - Descrição do Cargo Presidente/Confeiteiro Mile's Doces

<b>Nome</b>	Jamile Sousa Gonçalves
<b>Cargo</b>	Presidente/Confeiteiro
<b>Código</b>	8483-10
<b>Descrição</b>	Cria e prepara receitas de bolos, doces, recheios e coberturas caseiras. Analise a beleza e a apresentação dos preparos dos produtos. Atento às normas de higiene, segurança, quantidade de ingredientes, operação de máquinas e boas práticas de relacionamento com os colaboradores de cozinha. Controla os custos e evita desperdícios para aprimoramento e resultado da empresa e trabalha em equipe com o <i>marketing</i> e financeiro para a quantidade de vendas, prazos e metas da empresa.
<b>Perfil</b>	Organizado, proativo, comunicativo, espírito de liderança.
<b>Requisitos</b>	Curso de Confeitaria, Ensino Superior em Gestão Empresarial.

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

**Quadro 4** - Descrição do Cargo Gerente Administrativo/Financeiro Mile's Doces

<b>Nome</b>	Ana Novais Silva
<b>Cargo</b>	Gerente Administrativo/Financeiro
<b>Código</b>	2521-05
<b>Descrição</b>	Responsável pela gestão da equipe, elaboração de relatórios gerenciais, contas a pagar e a receber, departamento financeiro, condução de reuniões de recursos materiais e financeiros.
<b>Perfil</b>	Organizado, proativo e comunicativo.
<b>Requisitos</b>	Pacote Office, Ensino Superior em Gestão Empresarial.

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

**Quadro 5** - Descrição do Cargo Gerente Marketing/Vendas Mile's Doces

<b>Nome</b>	Juliana da Silva Belchor
<b>Cargo</b>	Gerente de <i>Marketing</i> /Vendas
<b>Código</b>	2521-05
	Responsável pelas atividades ligadas na tomada de decisão, planejamento

<b>Descrição</b>	estratégico, liderança de equipe. Desenvolve estratégias de <i>marketing</i> e identidade visual das marcas, define o posicionamento das marcas e de canais de comunicação específicos para público-alvo. Analisa as tendências do mercado planeja e define campanhas voltadas para promoção de produtos e serviços.
<b>Perfil</b>	Organizado. proativo, comunicativo, espírito de liderança e comunicativo.
<b>Requisitos</b>	Pacote Office, Ensino Superior em Gestão Empresarial.

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

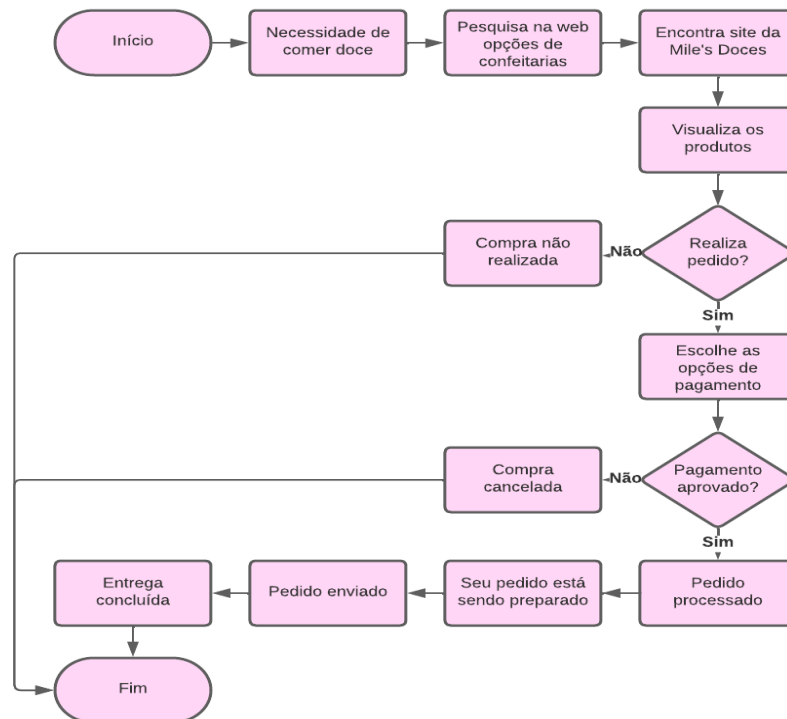
O trabalho realizado pelas sócias da Mile's Doces será feito com eficiência e eficácia, permitindo a melhor experiência aos clientes.

#### 4.1.4 Fluxograma das principais atividades do negócio

De acordo com Soares (2023), o fluxograma é um conjunto de símbolos gráficos das etapas de um processo com início, sequencias e termina com a entrega de um serviço, projeto ou produto ao fim do desenho.

A Figura 3 ilustra o processo de compra no site da Mile's Doces.

**Figura 3 - Fluxograma Mile's Doces**



**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

O fluxograma apresentado mostra desde o início da operação, a partir da necessidade do cliente de consumir doces, até o fim, onde a compra poderá ser realizada.

## 4.2 INOVAÇÃO

De acordo com Drucker (1987), o conceito de inovação é quando ocorre a transformação de algo que já existe em um recurso que gere riqueza.

### 4.2.1 Radar de inovação

Segundo Sawhney, Wolcoot e Arroniz (2006), o radar da inovação é um modelo que tem o objetivo de mensurar o grau de inovação de uma empresa podendo patamares mais elevados de competitividade.

O conjunto é composto por 13 elementos, cada um deles avaliado em uma escala de 0 a 5. Para obter a nota total de inovação, basta somar todas os valores e dividir pelo número total de elementos avaliados.

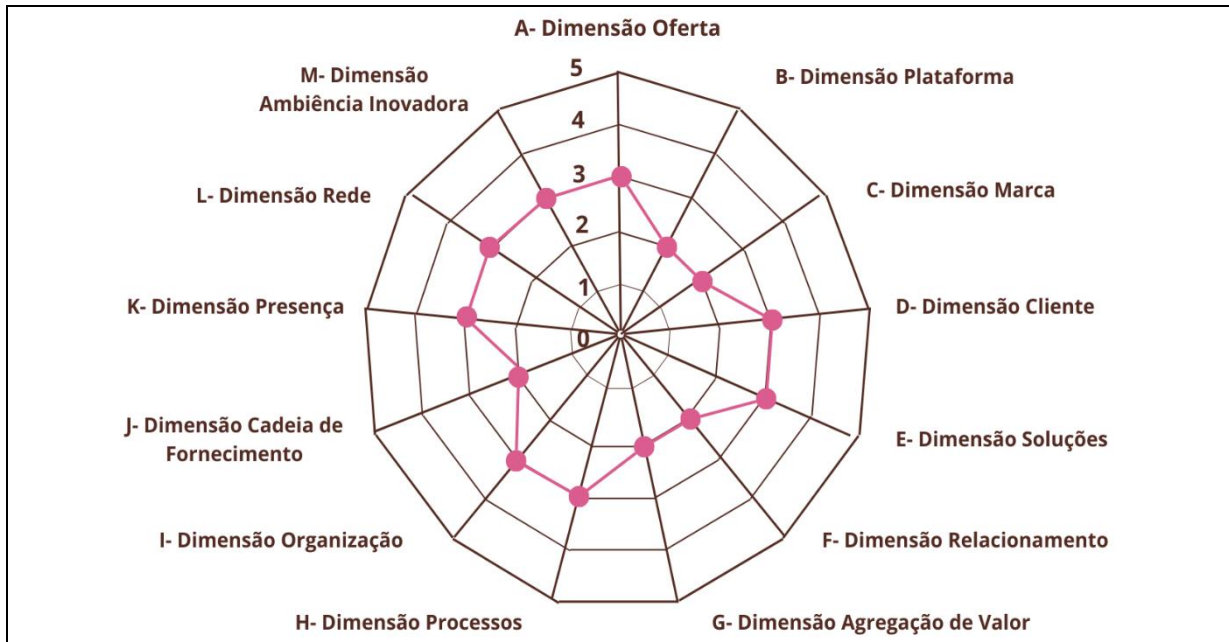
- **Oferta:** A marca apresenta uma abordagem inovadora na oferta de um produto já existente no mercado. Serão utilizadas estratégias de *marketing* criativas e efetivas para despertar memórias afetivas por meio do paladar, criando uma conexão emocional com os clientes.
  - **Plataforma:** Serão utilizadas redes sociais e site.
  - **Marca:** Empresa nova no mercado, mas que prezarão pelo atendimento humanizado, trabalho em equipe e comprometimento com o desejo e necessidade do cliente.
- **Clientes:** Pessoas que sentem a necessidade de comer doces que relembrem memórias afetivas. A Mile's Doces se propõe a realizar isso com total qualidade.
  - **Soluções:** A Mile's Doces produzirá deliciosos doces caseiros, com foco na conveniência, uma vez que a vida moderna agitada torna cada vez mais difícil preparar receitas.
  - **Relacionamento:** Com o intuito de criar um relacionamento efetivo com os clientes, a Mile's Doces priorizará a fidelização dos clientes, oferecendo

brindes e descontos para aniversariantes. Além disso, fornecerá cartões fidelidade e utilizará diversos canais de comunicação para aprimorar o relacionamento com os clientes.

- **Agregação de Valor:** Proporcionará experiências inesquecíveis por meio de seus produtos de qualidade.
- **Processos:** O fluxograma de processos será utilizado para garantir a execução eficiente. Além disso, buscará constantemente atualizar e aprimorar esses processos, com o objetivo de otimizar resultados e oferecer um serviço de alta qualidade aos clientes.
- **Organização:** Trabalhará em um ambiente de colaboração, onde todas as partes envolvidas serão ouvidas e as decisões tomadas em conjunto, sem uma hierarquia rígida. Valorizará a opinião de cada membro da equipe e buscará solucionar problemas de forma conjunta, sempre priorizando a qualidade do serviço prestado aos clientes.
- **Cadeia de Fornecimento:** A empresa não projeta uma demanda alta que justifique a manutenção de estoques fixos de insumos. No entanto, trabalhará de forma flexível, indo diretamente aos locais de compra e utilizando serviços de *delivery* para receber os produtos em seu estabelecimento. Essa agilidade na aquisição dos insumos permitirá garantir a qualidade e a frescura dos produtos utilizados em seus processos produtivos, resultando em produtos de alta qualidade.
- **Presença:** A Mile's Doces estará presente nas redes sociais, que são um importante meio de comunicação com os clientes. Além disso, terá uma loja física localizada em uma região estratégica, onde se concentram muitos de seus clientes fixos.
- **Rede:** Integração entre o site e redes sociais, permitindo a divulgação dos produtos e a comunicação constante com os clientes.
- **Ambiência Inovadora:** Inovação em um produto que já existe, trazendo memórias afetivas por meio do sabor de seus doces, demonstrando a importância da cultura.

O Gráfico 1 representa o radar de inovação da Mile's Doces, com as suas respectivas notas.

**Gráfico 1** - Radar de Inovação Mile's Doces



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2023.

A partir da análise realizada, o resultado obtido de inovação na Mile's Doces foi de 2,61.

#### 4.2.2 Análise VRIO

O modelo VRIO, para Barney e Hesterly (2007) pode ser usado para identificar implicações competitivas dos recursos e capacidades de uma empresa.

O Quadro 6 apresenta as dimensões da análise VRIO da Mile's Doces, informando quais itens a empresa possui.

Quadro 6 - Dimensões da Análise VRIO Mile's Doces

Empresa: Mile's Doces			
É valioso?	É raro?	É difícil de imitar?	A empresa está organizada para explorar?
Sim	Sim	Não	Não
Desvantagem competitiva	Paridade competitiva	<b>Vantagem competitiva temporária</b>	Vantagem competitiva não utilizada

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2023.

Ao analisar a Mile's Doces, constatou-se que a empresa agregará valor aos



clientes por meio de seu portfólio de produtos. Entende-se que isso é raro devido ao fato de que a empresa não apenas irá atuar nas memórias afetivas, mas também se dedica a preservar a cultura e a origem dos doces. Essa situação pode resultar em uma vantagem competitiva temporária.

### 4.3 ESTRUTURA DO NEGÓCIO

De acordo com Carter (2023), uma estrutura de negócios engloba a parte legal da empresa, sendo de extrema importância fazer uma escolha apropriada nesse aspecto.

#### 4.3.1 Missão, Visão e Valores da empresa

Segundo Freitas (2021), a missão significa a razão de ser daquela empresa, os motivos de existir e o seu propósito de trabalho.

De acordo com Rodrigues (2021), a visão é um conjunto de metas que a empresa deseja alcançar no futuro. Com isso, é possível mostrar quais são os seus planos futuros, motivações e inspirações.

Conforme Rabello (2023), os valores são um conjunto de crenças, princípios e comportamentos de uma organização de acordo com pretende ser compreendida pelo seu público-alvo.

A missão, visão e valores da Mile's Doces estão inseridos no seguinte contexto:

- **Missão:** Fornecer doces caseiros que resgatem memórias afetivas, superando as expectativas dos clientes e proporcionando sensação de momentos familiares e bem-estar.
- **Visão:** Ser a primeira confeitaria e preferida na mente dos clientes na Baixada Santista
- **Valores da empresa:** Atendimento humanizado, trabalho em equipe e comprometimento com o desejo e necessidade do cliente.

#### 4.3.2 Setores de atividades

Segundo Gularte (2022), o ramo de atividade é qual segmento a empresa vai atuar. Separados em três categorias: indústria, comércio e serviços.

O modelo de negócios da Mile's Doces baseia-se na produção de doces caseiros realizados na confeitaria. Além disso, a empresa dispõe de um site para a realização dos pedidos.

#### **4.3.3 Forma jurídica**

De acordo com Gularte (2023), a forma jurídica limitada é feita a partir de um contrato social, onde ele é capaz de ser responsável por definir regras e atividades da organização.

Atuação coletiva podendo ter de 2 ou mais sócios, sendo sua sociedade empresária ilimitada ao capital social e limitada a separação que garante que ninguém possa retirar o dinheiro da empresa para uso próprio, lembrando que os bens não se misturam.

Portanto, a forma jurídica da Mile's Doces é de Sociedade Limitada (LTDA).

#### **4.3.4 Enquadramento Tributário**

Conforme Perillo (2018), o Simples Nacional é um sistema tributário simplificado para micro e pequenas empresas. Sendo possível efetuar o pagamento de diversos impostos de âmbito federal, estadual e municipal em um único boleto.

A taxa aplicada é ajustada de acordo com a faixa de faturamento na qual a empresa se enquadra, sendo essa faixa dividida em intervalos até o limite de receita bruta anual de R\$4,8 milhões. Esse limite foi implementado em 2018 em conformidade com a Lei Complementar nº 155.

O enquadramento tributário da Mile's Doces é o Simples Nacional, pois, a empresa possui uma receita anual de R\$ 4,8 milhões.

#### **4.3.5 Capital Social**

O capital social é todo valor bruto para abrir uma empresa e mantê-la funcionando até que gere lucros. Esses valores podem ser em dinheiro ou bens como computadores, mobiliários entre outros. (Gularte, 2020)

Desta forma, o capital social da Mile's Doces é de Sociedade Limitada (LTDA), o modelo jurídico não conta com valor mínimo e é definido de acordo com o investimento de cada um dos sócios podendo ser tanto em dinheiro quanto em ativos e em nenhum momento em serviços prestados ou montante que define a cota participativa de cada sócio.

A Tabela 1 apresenta o demonstrativo de como os recursos foram divididos.

**Tabela 1 - Capital Social Mile's Doces**

<b>Sócias</b>	<b>Valor</b>	<b>Participação</b>
Ana Novais Silva	R\$43.243,53	33,33%
Jamile Sousa Gonçalves	R\$43.243,53	33,33%
Juliana da Silva Belchor	R\$43.243,53	33,33%
<b>Total</b>	<b>R\$129.730,61</b>	<b>100%</b>

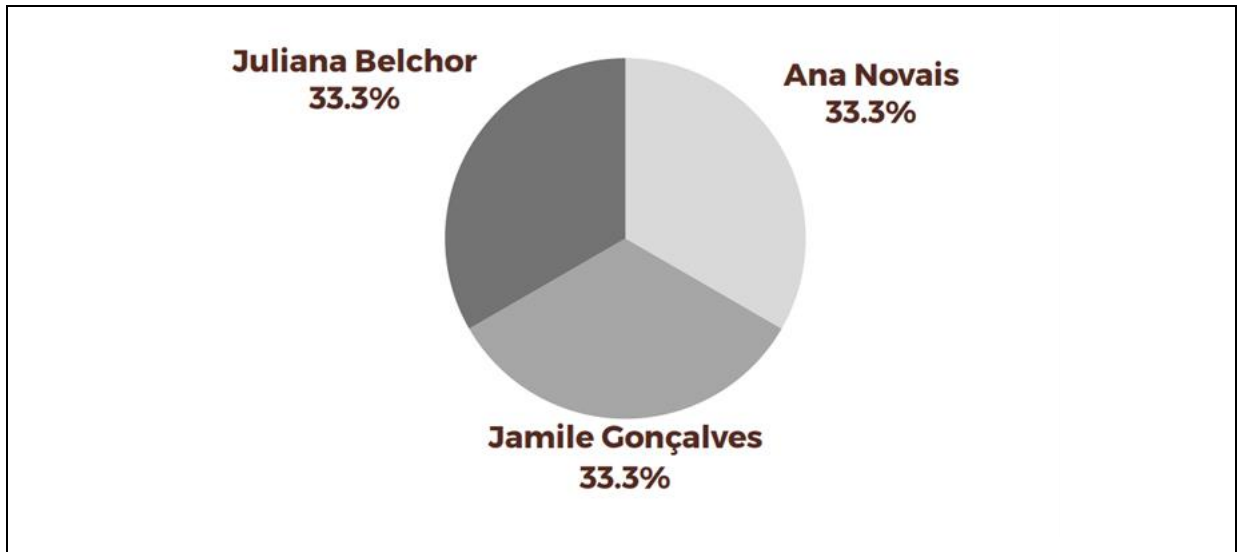
**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

O capital social será composto por recursos próprios das sócias, com um investimento no valor de R\$ 129.730,61. Esse montante será dividido em partes iguais, da seguinte maneira: a sócia Ana Novais Silva contribuiu com R\$ 43.243,53, seguida pela sócia Jamile Sousa Gonçalves, que investiu R\$ 43.243,55, e pela sócia Juliana da Silva Belchor, que aportou R\$ 43.243,53. Cada uma dessas quantias representa uma parcela de 33,33%.

#### **4.3.6 Fontes de Recursos**

De acordo com Daft (2013), as fontes de recursos são meios pelos quais as organizações financiam as suas operações e estratégias de crescimento, podendo incluir capital próprio, empréstimo, investimento e receitas geradas pelo negócio.

**Gráfico 2 - Fontes de Recursos Mile's Doces**



**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

O Gráfico 2 revela que o capital investido pelos sócios será alocado para cobrir os custos associados ao plano financeiro, sendo o maior deles o investimento fixo. Esse investimento compreende os utensílios que serão instalados na loja física da empresa.

#### 4.4 ANÁLISE DE MERCADO

Conforme SEBRAE (2023), a análise de mercado é um processo que coleta e analisa informações sobre um determinado mercado, com o objetivo de compreender as oportunidades e os desafios para tomada de decisões.

##### 4.4.1 Pesquisa de mercado

Uma pesquisa de mercado ajuda a indicar as oportunidades e desafios referentes a área de mercado. Assim, o seu objetivo principal é desenvolver melhorias para a empresa, apoiar nas tomadas de decisão e compreender o segmento de mercado.

Segundo Tavares (2022), a pesquisa de mercado é uma ferramenta para entender o segmento da empresa, os seus consumidores e a concorrência, permitindo saber mais sobre o produto ou serviço que o empreendimento oferece.

Para validar o plano de negócios, foi realizada uma análise em quatro pesquisas que demonstraram a viabilidade da proposta da empresa.

De acordo com a pesquisa conduzida pela FIOCRUZ (Fundação Oswaldo Cruz) (2020), foi investigado o consumo de chocolates e doces no período entre abril e maio daquele ano.

Os resultados revelaram que, entre os 44.062 brasileiros entrevistados, a preferência por esses produtos aumentou significativamente após o início da pandemia, passando de 41,3% no período pré-pandêmico para 47,1% no período pós-pandemia. Esse aumento de mais de 5% é de particular relevância para a Mile's Doces.

Conforme projeções da ABIA (Associação Brasileira da Indústria Alimentos) (2023), o mercado global de doces está previsto para apresentar uma taxa de crescimento de 3,99% no período de 2022 a 2027.

A pesquisa inédita realizada pela Nestlé, como mencionado por Giannini (2023), abordou a intrigante conexão entre alimentos e memórias afetivas. Setenta pesquisadores se dedicaram a explorar esse fenômeno fascinante.

Os resultados revelaram que os alimentos têm o poder de desencadear recordações profundamente enraizadas, muitas vezes ligadas a momentos que ocorreram há muito tempo. Essas memórias não se limitam apenas ao sabor, mas também são evocadas por fragrâncias, locais e momentos específicos.

Além disso, conforme destacado por Corrêa (2019), a carga afetiva associada a momentos de carinho em família e sobremesas feitas por parentes desempenha um papel fundamental nesse processo.

A memória afetiva traz consigo uma bagagem rica de histórias e cultura, muitas vezes associada àquela sobremesa que só a avó ou a mãe sabem ou sabiam fazer. É uma lembrança carregada de afeto por momentos compartilhados em família.

Fica claro que a memória afetiva é muito mais do que uma simples recordação. Ela é um elo especial entre o presente e o passado, um vínculo emocional com nossas raízes e uma celebração dos momentos de afeto compartilhados com aqueles que amamos.

Essa perspectiva favorável oferece à Mile's Doces a oportunidade de consolidar sua posição no mercado, aproveitando a tendência de crescimento que se estende ao longo dos próximos anos.

Dessa forma, os resultados das pesquisas e as projeções de mercado respaldam a decisão da Mile's Doces de seguir em frente com seu plano de negócios, indicando um ambiente propício para o sucesso e crescimento contínuo da empresa.

#### **4.4.2 Estudo dos clientes**

Em concordância com Whiteley (1992), os clientes são todos aqueles cujas decisões determinam se a empresa irá prosperar. É necessário conhecê-los e servi-los para a garantia da prosperidade da empresa.

Assim, a Mile's Doces atenderá um público de jovens e adultos, em sua maior parte mulheres, que buscam praticidade na hora de comer um bom doce caseiro, com aquele sabor delicioso de infância.

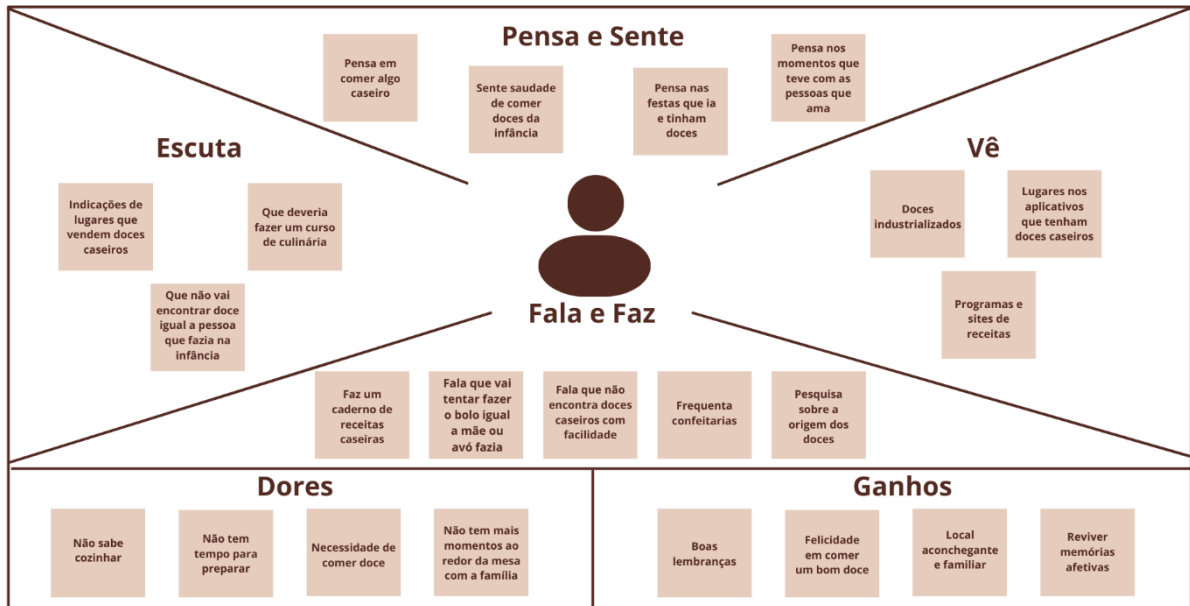
##### **4.4.2.1 Mapa de empatia**

Conforme SEBRAE (2016), o mapa de empatia é uma das ferramentas que tem o foco no cliente, buscando entender as necessidades, limitações e percepções, com intuito de melhorar e/ou desenvolver produtos e serviços.

Esse modelo é dividido em seis seções que representam diferentes aspectos da experiência do usuário: o que pensa e sente, o que vê e ouve, o que fala e faz, dores e ganhos.

A Figura 4 apresenta o mapa de empatia da Mile's Doces.

**Figura 4** - Mapa de Empatia Mile's Doces



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2023.

Essa observação mostrou quem são os possíveis clientes da Mile's Doces, e auxiliou na montagem da proposta do negócio.

#### 4.4.3 Estudo dos concorrentes

Uma empresa se torna concorrente quando possuem produtos ou serviços iguais, e possuem os mesmos clientes como foco. (SEBRAE, 2019)

Esse estudo identifica tanto os concorrentes diretos quanto os indiretos da empresa, analisando os seus pontos fortes e fracos, e assim se destacar no mercado.

O Quadro 7 apresenta os pontos fortes e fracos dos concorrentes diretos da Mile's Doces.

Quadro 7 - Análise de Concorrentes Diretos Mile's Doces

Análise dos concorrentes diretos	Casa de Bolos	Bolaria Luz
<b>Pontos Fortes</b>	Cardápio variado; Grande franquia no mercado; Memórias afetivas.	Cardápio variado; Forte presença nas redes sociais; Local acessível.
<b>Pontos Fracos</b>	Demora no atendimento; Falta de acessibilidade;	Local com pouca área coberta; Preços elevados e não ficam

	Falta de espaço físico.	expostos.
--	-------------------------	-----------

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

O Quadro 8 apresenta os pontos fortes e fracos dos concorrentes indiretos da Mile's Doces.

**Quadro 8** - Análise de Concorrentes Indiretos Mile's Doces

Análise dos concorrentes indiretos	Nosso Doce	Padaria Boa Praça
<b>Pontos Fortes</b>	Cardápio de doces e salgados; Forte presença nas redes sociais e aplicativos de entregas; Local movimentado.	Boa qualidade; Cardápio variado; Local acessível.
<b>Pontos Fracos</b>	Baixa qualidade; Limitação de espaço físico.	Poucos itens frescos; Horários específicos para os produtos.

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

#### 4.4.4 As 5 forças de Porter

Segundo Porter (2005), este modelo é baseado em cinco forças de atuação: Concorrentes; Novos Entrantes; Produtos/Serviços Substitutos; Poder de Barganha dos Fornecedores; Poder de Negociação dos Clientes.

Com base nisso, compreende-se a competitividade no mercado em que a empresa está inserida, e quais as melhores estratégias para enfrentar isso.

**1. Rivalidade entre concorrentes:** Avalia o grau de competição entre as empresas no mercado. Para a Mile's Doces essa análise apresenta um nível alto, pois as confeitarias competem com os seus produtos, preços, e experiências dos clientes. Pensando nisso, a empresa preza pela alta qualidade ao desenvolver os produtos, preços acessíveis, buscando trazer de volta as lembranças de nossos clientes.

**2. Ameaça de produtos substitutos:** São produtos ou serviços alternativos, podendo atender as mesmas necessidades dos clientes. Essa ameaça



é considerada alta, dada a natureza competitiva do mercado de confeitarias. Para enfrentar essa ameaça, a empresa estará focada em reforçar as memórias que a nossa confeitaria evoca, destacando como um lugar aconchegante, junto de produtos de qualidade.

**3. Ameaça de novos entrantes:** É a facilidade ou dificuldade de novas empresas entrarem no mercado. É considerada alta, devido ao grande crescimento no ramo de confeitarias. Pensando em conquistar espaço no mercado, a Mile's Doces investe no *Marketing* de Conteúdo, divulgando os produtos por meio das redes sociais, para que mais pessoas conheçam a marca e a escolham na hora de comer um doce de qualidade.

**4. Poder de negociação dos fornecedores:** São os principais parceiros da empresa, que podem impactar em preços, qualidade e insumos. No entanto, esse poder é baixo, uma vez que a Mile's Doces depende de insumos e embalagens, os quais são fornecidos por um amplo mercado.

**5. Poder de negociação dos clientes:** Influencia em preços e impõem condições de compra. À medida que o setor de confeitarias cresce, os clientes podem procurar por preços mais baixos, fazendo com que esse poder seja alto. Para lidar com essa situação, a Mile's Doces oferece um atendimento humanizado, além da fidelização de clientes.

#### **4.4.5 Análise PESTEL**

Para Martins (2021), a análise PESTEL compreende o macroambiente onde a empresa está inserida, buscando os fatores que podem impactar os negócios sob a ótica política, econômica, social, tecnológica, legal e ambiental.

Diante disso, foram analisados todos os fatores que impactam diretamente a Mile's Doces.

##### **4.4.5.1 Fatores Políticos**

Conforme Silva (2020), são aspectos inerentes as intervenções do estado que possam existir, como na economia, em licenciamentos ou controles governamentais.

No âmbito político, pode desempenhar um papel importante na indústria da confeitaria, assim como em qualquer setor comercial. As políticas governamentais,

regulamentações e a estabilidade política podem afetar significativamente as operações e o ambiente de negócios de uma confeitaria, incluindo impostos sobre vendas, mudanças trabalhistas, licenciamento e regulamentação do local, bem como pandemias.

Com isso, a Mile's Doces segue toda política de forma eficiente para alcançar o objetivo de cumprir todas as regras.

#### 4.4.5.2 Fatores Econômicos

Ainda com Silva (2020), esses fatores afetam as empresas, incluindo o crescimento econômico, a taxa de inflação, taxas de juros, taxa de câmbio e o rendimento disponível para os consumidores finais.

Foram identificadas a declaração de imposto de renda e as obrigações fiscais, bem como o aumento dos insumos da produção. Esse aumento pode colocar em risco a demanda dos produtos, prejudicando a necessária rotatividade. Para solucionar essa questão, a empresa utilizará as datas comemorativas, que representam os períodos maiores vendas ao longo do ano.

#### 4.4.5.3 Fatores Sociais

De acordo com Silva (2020), são as influências culturais, crenças, normas, costumes, gostos, interesses e opiniões do seu público-alvo, que são importantes na hora da segmentação dos clientes.

No fator social, a localização da empresa desempenhará um papel crucial, assim como os gostos e preferências por doces. É importante ressaltar que as preferências dos clientes podem mudar em direção a opções mais saudáveis. Futuramente, a empresa buscará se especializar nessa área também.

#### 4.4.5.4 Fatores Tecnológicos

Conforme Beatriz (2022), estão associados com a modernização dos processos no negócio. Com o objetivo de soluções mais eficientes a fim de amenizar as dificuldades operacionais.

O avanço tecnológico é uma constante, tornando essencial a busca contínua por aprimoramentos. Nesse contexto, a empresa fará o uso de um *software* de gestão de financeira e controle de estoque chamado *Market Up*, com o objetivo de auxiliar na tomada de decisão mais informadas para a confeitaria. Como projeto futuro, a Mile's Doces oferecerá opções de doces sem açúcar.

#### 4.4.5.5 Fatores Ambientais

Ainda com Beatriz (2022), são os impactos que podem afetar em um negócio, como a gestão de resíduos, regulamentos ambientais, sustentabilidade.

A Mile's Doces realizará o descarte correto de resíduos, utiliza sacolas sustentáveis e reduz a logística entre os fornecedores, diminuindo a distância percorrida e evitando o consumo de combustíveis fósseis. Todas essas ações têm como objetivo a preservação do meio ambiente.

#### 4.4.5.6 Fatores Legais

Segundo Silva (2020), são a segurança dos produtos, os direitos do consumidor, leis de saúde e segurança, com o intuito de respeitar as regras e regulamentos para obterem um sucesso no negócio.

A Mile's Doces obterá todas as licenças e registros necessários de forma legal, incluindo o alvará de funcionamento, código de defesa ao consumidor, permissão da licença sanitária, rotulagem rigorosa e leis trabalhistas e de contratos. Todos esses itens devem estar regulamentados para o funcionamento correto da confeitaria.

A empresa seguirá todas as regras legais, como obter autorização para operar, proteger os direitos do consumidor, garantir a higiene, ter rótulos precisos e cumprir leis trabalhistas e contratos. Essas medidas serão essenciais para operar a confeitaria de maneira correta e legal.

#### 4.4.6 Análise SWOT

Chiavenato e Sapiro (2020), a análise SWOT é uma ferramenta para a gestão

estratégica competitiva, cruzando oportunidades e ameaças externas com os pontos fortes e fracos da organização.

O Quadro 9 apresenta as informações da análise SWOT da Mile's Doces.

**Quadro 9 - Análise SWOT Mile's Doces**

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipe competente e entrosada;</li> <li>• Fidelização de clientes;</li> <li>• Fortalecimento da cultura dos doces;</li> <li>• Produtos frescos e padronizados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouca capacidade para atender a altas demandas;</li> <li>• Pouca variação no cardápio.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescimento no setor de confeitarias;</li> <li>• Possibilidade de expansão;</li> <li>• Valorização de produtos artesanais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta concorrência;</li> <li>• Atender a legislação sanitária;</li> <li>• Aumento inflacionário;</li> <li>• Mudanças para hábitos mais saudáveis.</li> </ul>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

Com base nessa análise, foi feito o cruzamento dos dados, utilizando a ferramenta 5W2H, sendo dois planos para cada.

- **Forças X Oportunidades - Estratégia Ofensiva:** Neste cenário, as forças devem ser utilizadas para obter vantagens sobre as oportunidades.

**Quadro 10 - Plano de Ação 5W2H**

Estratégia Ofensiva	What O que	Who Quem	When Quando	Why Porque	Where Onde	How Much Quanto	How Como
Promoções para aniversariantes	Cupom de Aniversário	Juliana	Todos os meses	Para criar um relacionamento mais afetivo com os clientes	WhatsApp	Não há custo	Oferecer cupons de desconto para aniversariantes do mês
Participar de festival de doces	Barraca de doces com memórias afetivas	A equipe	De 6 em 6 meses	Para compartilhar e reviver memórias afetivas por	No próprio festival	R\$1.000	Montar uma barraca temática com doces especiais

				meio das sobremesas especiais			
--	--	--	--	-------------------------------------	--	--	--

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2023.

- **Forças X Ameaças - Estratégia Confrontativa:** Neste contexto, as forças devem neutralizar as ameaças.

Quadro 11 - Plano de Ação 5W2H

<b>Estratégia Confrontativa</b>	<b>What O que</b>	<b>Who Quem</b>	<b>When Quando</b>	<b>Why Porque</b>	<b>Where Onde</b>	<b>How Much Quanto</b>	<b>How Como</b>
Oferecer atendimento de qualidade	Treinar a equipe para oferecer um bom atendimento	Ana	De 6 em 6 meses	Para que os clientes possam frequentar mais vezes	Loja física e <i>WhatsApp</i>	Não há custo	Através de treinamentos e cursos
Personalização de doces mais saudáveis	Opções de doces sem açúcar	Jamile	Quando for solicitado pelo cliente	Para ajudar as pessoas a controlarem os níveis de açúcar e manter um peso saudável	Loja física e <i>online</i>	R\$500	Oferecer opções de doces sem açúcar e mostrar a importância deles

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2023.

- **Fraquezas X Oportunidades - Estratégia de Reforço:** Essa estratégia envolve a utilização das oportunidades para superar as fraquezas.

Quadro 12 - Plano de Ação 5W2H

<b>Estratégia de Reforço</b>	<b>What O que</b>	<b>Who Quem</b>	<b>When Quando</b>	<b>Why Porque</b>	<b>Where Onde</b>	<b>How Much Quanto</b>	<b>How Como</b>
Aumentar a capacidade de produção	Parcerias com fornecedores locais	Jamile	De acordo com a demanda	Garantir um fornecimento constante de ingredientes frescos e fundamentais para a produção dos doces	E-mail e telefone	Dependendo dos acordos de fornecimento	Estabelecer parcerias a longo prazo
Destacar a qualidade dos produtos	Mostrar as marcas utilizadas de cada produto	Juliana	Sempre que houver uma nova sobremesa no cardápio	Para atrair novos clientes e deixá-los confiantes sobre a qualidade dos produtos	Loja física e <i>online</i>	Não há custo	Informar no cardápio todas as marcas utilizadas no preparo dos produtos

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

- **Fraquezas X Ameaças - Estratégia Defensiva:** Neste caso, as fraquezas devem ser minimizadas para evitar as ameaças.

**Quadro 13 - Plano de Ação 5W2H**

<b>Estratégia Defensiva</b>	<b>What O que</b>	<b>Who Quem</b>	<b>When Quando</b>	<b>Why Porque</b>	<b>Where Onde</b>	<b>How Much Quanto</b>	<b>How Como</b>
Planejamento antecipado para épocas em que podem ocorrer picos de demanda	Analisar a necessidade de atender um grande público	Ana	Dependendo da demanda	Para evitar garantir que tenha sempre o necessário para atender a demanda	Loja física e <i>online</i>	Não há custo	Realizar o pedido de suprimentos antecipadamente e contratar mão de obra caso seja necessário

Revisão do cardápio	Atualização do cardápio com novas sobremesas	Jamile	Períodos sazonais	Mantém os produtos frescos e apropriados para cada período e incentiva os clientes a frequentarem a confeitaria	Loja física e <i>online</i>	Dependendo das opções que serão oferecidas	Oferecer novas opções de doces de acordo com o período sazonal e garantir a conformidade com as legislações vigentes
---------------------	--	--------	-------------------	---	-----------------------------	--	--

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

A montagem dessas estratégias desempenhou um papel fundamental para determinar as ações que a empresa pode adotar diante de certas situações. É essencial ter uma segunda opção e estar sempre atento às necessidades dos clientes. Ao analisar os aspectos mais relevantes, a estratégia principal adotada será de confrontação, na qual as forças serão usadas para enfrentar as ameaças.

#### 4.5 PLANO DE MARKETING

Segundo Kotler (2018), um plano de *marketing* é um documento escrito que resume o que o profissional de *marketing* sabe sobre o mercado e que indica como a empresa planeja alcançar os objetivos.

O plano de *marketing* é uma ferramenta importante que auxilia na tomada de decisão, em busca de traçar diretrizes que colabora na execução do planejamento, tornando-se um produto de grande importância no processo de *marketing*.

##### 4.5.1 Descrição dos principais produtos e serviços

A Mile's Doces preza por ingredientes de alta qualidade na hora de produzir todos os seus produtos, além de valorizar a cultura de cada um deles, garantindo uma experiência única para os clientes.

- **Bolo de Cenoura:** Foi criado nos Estados Unidos e, ao longo do tempo, passou por diversas mudanças até se tornar conhecido pelo que é hoje. É confeccionado com cenouras selecionadas e de excelente qualidade, conferindo maciez à massa. O bolo é coberto com um delicioso chocolate caseiro e finalizado com granulado tradicional.
- **Bolo de Chocolate:** Sua origem surgiu no atual México e, com melhorias, foi se tornando popular entre os bolos, agradando a maior parte das pessoas. Elaborado com cacau em pó de 50%, este bolo conta com a essência de baunilha para um aroma irresistível. O recheio é de chocolate e a finalização inclui granulado de flocos.
- **Bolo de Fubá:** O querido dos cafés da tarde e festas juninas tem origens nos povos africanos, indígenas e portugueses. Preparado com a fina farinha de fubá, este bolo pode ser enriquecido com coco ralado para uma textura cremosa (lembrando que a adição de coco é opcional).
- **Bolo de Laranja:** Acredita-se que tenha surgido na Idade Média, um bolo simples e saboroso que possui uma fonte de vitamina C. É feito com laranjas frescas e de alta qualidade e regado com uma calda de laranja que adiciona um toque especial ao sabor.
- **Bolo de Coco:** Presente nos cafés da tarde e festas, surgiu de comunidades açorianas. O preparo deste bolo inclui coco ralado e é coberto com uma deliciosa cocada cremosa, finalizada com coco em flocos.
- **Brigadeiro:** Um dos doces típicos da culinária brasileira, feito com creme de leite e cacau em pó de alta qualidade (50%), é finalizado com granulado tradicional. É uma das sobremesas mais irresistíveis em confraternizações familiares.
- **Beijinho:** O seu surgimento foi em Portugal e, assim como o Brigadeiro, também é um item indispensável nas festas brasileiras. Feito com leite condensado, creme de leite e coco ralado fresco, este doce é finalizado com coco ralado e, opcionalmente, pode ser decorado com cravo, que adiciona um charme especial a essa delícia.
- **Pudim de Leite Condensado:** Também de origem portuguesa, é uma sobremesa clássica que não pode faltar na mesa de final de ano. Elaborado com



leite integral, leite condensado e ovos, este pudim é finalizado com uma calda de caramelo feita com açúcar.

Além de produzir todos esses itens, a Mile's Doces também oferece algumas opções de bebidas para acompanhamento, incluindo água, água com gás, refrigerantes e sucos, para atender às preferências dos clientes.

#### 4.5.2 Preço e precificação

Segundo Kotler (2018), os preços são uma negociação entre compradores e vendedores e todas as organizações precisam determinar preços para seus produtos e serviços.

O preço da empresa foi estabelecido com base nos custos incorridos com cada produto, englobando tanto os custos fixos e variáveis. Dessa forma, a equipe definiu os preços dos produtos da seguinte forma:

**Tabela 2 - Preço e Precificação Mile's Doces**

<b>Produtos de revenda</b>		
<b>Descrição</b>	<b>Valor de aquisição (\$)</b>	<b>Valor de revenda (\$)</b>
Água	R\$0,99	R\$5,00
Água com gás	R\$1,89	R\$5,50
Refrigerante	R\$3,70	R\$7,00
Suco	R\$3,59	R\$6,00
<b>Produtos de fabricação própria</b>		
Beijinho	R\$1,04	R\$3,00
Bolo de Cenoura	R\$19,55	R\$45,00
Bolo de Chocolate	R\$14,78	R\$48,00
Bolo de Coco	R\$16,52	R\$45,00
Bolo de Fubá	R\$6,21	R\$42,00
Bolo de Laranja	R\$6,79	R\$42,00
Brigadeiro	R\$1,16	R\$3,50
Pudim	R\$21,89	R\$45,00

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

Seguindo os custos fixos e variáveis, a empresa chegou a esse resultado e definiu os preços de seus produtos conforme a tabela acima.

### 4.5.3 Estratégias Promocionais

Para Schiavin (2023), as estratégias promocionais são opções que as empresas usam para promover produtos e serviços, visando atrair clientes e aumentar as vendas.

Durante o período de introdução da Mile's Doces, serão realizados eventos de degustação. O foco principal da empresa será o *Marketing* de Conteúdo, por meio da divulgação de conteúdo nas redes sociais, onde a maioria do nosso público-alvo se encontra, especialmente no *Instagram*.

A estratégia da Mile's Doces tem como objetivo posicionar a marca como a primeira opção na mente dos clientes e assegurar a fidelidade à nossa marca. Além disso, serão realizadas promoções em datas comemorativas e combos, incentivando os clientes a indicarem nossa empresa para outros potenciais clientes.

A Mile's Doces está empenhada em proporcionar não apenas produtos de alta qualidade, mas também uma experiência completa aos seus clientes, desde a degustação até a fidelização, por meio de estratégias de *marketing* eficazes e foco nas preferências do público.

### 4.5.4 Estrutura de Comercialização e Logística de distribuição

De acordo com Santos (2023), a logística de distribuição é um processo que garante que o produto certo seja entregue ao cliente na quantidade, combinação, lugar, hora e com o preço de forma correta.

Os canais de distribuição que a Mile's Doces utilizará, serão: redes sociais (*Facebook, Instagram e WhatsApp*), site e motoboys para a realização de entregas. A empresa também contará com uma loja física em São Vicente.

## 4.6 PLANO OPERACIONAL

Segundo Marcondes (2023), o plano operacional é um documento com os detalhes das tarefas cotidianas e das operações da empresa com os objetivos e metas estratégicas possíveis.

#### 4.6.1 Localização do negócio

Conforme SEBRAE (2022), a localização do estabelecimento é a seleção do ponto comercial onde o negócio vai funcionar. Analisar onde será o melhor lugar para realizar estratégias eficientes para alcance de vendas e clientes.

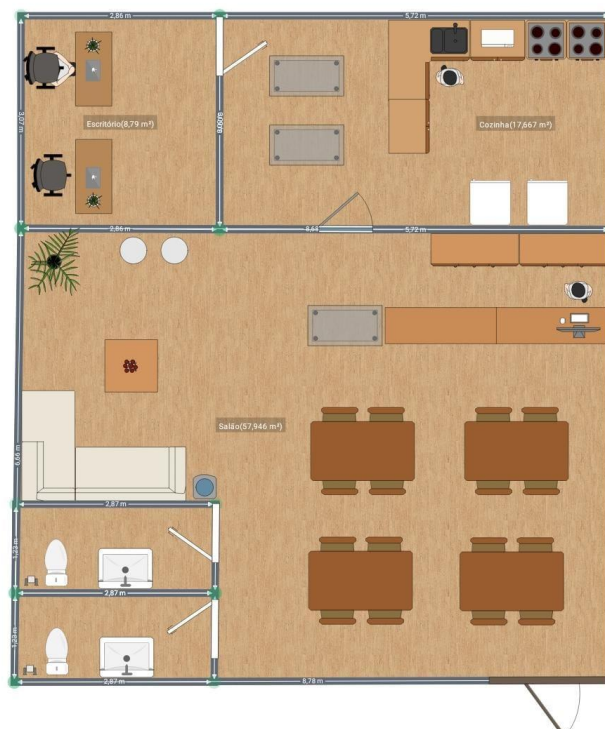
A Mile's Doces atuará com uma loja física em São Vicente e de forma *online*, através do site e redes sociais.

#### 4.6.2 Layout ou arranjo físico

De acordo Carletto (2023), o *layout* ou arranjo físico é uma administração de operações com o objetivo de aumentar a eficiência do sistema de produção com o intuito de obter menos tempo perdida em cada etapa de produção.

A Figura 5 apresenta o *layout* da Confeitaria Mile's Doces.

**Figura 5 - Layout Mile's Doces**



**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2023.

O *layout* foi elaborado utilizando o aplicativo *Planner 5D*, com uma representação em planta baixa 2D para proporcionar uma melhor visualização do

espaço. O principal objetivo ao projetar o local foi criar um ambiente acolhedor para o público, onde as pessoas pudessem sentar-se, conversar e sentir-se em casa.

#### **4.6.3 Capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços**

A capacidade produtiva é o número de produtos e serviços que a empresa consegue produzir durante um período determinado com os serviços disponíveis no momento. (Jehniffer, 2021)

A capacidade de produção da Mile's Doces será de 30 dias. Durante esse período, a empresa será capaz de produzir 720 bolos, 120 Pudins e 11.000 docinhos, incluindo Beijinhos e Brigadeiros. Essa capacidade será determinada por especificações físicas e representará o máximo que a empresa poderá suportar. Para encomendas, a empresa conseguirá produzir até 50 bolos por dia, 20 Pudins e 1.000 docinhos.

#### **4.6.4 Processos operacionais**

Conforme Freitas (2020), os processos operacionais referem-se a um conjunto de atividades cujo objetivo é transformar entradas, como a matéria prima, mão de obra e equipamentos em produtos, serviços e vendas como saída.

Em relação a Mile's Doces, o processo operacional principal pode ser verificado no fluxograma apresentado na Figura 3, onde mostra o processo de necessidade de comer doce até a realização da compra no site.

#### **4.6.5 Necessidades de pessoal**

De acordo com Chiavenato (2020), a organização é formada por pessoas e com elas depende para o sucesso e a continuidade, assim as empresas precisam de profissionais qualificados para desempenhar as atividades com eficiência.

Inicialmente, a Mile's Doces operará exclusivamente com a equipe composta pelas sócias, e as operações serão conduzidas de acordo com a estrutura organizacional conforme o organograma apresentado na Figura 2.

### **4.7 PLANO FINANCEIRO**

De acordo com Barcelos (2023), o planejamento financeiro é um conjunto de ferramentas para mapear, controlar e projetar as finanças de uma empresa.

É muito importante para garantir a sustentabilidade de continuidade da operação e pode ser feito através de planilhas, sistemas de gestão *online* ou controles de papel.

#### 4.7.1 – Estimativa dos investimentos fixos

Segundo SEBRAE (2019), o investimento fixo são todos os recursos financeiros utilizado para adquirir bens e dar início ao negócio.

**Tabela 3 - Investimentos Fixos Mile's Doces**

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Armário de Cozinha	1	1.700,00	1.700,00	4.03
Balcão	2	500,00	1.000,00	2.37
Balcão Expositor	3	5.700,00	17.100,00	40.58
Batedeira	2	400,00	800,00	1.90
Cadeira	2	140,00	280,00	0.66
Cadeira de escritório	2	80,00	160,00	0.38
Computadores e periféricos	3	2.000,00	6.000,00	14.24
Decoração extra	1	80,00	80,00	0.19
Fogão	2	1.500,00	3.000,00	7.12
Freezer	2	2.500,00	5.000,00	11.87
Liquidificador	2	180,00	360,00	0.85
Mesa com 4 cadeiras	4	800,00	3.200,00	7.59
Mesa de centro	1	135,00	135,00	0.32
Mesa de escritório	2	160,00	320,00	0.76
Micro-ondas 31L	1	500,00	500,00	1.19
Panelas	7	50,00	350,00	0.83
Pia de banheiro	2	90,00	180,00	0.43
Pia de cozinha	1	260,00	260,00	0.62
Sofá	1	1.300,00	1.300,00	3.08
Vaso de planta artificial	1	136,00	136,00	0.32
Vaso sanitário	2	140,00	280,00	0.66
<b>Total</b>			<b>42.141,00</b>	<b>100.00</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A Tabela 3 detalha o investimento feito na aquisição dos equipamentos necessários para a composição do espaço de trabalho da Mile's Doces. Os itens foram cotados no site da empresa Casas Bahia, os valores apresentados e

disponibilidade dos equipamentos podem sofrer alterações conforme data de compra e estoque disponível.

#### 4.7.2 – Capital de giro

Conforme Gularte (2023), o capital de giro engloba os recursos financeiros necessários para que a empresa mantenha as operações regulares, reservadas como parte do investimento total, cobrindo os custos e despesas ao longo do tempo.

**Tabela 4 - Capital de Giro Mile's Doces**

<b>Ciclo Financeiro</b>	<b>20 dias</b>
Prazo Médio de Estoque	15 dias
Prazo Médio de Recebimento	21 dias
Prazo Médio de Pagamento	16 dias
<b>Giro de Caixa Anual</b>	<b>18.00 dias</b>
<b>Necessidade de Capital de Giro</b>	<b>R\$ 59.967,37</b>
Desembolso Anual	R\$ 719.412,72
Reserva Financeira	R\$ 20.000,00

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A partir da análise da Tabela 4, verifica-se que a necessidade total de capital de giro mensal que a Mile's Doces deverá ter para pagar as contas, antes de obter faturamento é de R\$59.967,37.

#### 4.7.3 – Investimentos pré-operacionais

De acordo com o SEBRAE (2019), ações de pontapé inicial na operação da empresa envolvem gastos relacionados à formalização, obtenção de alvarás, treinamento da equipe, pagamento de um contador, registro da marca, entre outros.

**Tabela 5 - Investimentos Pré-Operacionais Mile's Doces**

Descrição	Valor total (R\$)	%
Criação e registro da marca	400,00	1.93
Gastos de legalização	5.000,00	24.16
Marketing para inauguração	2.000,00	9.66
Reformas e obras	10.000,00	48.31
Taxas e licenças	3.000,00	14.49
Uniformes e crachás	300,00	1.45
<b>Total</b>	<b>20.700,00</b>	<b>100.00</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

Na Tabela 5, o investimento destacado é essencial para o início das operações da empresa. As taxas e legalizações desempenham um papel fundamental no processo de abertura.

#### 4.7.4 – Investimento total

Segundo Torres (2022), é o valor total necessário para a abertura de um negócio quanto em recursos financeiros para que a empresa comece definitivamente acontecer.

**Tabela 6 - Investimento Total Mile's Doces**

Descrição	Valor (R\$)	%
Investimentos fixos	42.141,00	32.48
Investimentos pré-operacionais	20.700,00	15.96
Estoque inicial	5.041,00	3.89
Capital de giro	61.848,611	47.67
<b>Total</b>	<b>129.730,611</b>	<b>100.00</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

Para estabelecer o investimento total da Mile's Doces, foi realizado a somatória de todos os investimentos realizados, sendo os investimentos fixos, investimento pré-operacionais, estoque inicial e o capital de giro necessário.

#### 4.7.5 – Estimativa do faturamento mensal

Conforme SEBRAE (2022), é uma previsão decorrente das vendas de um determinado produto ou prestação de serviço.

O seu objetivo consiste em determinar o desempenho das vendas, servir como indicador do preço a ser cobrado e atender às expectativas do consumidor.

**Tabela 7 - Projeção de Receita Mile's Doces**

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	72.655,00
Mês 2	74.108,10
Mês 3	75.590,262
Mês 4	77.102,067
Mês 5	78.644,109
Mês 6	80.216,991
Mês 7	81.821,331
Mês 8	83.457,757
Mês 9	85.126,912
Mês 10	86.829,45
Mês 11	88.566,039
Mês 12	90.337,36

Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 10%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	974.455,378
Segundo Ano	1.071.900,916

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

Com base na análise da Tabela 7, verifica-se o faturamento mensal da empresa, no primeiro mês a empresa terá um faturamento de R\$72.655,00 com 2% mensal e a partir do segundo ano de 10%. A previsão é que em um período de um ano a empresa fature R\$974.455,38 e no segundo ano R\$1.071.900,92.

#### **4.7.6 – Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações X**

Segundo SEBRAE (2023), os gastos com matéria-prima, mercadorias e embalagem são denominados como custos variáveis em uma empresa. Esses



custos variam conforme a quantidade que é produzida ou vendida.

A Mile's Doces oferece um total de 12 tipos de produtos, dos quais 8 são de fabricação própria e 4 são produtos de revenda, especificamente bebidas.

Os produtos de revenda estão inseridos na Tabela 8.

**Tabela 8 - Produtos de Revenda Mile's Doces**

Descrição	Valor de aquisição (R\$)	Preço de venda (R\$)
Água	0,99	5,00
Água com gás	1,89	5,50
Refrigerante	3,70	7,00
Suco	3,59	6,00

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

Os produtos de fabricação própria estão inseridos nas Tabelas 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 e 16.

**Tabela 9 - Beijinho Mile's Doces**

Beijinho					Preço de venda: R\$ 3,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Leite condensado	0.03	1	5,00	14.42	0.15	
embalagem	1	unidade	0,20	19.23	0.20	
Coco ralado	0.02	gramas	28,00	53.85	0.56	
Manteiga	0.01	gramas	7,00	6.73	0.07	
Creme de leite	0.02	gramas	3,00	5.77	0.06	
<b>Total</b>				<b>100</b>	<b>1,04</b>	

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

Com base na Tabela 9, esse é o custo unitário do Beijinho, incluindo os insumos leite condensado, embalagem, coco ralado, manteiga e creme de leite, e seu preço de venda é de R\$3,00 reais.

**Tabela 10 - Bolo de Cenoura Mile's Doces**

Bolo de cenoura					Preço de venda: R\$ 45,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Oleo	0.13	ml	5,00	3.33	0.65	
Ovos	4	unidades	0,75	15.35	3.00	
Farinha de trigo	0.3	gramas	5,00	7.67	1.50	
Fermento	0.01	gramas	8,50	0.43	0.09	
Açúcar	0.24	gramas	4,00	4.91	0.96	
Cenoura	3	unidade	1,00	15.35	3.00	
Leite condensado	0.5	gramas (metade)	5,00	12.79	2.50	
Creme de leite	0.5	gramas (metade)	3,00	7.67	1.50	
Chocolate meio amargo	0.1	gramas	50,00	25.58	5.00	
Manteiga	0.05	gramas	7,00	1.79	0.35	
Embalagem	1	unidade	1,00	5.12	1.00	
<b>Total</b>				<b>100</b>	<b>19,545</b>	

Fonte: Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

Conforme a Tabela 10, esse é o custo unitário do Bolo de Cenoura, considerando os insumos como óleo, ovos, farinha de trigo, fermento, açúcar, cenoura, leite condensado, creme de leite, chocolate meio amargo, manteiga e embalagem, e o seu preço de venda é de R\$45,00 reais.

**Tabela 11 - Bolo de Chocolate Mile's Doces**

Bolo de chocolate					Preço de venda: R\$ 48,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Farinha de trigo	0.24	gramas	4,00	6.50	0.96	
Óleo	0.19	ml	5,00	6.43	0.95	
Chocolate em pó 32%	0.12	gramas	20,00	16.24	2.40	
Ovos	3	unidades	0,75	15.22	2.25	
Açúcar	0.18	gramas	4,00	4.87	0.72	
Leite condensado	0.5	gramas (metade)	5,00	16.91	2.50	
Creme de leite	0.5	gramas (metade)	3,00	10.15	1.50	
Chocolate meio amargo	0.05	gramas	50,00	16.91	2.50	
Embalagem	1	unidade	1,00	6.77	1.00	
<b>Total</b>				<b>100</b>	<b>14,78</b>	

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A Tabela 11 apresenta o custo unitário do Bolo de Chocolate, incluindo os seguintes insumos: farinha de trigo, óleo, chocolate em pó 32%, ovos, açúcar, leite condensado, creme de leite, chocolate meio amargo e embalagem, sendo o preço de venda R\$48,00 reais.

**Tabela 12 - Bolo de Coco Mile's Doces**

Bolo de coco				Preço de venda: R\$ 45,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Farinha de trigo	0.24	gramas	5,00	7.26	1.20
Ovos	3	unidade	0,75	13.62	2.25
Óleo	0.06	ml	5,00	1.82	0.30
Leite integral	0.25	ml	4,50	6.81	1.13
Coco ralado	0.2	gramas	28,00	33.90	5.60
Fermento	0.01	gramas	8,50	0.52	0.09
Açúcar	0.24	gramas	4,00	5.81	0.96
Leite condensado	0.5	gramas (metade)	5,00	15.13	2.50
Creme de leite	0.5	gramas (metade)	3,00	9.08	1.50
Embalagem	1	unidade	1,00	6.05	1.00
<b>Total</b>				<b>100</b>	<b>16,52</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

Segundo a Tabela 12, esse é o custo unitário do Bolo de Coco, considerando os insumos como farinha de trigo, ovos, óleo, leite integral, coco ralado, fermento, açúcar, leite condensado, creme de leite e embalagem, e o preço de venda é de R\$ 45,00 reais.

**Tabela 13 - Bolo de Fubá Mile's Doces**

Bolo de fubá					Preço de venda: R\$ 42,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Ovos	3	unidade	0,75	36.23	2.25	
Farinha de fubá	0.24	gramas	5,00	19.32	1.20	
Óleo	0.09	ml	5,00	7.25	0.45	
Farinha de trigo	0.02	gramas	5,00	1.61	0.10	
Fermento	0.01	gramas	8,50	1.37	0.09	
Leite integral	0.25	ml	4,50	18.12	1.13	
Embalagem	1	unidade	1,00	16.10	1.00	
<b>Total</b>				<b>100</b>	<b>6,21</b>	

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

De acordo com a Tabela 13, esse é o custo unitário do Bolo de Fubá, considerando os insumos como ovos, farinha de fubá, óleo, farinha de trigo, fermento, leite integral e embalagem, e o preço de venda é de R\$42,00 reais.

**Tabela 14 - Bolo de Laranja Mile's Doces**

Bolo de laranja					Preço de venda: R\$ 42,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Ovos	4	unidade	0,75	44.18	3.00	
Óleo	0.24	ml	5,00	17.67	1.20	
Farinha de trigo	0.12	gramas	4,00	7.07	0.48	
Laranja	0.02	suco	13,00	3.83	0.26	
Fermento	0.1	gramas	8,50	12.52	0.85	
Embalagem	1	unidade	1,00	14.73	1.00	
<b>Total</b>				<b>100</b>	<b>6,79</b>	

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

Conforme a Tabela 14, esse é o custo unitário do Bolo de Laranja, com os insumos ovos, óleo, farinha de trigo, laranja, fermento e a embalagem, e o preço de venda é de R\$42,00 reais.

**Tabela 15 - Brigadeiro Mile's Doces**

Brigadeiro					Preço de venda: R\$ 3,50	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Leite condensado	0.03	gramas	5,00	12.93	0.15	
Embalagem	1	unidade	0,20	17.24	0.20	
Chocolate em pó 50% cacau	0.02	gramas	20,00	34.48	0.40	
Manteiga	0.01	gramas	7,00	6.03	0.07	
Creme de leite	0.02	gramas	3,00	5.17	0.06	
Granulado	0.01	gramas	28,00	24.14	0.28	
<b>Total</b>				<b>100</b>	<b>1,16</b>	

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

Segundo a Tabela 15, esse é o custo unitário do Brigadeiro, com os insumos leite condensado, embalagem, chocolate em pó 50% cacau, manteiga, creme de leite e granulado, e o seu preço de venda é de R\$3,50 reais.

**Tabela 16 - Pudim Mile's Doces**

Pudim					Preço de venda: R\$ 45,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Ovos	6	unidade	0,75	20.59	4.50	
Leite condensado	2	unidade	5,00	45.75	10.00	
Leite integral	0.8	ml	4,50	16.47	3.60	
Açúcar	0.24	gramas	4,00	4.39	0.96	
Leite em pó	0.1	gramas	18,00	8.23	1.80	
Embalagem	1	unidade	1,00	4.58	1.00	
<b>Total</b>				<b>100</b>	<b>21,86</b>	

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

De acordo com a Tabela 16, esse é o custo unitário do Pudim, incluindo os insumos como ovos, leite condensado, leite integral, açúcar, leite em pó e a embalagem, e o preço de venda é de R\$45,00 reais.

#### 4.7.7 – Estimativa dos custos de comercialização

De acordo com Nogueira (2023), a estimativa dos custos de comercialização

corresponde aos custos necessários para vender os produtos, como impostos e comissões.

**Tabela 17 - Custos de Comercialização Mile's Doces**

Descrição	Valor (R\$)	%
CPV - Custos dos Produtos de Vendidos	25.779,65	35.48
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	1.151,06	1.58
CSV - Custos dos Serviços Vendidos	0,00	0.00
Impostos Federais	4.359,30	6.00
Comissões	7,266	0.01
Taxas de cartões	3.632,75	5.00
Propaganda	581,24	0.80
Previsão de inadimplência	726,55	1.00
<b>Total</b>	<b>36.237,816</b>	<b>49.88</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A Tabela 17 apresenta a estimativa dos custos de comercialização. Considerando que a Mile's Doces optou pelo Simples Nacional, não haverá pagamentos de impostos como PIS, COFINS e Contribuição Social, somente com impostos federais, taxas de cartões e os custos dos serviços vendidos, totalizando um valor de R\$36.237,82.

#### **4.7.8 Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas**

O CMV (Custo de Mercadorias Vendidas), são gastos diretos na produção de um determinado produto ou serviços vendidos em uma empresa dentro de um determinado período. (Arquivei, 2021)

**Tabela 18 - Custos dos Produtos Mile's Doces**

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	24.260,71
Mês 2	24.503,317
Mês 3	24.748,35
Mês 4	24.995,834
Mês 5	25.245,792
Mês 6	25.498,25
Mês 7	25.753,233
Mês 8	26.010,765
Mês 9	26.270,872
Mês 10	26.533,581
Mês 11	26.798,917
Mês 12	27.066,906
Primeiro Ano	307.686,527
Segundo Ano	326.147,719

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A Mile's Doces projeta um custo com produtos vendidos de R\$24.260,71 mensalmente tendo alteração logo no segundo mês como mostra a Tabela 18, esses custos são referentes aos valores que serão repassados para os produtos da empresa, a previsão em um período de um ano é que a empresa repasse um valor de R\$307.686,53 e no segundo ano R\$326.147,72.

#### **4.7.9 Estimativa dos custos com mão de obra**

Conforme Martins (2018), a mão de obra representa o esforço humano referente à produção nas atividades da empresa e constitui o principal componente dos custos.

No início, a Mile's Doces não terá custos com mão de obra de funcionários. Futuramente, caso a demanda aumente, a empresa conduzirá pesquisas para determinar o desempenho dos funcionários.

#### **4.7.10 Estimativa do custo com depreciação**

Segundo Jehniffer (2021), é a perda do valor de um bem ao longo do tempo e representa os custos da empresa com a desvalorização de seus ativos, desde o momento em que é instalado até o fim da sua vida útil.

**Tabela 19 - Custo com Depreciação Mile's Doces**

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Armário de Cozinha	10 anos	340,00	1.700,00	136,00	11,333
Balcão	10 anos	200,00	1.000,00	80,00	6,667
Balcão Expositor	10 anos	3.420,00	17.100,00	1.368,00	114,00
Batedeira	10 anos	160,00	800,00	64,00	5,333
Cadeira	10 anos	56,00	280,00	22,40	1,867
Cadeira de escritório	10 anos	32,00	160,00	12,80	1,067
Computadores e periféricos	5 anos	1.200,00	6.000,00	960,00	80,00
Decoração extra	10 anos	16,00	80,00	6,40	0,533
Fogão	10 anos	600,00	3.000,00	240,00	20,00
Freezer	10 anos	1.000,00	5.000,00	400,00	33,333
Liquidificador	10 anos	72,00	360,00	28,80	2,40
Mesa com 4 cadeiras	10 anos	640,00	3.200,00	256,00	21,333
Mesa de centro	10 anos	27,00	135,00	10,80	0,90
Mesa de escritório	10 anos	64,00	320,00	25,60	2,133
Micro-ondas 3L	10 anos	100,00	500,00	40,00	3,333
Panelas	10 anos	70,00	350,00	28,00	2,333
Pia de banheiro	10 anos	36,00	180,00	14,40	1,20
Pia de cozinha	10 anos	52,00	260,00	20,80	1,733
Sofá	5 anos	260,00	1.300,00	208,00	17,333
Vaso de planta artificial	10 anos	27,20	136,00	10,88	0,907
Vaso sanitário	10 anos	56,00	280,00	22,40	1,867
<b>Total</b>				<b>3.955,28</b>	<b>329,607</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A Tabela 19 detalha o valor da depreciação sofrida pelos ativos imobilizados da empresa, bem como suas perdas de valor mensal e anual. Os dados obtidos sobre a vida útil de cada equipamento e moveis, foram fornecidos pela ferramenta PNBOX do SEBRAE.

#### 4.7.11 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

De acordo com SEBRAE (2023), são os gastos que não variam em razão do



volume, são aqueles que não sofrem alterações de valor em caso de aumento de serviço ou produto vendido.

**Tabela 20 - Custos Fixos Mile's Doces**

Descrição	Valor total	Porcentagem
Água	250,00	1.07
Aluguéis, condomínio e IPTU	5.000,00	21.36
Amortização de empréstimos	1,00	0.00
Contador	500,00	2.14
Depreciação	329,61	1.41
Encargos sociais sobre pró-labore	2.400,00	10.25
Encargos sociais sobre salários		
Honorários contábeis	1.000,00	4.27
Juros	100,00	0.43
Luz	450,00	1.92
Manutenção	500,00	2.14
Marketing e propaganda	80,00	0.34
Materiais de limpeza	150,00	0.64
Material de escritório	100,00	0.43
Pró-labore	12.000,00	51.26
Salários e Benefícios		
Seguros	50,00	0.21
Tarifas de operadoras de cartão	1,00	0.00
Telefone e internet	500,00	2.14
<b>Total</b>	<b>23.411,61</b>	<b>100.00</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A Tabela 20 lista todos os custos mensais da empresa, somando um total de R\$23.411,61 por mês.

#### 4.7.12 Demonstrativo de resultados

De acordo com SEBRAE (2023), é uma ferramenta que calcula o desempenho financeiro da empresa em um determinado período, seja mensal ou anual, para determinar se houve lucro ou prejuízo.

**Tabela 21 - Receita Total Mile's Doces**

Descrição	Valor (R\$)	%
Vendas à Vista	21.796,50	30,00
Vendas à Prazo	50.858,50	70,00
<b>Total</b>	<b>72.655,00</b>	<b>100,00</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A Tabela 21 apresenta a receita projetada para a Mile's Doces a cada mês. A empresa tem como estimativa alcançar um faturamento total de R\$72.655,00 sendo 70% deste valor em vendas a prazo e 30% à vista.

**Tabela 22 - Custos Variáveis Totais Mile's Doces**

Descrição	Valor (R\$)	%
CPV - Custos dos Produtos de Vendidos	23.109,65	31,81
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	1.151,06	1,58
CSV - Custos dos Serviços Vendidos	0,00	0,00
Impostos Federais	4.359,30	6,00
Comissões	7,266	0,01
Taxas de cartões	3.632,75	5,00
Propaganda	581,24	0,80
Previsão de inadimplência	726,55	1,00
<b>Total</b>	<b>33.567,816</b>	<b>46,20</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A Tabela 22 destaca os custos variáveis, que englobam os custos dos serviços prestados pela empresa, impostos e taxas das operadoras de cartões, totalizando R\$33.567,82 mensalmente.

**Tabela 23 - Margem de Contribuição Mile's Doces**

	Valor (R\$)	%
<b>Total</b>	<b>39.087,184</b>	<b>53,80</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A Tabela 23 indica que a Mile's Doces obterá uma margem de R\$39.087,18 mensalmente, o que sugere que a empresa apresentará resultados positivo para seus investidores.

**Tabela 24 - Custos Fixos Totais Mile's Doces**

Descrição	Valor total	Porcentagem
Água	250,00	1.07
Aluguéis, condomínio e IPTU	5.000,00	21.36
Amortização de empréstimos	1,00	0.00
Contador	500,00	2.14
Depreciação	329,61	1.41
Encargos sociais sobre pró-labore	2.400,00	10.25
Encargos sociais sobre salários		
Honorários contábeis	1.000,00	4.27
Juros	100,00	0.43
Luz	450,00	1.92
Manutenção	500,00	2.14
Marketing e propaganda	80,00	0.34
Materiais de limpeza	150,00	0.64
Material de escritório	100,00	0.43
Pró-labore	12.000,00	51.26
Salários e Benefícios		
Seguros	50,00	0.21
Tarifas de operadoras de cartão	1,00	0.00
Telefone e internet	500,00	2.14
<b>Total</b>	<b>23.411,61</b>	<b>100.00</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A Tabela 24 apresenta os custos fixos totais da empresa, totalizando R\$ 23,411,61.

**Tabela 25 - Resultado Operacional Mile's Doces**

	Valor (R\$)	%
<b>Total</b>	<b>15.675,574</b>	<b>21.57</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

Assim, retirando os custos fixos da margem de contribuição, demonstra que a empresa terá lucro, como demonstra a Tabela 25, a Mile's Doces operará com um lucro de R\$15.675,57 como identifica o resultado operacional.

**Tabela 26 - Projeção da DRE Miles Doces**

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	15.675,574
Mês 2	16.605,416
Mês 3	17.559,319
Mês 4	18.537,817
Mês 5	19.541,453
Mês 6	20.570,782
Mês 7	21.626,37
Mês 8	22.708,796
Mês 9	23.818,651
Mês 10	24.956,536
Mês 11	26.123,068
Mês 12	27.318,874
<b>Totais anuais</b>	
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	255.042,656
Segundo Ano	318.033,027

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A Mile's Doces tem uma projeção de resultado com crescimento nos 12 meses como mostra a Tabela 26, a empresa no primeiro ano estima um valor de faturamento de R\$255.042,66 e no segundo ano R\$318.033,03.

#### 4.7.13 Indicadores de viabilidade

Segundo SEBRAE (2023), esses indicadores servem para calcular os riscos de novos empreendimentos e comparar dois tipos de iniciativas de negócios.

**Tabela 27 - Indicadores de Viabilidade Mile's Doces**

<b>Indicadores</b>	<b>1 ano</b>
Ponto de equilíbrio (R\$)	R\$30.000,00
Lucratividade (%)	26.17%
Rentabilidade (%)	199.49%
Prazo de retorno do investimento	7 meses

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A Tabela 27 apresenta as previsões da Mile's Doces, indicando o ponto de equilíbrio, a lucratividade, a rentabilidade e o prazo de retorno sobre o investimento. Com esses dados, fica evidente que a empresa possui uma grande oportunidade de ser viável e de retornar o investimento em apenas 7 meses.

#### 4.7.13.1 Ponto de equilíbrio

Conforme SEBRAE (2022), o ponto de equilíbrio mostra o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos custos.

**Tabela 28 - Ponto de Equilíbrio Mile's Doces**

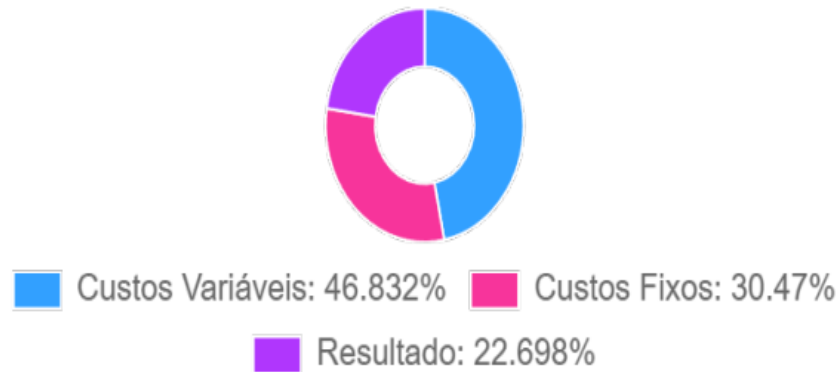
<b>Descrição</b>	
PE Contabil	R\$ 558.431,11
PE Financeiro	R\$ 550.992,18
PE Econômico	R\$ 614.853,90

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A Mile's Doces tem um lucro desejado de R\$ R\$30.000,00 anual. A Tabela 28 identifica os valores do ponto de equilíbrio contábil com valor de R\$558.431,11, o financeiro R\$550.992,18 e o econômico com R\$614.853,90, esses são os valores que a empresa deverá ter para alcançar o objetivo desejado.

#### 4.7.13.2 Lucratividade

Segundo SEBRAE (2022), a lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sob a forma de valor percentual indicando o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve.

**Gráfico 3** - Indicador de Lucratividade Mile's Doces

**Fonte:** Elaborado pelos autores, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

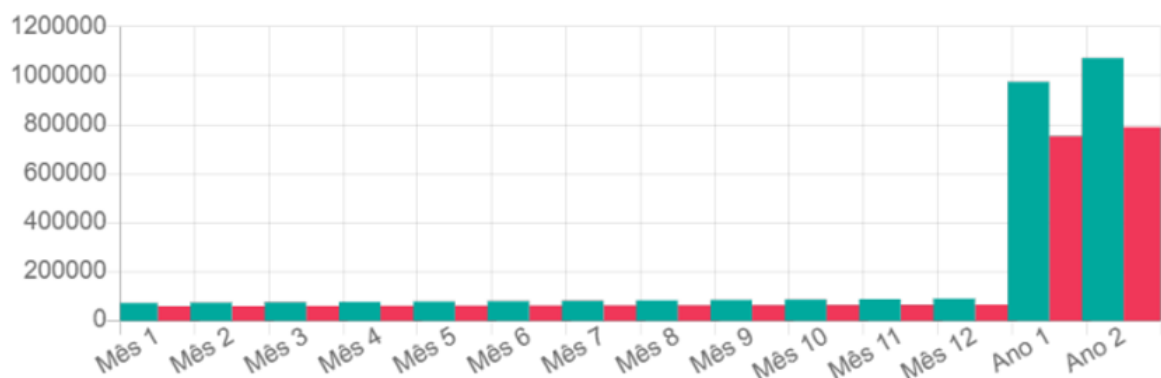
O Gráfico 3, indica uma projeção de lucratividade de 22.69%, mostrando que a empresa estará com um resultado positivo para seus investidores.

#### 4.7.13.3 Rentabilidade

Segundo Crumo (2023), é a capacidade do negócio de produzir rendimento. Este valor é representado pelo percentual no qual foi investido.

**Gráfico 4** - Receitas X Custos Mile's Doces

Receitas x Custos



**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

O Gráfico 4 identifica as receitas, representadas pelas barras verdes, e os custos, representadas pelas barras vermelhas. Isso mostra que a rentabilidade é positiva, uma vez que as receitas não superam os custos da empresa.

#### 4.7.13.4 Prazo de retorno do investimento

De acordo com SEBRAE (2022), o PRI (Prazo de Retorno de Investimento) é um indicador de atratividade do negócio que mostra o tempo necessário para que se recupere tudo o que foi investido.

**Tabela 29** - Prazo de Retorno do Investimento Mile's Doces

Descrição	
Payback Simples	8 meses
Rentabilidade Anual	170.49 %

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, adaptado do PNBOX SEBRAE 2023.

A perspectiva sobre o retorno do investimento da Mile's Doces, é a partir do 8º mês, como mostra a Tabela 29.

## **5 SUBPROJETO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E/OU SUSTENTABILIDADE**

A Responsabilidade Social trata de ações que promovem algum tipo de benefício para a sociedade e demonstram empatia entre as pessoas. Uma vez que as memórias afetivas são criadas na infância, a Mile's Doces pensou em uma proposta que estivesse alinhada com esse princípio.

De acordo com Daniel (2023), a responsabilidade social envolve ações que visam o bem-estar da sociedade, promovendo uma gestão ética e transparente com projetos de benefício social.

O objetivo do projeto é estabelecer uma parceria com o Hospital GRAAC (Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer), que trata de crianças e adolescentes com câncer, garantindo a cura com qualidade de vida. A cada trimestre, serão levados os doces da confeitaria para promover uma festa para as crianças e adolescentes. Além disso, todo dia 12 de outubro de cada ano, serão realizadas doações em dinheiro.

A Mile's Doces também conduzirá campanhas de conscientização através das redes sociais da confeitaria, para que as pessoas compreendam a importância de ajudar essas instituições.



## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste Plano de Negócios, foi a criação de uma Confeitaria Artesanal na cidade de São Vicente, denominada Mile's Doces, com o propósito de oferecer doces caseiros de alta qualidade que resgatem memórias afetivas através dos sabores, em um local aconchegante, trazendo uma sensação de conforto.

O modelo de negócios teve a sua base no *Business Model Canvas*, no qual toda a estrutura da empresa e o seu funcionamento foram delineados. Além disso, foram empregadas diversas ferramentas para analisar a empresa e desenvolver estratégias eficazes para lidar com determinadas situações.

O Plano Financeiro foi feito a partir da ferramenta PNBOX, desenvolvida pelo SEBRAE. Essa ferramenta permitiu analisar as finanças da empresa, considerando despesas, receitas, projetando a viabilidade.

Com base nesse planejamento abrangente, conclui-se que a Mile's Doces está bem-posicionada para atingir os seus objetivos e se destacar na Confeitaria Artesanal, satisfazendo os clientes.

## 7 REFERÊNCIAS

AAKER, David. **Construindo marcas fortes**. 1ª ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2007.

AGUIAR, E – **Relacionamento com clientes** – HoradeEmpreeender. 16/06/2019. Disponível em: < <https://www.horadeempreender.com.br/canvas-relacionamento-com-clientes/>>. Acesso: 19/08/2023.

ARQUIVEI. **CMV: o que é e como calcular o Custo de Mercadorias Vendidas**, 2023. Arquivoi. Disponível em: < <https://arquivoi.com.br/blog/cmv-custo-de-mercadorias-vendidas/>>. Acesso em: 30/10/2023.

BANDEIRA, C – **Memória afetiva e gastronômica: O cheirinho da comida de vó explicado pela psicogenealogia** – Nsc Total. Disponível em: < <https://www.nsctotal.com.br/colunistas/carol-bandeira/psicogenealogia?amp=1> >. Acesso em: 30/03/2023.

BARCELOS, H – **Planejamento financeiro empresarial: O que é e como fazer** – ContabilizeiBlog. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/planejamento-financeiro-empresarial/>>. Acesso em: 04/10/2023.

BARNEY, J., & HESTERLY, W.S.. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BEATRIZ, A- **Análise Pestel – O que é e como aplicar na minha empresa** – FocusConsultoria- 25/02/2022. Disponível em: < <https://www.consultoriafocus.com/post/an%C3%A1lise-pestal-o-que-%C3%A9-e-como-aplicar-na-minha-empresa>>. Acesso em: 27/08/2023.

CARTER, R – **Estrutura de negócios Explicada: tudo o que você precisa saber** – EcommercePlatafoms. 06/06/2023. Disponível em: < <https://ecommerce-platforms.com/pt/glossary/business-structure#:~:text=No%20campo%20comercial%2C%20uma%20estrutura,legal%20para%20o%20seu%20neg%C3%B3cio>>. Acesso em: 07/09/2023.

CHIAVENATO, I. **Administração nos novos tempos: os novos horizontes em administração**. 3. ed. Barueri, SP: Manole, 2020.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio**. 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração - Uma Visão Abrangente da Moderna Administração das Organizações**. 10ª edição. São Paulo: Atlas, 2020.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos: O Capital Humano das Organizações**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

CLEMES, E – **Como preencher o recurso chave Canvas: Exemplos práticos** – Mãos Inspirando, Informando e gerando empreendedores. 15/06/2022. Disponível em: < <https://4maos.com.br/recurso-chave-canvas/>>. Acesso em: 23/08/2023.

CORREA, M – **AÇÚCAR: Vamos falar de memória afetiva?** – Territórios Gastronômicos. 20/09/2019. Disponível em: <<https://territoriosgastronomicos.uai.com.br/2019/09/20/acucar-vamos-falar-de-memoria-afetiva/>>. Acesso em: 18/09/2023.

CRUMO, C – **Entenda o que é Rentabilidade e como fazer o cálculo** – Vexpenses. 19/06/2023. Disponível em: < <https://vexpenses.com.br/blog/rentabilidade/>>. Acesso em: 10/11/2023.

DAFT, R – **Administração** - Tradução da 12ª edição norte americana, 2013.

DRUKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. 5ª ed. São Paulo, 2005.

FERREIRA, H – Organogramas – **A importância da setorização e definição de cargos e funções em empresas** – NucleoDeConhecimento – 11/03/2021. Disponível em: <[https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/importancia-da-setorizacao#:~:text=Fonte%3A%20Desenvolvida%20pelos%20autores%20\(2019,\(1970\)%20apud%20Yolanda%20F](https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/importancia-da-setorizacao#:~:text=Fonte%3A%20Desenvolvida%20pelos%20autores%20(2019,(1970)%20apud%20Yolanda%20F)>. Acesso em: 05/09/2023.

FREITAS, L – **14 exemplos de missão de uma empresa para se inspirar e definir a missão do seu modelo de negócio** - Siteware. 18/02/2021. Disponível em: < <https://www.siteware.com.br/gestao-estrategica/exemplos-de-missao/>>. Acesso em: 25/08/2023.

FREITAS, L – **Gestão operacional: tudo o que você precisa saber para conduzir melhor os processos operacionais da sua empresa** - Siteware. 10/11/2020. Disponível em: <<https://www.siteware.com.br/processos/gestao-operacional/#:~:text=Os%20processos%20operacionais%20podem%20ser,em%20produtos%2C%20servi%C3%A7os%20e%20vendas.>>. Acesso em: 05/09/2023.

JEHNIFFER, J – **Capacidade produtiva, o que é, como calcular e aumentar** – iSardinha. 30/08/2021. Disponível em: <<https://investidorsardinha.r7.com/aprender/capacidade-produtiva/#:~:text=A%20capacidade%20produtiva%20%C3%A9%20a%20quantidade%20m%C3%A1xima%20de%20produtos%20e,ela%20tem%20dispon%C3%ADveis%20no%20momento.>>. Acesso em: 07/09/2023.

JEHNIFFER, J - **Depreciação, o que é? Definição, regras de registro e cálculos** - 06/01/2021. Disponível em:< <https://investidorsardinha.r7.com/aprender/depreciacao/#:~:text=O%20termo%20deprecia%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9%20o,fim%20da%20sua%20vida%20%C3%BAtil.>>. Acesso em: 10/10/2023.

GIANNINI, A – **Nestlé aposta em pesquisa sobre memória afetiva alimentar no Brasil** – Veja. 30/05/2023. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/comportamento/nestle-aposta-em-pesquisa-sobre-memoria-afetiva-alimentar-no-brasil>>. Acesso em: 18/09/2023.

GONZAGA, J – **Indicadores de viabilidade: Quais são e como acompanhar?** – UniMake. 01/06/2023. Disponível em: <<https://blog.unimake.com.br/indicadores-de-viabilidade/>>. Acesso em: 10/10/2023.

GUIMARÃES, B – **Descrição de Cargos: O que é, exemplos e como fazer** – Gupy. 10/07/2023. Disponível em: < <https://www.gupy.io/blog/descricao-de-cargos#:~:text=O%20objetivo%20da%20descri%C3%A7%C3%A3o%20de,trabalho%20no%20dia%20a%20dia.>>. Acesso em: 10/09/2023.

GUIMARÃES, D – **Responsabilidade Social: O que é e como praticar?** – MeioSustentável. 06/07/2023. Disponível em: <<https://meiosustentavel.com.br/responsabilidade-social/>>. Acesso em: 02/10/2023.

GULARTE, C – **Capital de Giro: O que é, como calcular e controlar o capital de giro na sua empresa** – Contabilizei. 02/03/2023. Disponível em: < <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/capital-de-giro/> >. Acesso em: 04/10/2023.

GULARTE, C – **O que é o Capital Social de uma empresa e como definir o valor** – Contabilizei. 03/01/2022. Disponível em: < <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/o-que-e-capital-social-e-como-definir-o-valor/>>. Acesso em: 12/09/2023.

GULARTE, C – **Ramo de atividade: O que é? Como definir o da sua empresa** - Contabilizei. 03/01/22. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/ramo-de-atividade/>>. Acesso em: 05/09/2023.

GULARTE, C – **Sociedade Limitada: O que é? Como funciona e características** – Contabilizei. 18/03/2023. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/sociedade-limitada/#:~:text=A%20Sociedade%20Limitada%20%C3%A9%20um,a%20empresa%20por%20ela%20mesma>>. Acesso em: 19/08/2023.

KOTLER, P. e KELLER, K.L. **Administração de Marketing**. 15 ed. São Paulo: Pearson, 2018.

LOUREIRO, J – **Business Model Canvas: Saiba o que é e como ele pode ajudar no início do seu negócio** – Bingo. 10/06/2020. Disponível em: <<https://www.livrobingo.com.br/business-model-canvas-saiba-o-que-e-e-como-ele-pode-ajudar-no-inicio-do-seu-negocio#:~:text=Os%20Recursos%20Chave%20s%C3%A3o%20as,obtidos%20junto%20de%20Parceiros%2DChave.>>. Acesso em: 23/08/2023.

MARCONDES, J – **Planejamento Operacional: Saiba o que é? Sua importância e as 9 etapas para sua elaboração.** – Gestão de Segurança Privada.19/05/2023. Disponível em: < <https://gestaodesegurancaprivada.com.br/planejamento-operacional-conceitos-definicao/>>. Acesso em: 07/09/2023.

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos.** São Paulo: Atlas, 2018.

MARTINS, J – **Como redigir um sumário executivo, com exemplos** – Asana. 01/10/2022. Disponível em: <<https://asana.com/pt/resources/executive-summary-examples>>. Acesso em: 06/11/2023.

MARTINS, W - **O que é a análise pestel e qual é a sua importância?** – Senno - 09/04/2021. Disponível em: <<https://senno.ai/analise-pestel-importancia/>>. Acesso: 29/04/2023.

**Mercado de confeitaria: tendências e dicas de atuação neste ano de 2023** – Associação Brasileira da Indústria de Alimentos – 09/03/2023. Disponível em: <<https://www.abia.org.br/noticias/mercado-de-confeitaria-tendencias-e-dicas-de-atuacao-neste-ano-de-2023>>. Acesso em: 18/09/2023.

NOGUEIRA, C – **Formação de Preços nas empresas comerciais** - ConsultoriaNogueira. 28.07.2023. Disponível em: <<https://www.consultorianogueira.com.br/post/formacao-de-precos-nas-empresas-comerciais>>. Acesso em: 23/10/2023.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation - Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2010.

PEREIRA, D – **Modelos de Negócios de Empresas Estrutura de Custos** – O analista de modelo de negócios. 10/05/2029. Disponível em: < <https://analistamodelosdenegocios.com.br/estrutura-de-custo/>>. Acesso em: 23/08/2023.

PEREIRA, D – **Modelos de Negócios de Empresas Parcerias Chaves** – O analista de modelo de negócios. 10/05/2029. Disponível em: < <https://analistamodelosdenegocios.com.br/parcerias-chave/>>. Acesso em: 23/08/2023.

**Pesquisa da Fiocruz aponta os impactos da pandemia na rotina dos adolescentes brasileiros.** Fiocruz – 01/12/2020. Disponível em: <<https://portal.fiocruz.br/noticia/pesquisa-da-fiocruz-aponta-os-impactos-da-pandemia-na-rotina-dos-adolescentes-brasileiros>>. Acesso em: 18/09/2023.

PORTER, M. – **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência.** Rio de Janeiro: Campus, 2005.

RABELLO, G – **Exemplos de valores de empresas: como definir os seus + 17 inspirações** – Siteware. 14/04/2023. Disponível em: <<https://www.siteware.com.br/gestao-estrategica/exemplo-valores-de>>



SEBRAE – **Como fazer uma boa Análise de Mercado.**23/05/2023. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-fazer-uma-bo-a-analise-de-mercado,2061b189deb36810VgnVCM1000001b00320aRCRD>>. Acesso em: 08/09/2023.

SEBRAE: **Como fazer um demonstrativo de resultados** - 27/09/2023. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-fazer-um-demonstrativo-de-resultados,48f3ace85e4ef510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 10/10/2023.

SEBRAE – **Investimento Inicial: Qual o valor necessário para iniciar meu negócio?** 19/12/2019. Disponível em: <<https://inovacaosebraeminas.com.br/investimento-inicial/#:~:text=Investimento%20fixo,-O%20investimento%20fixo&text=Geralmente%2C%20s%C3%A3o%20investimentos%20em%20estrutura,softwares%20e%20armazenamento%20em%20nuvem.>> . Acesso em: 04/10/2023.

SEBRAE – **O que é Business Model Canvas e como aplicá-lo no seu negócio?** 11/02/2023. Disponível em: <<https://inovacaosebraeminas.com.br/o-que-e-business-model-canvas-e-como-aplica-lo-no-seu-negocio/>>. Acesso em: 18/09/2023.

SEBRAE – **O que é Prazo de Retorno do Investimento (PRI)**- 06/09/2022. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/prazo-de-retorno-do-investimento-pri,90da5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 10/10/2023.

SEBRAE – **O que são custos fixos e custos variáveis** - 27/09/2023. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/saiba-o-que-sao-custos-fixos-e-custos-variaveis,7cf697daf5c55610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 10/10/2023.

SEBRAE – **Ponto de equilíbrio: ferramenta para manter seu negócio seguro.** 12/12/2022. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/ponto-de-equilibrio,67ca5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD#:~:text=O%20ponto%20de%20equil%C3%ADbrio%20%C3%A9,suas%20receitas%20e%20seus%20custos.>>. Acesso em: 10/10/2023.

SEBRAE – **Veja como calcular o faturamento mensal de uma empresa** – 12/12/2022. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-estimar-o-faturamento-mensal-de-uma-empresa,a3c40409d95cf510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 10/10/2023.

SCHIAVINI, R – **Estratégias promocionais: 9 táticas para converter mais no e-commerce** - Smartint. 12/04/2023. Disponível em: <<https://www.smarthint.co/estrategias-promocionais/#:~:text=Estrat%C3%A9gias%20promocionais%20s%C3%A3o%20a>>

C3%A7%C3%B5es%20que,incentivar%20a%20decis%C3%A3o%20de%20compra.  
> . Acesso em: 05/09/2023.

SILVA, R – **Análise Pestel – Ferramenta Estratégica** – GuiaCorporativo. 07/12/2020. Disponível em: < <https://guiacorporativo.com.br/analise-pestel-ferramenta-estrategica/#:~:text=Al%C3%A9m%20da%20estabilidade%20ou%20instabilidade,legisla%C3%A7%C3%A3o%20ambiental%20e%20restric%C3%A7%C3%B5es%20comerciais/>> . Acesso em: 27/08/2023.

SOARES, V – **Fluxograma de processos: O que é, para que serve e como fazer** – Na Prática. 29/03/2023. Disponível em: < <https://www.napratica.org.br/fluxograma-de-processo/>> . Acesso em: 07/09/2023.

TAVARES, C – **O que é uma pesquisa de mercado e o que eu preciso saber sobre ela** – Qualibest. 15/05/2022. Disponível em: <<https://www.institutoqualibest.com/marketing/o-que-e-uma-pesquisa-de-mercado-e-o-que-eu-preciso-saber-sobre-ela/>> . Acesso em: 10/09/2023.

TORRES, V – **Investimento inicial de uma empresa – O que é? Como calcular** – Contabilizei. 11/10/2022. Disponível em: < <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/investimento-inicial-de-uma-empresa/> > . Acesso em: 04/10/2023.

WHITELEY, R. C; **A empresa totalmente voltada para o cliente**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.