
Etec PROFª NAIR LUCCAS RIBEIRO DE TEODORO SAMPAIO
Curso Técnico em Administração

PLANO DE NEGÓCIOS – HAPPY DONUTS

Bianca Queixada De Andrade Marques
Gabriel De Lima Emmerich
Henrique Guimarães Silva
Ingrid Raiane Domingos Miranda
João Vitor da Silva Lima
Marcos Vinicius Stocki Da Cruz
Mariani Vitória França Venar
Rafael Henrique Dos Santos Nunes
Renata Santos Antunes

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Profª Nair Luccas Ribeiro, com tema: **Happy Donuts** sob orientação da professora: Maria Elicristina Siqueira

**Bianca Queixada De Andrade Marques
Gabriel De Lima Emmerich
Henrique Guimarães Silva
Ingrid Raiane Domingos Miranda
João Vitor da Silva Lima
Marcos Vinicius Stocki Da Cruz
Mariani Vitória França venar
Rafael Henrique Dos Santos Nunes
Renata Santos Antunes**

HAPPY DONUTS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Profª Nair Luccas Ribeiro, com tema: Happy Donuts sob orientação da professora: Maria Elicristina Siqueira

Teodoro Sampaio, 05 de dezembro de 2024.

ETEC PROFª NAIR LUCCAS RIBEIRO DE TEODORO SAMPAIO
Curso Técnico em Administração

BIANCA QUEIXADA DE ANDRADE MARQUES
GABRIEL DE LIMA EMMERICH
HENRIQUE GUIMARÃES SILVA
INGRID RAIANE DOMINGOS MIRANDA
JOÃO VITOR DA SILVA LIMA
MARCOS VINICIUS STOCKI DA CRUZ
MARIANI VITÓRIA FRANÇA VENAR
RAFAEL HENRIQUE DOS SANTOS NUNES
RENATA SANTOS ANTUNES

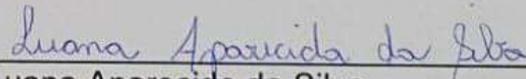
PLANO DE NEGÓCIOS – HAPPY DONUTS

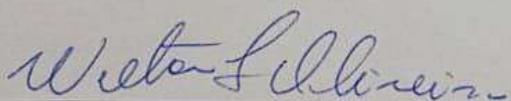
Trabalho e Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Profª Nair Luccas Ribeiro, com tema: Happy Donuts sob orientação da Professora Maria Elicristina Siqueira.

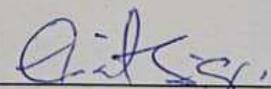
Teodoro Sampaio, 05 de dezembro de 2024.

BANCA EXAMINADORA


Jhenifer Andressa da Cruz Barreto
Professora


Luana Aparecida da Silva
Professora


Welton Francisco de Oliveira
Professor


Maria Elicristina Siqueira
Professora Orientadora

Aprovado

Reprovado

DEDICATÓRIA

A Maria Elicristina Siqueira

A Deus, nossos amigos, colegas de curso e nossas famílias.

AGRADECIMENTOS

*Gostaríamos de expressar sincera gratidão a todos que estiveram ao nosso lado durante esta jornada desafiadora. Em especial, agradecemos aos professores Eduardo, Jhenifer e Elicristina cujo apoio e orientação foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho. Também gratidão à família de cada um, que sempre acreditou em nós e nos deu forças para continuar, mesmo nos momentos mais difíceis. E, claro, ao grupo de TCC que, apesar de todas as dificuldades que enfrentamos, nunca desistimos e tornamos possível a realização deste projeto. A cada um de vocês, profundas gratulações. Aos Docentes: **Eduardo, Elicristina e jhenifer.***

EPÍGRAFE

“Há três tipos de empresas: Empresas que tentam levar os seus clientes onde eles não querem ir; empresas que ouvem os seus clientes e depois respondem às suas necessidades; e empresas que ainda não sabem que querem ir. ”

Gary Hamel.

RESUMO

Este projeto tem como objetivo, desenvolver um plano de negócios para analisar a viabilidade da empresa Happy Donuts. A Happy Donuts foi criada para promover a melhor experiência cultural à cidade de Teodoro Sampaio - SP, realizando suas produções com muita dedicação e excelência para a satisfação de todos os clientes. Esta pesquisa tem como objetivo geral verificar a viabilidade da abertura de uma empresa focada no ramo alimentício no setor de panificação e padaria, em Teodoro Sampaio-SP. De forma mais específica: analisar a viabilidade econômica do negócio; demonstrar por meio de pesquisas os aspectos legais para a abertura da empresa; preparar e aplicar uma pesquisa de mercado e proporcionar um ambiente inovador no ramo alimentício. A pesquisa aplicada foi a qualiquantitativa. Por ser uma pesquisa mais completa, os resultados obtidos foram aprimorados e com isso foi possível perceber que o público feminino materno teve uma melhor aceitação com a ideia do negócio, relatando uma renda média mensal de 2 salários mínimos ao final da pesquisa. Com isso, percebe-se que implementar uma empresa de panificação é viável para cidade, pois foi notável uma certa afeição à empresa Happy Donuts.

Palavras - Chave: Donuts; Empreendedorismo; Plano de Negócios; Viabilidade.

ABSTRACT

This project aims to develop a business plan to analyze the viability of the Happy Donuts company. Happy Donuts was created to promote the best cultural experience in the city of Teodoro Sampaio - SP, carrying out its productions with great dedication and excellence to the satisfaction of all customers. This research has the general objective of verifying the feasibility of opening a company focused on the food sector in the baking and bakery sector, in Teodoro Sampaio-SP. More specifically: analyze the economic viability of the business; demonstrate through research the legal aspects for opening the company; prepare and apply market research and provide an innovative environment in the food industry. The applied research was qualitative and quantitative. As it was a more complete survey, the results obtained were improved and it was possible to see that the maternal female audience had better acceptance of the business idea, reporting an average monthly income of 2 minimum wages at the end of the survey. With this, it is clear that implementing a bakery company is viable for the city, as a certain affection for the Happy Donuts company was notable.

Keywords: Donuts; Entrepreneurship; Business plan; Feasibility.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1:Organograma	32
Figura 2:Análise SWOT	Error! Bookmark not defined.
Figura 3:Análise SWOT	39
Figura 4:Fluxograma	42
Figura 5: Logomarca	44
Figura 6:Kit Presente.....	45
Figura 7:Donuts especiais de Páscoa	45
Figura 8:Donuts especiais de natal	46
Figura 9:Promoção de Páscoa	47
Figura 10: Promoção de dia das mães.....	48
Figura 11:Promoção de dia dos namorados.....	48
Figura 12:Promoção de dia das crianças	48
Figura 13:Promoção de Natal.....	49
Figura 14:Cardápio pg 01 e 02.....	50
Figura 15:Cardápio pg 03 e 04.....	50
Figura 16:Layout - Planta Física.....	53

LISTA DE TABELAS E QUADROS

Tabela 1:Cargos e Salário.....	33
<i>Tabela 2:Recursos Físicos.....</i>	<i>51</i>
Tabela 3:Orçamento físico financeiro	52
Tabela 4:Custo dos Produtos Vendidos	55
Tabela 5:Custo dos Produtos Vendidos	55
Tabela 6:Volume e Valores de Vendas – Donuts.....	56
Tabela 7:Volume e Valores de Vendas - Bebidas	56
Tabela 8:Custos fixos	57
Tabela 9:Custos variáveis	58
Tabela 10: Capital Social (Investimento)	58
Tabela 11:Investimento Total	59
Tabela 12: Payback.....	59
Tabela 13: Pro-labore.....	59
Tabela 14: DRE	60

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas

HTTP Hiper Text Transfer Protocol

NBR Norma Brasileira Registrada

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 Objetivo geral	17
1.2 Objetivos Específicos:	17
2 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO	18
2.1 Dados da empresa.....	19
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	20
4 PLANO DE NEGÓCIO	22
5 MISSÃO, VISÃO E VALORES	23
6 DADOS DOS DIRIGENTES	24
7 FONTES DE RECEITA	26
8 NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS	27
9 CENÁRIO FUTURO PARA O MERCADO	29
10 RECURSOS HUMANOS	30
11 O SETOR E SUA ANÁLISE EM DETALHES	34
12 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA DIRETA E INDIRETA	35
13 ANÁLISE DOS FORNECEDORES	36
14 ANÁLISE DAS ENTIDADES REGULADORAS	37
14.1 Economia	37
14.2 Demografia	37
14.3 Tecnologia	38
14.4 Aspecto sócio-culturais.....	38
15 PLANO DE GESTÃO AMBIENTAL	39
15.1 Análise swot	39

16 PLANO ORGANIZACIONAL	40
16.1 Estratégia competitiva	40
16.2 Inovação	41
16.3 Competências organizacionais críticas a adquirir	41
16.4 Fluxograma	41
17 PLANO DE MARKETING	43
17.1 Descrição precisa do mercado alvo e estratégias	43
17.2 Logomarca do produto	43
17.3 Produto	44
17.4 Preço	46
17.5 Distribuição	46
17.6 Promoção e publicidade	47
17.7 Cronograma promocional	47
17.8 Cardápio	49
18 PLANO DE OPERAÇÕES	51
18.1 Recursos físicos	51
18.2 Orçamento físico financeiro	52
18.3 Layout – planta física	52
19 PLANO FINANCEIRO	54
19.1 Capital de giro	54
19.2 Custos dos produtos vendidos	54
19.3 Volume e valores de vendas	56
19.4 Custos e despesas fixas e variáveis	57
19.5 Capital social	58
19.6 Investimento Total	58
19.7 Demonstração do resultado do exercício - DRE	59

19.8 Considerações sobre o risco financeiro	Error! Bookmark not defined.
20 PLANO DE CONTINGÊNCIA	61
21 RESULTADOS	62
22 CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
REFERÊNCIAS	64
GLOSSÁRIO	66
APÊNDICE A – COLETA DE DADOS	67
APÊNDICE B- ANÁLISE DOS RESULTADOS	68

1 INTRODUÇÃO

O cenário econômico-financeiro tem demandado uma nova formulação de estratégias para a obtenção de vantagens competitivas por parte das organizações. Vantagens estas que é possível perceber por meio de pesquisas bibliográficas e análises de mercado.

Conceituada em 1776 por Adam Smith, a economia é a ciência que consiste na análise da produção, distribuição e consumo de bens e serviços. A economia é o que define o poder de um país, uma boa economia significa uma boa gestão de recursos e empresas que movimentam o capital da nação. A arte de criar uma empresa requer diversos estudos, testes, investimentos e principalmente planejamento, sendo necessário planejar cada minucioso detalhe antes de pensar em abrir uma, para assim prevenir possíveis problemas, dos mais diversos que existem.

Uma empresa surge com a identificação de um problema, assim os empresários trabalham intensamente para que esse ele seja solucionado da forma mais eficiente possível, considerando recursos naturais, financeiros e sociais.

Após identificar a problemática e promover uma solução, é necessário colocar a mão na massa. Estudar seu público e ver como se comportam no mercado e assim prosseguir com êxito a sua missão.

Ao andar pelas ruas de Teodoro Sampaio – SP é notório uma falta de produtos na área da confeitaria, mais precisamente as famosas massas da cultura americana, os Donuts. Cansados de sempre comerem os mesmos doces e não poder consumir coisas diferentes no mercado, os membros decidiram se unir para produzir eles mesmos os produtos que ansiavam, imaginando que outras pessoas também tinham esse desejo ousado de se arriscar a coisas novas.

De origem incerta, os famosos “donuts” surgiram através do termo inglês “doughnut”, que significa rosca frita em português.

As rosquinhas tiveram origem no século XVI, preparadas por padeiros holandeses e levadas para a América do Norte pelos colonos, porém há relatos que o suposto inventor da guloseima é Hanson Crockett Gregory, um marinheiro americano que viveu entre os períodos de 1832 até 1921. Gregory ensinou sua mãe a fazer um buraco no meio de um “dough” (pequeno bolo de massa de cereais, farinha e água), criação que a levou a fabricar o bolinho e ganhar rápida aceitação pela vizinhança.

Já no Brasil, os famosos donuts chegaram de forma mais recente, trazidos pela influência da cultura norte-americana por meio da globalização e expansão das redes de fast food internacionais que estão cada vez mais presentes no dia a dia da população.

Em termos de vendas das rosquinhas no Brasil, o estado de São Paulo provavelmente lidera esse mercado graças a sua população densa e diversificada, com gostos diversos e estilos de vida variados, incluindo donuts no café da manhã, em reuniões de trabalho ou confraternizações.

Como inspiração do projeto, considera-se a empresa Q!Donuts. Há pouco mais de dez anos que os amigos Guilherme Motta, de 35 anos, e Roberto Carneiro, de 42 fundaram uma sociedade em Indaiatuba (SP), cidade onde moram, e tiveram o insight de empreender no ramo. Hoje, são donos da 'Q!Donuts', rede com quatro lojas próprias, que faturou R\$ 3,8 milhões em 2022 e começou a expansão por franquias.

A importância econômica desse ramo está na geração de empregos e circulação da economia local, sem contar nos efeitos psicológicos positivos causados na população, com um sentimento de pertencimento e inclusão nas culturas alheias.

1.1 Objetivo geral

Verificar a viabilidade da abertura de uma empresa focada no ramo alimentício no setor de panificação e padaria, em Teodoro Sampaio-SP.

1.2 Objetivos Específicos:

- Analisar a viabilidade econômica do negócio;
- Demonstrar por meio de pesquisas os aspectos legais para a abertura da empresa;
- Preparar e aplicar uma pesquisa de mercado;
- Proporcionar um ambiente inovador no ramo alimentício.

2 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

A Happy Donuts não é uma empresa convencional, apesar do profissionalismo, nota-se grande flexibilidade às tendências do momento e interação com os clientes, tornando a venda de produtos algo mais especial. Quais produtos? Donuts! Há um imenso carinho na produção que se estende até a residência de quem comprou.

O negócio a ser implementado atua no ramo de alimentação, caracterizado com produtos de alta qualidade com personalização para períodos sazonais em diversas datas do ano.

A empresa é focada em satisfazer os desejos dos clientes através de personalizações e derivados de sabores.

O desejo do cliente é a razão da existência de uma organização. Tal que deve suprir essas necessidades, oferecendo produtos e serviços com a qualidade esperada pelo cliente e pelo mercado. (SELEME; STADLER 2008).

O empreendimento a ser implementado é inspirado nas empresas de médio porte de alimentos de primeira qualidade visando a melhor experiência para os consumidores. A localidade escolhida se encontra no centro da cidade de Teodoro Sampaio – SP, buscando uma maior visibilidade do negócio.

A localização continua sendo um fator crítico na competitividade porque a concentração de empresas em um dado território pode ocasionar vantagens competitivas. (PORTER, 1998).

É pretendido alcançar o gosto da população com as massas, trazendo um pouco mais da cultura do mundo para a cidade. Um local físico aconchegante e bonito, perfeito para encontros de família, amigos ou até possíveis romances.

Focando em implementar a cultura alimentícia de donuts para a região de Teodoro Sampaio – SP, inovando no mercado, localizando-se na avenida Cuiabá 1555.

2.1 Dados da empresa

- Nome: Happy Donuts
- Endereço: Avenida Cuiabá 1555
- E-mail: empresahappydonuts24@gmail.com
- Facebook: Happy Donuts
- Instagram: @happydonuts
- Telefone: (18) 99999-4444
- WhatsApp (18) 99999-4444

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Procedimentos metodológicos se referem a técnicas e estratégias utilizadas em uma pesquisa para alcançar os objetivos buscados de maneira eficaz. Eles descrevem como a pesquisa será realizada, quais métodos serão utilizados para coletar e analisar os dados e quais critérios serão aplicados para garantir a confiabilidade dos resultados. O método de pesquisa utilizado pela empresa 'Happy Donuts' foi a pesquisa quali-quantitativa, onde se utilizou da coleta de dados para garantir números exatos. Fazendo com que as respostas obtidas sejam objetivas e essenciais para o aperfeiçoamento da empresa, visando adaptá-la para melhor experiência do cliente.

Segundo o pensamento da autora Maria Cecília Minayo sobre pesquisa quali-quantitativa em seu livro publicado em 1993, onde a pesquisadora explora a flexibilidade e as vantagens de ambos os métodos, sendo possível obter uma análise mais completa sobre os dados obtidos. O método de pesquisa quali-quantitativa é a combinação de quantitativo e qualitativo e tem como objetivo generalizar os dados qualitativos ou aprofundar a compreensão dos dados quantitativos.

Segundo o autor Peter Drucker, "mais arriscado que mudar, é continuar fazendo a mesma coisa." Diante disso, compreende-se a importância da análise de dados relacionados à pesquisa de campo. Buscando inovação através dos resultados obtidos. Além do mais, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, que conforme esclarece Boccato (2006) tem como objetivo a resolução de um problema por meio de referenciais teóricos publicados.

As opiniões e os sentimentos do público-alvo que foram concluídas ao analisar os resultados são de jovens de 16 a 25 anos predominantemente do sexo feminino. Dito isso, a corporação visará a venda para famílias, pois isso fará que a expectativa de venda dobre, considerando que os pais irão adquirir produtos para consumo próprio e para os filhos. Tudo isso foi feito buscando conhecer melhor o mercado e o local onde o negócio vai ser implementado, no centro da cidade de Teodoro Sampaio (SP).

Segundo o autor Peter Drucker, escritor de obras como "O gestor eficaz" de 1966, e "A prática da gerência", 1954, "O que pode ser medido, pode ser

melhorado." Desta forma, compreende-se a importância da análise de dados e do poder de gestão em buscar resultados com retorno para aprimoramento do negócio.

A aplicação da pesquisa foi de forma online, disponível através de um link para o Google Forms capaz de ser acessado por qualquer aparelho digital com acesso à internet, entre os dias 16 e 20 de agosto de 2024. As respostas foram obtidas e registradas contribuindo positivamente para o negócio, sendo entrevistadas um total de 70 pessoas.

4 PLANO DE NEGÓCIO

O modelo do Plano de Negócios teve sua origem nos Estados Unidos como obrigação à captação de fundos de financiadores particulares, para melhor condução de um empreendimento. Tais recursos como: recurso de análise, estruturação e apresentação da viabilidade e da atratividade dos negócios de empresas, são amplamente trabalhados na estruturação de um Plano de Negócios.

O conceito apenas chegou no Brasil em 1960 passando a ser utilizado somente em 1970 por órgãos públicos, se popularizando pelos anos 2000 com a forte influência de empreendedores interessados em abrir seus próprios negócios.

Assim como dito uma vez por Scott Belsky (co-fundador da empresa Behance) “Não é sobre ideias. É sobre fazer as ideias acontecerem”. Tudo precisa de um ponto de partida, no qual só pode alcançar o sucesso por meio do esforço

Tal necessidade se tornou vitalícia para formulação deste Plano de Negócio dentro da Happy Donuts. Pois por concordância majoritária, a empresa deve estar bem estruturada financeiramente de forma inteligente.

5 MISSÃO, VISÃO E VALORES

São os elementos que indicam qual caminho a empresa vai seguir. Eles orientam estratégias, decisões e a cultura empresarial adotada, além de serem importantes para a comunicação com clientes, funcionários, investidores e parceiros.

A missão define o porquê a empresa existe, a visão onde a empresa quer chegar e os valores são os princípios e crenças que guiam o comportamento da corporação.

5.1 Missão:

Proporcionar originalidade, novos sabores e novas experiências para o público

.

5.2 Visão

Ser referência na produção de donuts no mercado alimentício de Teodoro Sampaio – SP e região.

5.3 Valores

Qualidade, inovação, conexão com o cliente e originalidade.

.

6 DADOS DOS DIRIGENTES

BIANCA MARQUES

Solteira, Brasileira.

Formação: Etec Professora Nair Luccas Ribeiro

Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: Gerente de produção

GABRIEL EMMERICH

Solteiro, Brasileiro.

Formação: Etec Professora Nair Luccas Ribeiro

Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: CEO

HENRIQUE GUIMARÃES

Solteiro, Brasileiro.

Formação: Etec Professora Nair Luccas Ribeiro

Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: Entregador

INGRID RAIANE

Solteira, Brasileira.

Formação: Etec Professora Nair Luccas Ribeiro

Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: Analista de Produção

JOÃO VITOR

Solteiro, Brasileiro.

Formação: Etec Nair Luccas Ribeiro

Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: Entregador

MARCOS VINICIUS

Solteiro, Brasileiro.

Formação: Etec Professora Nair Luccas Ribeiro

Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: Analista de Marketing

MARIANI FRANÇA

Solteira, Brasileira.

Formação: Etec Professora Nair Luccas Ribeiro

Técnico em Administração e agroindústria pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: Confeiteira

RAFAEL HENRIQUE

Solteiro, Brasileiro.

Formação: Etec Professora Nair Luccas Ribeiro

Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: Gerente de Marketing

RENATA ANTUNES

Solteira, Brasileira.

Formação: Etec Professora Nair Luccas Ribeiro

Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: Gerente de RH

7 FONTES DE RECEITA

Fontes de receita são as diferentes formas pela qual uma empresa gera fluxo de caixa, a forma pela qual a empresa gera patrimônio, seja elas por venda e de produtos, prestações de serviço, publicidade e patrocínio, comissões, taxas de transação, franquias, investimentos e parcerias estratégicas.

A importância de ter mais de uma fonte de receita se encontra em reduzir a dependência de uma única fonte, a diversidade de fontes de receita permite a segurança ao lidar com imprevistos e alcançar metas com maior facilidade.

Para Gitman (2010):

A meta da empresa é estender o prazo de pagamento ao máximo, sem prejudicar seu rating de crédito. Isso significa que as contas devem ser pagas no último dia possível, dados os termos de crédito anunciado pelo fornecedor. Por exemplo, se os termos forem líquidos 30, a conta deve ser paga 30 dias após o início do período de crédito, que costuma ser a data final da fatura ou o final do mês em que ocorreu a compra. ” (GITMAN, 2010, p. 583).

A empresa ‘Happy Donuts’ situada no município de Teodoro Sampaio – SP e microrregião, utiliza como fonte de receita seus produtos comercializados, donuts tradicionais e com diversos recheios, cafés, sucos e refrigerantes.

8 NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS

A empresa identifica as necessidades a serem atendidas e fará uma gestão voltada à valorização da experiência única e personalizada. Assim, a Happy Donuts atenderá às seguintes necessidades :

Atendimento de qualidade: Percebe-se que a maioria das confeitarias encontradas na cidade sofrem por não atenderem todas as expectativas dos consumidores. A qualidade, além de ser um requisito exigido de forma constante pelos clientes, é essencial para manter e preservar a boa imagem da corporação. Sabendo disso, houve um consenso entre os integrantes da equipe que compartilhavam da opinião de encontrar uma oportunidade de implantar uma confeitaria que ofereça qualidade e bom atendimento aos consumidores.

No atual cenário econômico de Teodoro Sampaio – SP não há nenhuma empresa do segmento que ofereça um ambiente diferenciado que se destaque da maioria. Após os dirigentes discutirem maneiras de como poderiam se diferenciar da concorrência, acabou ocorrendo uma adesão à ideia de que seria possível incluir um ambiente diferente e inovador que oferece experiências incríveis para os futuros consumidores.

Cientes satisfeitos repetem suas compras e falam aos outros sobre suas boas experiências com o produto e serviço prestado pela empresa, a chave é equilibrar as expectativas do cliente com o desempenho da empresa. As empresas inteligentes têm como meta encantar os clientes, prometendo somente o que podem oferecer e depois oferecendo mais que os prometeram (KOTLER; KELLER, 2012).

A satisfação do cliente é vital para o sucesso das empresas. Ao equilibrar as expectativas com o que realmente oferecem e superar essas expectativas, as empresas não só fidelizam os clientes, mas também os transformam em promotores da marca. Encantar o cliente deve ser uma prioridade para se destacar no mercado.

Neste sentido, a Happy Donuts entende que os consumidores buscam não apenas o consumo de produtos, mas uma vivência, ou seja, uma experiência

memorável por meio de um ambiente aconchegante e um atendimento de excelência.

9 CENÁRIO FUTURO PARA O MERCADO

A introdução de refeições rápidas ganha mais espaço no cenário brasileiro a cada dia que passa, o que acaba abrindo portas para franquias que oferecem alimentos leves e balanceados. As exigências da vida moderna e as longas jornadas de trabalho têm estimulado o brasileiro a tornar-se um adepto da alimentação rápida.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostra um avanço de 50% no faturamento de empresas do setor de alimentação entre 2007 e 2010 – trata-se do maior aumento entre todas as atividades de serviços que atendem prioritariamente às famílias.

Dados destacados pelo portal Contabilizei, demonstram que 2022 e 2023, foram anos promissores neste mercado no contexto brasileiro, com grandes perspectivas para os anos futuros, pois o ramo de alimentação hoje cresce três vezes mais que o PIB nacional. O mercado aponta que as redes de comidas rápidas são as que mais continuarão a crescer. Outra tendência que se evidencia atualmente é a busca pela alimentação equilibrada. Segundo informações divulgadas no site do SEBRAE, a busca por estes produtos aumentou 82% no Brasil.

10 RECURSOS HUMANOS

A empresa enxerga a gestão de Recursos Humanos (RH) como uma área administrativa muito importante da organização, que ajuda a melhorar a eficiência dos afazeres de seus colaboradores. A importância do RH vai além da simples gestão de pessoal; ele desempenha um papel crucial na melhoria da eficiência e do engajamento dos colaboradores.

Através de processos como recrutamento e seleção, treinamento e desenvolvimento, avaliação de desempenho e gestão de benefícios, o RH contribui para criar uma cultura organizacional que valoriza as pessoas.

Para Peter Drucker, a gestão é fazer as coisas da maneira certa; a liderança é fazer as coisas certas. Sendo assim, o trabalho deve ser exercido de forma que assim sendo correta incentive a equipe a continuar seu serviço dentro da empresa.

10.1 Recrutamento e seleção

Segundo Chiavenato, (2009) o recrutamento interno pode envolver transferência de pessoal de uma posição para outra, promoção de um nível para o outro, transferências com promoções de pessoal, programas de desenvolvimento pessoal e planos de carreira de pessoal. Para Rocha, (1997) o recrutamento externo refere-se quando a organização procura preencher suas vagas com candidatos externos atraídos pelas técnicas de recrutamento.

O recrutamento da Happy Donuts será misto, ou seja, aplica-se tanto o recrutamento interno, quanto o externo. Observamos e analisamos o desempenho profissional dos colaboradores para que seja possível a promoção de cargos, ao mesmo tempo em que se oferecerá especializações na área em que atuam. No recrutamento externo, a empresa contratará profissionais das áreas de marketing e entrega, ou de acordo com as necessidades identificadas pela empresa.

10.2 Treinamento e desenvolvimento

Segundo Chiavenato (2006, p. 87), cabe à empresa determinar quais as melhores formas de preencher as vagas existentes em sua empresa e utilizar o tipo de recrutamento mais adequado para cada situação.

O objetivo dessa análise é ampliar a busca pelos profissionais que mais se encaixam a uma vaga, possibilitando decisões corretas e promovendo a transição de carreira dos colaboradores. Em geral, os candidatos costumam ser avaliados sob os mesmos termos e critérios.

O recrutamento será personalizado conforme os cargos: Gerente de marketing, gerente de produção, gerente de recursos humanos, analista de marketing, analista de produção, entregadores, confeitiro. Ao recrutar um confeitiro, serão solicitadas as seguintes habilidades e competências: Apresentar um produto bonito para os clientes “comerem com os olhos”, e um sabor delicioso, destacando as qualidades individuais de cada cobertura. Em seu cotidiano, deve estar atento às normas de higiene, segurança, quantidade de ingredientes, operação de máquinas e boas práticas de relacionamento com outros colegas de profissão.

10.3 Avaliação de desempenho

A avaliação de desempenho é uma parte fundamental para garantir que os funcionários continuem a crescer, melhorar suas habilidades e alinhar-se aos objetivos da empresa. Os objetivos da avaliação de desempenho são medir a eficácia do treinamento e o desenvolvimento contínuo; identificar pontos fortes e áreas que precisam de melhorias; definir metas de desenvolvimento para cada funcionário.

Quanto aos critérios de avaliação, podem variar de acordo com a função do colaborador (cozinha, atendimento ao cliente, vendas e etc.). Na Happy Donuts todos os meses serão feitas reuniões de feedback, uma reunião individual com cada funcionário para discutir os resultados da avaliação; fornece feedback claro e construtivo e focado em soluções; e sempre incentivar o funcionário a compartilhar suas próprias percepções e sugestões para seu desenvolvimento.

10.4 Organograma

Dentro de uma empresa faz-se necessário uma identificação que determine o cargo de cada empregado, fazendo com que seja possível conhecer quem atua e em que área atua na empresa. Um dos métodos mais utilizados de identificação no setor empresarial, é o organograma.

Figura 1: Organograma



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

O organograma apresentado na figura 1 foi estruturado, de acordo com as competências e habilidades de cada sócio, buscando eficiência e agilidade nos processos administrativos e operacionais da empresa.

10.5 Cargos e salários

Segundo Paschoal (2001, p. 11), O salário se origina basicamente do valor do cargo e, dentro dele, as eventuais variações têm origem, de um lado, nas qualificações e, de outro, na performance dos seus ocupantes, de acordo com a política salarial da organização.

Há uma variação no valor do salário em certas atribuições, como a diferença de valores entre o CEO e o entregador. Com o resultado da pesquisa realizada houve a elaboração de uma tabela para melhor visualização das remunerações. Considerou-se as responsabilidades dos cargos e média salarial no Estado de São Paulo.

Tabela 1: Cargos e Salário

Quantidade/ Cargos	Salario ou Pró-labore	Total
1 CEO	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
1 Gerente de Marketing	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00
1 Confeiteira	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
1 Gerente de produção	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00
1 Analista de produção	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00
1 Gerente de recursos humanos	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00
1 Analista de marketing	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00
1 Entregador	R\$ 1.450,00	R\$ 2.900,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

10.6 Plano motivacional

A empresa Happy Donuts tem como prioridade promover um excelente ambiente de trabalho para seus colaboradores. São efetuadas práticas para aumento da motivação do ambiente de trabalho como programas de reconhecimento de funcionários, celebração de aniversários de colaboradores, prêmios por metas alcançadas e certificados de reconhecimento.

10.7 Estilo de liderança

O estilo de liderança que a 'Happy Donuts' vai adquirir é a democrática, que visa conhecer os interesses dos líderes e colaboradores para que a empresa possa prosperar. Diante disso, serão avaliados os feedbacks de todos que integram a corporação, seguida da realização de uma reunião entre líderes onde serão analisadas todas as vertentes apontadas, buscando tomar uma decisão que favoreça a maioria dos funcionários junto com a satisfação dos clientes, desde que a organização reconheça a eficiência e a viabilidade das ações propostas.

Segundo Chiavenato (1999), a liderança é uma influência pessoal, exercida em uma situação e dirigida através do processo de comunicação, para se alcançar um objetivo específico ou objetivos, assim, a gestão da Happy Donuts reconhece que a liderança é fundamental para o bom funcionamento e eficiência da organização.

11 O SETOR E SUA ANÁLISE EM DETALHES

Segundo o relatório “Infográfico Confeitarias Gourmet” (Sebrae/SC, ano 2021), o Brasil tem pouco mais de 233 mil empresas no ramo de padarias e confeitarias, sendo que desse total, cerca de 90% são estabelecimentos formados por microempreendedores individuais e empresas de micro e pequeno porte.

Segundo a Associação Brasileira de Panificação e Confeitaria (Abip), há 15 anos o mercado de panificação e confeitaria só tem saldos positivos e movimentou bilhões de reais. Somente em 2021, o mercado faturou R\$105,85 bilhões no Brasil, um crescimento de 15,3% em relação a 2020.

A previsão geral para o mercado de confeitaria é de uma taxa de crescimento anual composto de 3,45% durante o período de 2021 - 2026, segundo dados do site Mordor Intelligence.

No cenário dinâmico dos negócios, compreender as tendências de mercado que influenciam o comportamento do consumidor em 2024 é mais do que uma vantagem competitiva - é uma necessidade para a sobrevivência dos pequenos negócios.

Neste contexto, a empresa ‘Happy Donuts’ situada na localidade do município de Teodoro Sampaio - SP, cada vez mais necessita de soluções rápidas e práticas à disposição para facilitar na resolução de problemas encontrados no cotidiano, como a alta demanda de pedidos e problemas com a logística de distribuição. Soluções essas que ajudarão a zelar pelas necessidades dos consumidores. A Happy Donuts adotará estratégias para oferecer o serviço de delivery através de aplicativos, buscando uma rede especializada em entregas de comida, facilitando assim o acesso dos consumidores aos seus produtos de forma eficiente e ágil.

12 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA DIRETA E INDIRETA

Concorrência pode ser descrita como competição entre empresas tanto de forma direta competindo pelo mesmo segmento ou indireta que concorrem em segmentos diferentes, porém com o mesmo público-alvo.

Segundo Chiavenato (2014), a concorrência pode ser classificada em concorrência direta e concorrência indireta. A concorrência direta ocorre quando empresas oferecem produtos ou serviços similares, disputando os mesmos clientes. Já a concorrência indireta envolve empresas que não oferecem os mesmos produtos ou serviços, mas que atendem a uma necessidade semelhante do consumidor, podendo afetar o comportamento de compra e a demanda de mercado.

Muito vista de forma negativa, a concorrência é fundamental para o crescimento do mercado econômico dentro da cidade, pois com a concorrência é preciso desenvolver melhorias constantes de estratégias competitivas.

Dentro da cidade de Teodoro Sampaio - SP por conta da onda de popularidade que vem crescendo em torno dos donuts, as padarias de mercados como o Triunfo, vem produzindo cada vez mais donuts a um baixo preço, tornando-se um concorrente direto para a Happy Donuts.

O Sabor e Suco é uma empresa que está competindo indiretamente com nosso negócio, já que está no mercado há muito tempo, com uma clientela já formada, com uma boa localização no centro da cidade onde há maior fluxo de pessoas e comércio. Os produtos apresentam boa qualidade, grande variedade e um ambiente confortável, podendo trazer a Happy Donuts certa dificuldade em se inserir no mercado.

“Se você conhece o inimigo como a si mesmo, não precisa temer o resultado de cem batalhas. Se você se conhece, mas não conhece o inimigo, para cada vitória ganha sofrerá também uma derrota. Se você não conhece nem o inimigo nem a si mesmo, perderá todas as batalhas.” (Tzu, Sun, 1981 apud Hooley, Sanuders; 1996, p. 163)

A empresa Happy Donuts tem potencial para ser superior a esses empreendimentos, com qualidade do produto, ambiente diversificado e em trazer novas experiências para a população de Teodoro Sampaio.

13 ANÁLISE DOS FORNECEDORES

A empresa Happy Donuts contará com um sistema de cadastro de fornecedores com o objetivo de obter informações sobre as empresas qualificadas para o fornecimento de bens que estão instaladas no Brasil, como materiais, produtos e serviços para a empresa.

Os cadastros serão mantidos sempre atualizados para obtenção de informações a cada tempo e hora. Nesses cadastros irão conter dados e critérios importantes como: Confiabilidade, serviços pós-venda, habilidades técnicas e capacidade de produção.

Quanto aos fornecedores de matéria prima serão escolhidos de acordo com o padrão de qualidade oferecido para o público, assim, será possível oferecer a melhor experiência de produção e distribuição. Para fornecer matéria prima para a produção de donuts a equipe buscou por atacadistas da região de Presidente Prudente - SP e de Maringá - PR para melhor atender as demandas com preços mais acessíveis.

A avaliação de fornecedores é um processo contínuo no qual o desempenho do fornecedor pode ser avaliado através de diversos esquemas sistemáticos, seguindo um roteiro confeccionado dentro da realidade de cada empresa. (Baily et al.,2000).

Assim, três fornecedores serão analisados para garantir o melhor valor, qualidade e o tempo de entrega, ou será realizada a compra direta, como em mercados, por exemplo, para garantir um melhor funcionamento da “Happy Donuts”.

14 ANÁLISE DAS ENTIDADES REGULADORAS

Ao falar de análise das entidades reguladoras, se fala do ato de reunir dados e realizar uma análise a respeito dos órgãos ou agências responsáveis por regulamentar, controlar e fiscalizar a aplicação dos serviços públicos transferidos para o setor privado por meio de permissões.

No caso da Happy donuts a entidade que a regula é a ANVISA, Agência nacional de vigilância sanitária, pois a empresa é do ramo alimentício e ela é fiscalizada para não haver nenhum problema com ingredientes inapropriados para seus produtos, falta de higiene, etc. A nível Municipal, a empresa atenderá as especificações administrativas por parte da Prefeitura Municipal e as exigências do departamento da Vigilância Sanitária.

14.1 Economia

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2021, o PIB per capita da região era de R\$ 26.801,81. Em comparação com outros municípios do estado, encontrava-se na colocação 427º de 645 entre os municípios do estado e na 2427º de 5570 entre todos os municípios. Em 2023, o percentual de receitas externas era de 88,05%, o que o colocava na posição 137º de 645 entre os municípios do estado e na 2442º de 5570º.

O total de receitas realizadas no mesmo ano foi de R\$131.593.656,79 e o total de despesas empenhadas foi de R\$ 129.785.942,30. Isso deixa o município nas posições 243º e 238º de 645 entre os municípios do estado e na 1397º e 1347º de 5570 entre todos os municípios. Além disso, a economia do município de Teodoro Sampaio gira em torno principalmente do agronegócio, dos produtores rurais e do comércio.

14.2 Demografia

Segundo IBGE Teodoro Sampaio, o maior município Paulista em área territorial com 2.752 km². De acordo com as pesquisas de campo, a cada 70 pessoas apenas 4 não iriam à 'Happy Donuts'. Apesar de ser difícil a mudança de

cultura de um povo, o negócio teve uma boa aceitação pelo nosso público-alvo, por serem jovens e adultos.

14.3 Tecnologia

A 'Happy Donuts' pretende inovar no processamento de pedidos se adequando às necessidades do mercado em que está inserida.. A empresa investirá em sistemas de gestão integrados para aumentar a eficiência do controle de caixa, estoque e pedidos. Fará uso das redes sociais como principal recurso para encomendas e entregas, possibilitando a massificação do acesso aos produtos de forma mais rápida e fácil para os consumidores finais

A conforto e a segurança do cliente é de suma importância para os colaboradores da 'Happy Donuts'. Entregaremos sistemas ágeis de pagamento como o PIX (responsável pela transferência entre bancos de forma online, rápida e segura) que é fortemente utilizado atualmente, além de empregar a comunicação possibilitando uma via de mão única mais rápida e segura para o pagamento do produto. Além do pix, sistemas de cartões no crédito e débito facilitando o atendimento ao cliente.

14.4 Aspecto sócio-culturais

A cidade de Teodoro Sampaio é diversa em seus aspectos sócio-culturais. Observa-se nos estabelecimentos da cidade culturas simples, assim como culturas mais modernas e sofisticadas.

Pesquisas realizadas pela equipe demonstram que a cidade comporta uma empresa moderna com foco em atendimento personalizado e experiência única.

O principal motivo que influencia a ida de pessoas para a empresa, com certeza está relacionado a qualidade dos produtos e local aconchegante. Com o marketing voltado para o público jovem desde a divulgação, design e o próprio mercado em que a empresa está inserida, os jovens e adultos tendem a buscar o sabor e a autenticidade de consumir uma rosquinha produzida pela 'Happy Donuts'.

15 PLANO DE GESTÃO AMBIENTAL

O PGA (Plano de gestão ambiental) envolve várias etapas, incluindo Avaliação de Impacto Ambiental (AIA) e a busca e estudo dos efeitos no meio ambiente que uma ação pode ter. Vigiar e verificar sempre os efeitos do meio ambiente e se as ações feitas são boas. A Happy Donuts, um comércio do setor alimentício, usa práticas sustentáveis para reduzir seu efeito no meio ambiente.

Aqui estão alguns pontos essenciais do plano de gestão ambiental: eliminar o desperdício de alimentos, utilizar embalagens sustentáveis e incentivar a conscientização ambiental .

15.1 Análise swot

Análise SWOT são pontos positivos e negativos de uma empresa e é uma estratégia muito utilizada para identificar pontos fortes e fracos de um negócio e suas oportunidades. Segundo Philip Kotler "a análise SWOT ajuda as empresas a identificar forças internas, fraquezas internas, oportunidades externas e ameaças externas". Esse entendimento é crucial para formular estratégias eficazes e competitivas.

Figura 2:Análise SWOT

	FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
FATORES INTERNOS	FORÇAS Mercado inovador Networking Qualidade Cuidado com os clientes	FRAQUEZAS Baixo orçamento - Funcionários Pouco estoque Equipamentos
	OPORTUNIDADES Pouca concorrência Clientes fiéis Investimento Franquias	AMEAÇAS Baixa adesão Baixas vendas Novas empresas Impostos e contas

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A ideia é transformar ao longo do tempo, as fraquezas em forças e as ameaças em oportunidades. A Happy Donuts reconhece a necessidade de fortalecer fatores estratégicos ao longo da produção e venda de Donuts.

16 PLANO ORGANIZACIONAL

Um plano organizacional dentro de uma empresa funciona como um roteiro funcional, onde é definido os objetivos da empresa reconhecendo os recursos necessários. Na 'Happy Donuts' não é diferente. A empresa possui um plano organizacional que visa a obtenção destes objetivos, alcançando os resultados e contribuindo para o desenvolvimento.

16.1 Estratégia competitiva

Para manter a competitividade, a Happy Donuts adiciona várias abordagens estratégicas. A primeira é o investimento em inovação. Inovar nas pesquisas realizadas auxilia no desenvolvimento de novos sabores e produtos aprimorados com base no feedback dos consumidores com um preço acessível e compatível com o mercado para que a empresa permaneça em alta no mercado.

Outra estratégia escolhida foi abordar o marketing de forma eficiente, pois este é o segundo ponto-chave. Por meio de campanhas publicitárias eficazes é de se esperar uma certa atenção no ambiente digital por meio de redes sociais e possíveis parcerias com influenciadores, mantendo uma comunicação clara sobre os valores acessíveis da marca, incluindo sustentabilidade e qualidade.

A terceira abordagem passa por garantir uma infraestrutura de comércio físico adorável. A estratégia se concentra na diferenciação dos produtos, valorização da experiência dos clientes e infraestrutura e preços acessíveis com ótimos marketings.

Para Mintzberg e Quinn (2001), a estratégia é o padrão ou plano de decisões que integra os principais objetivos da organização, produz as principais políticas e planos para a obtenção desses objetivos e define a escala de negócios em que a empresa deve se envolver, o tipo de organização econômica e humana que pretende ser e a natureza da contribuição econômica e não econômica que aspira proporcionar aos seus acionistas, aos seus colaboradores e à sociedade.

16.2 Inovação

Inovação significa novas ideias, produtos ou processos que levam a melhorias substanciais. É essencial para a competitividade no setor alimentício, uma vez que facilita a capacidade das empresas de responder rapidamente a alterações nas preferências do consumidor e aumentar a vantagem competitiva. A inovação aprimora a eficiência operacional, reduzindo custos e aumentando a satisfação do cliente, fatores que promovem o crescimento sustentado. Como tal, a 'Happy Donuts' vai investir na inovação com novos sabores de donuts apoiados em produtos locais e sazonais, e embalagens biodegradáveis.

Adicionalmente, a empresa explora estratégias que permitam o pedido personalizado, o que resultará em experiências de compras únicas. Essa inovação proporcionará à marca um novo "sabor" de diferenciação visto que cumpre as tendências emergentes crescentes, se mantendo competitivamente.

16.3 Competências organizacionais críticas a adquirir

Em qualquer empresa as competências organizacionais críticas são essenciais para o sucesso e a sustentabilidade do negócio. A habilidade analítica é fundamental para otimizar processos e tomar decisões precisas com base em dados e informações. É muito importante pois assim analisando o mercado e se adaptar a ele torna o negócio dentro da competitividade.

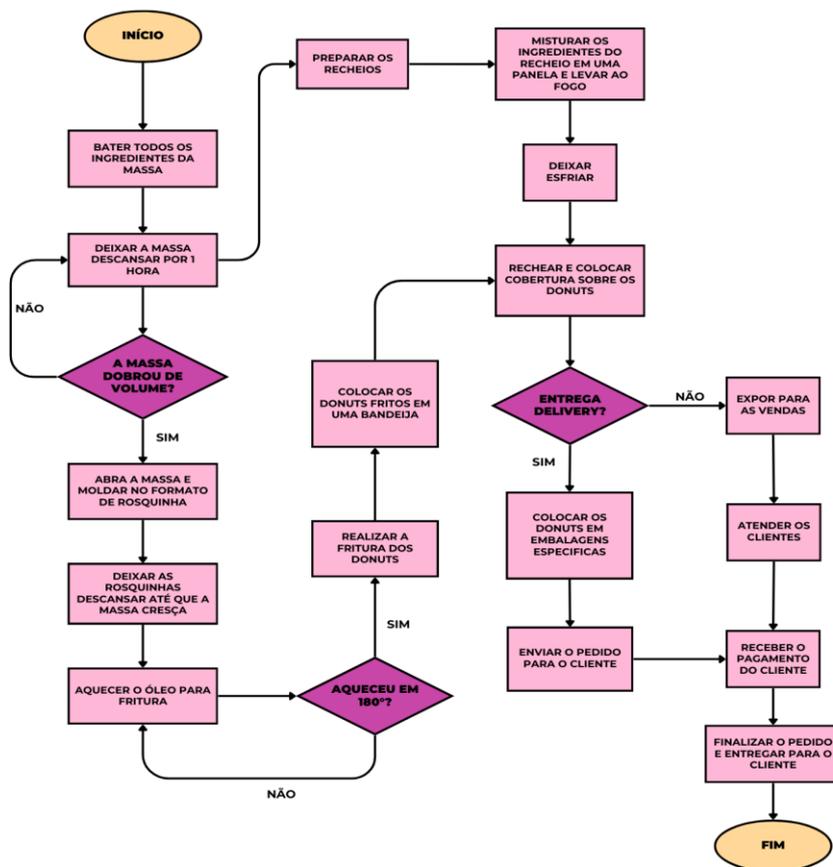
Neste sentido, a organização tem como competências críticas adquirir experiência no mercado; capacidade analítica de identificar riscos e oportunidades e foco no atendimento ao cliente.

16.4 Fluxograma

Segundo Oliveira (1998) o fluxograma é a representação gráfica que apresenta a sequência de um trabalho de forma analítica, caracterizando as operações. É essencial para a visualização dos processos da empresa, facilitando a comunicação e o entendimento entre a equipe, tornando o fluxo de trabalho mais eficiente por meio da identificação de erros e de oportunidades de melhoria.

Na figura 3 apresenta-se o fluxograma da empresa Happy Donuts que baseia-se no processo produtivo dos donuts, desde a preparação da massa até chegar às mãos do cliente.

Figura 3: Fluxograma



Fonte:Elaborado pelos autores (2024)

17 PLANO DE MARKETING

Com base na análise SWOT realizada anteriormente, foi possível perceber os pontos fortes e fracos da organização e isso impacta diretamente no plano de marketing. Um mercado inovador, produtos de qualidade e cuidado com os clientes será indispensável para a realização do planejamento e implementação prática. As fraquezas também são importantes para saber onde melhorar e como gerir melhor o financeiro da empresa.

Para uma boa estratégia de marketing é necessário definir objetivos mensuráveis e ir aos poucos aumentando as metas, dividindo como objetivo geral e objetivo específico.

Também haverá Slogans para campanhas publicitárias, como “Para cada ‘Puts’ vai um donuts” e uma identidade visual consistente, com cores alegres e vibrantes, remetendo as sensações boas que ocorrem ao consumir os produtos.

17.1 Descrição precisa do mercado alvo e estratégias

De acordo com a pesquisa de mercado realizada, a empresa busca atingir um público mais jovem com ênfase no público feminino entre a faixa etária de 15 a 20 anos, com foco na classe média que está disposta a vivenciar novas experiências, principalmente no ramo de confeitaria.

Além da primeira faixa etária identificada na pesquisa, a empresa buscará atender famílias e grupos sociais que buscam um ambiente inovador e aconchegante para socializar e degustar produtos de qualidade.

Uma das principais estratégias da empresa será analisar o que está em alta na cidade, na região e no mundo, transformando isso em propagandas de autopromoção. Haverá também Flyers de tema mais leve, com um toque de humor, caprichando no esquema de cores e selecionando imagens de alta resolução.

Nos perfis das redes sociais também estarão presentes os vídeos, mostrando um pouco do dia a dia e informações promocionais.

17.2 Logomarca do produto

Toda empresa possui sua identidade. É através da logomarca que o cliente olhará, e saberá do que se trata. Segundo Philip Kotler (1998) "a logomarca é o rosto da empresa, e uma boa identidade visual é essencial para comunicar os valores da marca e criar uma conexão emocional com os clientes."

Figura 4: Logomarca



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Assim, a logomarca foi pensada e desenvolvida para gerar conexão emocional com os clientes, por meio de cores vivas e alegres.

17.3 Produto

Kotler (1998) enfatiza que normalmente o marketing é visto como a tarefa de criar, promover e fornecer bens e serviços a clientes, nessa dimensão, cabe a corporação produzir uma variedade de sabores (clássicos, recheados, salgados); opções sazonais (páscoa, halloween, natal) utilizando de um design único e personalizado com foco em atender todas necessidades dos consumidores.

Para Kotler e Armstrong (2007), produto é "algo que pode ser oferecido a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e para satisfazer um desejo ou uma necessidade".

Apresenta-se nas figuras a seguir alguns produtos similares aos da empresa Happy Donuts:

Figura 5:Kit Presente



Fonte: Donuts França

A figura representa o Kit presente para o dia dos namorados com três Donuts de sabores “Chocolate ao leite e chocolate branco”

Figura 6:Donuts especiais de Páscoa



Fonte: Donuts França

A figura acima representa Donuts tematizados de páscoa de sabor “Chocolate ao leite e chocolate branco” com cascas de chocolate em formato de ovo, cenouras e ovos feitos de pasta americana.

Figura 7: Donuts especiais de natal



Fonte: Donuts França

A figura representa Donuts tematizados de natal de sabor “Chocolate ao leite e chocolate branco” com coberturas com base em figuras natalinas, como o boneco de neve, por exemplo.

17.4 Preço

Las Casas (2006) descreve que “o preço ajuda a dar valor às coisas e representa uma troca pelo esforço feito pela empresa vendedora através da alocação de recursos, capital e mão-de-obra dos produtos comercializados”. Essa ferramenta também é conceituada por Kotler e Armstrong (2007) como sendo “a quantia em dinheiro que se cobra por um produto ou serviço, é a soma de todos os valores que os consumidores trocam pelos benefícios de obter ou utilizar um produto ou serviço”.

Os preços foram elaborados levando em conta o que a empresa busca causar ao cliente: Novas experiências e sensações com produtos de alta qualidade. Embalagem chamativa com cores vibrantes utilizando o logo da empresa, alta higiene na produção e infraestrutura confortável para o cliente.

17.5 Distribuição

Localização estratégica no centro da cidade, perto de pontos que contém alta concentração de pessoas. Os clientes que entrarem na loja irão escolher o produto que desejam consumir. Irá ser avaliado se o cliente consumirá o produto no estabelecimento ou levará para viagem. Se optar por consumir no local os produtos serão servidos em pratos personalizados, caso deseje levar para viagem serão

colocados na embalagem de delivery. Venda online por meio de aplicativos, como o “Aiqfome” com entrega em domicílio.

Kotler e Armstrong (2007) definem como “um conjunto de organizações interdependentes envolvidas no processo de oferecimento de um produto ou serviço para uso ou consumo de um consumidor final ou usuário empresarial”.

17.6 Promoção e publicidade

Para Kotler e Armstrong (2007) o marketing moderno exige mais do que apenas desenvolver um bom produto, colocar um preço competitivo e à disposição dos clientes. Dito isso, haverá a criação de perfis nas redes sociais (Instagram, Tik tok) e a realização de publicações diárias para engajar e aumentar o alcance dos produtos; promoção de inauguração da loja física com desconto nos produtos e brindes para quem comparecer; participar de eventos locais, como feiras de comida e festivais, como por exemplo, vender donuts no rodeio.

17.7 Cronograma promocional

O cronograma promocional, busca promover o produto através de datas festivas e comemorações. Na maior parte das vezes, este cronograma gera engajamento nas mídias sociais e atrai leads (clientes). Segundo Philip Kotler (1998) "um cronograma promocional eficaz é aquele que alinha o timing das campanhas com os períodos de maior interesse do consumidor.

A promoção no momento certo pode amplificar o impacto e maximizar o retorno sobre o investimento.



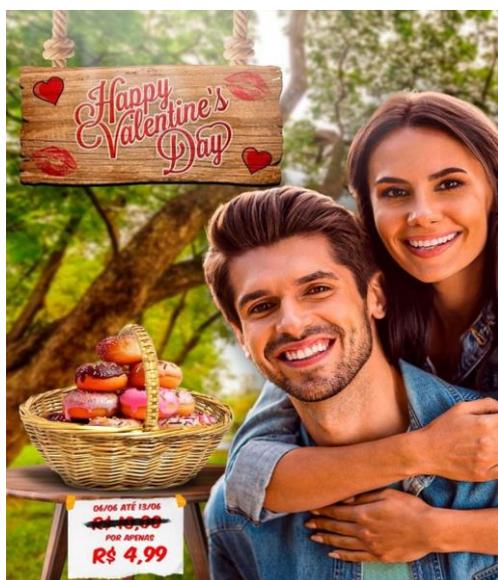
Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Figura 9: Promoção de dia das mães



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Figura 10: Promoção de dia dos namorados



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Figura 11: Promoção de dia das crianças



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Figura 12: Promoção de Natal



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

17.8 Cardápio

O cardápio é uma ferramenta que disponibiliza ao cliente todas as opções que, ao seu gosto, estão disponíveis para compra dentro daquilo que é proposto pela loja. Segundo Philip Kotler o cardápio é um elemento essencial da experiência do consumidor. Ele não só informa o cliente sobre as opções disponíveis, mas também deve cativá-lo, destacando o diferencial dos produtos oferecidos.

Figura 13: Cardápio pg 01 e 02

BEBIDAS		BEBIDAS		CLÁSSICOS		ESPECIAIS	
Café Gourmet Expresso padrão - 240ml	RS5,18	Água mineral - Sem gás Garrafa - 500ml	RS1,99	Homer Simpson Cobertura de Fondant rosa com confeitos	RS1,41	Nutella Cobertura de creme de avelã	RS1,34
Café org. - Caramelo Expresso padrão - 240ml	RS4,70	Água mineral - Com gás Garrafa - 500ml	RS1,99	Chocolate Cobertura de chocolate com confeitos	RS0,74	Cookies and cream Cobertura de chocolate branco com biscoitos	RS1,84
Café org. - Choco. Trufado Expresso padrão - 240ml	RS4,70	Suco de laranja 1 Litro	RS8,45	Açúcar e canela Cobertura de açúcar com canela	RS1,17	Ovomaltine Cobertura de ovomaltine com pedaços	RS1,28
Leite integral Copo - 240ml	RS0,70	Suco de abacaxi 1 Litro	RS9,99	Confete Cobertura de açúcar com confetes	RS0,66	Prestígio Cobertura de leite condensado com coco	RS6,29
Leite l. - 0 Lactose Copo - 240ml	RS0,70	Suco de maracujá 1 Litro	RS9,99	Bem casado Cobertura de doce de leite com açúcar	RS0,66	Kib Kat Cobertura chocolate com pedaços de KibKat	RS4,86
Leite de soja Copo - 240ml	RS0,80	Coca - Cola Lata - 250ml; Garrafa - 2 Litros	RS3,99. RS10,99	Dois amores Cobertura de chocolate e chocolate branco	RS2,35	Duo Recheio de chocolate e chocolate branco	RS8,13
Fanta Lata - 250ml Garrafa - 2 Litros	RS3,99. RS8,99	Sprite Lata - 250ml; Garrafa - 2 Litros	RS3,99. RS10,99	Sensação Cobertura de chocolate com geleia de morango	RS2,35	Creme de avelã com ninho Cobertura de creme de avelã e leite em pó	RS1,79
				Glaciado Cobertura de glacê	RS0,95		

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Figura 14: Cardápio pg 03 e 04

CLÁSSICOS		ESPECIAIS		BEBIDAS		BEBIDAS	
Homer Simpson Cobertura de Fondant rosa com confeitos	RS1,41	Nutella Cobertura de creme de avelã	RS1,34	Café Gourmet Expresso padrão - 240ml	RS5,18	Água mineral - Sem gás Garrafa - 500ml	RS1,99
Chocolate Cobertura de chocolate com confeitos	RS0,74	Cookies and cream Cobertura de chocolate branco com biscoitos	RS1,84	Café org. - Caramelo Expresso padrão - 240ml	RS4,70	Água mineral - Com gás Garrafa - 500ml	RS1,99
Açúcar e canela Cobertura de açúcar com canela	RS1,17	Ovomaltine Cobertura de ovomaltine com pedaços	RS1,28	Café org. - Choco. Trufado Expresso padrão - 240ml	RS4,70	Suco de laranja 1 Litro	RS8,45
Confete Cobertura de açúcar com confetes	RS0,66	Prestígio Cobertura de leite condensado com coco	RS6,29	Leite integral Copo - 240ml	RS0,70	Suco de abacaxi 1 Litro	RS9,99
Bem casado Cobertura de doce de leite com açúcar	RS0,66	Kib Kat Cobertura chocolate com pedaços de KibKat	RS4,86	Leite l. - 0 Lactose Copo - 240ml	RS0,70	Suco de maracujá 1 Litro	RS9,99
Dois amores Cobertura de chocolate e chocolate branco	RS2,35	Duo Recheio de chocolate e chocolate branco	RS8,13	Leite de soja Copo - 240ml	RS0,80	Coca - Cola Lata - 250ml; Garrafa - 2 Litros	RS3,99. RS10,99
Sensação Cobertura de chocolate com geleia de morango	RS2,35	Creme de avelã com ninho Cobertura de creme de avelã e leite em pó	RS1,79	Fanta Lata - 250ml Garrafa - 2 Litros	RS3,99. RS8,99	Sprite Lata - 250ml; Garrafa - 2 Litros	RS3,99. RS10,99
Glaciado Cobertura de glacê	RS0,95						

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

18 PLANO DE OPERAÇÕES

O plano de operações de uma empresa determina através de um planejamento estratégico, um roteiro detalhado transformando os objetivos da empresa em uma forma visual.

18.1 Recursos físicos

Os recursos físicos são os equipamentos e materiais que a empresa utilizará para a execução do projeto, sendo assim uma lista foi feita de cada eletrodoméstico, móveis e talheres com a quantidade o valor de cada unidade e o valor total de cada recurso físico.

Tabela 2: Recursos Físicos

Recursos Físicos	Qtidade	Custo unit.	Valor Total
Geladeira	1	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00
Vitrine refrigerada para doces	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
Cadeira	40	R\$ 75,00	R\$ 3.000,00
Mesa	10	R\$ 250,00	R\$ 2.500,00
Jogo de Armário	1	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00
Maquina Registradora	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Freezer expositor	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Xícaras	45	R\$ 25,00	R\$ 1.125,00
Fritadeira	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
Pratos	45	R\$ 20,00	R\$ 900,00
Taças	45	R\$ 20,00	R\$ 900,00
Mesa de mármore	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
Fogão	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Micro-ondas	1	R\$ 550,00	R\$ 550,00
Cafeteira	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Filtro de água	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Copos	45	R\$ 10,00	R\$ 450,00
Batedor de milk-shake	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Batedeira	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Jogo de panelas	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Porta guardanapo	10	R\$ 19,00	R\$ 190,00
Liquidificador	2	R\$ 90,00	R\$ 180,00
Jarra	5	R\$ 24,00	R\$ 120,00
Kit de talheres de 24 peças	2	R\$ 55,00	R\$ 110,00
Total			R\$ 27.075,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Segundo Michael Porter, em seu livro publicado em 1985 a “Vantagem Competitiva” diz que, é de extrema importância gerir seus recursos físicos, sendo fundamental para criar uma vantagem

18.2 Orçamento físico financeiro

Segundo uma frase proposta por Peter Drucker “O que pode ser medido, pode ser gerenciado”, desta forma, compreende-se que um orçamento físico financeiro deve funcionar de forma organizada e registrada. Sendo assim, abaixo fica à mostra a tabela de orçamentos físicos financeiros da ‘Happy Donuts’. Dividida por: custo unitário, preço de venda, previsão de venda mensal e faturamento previsto.

Tabela 3:Orçamento físico financeiro

	Custo mensal previsto (650 atendimentos mês ou 25/dia)	Receita prevista
Nutella	R\$ 901,30	R\$ 2.703,89
Glaciado	R\$ 398,20	R\$ 1.194,59
Dois amores	R\$ 1.876,30	R\$ 5.628,89
Cookies and cream	R\$ 966,30	R\$ 2.898,89
Ovomaltine	R\$ 1.096,30	R\$ 3.288,89
Prestígio	R\$ 3.617,49	R\$ 10.852,46
Chocolate	R\$ 706,30	R\$ 2.118,89
Homer Simpson	R\$ 545,92	R\$ 1.637,77
Kit Kat	R\$ 2.981,30	R\$ 8.943,89
Duo	R\$ 6.946,30	R\$ 20.838,89
Sensação	R\$ 3.017,86	R\$ 9.053,58
Nutella com Ninho	R\$ 1.148,30	R\$ 3.444,89
Bem casado	R\$ 723,20	R\$ 2.169,59
Charge	R\$ 796,89	R\$ 2.390,67
Açúcar e canela	R\$ 490,50	R\$ 1.471,49
Confete	R\$ 706,30	R\$ 2.118,89
TOTAL	R\$ 26.918,70	R\$ 80.756,10

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

18.3 Layout – planta física

Em uma empresa, a planta física serve para ilustrar a estrutura do ambiente/estabelecimento. Segundo Philip Kotler em seu livro de 1998 diz que "A planta física de um estabelecimento é um componente crítico do ambiente de serviço.

Ela deve ser projetada para facilitar o fluxo de clientes, criar um ambiente agradável e reforçar o posicionamento da marca".

Dentro da 'Happy Donuts' foi utilizado o website "Coohom" para criação da planta física 2D e 3D do estabelecimento.

Figura 15:Layout - Planta Física



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A figura 15 representa o espaço físico da Happy Donuts dividida em áreas, como a recepção com 69m² onde os clientes serão recebidos e atendidos. Já a cozinha com 25m² é onde os produtos e seus derivados serão preparados, principalmente os Donuts. Também há um lugar de estoque com 19m² que servirá para estocar todos os ingredientes dos produtos finais, e por final dois banheiros, um masculino e o outro feminino para o uso dos colaboradores e clientes, ambos com 5m².

19 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro de um negócio é uma parte essencial do planejamento para garantir o sucesso e a permanência da empresa no mercado. Serve para descrever como os recursos financeiros serão gerenciados ao longo do tempo. Fornece uma visão clara de como a empresa irá cobrir custos, alcançar metas e gerar lucro, além de ser fundamental para entender a viabilidade do empreendimento.

Estruturar um plano financeiro de maneira eficiente ajuda a garantir que o negócio cresça e se sustente.

19.1 Capital de giro

De acordo com o Sebrae, o capital de giro é a diferença entre os recursos disponíveis em caixa e a soma das despesas e contas a pagar. Tudo começa com um bom planejamento, detalhando os gastos a curto e a longo prazo e as possíveis entradas de dinheiro.

É esperado que o valor gasto por mês na Happy Donuts seja de R\$ 67.064,24 . Dentro desse valor se encontram as despesas fixas e variáveis, juntamente com um valor reservado para emergências. Essa conta é importante para a empresa se manter durante o período que se encontrar aberta.

Os ativos circulantes operacionais representam, em essência, os investimentos que a empresa deve efetuar em itens operacionais de giro, ou seja, em valores a receber (motivados por vendas a prazo), estoques (determinados pelas necessidades de estocagem) e despesas operacionais incorridas, porém de competências do exercício seguinte (ASSAF NETO; SILVA, 1997, p.55).

19.2 Custos dos produtos vendidos

Os custos dos produtos da Happy Donuts incluem todas as despesas diretamente relacionadas à produção e às vendas dos produtos. Isso abrange os custos de ingredientes, como a farinha, açúcar e recheios, além da mão de obra envolvida na produção e os gastos operacionais como a energia e o aluguel.

Tabela 4: Custo dos Produtos Vendidos

Descrição	Custos mensais previstos para 650 atendimentos/mês
Nutella	R\$ 901,30
Glaciado	R\$ 398,20
Dois amores	R\$ 1.876,30
Cookies and cream	R\$ 966,30
Ovomaltine	R\$ 1.096,30
Prestígio	R\$ 3.617,49
Chocolate	R\$ 706,30
Homer Simpson	R\$ 545,92
Kit Kat	R\$ 2.981,30
Duo	R\$ 6.946,30
Sensação	R\$ 3.017,86
Nutella com Ninho	R\$ 1.148,30
Bem casado	R\$ 723,20
Charge	R\$ 796,89
Açúcar e canela	R\$ 490,50
Confete	R\$ 706,30
TOTAL	R\$ 26.918,70

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Tabela 5: Custo dos Produtos Vendidos

Descrição	Custos mensais previstos
Café Gourmet	R\$ 259,00
Café aromatizado - Caramelo	R\$ 234,90
Café aromatizado - Chocolate trufado	R\$ 234,90
Leite integral	R\$ 34,95
Leite integral - 0 Lactose	R\$ 34,95
Leite de soja	R\$ 39,95
Água mineral - Sem gás	R\$ 99,50
Água mineral - Com gás	R\$ 99,50
Suco de laranja	R\$ 422,50
Suco de abacaxi	R\$ 499,75
Suco de maracujá	R\$ 499,75
Refrigerante de cola	R\$ 549,50
Refrigerante de cola	R\$ 199,50
Refrigerante de laranja	R\$ 449,50
Refrigerante de laranja	R\$ 199,50
Refrigerante de limão	R\$ 399,50
Refrigerante de limão	R\$ 245,00
TOTAL	R\$ 4.502,15

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Outro aspecto que merece destaque é a precificação. O sucesso da organização pode até não estar ligado diretamente com a decisão sobre os preços praticados, entretanto, a sua fixação equivocada poderá ocasionar o fracasso da empresa (BRUNI & FAMÁ, 2010).

19.3 Volume e valores de vendas

Neste sentido na tabela abaixo estão as previsões de vendas mensais da empresa Happy Donuts.

Tabela 6: Volume e Valores de Vendas – Donuts

	Faturamento previsto	
Nutella	R\$	1.181,99
Glaciado	R\$	586,06
Dois amores	R\$	3.582,43
Cookies and cream	R\$	2.198,83
Ovomaltine	R\$	1.066,51
Prestígio	R\$	25.738,34
Chocolate	R\$	847,09
Homer Simpson	R\$	1.284,38
Kit Kat	R\$	15.362,77
Duo	R\$	42.955,56
Sensação	R\$	3.900,58
Creme de avelã com Ninho	R\$	2.088,33
Bem casado	R\$	1.161,99
Charge	R\$	1.010,89
Açúcar e canela	R\$	889,24
Confete	R\$	673,06
TOTAL	R\$	104.528,06

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Tabela 7: Volume e Valores de Vendas - Bebidas

Produto	Receita mensal prevista	
Café Gourmet	R\$	647,50
Café aromatizado - Caramelo	R\$	587,25
Café aromatizado - Chocolate trufado	R\$	587,25
Leite integral	R\$	87,38
Leite integral - 0 Lactose	R\$	87,38
Leite de soja	R\$	99,88

Água mineral - Sem gás	R\$	248,75
Água mineral - Com gás	R\$	248,75
Suco de laranja	R\$	1.056,25
Suco de abacaxi	R\$	1.249,38
Suco de maracujá	R\$	1.249,38
Refrigerante de cola	R\$	1.373,75
Refrigerante de cola	R\$	498,75
Refrigerante de laranja	R\$	1.123,75
Refrigerante de laranja	R\$	498,75
Refrigerante de limão	R\$	998,75
Refrigerante de limão	R\$	612,50
	R\$	11.255,38

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

19.4 Custos e despesas fixas e variáveis

Os custos e despesas variáveis são gastos que variam de acordo com o volume da produção ou vendas da empresa 'Happy Donuts'. Foram definidos a partir da Matéria prima, IPTU, Decoração, Comissão, Depreciação de máquinas e Combustíveis, totalizando em R\$32.514,24 detalhado na tabela a seguir.

O autor Crepaldi (2012), cita também que Custeio Variável (também conhecido como Custeio Direto) é um tipo de custeamento que consiste em considerar como custo de produção do período apenas os Custos Variáveis incorridos, pois é onde os custos da produção serão considerados.

Tabela 8: Custos fixos

Custos Fixos	Valor
Mão de obra	R\$ 25.800,00
Inss	R\$ 2.409,24
Aluguel	R\$ 2.000,00
Energia	R\$ 900,00
Água	R\$ 255,00
Internet	R\$ 150,00
Escritório de contabilidade	R\$ 400,00
Limpeza predial	R\$ 600,00
Total	R\$ 32.514,24

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Tabela 9: Custos variáveis

Custos Variáveis	Valor
Matéria Prima	R\$ 2.300,00
Iptu	R\$ 450,00
Decoração	R\$ 1.000,00
Comissão	R\$ 300,00
Depreciação de máquinas	R\$ 150,00
Combustível	R\$ 250,00
Estoques	R\$ 8.000,00
Total	R\$ 12.450,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

19.5 Capital social

De acordo com o Sebrae, o capital social é o valor investido pelos sócios de uma empresa, em bens financeiros ou materiais, para colocar à disposição do negócio.

Tabela 10: Capital Social (Investimento)

Capital Social		
CEO	R\$ 33.742,94	19%
Gerente de Marketing	R\$ 19.535,38	11%
Confeiteira	R\$ 17.759,44	10%
Gerente de produção	R\$ 19.535,38	11%
Analista de produção	R\$ 19.535,38	11%
Gerente de recursos humanos	R\$ 19.535,38	11%
Analista de marketing	R\$ 19.535,38	11%
Entregador 1	R\$ 14.207,55	8%
Entregador 2	R\$ 14.207,55	8%
Total	\$ 177.594,40	100%

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

19.6 Investimento Total

O investimento total da Happy Donuts, foi elaborado a partir dos valores referidos no financeiro, junto com o capital inicial que foi utilizado no projeto na linha de produção nesse primeiro momento. O investimento total é composto por: Reforma do prédio, tecnologia, sistema de gerenciamento, alvarás/tributos e recursos físicos.

Segundo Irland Araujo, o investimento total é um conceito utilizado no mundo dos negócios para se referir à soma de todos os recursos financeiros necessários para iniciar e manter um empreendimento.

Ele engloba não apenas o capital inicial necessário para a abertura do negócio, mas também os gastos contínuos com operações, marketing, pessoal, entre outros.

Tabela 11: Investimento Total

Investimento total	R\$	114.830,16
---------------------------	------------	-------------------

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Considera-se como investimento total, a soma de todos os custos para abrir a empresa como: recursos físicos, financeiros, reformas e sistemas.

19.7 Payback

O payback refere-se ao tempo de retorno do investimento total, que foi de 1 ano e 4 meses.

Tabela 12: Payback

PAYBACK	16,8263618
----------------	-------------------

Fonte: desenvolvido pelos autores

19.8 Pró-labore

Tabela 13: Pro-labore

Cargos	Pro-labore
CEO	R\$ 3.000,00
Gerente de Marketing	R\$ 2.000,00
Confeiteira	R\$ 2.000,00
Gerente de produção	R\$ 2.000,00
Analista de produção	R\$ 2.000,00
Gerente de recursos humanos	R\$ 2.000,00
Analista de marketing	R\$ 2.000,00
Entregador	R\$ 2.000,00

Fonte: desenvolvidos pelos autores(2024)

19.9 Demonstração do resultado do exercício - DRE

Tabela 14: DRE

RECEITA OPERACIONAL BRUTA	
Prestação de serviços	R\$ 589.317,50
DEDUÇÕES DE RECEITA BRUTA (-)	54%
Impostos sobre vendas	R\$ 77.102,19
Juros do Empréstimo	R\$ 1.786,83
RECEITA LÍQUIDA (após deduções de vendas) (=)	R\$ 510.428,48
CUSTO DIRETO COM VENDAS (-)	
Custo dos serviços vendidos	R\$ 403.920,00
RESULTADO/LUCRO LÍQUIDO	R\$ 185.397,50
RENDA MÉDIA MENSAL	R\$ 15.449,79

19.10 Considerações sobre o risco financeiro

O risco que se pode ter na organização é o de não atingir o faturamento mensal mínimo. Se isso ocorrer, será necessário utilizar o dinheiro do fluxo de caixa para realizar o pagamento dos funcionários e comprar matéria-prima. Um bom planejamento e organização são essenciais para que seja possível cumprir o mínimo de faturamentos para todos os gastos da empresa. Risco está relacionado a obabilidade de uma determinada situação ter um resultado que não é o desejado. (Carlos. et. al 2019).

Diante disso, é essencial que toda equipe possua entendimento da situação das vendas e do financeiro. Os fatores externos também podem influenciar bastante, como a inflação, por exemplo. Com menos matéria-prima o preço tende a subir e as coisas ficam mais caras. Para não ter prejuízo a empresa acaba aumentando o preço dos produtos e isso pode acabar diminuindo as vendas, influenciando diretamente no fluxo de caixa e no faturamento da empresa.

20 PLANO DE CONTINGÊNCIA

O plano de contingência baseia-se em garantir que a empresa continue funcionando em razões de paralisação prolongada ou situações de risco. Pode estar atrelada à economia da empresa principalmente quando a produção é prejudicada ou interrompida, tanto quando a demanda recebe baixa.

Em casos de redução da demanda de clientes por conta da perda de interesse no produto oferecido pela empresa, seria executada uma nova etapa de divulgação, trazendo inovação para alcançar novos clientes ou até mesmo os antigos novamente.

Se por acaso houvesse uma crise financeira na empresa tanto estrutural quanto econômica que fosse notada antecipadamente ou não, seja por um ataque hacker, incêndios ou sabotagens, seria realizado um empréstimo no banco para ressarcir os danos e reestruturar a empresa. Na pior das hipóteses, a empresa teria um seguro de cobertura bancária que seria utilizado para ressarcir suas perdas e até mesmo tentar se reerguer.

21 RESULTADOS

Com um plano de negócio bem estruturado e o cenário econômico de Teodoro Sampaio, atualmente com baixa concorrência, é possível que as vendas de Donuts tenham um grande potencial econômico.

Diante da realização de pesquisas por meio de formulários foi registrado que 61,4% do público-alvo é jovem e adultos feminino materno. Conforme no formulário 94,3% de 70 pessoas a apresentação da Happy Donuts foi atraente e convidativa.

A renda média mensal é de dois salários mínimos, de 38,6% do público-alvo, possibilitando que os produtos sejam consumidos com uma certa frequência. Tornando um negócio promissor, após realizar as tabelas e planilhas de investimento inicial de R\$140.630,16 e lucro líquido mensal de R\$104.518,59 é de se concluir que é perceptível que seja um projeto promissor.

22 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É perceptível que uma empresa necessite de um bom plano de negócio, para saber a viabilidade da empresa na região realizando pesquisas de campo para saber o interesse do público e utilizar de cálculos em questão dos investimentos, custos, principalmente o lucro também deve-se para propagar nas redes sociais para propagar seu produto (marketing), e assim, alcançar o público-alvo. Não apenas por isso, mas também entende-se que se inserir no mercado na região de Teodoro Sampaio - SP é uma tarefa desafiadora, pois, por conter uma concentração mais influente no centro da cidade, alguns locais podem acabar não tendo acesso ao nosso comércio, além de resultar numa falta de influência através dos moradores.

Apesar dos desafios econômicos e organizacionais citados, observa-se a viabilidade de implantação da empresa em Teodoro Sampaio, por meio de uma gestão analítica e pelo desenvolvimento deste plano de negócios

Entregar o carinho e a satisfação de realizar esse trabalho, também é uma tarefa árdua, principalmente pelo fato de uma empresa tentar agradar o cliente o máximo possível. O que pode gerar controvérsias quando alguma expectativa não for atendida ao cliente.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). Regulamentação de produtos alimentícios e vigilância sanitária. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br>. Acesso em: 26 nov. 2024.
- ARAUJO, Irland. O investimento total nas empresas: conceitos e práticas. São Paulo: Editora XYZ, 2015.
- ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, José Roberto Securato da. Estrutura e análise de balanços. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA (ABIP). Mercado de panificação e confeitaria no Brasil. 2021. Disponível em: <https://www.abip.org.br>. Acesso em: 26 nov. 2024.
- BAILY, Peter; FARMER, David; JESSOP, David; KINGSLEY, Brian. Gestão de compras e suprimentos. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- BRUNI, Aline; FAMÁ, Lúcio. Gestão de preços: estratégias para definir os melhores preços para os produtos. São Paulo: Atlas, 2010.
- CARLOS, [Nome completo]; [OUTROS AUTORES]. Título do livro. [Edição]. [Local de publicação]: [Editora], 2019.
- CHIAVENATO, Idalberto. Administração de recursos humanos. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- CHIAVENATO, Idalberto. Administração: teoria, processo e prática. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.
- CONTABILIZEI. Mercado de alimentação cresce três vezes mais que o PIB brasileiro em 2022 e 2023. 2023. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br>. Acesso em: 26 nov. 2024.
- CREPALDI, Alexandre. Contabilidade de custos. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- DRUCKER, Peter F. A prática da administração de empresas. 1. ed. São Paulo: Pioneira, 1999.
- DRUCKER, Peter. A prática da gerência. 1. ed. São Paulo: Pioneira, 1954
- DRUCKER, Peter. O gestor eficaz. 1. ed. São Paulo: Pioneira, 1966.
- GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- HOOLY, Graham; SAUNDERS, John. Estratégia: uma introdução à teoria e à prática. São Paulo: Pioneira, 1996.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Cidades do Brasil: Teodoro Sampaio - Dados do município. 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 26 nov. 2024.
- KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI: como dominar as novas regras do marketing e da publicidade. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 1998.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

LAS CASAS, Alfredo. Administração de marketing. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
MINTZBERG, Henry; QUINN, James Brian. Estratégia: forma, conteúdo e implementação. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MORDOR INTELLIGENCE. Previsão de crescimento do mercado de confeitaria no Brasil (2021-2026). 2021. Disponível em: <https://www.mordorintelligence.com>. Acesso em: 26 nov. 2024.

OLIVEIRA, José. Fluxograma: a representação gráfica dos processos organizacionais. São Paulo: Editora Atlas, 1998.

PASCHOAL, Fátima. Gestão de salários e benefícios. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

PORTER, Michael E. A competitividade das nações: estruturas e estratégias para competir no mercado global. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1998.

PORTER, Michael E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

PORTER, Michael E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1985.

Q!DONUTS. História e Expansão do Negócio Q!Donuts. 2024. Disponível em: <https://www.qdonuts.com.br>. Acesso em: 26 nov. 2024.

ROCHA, Ricardo. Recrutamento e seleção de pessoal: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 1997.

SEBRAE. Busca por alimentação equilibrada no Brasil cresce 82%. 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 26 nov. 2024.

SEBRAE. Capital social: o que é e como funciona. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 26 nov. 2024.

SEBRAE. Capital social: o que é e qual a sua importância para a empresa. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 26 nov. 2024.

SEBRAE. Definição de preço: como calcular o preço de venda de um produto ou serviço. 2. ed. Brasília: SEBRAE, 2019.

SEBRAE/SC. Infográfico Confeitarias Gourmet. 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.sc.gov.br>. Acesso em: 26 nov. 2024.

SELEME, [Nome do autor, se aplicável]; STADLER, [Nome do autor, se aplicável]. [Título do livro ou artigo, se disponível]. Local de publicação: Editora, 2008.

SMITH, Adam. A riqueza das nações. 1. ed. São Paulo: Ed. Nova Cultural, 1991. (Coleção Os Economistas).

GLOSSÁRIO

FREEWARE – Freeware ou Software gratuito é qualquer programa de computador cuja utilização não implica no pagamento de licenças de uso ou royalties.

SHAREWARE – É um programa de computador disponibilizado gratuitamente, porém com algum tipo de limitação.

APÊNDICE A – COLETA DE DADOS

Este formulário destina-se a uma pesquisa de cunho acadêmico, sua finalidade é verificar a viabilidade para a abertura de uma empresa do segmento de confeitaria na cidade de Teodoro Sampaio- SP

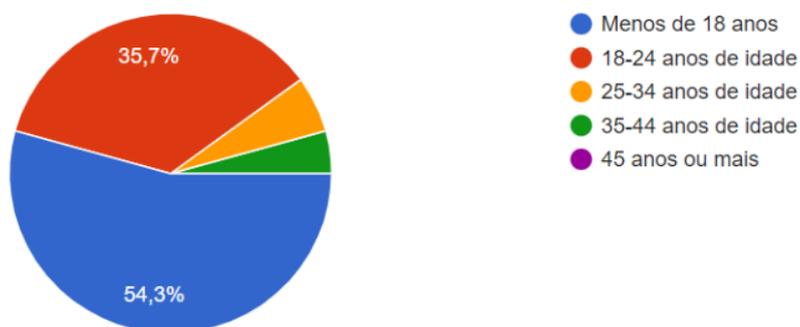
Questões aplicadas:

- 1 Qual sua idade?
- 2 Qual seu gênero?
- 3 Você tem alguma restrição alimentar?
- 4 Qual sua renda familiar anual?
- 5 Quantas pessoas vivem na sua casa?
- 6 Se você já experimentou os produtos da happy donuts como você avalia?
- 7 Você consumiria donuts salgados?
- 8 Como você prefere o tamanho dos donuts?
- 9 Quais sabores de donuts você prefere?

APÊNDICE B- ANÁLISE DOS RESULTADOS

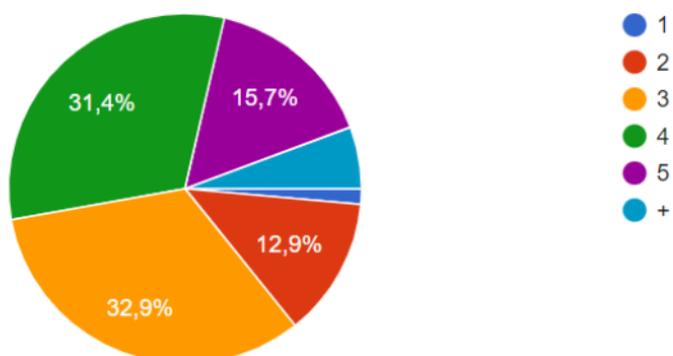
Qual sua idade?

70 respostas



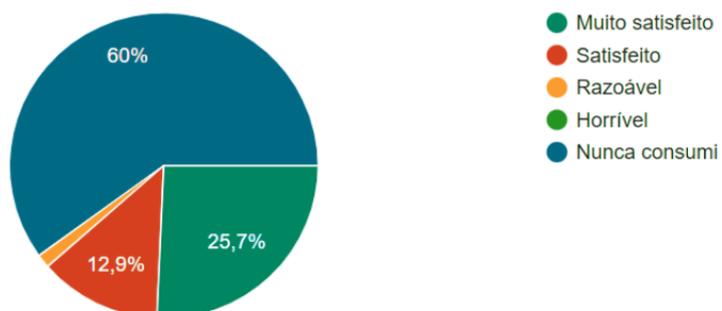
Quantas pessoas vivem na sua casa? (incluindo você)

70 respostas



Se você já consumiu os produtos da empresa, como você avalia a Happy Donuts?

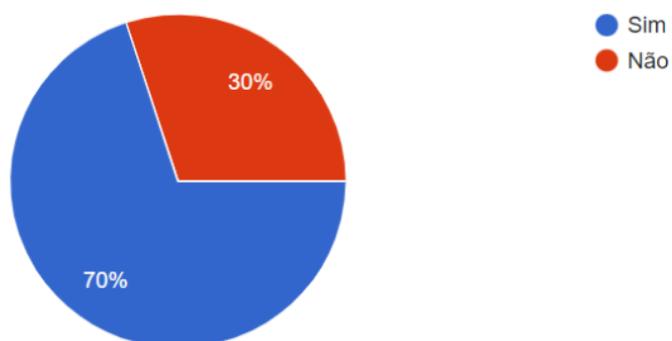
70 respostas





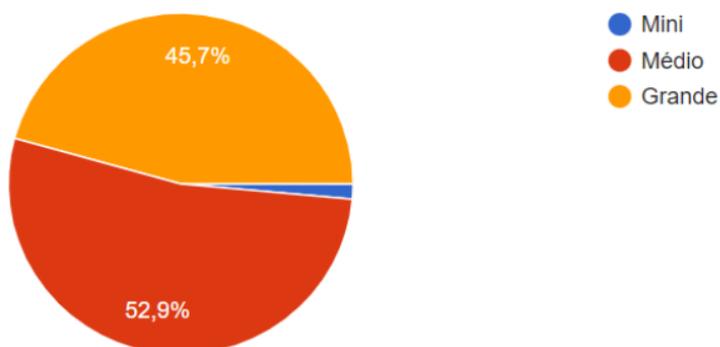
Você consumiria Donuts salgado?

70 respostas



Como você prefere o tamanho dos Donuts?

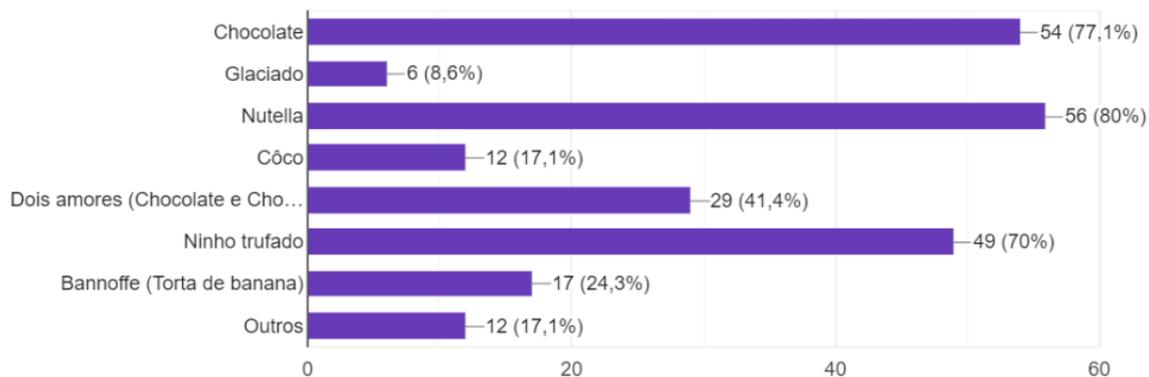
70 respostas



Quais sabores de Donuts doce você preferiria?

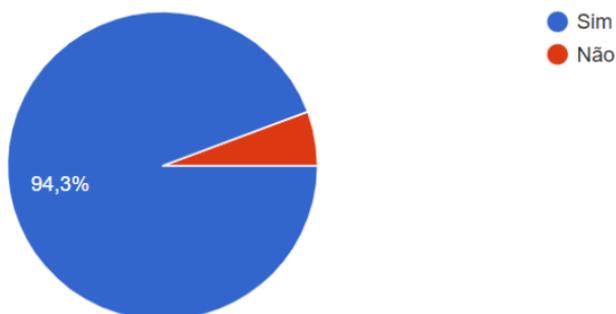
 Copiar

70 respostas



A apresentação dos Donuts foi atraente e convidativa? (inspiração @donuts_franca)

70 respostas



Qual é seu gênero?

70 respostas

