

---

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

**PLANO DE NEGÓCIOS - CANDY CAKES**

**NATALIA APARECIDA FERNANDES DE  
ALBUQUERQUE  
TAYNARA SABRINA DE SOUZA  
MARTINS**

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: Nome da empresa sob orientação da professora: Ma. Maria Elicristina Siqueira.

**NATALIA APARECIDA FERNANDES DE  
ALBUQUERQUE  
TAYNARA    SABRINA    DE    SOUZA  
MARTINS**

## **PLANO DE NEGÓCIOS - CANDY CAKES**

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: Candy Cakes Confeitaria sob orientação da Professora Ma. Maria Elicristina Siqueira.

Teodoro Sampaio, 04 de dezembro de 2024.

**Etec Profª Nair Luccas Ribeiro de Teodoro Sampaio**  
**Curso Técnico em Administração**

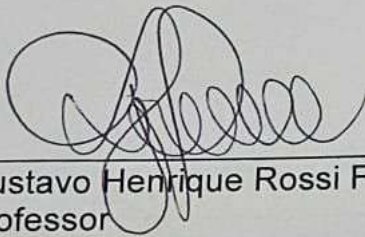
**NATALIA APARECIDA FERNANDES DE ALBUQUERQUE**  
**TAYNARA SABRINA DE SOUZA MARTINS**

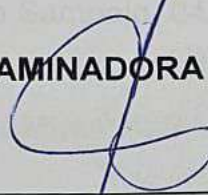
**PLANO DE NEGÓCIOS – CANDY CAKES**

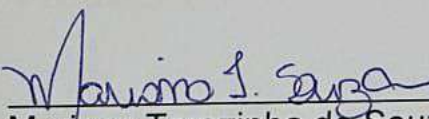
Trabalho e Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Profª Nair Luccas Ribeiro, com tema: Candy Cakes sob orientação da Professora Maria Elicristina Siqueira.

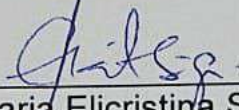
Teodoro Sampaio, 04 de dezembro de 2024.

**BANCA EXAMINADORA**

  
\_\_\_\_\_  
Gustavo Henrique Rossi Ferreira  
Professor

  
\_\_\_\_\_  
Hugo Regis Soares  
Professor

  
\_\_\_\_\_  
Mariana Terezinha de Souza  
Professora

  
\_\_\_\_\_  
Maria Elicristina Siqueira  
Professora Orientadora

Aprovado

Reprovado

## **DEDICATÓRIA**

*Primeiramente a Deus que nos deu força e sabedoria para chegar até aqui, dedicamos também a todos nossos familiares que nos apoiou desde do início principalmente nossos pais. Dedicamos este trabalho principalmente para nossa professora Elicristina Siqueira que sempre esteve nos apoiando e direcionando ao caminho certo e nunca deixando a gente desanimar, ela sempre nos mostrou que a gente tinha competência para a entrega deste. Obrigada professora por sempre ter acreditado!. Também não poderíamos deixar de agradecer os seguintes professores Eduardo Ribeiro Mattos, Daniela Ramos, Rones da Silva, Luzia Aparecida Da Silva Pereira obrigada a todos pelo apoio.*

## **AGRADECIMENTOS**

*É com muita gratidão que gostaria de expressar meus sinceros agradecimentos a todos aqueles que desejaram o sucesso desta jornada.*

*Em primeiro lugar, agradecemos a Deus por nos ajudar a superar todos os obstáculos que surgiram em nosso caminho.*

*Aos nossos pais e amigos que estiveram ao meu lado durante todo esse processo, todo apoio e encorajamento foram cruciais para superar desafios e momentos de dúvida.*

*Expressamos nossa profunda gratidão a nossa orientadora Maria Elicristina, por sua orientação, paciência e informações valiosas ao longo do trabalho. Sua orientação foi fundamental para moldar todo o trabalho. Também gostaríamos de agradecer ao corpo docente e aos profissionais da Nair Luccas Ribeiro ETEC, que proporcionam um ambiente propício ao aprendizado e ao desenvolvimento. Cada aula, discussão em classe e recurso fornecido contribuíram para a formação e conclusão deste trabalho.*

## RESUMO

Este trabalho propõe a criação de uma empresa no setor de confeitaria, especializada na venda de sobremesas. O principal objetivo da empresa é atender às necessidades e desejos dos clientes por meio da oferta de produtos alimentícios de alta qualidade e serviços exclusivos, diferenciando-se da concorrência local. A empresa buscará se destacar na região ao oferecer sobremesas elaboradas, com foco na qualidade, inovação e no atendimento personalizado. Através da excelência no sabor e no visual das sobremesas, pretende-se conquistar a fidelidade dos consumidores e gerar uma experiência única para os clientes. Segundo dados do SEBRAE, o mercado de confeitaria tem apresentado um crescimento contínuo, tanto no Brasil quanto no mundo, impulsionado pelo aumento do consumo de doces, principalmente em momentos de estresse e incerteza. No Brasil, 61,65% dos produtos vendidos em padarias são de produção própria, o que demonstra o potencial de mercado para empresas que buscam se destacar com produtos exclusivos. Além disso, o setor de panificação emprega aproximadamente 2,5 milhões de trabalhadores, com 920 mil empregos diretos, o que evidencia a relevância e o impacto econômico do setor no país. Com base nesses fatores, a empresa se posicionará no mercado com uma proposta de valor centrada na qualidade e diferenciação, atendendo uma demanda crescente por produtos de confeitaria gourmet e oferecendo um serviço que prioriza a experiência do cliente.

Palavras-chave: Confeitaria; Plano de Negócios; Viabilidade.

## **ABSTRACT**

This work proposes the creation of a company in the confectionery sector, specializing in the sale of desserts. The company's main objective is to meet customer needs and desires by offering high-quality food products and exclusive services, differentiating itself from local competition. The company will seek to stand out in the region by offering elaborate desserts, focusing on quality, innovation and personalized service. Through excellence in the flavor and appearance of desserts, the aim is to win consumer loyalty and generate a unique experience for customers. According to data from SEBRAE, the confectionery market has shown continuous growth, both in Brazil and around the world, driven by the increase in the consumption of sweets, especially in times of stress and uncertainty. In Brazil, 61.65% of products sold in bakeries are self-produced, which demonstrates the market potential for companies seeking to stand out with exclusive products. Furthermore, the bakery sector employs approximately 2.5 million workers, with 920 thousand direct jobs, which highlights the relevance and economic impact of the sector in the country. Based on these factors, the company will position itself in the market with a value proposition centered on quality and differentiation, meeting a growing demand for gourmet confectionery products and offering a service that prioritizes the customer experience.

Keywords: Confectionery; Business plan; Feasibility.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Fluxograma .....	37
Figura 2: Logomarca .....	38
Figura 3: Cardápio.....	41



## LISTA DE TABELAS E QUADROS

Tabela 1: Orçamento físico financeiro .....	43
Tabela 2: Investimento Total .....	46
Tabela 3: Capital social .....	46
Tabela 4: Payback.....	46
Tabela 5: Pro-labore.....	46
Tabela 6: Custos produtos .....	47
Tabela 7: Previsão vendas .....	48
Tabela 8: Custos Fixos e variáveis.....	49
Tabela 9: Fluxo de caixa .....	49
Tabela 10: DRE .....	50

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
1.1 Objetivo Geral.....	13
1.2 Objetivos Específicos .....	13
<b>2. DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO</b> .....	<b>14</b>
2.1 Dados da empresa .....	14
<b>3. DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO</b> .....	<b>15</b>
<b>4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>16</b>
<b>5. PLANO DE NEGÓCIO</b> .....	<b>17</b>
<b>6. MISSÃO, VISÃO E VALORES</b> .....	<b>18</b>
6.1 Missão .....	18
6.2 Visão.....	18
6.3 Valores .....	18
6.4 Dados dos Dirigentes .....	19
<b>7. FONTES DE RECEITA</b> .....	<b>20</b>
<b>8. NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS</b> .....	<b>21</b>
<b>9. CENÁRIO FUTURO PARA O MERCADO</b> .....	<b>22</b>
<b>10. RECURSOS HUMANOS</b> .....	<b>23</b>
10.1 Recrutamento e seleção.....	23
10.2 Treinamento e desenvolvimento.....	23
10.3 Avaliação de desempenho .....	24
10.4 Organograma.....	25
10.5 Plano motivacional.....	25
10.6 Estilo de liderança .....	25
<b>11. 7 O SETOR E SUA ANÁLISE EM DETALHES</b> .....	<b>27</b>

12.	ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA DIRETA E INDIRETA-+ .....	28
13.	ANÁLISE DOS FORNECEDORES .....	29
14.	ANÁLISE DAS ENTIDADES REGULADORAS .....	30
15.	ASPECTOS AMBIENTAIS – PLANO DE GESTÃO AMBIENTAL.	32
16.	PLANO ORGANIZACIONAL.....	34
17.	A ESTRATÉGIA COMPETITIVA ESCOLHIDA PELA EMPRESA.	35
18.	PLANO DE MARKETING .....	38
19.	PLANO DE OPERAÇÕES.....	42
20.	RECURSOS FÍSICOS.....	43
21.	PLANO FINANCEIRO .....	46
22.	DRE .....	50
23.	RESULTADOS .....	52
24.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53

## 1. INTRODUÇÃO

O cenário econômico-financeiro tem demandado uma nova formulação de estratégias para a obtenção de vantagens competitivas por parte das organizações. O processo de criação de uma empresa às vezes é tedioso e estressante, mas todos da empresa empreendedor devem entender a legislação na qual sua empresa está enquadrada buscando sempre tirar vantagem competitiva desse processo.

Segundo Schumpeter (1985), o empreendedor inova. Inovar, a ponto de criar condições para uma radical transformação de um determinado setor, ramo de atividade, território onde o empreendedor atua, trazendo com isso um novo ciclo de crescimento, capaz de promover uma ruptura no fluxo econômico contínuo, descrito pela teoria econômica. Inovar é sustentar uma condição de risco e dependência entre diferentes atores e não pode ocorrer sem provocar mudanças nos canais de rotina econômica.

O empreendedor é aquele que realiza novas combinações dos meios produtivos, capazes de propiciar desenvolvimento econômico, quais sejam: introdução de um novo bem; de um novo método de produção; abertura de um novo mercado e conquista de uma nova fonte de oferta de matérias-primas ou bens semimanufaturados e constituição ou fragmentação de posição de monopólio (SCHUMPETER, 1985, p. 49).

Dessa forma a empresa Candy Cake investirá em inovação que tem como missão oferecer produtos de confeitaria de alta qualidade, feitos com ingredientes frescos e cuidadosamente selecionados.

Com uma equipe apaixonada pela arte da confeitaria, a Candy Cake se destaca pela criatividade, sabor inigualável e atendimento excepcional aos clientes. Além disso, a empresa estará sempre em busca de novas técnicas e tendências do mercado para garantir que nossos produtos estejam sempre à frente das expectativas dos consumidores.

## 1.1 Objetivo Geral

Analisar a viabilidade da abertura de uma empresa através da elaboração de um plano de negócio, no ramo alimentício, localizado na cidade de Teodoro Sampaio - SP

## 1.2 Objetivos Específicos

- Analisar a viabilidade econômico de negócio;
- Demonstrar através das pesquisas os aspectos legais para a abertura da empresa;
- Prepara e aplica uma pesquisa de mercado;
- Proporcionar um ambiente inovador no ramo alimentício;

## 2. DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

### 2.1 Dados da empresa

O empreendimento a ser implementado é uma empresa inspirada no ramo da confeitaria de sobremesas gourmet.

- Nome:Candy Cakes;
- Endereço:Avenida Cuiabá 1999;
- E-mail:candycakes2024@gmail.com;
- Facebook:Candy Cakes ts;
- Instagram:candycakes\_confeitaria;
- Telefone: (18) 996382469;
- WhatsApp (18) 996382469.

### **3. DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO**

O negócio a ser implementado é uma empresa que atua no ramo de confeitaria caracterizada com a venda produtos alimentícios como sobremesas gourmet. A empresa é focada em satisfazer os desejos dos clientes através da qualidade dos alimentos e está disposta a proporcionar serviços que são únicos na região.

De acordo com SEBRAE No Brasil e no mundo, o mercado de confeitaria continua a crescer a um ritmo acelerado, impulsionado por uma série de fatores, incluindo: O aumento do consumo de doces como forma de conforto e prazer, especialmente durante momentos de estresse e incerteza. 61,65% dos produtos vendidos em padarias são de produção própria e 38,35% de revenda 2,5 milhões de trabalhadores fazem parte do setor de panificação, sendo 920 mil diretos e 1,6 milhão indiretos.

#### 4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O objetivo deste estudo foi distinguir as etapas essenciais para a elaboração do projeto de pesquisa para a abertura de um novo comércio na cidade de Teodoro Sampaio SP, A escolha do grupo foi a abertura de uma confeitaria pois no nosso ponto de vista seria uma novidade que todos da cidade iria gostar. Utilizando as pesquisas do forms com algumas perguntas sobre a abertura da confeitaria para sabermos se a população irá gostar da novidade, As pesquisas foram divulgadas em grupo da cidade e Instagram, Dentro do referências teóricas em aula analisamos alguns pontos especiais como:

Se o mundo dos doces e salgados está crescendo no Brasil e como está sendo esse crescimento, O'Que mais evoluiu e está sendo consumido em confeitarias pelos Brasileiros e no mundo a fora, Não há um único figurino para se elaborar um projeto de pesquisa. Assim que as pesquisas foram respondidas montamos gráficos para apresentar que a confeitaria seria seria uma boa proposta de novidade na cidade e depois tivemos que sentarmos juntos para decidir o organograma da empresa, quem ficaria em casa departamento

O objeto do estudo de como a confeitaria está crescendo ao longo do tempo foi saber se abrindo uma confeitaria em Teodoro Sampaio Sp nois iria fazer sucesso e conseguimos levar adiante o nosso projeto, e pelas pesquisas está tudo correndo corretamente para o crescimento da confeitaria.



## 5. PLANO DE NEGÓCIO

A Confeitaria CANDY CAKES será uma nova opção na cidade, oferecendo uma variedade de bolos, tortas, doces e salgados artesanais, focando na qualidade dos ingredientes e no atendimento personalizado. Nosso objetivo é criar um espaço acolhedor onde os clientes possam desfrutar de delícias feitas com amor. Análise de Mercado: Com o crescimento da demanda por produtos de confeitaria na região, identificado oportunidade para atender tanto o público que busca opções para festas e eventos quanto aqueles que desejam um momento especial no dia a dia. A concorrência existe, mas acreditamos que nosso diferencial será a qualidade e a originalidade das receitas. Estratégia de Marketing: utilizará redes sociais para promover nossos produtos e interagir com os clientes. Oferecemos degustações gratuitas na primeira ida do nosso cliente até o nosso ateliê, E em eventos locais e promoções para os clientes em dias estratégicos. Além disso, criaremos um programa de fidelidade para incentivar a recompra.

A Confeitaria CANDY CAKES tem potencial para se tornar um ponto de referência na cidade, oferecendo produtos de alta qualidade e um ambiente acolhedor. Com um planejamento sólido e foco no cliente, estaremos prontos para adoçar a vida dos moradores da nossa comunidade Teodoro Sampaio - SP!

## 6. MISSÃO, VISÃO E VALORES

Uma empresa não se define pelo seu nome, estatuto ou produto que faz; ela se define pela sua missão. Somente uma definição clara da missão é razão de existir da organização e torna possíveis, claros e realistas os objetivos da empresa. (DRUCKER,2011)

O conceito de visão é muito amplo, porém pode ser definido como um conceito operacional que tem como objetivo a descrição da auto-imagem da organização: como ela se enxerga, ou melhor, a maneira pela qual ela gostaria de ser vista. (COSTA,2007)

### 6.1 Missão

Encantar nossos clientes com produtos de alta qualidade, feitos com amor e criatividade, proporcionar experiências únicas e memoráveis por meio de bolos e doces personalizados que atendam às necessidades e desejos dos clientes, utilizando ingredientes frescos e técnicas de confeitaria inovadoras.

### 6.2 Visão

Ser reconhecida como a melhor confeitaria da região, referência em sabor, qualidade e inovação.

Referência no mercado da confeitaria oferecendo opções saborosas e inovadoras que atendam as necessidades individuais de cada cliente, conquistando a confiança e fidelidade de nossos clientes.

### 6.3 Valores

Qualidade, paixão pela confeitaria, atendimento excepcional e compromisso com a satisfação dos clientes. Espero que essas informações sejam úteis para o que você precisa!

- Inclusão;
- Qualidade;

- inovação;
- Respeito;
- Transparência

Em uma organização os valores 'dizem' e os comportamentos 'fazem'. Portanto, os valores organizacionais podem ser definidos como princípios que guiam a vida da organização, tendo um papel tanto de atender aos objetivos organizacionais quanto de atender às necessidades dos indivíduos (BARRET, 2000).

#### 6.4 Dados dos Dirigentes

Natalia Aparecida Fernandes De Albuquerque

Solteira, Brasileira.

Formação: E.E Arthur Ribeiro

Qualificações: Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: Gerente de operacional

Natalia Aparecida Fernandes De Albuquerque

Solteira, Brasileira.

Formação: E.E Arthur Ribeiro

Qualificações: Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: Gerente de Marketing

## 7. FONTES DE RECEITA

Conforme Gitman (2010), profissionais de todas as áreas de responsabilidades em cada empresa precisam interagir com os procedimentos de finanças para desempenhar suas tarefas, e para que os administradores financeiros possam fazer previsões e tomar decisões úteis. A função da administração financeira pode ser descrita por meio de seu papel na organização, de sua relação com a teoria econômica e as ciências contábeis e das principais atividades do administrador financeiro.

Segundo Osterwalder e Pigneur (2011), as fontes de receita representam o lucro (custos subtraídos da renda) que as empresas geram a partir de cada segmento de clientes, ou seja, significa monetizar e capturar o valor gerado pelos seus diferentes públicos-alvo.

“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 líquido 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).

Nesse sentido, a fonte da receita poderá ser considerada, venda de Bolos, Doces, Doces finos, Sobremesas, salgados e bebidas .

## 8. NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS

A empresa Candy Cakes atenderá às seguintes necessidades de seus clientes. Atendimento de qualidade, vimos na cidade atual que à maioria das lanchonetes sofrem, pois, por não atende todas as expectativas dos consumidores, e hoje a qualidade é algo que os clientes exigem muito e com isso, observamos uma oportunidade de implantar uma confeitaria que ofereça qualidade e bom atendimento aos consumidores. Vimos que em Teodoro Sampaio SP os estabelecimentos deixam a desejar pois não atende todas as necessidades dos consumidores.

Hoje em nossa cidade não há nenhuma empresa do segmento que ofereça um ambiente diferenciado, com isso vimos que poderíamos incluir um ambiente diferente.

Nossa confeitaria será um lugar onde cada detalhe foi pensado para proporcionar uma experiência única e acolhedora. Ao entrar, você é recebido por um ambiente decorado com cores suaves e móveis rústicos que transmitem conforto. O aroma de bolos fresquinhos e doces artesanais paira no ar, convidando todos a se deliciarem. também será um local perfeito para momentos especiais. Seja um encontro com amigos, uma reunião familiar ou uma pausa relaxante durante o dia, nosso espaço irá ser projetado para que você se sinta em casa. Venha nos visitar e descubra o doce aconchego que teremos a oferecer.

O mercado consumidor vem-se tornando não apenas mais sofisticado, mas cada vez mais disposto a lutar por seus direitos. As empresas têm que lidar hoje com um mercado não só interessado em consumir, mas em exigir mais qualidade de seus produtos. "(ANTONIO, Carlos Gil. Gestão de Pessoas Pag. 37).

## 9. CENÁRIO FUTURO PARA O MERCADO

O mercado das confeitarias cresceu 26% entre 2021 até março de 2024 o segmento da confeitaria cresceu nos últimos anos, e isso não será diferente nos próximos. De acordo com o portal Wise Guy Reports (2019), o mercado global de confeitarias e doces foi avaliado em mais de 1.9 bilhão de dólares em 2018 e tem previsão de chegar a 2.5 bilhões até o final de 2025. Futuro das confeitarias pode ser muito dinâmico e inovador! Ao se adaptar às mudanças nas preferências dos consumidores e às novas tecnologias, uma confeitaria pode não apenas sobreviver no mercado de trabalho, mas prosperar nesse cenário em constante evolução

## 10.RECURSOS HUMANOS

A empresa Candy Cakes enxerga seus colaboradores como peça chave para o sucesso do negócio, antes de tudo como funcionário e principalmente, como pessoa.

“A gestão de pessoas é uma área muito sensível [...], pois depende de vários aspectos como, a cultura que existe em cada organização, estrutura organizacional, tecnologia utilizada, além de outras variáveis importantes” (Chiavenato, 2010 p.8).

Desta forma a empresa Candy Cakes terá o recrutamento e a seleção para contratar nossos funcionários, e depois dos contratos teremos um treinamento de funcionários para melhor atender o nossos cliente.

### 10.1 Recrutamento e seleção

A empresa CANDY CAKES terá o recrutamento e seleção de funcionários para melhor atendimento ao cliente!

Para Peter Drucker, que é um dos autores mais respeitados na administração, disse uma frase que eu gosto muito: "O que pode ser medido pode ser gerenciado." Isso quer dizer que, se a gente não medir como estamos recrutando e selecionando, vai ficar difícil saber se estamos fazendo certo ou não.

Henri Fayol, outro grande nome, falava muito sobre planejamento. Ele dizia que "um bom planejamento é a chave para o sucesso." Isso mostra que antes de sair recrutando, a empresa precisa pensar bem sobre o que está buscando. Assim, fica mais fácil encontrar as pessoas certas.

### 10.2 Treinamento e desenvolvimento

O treinamento se concentra em ensinar habilidades e conhecimentos específicos necessários para realizar uma tarefa. Tem um caráter mais imediato e o objetivo de melhorar o desempenho de funções já existentes. Por isso, tende a ser uma abordagem mais direta e prática com resultados visíveis a curto prazo.

O desenvolvimento busca preparar os colaboradores para futuras responsabilidades e cargos mais elevados, promovendo o crescimento pessoal e profissional. O treinamento da empresa Candy Cakes será composto por:

**Integração Inicial: Apresentação da Confeitaria:** Explicaremos a missão, visão e valores da empresa, para nossos funcionários conhecer melhor a empresa que irá trabalhar; **Conhecimento do Espaço:** Levaremos os funcionários a conhecer as áreas de trabalho e os equipamentos, como a cozinha, armazenamento e área de vendas.

**Prática Supervisionada:** os novos funcionários devem praticar sob a supervisão de um confeito experiente. Isso ajuda a garantir que aprendam as técnicas corretamente;

**Trabalho em Equipe:** Dinâmicas para promover o trabalho em equipe são muito importantes, já que a produção na confeitaria, envolve colaboração entre diferentes funções.

**Atendimento ao Cliente:** Para aqueles que trabalham na área de vendas ou atendimento, será fundamental treiná-los sobre como interagir com os clientes, apresentar produtos e lidar com pedidos especiais.

**Atualização Contínua:** Oferecer oportunidades para que os nossos funcionários aprendam novas técnicas ou tendências através de workshops e cursos externos.

### 10.3 Avaliação de desempenho

Essa prática permite identificar pontos fortes e áreas de melhoria, garantindo que a equipe esteja alinhada com os objetivos da empresa e proporcionando um atendimento de excelência aos clientes.

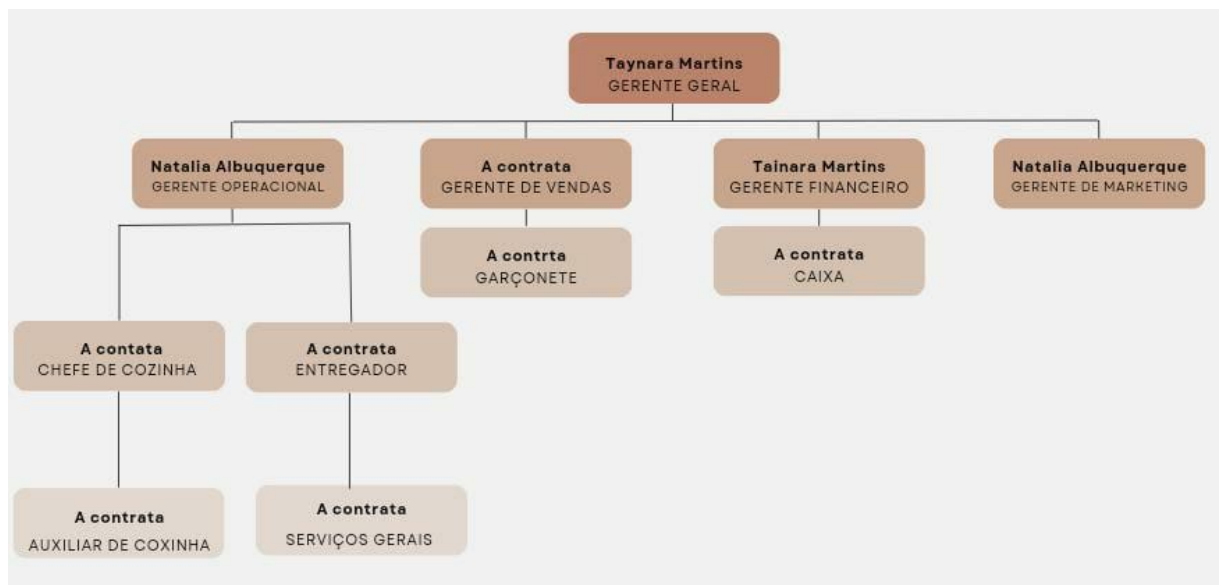
De acordo com Peter Drucker, um dos pais da administração moderna, "o que pode ser medido pode ser melhorado." Com base nessa premissa, implementamos indicadores-chave de desempenho (KPIs) que avaliam não apenas a produtividade da equipe, mas também a satisfação do cliente e a qualidade dos produtos. Isso inclui métricas como tempo de atendimento, taxa de retorno de clientes e feedback sobre os produtos.

Os KPIs podem incluir aspectos como vendas mensais, que ajudam a entender o volume de negócios; a satisfação do cliente, que pode ser medida por meio de feedback e pesquisas; e o tempo médio de atendimento, que avalia a eficiência no



serviço prestado. Além disso, a taxa de retorno de clientes é um indicador importante para saber quantas pessoas voltam para comprar novamente, refletindo a lealdade à marca

#### 10.4 Organograma



#### 10.5 Plano motivacional

Os funcionários da Candy Cakes Confeitaria podem incluir o reconhecimento e recompensas, como um programa de "Funcionário do Mês" com prêmios, como dias de folga ou vales-presentes. É importante também promover um ambiente positivo, realizando reuniões para ouvir ideias e sugestões, para fortalecer os laços da equipe.

#### 10.6 Estilo de liderança

A liderança transformacional é focada em inspirar e motivar os colaboradores a alcançarem seu potencial máximo. O líder atua como um mentor, promovendo mudanças positivas e um clima de inovação. Esse estilo é excelente para empresas que buscam crescimento e adaptação constante.

A liderança servidora prioriza o bem-estar da equipe. O líder está lá para apoiar os colaboradores, ajudando-os a se desenvolverem e a alcançarem seus objetivos. Esse estilo pode criar um ambiente de trabalho altamente positivo e colaborativo.

## **11. O SETOR E SUA ANÁLISE EM DETALHES**

Segundo a associação ABIA - associação brasileira da indústria de alimentos, a taxa de Crescimento Anual Composto (CAGR) de 3,99% no período de 2022 a 2027, uma vez que, nos últimos anos, houve um significativo aumento das compras de alimentos por meio da Internet, seja por entrega no formato delivery ou pela de retirada no local.

## 12. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA DIRETA E INDIRETA--+

Analizamos os concorrentes diretos e indiretos da nossa cidade e chegamos à conclusão que podemos ganhar o poder de competitividade com alguns deles. Concorrentes diretos da Candy Cakes:

**Maria Matos:** Famosa por seus bolos elaborados e personalizados, Maria Matos destaca-se pela decoração detalhada e sabores sofisticados.

**Mamãe Formiga:** Conhecida por suas opções tradicionais e caseiras, Mamãe Formiga oferece bolos e doces que lembram receitas familiares e confortantes.

**Evani Bolos:** Com foco em bolos recheados e bem decorados, Evani Bolos é reconhecida pela qualidade dos ingredientes e pela apresentação atraente de suas criações.

**Mania Doces:** Destaca-se por sua ampla gama de doces e sobremesas, incluindo opções gourmet e inovadoras, sempre com um toque especial na apresentação.

Concorrentes indiretos:

**Mercado Triunfo:** Oferece uma variedade de produtos de confeitaria e bolos prontos, além de ingredientes para preparo caseiro, atraindo clientes que buscam conveniência e preços competitivos

**Mercado Frangolândia:** Embora seja conhecido principalmente por produtos alimentícios variados e carnes, também vende bolos e doces industrializados, servindo como uma opção para quem busca praticidade.

**Mercado Mais Você:** Fornece uma gama de produtos de confeitaria e sobremesas prontas, além de ingredientes para preparar em casa, atendendo clientes que preferem opções rápidas e acessíveis.

A empresa Candy Cakes tem potencial para ser superior a esses empreendimentos, com variedade em produtos, qualidade, ambiente diversificado e um preço acessível ao público da cidade de Teodoro Sampaio.

A concorrência direta é quando empresas ou marcas vendem os mesmos produtos ou serviços para o mesmo público-alvo.

A concorrência indireta é quando o público-alvo é o mesmo, mas os produtos são diferente (Kotler e Keller (2006)

## 13. ANÁLISE DOS FORNECEDORES

Ao se tratar de fornecedores, a empresa Candy Cakes contará com um sistema de cadastro de fornecedores, com o objetivo de obter informações sobre as empresas instaladas no Brasil, qualificadas para o fornecimento de bens, materiais, produtos e serviços para a nossa empresa.

Conclui-se que o fornecedor de sucos será polpa norte para nos fornecer matéria prima para a produção de nossos sucos optamos por uma franquia de polpa de suco em: Maringá –PR. O fornecedor de refrigerante, será Coca – Cola e Femsa. Para fornecer matéria prima optamos por uma franquia de refrigerante em: Maringá - PR

“As empresas estão cada vez mais racionalizando sua base de fornecedores. Empresas e fornecedores estão estreitando suas relações e criando sistemas de parceria em que ambos atuam de forma harmoniosa.” (CHING, 1999, p. 61)

Iremos manter esses cadastros sempre atualizados para termos informações a tempo e a hora. Nesses cadastros terá os dados e critérios como: confiabilidade, serviços pós-venda, habilidades técnicas e capacidade de produção,

## 14. ANÁLISE DAS ENTIDADES REGULADORAS

Corpo de Bombeiros: supervisora as instalações de fiação do estacionamento, se o estabelecimento está seguro para receber os clientes e se está tudo dentro das normas

Anvisa \_ coordena, supervisiona e controla as atividades de registro, inspeção, fiscalização e controle de risco, sendo responsável por estabelecer normas e padrões de qualidade e identificar a serem observados

Vigilância sanitária municipal, supervisiona os alimentos se estão adequado para ser consumido, se o espaço está adequado e limpo e se os funcionários estão corretos para trabalhar na função

### 14.1 Economia

Em 2021, o PIB per capita era de R\$26.801,81. Na comparação com outros municípios do estado, ficava nas posições 427 de 645 entre os municípios do estado e na 2427 de 5570 entre todos os municípios. Já o percentual de receitas externas em 2023 era de 88,05%, o que o colocava na posição 137 de 645 entre os municípios do estado e na 2442 de 5570.

Em 2023, o total de receitas realizadas foi de R\$131.593.656,79 (x1000) e o total de despesas empenhadas foi de R\$129.785.942,3 (x1000). Isso deixa o município nas posições 243 e 238 de 645 entre os municípios do estado e na 1397 e 1347 de 5570 entre todos os municípios.

### 14.2 Demografia

Teodoro Sampaio, o maior município Paulista em área territorial com 2.752 km quadrados. De acordo com as pesquisas de campo, a cada 100 pessoas apenas 15 não iriam à (CANDY CAKES).

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.

A população da cidade de Teodoro Sampaio (SP) chegou a 22.173 pessoas no Censo de 2022, o que representa um aumento de 3,68% em comparação com o Censo de 2010. Os resultados foram divulgados nesta quarta-feira (28) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

### 14.3 Tecnologia

A CANDY CAKES pretende inovar no processamento de pedidos, com um sistema eletrônico de comando que vai do balcão direto à cozinha.

Um sistema que após o cliente fazer seu pedido é contabilizado automaticamente toda a conta.

Computadores conectados por um sistema de software para que todos os setores da empresa fiquem interligados.

### 14.4 Aspecto sócio-culturais

A cidade de Teodoro Sampaio adotou uma cultura simples assim já acomodada com a habituada. Pesquisas realizadas por nossa equipe mostraram justamente isso, por ser uma cidade estagnada, teríamos alguns problemas de aceitação, porém nada impediria que pessoas de idade mais avançada consumissem nossos produtos.

O principal motivo que influencia a ida dessas pessoas a nossa empresa, séria, A qualidade do produtos, atendimento dos clientes, variedade e sempre inovar nas tendências para satisfazer o cliente

## 15. ASPECTOS AMBIENTAIS – PLANO DE GESTÃO AMBIENTAL

A Candy Cakes Confeitaria é uma empresa que busca não apenas oferecer produtos deliciosos, mas também adotar práticas sustentáveis em sua operação. O plano de gestão ambiental da confeitaria visa minimizar os impactos ambientais, promovendo a responsabilidade social e a sustentabilidade.

Esse plano inclui várias iniciativas, como a redução do desperdício de alimentos, com a implementação de um sistema que utiliza sobras de ingredientes para criar novos produtos ou doações para instituições carentes. Além disso, a confeitaria prioriza o uso de embalagens biodegradáveis e recicláveis, diminuindo a quantidade de plástico descartado.

Outro aspecto importante do plano é a conscientização da equipe sobre práticas sustentáveis. Treinamentos são realizados para ensinar os funcionários sobre a importância da preservação ambiental e como podem contribuir no dia a dia da confeitaria. Isso inclui desde o manejo correto dos resíduos até a economia de água e energia.

A Candy Cakes também busca parcerias com fornecedores locais que compartilham valores semelhantes, favorecendo ingredientes frescos e reduzindo a pegada de carbono associada ao transporte. Com essas ações, a confeitaria não apenas melhora sua eficiência operacional, mas também se posiciona como uma empresa responsável e comprometida com o futuro do planeta.

### 15.1 Análise swot

“A matriz SWOT é uma ferramenta analítica, colaborativa e versátil, sendo amplamente utilizada para englobar perspectivas dos integrantes de uma empresa” (Mian et al., 2020).



# • ANÁLISE SWOT •



## **16. PLANO ORGANIZACIONAL**

O plano organizacional da confeitaria apresenta uma estrutura clara, começando pela definição dos principais cargos e suas responsabilidades. O gerente geral será responsável pela administração geral e finanças, enquanto o chefe de confeitaria se encarrega da criação de receitas e supervisão da equipe de cozinha. A equipe de confeitaria é responsável pela produção dos produtos, garantindo a qualidade e o cumprimento dos prazos. Os funcionários do atendimento ao cliente devem oferecer um serviço excepcional e lidar com as vendas, enquanto a equipe de marketing cuida da promoção do negócio e das interações nas redes sociais.

No dia a dia, a confeitaria funcionará com processos bem definidos para a produção, vendas e atendimento ao cliente, além de um controle eficiente de estoque para garantir a disponibilidade de insumos. A cultura organizacional deve priorizar a qualidade dos produtos e um ambiente colaborativo entre os funcionários. Por fim, será importante ter uma visão sobre o crescimento futuro do nosso negócio, como a possibilidade de abrir novas filiais ou expandir a linha de produtos.

## 17. A ESTRATÉGIA COMPETITIVA ESCOLHIDA PELA EMPRESA

Conforme Porter (2005) a estratégia competitiva visa a estabelecer uma posição lucrativa e sustentável contra as forças que determinam a concorrência na indústria. Desta forma, duas questões centrais baseiam a escolha da estratégia competitiva: (i) a atratividade das indústrias (ramos industriais) em termos de rentabilidade em longo prazo, e os fatores que determinam esta atratividade; e (ii) os determinantes da posição competitiva dentro de uma indústria.

Nenhuma destas duas questões é suficiente por si só para orientar a escolha da estratégia competitiva. As indústrias tornam-se mais ou menos atrativas no decorrer do tempo, e assim a posição competitiva reflete uma batalha interminável que existe entre os concorrentes.

Desta forma, a estratégia competitiva não só responde ao meio ambiente, mas também tenta modelar este meio ambiente em favor de uma empresa.

O primeiro determinante fundamental da rentabilidade de uma empresa é a atratividade da indústria. A estratégia competitiva deve surgir de uma compreensão sofisticada das regras da concorrência que determinam a atratividade de uma indústria. A meta final da estratégia competitiva será a de (i) lidar com estas regras e (ii) modificá-las (quando interessante) em favor da empresa. Conforme Porter (2005), as regras de concorrência estão englobadas em cinco forças competitivas que são consideradas essenciais: (1) Entrada de novos concorrentes, (2) Ameaça de substitutos, (3) Poder de negociação dos compradores, (4) Poder de negociação dos fornecedores e (5) Rivalidade entre os concorrentes existentes.

### 17.1 Inovação

A confeitaria desafia os limites tradicionais, abraçando a inovação e a originalidade. Neste mundo vibrante, as novas tendências não apenas moldam o presente, mas também desenham o futuro deste ramo da gastronomia. Afinal, a arte de criar doces está se transformando com essas tendências, que introduzem novos sabores, técnicas e apresentações visuais

A inovação na confeitaria é fundamental por várias razões. Primeiramente, ela ajuda a diferenciar a sua confeitaria da concorrência. Com tantas opções disponíveis, oferecer produtos únicos e criativos pode atrair mais clientes e fidelizá-los. Além disso, a inovação permite que você atenda às novas tendências e preferências dos consumidores, como opções veganas, sem glúten ou com ingredientes orgânicos, a inovação também impulsiona a criatividade da equipe. Quando os funcionários são encorajados a experimentar e criar novas receitas, isso não só melhora o ambiente de trabalho, mas também pode levar a descobertas deliciosas que podem se tornar os carros-chefes da confeitaria. Por fim, estar sempre inovando ajuda a manter o interesse dos clientes. Lançar novidades regularmente gera expectativa e entusiasmo, fazendo com que as pessoas voltem para experimentar as últimas criações.

Assim, a inovação se torna uma parte essencial do crescimento e sucesso da confeitaria, como:

**Tecnologia e Automação:** O uso de impressoras 3D para criar decorações personalizadas e a automação de processos, como misturas e embalagens, estão se tornando mais comuns, aumentando a eficiência e a precisão.

**Experiências Interativas:** Confeitarias estão oferecendo experiências imersivas, como workshops onde os clientes podem ter direito a degustações guiadas que educam sobre os ingredientes e técnicas.

**Saúde e Bem-Estar:** Produtos com ingredientes funcionais, como probióticos ou superalimentos, estão em alta. Os clientes buscam opções que não só satisfaçam seu paladar, mas também tragam benefícios à saúde.

**Novas Combinações de Sabores:** A experimentação com sabores inusitados continua em alta. Combinações como chocolate com especiarias exóticas ou frutas com ervas aromáticas estão se tornando populares.

**Personalização:** Oferecer produtos personalizados, como bolos feitos sob medida para ocasiões especiais ou sobremesas com mensagens personalizadas, está atraindo muitos clientes.

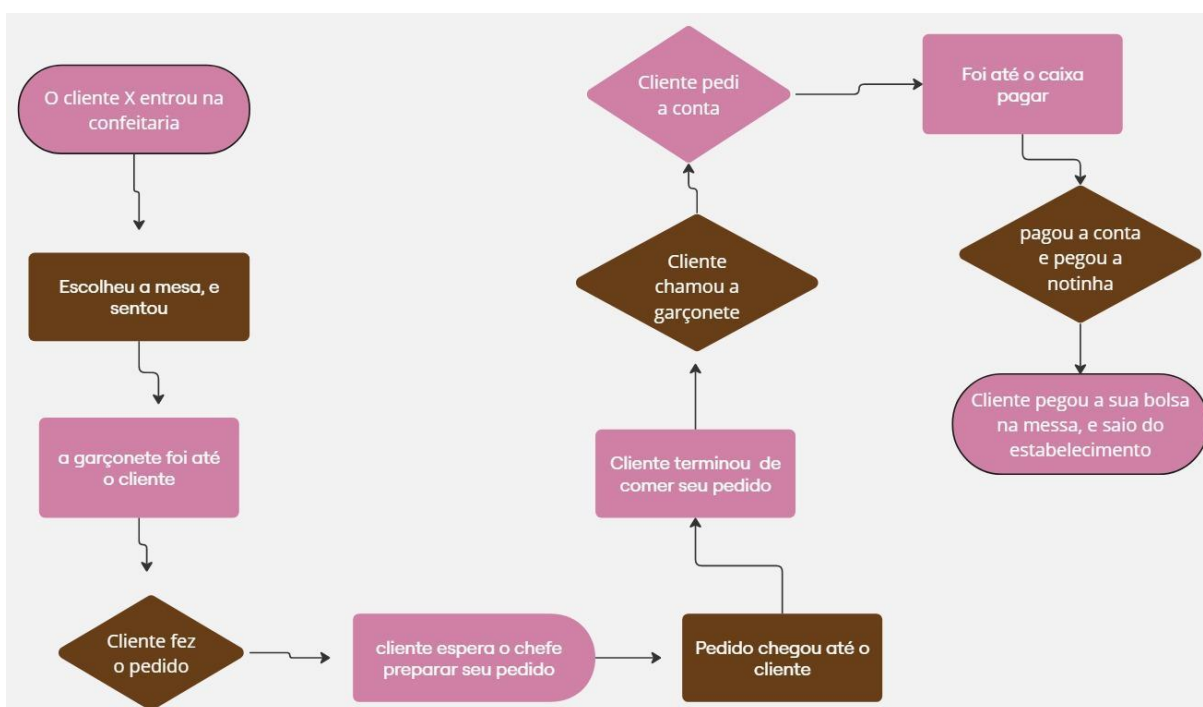
**Doces Artísticos:** A estética dos produtos se tornou tão importante quanto o sabor, investindo em técnicas de decoração mais elaboradas e artísticas para criar sobremesas que são verdadeiras obras de arte

## 17.2 Competências organizacionais críticas a adquirir

As competências a serem atendidas no mercado de trabalho são: profissionais qualificados, matéria prima de alta qualidade, fornecedores com alta responsabilidade e competência;

## 17.3 Sistema de atividades – fluxograma

Figura 1: Fluxograma



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024).

## 18. PLANO DE MARKETING

### 18.1 Descrição precisa do mercado alvo

O público alvo da nossa empresa são crianças, mulheres e idosos. Faixa Etária de idade é dos 4 anos até os 80 anos

### 18.2 Estratégias de marketing

Marketing digital: Será usado para divulgar os produtos por Instagram, tik tok, vídeos sobre nosso estabelecimento e nossa produção.

Marketing de relacionamento: Vamos criar um relacionamento positivo com nosso cliente fiel que comprem nosso produto sempre por meio de benefícios e satisfação deles.

Marketing de resposta: Manter conexão entre equipe e as tendências do momento no mundo dos doces e salgados

### 18.3 Logomarca do produto

Figura 2: Logomarca



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024).

## 18.4 Cronograma promocional

### Plano de Marketing PROMOÇÕES SEMANAL



**Bolos caseirinhos**  
Candy Cakes  
R\$ 30,00  
GARANTA JA O SEU:  
(18)996382469

**Doces Gourmet**  
Candy Cakes  
caixinha com 6 doces  
variáveis R\$7,00  
GARANTA JA O SEU:  
(18)996382469

**Doces Finos**  
Candy Cakes  
caixa com 6 doces  
variáveis R\$10,00  
GARANTA JA O SEU:  
(18)996382469

## CALENDÁRIO DE DATAS COMEMORATIVAS



**Variedades Pra presentear sua mãe**  
Candy Cakes  
Entre em contato pra  
saber os preços!  
VENHA GARANTIE O SEU:  
(18)996382469

**Variedades Pra presentear seu amor**  
Candy Cakes  
Entre em contato pra  
saber os preços!  
VENHA GARANTIE O SEU:  
(18)996382469

## CALENDÁRIO DE DATAS COMEMORATIVAS



### 18.5 Produto

Segundo a Bianca Xavier O produto, que pode ser também um serviço, é tudo aquilo que é disponibilizado ao consumidor final para satisfazer suas necessidades ou desejos

### 18.6 Preço

O preço é, obviamente, o valor que será cobrado pela aquisição do seu produto ou serviço. O consumidor estará pagando pelos benefícios que seu produto irá trazer, logo, ele envolve um forte componente psicológico, da percepção que o público possui sobre sua marca.

### 18.7 Distribuição

Nossa distribuição seria local físico e com delivery com uma pequena taxa



## 18.8 Promoção e publicidade

Nossa empresa vai optar por redes sociais, divulgação de carro de som, e relacionamento com o cliente

## 18.9 Cronograma promocional

Será mas em dias comemorativos como: Páscoa, Dia das mães, Dia dos namorados, Dia dos pais,e Natal

Páscoa:Ovos de colher e tradicional, Dia das mães: Doces personalizados, dia dos namorados: Doces mas românticos e personalizados, Dia dos pais: Doces. Natal: Panetone e barras de chocolate, Sorteio a cada 3 meses com algumas da confeitaria em forma de cesta

## 18.10 Cardápio

Figura 3: Cardápio



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

## 19. PLANO DE OPERAÇÕES

A empresa Candy Cakes tem como foco a venda de produtos conforme especificado no capítulo 14. o processo produtivo da empresa não será terceirizado, considerando que a produção própria gera vantagens competitivas para a organização. As vantagens da produção própria para nossa confeitaria será algo muito vantajoso por que será algo significativo e pode ser fundamental para o sucesso da confeitaria. ao optar por produzir internamente os nossos produtos a confeitaria pode se beneficiar em diversos aspectos, tais como controle de qualidade , personalização , frescor, diferenciação , custos controlados e flexibilidade. em termos de qualidade, a produção próprias ela vai nos permitir que a nossa confeitaria tenha o controle total sobre nossos ingrediente utilizado em nossas produções como vai ser preparado assim assegurando que nossos produtos sempre vão ser entregue com alta qualidade segundo

A Gestão da Qualidade Total, exemplo de excelência gerencial nas empresas, pode contribuir de maneira significativa para a melhoria do ensino no Brasil. As mudanças reais começam a ocorrer quando os princípios, conceitos e fundamentos da GQT se integram à cultura da organização, ao dia-a-dia das pessoas e dos processos organizacionais.

Os verdadeiros benefícios oriundos da GQT são parte natural da implementação de um programa de melhoria contínua e consistente, que ajuda a desenvolver o potencial e as qualidades dos profissionais da educação e do trabalho que realizam [Batista (1994)].

## 20.RECURSOS FÍSICOS

Os recursos físicos são os elementos tangíveis necessários para o funcionamento adequado do negócio. Freezer, geladeira, balcão, chapa, espremedor de frutas, liquidificador, estufas, forno, talheres (pratos, copos, panelas e utensílios de cozinha), mesas e cadeiras, caixa, móveis, equipamentos de decoração, utensílios.

Os recursos materiais são todos os bens tangíveis que permitem oferecer os produtos ou serviços em questão. Entre estes, encontram-se as matérias-primas, as instalações, as máquinas e o terreno.

### 20.1 Orçamento físico financeiro

Tabela 1: Orçamento físico financeiro

<b>Moveis e utensilios:</b>			
	<b>QUANTIDADE</b>	<b>VALOR UNIT</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Bancada de trabalho	1	R\$ 1.995,00	R\$ 1.995,00
Estante	0	R\$ 1.354,95	R\$ -
Jogo de mesa	10	R\$ 279,00	R\$ 2.790,00
Plateleiras	1	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00
Balança digitais	1	R\$ 4.962,48	R\$ 4.962,48
Kitis de decoracao	1	R\$ 460,49	R\$ 460,49
Cortadores de biscoito	10	R\$ 28,50	R\$ 285,00
Raspadores de massa	4	R\$ 24,96	R\$ 99,84
Pincel de confeitiro	5	R\$ 16,90	R\$ 84,50
Pratos de porcelanato	50	R\$ 199,00	R\$ 9.950,00
Pia de cozinha	1	R\$ 2.490,00	R\$ 2.490,00
Talheres	2	R\$ 449,00	R\$ 898,00
Copos	40	R\$ 10,00	R\$ 400,00
Maquina de espremer frutas	1	R\$ 5.849,10	R\$ 5.849,10
Tapete de silicone	3	R\$ 49,90	R\$ 149,70
Mangas de confeitir	30	R\$ 24,30	R\$ 729,00
Bicos de confeitiro	2	R\$ 60,63	R\$ 121,26
Processador de alimentos	1	R\$ 6.219,86	R\$ 6.219,86
Colher medidoras	3	R\$ 11,99	R\$ 35,97
Copo medidor	4	R\$ 12,99	R\$ 51,96
Forma de bolo quadrada	5	R\$ 115,99	R\$ 579,95
Panelas	25	R\$ 25,00	R\$ 625,00
Forma de bolo redonda	7	R\$ 62,90	R\$ 440,30
Espatula de confeitiro-	5	R\$ 11,99	R\$ 59,95
Soma total			R\$ 49.277,36

<b>Maquinas e equipamentos</b>			
Forno convencional	1	R\$ 4.653,00	R\$ 4.653,00
Fritadeira eletrica	1	R\$ 1.232,25	R\$ 1.232,25
Refrigerador	1	R\$ 4.266,00	R\$ 4.266,00
Geladeira Industrial	1	R\$ 5.331,28	R\$ 5.331,28
Leitor de codigo de barras	1	R\$ 550,00	R\$ 550,00
Impressora de recibo	1	R\$ 619,00	R\$ 619,00
Cameras de segurança	5	R\$ 178,70	R\$ 893,50
Maquina de embalagem	1	R\$ 5.669,10	R\$ 5.669,10
Exaustor	1	R\$ 452,99	R\$ 452,99
Maquininha de cartao	1	R\$ 418,80	R\$ 418,80
Maquina de cafe	1	R\$ 4.999,00	R\$ 4.999,00
Chapa	1	R\$ 3.027,27	R\$ 3.027,27
Vitrine	1	R\$ 8.140,74	R\$ 8.140,74
Fizer	1	R\$ 1.899,00	R\$ 1.899,00
Batedeira de mao	1	R\$ 2.148,92	R\$ 2.148,92
Panela elétrica de brigadeiro	1	R\$ 1.399,90	R\$ 1.399,90
Impressora	1	R\$ 1.619,00	R\$ 1.619,00
Computador	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
Soma total			R\$ 48.639,75

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

## 20.2 LAYOUT – PLANTA FÍSICA



## 21. PLANO FINANCEIRO

### 21.1 Investimento total

Tabela 2: Investimento Total

<b>INVESTIMENTO TOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>114.117,11</b>
---------------------------	------------	-------------------

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

Tabela 3: Capital social

<b>INVESTIMENTO POR SÓCIA</b>	<b>R\$</b>	<b>57.058,56</b>
-------------------------------	------------	------------------

### 21.2 Payback

Tabela 4: Payback

<b>INVESTIMENTO PAYBACK</b>	<b>23,35115817</b>
<b>23 MESES</b>	

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

### 21.3 Pro-labore

Tabela 5: Pro-labore

<b>Cargos</b>	<b>Pro-labore</b>
Gerentes 1 - sócia	R\$ 3.000,00
Gerente 2 - sócia	R\$ 3.000,00
Confeiteiro/padeiro	R\$ 2.500,00
auxiliar cozinha	R\$ 1.412,00
atendente 1 e 2	R\$ 2.824,00

R\$ 12.736,00

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

## 21.4 CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS

Tabela 6: Custos produtos

BOLOS TRADICIONAIS	RECHEIO/COBERTURA	FRUTAS	CUSTO KILO	QUANTIDADE	VALOR TOTAL
Chocolate 50%	Creme de ninho	Morango	25	70	R\$ 1.750,00
Cenoura	Brigadeiro	Abacaxi	25	60	R\$ 1.500,00
Baunilha	Brigadeiro de maracuja	Poupa do maracuja	25	70	R\$ 1.750,00
Laranja	Brigadeiro branco	Cereja	25	50	R\$ 1.250,00
Formigueiro	Creme de chocolate 50%	Pessego	25	50	R\$ 1.250,00
Red vevelt	Brigadero com morango		25	70	R\$ 1.750,00
yorgut	Ninho com morango		25	50	R\$ 1.250,00
Limão	Ninho com abacaxi		25	50	R\$ 1.250,00
	Ninho com maracuja		25	50	R\$ 1.250,00
					<b>R\$ 13.000,00</b>
DOCES DE FESTA	VALORES (CENTRO)	DOCES FINOS	CUSTO KILO		
Brigadeiro 50%	R\$ 30,00	Bombom de uva	R\$ 2,50	500	R\$ 1.250,00
Casadinho	R\$ 30,00	Copinho de chocolate com mousse de maracujá	R\$ 2,50	500	R\$ 1.250,00
Surpresa de uva	R\$ 30,00	Copinho de chocolate com mousse de limão	R\$ 2,50	500	R\$ 1.250,00
Ninho	R\$ 30,00	Copinho de chocolate com trufa cereja ao marasquino.	R\$ 2,50	500	R\$ 1.250,00
Beijinho	R\$ 30,00	Mini trufa tradicional	R\$ 2,50	500	R\$ 1.250,00
Brigadeiro tradicional	R\$ 30,00	Mini trufa de maracujá	R\$ 2,50	500	R\$ 1.250,00
Bridadeiro de churos	R\$ 30,00	Mini torta de frutas silvestres	R\$ 2,50	500	R\$ 1.250,00
	R\$ 210,00				<b>R\$ 34.750,00</b>
SOBREMESAS	RECHEIOS	CUSTO KILO	QUANTIDADE	VALOR TOTAL	
Bom bom de uva na travessa	Creme de ninho, uva e ganache de chocolate	R\$ 30,00	150	R\$ 4.500,00	
Bom bom de morango na travessa	Creme de ninho, morango e ganache de chocolate	R\$ 30,00	150	R\$ 4.500,00	
Pudin	Tradicional	R\$ 30,00	50	R\$ 1.250,00	
Donuts	Cobertura chocolate branco e preto	R\$ 8,00	300	R\$ 2.400,00	

Cones	Brigadeiro, beijinho, ninho com nutela, doce de leite, ninho com morango, ninho com uva	R\$ 5,00	100	R\$ 500,00	
Bomba	Ninho e nutela cobertura de chocolate	R\$ 10,00	92	R\$ 920,00	
		R			R\$ 14.070,00

## 21.5 VOLUME E VALORES DE VENDAS

Tabela 7: Previsão vendas

<b>BOLOS TRADICIONAIS</b>	<b>RECHEIO/COBERTURA</b>	<b>FRUTAS</b>	<b>VALOR KILO</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor total</b>
Chocolate 50%	Creme de ninho	Morango	50	40	R\$ 2.000,00
Cenoura	Brigadeiro	Abacaxi	50	40	R\$ 3.000,00
Baunilha	Brigadeiro de maracuja	Poupa do maracuja	50	40	R\$ 3.500,00
Laranja	Brigadeiro branco	Cereja	50	40	R\$ 2.500,00
Formigueiro	Creme de chocolate 50%	Pessego	50	40	R\$ 2.500,00
Red vevelt	Brigadero com morango		50	70	R\$ 3.500,00
yorgut	Ninho com morango		50	50	R\$ 2.500,00
Limão	Ninho com abacaxi		50	50	R\$ 2.500,00
	Ninho com maracuja		50	50	R\$ 2.500,00
					<b>R\$ 24.500,00</b>
<b>DOCES DE FESTA</b>	<b>RECHEIO/COBERTURA</b>	<b>FRUTAS</b>	<b>VALOR KILO</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor total</b>
Brigadeiro 50%	R\$60	Bombom de uva	R\$ 5,00	500	R\$ 2.500,00
Casadinho	R\$60	Copinho de chocolate com mousse de maracujá	R\$ 5,00	500	R\$ 2.500,00
Surpresa de uva	R\$60	Copinho de chocolate com mousse de limão	R\$ 5,00	500	R\$ 2.500,00
Ninho	R\$60	Copinho de chocolate com trufa cereja ao marasquino.	R\$ 5,00	500	R\$ 2.500,00
Beijinho	R\$60	Mini trufa tradicional	R\$ 5,00	500	R\$ 2.500,00
Brigadeiro tradicional	R\$60	Mini trufa de maracujá	R\$ 5,00	500	R\$ 2.500,00
Bridadeiro de churos	R\$60	Mini torta de frutas silvestres	R\$ 5,00	500	R\$ 2.500,00
					<b>R\$ 17.500,00</b>
<b>SOBREMESAS</b>	<b>RECHEIO/COBERTURA</b>	<b>FRUTAS</b>	<b>VALOR KILO</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor total</b>
Bom bom de uva na travessa	Creme de ninho, uva e ganache de chocolate	R\$ 30,00	150	R\$ 4.500,00	



Bom bom de morango na travessa	Creme de ninho, morango e ganache de chocolate	R\$ 30,00	150	R\$ 4.500,00	
Pudin	Tradicional	R\$ 25,00	50	R\$ 1.250,00	
Donuts	Cobertura chocolate branco e preto	R\$8,00	300	R\$ 2.400,00	
Cones	Brigadeiro, beijinho, ninho com nutela, doce de leite, ninho com morango, ninho com uva	R\$ 5,00	100	R\$ 500,00	
Bomba	Ninho e nutela cobertura de chocolate	R\$ 10,00	92	R\$ 920,00	
					<b>R\$ 14.070,00</b>

## 21.6 Custos fixos e variáveis

Tabela 8: Custos Fixos e variáveis

<b>Despesas fixa</b>	
Água	R\$ 250,00
Energia elétrica	R\$ 600,00
Aluguel	R\$ 4.000,00
Internet	R\$ 200,00
Contador	R\$ 300,00
Marketing	R\$ 800,00
Pro labore e salários	R\$ 12.733,00
	<b>R\$ 18.883,00</b>
<b>custos variáveis</b>	
Decimo terceiro	R\$ 6.300,00
Manutenção das maquina	R\$ 250,00
Imposto	R\$ 4.000,00
	<b>R\$ 10.550,00</b>

## 21.7 FLUXO DE CAIXA

Tabela 9: Fluxo de caixa

Receita de venda	R\$ 56.070,00
CUSTOS F+V	R\$ 29.433,00
<b>RESULTADO</b>	<b>R\$ 26.637,00</b>
despesas mensais	R\$ 21.750,00
<b>FLUXO DE CAIXA</b>	<b>R\$ 4.887,00</b>

## 21.8 Demonstração do Resultado do Exercício - DRE

Tabela 10: DRE

DRE- ANUAL	
<b>RECEITA OPERACIONAL BRUTA</b>	
Venda de produtos	R\$ 672.840,00
<b>(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA</b>	
Juros emprestimo e impostos	R\$ 72.000,00
Custo produtos	R\$ 269.136,00
<b>(=) RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA</b>	<b>R\$ 331.704,00</b>
<b>(-) DESPESAS OPERACIONAIS/ ADMINISTRATIVAS</b>	
Estoques	R\$ 15.000,00
Sistemas	R\$ 14.400,00
Capital de giro	R\$ 19.500,00
<b>(=) RESULTADO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA</b>	<b>R\$ 282.804,00</b>
(-) Imposto de Renda	R\$ 67.284,00
<b>(=) LUCRO LÍQUIDO ANTES DE PARTICIPAÇÕES</b>	<b>R\$ 215.520,00</b>
(-) Debêntures, Participação de administradores	R\$ 72.000,00
Reinvestimento (compras e inovações)	R\$ 28.800,00
<b>(=) RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO</b>	<b>R\$ 114.720,00</b>
RESULTADO MENSAL	R\$ 9.560,00

## 22.1 Considerações sobre o risco financeiro

Um dos principais riscos financeiros enfrentados na confeitaria é a volatilidade dos preços dos insumos. Ingredientes como açúcar, chocolate e frutas podem sofrer variações de preço devido a fatores sazonais, climáticos ou econômicos. Essa oscilação pode afetar diretamente os custos de produção e, conseqüentemente, as margens de lucro, e as mudanças das inovação e sabores e gostos dos nossos clientes. Para diminuir esse risco, é fundamental estabelecer parcerias sólidas com fornecedores e considerar a compra em maior quantidade durante períodos de preços mais baixos.

## 22.2 Plano de contingência

Segundo Marcelo Araújo, O plano de contingência é um instrumento que reúne direcionamentos e orientações a respeito de atitudes que deverão ser realizadas pelos colaboradores e gestores de uma empresa diante de situações imprevisíveis e negativas para o negócio

A confeitaria pensa em abrir franquias em outras cidades, venderiam os produtos para outras panificadoras e fazíamos promoções maiores para se restabelecer.

## **22.RESULTADOS**

Este trabalho teve como objetivo aprofundar o conhecimento na área de confeitaria, abordando tanto os aspectos técnicos quanto criativos envolvidos na produção de produtos de confeitaria. Ao longo do tempo foram feitas pesquisas para ver o que a população da cidade Teodoro Sampaio gostaria, foram exploradas diversas técnicas, e explorando o mundo dos doces para saber o que estava em alta nos últimos tempos caracterizam o cenário atual do setor.

Durante o desenvolvimento do projeto, foram realizadas pesquisas e debates que possibilitaram ver como seria a viabilidade da abertura da nossa empresa CANDY CAKES CONFEITARIA.

Conclui-se que existe a viabilidade da implantação da empresa da cidade Teodoro Sampaio por ser algo novo, criativo e um lugar aconchegante para poder mergulhar na magia dos doces na sua tarde ou em um final de semana.

## **23. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho realizou uma revisão bibliográfica com o objetivo de analisar a Viabilidade de Abertura de uma Confeitaria para Pessoas que quer um lugar aconchegante e com variedade de produtos para comer e frequentar na parte do seu dia em Teodoro Sampaio - SP . Os principais resultados obtidos nos estudos foram que há um mercado explorado, com concorrência e que tem um retorno financeiro uma vez que haja a instalação do empreendimento no município.

Dessa forma, pode ser concluído que a abertura da confeitaria possui uma viabilidade boa e é rentável, considerando as estimativas previstas neste estudo. Os objetivos do trabalho foram alcançados pela autora e as informações que foram expressas aqui neste trabalho, possibilitam uma visão mais ampla em relação ao empreendimento e o mercado do qual ele está ligado.

## REFERÊNCIAS

ANTONIO, Carlos Gil. **Gestão de pessoas**. Cidade de publicação: Editora, ano de publicação.

BATISTA, José Carlos. **Gestão da qualidade total no Brasil: integração dos conceitos ao ensino e à prática organizacional**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 1994.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CHING, Edson. **Gestão estratégica de fornecedores**. São Paulo: Atlas, 1999.

DRUCKER, Peter F. **Administração de empresas**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MIAN, Zuleika; ET AL. **Gestão estratégica e análise SWOT: uma abordagem prática**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. 3. ed. São Paulo: Abril, 1985.

XAVIER, Bianca. **Marketing: conceitos, ferramentas e estratégias**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2019.