

CENTRO PAULA SOUZA

ETEC Jardim Ângela

Curso Técnico em Administração

ANA LUIZA FERREIRA SILVESTRE RIBEIRO

BRENDA DE OLIVEIRA MARQUES DO NASCIMENTO

LUCAS NUNES DE OLIVEIRA

MARIA HELOISA SOUZA PEREIRA

PEDRO HENRIQUE DE OLIVEIRA VALERIANO

RAFAEL NUNES FRISCIO

DUFFNUTS

São Paulo

2025

Ana Luiza Ferreira Silvestre Ribeiro
Brenda de Oliveira Marques do Nascimento
Lucas Nunes de Oliveira
Maria Heloisa Souza Pereira
Pedro Henrique de Oliveira Valeriano
Rafael Nunes Friscio

DUFFNUTS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da ETEC Jardim Ângela, orientado pelo Professor Henrico Fernando Silva Scheunemann, como requisito parcial para a obtenção do título de Técnico de Nível Médio em Administração.

São Paulo

2025

DEDICATÓRIA

FÉ, MÃES, PAIS

AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao Centro Paula Souza e à ETEC pela formação, apoio e pelas oportunidades de aprendizado ao longo desta etapa.

Agradecemos ao professor Henrico por todo apoio e confiança durante a realização desse trabalho e a todos os professores, principalmente ao professor Maiko, que é muito especial para nós, temos um grande apreço e carinho, obrigada por todo apoio e aprendizado durante a nossa jornada.

Aos nossos familiares, deixamos nossos sinceros agradecimentos pelo incentivo, carinho e compreensão, que nos deram força para concluir mais esta etapa.

“Precisamos aceitar que nem sempre tomaremos as decisões certas, que às vezes cometeremos erros crassos — entendendo que o fracasso não é o oposto do sucesso, mas sim parte dele.” (Huffington Arianna)
(falta formatar de forma adequada)

RESUMO

O presente trabalho temo como o objetivo produzir um modelo de negócios fictício para , ou seja, o planejamento de uma empresa que funciona como um guia estratégico para a organização. Este trabalho teve como plano a criação de uma empresa com temática dos Simpsons que vende Donuts no bairro do Tatuapé na cidade de São Paulo. A loja terá como público alvo crianças e jovens-adultos e abrirá, segundo os dados de uma pesquisa de mercado. Sendo assim o local escolhido foi de grande importância estratégica já que se localizará próximo a escolas e shopping. A Duff'Nuts terá um faturamento mensal médio de R\$118.700,00 com um saldo operacional de R\$35.000,00 ao mês. A metodologia utilizada dentro da empresa por se tratar de alimentos, será o PEPS (primeiro que entra, primeiro que sai) de acordo com a validade do produto. A Duff'Nuts contará com 10 colaboradores, e seus respectivos salários tiveram como base dados oficial do CAGED e pesquisa no portal do Salário. O método de avaliação de desempenho dos funcionários será por meio de avaliação 360°. A Duff'Nuts será uma empresa de sociedade limitada possuindo dois sócios, optante pelo regime tributário simples nacional. Após todas as etapas e cálculos do projeto concluídas, foi possível concluir que o negócio do modelo proposto é viável sendo uma boa alternativa de investimento.

Palavras-chave: Modelo de Negócios; Donuts; Duff'Nuts; Temática dos Simpsons; Viável

Sumário

INTRODUÇÃO.....	11
2 DEPARTAMENTO JURÍDICO	12
2.1 Contrato Social	12
2.1.1 Contrato Social da empresa Duff’Nuts	13
2.2 TIPOS DE EMPRESAS	13
2.2.1 Tipo de empresa que é a Duff’Nuts.....	16
2.3 PORTE DE EMPRESAS	16
2.3.1 Porte de empresa da Duff’Nuts	16
2.4 CNPJ.....	17
2.5 CNAE	18
2.6 Passos para legalização da Empresa.....	18
3 MARKETING	19
3.1 4P’s	19
3.1.1 4P’s da empresa	19
3.2 4C’s	20
3.2.1 4C’s da Duff’Nuts:	20
3.3 Explicação do Produto.....	21
3.4 Logotipo, Slogan e Jingle	22
3.5 Análise SWOT (FOFA)	23
3.5.1 Análise SWOT (FOFA) da Empresa	23
3.6 Pesquisa Primária e Secundária.....	25
3.6.1 Pesquisa Primária da Duff’Nuts	25
3.6.2 Análise da pesquisa de mercado da Duff’Nuts	25
3.6.3 Pesquisa Secundária da Duff’Nuts.....	31
3.7 Marketing Digital	33
3.7.1 Exemplo Marketing digital da Duff’Nuts	34
3.8 Marketing Institucional.....	34
3.8.1 Exemplo de marketing institucional Duff’Nuts	35
3.9 Marketing de Guerrilha	36
3.9.1 Processo de desenvolvimento e aplicação do Marketing de Guerrilha	36

4 CANVAS	37
4.1 Como estruturar o seu CANVAS.....	37
4.1.2 Canvas DuffNuts	40
5 LOGÍSTICA.....	40
5.1 Layout	41
5.1.2 Layout da empresa	42
5.2 Estocagem	42
5.2.1 Tipos de Estocagem	43
5.3 Custeio de Frete	45
5.4 Política de Compra	45
5.4.1 Política de Compra da DuffNuts	46
5.5 Política de Venda.....	47
5.5.1 Política de Venda da DuffNuts	48
5.6 Controle de Estoque	48
5.7 logística reversa.....	49
5.7.1 Importância da logística reversa	49
5.7.2 logística reversa da Empresa.....	49
6 RECURSOS HUMANOS	50
6.1 Recrutamento eficaz.....	50
6.1.1 Criação de planos de cargos e salários	51
6.1.2 Cuidado com o bem-estar do colaborador.....	51
6.1.3 Manutenção da harmonia entre relações profissionais	51
6.1.4 Entrada e saída dos colaboradores	52
6.2 Contratação	52
6.2.1 Contratação da DuffNuts	52
6.2.2 Tipos de contratos	53
6.2.3 Contratos usados pela DuffNuts	60
6.3 Admissão	60
6.3.1 Exame admissional.....	63
6.4 Treinamento.....	64
6.4.1 Treinamento e Desenvolvimento da empresa	64
6.5 Avaliação de Desempenho	66
6.5.1 Avaliação de Desempenho da DuffNuts	66

6.6 Cartão de Ponto.....	72
6.6.1 Cartão de Ponto da Duff'Nuts	72
6.7 Folha de pagamento.....	72
6.7.1 Folha de pagamento da Duff'Nuts	73
6.7.2 Descontos do funcionário agregado (valores por dia).....	73
6.7.3Folha de pagamento de um colaborador	73
6.8 Demissão	74
6.9 Quadro de funcionários da Duff'Nuts.....	75
7 FINANCEIRO.....	75
7.1 Balanço Patrimonial.....	76
7.1.1 Balanço de Abertura	76
7.2 Ponto de equilíbrio.....	77
7.2.1 Fórmula de cálculo do ponto de equilíbrio	77
7.2.2 Carro Chefe dos produtos	78
7.2.3 Ponto de Equilíbrio da DuffNuts	79
7.2.4 Quadro de despesas	79
7.3 Custos Totais	80
7.3.1 Custos Fixos da DuffNuts.....	80
7.3.2 Custos Variáveis da DuffNuts.....	81
7.3.1 Custos Totais da Empresa	82
7.4 Tabela de insumos	82
7.5 Tabela de Depreciação	82
7.5.1 Tabela de Depreciação da DuffNuts	83
7.6 Bens Tangíveis	83
7.6.1 Bens Tangíveis da DuffNuts.....	84
7.7 DRE.....	87
7.8 Fluxo de Caixa	89
7.8.1 Fluxo de Caixa da Empresa Duff'Nuts	1
7.9 Ponto de Retorno.....	1
7.9.1 Cálculo Payback	1
7.9.1 Calculo da Taxa Interna de Retorno da Duff'Nuts.....	3
8 ADMINISTRAÇÃO.....	3
8.1 Nossa História.....	4

8.2 Missão, Visão e Valores	4
8.3 Organograma.....	5
8.3.1 Organograma da DuffNuts	6
8.4 Cronograma	6
8.4.1 Cronograma	6
8.5 Fluxograma	7
8.5.1 Fluxograma da DuffNuts.....	7
8.6 Balanced Scorecard (BSC)	7
8.6.1 Metas a curto, médio e longo prazo.....	7
8.6.2 Por que utilizar o Balanced Scorecard?	8
8.6.3 Balanced Scorecard Da DuffNuts	8
8.7 Planilha 5W2H	9
8.7.1 Planilha 5W2H da DuffNuts.....	10
CONCLUSÃO	11
BIBLIOGRAFIA.....	12

INTRODUÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como propósito desenvolver um modelo de negócio fictício voltado para o ramo alimentício, representado pela Duff'Nuts, uma empresa de donuts inspirada no universo de The Simpsons. A proposta surgiu como forma de aplicar, de maneira prática e integrada, os conhecimentos adquiridos ao longo do curso de Administração da Etec Jardim Ângela, contando com a orientação do professor Henrico em todas as etapas do projeto.

A elaboração da Duff'Nuts possibilitou compreender de forma mais aprofundada o funcionamento dos diversos setores que compõem uma organização, incluindo jurídico, marketing, logística, recursos humanos, financeiro e administrativo. Ao trabalhar cada área, o grupo pôde visualizar como os processos internos se conectam e influenciam desempenho global de uma empresa, aproximando a teoria estudada em sala à realidade do mercado.

Além disso, o desenvolvimento deste TCC contribuiu significativamente para a construção de habilidades essenciais, como cooperação, organização, responsabilidade e tomada de decisão. O trabalho em equipe se mostrou fundamental ao longo do processo, fortalecendo o aprendizado coletivo e preparando os estudantes para desafios profissionais futuros. Assim, este projeto representa não apenas a aplicação dos conteúdos aprendidos, mas também uma etapa importante de crescimento acadêmico e pessoal, marcando os três anos de formação na Etec Jardim Ângela e consolidando nossa preparação para o ingresso no mercado de trabalho.

Segundo Hely Lopes Meirelles O direito é - para nós – instrumento de trabalho e não, tertúlia acadêmica. É simultaneamente teoria, realidade e vivência. Não compreendemos o direito divorciado da lei e da orientação dos tribunais (Paulsen, [ano], p.)

2 DEPARTAMENTO JURÍDICO

O setor jurídico é o departamento de uma empresa que se encarrega de gerir as questões legais, judiciais e extrajudiciais. É um dos principais setores da empresa, pois está relacionado com várias áreas, como compras, vendas, marketing e finanças.

2.1 Contrato Social

O contrato social empresarial é um documento jurídico que define as relações entre os sócios de uma determinada empresa, bem como os seus compromissos e direitos. Neste documento, também são apresentados o nome da companhia, o ramo de atuação e o endereço da sede.

É neste documento que você consulta quais são os sócios e o procedimento em caso de venda de sua participação na empresa, por exemplo.

2.1.1 Contrato Social da empresa Duff'Nuts

MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL SOCIEDADE LIMITADA

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE: _____

1. **Rafael Nunes Friscio**, brasileiro, paulista, solteiro, 16/04/2000, gerente administrativo, 472.487.868-01, 51.620.585-6, 45.874.993126.1, SSP, São Paulo, Rua Henrique Sertório, 326 - Tatuapé, São Paulo - SP, 03066-065

2. **Maria Heloisa Souza Pereira**, brasileira, paulista, solteira, 30/03/2001, contadora, 007.303.738-80, 15.777.188-3, SSP, São Paulo, Rua Cel. Sousa Reis, 140 - Vila Zilda, São Paulo - SP, 03069-010 (art. 997, I, CC/2002) constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Duff Nuts e terá sede e domicílio na Rua Tuluí, 1326 - Tatuapé, São Paulo - SP, 03801-012 (art. 997, II, CC/2002)

2ª O capital social será R\$500.000,00 quinhentos mil reais (dividido em duas quotas de valor nominal R\$ 250.000,00 duzentos e cinquenta mil reais), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios Rafael Nunes Friscio nº de quotas 50% R\$ 250.000,00 e Maria Heloisa Souza Pereira nº de quotas 50% R\$ 250.000,00 (art. 997, III, CC/2002) (art. 1.055, CC/2002)

3ª O objetivo será alimentício

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 15/02/2025 e seu prazo de duração é indeterminado. (art. 997, II, CC/2002)

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente. (art. 1.056, art. 1.057, CC/2002)

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. (art. 1.052, CC/2002)

7ª A administração da sociedade caberá Rafael Nunes Friscio com os poderes e atribuições de Maria Heloisa Souza Pereira autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio. (artigos 997, VI; 1.013, 1.015, 1064, CC/2002)

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados. (art. 1.065, CC/2002)

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso. (arts. 1.071 e 1.072, § 2º e art. 1.078, CC/2002)

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

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

12 Falecendo ou interdito qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.
Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolve em relação a seu sócio. (art. 1.028 e art. 1.031, CC/2002)

13 O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedido(s) de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. (art. 1.011, § 1º, CC/2002)

Inserir cláusulas facultativas desejadas.

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

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

São Paulo, 17 de fevereiro de 2025

aa) 472.487.868-01

Rafael Nunes Friscio

aa) 007.303.738-80

Maria Heloisa Souza Pereira

Testemunhas:

456.967.585-03

585.769.654-30

Brenha Oliveira Marques do Nascimento

Ana Luiza Ferreira Silvestre Ribeiro

Visto: _____ (OAB/MG 0987)

Henrico Fernando Silva Scheunemann

2.2 TIPOS DE EMPRESAS

No Brasil, existem tipos de empresas para as mais diversas atividades, bem como para a quantidade de sócios envolvidos, ou seja, há opções para todos os perfis e objetivos empresariais.

O tipo de empresa define a estrutura societária e a responsabilidade dos empresários. Já o porte da empresa está relacionado ao faturamento.

Essa escolha afeta aspectos cruciais em uma empresa como por exemplo a tributação, responsabilidades legais e possibilidades de crescimento.

TIPOS DE EMPRESAS

Microempreendedor individual (MEI)

O MEI, é ao mesmo tempo, porte de empresa e um modelo de natureza jurídica em que o microempreendedor individual deve atuar sem sócios. É ideal

para aqueles empresários em que estão começando seus negócios uma vez que seu faturamento anual não pode passar de R\$81 mil reais anuais e outras restrições, como por exemplo o tipo de atividade e a quantidade de funcionários permitidos.

O regime tributário adotado pelo MEI é o Simples Nacional, não tendo opção de escolha. Por possuir um CNPJ, o empresário tem o direito de emitir notas fiscais e criar uma conta bancária para a sua empresa.

Empresa individual

Uma das principais características desse modelo de empresa é o fato de não possuir separação entre bens pessoais e bens jurídicos, ela não necessita de sócios pois o empresário é o próprio dono da empresa e por isso é exigido que o nome da empresa seja o mesmo do empresário, ou optar por um nome fantasia. Pelo fato de não poder separar seus bens pessoais significa que seus patrimônios podem ser tomados em caso de dívidas empresariais.

É importante salientar que neste tipo de empresa não é permitido o trabalho intelectual, por exemplo, advogados, médicos, psicólogos ou qualquer trabalho que esteja ligado as áreas científicas, literárias ou artísticas, exemplos de empresa EI:

- Marketing digital;
- Consultoria;
- Assessoria;
- Tradução;
- Interpretação;
- Artesãos;
- Cabeleireiros;
- Manicure e pedicure;
- Confeitarias;

Sociedade Limitada Unipessoal

A sociedade limitada unipessoal faz parte do grupo das sociedades limitadas, só que neste caso não existem sócios. Uma das suas características é proteger o patrimônio pessoal do empreendedor, porém não há necessidade de sócios ou de um investimento alto para o capital social.

Em outras palavras, a SLU é uma opção excelente e muito prática para quem pretende empreender sozinho.

Esse modelo veio para substituir a Eireli, extinta em 2021. A vantagem e principal diferença desse modelo para a Eireli é que neste não há mais obrigação de um valor mínimo de Capital Social. Permitindo ao empresário ter um valor de abertura mais acessível, enquanto no modelo Eireli era necessário um valor que correspondesse a 100 vezes o salário-mínimo vigente na época.

Exemplos de tipos de empresa que podem ser SLU:

- Serviços na área da saúde, como medicina, fisioterapia, psicologia, enfermagem, biomedicina e outros;
- Consultoria empresarial de cunho técnico ou intelectual;
- Engenharias e arquitetura;
- Serviços jurídicos e contábeis;
- Serviços de Tecnologia da informação, como desenvolvimento e customização de sistemas, web designers, programadores, análise de dados, entre outros;
- Comércio, fábricas e serviços de atividades não regulamentadas.

Sociedade Empresária Limitada (LTDA)

A Sociedade empresária LTDA é o tipo societário mais comum e adotado pela maioria dos empreendedores que possuem sócios. Isso se deve a dois motivos: o primeiro é o fato de poder incluir outros sócios através de um Contrato Social, e o segundo é ter toda a responsabilidade limitada ao capital social da empresa (daí a origem do nome “Limitada”, ou “Ltda.”). Ou seja, bens pessoais dos sócios não são tomados em casos de dívidas empresariais.

O outro motivo da popularidade da Sociedade limitada é que, com o Contrato Social, os sócios têm poder de tomar todo e qualquer tipo de decisão que forma uma empresa, como a responsabilidade de cada um deles dentro dela, as cotas que cada um possui da empresa.

Sociedade Simples (SS)

A Sociedade Simples tem por finalidade empresas que prestam serviços. A principal diferença desse modelo para a Sociedade Limitada é que, na Sociedade Simples, os serviços também podem ser de natureza intelectual. Esse é um modelo de sócios que pode ser dividido em duas formas.

Sociedade Simples Pura

Nesse modelo, os sócios são responsáveis pelo pagamento de dívidas, incluindo os seus bens pessoais.

Sociedade Simples Limitada

Nesse outro modelo, existe a separação entre os bens pessoais e os bens patrimoniais. Portanto, a responsabilidade dos sócios fica limitada ao seu capital social.

Sociedade Anônima

A Sociedade Anônima, conhecida como S/A, é um tipo de empresa onde os sócios detêm ações que podem ser compradas e vendidas livremente. Esse modelo é típico de grandes corporações com múltiplos acionistas. É importante conhecer as duas modalidades de Sociedade Anônima atualmente existentes:

- **Capital fechado:** as ações são negociadas apenas entre sócios ou convidados específicos, sem abertura para o público geral;
- **Capital aberto:** as ações são oferecidas ao público e negociadas na Bolsa de Valores por meio de bancos e corretoras.

2.2.1 Tipo de empresa que é a Duff’Nuts

O tipo de empresa mais adequado e escolhido pela gente foi o de Sociedade empresária limitada (LTDA), por possuímos apenas dois sócios e manter a integridade dos bens pessoais de cada um, limitando-se apenas ao capital social da empresa.

2.3 PORTE DE EMPRESAS

Porte de empresa nada mais é do que um termo técnico para identificar o tamanho de seu negócio (micro, pequeno porte ou grande porte). No Brasil, a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas normatiza para fins tributários e outros benefícios. Perante a Receita Federal, por exemplo, é com base no faturamento anual.

2.3.1 Porte de empresa da Duff’Nuts

O porte que a nossa empresa é o de EPP (empresa de pequeno porte) o porte dela foi designado e escolhido devido ao faturamento anual, que ultrapassa o de uma microempresa, mas se encaixa devidamente no

faturamento anual de uma EPP, que é de no máximo R\$4,8 milhões de reais, onde a DuffNuts fatura R\$1,3 milhão por ano.

2.4 CNPJ

O Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) é um banco de dados gerenciado pela Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil (RFB), que armazena informações cadastrais das pessoas jurídicas e outras entidades de interesse das administrações tributárias da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

CNPJ da Empresa:

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL			
CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 14.345.748/0001-95	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL		DATA DE ABERTURA 14/02/2025
NOME EMPRESARIAL Duff Nuts LTDA			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) Duff Nuts			PORTE LTDA
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 1091-1/02 fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria.			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 1053-8/00 Fabricação de sorvetes e outros gelados comestíveis			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - Sociedade Empresária Limitada			
LOGRADOURO RUA TUIUTI	NÚMERO 1326	COMPLEMENTO	
CEP 03801-012	BAIRRO/DISTRITO TATUAPÉ	MUNICÍPIO SÃO PAULO	UF SP
ENDEREÇO ELETRÔNICO Duff.Nuts@gmail.com		TELEFONE (11) 98877-7151	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR)			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 12/02/2025	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL	

2.5 CNAE

É o instrumento de padronização nacional por meio dos códigos de atividade econômica e dos critérios de enquadramento utilizados pelos diversos órgãos da Administração Tributária do país.

Primário

O CNAE principal é o código que identifica a atividade principal da sua empresa, ou seja, aquela que gera a maior parte da sua receita.

Secundário

Os códigos CNAE secundários identificam as atividades secundárias que a sua empresa exerce, ou seja, aquelas que geram uma receita menor do que a atividade principal

CNAE Principal: 1091-1/02 fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria.

CNAE Secundário: 1053-8/00 Fabricação de sorvetes e outros gelados comestíveis

2.6 Passos para legalização da Empresa

Planejamento Inicial

Antes de estabelecer o negócio, é necessário estruturar os elementos da empresa que são:

- Elaborar o plano de negócio: contendo análise de mercado, público-alvo, diferenciais, produtos e viabilidade financeira.
- Escolher a Natureza Jurídica: como MEI, Empresário Individual, Sociedade Limitada (LTDA), entre outras.
- Definir o Regime Tributário: que pode ser Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real, conforme o porte e a atividade da empresa.

Licenças e Autorizações Necessárias

Para operar legalmente, a empresa necessita solicitar e adquirir autorizações específicas de acordo com sua atividade:

Alvará de Funcionamento emitido pela Prefeitura.

Inscrição Estadual junto à Secretaria da Fazenda (para atividades de comércio, indústria ou prestação de serviços sujeitos ao ICMS).

Licenças de órgãos específicos, como Vigilância Sanitária, Corpo de Bombeiros, Meio Ambiente, entre outros, dependendo da área de atuação.

Se os empresários fossem inteiramente livres para desenvolver suas atividades econômicas, sem limite nenhum, procurariam dominar os segmentos de mercado em que atuam por meio de práticas que impedisse ou dificultassem o ingresso de novos competidores (Marx, [ano], p. 27).

Desenvolver a estratégia certa de marketing ao longo do tempo requer uma combinação de disciplina e flexibilidade. As empresas devem se ater a uma estratégia sem deixar de aprimorá-la constantemente. O cenário atual de marketing muda rapidamente e identificar as melhores estratégias de longo prazo é crucial, embora seja desafiador. (Kotler; Keller, 2018, p. 27)

3 MARKETING

Marketing é a ciência e a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo com lucro. Marketing identifica necessidades e desejos não realizados. Ele define, mede e quantifica o tamanho do mercado identificado e o potencial de lucro.

3.1 4P's

Os 4 Ps do Marketing formam o conjunto básico de ferramentas que as empresas utilizam para alcançar seus objetivos de marketing. Cada "P" representa uma área: Produto (o que você vende), Preço (quanto custa), Praça (onde seu produto é vendido, também conhecido como distribuição) e Promoção (como você informa e atrai o público para o seu produto). Juntos, estes elementos ajudam a moldar a oferta da empresa ao mercado, visando atender e superar as necessidades e expectativas dos clientes.

3.1.1 4P's da empresa

Produto

A Duff'nuts irá oferecer como produto principal uma ampla variedade de donuts, incluindo sabores tradicionais e especiais, com opções doces, salgadas. Além disso, como produtos complementares, será oferecida a venda de milk-shakes e outras bebidas geladas.

Preço

A empresa adotará uma política de precificação acessível e competitiva, oferecendo preços variados em programas e eventos anuais, bem como combos promocionais. Essas estratégias visarão alcançar o público-alvo e ampliar a participação da empresa no mercado.

Praça

Inicialmente, a Duff'nuts realizará suas vendas exclusivamente em um ambiente físico, localizado na Rua Tuiuti, 12 — Tatuapé, São Paulo. A região apresenta ampla rotatividade e grande movimentação de pessoas, favorecendo o comércio local.

Além disso, o espaço será tematizado com referência aos Simpsons, visando atrair o público jovem e adultos.

Promoção

A estratégia de promoção da empresa será focada em proporcionar experiências de alegria e diversão ao público, utilizando elementos visuais e temáticos do seriado Os Simpsons.

As ações de marketing ocorrerão principalmente no Instagram, por meio de postagens e campanhas, além da realização de parcerias com influenciadores digitais tanto dessa plataforma quanto do TikTok. Também serão utilizadas ações tradicionais, como distribuição de panfletos e promoções em datas comemorativas. A criação de uma imagem acolhedora e familiar da empresa será um fator-chave para fortalecer o vínculo com o público-alvo.

3.2 4C's

Os 4C's são um conceito de marketing que se baseia no cliente (entender e desenvolver um relacionamento com o público), custo (tudo o que está por trás do produto, as horas, o tempo de concepção, planejamento etc.), conveniência (experiência de compra do cliente) e comunicação (utilizar as promoções para criar um elo com o público). Eles se concentram não apenas no marketing e na venda de um produto, mas também na comunicação com o público-alvo desde o início do processo até o fim.

3.2.1 4C's da Duff'Nuts:

Cliente

- Majoritariamente jovem e adulto

- Pessoas que buscam por experiências imersivas
- Pessoas que gostam de lanches rápidos, práticos e diferentes
- Pessoas que investem em momentos memoráveis e de qualidade com familiares e amigos

Custo

- Precificação variáveis devido à venda de produtos simples e especiais
- Preços atrativos para a população local
- Possibilidade de combos econômicos

Conveniência

- Localização da loja em uma área movimentada
- Atendimento com duração mediana e ambiente confortável

Comunicação

- Divulgação da empresa nas redes sociais e em meios físicos
- Comunicação leve e próxima ao cliente para favorecer a criação de uma imagem acolhedora e familiar
- Realização de eventos especiais, como sorteios e programas em datas comemorativas

3.3 Explicação do Produto

Descrição de produtos é um texto que traz todas as informações necessárias para que o consumidor decida comprar um item. Alguns dados que não podem faltar são nome do produto, funcionalidades, variações como cores, tamanhos e voltagem, entre outros.

APLICAÇÃO

Donut Simpsons

O Donut Simpsons é um produto tradicional da empresa, reconhecido como o carro-chefe de vendas. Sua composição inclui uma massa branca de baunilha, recheada com creme de morango.

A finalização é feita com cobertura de chocolate branco tingido na cor rosa e aplicação de granulados coloridos. O produto se destaca tanto pelo visual, quanto pelo sabor, remetendo ao clássico que é apresentado no seriado.

3.4 Logotipo, Slogan e Jingle

Um slogan é uma frase curta e memorável que identifica uma marca, produto ou serviço, uma frase criada para gerar no consumidor uma associação mental a uma marca, favorecendo que se lembre dela facilmente.

O jingle é uma mensagem musical publicitária que visa promover um produto ou serviço, sendo com um refrão simples e de curta duração, a fim de ser lembrado com facilidade.

O logotipo também chamado de logo, ele consiste em uma forma visual de representar uma marca e pode ser formado por símbolos, letras, números, entre outros recursos que sirvam para transmitir o que a empresa representa e qual mensagem pretende passar para o mercado.

Assim, o logotipo é a tradução visual da sua empresa, uma espécie de assinatura. É a partir dele que a sua marca será reconhecida pelo público-alvo e até mesmo por seus concorrentes.

Slogan: O slogan da Duff'nuts é "Sabores que despertam lembranças!" associando o sabor do donuts, nosso produto principal, ao tema da loja, o seriado de tv "Os Simpsons", o qual muitas pessoas assistiram quando crianças, trazendo uma nostalgia que desperta lembranças.

Jingle: O jingle da empresa é a trilha sonora da abertura do seriado de tv "Os Simpsons", sendo simples, curto, nostálgico e memorável.

Logo da DuffNuts:

Significado do Logo: A logotipo da Duff'nuts é composta por um donut, representando o principal produto da empresa, sobre um fundo azul com nuvens, remetendo à clássica abertura da série Os Simpsons. Além disso, a logo incorpora a imagem dos personagens principais do seriado, reforçando a identidade visual. O nome da organização e estrelas também estão presentes, simbolizando a alta qualidade dos produtos oferecidos.

PSICOLOGIAS DAS CORES

A psicologia das cores estuda a forma como as cores afetam as percepções humanas. As cores podem evocar emoções específicas, influenciar o humor e até mesmo afetar decisões. Por exemplo, o vermelho pode aumentar os níveis de energia, enquanto o azul tende a ser calmante. Essas associações não são universais, pois variam de acordo com culturas e experiências pessoais.

Psicologia das cores no logotipo

1. Azul Claro – Confiança, tranquilidade e amizade.
2. Rosa – Inocência e juventude.
3. Amarelo – Felicidade, diversão inovação.

3.5 Análise SWOT (FOFA)

A análise SWOT é uma ferramenta de gestão que estuda as fraquezas, forças, oportunidades e ameaças de uma empresa, servindo para analisar as informações e criar estratégias a favor da empresa no mercado.

3.5.1 Análise SWOT (FOFA) da Empresa



STRENGTHS (FORÇA)

- **Temática Exclusiva:** Loja inspirada nos Simpsons, atraindo fãs da série e público geek.
- **Produto Diferenciado:** Donuts coloridos e instagramáveis, ideais para redes sociais.
- **Localização Estratégica:** O Tatuapé é um bairro movimentado, com grande fluxo de pessoas.

- **Ambiente Imersivo:** Decoração fiel ao universo dos Simpsons, criando experiência única.
- **Público Diversificado:** Atrai desde fãs de desenhos animados até apreciadores de donuts gourmet.

WEAKNESSES (FRAQUEZAS)

- **Custo de Personalização:** Manter a identidade visual pode ser caro (decoreção, embalagens temáticas).
- **Desafios na Inovação:** Manter novidades constantes para evitar que a loja se torne "modinha".
- **Treinamento da Equipe:** Funcionários precisam estar alinhados com a proposta temática e atendimento.
- **Limitação no Público-Alvo:** A temática dos Simpsons pode não atrair todos os perfis de clientes, afastando aqueles que preferem uma abordagem mais neutra ou sofisticada.

OPORTUNITIES (OPORTUNIDADES)

- **Parcerias Estratégicas:** Possibilidade de colaborações com influenciadores, eventos geeks e lojas nerds.
- **Eventos Temáticos:** Criar noites temáticas, concursos de cosplay ou desafios de quem come mais donuts.
- **Edição Limitada de Donuts em Colaboração com Marcas:** Fazer parcerias com outras marcas geeks ou cafeterias para criar sabores exclusivos por tempo limitado.
- **Licenciamento Oficial:** Possibilidade de conseguir parcerias com a Fox para impulsionar o marketing.

THREATS (AMEAÇAS)

- **Concorrência:** Outros estabelecimentos de doces e cafeterias podem oferecer produtos similares.
- **Mudança de Tendência:** Popularidade dos Simpsons pode oscilar e impactar o apelo da loja.
- **Regulamentações e Custos:** Aumento no custo de insumos e impostos pode afetar preços e margem.
- **Crise Econômica:** Em tempos de recessão, produtos gourmet pode ser considerados supérfluos.

3.6 Pesquisa Primária e Secundária

A pesquisa primária consiste em uma coleta de dados original, diretamente com o público-alvo, com objetivos pré-definidos para conseguir informações e resolver problemas específicos.

A pesquisa secundária visa analisar dados coletados previamente, de fontes externas, visando explorar um tema ou setor de forma mais rápida.

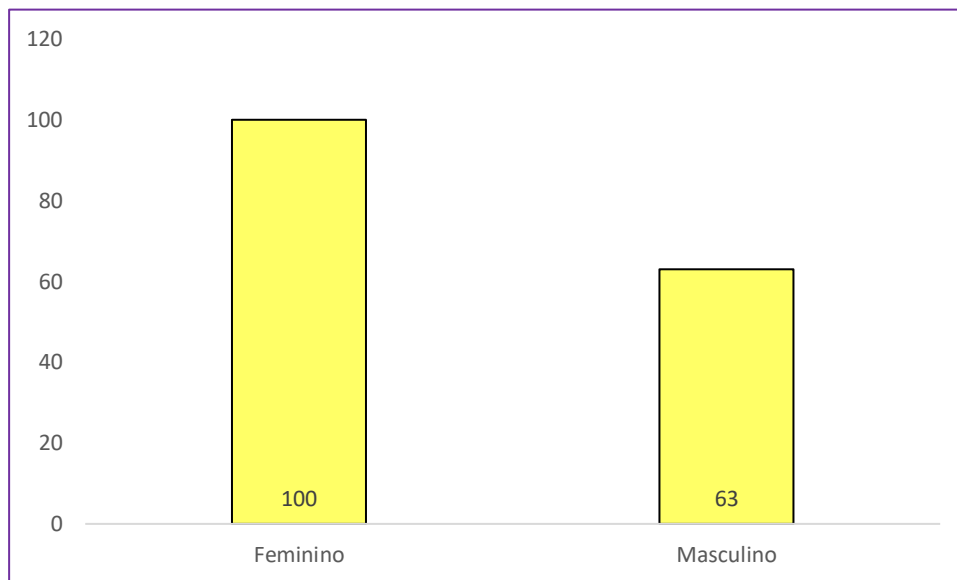
3.6.1 Pesquisa Primária da Duff’Nuts

Como forma de pesquisa primária a Duff’Nuts elaborou uma pesquisa de mercado para identificar a aceitabilidade do público de diferentes gêneros em relação a temática da empresa, o público-alvo que nossa empresa alcançaria, o principal requisito de nossos clientes ao comprar um produto, qual de nossos produtos seria o carro-chefe da empresa (Combo clássico possuiu maior aceitação), e fora isso com nossa pesquisa de mercado foi possível identificar qual seria o sabor de donut mais requisitado.

3.6.2 Análise da pesquisa de mercado da Duff’Nuts

1° PERGUNTA

Qual é o seu gênero?



A primeira pergunta do formulário permite tirar algumas conclusões sobre a aceitabilidade geral dos diferentes gêneros em relação à proposta de mercado.

Ao analisarmos os dados referentes à aprovação da loja temática e à vontade de visitá-la, observamos uma taxa de rejeição de 7% entre os

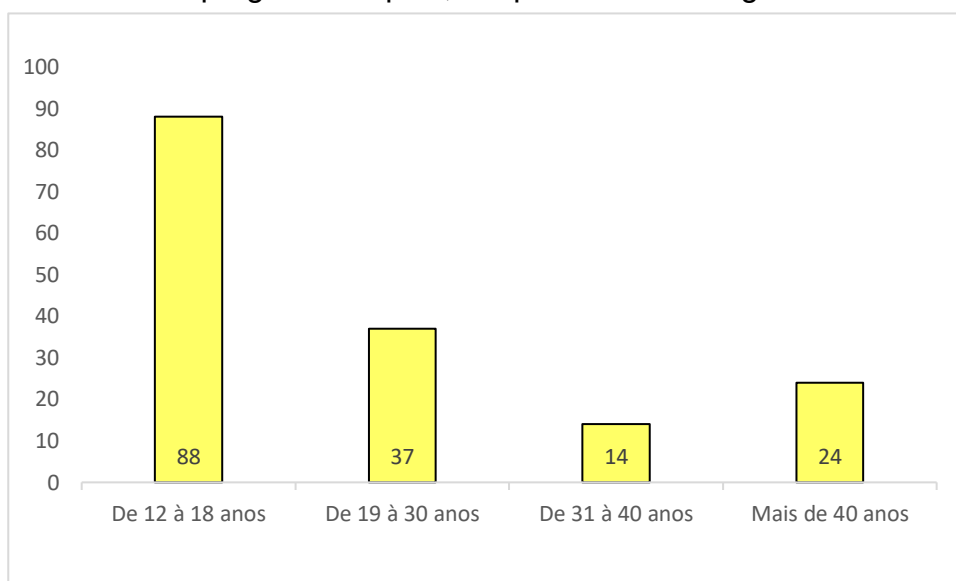
respondentes, sendo 5% das mulheres e 9,52% dos homens. Apesar da diferença não ser muito expressiva, é possível concluir que a aceitação entre o público feminino é um pouco maior. Isso abre espaço para estratégias que se aproximem mais desse grupo ou que busquem conquistar o interesse do público masculino.

Uma outra análise possível é em relação à possibilidade de encomendas de donuts, onde 15% dos participantes responderam negativamente, representando 9% das mulheres e 23% dos homens. Esses dados reforçam a conclusão anterior, indicando maior receptividade por parte das mulheres à proposta do negócio.

2° PERGUNTA

Entre qual faixa etária você se encaixa?

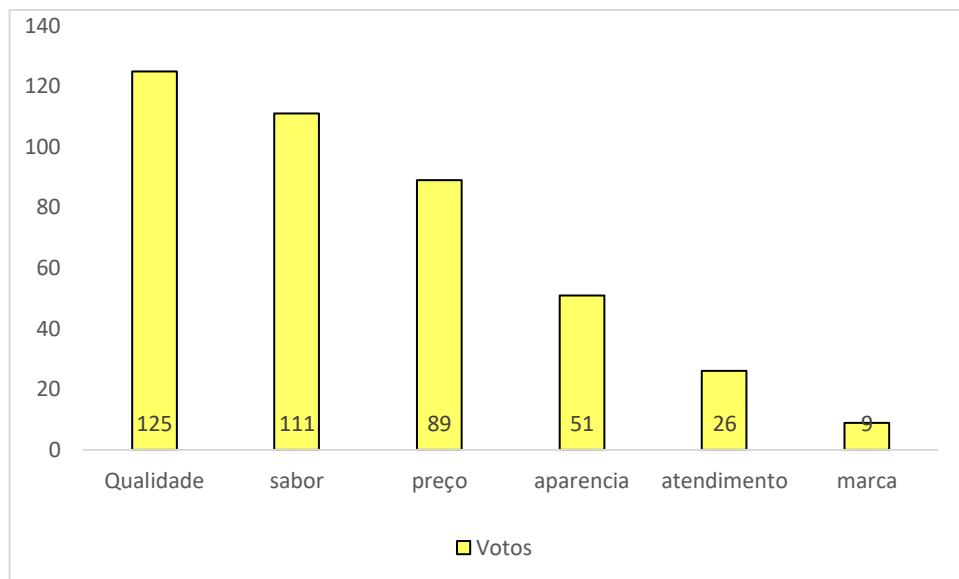
Apesar de ser uma pergunta simples, ela possibilitou a seguinte análise:



A proposta geral oferecida pela empresa foi capaz de receber uma ótima aprovação de todo o público, independentemente da idade. No entanto, vale destacar que dos 6% que responderam não gostar, 63% são pessoas com mais de 19 anos. Ainda assim, é uma porcentagem baixa em relação ao total.

3° PERGUNTA

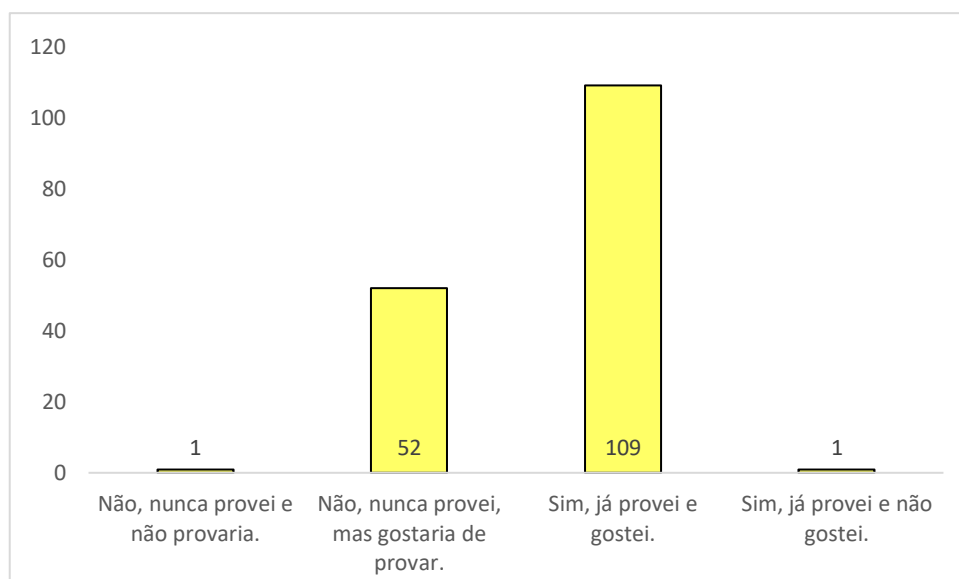
Quais os critérios mais avaliados por você para realizar a compra de um produto alimentício?



Com base na pergunta, podemos avaliar o critério que mais chama a atenção dos consumidores no ramo alimentício, com o intuito de sabermos em quais pontos nossa empresa precisa focar mais. A pesquisa nos mostra que os mais votados foram, qualidade com 125 votos e sabor com 111 votos.

4º PERGUNTA

Você já experimentou o sabor de algum donut ou gostaria de experimentar?

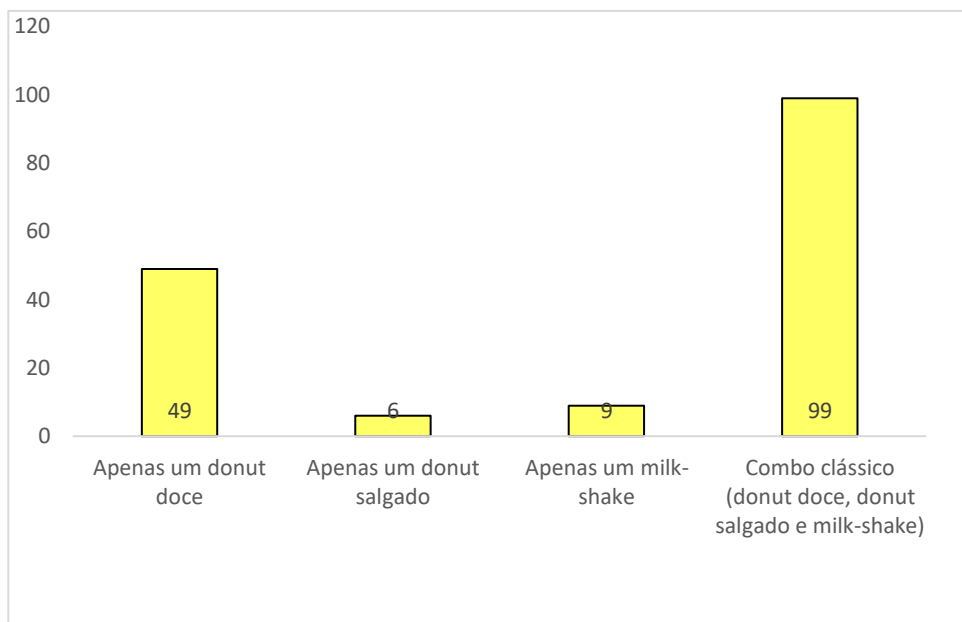


Como podemos ver, 68% dos respondentes já provaram e gostaram de donuts, o que demonstra uma aceitação alta do produto. 31% nunca provaram, mas têm interesse, o que representa uma grande oportunidade de conquista de novos consumidores e apenas 1% afirmou que provaram e não gostaram ou que não teriam interesse em provar, ou seja, a rejeição é mínima.

O produto donut tem alta aceitação no mercado e ainda possui potencial de expansão, especialmente com uma marca temática e atrativa como os Donuts dos Simpsons.

5° PERGUNTA

Referente aos produtos vendidos por nossa loja, qual você teria preferência em consumir?

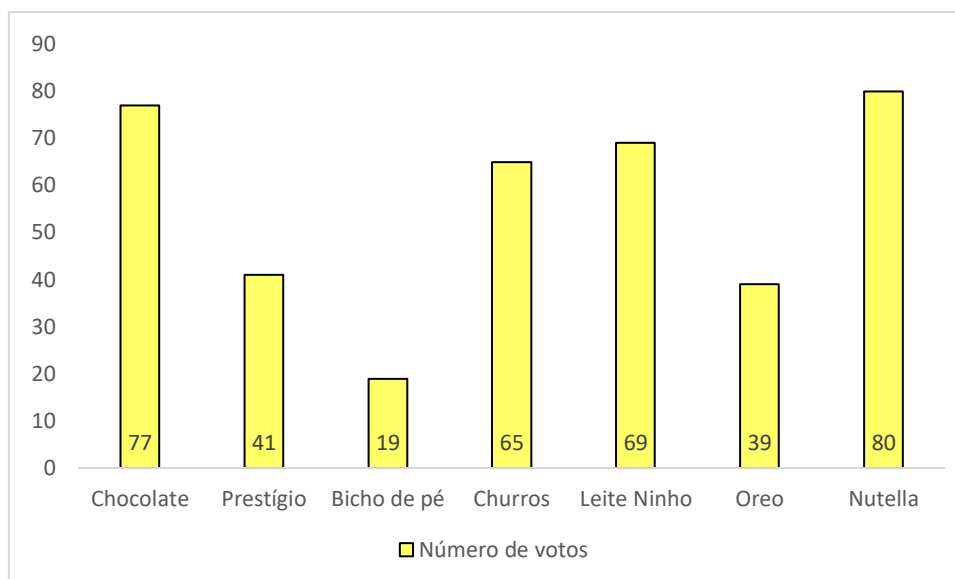


De acordo com nossas análises, 61% dos participantes preferem o combo completo, evidenciando uma demanda por experiências completas e variadas. 30% optam por um donut doce isoladamente, reforçando o apelo do produto principal. Já os produtos complementares, como o donut salgado (3%) e milk-shake (6%), têm menor procura individual, mas agregam valor ao combo.

Com isso vemos que a preferência pelo combo clássico é dominante, o que sugere que a estratégia ideal para a empresa é apostar em combos promocionais e temáticos, reforçando a identidade visual dos Simpsons e oferecendo variedade.

6° PERGUNTA

Entre os sabores de donuts doce, quais mais chamam a sua atenção?



A pergunta acima serve para termos uma base do sabor doce que os consumidores mais gostam. Baseada nessa pergunta nós identificamos que os mais preferidos são os sabores de chocolate com 77 votos, Nutella com 79 e leite ninho com 66. Como uma medida de prevenção nós devemos acrescentar no nosso estoque mais ingredientes relacionados a esses sabores. Uma forma para aproveitarmos esses dados é oferecer mais combos e promover comerciais/propagandas envolvendo esses sabores para atrair mais os consumidores.

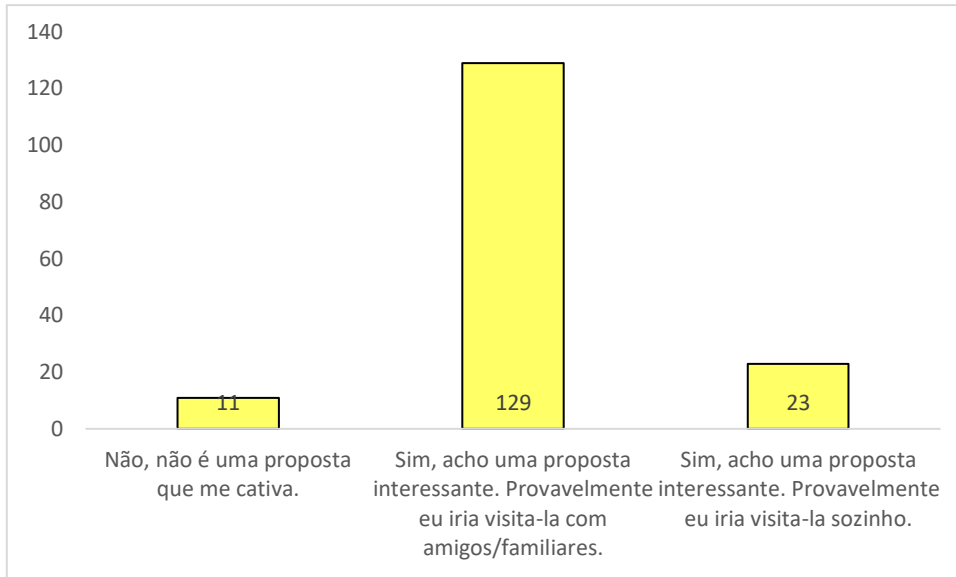
7° PERGUNTA

Qual sabor de donut você gostaria de ver na nossa loja? (Pode ser doce ou salgado)

O intuito dessa pergunta é saber o sabor que os nossos consumidores desejam que tenha no cardápio de nossa loja, com as respostas nós observamos que a maioria gostaria de donuts com alguma fruta (14), sabor pistache (6), chocolate branco (3). Também ficou evidente a preferência por sabor de doce de leite, leite ninho que são produtos que já temos em nosso cardápio. Analisamos o nosso cardápio e vemos que a possibilidade de adicionar alguns desses sabores melhoraria a satisfação de nossos consumidores além de trazer mais variedade para o nosso cardápio.

8° PERGUNTA

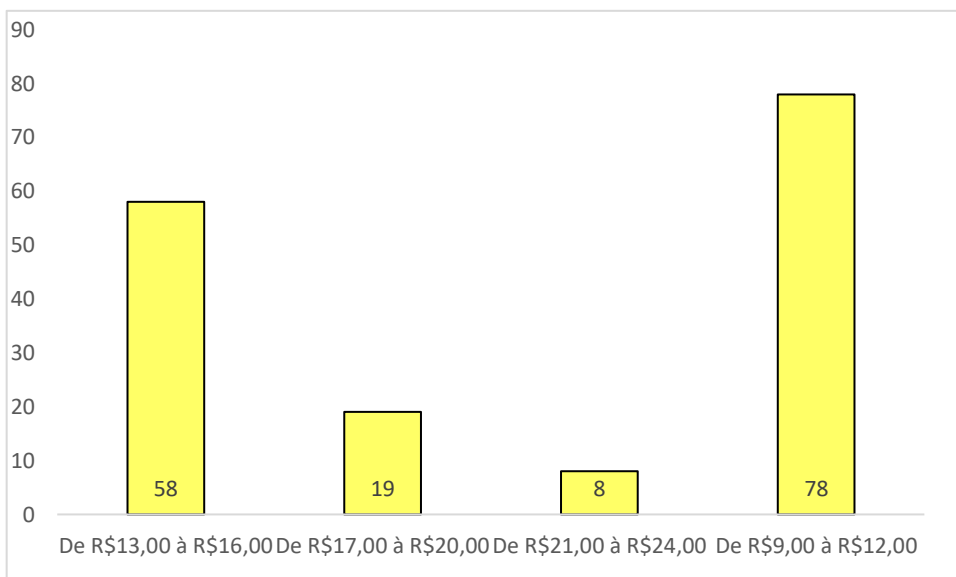
O fato de sermos uma loja com a temática do seriado “Os Simpsons”, te faria querer ir visitar ou consumir no ambiente?



A pergunta em questão faz referência a nossa loja física, e nela explica sobre sermos um ambiente temático e questiona o público se caso frequentaria o estabelecimento. Dadas respostas concluímos que cerca de 79% de nosso público frequentaria o local e iriam acompanhados de seus amigos e familiares, já cerca de 15% iriam sozinhos ao local e 7% não iria a nossa loja.

9° PERGUNTA

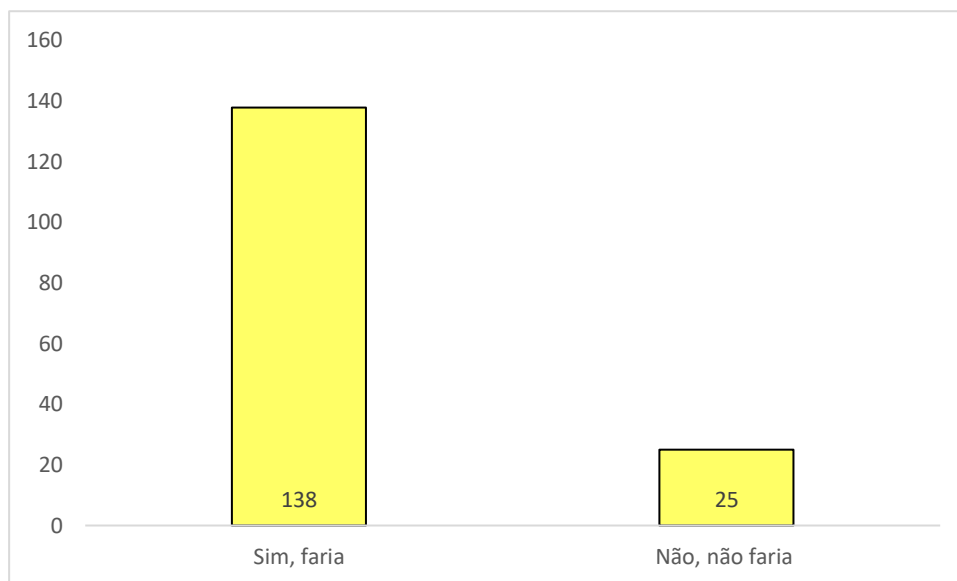
Até quanto você estaria disposto a pagar por um donut



Ao analisar essa pergunta, adquirimos informações de qual valor os nossos clientes estão dispostos a pagar pelos nossos produtos, nos possibilitando avaliar qual valor seria acessível para os clientes e adequado para a empresa. O resultado nos mostra que a maioria das pessoas estão dispostas a pagar de 9,00 a 12,00 nos donuts, com 48% dos votos, 36% estão dispostas a pagar de 13,00 a 16,00, 11% pagariam de 17,00 a 20,00 e 8% de 21,00 a 24,00.

10° PERGUNTA

Você faria encomenda de donuts personalizados para festas/eventos?



O gráfico acima está relacionado as informações referentes ao interesse em encomendar nossos produtos. Ao realizar a coletânea de dados podemos concluir que cerca de 85% de nosso público ao fazer alguma festa ou evento, teria o interesse de pedir de nossos serviços.

Dentre essa porcentagem encontram-se homens e mulheres, porém, a maioria das pessoas que afirmaram o interesse pela encomenda é efetivamente feminino.

3.6.3 Pesquisa Secundária da Duff’Nuts

Os donuts fazem sucesso há muito tempo nos Estados Unidos e, nos últimos anos, começaram a conquistar também o público brasileiro. Esses doces chamam atenção pelo sabor, pela aparência e pela variedade de combinações que permitem. Por causa disso, o mercado de donuts tem crescido e se tornado uma boa oportunidade para quem deseja empreender no setor alimentício.

1. Mercado de Donuts no Mundo

Nos Estados Unidos, os donuts já fazem parte do dia a dia das pessoas. Marcas como Dunkin' Donuts e Krispy Kreme ajudaram a popularizar o produto e mostraram como ele pode ser vendido de diversas formas: em lojas, cafeterias, mercados e até máquinas automáticas. No mundo todo, os donuts vêm ganhando novas versões, como donuts gourmet, recheados, decorados ou temáticos.

Essa diversidade fez o produto ganhar força também nas redes sociais, o que aumenta ainda mais o interesse do público.

2. Mercado de Donuts no Brasil

No Brasil, os donuts começaram a aparecer com mais frequência nos últimos anos, principalmente em cafeterias, shoppings e no delivery. A influência da cultura americana, somada ao crescimento das redes sociais, ajudou a impulsionar essa tendência.

Os brasileiros têm mostrado grande interesse por produtos doces e visualmente atrativos, o que facilita a aceitação dos donuts. Além disso, muitos empreendedores estão apostando nesse mercado porque ele permite começar com pouco investimento e oferece boas possibilidades de lucro

3. Vantagens de Trabalhar com Donuts

- **Baixo custo de produção**

Os ingredientes usados na massa e nas coberturas são acessíveis, o que permite produzir donuts com um bom custo-benefício e margem de lucro interessante.

- **Infinitas formas de personalização**

O donut pode ser recheado, decorado, colorido, temático, gourmet, simples... as possibilidades são enormes. Isso atrai clientes e facilita a criação de uma marca própria.

- **3 Alta aceitação do público**

Doces costumam vender bem, e os donuts se destacam pela aparência chamativa e pelo sabor marcante. Isso faz com que agradem desde crianças até adultos.

- **Baixo investimento inicial**

Para começar, não é necessário um grande espaço ou muitos equipamentos. Um empreendedor pode iniciar a produção em casa e expandir conforme o crescimento.

- **Baixa concorrência**

Mesmo com o aumento da procura, ainda existem poucas lojas especializadas no Brasil. Isso abre espaço para marcas novas se destacarem.

4. Perfil do Consumidor

O público que mais consome donuts no Brasil costuma ser jovem, ligado às redes sociais e interessado em produtos diferentes e visualmente atrativos. Esse consumidor busca novidades, sabores marcantes e uma boa experiência de compra.

5. Oportunidades para Empreender

Quem deseja entrar nesse mercado encontra boas oportunidades, como:

- Personalização dos donuts
- Parcerias com cafeterias e eventos
- Criação de sabores autorais
- Investimento em marketing digital

3.7 Marketing Digital

Marketing Digital é o conjunto de atividades que uma empresa faz utilizando o ambiente web como canal de divulgação de uma marca, tais como redes sociais, e-mail, sites, blog, anúncios pagos etc.

Com o objetivo de atrair novos negócios, criar relacionamentos e desenvolver uma identidade de marca. São utilizadas para atrair e conquistar novos clientes.

APLICAÇÃO

O marketing digital da Duff'nuts está presente no Instagram com stories, posts e vídeos curtos, com detalhes sobre os produtos e promoções, além de sempre ter a identidade visual da marca, visando se comunicar com os clientes da empresa e atrair pessoas novas.

3.7.1 Exemplo Marketing digital da DuffNuts



3.8 Marketing Institucional

Marketing institucional é uma estratégia elaborada para fortalecer a imagem de uma empresa e cativar o público. Essa vertente do marketing não tem como objetivo principal vender um produto ou serviço, mas sim promover a marca a partir de sua missão, visão e valores.

Ainda é possível usar o marketing institucional para mudar algum pensamento que o mercado tenha sobre sua empresa. Também chamado de estratégia de identidade de marca, ele ajuda a manter ou melhorar a impressão das pessoas sobre seu negócio.

APLICAÇÃO

O marketing institucional da Duff'nuts contará com políticas e ações voltadas a causas sociais consideradas importantes pela empresa. A seguir, estão listadas as principais causas apoiadas:

1. Educação

A empresa reconhece que o incentivo à educação no Brasil vem se deteriorando ao longo dos anos, impactando principalmente crianças e jovens.

Pensando nisso, ela adotará a política de destinar 4% do seu lucro mensal para institutos que atuam na promoção da educação e no desenvolvimento de oportunidades para o público jovem.

Ademais, vale ressaltar que serão realizadas campanhas de incentivo à educação nos canais de comunicação da empresa.

2. Saúde física e mental

A importância da saúde física e mental será outro ponto de destaque para a Duffnuts. A empresa promoverá políticas de incentivo ao autocuidado, buscando conscientizar o público interno e externo.

Como parte dessas ações, será instalado um Mural Positivo durante o mês de setembro Amarelo, no qual clientes e colaboradores poderão deixar mensagens de apoio e incentivo.

Além disso, haverá campanhas de conscientização para estimular a realização de exames essenciais, como a prevenção do câncer de mama.

3. Sustentabilidade

A Duffnuts se comprometerá a ser um exemplo ativo de responsabilidade ambiental, buscando reduzir seus impactos através da reciclagem e do uso de produtos menos poluentes.

Além disso, a empresa promoverá o incentivo a práticas sustentáveis nos meios digitais e físicos.

3.8.1 Exemplo de marketing institucional DuffNuts



3.9 Marketing de Guerrilha

O Marketing de Guerrilha é uma estratégia focada na publicidade criativa e pouco convencional de um produto ou serviço, onde, a ideia é criar uma experiência única para os consumidores, que gere engajamento e fortaleça a conexão com a marca.

Essa abordagem é inspirada em táticas de guerra, onde soldados buscam surpreender inimigos mais poderosos com recursos limitados, trazendo esse conceito para o mundo do marketing, a ideia é aumentar bastante o impacto da ação sobre o público com um investimento baixo.

3.9.1 Processo de desenvolvimento e aplicação do Marketing de Guerrilha

Ao analisar a atividade proposta pensamos em realizar um marketing onde envolvia o nosso público de uma forma interativa e divertida. Decidimos fazer uma boca do palhaço, onde fizemos um painel com os personagens principais do seriado "Os Simpsons" que é o tema de nossa empresa, além de também criar elementos instagramáveis para que pudessem tirar fotos e registrar o momento.

O desenvolvimento do trabalho foi algo que demandou um tempo considerável, fizemos uma estrutura de papelão para que sustentasse o painel, após isso desenhamos e pintamos os personagens no papel Craft e recortamos suas bocas, que seria o local onde as pessoas deveriam acertar as bolinhas/argolas. Depois desse processo o painel foi pendurado em uma estrutura no teto e decorado ao redor.

A apresentação do marketing de guerrilha ocorreu no dia 26/07 e foi marcada pelo grande sucesso. A presença de diversas pessoas de todas as salas foi um fator primordial para a realização justa da gincana, e posteriormente, a determinação dos vendedores.

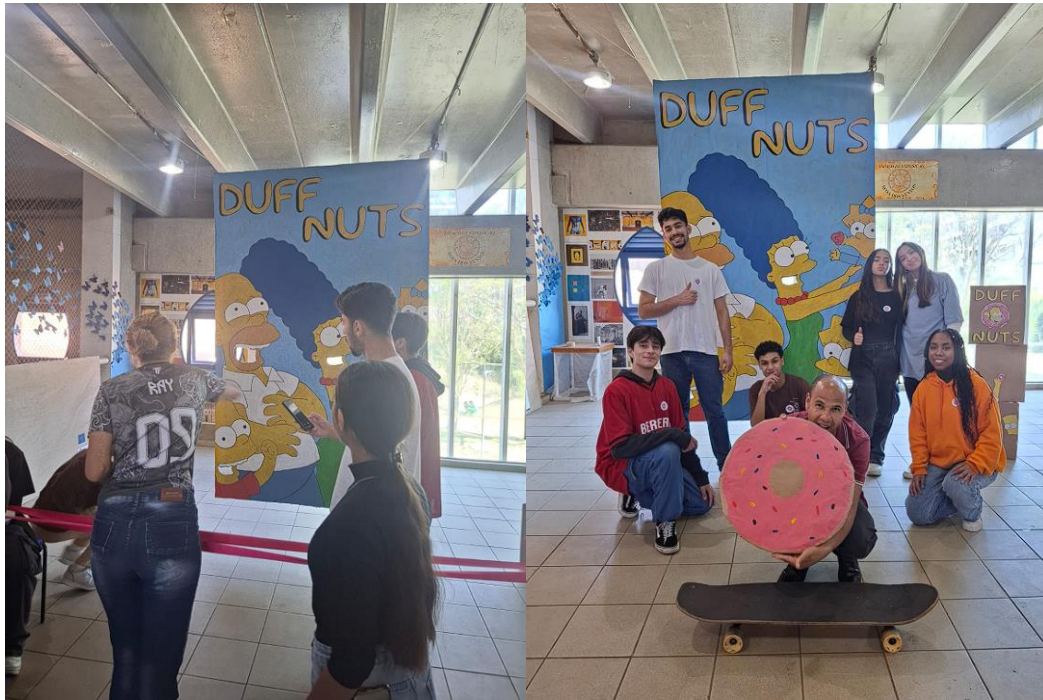
Como resultado, obtivemos a elevação das views e dos seguidores no Instagram da empresa, além de aumentar o reconhecimento e o carisma da marca.

Ganhadores da gincana:

1° Guilherme - 2°EAA

2° Felipe - 3°DSB

3° Eduardo - 3°EAB



4 CANVAS

O Project Model Canvas é uma metodologia visual de planejamento de projetos que simplifica e agiliza a organização de um novo trabalho. Inspirado no Business Model Canvas, ele traz uma abordagem focada na execução de projetos, facilitando a definição de escopo, prazos, stakeholders e recursos necessários.

Em vez de um documento longo e detalhado, o Project Model Canvas usa um quadro dividido em blocos interativos que permitem que equipes visualizem e colaborem na construção do projeto de maneira simples e direta.

4.1 Como estruturar o seu CANVAS

Segmentação de mercado

- Pessoas que passam ou frequentam a região (metrô, shopping, parque);
- Jovens, adultos e famílias que buscam por lanches artesanais;
- Fãs da cultura pop que se interessam por ambientes temáticos;
- Pessoas que buscam por experiências gastronômicas diferentes.

Proposta de valor

- Oferecer donuts artesanais de qualidade e com sabores únicos;
- Proporcionar momentos agradáveis e descontraídos;
- Aproximar o cliente do mundo animado;

- Garantir diversidade e inovação entre os produtos oferecidos.

Canais

- Loja física temática (único ponto de venda);
- Redes sociais (Instagram e TikTok) para divulgação e atração de clientes;
- Divulgação com panfletos e boca a boca.

Fonte de receita

- Venda de donuts, milk-shakes, bebidas geladas, combos e propostas sazonais.

Relação com o cliente

- Atendimento personalizado e descontraído;
- Comunicação divertida e ativa pelas redes sociais;
- Programa de fidelidade com cartão de selos;
- Promoções e descontos especiais;
- Eventos temáticos (Halloween, Natal etc.);
- Respostas rápidas a sugestões, dúvidas e reclamações.

Atividades-chave

- Produção diária de donuts artesanais e milk-shakes;
- Compra e reposição de bebidas, sorvetes e ingredientes;
- Contratação, treinamento e organização da equipe de colaboradores;
- Criação de postagens e busca de parcerias nas redes sociais;
- Planejamento e organização de promoções e eventos temáticos;
- Desenvolvimento de novos sabores de donuts e combos.

Recursos-chave

- Equipamentos de cozinha;
- Matéria-prima de qualidade;
- Equipe treinada para o atendimento;
- Sistema de pagamento eficaz;
- Loja física decorada com elementos dos Simpsons;
- Rede social ativa;
- Fornecedores confiáveis;
- Setores integrados.

Parceiros-chave

- Fornecedores de ingredientes (farinha, leite, coberturas, sorvete etc.);
- Fornecedores de embalagens (caixas para donuts, sacolas personalizadas);
- Fornecedores de bebidas (refrigerantes, sucos etc.);
- Empresas de decoração (tematização da loja com elementos dos Simpsons);
- Plataformas de pagamento eletrônico (cartão de crédito, débito, Pix);
- Fornecedores de utensílios e móveis (equipamentos de cozinha, balcões, mesas, cadeiras).

Estrutura de custos

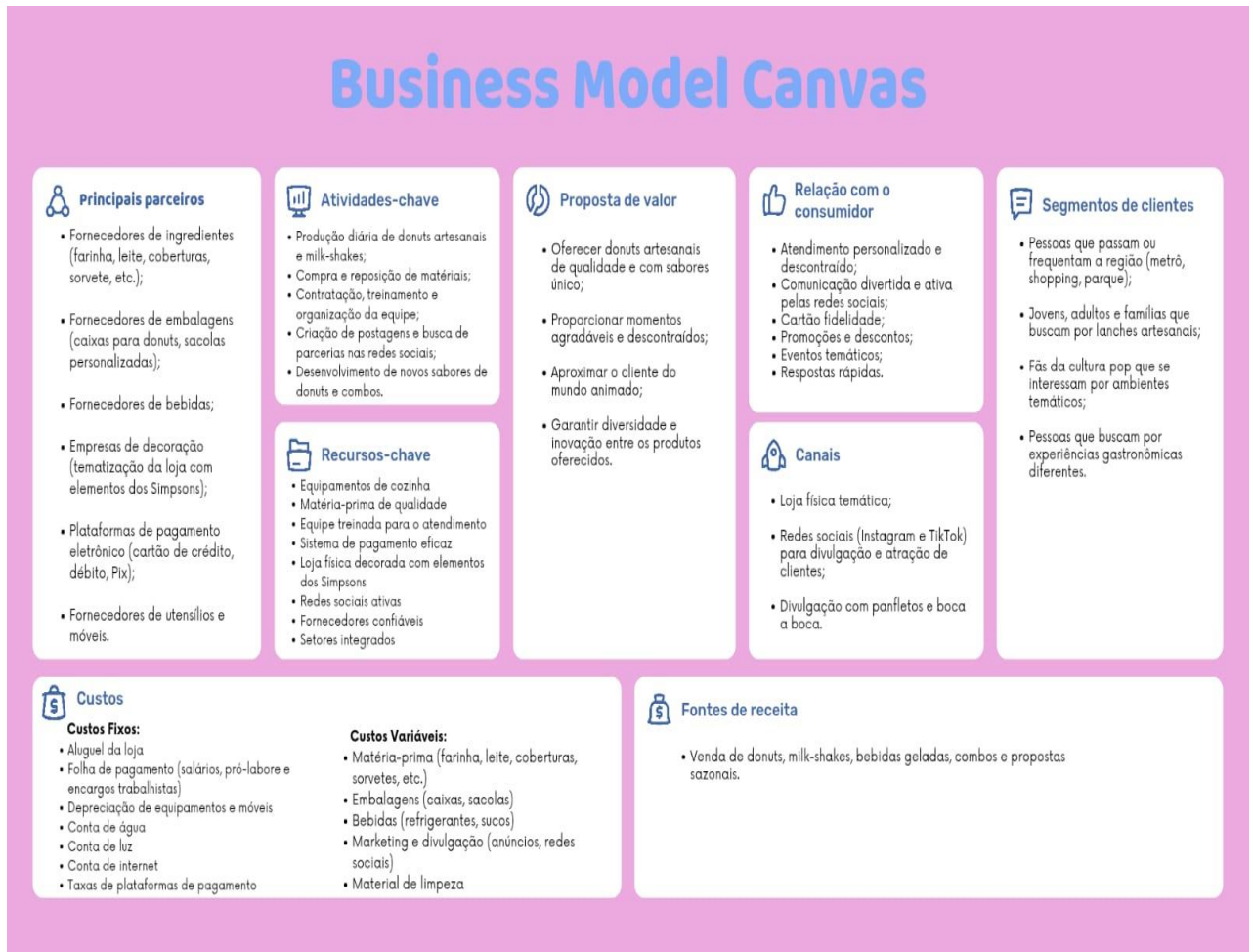
Custos Fixos:

- Aluguel da loja;
- Folha de pagamento (salários, pró-labore e encargos trabalhistas);
- Depreciação de equipamentos e móveis;
- Conta de água;
- Conta de luz;
- Conta de internet;
- Taxas de plataformas de pagamento.

Custos Variáveis:

- Matéria-prima (farinha, leite, coberturas, sorvetes etc.);
- Embalagens (caixas, sacolas);
- Bebidas (refrigerantes, sucos);
- Marketing e divulgação (anúncios, redes sociais);
- Material de limpeza.

4.1.2 Canvas DuffNuts



A importância do marketing estende-se à sociedade como um todo, pois foi por meio dele que produtos novos ou aprimorados foram introduzidos no mercado para facilitar ou melhorar a vida dos consumidores. Um marketing bem-sucedido gera demanda por bens e serviços, o que, por sua vez, cria postos de trabalho. E, ao contribuir com os resultados financeiros das empresas, também permite seu engajamento em atividades socialmente responsáveis. (Kotler; Keller, 2018, p. ??)

A logística representa o elo entre todas as expectativas geradas pelos demais departamentos, seja vendas, marketing, finanças, custos, pesquisa e desenvolvimento e produção, seja por todos os setores que, somados, visam a um mesmo objetivo: o sucesso de suas metas. Por meio da expertise nos conhecimentos logísticos, a integração desses departamentos e setores permite o crescimento organizado e sustentável.

5 LOGÍSTICA

Logística é o processo que envolve o planejamento, execução e distribuição de produtos e matérias-primas, focando principalmente no transporte

e armazenamento. Seu objetivo é garantir que o produto chegue ao cliente de forma rápida, eficiente e econômica, desde a origem até o consumo.

Para isso, as empresas precisam ter um bom planejamento logístico e uma gestão eficaz da cadeia de suprimentos (supply Chain), que começa na armazenagem de mercadorias ou matéria-prima e termina na entrega ao consumidor final.

Na prática, isso significa controlar adequadamente o estoque, cuidar do armazenamento e organizar o transporte para cumprir os prazos de entrega. Dependendo do porte e segmento da empresa, esse processo pode ser mais simples ou envolver uma rede logística mais complexa.

5.1 Layout

O layout é um esboço ou rascunho de um projeto gráfico que mostra a disposição e organização dos seus principais elementos visuais em um espaço, seja ele físico ou digital.

LAYOUT DE EMPRESAS

O layout de empresas refere-se à organização do espaço físico de modo a otimizar o fluxo de trabalho, a produtividade, a segurança e o bem-estar dos funcionários.

Essa categoria de layout tem por objetivo impactar significativamente na lucratividade da empresa, reduzindo custos, aumentando a eficiência e melhorando a moral dos funcionários.

TIPOS DE LAYOUT

Cada tipo de layout serve a propósitos distintos, adaptando-se às necessidades específicas da empresa e à natureza do trabalho realizado. Os principais tipos incluem:

- **Layout por Processo:** Ideal para empresas que lidam com produtos ou serviços personalizados, onde as estações de trabalho são organizadas por tarefa específica.
- **Layout Celular:** Utilizado por empresas que produzem uma variedade de produtos em pequenas quantidades, agrupando máquinas ou serviços que operam em uma sequência específica.

- **Layout de Posição Fixa:** Adequado para projetos grandes e imóveis, como a construção de aeronaves, onde o produto permanece estacionário e os trabalhadores e materiais se movem ao redor dele.
- **Layout de Produto (ou Linha):** Otimizado para a fabricação em massa, onde as operações são dispostas na ordem em que são realizadas na produção.
- **Layout de varejo:** O layout no varejo, ou layout de loja, consiste na organização e dimensionamento dos espaços disponíveis para oferecer comodidade aos clientes.
- **Layout de escritório:** O layout de escritório refere-se à disposição física dos móveis, equipamentos e espaços dentro de um ambiente de trabalho.

5.1.2 Layout da empresa

O layout da Duff'nuts contempla três tipos principais de layouts:

1. **Layout de Produto (ou linha)** - área onde ocorre a produção dos donuts e milk-shakes.
2. **Layout de Varejo** - área de atendimento ao cliente.
3. **Layout de escritório** - área onde fica o administrador da loja.

Além dessas áreas principais, a loja conta com espaços de apoio, como o depósito de materiais de limpeza, a copa e os banheiros, que completam a organização do ambiente.

A junção de todas essas áreas forma um layout favorável, produtivo e agradável para clientes e funcionários.

5.2 Estocagem

A atividade de estocagem se refere à conservação e guarda de materiais, que podem ser desde matérias primas até produtos acabados, em um lugar próprio para esse fim.

Esse processo, de forma simplificada, se encontra entre o recebimento e a separação dos pedidos e contempla a formação, manutenção, organização e gestão do estoque dentro de um armazém ou depósito. Logo, a estocagem faz parte do processo de armazenagem, que tem como principal função armazenar os materiais e movimentá-los para percorrer os fluxos logísticos necessários para recepção, manutenção e entrega de produtos.

5.2.1 Tipos de Estocagem

Existem diferentes tipos de estoque adequados para uma gestão de mercadorias eficiente. No entanto, é importante que o foco esteja sempre no consumidor final.

1. Estoque inativo

O estoque inativo é quando o armazém abriga produtos com baixa performance nas vendas, que ficaram parados nas prateleiras e, dessa forma, se tornaram obsoletos.

Assim, quanto menor é o nível de atividade de cada mercadoria em estoque, maior é a quantidade de produtos inativos.

Apesar de ser algo comum, é importante evitar que isso aconteça com frequência.

2. Estoque mínimo

O estoque mínimo, ou “ponto de ressuprimento”, envolve ter uma quantidade mínima ideal de cada produto armazenado, a fim de prevenir a sua escassez, antes da reposição.

Qualquer marca que não dá importância para o estoque mínimo corre o risco de perder competitividade, a preferência do consumidor e lucratividade.

3. Estoque máximo

O estoque máximo é o contrário do estoque mínimo: significa a quantidade máxima de mercadorias que podem ser guardadas no estoque, por um tempo específico. Isso evita que os itens fiquem parados nas prateleiras, caindo em desuso.

4. Estoque de antecipação/sazonal

O estoque sazonal funciona quando se identifica um aumento na demanda por determinados produtos em um curto período, e eleva a quantidade de itens para satisfazer o consumidor.

5. Estoque de proteção/isolador

À primeira vista, o estoque de proteção é semelhante ao estoque mínimo. Porém, trata-se de conceitos altamente distintos. Em uma situação atípica, a loja abastece o depósito até que o cenário se normalize. O intuito é proteger as vendas

6. Estoque de segurança

O estoque de segurança é o armazenamento de todos os produtos que os clientes compram, bem como a matéria-prima necessária para sua fabricação. A ideia é manter a cadeia de operações sempre ativa.

Com essa abordagem, a empresa protege o negócio contra imprevistos, como impasses na negociação com fornecedores

7. Estoque de contingência

O estoque de contingência envolve as mercadorias que ficam guardadas para cobrir erros operacionais, sejam no próprio negócio ou durante as entregas dos produtos pelos fornecedores. Para não perder vendas, dá para usar os itens presentes nesse estoque.

Esse conceito é bem parecido com o estoque de segurança. Porém, ele gera um custo maior no que se refere à disposição de local para armazenar as mercadorias extras.

8. Estoque consignado

O estoque consignado é aquele gerido por terceiros. Nesse caso, as mercadorias continuam sendo da empresa, mas o espaço usado para o armazenamento é cedido por outra.

9. Estoque de ciclo

O estoque de ciclo é usado para cobrir uma alta rotatividade de mercadorias. Assim, o número de produtos se mantém em equilíbrio com as demandas dos clientes, que mudam ao longo do tempo.

Companhias que vendem diferentes itens ou possuem operações com muitas etapas se beneficiam diretamente dessa estratégia

10. Estoque regulador

O estoque regular serve para atender as necessidades de reposição de estoque em empresas com filiais.

Nesse contexto, uma delas detém a maior quantidade de produtos armazenados e envia os itens necessários para as filiais restantes, conforme a demanda.

11. Estoque em trânsito

O estoque em trânsito envolve todas as mercadorias que fazem parte da rota de entrega pelas transportadoras.

Ou seja, ao controlar essas informações, a equipe sabe o tempo exato que os produtos permanecem em trânsito. Além disso, dá para saber todos os itens armazenados para cada um dos envios

12. Dropshipping

O dropshipping é justamente a não existência de um estoque. Aqui, a mercadoria adquirida pelo consumidor não é armazenada e enviada pela própria empresa vendedora, mas por uma companhia terceira.

Quando o cliente finaliza sua compra, a marca abre uma ordem de serviço e a envia ao fornecedor

5.3 Custeio de Frete

O custo de frete é o valor negociado entre o embarcador (quem envia a mercadoria) e a transportadora, cobrindo os gastos com transporte desde o ponto de origem até o destino. Esse valor inclui despesas fixas e variáveis, taxas adicionais e uma margem de lucro para a transportadora.

TIPOS DE CUSTO DE FRETE

Os custos de frete variam de acordo com as características do transporte e os elementos considerados na precificação. Cada tipo de custo reflete uma abordagem específica para atender às demandas da operação logística, garantindo viabilidade financeira para transportadoras e embarcadores.

Frete peso: Baseado no peso bruto ou cubado da mercadoria. É utilizado para otimizar o espaço no veículo e garantir viabilidade econômica.

Frete valor: Calculado com base no valor da carga, incluindo o seguro obrigatório (RCTR-C) e outros seguros opcionais, como o RCF-DC, que protege contra roubo e desvio.

Frete distância: Determinado pela quilometragem percorrida, considerando o piso mínimo da ANTT.

5.4 Política de Compra

Uma política de compras consiste em um conjunto de normas e diretrizes que orientam o processo de aquisição de bens e serviços dentro de uma organização, buscando eficiência, conformidade legal e controle de custos.

Esse documento define desde os critérios para seleção de fornecedores até a forma de lidar com concorrências e negociações, além de assegurar que as aquisições estejam alinhadas com os objetivos financeiros da empresa.

A política de compras também estabelece responsabilidades claras dentro da organização, definindo quem está autorizado a realizar determinadas ações no processo de compra, e como as requisições devem ser feitas e aprovadas.

PRINCIPAIS ELEMENTOS

1. Diretrizes e procedimentos

As diretrizes e procedimentos definem o fluxo de trabalho e as regras a serem seguidas durante o processo de aquisição.

2. Requisitos de homologação de fornecedores

A definição clara dos critérios de homologação de fornecedores garante que a escolha dos parceiros seja feita de maneira objetiva e alinhada aos interesses estratégicos da organização.

3. Processo de solicitação de compras

O processo de solicitação de compras envolve a formalização da necessidade de aquisição dentro da empresa, ajudando a garantir que todas as compras sejam justificadas e devidamente autorizadas.

4. Termos e condições de compra

Os termos e condições de compra estabelecem os acordos contratuais entre a empresa e seus fornecedores, o que protege a empresa contra riscos e garante que os fornecedores cumpram com suas obrigações.

5. Controle e auditoria

O controle e a auditoria asseguram a conformidade e a integridade do processo de compras, permitindo que a empresa mantenha a transparência e a confiança no processo de compras.

5.4.1 Política de Compra da DuffNuts

1. Objetivo

- Garantir que todas as compras da DuffNuts sejam realizadas de forma estratégica, transparente e responsável, assegurando qualidade nos insumos, prazos adequados e custos compatíveis com o orçamento da empresa.

2. Seleção de fornecedores

- Priorizamos fornecedores que oferecem produtos de qualidade e certificados

- Avaliamos critérios como preço, prazo de entrega, confiabilidade e suporte
- Mantemos, sempre que possível, parcerias de longo prazo para reduzir custos e fortalecer a relação

3. Padronização de compras

- Todas as solicitações de insumos devem seguir uma lista com fornecedores aprovados
- Compras só serão autorizadas mediante a aprovação do responsável administrativo
- A quantidade de produtos deve ser planejada conforme projeções de vendas e controle de estoque

4. Condições comerciais

- Negociamos prazos de pagamento justos, buscando equilíbrio entre o fluxo de caixa e parcerias saudáveis
- Preferência por pagamentos via cartão corporativo, transferência bancária ou pix
- Compras emergenciais devem ser registradas e justificadas

5. Sustentabilidade e ética

- Priorizamos fornecedores que respeitam normas ambientais e trabalhistas
- Evitamos desperdícios por meio do controle de estoque e compras programadas mensalmente

6. Revisão e avaliação

- Fornecedores serão avaliados periodicamente quanto à qualidade, prazo e preço

5.5 Política de Venda

A política de vendas é um conjunto de diretrizes e regras estabelecidas por uma empresa para orientar suas atividades comerciais. Ela funciona como um guia, delineando os direitos e deveres tanto da empresa quanto dos clientes durante uma transação comercial.

Essa estratégia tem como objetivo garantir transparência, segurança e confiabilidade no processo de venda. Isso porque é responsável por definir

aspectos como prazos, condições de pagamento, políticas de devolução e reembolso, entre outros detalhes relevantes.

De modo geral, esse documento costuma abranger os temas:

- Trocas;
- Devoluções;
- Prazos de entrega;
- Assistência técnica;
- Prazos de pagamento;
- Taxa de juros;
- Parcelamento;
- Descontos.

5.5.1 Política de Venda da DuffNuts

- Preço: oferecemos uma precificação acessível e competitiva, com preços variados em programas e eventos anuais
- Promoção: dispomos de combos promocionais
- Pagamento: débito, crédito, VR e pix
- Troca/devoluções: caso o produto seja entregue errado ou com defeito o cliente tem direito à substituição imediata ou a devolução do pagamento
- Atendimento: padrão de atendimento atencioso, ético e rápido

5.6 Controle de Estoque

O controle de estoque é uma ferramenta utilizada para gerenciar os materiais presentes dentro de uma empresa, seja referente a sua quantidade, movimentação ou disponibilidade. Seu gerenciamento é realizado para garantir que tenha matéria prima suficiente para suprir a demanda do produto pedido pelos fornecedores e clientes, dessa maneira, deve ser executado em etapas para garantir bons resultados.

Como etapa inicial teríamos o cadastro, em seguida a movimentação do produto, emissão de notas e o controle da venda. Caso for realizado da maneira correta serão gerados benefícios para a empresa, como a redução de custos e a prevenção de atrasos na entrega do produto para os cliente e fornecedores. O controle de estoque pode ser realizado através de diversos métodos, sendo eles:

PEPS: Primeiro a entrar é primeiro a sair, ou seja, o primeiro produto a chegar no “estoque” será o primeiro a sair.

UEPS: Último a entrar é o primeiro a sair, ou seja, é basicamente o oposto do PEPS.

CURVA ABC: classifica os produtos como A, B, e C., de acordo com o faturamento e sua rotatividade.

JUST IN TIME: a empresa trabalha com o mínimo de produto em seu estoque e tenta aumentar sua eficiência dessa forma.

FIFO: Primeiro a entrar, primeiro a sair, bem semelhante ao método PEPS.

5.7 logística reversa

A logística reversa é um processo de reutilização ou reciclagem de materiais utilizados em uma determinada linha de produção. Serve para diminuir a quantidade de resíduos e recuperar valores, assim, gerando benefícios tanto para a empresa quanto para o meio ambiente.

5.7.1 Importância da logística reversa

A logística reversa é importante para uma empresa porque permite o retorno de produtos, embalagens e materiais ao ciclo produtivo, reduzindo custos e evitando desperdícios. Com ela, a empresa pode reaproveitar matérias-primas, recuperar produtos danificados e diminuir o volume de resíduos descartados, o que torna o processo produtivo mais eficiente e econômico. Além disso, ela fortalece a imagem da marca, mostrando ao mercado que a empresa se preocupa com o meio ambiente e adota práticas sustentáveis.

5.7.2 logística reversa da Empresa

Muito se pensa sobre como agregar a logística reversa dentro da rotina de uma empresa, com isso a DuffNuts, pensando nos impactos ambientais que seriam gerados através do descarte de nosso material, adotou-se como logística reversa a reciclagem das embalagens e do óleo utilizados no processo de produção e na entrega de nosso produto.

Se tratando das embalagens, foi desenvolvido um “cartão de contagem”, esse cartão tem a funcionalidade de contabilizar a coleta de embalagens entregues ao nosso cliente, ou seja, a cada produto comprado em nossa loja ele deve juntar as embalagens até uma certa quantidade, e como incentivo para

realizar essa tarefa, será dado um de nossos produtos como recompensa, dessa forma obtendo-se novamente nosso material, que será direcionado a reciclagem.

E sobre a reciclagem do óleo, ao invés de ser descartado de forma convencional, deve ser levado a um centro de reciclagem, onde irá ser transformado em sabão, assim, ganhando uma nova função mais sustentável.

Podemos comparar a logística ao lubrificante nas engrenagens de uma máquina, de cuja importância acabamos nos esquecendo enquanto a máquina está desvolta vendo seu trabalho e só nos lembramos de alimentá-la com mais lubrificante quando ela para totalmente. A logística, assim como o lubrificante, também interrompe qualquer fase ou etapa de seus processos se não a alimentarmos, e o mercado percebe isso à medida que a demanda e o consumo de bens e serviços aumentam proporcionalmente ao número de habitantes de nosso planeta. De todos os recursos organizacionais, os únicos capazes de autodireção e de desenvolvimento são os recursos humanos. São recursos vivos e como tal têm enorme aptidão para o crescimento.

A questão básica é a escolha entre tratar as pessoas como recursos ou como parceiros da organização. Os colaboradores devem ser tratados como recursos produtivos das organizações: os chamados recursos humanos. Como recursos, eles são padronizados, uniformes inertes e precisam ser administrados, o que envolve planejamento, organização, direção e controle das atividades, já que são considerados sujeitos passivos da ação organizacional. (Chiavenato, [ano], p. 2)

6 RECURSOS HUMANOS

O setor de Recursos Humanos (RH) é responsável por administrar os colaboradores de uma empresa, desde o início de um processo de contratação até a seu desenvolvimento como funcionário. Realiza todas as etapas de presentes em um recrutamento, seleção, remuneração e benefícios dos colaboradores de uma corporação, tendo como princípio em suas etapas desenvolvidas, a geração de satisfação em seus colaboradores e o alcance das metas e objetivos propostos pela empresa.

6.1 Recrutamento eficaz

O recrutamento eficaz é responsável por escalar os melhores candidatos, sendo eles os que estão mais aptos e que se adequam as necessidades da empresa. É um processo essencial para a que realização da contratação seja feita da melhor forma, bando por maiores resultados e um melhor desenvolvimento da empresa de forma geral.

6.1.1 Criação de planos de cargos e salários

O plano de cargo e salários é um método utilizado para organizar as funções e os salários de cada um dos colaboradores da empresa, detalhando sobre as funções de cada cargo, competências necessárias para desempenhá-los, a faixa de salário de cada um dos cargos e os critérios de remuneração. Tem como princípio deixar todas as informações o mais transparente possível, para que todos os colaboradores possam identificar como devem se desenvolver na empresa.

6.1.2 Cuidado com o bem-estar do colaborador

O cuidado com o bem-estar do cliente seria a adoção de métodos que deixam os colaboradores felizes, motivados, fazendo com que levem o trabalho de uma forma mais leve. Pode ser adotado através da implementação de planos de saúde aos funcionários, acompanhamentos com psicólogos, horários flexíveis, estímulos de desenvolvimentos individuais e profissionais, assim, gerando diversos benefícios para a empresa como o aumento da produtividade do colaborador, melhorias no clima geral da empresa e impactos positivos na cultura organizacional.

6.1.3 Manutenção da harmonia entre relações profissionais

Para manter a harmonia entre relações profissionais, é importante cultivar um ambiente de respeito, empatia, e com uma comunicação aberta. Os pontos mais importantes para que isso aconteça são:

- Respeitar as diferenças: Reconhecer que cada pessoa é única e tem suas próprias necessidades.
- Prática da comunicação aberta: Incentivar o diálogo e a troca de ideias.
- Resolução de conflitos de forma madura: Evite julgamentos e preconceitos.
- Reconhecimento sobre o trabalho dos colegas: Mostre que valoriza as pessoas da sua equipe.
- Criação de momentos de integração: Promovendo a cooperação e a colaboração.
- Investimento em treinamentos: Oferecer cursos sobre inteligência emocional, empatia, escuta ativa, e gestão de conflitos.
- Uso da tecnologia a favor da colaboração: Uso de aplicativos e ferramentas online para melhorar a comunicação entre equipes.

Benefícios da harmonia no trabalho

Entre os benefícios encontrados para isso estão:

- Aumento da eficiência e a produtividade;
- Melhora no clima organizacional;
- Fortalecimento do sentimento de pertencimento;
- Redução do estresse e contribuição para a saúde e bem-estar mental;
- Estímulo da criatividade;

6.1.4 Entrada e saída dos colaboradores

HORÁRIOS DE ENTRADA E SAÍDA DOS COLABORADORES			
FUNCIONÁRIO	CARGO	HORÁRIO DE ENTRADA	HORÁRIO DE SAÍDA
Maria Heloisa de Souza Pereira	sócio e gerente	11:00	19:00
*Gustavo Santos	cozinheiro(a)	08:00	16:00
*Paola Oliveira	cozinheiro(a)	10:00	18:00
*Márcia da Silva Oliveira	atendente	10:00	18:00
*Luzinete Ferreira	atendente	10:00	18:00
*Josemar Ribeiro Lima	limpeza	08:00	16:00
*Josemar Ribeiro Lima	limpeza	11:00	19:00
Pedro Henrique de Oliveira Valeriano	contador(a)	10:00	18:00
Rafael Nunes Friscio	sócio e assistente RH	08:00	16:00
Lucas Nunes	assistente administrativo	10:00	18:00
Brenda Oliveira Marques do Nascimento	assistente de marketing	10:00	18:00
Ana Luiza Ferreira Silvestre Ribeiro	assistente jurídico	10:00	18:00

6.2 Contratação

O processo de contratação pode ser realizado em etapas, ele é desenvolvido desde o anúncio das vagas de emprego, a realização de entrevistas, exame admissional, preparação da documentação necessária, até pôr fim a assinatura de ambo as partes, onde firmara um acordo onde determinará regras, funções e a remuneração da mão de oba realizada.

6.2.1 Contratação da DuffNuts

O processo de contratação da DuffNuts para buscar novos colaboradores consiste na realização de divulgações das vagas por meio de cartazes na frente de nossa loja, além de disponibilizar posts em redes sociais, tanto as tradicionais como Instagram e Facebook, quanto as redes profissionais como o LinkedIn por exemplo.

Dentro desses posts fica explícito toda a descrição de cargos para tornar o processo seletivo o mais eficiente possível atraindo apenas talentos qualificados para as vagas reduzindo candidaturas desqualificadas.

Após a análise dos currículos feita por nosso recrutador para identificar o que melhor se alinha, é realizada a etapa da entrevista de emprego com os candidatos selecionados para vaga possuindo dinâmicas e exercícios de acordo com a vaga de emprego do candidato. Para apenas depois desse processo o colaborador passar para a etapa da realização dos exames admissionais para atestar sua aptidão para o cargo que irá exercer.

6.2.2 Tipos de contratos

Para firmar quaisquer tipos de contrato de trabalho de forma segura e assertiva, é preciso saber qual a necessidade da empresa, analisando as possibilidades de contratação: tempo determinado, indeterminado, temporária e eventual.

1. Contrato por tempo determinado

É um dos tipos de contrato de trabalho em que a duração é prefixada, ou seja, o colaborador já sabe quando ele será rescindido no momento da contratação.

O contrato por prazo determinado não pode exceder a duração de dois anos. Conforme a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), esse contrato é válido nas seguintes hipóteses:

- Contratação de serviço cuja natureza justifique a predeterminação do prazo do contrato;
- Contratação de atividades empresariais de caráter transitório;
- Contratação de colaborador em caráter de experiência.

Direitos do trabalhador nessa modalidade

No momento da contratação nesse tipo de contrato de trabalho, o trabalhador possui os seguintes direitos:

- Remuneração paga conforme o piso da categoria;
- FGTS;
- Hora extra;
- Vale-transporte, vale-refeição e alimentação;
- Adicional noturno;

- Licença-maternidade ou paternidade.

Vantagens e desvantagens no contrato por tempo determinado

As principais vantagens de se contratar um trabalhador por tempo determinado, são:

- Redução de custos com a contratação definitiva do colaborador, já que a empresa sabe exatamente quanto vai custar a admissão temporária;
- Possibilidade de conseguir colaboradores para projetos específicos que possuem prazo de início e término;
- O empregador pode rescindir o contrato sem justa causa, pagando-lhe indenização que se iguala à metade do salário que o trabalhador teria até o final do contrato, conforme disposto no art. 479 da CLT.
- Já as desvantagens desse tipo de contrato são:
- O trabalhador por contrato determinado geralmente encontra dificuldades em se adaptar à equipe, já que será parte da empresa apenas por um tempo;
- Se não houver um treinamento para entender como a empresa funciona, bem como as suas perspectivas, o colaborador pode sentir dificuldade de se adaptar às rotinas e bem desempenhar sua função.

2. Contrato por tempo indeterminado

Esse é um dos tipos de contrato de trabalho mais comum, pois não existe um período preestabelecido de vigência. Quando finalizado o contrato de experiência (e não havendo dispensa por parte do empregador ou o pedido de dispensa por parte do funcionário), inicia-se o período de contrato por tempo indeterminado.

Portanto, caso não haja rescisão após o período de experiência, o contrato automaticamente passa a ser indeterminado. Em regra, a maioria dos contratos tem duração indeterminada.

O que é definido é uma data de início para as atividades profissionais, mas o cálculo da rescisão pode ocorrer a qualquer momento desde que haja aviso prévio de uma das partes (empregador ou funcionário).

Em situações assim, quando não há falha na conduta do colaborador (justa causa ou culpa recíproca), o trabalhador tem assegurado o direito ao

recebimento de 40% de multa sobre o valor do FGTS, Seguro-Desemprego e aviso prévio.

Direitos trabalhistas do contrato por prazo indeterminado

Os direitos assegurados por lei ao trabalhador de contrato com prazo indeterminado, são:

- Remuneração paga conforme o salário-mínimo atual ou observando-se a convenção ou acordo coletivo da função exercida;
- Jornada de trabalho de oito horas diárias;
- Pagamento de horas extras de 50% a mais na remuneração (não se pode exceder duas horas extras, diárias);
- 13.º salário proporcional aos meses trabalhados — consoante ao inciso VIII, artigo 7.º da Constituição Federal;
- Descanso semanal remunerado (inciso VIII, artigo 7.º).

Vantagens e desvantagens

Um dos tipos de contrato de trabalho mais vantajoso é este, porque:

- Traz segurança ao colaborador, contando com mais estabilidade na função;
- Cria a possibilidade de crescimento na empresa por parte da pessoa contratada;
- Concede todos os direitos trabalhistas citados acima, o que melhora a remuneração.

E as desvantagens, são:

- Se o colaborador pedir demissão, o FGTS fica retido e não há o pagamento da multa rescisória de 40%;
- Nesse caso, ele também perde o direito ao seguro-desemprego;
- O trabalhador precisará cumprir os 30 dias de aviso-prévio (quando acontece o pedido de demissão). Caso o colaborador opte pelo não cumprimento do aviso, ele deverá indenizar a empresa com o valor de um salário.

3. Contrato de trabalho temporário

É considerado como contrato de trabalho temporário, aquele prestado por pessoa física, visando o atendimento de uma necessidade transitória de substituição do quadro de pessoal ou pelo aumento de serviços.

Direitos do trabalhador no contrato temporário

Os direitos do trabalhador de contrato temporário, são:

- Remuneração igual ao dos colaboradores contratados de modo fixo, bem como da categoria;
- Jornada de trabalho de oito horas diárias (44 horas semanais);
- Adicional de 20% sobre as horas extras trabalhadas (duas horas diárias);
- 13.º salário;
- FGTS e INSS;
- Férias proporcionais;
- Descanso semanal remunerado;
- Adicional noturno, periculosidade e insalubridade (caso a função exija);
- Indenização por demissão sem justa causa;
- Seguro com cobertura para acidente de trabalho

A empresa também precisa fornecer ao trabalhador temporário:

- Transporte;
- Segurança e saúde no trabalho;
- Alimentação;
- Atendimento médico ou ambulatorial;
- Treinamentos e aperfeiçoamentos.

Espera-se que as partes cumpram com as suas obrigações no trabalho, garantindo os direitos e deveres firmados no contrato.

Vantagens e desvantagens

Essa modalidade corresponde a um dos tipos de contrato de trabalho que pode ser benéfica porque:

- Gera produtividade e incentivo às equipes, pois contam com mais mão-de-obra para realizar as atividades;
- Agrega mais conhecimento à empresa a partir de ideias de novos profissionais engajados que passam a integrar as equipes;
- A empresa fornece a oportunidade temporariamente, abrindo caminhos para o profissional ganhar experiência.

As desvantagens desse modelo de contratação, são:

- É uma oportunidade voltada para suprir uma demanda momentânea da empresa, ou seja, não possui estabilidade;

- Não é garantido que o colaborador irá se adaptar em tão pouco tempo de trabalho na empresa. Nesse sentido, pode haver dificuldade para o mesmo em exercer suas funções.

4. Contrato de trabalho eventual

É um dos tipos de contrato de trabalho ocasional, ou seja, em caráter absolutamente temporário e eventual. Embora seja comumente confundido com o contrato de trabalho temporário, a maior diferença entre eles é que o contrato de trabalho eventual não gera vínculo empregatício.

Portanto, o trabalhador eventual exerce sua atividade de forma esporádica, por um curto período, mas não é considerado como empregado do contratante. Ou seja, não há relação direta de trabalho. São exemplos:

- Pedreiros;
- Encanadores;
- Jardineiros;
- Pintores e outros.

Direitos do trabalhador de contrato eventual

Não há uma relação empregatícia entre a empresa e o trabalhador eventual, portanto, ele não possui direitos trabalhistas iguais aos demais contratos. O Código Civil 2002 no seu Capítulo VII, menciona a prestação de serviços sem estar vinculado às leis trabalhistas e o direito de qualquer pessoa a exercer essa função civil.

Na Lei n.º 13.467/2017 da Reforma Trabalhista, o Artigo 442-B atesta que o trabalhador eventual não se configura como empregado.

Vantagens e desvantagens

As vantagens deste tipo de contrato são:

- Maior autonomia para realizar o trabalho por parte do profissional contratado;
- Possibilidade de realizar trabalhos eventuais em maior número, o que também aumenta a renda mensal;
- Liberdade para o colaborador escolher o trabalho que mais lhe interessa no momento.

As desvantagens, portanto, são:

- Não conta com os direitos trabalhistas;

- Menos segurança em casos de riscos ou acidentes de trabalho;
- A remuneração não é fixa.

5. Contrato intermitente

O contrato intermitente foi um advento, resultado da Reforma Trabalhista, instituída pela Lei N.º 13.467, de 13 de julho de 2017. A partir do artigo 443, são estabelecidas as diretrizes de aplicação:

Art. 443. O contrato individual de trabalho poderá ser acordado tácita ou expressamente, verbalmente ou por escrito, por prazo determinado ou indeterminado, ou para prestação de trabalho intermitente.

Nesse tipo de contrato de trabalho, o ganho é em flexibilização do contrato de trabalho, já que pode ser acordado conforme horas ou dias trabalhados, desde que tudo esteja bem explanado no documento.

Também nesse tipo de contrato, é possível pagar direitos como férias, FGTS, décimo terceiro salário de forma proporcional ao trabalhado pelo colaborador.

Direitos do trabalhador por contrato intermitente

Os direitos do colaborador de contrato intermitente são bem definidos:

- Remuneração compatível com a do mercado ou função que ele exerça;
- Férias coletivas, mais $\frac{1}{3}$ das mesmas;
- Descanso semanal remunerado;
- 13.º salário;
- Adicionais de insalubridade, periculosidade ou noturno, caso a função peça.
- Nesse caso, quem paga o INSS é o próprio empregado, conforme as suas necessidades e remuneração atual.

Vantagens e desvantagens

Confira a seguir as vantagens deste contrato:

- O contrato de trabalho intermitente não precisa ter uma carga horária mínima;
- A empresa possui mais oportunidades de integrar colaboradores, sem a necessidade de efetivá-los.

Já as desvantagens são:

- Quando o trabalhador de contrato intermitente for convocado à empresa, ele não poderá faltar;

- Os gestores vão despende mais tempo para treinar esses colaboradores e integrá-los a equipe, já que são intermitentes e não estarão sempre na empresa.

6. Trabalho Home Office

O modelo home office tem ganhado força no mundo corporativo, devido à flexibilidade de o colaborador trabalhar em casa. Com a correria das grandes cidades, o caos no trânsito e todas as dificuldades de uma jornada rígida cumprida presencialmente, o home office é uma saída interessante para o empregador e o empregado.

Direitos do trabalhador nessa modalidade

Os colaboradores que exercem suas atividades via carteira assinada em home office tem os seus direitos assegurados, sendo eles:

- Carteira assinada;
- Férias, $\frac{1}{3}$ das mesmas;
- FGTS;
- INSS
- 13.º salário;
- Vale-transporte para quando o colaborador precisar comparecer à empresa;
- Direitos previdenciários;
- Remuneração compatível com a sua função no mercado de trabalho;
- Benefícios aos colaboradores (plano de saúde, vale-alimentação etc.).

Existem também os profissionais que trabalham em home office no formato de Pessoa Jurídica. Nesse caso, aplicam-se as regras da modalidade de pessoa jurídica que mencionamos anteriormente, ou seja, não há direitos trabalhistas nessa parte.

Vantagens e desvantagens

As vantagens do contrato home office, são:

- Trabalhar de forma remota, cumprindo os seus horários conforme a realidade de cada um. O formato garante mais autonomia da rotina de trabalho;
- Mesmos direitos trabalhistas, incluindo auxílio para internet e equipamentos eletrônicos de trabalho;

E como desvantagens temos:

- O colaborador corre o risco de demorar a se adaptar ao modelo home office;
- O sentimento de isolamento e solidão atrapalha o rendimento do trabalho;
- É um modelo que pode despertar nos colaboradores a sensação de não estar sendo produtivo o suficiente.

6.2.3 Contratos usados pela DuffNuts

Há principalmente dois tipos de contratos que todos os funcionários da DuffNuts irão passar, o contrato por experiência que será onde nós iremos avaliar se o colaborador desempenha sua atividade com eximia eficiência e forma exigida por nossa empresa, onde ele terá a duração de 90 dias.

Caso a empresa goste do desempenho executado pelo funcionário o contrato por experiência é automaticamente anulado após os 90 dias e se torna um contrato por prazo indeterminado que como o próprio nome já diz não há um prazo para acabar.

6.3 Admissão

A admissão é o processo feito por uma empresa para contratar um profissional novo. As suas atividades acontecem após as etapas de recrutamento e seleção e preparam a nova pessoa colaboradora para começar a trabalhar na organização.

De forma prática, a admissão é o ato de aceitar que uma pessoa comece a trabalhar na sua empresa, tendo ou não assinado um contrato de trabalho. E é por esse motivo que fazê-la da forma correta pode evitar dores de cabeça no futuro.

Em geral, a admissão é o nome dado para uma série de procedimentos realizados para possibilitar que uma pessoa comece a exercer funções dentro de uma empresa.

O principal ganho que empresas possuem em fazer um processo de admissão correto é evitar problemas com o Poder Público, que cobra das organizações dados e informações sobre as pessoas colaboradoras, como também evitar possíveis processos trabalhistas.

Formas de admissão

O método tradicional de contratação de uma pessoa já é conhecido pela maioria dos profissionais: a pessoa é aprovada em um processo seletivo, ela separa documentos, faz um exame médico e assina um contrato de trabalho.

A forma apresentada acima é a mais comum porque é a forma que se apresenta na legislação brasileira, com contratações feitas sob o regime CLT.

Entretanto, ao longo do tempo o meio jurídico entendeu que era necessário estender as formas de admissão para proteger o trabalho. Afinal, infelizmente nem todas as empresas agem em conformidade legal.

Por isso, existem duas outras formas de admissão. São elas:

Admissão por acordo verbal:

Como o nome já indica, esse tipo de contratação ocorre a partir de um acordo verbal entre o empregador e o empregado, sem nenhum documento assinado.

O empregador comunica o profissional da sua contratação e, a partir disso, a pessoa começa a trabalhar na empresa;

Admissão tácita:

Isso significa um comportamento que caracteriza a admissão, ainda que sem manifestação verbal ou escrita.

Um exemplo: imagine que uma pessoa frequenta um canteiro de obras e ajuda nas tarefas. Feliz com o suporte, durante várias semanas, um superior paga pelo auxílio e orienta o seu trabalho.

O aceite dessas formas de admissão pelo Poder Judiciário tem como objetivo impedir que o empregador descumpra os procedimentos legais para se isentar do pagamento de encargos e verbas trabalhistas. Isso não significa afirmar que você pode deixar os registros em segundo plano, tampouco que sejam opcionais. Todos os passos posteriores, se não realizados dentro da lei, podem gerar punições.

Objetivos da admissão

O processo de admissão tem como principal finalidade encontrar e selecionar os candidatos mais qualificados para construir uma equipe forte para melhor desempenho da empresa.

Etapas do processo de admissão

- Divulgação da vaga

- Recebimento e análise de currículos
- Realização de entrevistas
- Avaliações técnicas e comportamentais
- Exames médicos
- Assinatura do contrato de trabalho
- Integração do novo colaborador na empresa

Documentos obrigatórios para a admissão de novos colaboradores

1. Para efetivar o contrato de trabalho:
 - Foto 3x4 para o livro de empregados;
 - Carteira de Trabalho e Previdência Social;
 - Documento de Identidade;
 - Comprovante do CPF;
 - Número do PIS/PASEP;
 - Título de eleitor;
 - Comprovante de endereço;
 - Certificado de reservista (homens maiores de idade).
2. Para recebimento de salário-família:
 - Certidão de nascimento dos filhos;
 - Caderneta de vacinação ou equivalente (filhos até 6 anos de idade);
 - Comprovante de invalidez (dependente maior de 14 anos);
 - Declaração de frequência escolar emitida pela instituição de ensino (filhos maiores de 6 anos).
3. Para comprovar situações junto à empresa, quando necessário;
 - Carta de recomendação;
 - Diplomas e certificados de conclusão;
 - Carteira de Motorista;
 - Carteira de Conselho Profissional.

É importante destacar que esses documentos possuem um propósito claro dentro da admissão, e não são pedidos à toa. Nunca se deve pedir por informações que possam constranger o colaborador, como exame de HIV, declaração do SPC, teste de gravidez, entre outros. Além de uma invasão de privacidade, esse tipo de requerimento é crime.

6.3.1 Exame admissional

O exame admissional é exigido por lei para os contratados no regime CLT e deve ser feito antes do funcionário iniciar suas atividades na empresa que o contratou. Esse exame serve para avaliar a saúde física e mental do novo colaborador a fim de verificar se ele está apto para exercer sua nova função.

Cada profissão pode exigir diferentes tipos de exames de acordo com as necessidades diárias demandadas por cada ocupação. Por exemplo, para um profissional que irá trabalhar com Construção Civil é importante que ele não tenha alterações cardíacas ou sofra de tonturas para evitar acidentes durante o trabalho, logo, exames como eletrocardiograma, eletroencefalograma, entre outros, podem ser necessários.

Tipos de exames admissionais

De modo geral, o exame clínico admissional é um processo objetivo e simples, que visa fazer uma análise básica em relação à saúde do paciente, porém assertiva. Caso necessário, exames complementares podem ser solicitados.

Os exames obrigatórios são:

1. Anamnese médica

Diferentemente do exame físico, no qual somente aspectos fisiológicos são avaliados, a anamnese médica consiste em uma entrevista que o médico faz com o paciente visando entender seu histórico de saúde física e mental.

Por meio de perguntas, o médico busca entender o histórico de saúde familiar do paciente, outras queixas relacionadas e se havia algum tipo de risco nos trabalhos realizados anteriormente, como exposição a agentes químicos ou elevados níveis de ruídos.

2. Avaliação Física e Psicológica

O exame clínico completo é realizado depois da anamnese. Nesse momento, busca-se entender se há ocorrências de doenças ocupacionais e são feitas medições tanto físicas quanto psicológicas, como pressão arterial e batimentos cardíacos.

3. Exames complementares

Caso a atividade necessite uma avaliação específica, são pedidos exames complementares de acordo com a função exercida, como audiometria para profissionais de telemarketing e acuidade visual para motoristas.

Dessa forma, é possível analisar a saúde geral do paciente, sem deixar de tratar das especificações exigidas por cada profissão.

Qual é a importância?

Prevista por lei (artigo 168 da Consolidação das Leis Trabalhistas ou CLT), esta etapa faz parte dos chamados exames ocupacionais e deve vir antes da empresa firmar a contratação do funcionário e este assumir suas funções.

Após sua realização, o médico responsável realiza a emissão do atestado de capacidade funcional ou Atestado de Saúde Ocupacional (também conhecido como ASO), que deve conter informações como o nome completo do colaborador, o histórico de saúde, o nº de registro de identidade, os possíveis riscos ocupacionais na atividade em que ele atua, entre outros.

Todos esses procedimentos são realizados para comprovar sua aptidão física e psicológica para a atividade determinada.

O exame admissional também é importante na orientação da empresa frente a colaboradores com necessidades especiais. Também ajuda a organização a ter respaldo jurídico e diminuir possíveis acidentes de trabalho, garantindo o cumprimento de normas.

6.4 Treinamento

É o processo de análise das habilidades e do desenvolvimento dos funcionários, tendo como objetivo e torná-los capazes de desempenhar qualquer função na qual será destinada a ele na empresa, com eficiência e excelência. Para definir o tipo de treinamento que é adequado, deve-se analisar as necessidades da empresa e assim implementar o processo adequado de forma dinâmica e segura.

6.4.1 Treinamento e Desenvolvimento da empresa

O treinamento dos colaboradores da DuffNuts deve equilibrar o profissionalismo do setor com o carisma da marca temática. Aqui estão os principais pontos para um treinamento eficaz e envolvente:

1. Boas-vindas e Imersão na Temática

- Apresentação da marca: História da loja, missão, valores e porque os Simpsons foram escolhidos como tema.
- Cultura da loja: Mostrar como o universo dos Simpsons influencia o atendimento, o ambiente e os produtos (por exemplo, o famoso donut rosa do Homer).
- Personificação: Incentivar os colaboradores a incorporarem o bom humor e o estilo descontraído da série (sem perder a eficiência e a educação).

2. Atendimento ao Cliente

- Recepção divertida: Usar frases icônicas dos personagens ou brincadeiras leves no atendimento (ex: “Oi, humano faminto! Pronto pra um donut digno de Springfield?”).
- Padrões de atendimento: Clareza sobre como acolher o cliente, resolver problemas e garantir uma experiência divertida e memorável.
- Personificação leve (opcional): Colaboradores podem adotar apelidos, uniformes ou acessórios inspirados nos personagens.

3. Higiene e Segurança Alimentar

- Treinamento obrigatório e rigoroso com base nas normas da Anvisa e boas práticas de manipulação de alimentos.
- Procedimentos de limpeza, armazenamento de ingredientes, controle de temperatura, validade etc.
- Reforçar que, apesar da temática divertida, o cuidado com a saúde do cliente é prioridade máxima.

4. Uso de Uniformes e Ambientação

- Uniformes inspirados nos Simpsons
- Colaboradores treinados para manter a loja decorada e temática sem comprometer a organização e a limpeza.

5. Situações de Crise

- Como lidar com reclamações, atrasos, erros em pedidos e outras situações delicadas mantendo o profissionalismo (sem sarcasmo, mesmo que inspirado na série).

6.5 Avaliação de Desempenho

Avaliação de desempenho é um processo estruturado para medir e analisar a performance de colaboradores, identificando pontos fortes e áreas que precisam de melhoria, além de alinhar expectativas e comportamentos com os objetivos da empresa.

6.5.1 Avaliação de Desempenho da Duff’Nuts

Método escolhido

Nós donos da Duff’Nuts escolhemos a Avaliação de Desempenho 360° por se tratar de uma avaliação mais atual e moderna, onde é possível captar diferentes visões de um mesmo colaborador para identificar seu desempenho dentro da empresa sem possuir um olhar enviesado sobre os funcionários ajudando a enxergar as áreas de desenvolvimento de cada indivíduo. Juntamente a avaliação de desempenho 360° nós optamos por inserir também a Autoavaliação que servirá como uma forma de observar como o próprio colaborador se enxerga dentro da empresa, comparado aos seus colegas de equipe e a gerência da empresa.

Questionário

Como base de dados para efetuar a nossa avaliação, realizamos três formulários diferentes, um deles para os gerentes da empresa realizarem a análise de cada colaborador com perguntas pré-estabelecidas, um de autoavaliação onde os funcionários preencherão a forma como ele vê, e um terceiro questionário onde cada colaborador da empresa terá a chance de avaliar a eficácia da gestão da empresa, para poder ter um retorno em que ponto ela possa melhorar.

Formulário dos gerentes -
<https://docs.google.com/forms/d/1Jl1LQ2cSgMHfISjDeYt07dJiBzB3tX3n2skhgq6SYXU/edit#responses>

Autoavaliação -
<https://forms.cloud.microsoft/Pages/AnalysisPage.aspx?AnalyzerToken=d7I03V acDqSoJVwHGhnX4LofZuaGhzSd&id=bEY47UG2fUOa6dgBuCn6lJjpqmnrUyFKidiw4UG8am9UNIVaUIISTUdHUVJYV1BWOUw1UIVWQjhRNS4u>

Visão sobre a empresa -
<https://forms.cloud.microsoft/Pages/AnalysisPage.aspx?AnalyzerToken=1kpsA>

[8sZwyMcUWeSU2psjEG8rpTHzMVD&id=bEY47UG2fUOa6dgBuCn6lJjpqmnruYFKidiw4UG8am9UOFpFWjdDVEFEQIA5RUJZWDJaR0tEWkFDSy4u](https://www.google.com/search?q=8sZwyMcUWeSU2psjEG8rpTHzMVD&id=bEY47UG2fUOa6dgBuCn6lJjpqmnruYFKidiw4UG8am9UOFpFWjdDVEFEQIA5RUJZWDJaR0tEWkFDSy4u)

Após obter o feedback de todos os formulários com as respectivas respostas é possível registrar e transmitir as informações de forma eficiente.

Análise dos Funcionários:

Gustavo Santos – Cozinheiro

No ponto de vista dos demais colaboradores da empresa, o funcionário Gustavo Santos é visto como uma pessoa prestativa e comunicativa, porém se dispersa facilmente com conversas paralelas e acaba atrasando algumas de suas entregas. Apesar disso, seus colegas reconhecem seu bom relacionamento interpessoal e disposição em ajudar sempre que necessário, contribuindo para um bom ambiente de trabalho.

Em sua autoavaliação, Gustavo se descreve como um profissional comprometido, responsável e empenhado em realizar suas tarefas com qualidade. Ele acredita que tem boa capacidade de adaptação e que se esforça para atingir as metas propostas pela empresa, demonstrando confiança em seu desempenho e dedicação às atividades que lhe são atribuídas.

De acordo com a gerência, Gustavo é considerado um colaborador de grande potencial, com boa comunicação e senso de equipe. Contudo, a gerência aponta que ele precisa aprimorar sua concentração durante o expediente e melhorar sua gestão de tempo, evitando distrações que possam comprometer a produtividade e o cumprimento dos prazos estabelecidos.

A empresa pode oferecer ao colaborador um acompanhamento voltado ao desenvolvimento de foco e produtividade, por meio de treinamentos e orientações sobre gestão de tempo e organização pessoal.

Paola Oliveira – Cozinheira

A colaboradora Paola Oliveira, cozinheira da empresa, apresentou resultados bem intermediários em relação a sua atuação no ambiente de trabalho.

A partir da análise dos seus colegas de serviço e da gerência, é possível notar que a funcionária demonstra um baixo rendimento nos tópicos de proatividade, pontualidade e comportamento. No entanto, recebeu elogios sobre sua relação com os outros colaboradores e sua produtividade.

Apesar de resultados tão intermediários, a funcionária, na maioria dos fatores criticados, não se considera ruim. Dessa forma, é essencial a conversa e um maior acompanhamento da funcionária para tentar atenuar os seus pontos negativos e fazer com que ela se encaixe melhor na cultura organizacional da empresa.

Marcia da Silva – Atendente

No ponto de vista dos demais colaboradores da empresa, nossa funcionária Marcia de Silva é apontada como alguém que é irregular em suas funções e forma como age em relação aos funcionamentos da corporação. Em sua autoavaliação a colaboradora se vê como uma pessoa que desempenha de suas funções com excelência e de forma pontual, contradizendo aos relatos dos funcionários

No ponto de vista da gerência, a funcionária deve se adaptar melhor a forma na qual a empresa tem como perfil de funcionário, ela deve se adequar a cultura organizacional, se tornando mais pontual e precisa em seu trabalho, pensando nesses pontos de melhoria, a empresa planeja elaborar em treinamentos e reuniões para que possamos elevar os parâmetros e alcançar os objetivos coletivos.

Luzinete Ferreira – Atendente

Segundo relatado pela gerência e os próprios colegas de trabalho, a colaboradora Luzinete não demonstra muita iniciativa/proatividade, entretanto, se esforça para se adaptar a novas situações e desafios realizando suas tarefas com êxito e maestria mantendo a organização o que a permite fazer tudo no prazo.

Na maioria das ocasiões ela mantém a ética, há relatos de situações que a torna questionável o que leva ela ter um relacionamento um tanto não saudável com seus colegas de trabalho e gerência, apesar disso, mantém um bom comportamento no ambiente de trabalho e aparenta estar gostando de trabalhar.

A colaboradora tem sobre si a mesma visão que os seus colegas têm exceto pela questão da ética que ela alega ser algo que ela jamais negligenciou.

A empresa entende o caso da falta de proatividade e talvez deve ocorrer por falta de estímulo ou pelo próprio fato de o clima com os colegas não estarem muito favoráveis desse modo a Duff'nuts organizará políticas bem-estar do

colaborador para tentar desenvolver uma boa relação e um entrosamento entre a Luzinete e seus colegas. No caso da ética não há muito o que ser feito além de conversas para conscientizar sobre a forma que se deve agir enquanto estiver no local de trabalho.

Josemar Ribeiro – Limpeza

O Josemar Ribeiro, colaborar na parte da limpeza, apresenta resultados intermediários em relação a sua participação na empresa.

De acordo com a análise dos seus colegas de trabalho, ele possui pouca proximidade com alguns trabalhos, mas é um integrante tranquilo e de boa convivência. Por outro lado, a análise da gerência foi mais criteriosa, de acordado com ela, o Josemar não tem um rendimento muito alto e possui pouca motivação.

Apesar dos aspectos negativos, é crucial formar uma comunicação melhor com o colaborador e propor que ele melhore em alguns pontos. Afinal, em sua autoavaliação ele é crítico em relação a si e acredita ser um bom funcionário com pontos a aprimorar.

Luciano Castro – Limpeza

De acordo com as informações adquiridas nas pesquisas realizadas, o colaborador Luciano de Castro tem algumas avaliações baixas em relação à dedicação com tarefas e a se adaptar com novas situações e clientes do ponto de vista da gerência, já no ponto de vista dos colegas de trabalho ele é uma pessoa amigável que sabe trabalhar em equipe e é organizado.

Em sua autoavaliação, Luciano relatou que é organizado, dedicado, assíduo, que possui comportamento ético e que gosta de trabalhar na empresa.

Os pontos abordados em sua avaliação são tranquilos e podem ser resolvidos com conversas, treinamento e acompanhamento, pois o colaborador apresenta muitas características boas para a empresa.

Pedro Henrique de Oliveira – Contador

O funcionário Pedro Henrique atua na área da contabilidade da empresa, é avaliado pelos demais funcionários da corporação como alguém responsável, e que exerce de suas funções de forma excepcional e alinhada. Em sua autoavaliação, Pedro se coloca como alguém de responsabilidade, pontual e que executa da melhor forma possível suas funções. No ponto de vista da gerência

o funcionário tem muito a melhorar ainda em relação à colaboração e disposição em sua função para que se adeque a empresa. Visto isso, para que o funcionário apresente melhorias, a empresa irá realizar treinamentos e monitorar a forma na qual o funcionário está se desempenhando ao longo do processo, para evidenciar seu desenvolvimento.

Lucas Nunes – Assistente Administrativo

Lucas Nunes de Oliveira é um dos colaboradores da nossa empresa e atua como assistente administrativo, no que diz respeito a proatividade, dedicação, organização, seriedade no local de trabalho, pontualidade, atenção e reação rápida à demanda pode se dizer que o colaborador é desleixado e é muito insuficiente segundo relatado pelos colegas e os próprios gestores. Ele não é totalmente desajeitado, tem pontos positivos como sua comunicação, zelo e carinho pela equipe que acaba criando um clima bom na empresa.

Na visão do colaborador ele acha que vai bem, ele se esforça para tentar dar o máximo dele, muitas vezes falhando e o máximo dele parecendo o mínimo para os outros, mas ele compreende que pontualidade não é com ele. Para melhorar isso nós poderíamos acompanhar o colaborador mais de perto e colocar alguém junto com ele para treiná-lo de todos os sentidos possíveis, desde a questão de se atrasar até a proatividade.

Brenda de Oliveira – Assistente de Marketing

A colaboradora Brenda Marques não é dedicada em suas tarefas, não é organizada e teve desavenças com alguns colegas de trabalho de acordo com a gerência, os colegas de trabalho descrevem ela como uma pessoa um pouco difícil de trabalhar em equipe, mas que consegue se adaptar a novas situações e clientes.

Já em sua autoavaliação, contradizendo os gerentes e colaboradores, Brenda diz ser organizada, assídua, dedicada, ter um bom relacionamento com a gerência e os colegas e gostar de trabalhar na empresa.

Apesar das avaliações irregulares, ela é uma boa funcionária, mas que necessita de uma atenção especial dentro da empresa, para identificar maneiras de fazê-la seguir de maneira correta a cultura organizacional da empresa.

Ana Luiza – Assistente Jurídico

No ponto de vista dos colegas de trabalho, a colaboradora Ana Luiza Ferreira Silvestre Ribeiro é vista como uma pessoa dedicada, porém, que por vezes apresenta dificuldades em lidar com horários e em se comunicar com a equipe. Alguns colegas destacam que, apesar de seu ótimo desempenho técnico, ela tende a se sobrecarregar tentando resolver muitas tarefas ao mesmo tempo, o que pode afetar a produtividade do grupo.

Em sua autoavaliação, Ana Luiza se descreve como uma funcionária comprometida, responsável e organizada. Ela acredita que cumpre suas funções com qualidade e atenção além disso, aponta que busca sempre se aperfeiçoar e se manter alinhada às metas organizacionais.

De acordo com os gerentes, Ana Luiza é reconhecida como uma colaboradora com grande potencial e competência técnica, porém, precisa desenvolver melhor sua gestão de tempo e aprimorar a comunicação interpessoal.

Os gerentes da empresa podem oferecer à colaboradora um programa de desenvolvimento profissional voltado à gestão de tempo e comunicação, incluindo mentorias com líderes experientes e treinamentos voltados ao trabalho em equipe.

Melhoria na gerência

De acordo com o levantamento feito através da pesquisa entre os funcionários sobre a gerência, foi observado que em quase totalidade os funcionários observam a gerência da Duff'Nuts eficaz e com um bom tratamento aos colaboradores, mas um ponto bastante a desejar é o espaço de voz que o colaborador tem dentro da empresa para expor suas opiniões e dar ideias.

Uma medida que a empresa deverá tomar é a de criar uma cultura de comunicação aberta e segura, estimulando conversas e troca de opiniões nas diferentes áreas da empresa para a diversidade de ideias facilitar a resolução de possíveis problemas, além de criar maneiras de reconhecimento do colaborador, criar por exemplo uma política de criação de sabores, onde dentro de uma semana um colaborador pode apresentar a ideia de um novo sabor de donuts para o cardápio da empresa, caso esse sabor seja aceitado pelo público consumidor, se torne um donuts oficial com o nome que o colaborador escolher, e para o incentivo dessa política ele irá receber uma bonificação.

A avaliação de desempenho elaborada pela Duff'Nuts, traz de uma maneira clara e assertiva um feedback total da empresa onde pudemos mensurar a performance de cada funcionário e enxergar os pontos positivos e áreas de melhorias para conseguir alinhar os objetivos da empresa com os objetivos individuais de cada colaborador, desta forma direcionaremos um desenvolvimento profissional com treinamentos específicos para cada indivíduo com um embasamento real da situação. Com as análises feita pela nossa equipe será possível incrementar políticas mais eficazes de gestão, promovendo a melhoria das relações de trabalho, reconhecimento de desempenho, o reforço da cultura organizacional e o desenvolvimento das lideranças.

6.6 Cartão de Ponto

O cartão de ponto é um aparelho manual ou eletrônico responsável por controlar o horário de entrada e a saída de cada funcionário da empresa, através de um cartão ou assinatura.

No cartão de pontos manual o funcionário deve assinar em um livro de controle de horários toda vez em que entrar ou sair da empresa, para assim obter conhecimento de sua rotatividade. Já no caso do cartão eletrônico, ele tem mesma funcionalidade, porém é registrado através de um cartão magnético, senha ou biometria do funcionário.

6.6.1 Cartão de Ponto da Duff'Nuts

Na nossa empresa teremos um software instalado no computador ou smartphone que o funcionário poderá registrar através de biometria ou acesso online o momento em que ele iniciar a sua jornada de trabalho até o momento em que ele finalizar-la. Nesse software também será contabilizado a hora extra. Após o funcionário "bater" o ponto os dados são enviados para um sistema de gestão de ponto, que os armazena e processa.

O sistema calcula a jornada de trabalho, horas extras, atrasos e faltas. Ao final do período (geralmente mensal), a folha de ponto é fechada e assinada pelos funcionários e/ou pelo RH. Essas informações são usadas para gerar a folha de pagamento.

6.7 Folha de pagamento

A folha de pagamento é uma relação de informações acerca da remuneração que o funcionário de uma empresa recebe.

Esse é um documento de obrigatoriedade da empresa (artigos 464 e 225 do Decreto 3048/1999), sem modelo oficial.

Isso significa que ele pode ser elaborado de acordo com a necessidade de cada corporação, desde que contenha todas as informações legais previstas.

Ou seja: o importante é que a folha de pagamento cumpra a sua função operacional, contábil e fiscal.

6.7.1 Folha de pagamento da Duff’Nuts

FOLHA DE PAGAMENTO - DUFFNUTS														
CARGO	NOME	ADMISSÃO	CARGA HORÁRIA	SALÁRIOS	VT TOTAL	VT FUNCIONÁRIO	VT EMPRESA	INSS	FGTS	IRRF	13º SALÁRIO	FÉRIAS	SALÁRIO FINAL	SALÁRIO(?)
cozinheiro(a)	*Gustavo Santos	25/02/25	8 horas	R\$ 2.200,00	R\$ 260,00	R\$ 132,00	R\$ 128,00	R\$ 198,00	R\$ 176,00		R\$ 183,33	R\$ 244,44	R\$ 1.870,00	R\$ 2.601,78
cozinheiro(a)	*Paola Oliveira	25/02/25	8 horas	R\$ 2.200,00	R\$ 260,00	R\$ 132,00	R\$ 128,00	R\$ 198,00	R\$ 176,00		R\$ 183,33	R\$ 244,44	R\$ 1.870,00	R\$ 2.601,78
atendente	*Márcia da Silva Oliveira	25/02/25	8 horas	R\$ 1.850,00	R\$ 260,00	R\$ 111,00	R\$ 149,00	R\$ 166,50	R\$ 148,00		R\$ 154,17	R\$ 205,56	R\$ 1.572,50	R\$ 2.229,22
atendente	*Luzinete Ferreira	25/02/25	8 horas	R\$ 1.850,00	R\$ 260,00	R\$ 111,00	R\$ 149,00	R\$ 166,50	R\$ 148,00		R\$ 154,17	R\$ 205,56	R\$ 1.572,50	R\$ 2.229,22
limpeza	*Josemar Ribeiro Lima	25/02/25	8 horas	R\$ 1.700,00	R\$ 260,00	R\$ 102,00	R\$ 158,00	R\$ 153,00	R\$ 136,00		R\$ 141,67	R\$ 188,89	R\$ 1.445,00	R\$ 2.069,56
limpeza	*Claudio Nunes	25/02/25	8 horas	R\$ 1.700,00	R\$ 260,00	R\$ 102,00	R\$ 158,00	R\$ 153,00	R\$ 136,00		R\$ 141,67	R\$ 188,89	R\$ 1.445,00	R\$ 2.069,56
contador(a)	Pedro Henrique de Oliveira Valeriano	25/02/25	8 horas	R\$ 4.000,00				R\$ 480,00	R\$ 320,00	R\$ 237,23	R\$ 333,33	R\$ 444,44	R\$ 3.282,77	R\$ 4.380,55
assistente administrativo	Lucas Nunes	25/02/25	8 horas	R\$ 2.600,00	R\$ 260,00	R\$ 156,00	R\$ 104,00	R\$ 234,00	R\$ 208,00	R\$ 25,56	R\$ 216,67	R\$ 288,89	R\$ 2.184,44	R\$ 3.002,00
assistente de marketing	Brenda Oliveira Marques do Nascimento	25/02/25	8 horas	R\$ 2.300,00	R\$ 260,00	R\$ 138,00	R\$ 122,00	R\$ 207,00	R\$ 184,00	R\$ 3,06	R\$ 191,67	R\$ 255,56	R\$ 1.951,94	R\$ 2.705,16
assistente jurídico	Ana Luiza Ferreira Silvestre Ribeiro	25/02/25	8 horas	R\$ 2.600,00	R\$ 260,00	R\$ 156,00	R\$ 104,00	R\$ 234,00	R\$ 208,00	R\$ 25,56	R\$ 216,67	R\$ 288,89	R\$ 2.184,44	R\$ 3.002,00
total				R\$ 23.000,00	R\$ 2.340,00	R\$ 1.140,00	R\$ 1.200,00	R\$ 2.190,00	R\$ 1.840,00	R\$ 291,41	R\$ 1.916,67	R\$ 2.555,56	R\$ 19.378,59	R\$ 26.890,81

6.7.2 Descontos do funcionário agregado (valores por dia)

O desconto diário do funcionário agregado seria a redução realizada no salário do colaborador de forma diária, sendo ela gerada por diversos fatores como a ausências não justificadas, atrasos, danos de patrimônio da empresa, entre outros motivos.

6.7.3Folha de pagamento de um colaborador

FOLHA DE PAGAMENTO DE UM COLABORADOR	
CARGO	assistente administrativo
NOME	Brenda Oliveira Marques do Nascimento
ADMISSÃO	25/02/25
CARGA HORÁRIA	8 horas

SALÁRIOS	R\$ 2,300.00
VT TOTAL	R\$ 260.00
VT FUNCIONÁRIO	R\$ 138.00
VT EMPRESA	R\$ 122.00
INSS	R\$ 207.00
FGTS	R\$ 184.00
IRRF	R\$ 3.06
13° SALÁRIO	R\$ 191.67
FÉRIAS	R\$ 255.56
SALÁRIO FINAL	R\$ 1,951.94
SALÁRIO SEM DESCONTO + BENEFICÍOS	R\$ 2,705.16

6.8 Demissão

A demissão é a rescisão de um vínculo empregatício entre empregado e empregador. Sendo ele uma tomada de decisão por parte a empresa ou do colaborador. São existentes alguns tipos de demissão, sendo elas a demissão por justa causa, demissão sem justa causa, demissão voluntaria e o acordo entre ambos.

- **Demissão por justa causa:** a empresa decide encerrar os vínculos com o colaboradores sem nenhum motivo disciplinar.
- **Demissão sem justa causa:** a empresa demite o empregador por fatores como a indisciplina, o acúmulo de faltas não justificadas, infrações, crimes e entre outros fatores.
- **Demissão voluntária:** os colaboradores decidem recingir o contrato com a empresa
- **Acordo entre ambos:** o empregado e o empregador entram em um consenso sobre a quebra do contrato.

6.9 Quadro de funcionários da Duff'Nuts

QUADRO DE FUNCIONÁRIOS - DUFFNUTS						
CARGO	NOME	CBO	ADMISSÃO	CARGA HORÁRIA	SALÁRIOS	SALÁRIO FINAL
sócio e gerente administrativo	Maria Heloisa de Souza Pereira	1421-05	25/02/25	8 horas	pró-labore	pró-labore
cozinheiro(a)	*Gustavo Santos	5132-05	25/02/25	8 horas	R\$ 2.200,00	R\$ 2.601,78
cozinheiro(a)	*Paola Oliveira	5132-05	25/02/25	8 horas	R\$ 2.200,00	R\$ 2.601,78
atendente	*Márcia da Silva Oliveira	5211-40	25/02/25	8 horas	R\$ 1.850,00	R\$ 2.229,22
atendente	*Luzinete Ferreira	5211-40	25/02/25	8 horas	R\$ 1.850,00	R\$ 2.229,22
limpeza	*Josemar Ribeiro Lima	5143-20	25/02/25	8 horas	R\$ 1.700,00	R\$ 2.069,56
limpeza	*Josemar Ribeiro Lima	5143-20	26/02/25	8 horas	R\$ 1.700,00	R\$ 2.069,56
contador(a)	Pedro Henrique de Oliveira Valeriano	2522-10	25/02/25	8 horas	R\$ 4.000,00	R\$ 4.380,55
sócio e administrador de RH	Rafael Nunes Frísco	2521-05	25/02/25	8 horas	pró-labore	pró-labore
assistente administrativo	Lucas Nunes	2521-05	25/02/25	8 horas	R\$ 2.600,00	R\$ 3.002,00
assistente de marketing	Brenda Oliveira Marques do Nascimento	2521-05	25/02/25	8 horas	R\$ 2.300,00	R\$ 2.705,16
assistente jurídico	Ana Luiza Ferreira Silvestre Ribeiro	2410-05	25/02/25	8 horas	R\$ 2.600,00	R\$ 3.002,00
total					R\$ 23.000,00	R\$ 26.890,83

De todos os recursos organizacionais, os únicos capazes de autodireção e de desenvolvimento são os recursos humanos, são recursos vivos e como tal têm enorme aptidão para o crescimento (Chiavenato, [ano], p. 114)

Os administradores financeiros devem harmonizar as necessidades sociais e ambientais visando a obtenção de lucro. A adesão aos valores sociais talvez não produza o uso mais eficiente dos ativos ou os menores custos, porém irá melhorar a imagem da empresa. (Groppeli; Nikbakht, [ano], p. 20)

7 FINANCEIRO

O departamento financeiro é sem dúvidas, fundamental para uma empresa. Afinal, ele é o setor responsável por gerir os da organização.

Desse modo, atua no controle das finanças, se atentando aos riscos, planejamento e resultados.

Sua principal função é garantir que a empresa tenha receita para atingir seus objetivos e conseqüentemente, se mantenha relevante no mercado.

Por essa razão, é crucial que o setor financeiro se mantenha saudável, a fim de fazer com que a empresa prospere e não tenha prejuízos.

De modo resumido, podemos dizer que o setor financeiro é o responsável pela gestão dos recursos da instituição e por isso, se relaciona diretamente com as demais áreas da empresa, tais como administração, recursos humanos e marketing.

O setor financeiro vai muito além de saber quanto uma empresa gerou de lucro, ele tem o poder de fazer com que uma empresa cresça significativamente ou desmorone, caso não tenha uma gestão equilibrada.

É comum que muitas empresas tenham um ótimo começo, mas posteriormente, acabam falindo por uma má administração financeira.

A verdade é que para manter seu negócio em constante crescimento, é necessário avaliar constantemente sua situação financeira e buscar formas de melhorá-la cada vez mais, evitando riscos e visando um planejamento eficiente. Vale ressaltar que o setor financeiro não serve apenas para grandes empresas, mas até mesmo para negócios de pequeno porte.

7.1 Balanço Patrimonial

O balanço patrimonial é um relatório financeiro e contábil que traz informações claras e precisas sobre a situação das finanças de uma empresa. O documento reúne dados sobre todos os bens, recursos, direitos e investimentos, contemplando ativos e passivos do negócio.

7.1.1 Balanço de Abertura

O balanço de abertura é o ponto de partida para a organização do financeiro e da contabilidade de qualquer negócio.

Ele é um documento contábil que registra a situação patrimonial de uma empresa no momento de sua constituição ou início das atividades. Ele é elaborado com base nos ativos, passivos e patrimônio líquido da empresa na data da sua fundação.

BALANÇO PATRIMONIAL DE ABERTURA - ANO DE 2025			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	R\$	CIRCULANTE	R\$
Disponibilidades	416.277,15	Obrigações	-
Caixa	-		
Banco	416.277,15		
Estoques	31.874,62		
Matéria Prima	15.209,00		
Produtos Acabados	-		
Mercadoria para Revendas	14.187,16		
Embalagens	2.478,46		
Total do Ativo Circulante	448.151,77	Total do Passivo Circulante	-
NÃO CIRCULANTE	R\$	NÃO CIRCULANTE	R\$
Imobilizado	51.848,23		
Máquinas e Equipamentos	13.208,88		
Equipamentos de Informática	12.579,05		
Móveis e Utensílios	26.060,30		
Veículos	-		
Total do Ativo Não Circulante	51.848,23	Total do Passivo Não Circulante	-
		Patrimônio Líquido	500.000,00
		Capital Social	500.000,00
		Capital a Integralizar	
TOTAL DO ATIVO	500.000,00	TOTAL DO PASSIVO	500.000,00

7.2 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio contábil (PEC) é um conceito financeiro que indica o nível de vendas necessário para cobrir todos os custos e despesas de uma empresa, sem gerar lucro ou prejuízo.

É o ponto em que as receitas igualam as despesas totais, incluindo tanto os custos fixos, como aluguel e salários, quanto os custos variáveis, como matéria-prima e comissões.

Logo, identificar o ponto de equilíbrio é fundamental para que as empresas compreendam a quantidade mínima de vendas necessária para se manterem operacionais.

7.2.1 Fórmula de cálculo do ponto de equilíbrio

Assim como vimos acima com as diferentes fórmulas e pontos de equilíbrio, há três formas de calcular o ponto de equilíbrio. No entanto, em todos esses casos, existem fatores indispensáveis, como os custos e despesas fixas e a margem de contribuição. Então, para calcular o ponto de equilíbrio da empresa, basta usar essa mesma fórmula simples:

$$\text{Custos e despesas fixas} \div \text{Margem de contribuição} = \text{Ponto de equilíbrio}$$

7.2.3 Ponto de Equilíbrio da DuffNuts

O ponto de equilíbrio contábil (PEC) é um conceito financeiro que indica o nível de vendas necessário para cobrir todos os custos e despesas de uma empresa, sem gerar lucro ou prejuízo.

É o ponto em que as receitas igualam as despesas totais, incluindo tanto os custos fixos, como aluguel e salários, quanto os custos variáveis, como matéria-prima e comissões.

Logo, identificar o ponto de equilíbrio é fundamental para que as empresas compreendam a quantidade mínima de vendas necessária para se manterem operacionais.

Nome da Empresa		
Ponto de Equilíbrio:		
Descrição	Valor Mês	Valor Anual
Aluguel		
Água		
Energia		
Gás		
Folha de Pagamento		
Prolabore		
Telefone		
Despesa Banco		
Total		
Ponto de Equilíbrio:		

7.2.4 Quadro de despesas

Um quadro demonstrativo de despesas e receitas é uma ferramenta essencial para qualquer empresa ou organização que deseja ter uma visão clara e detalhada de suas finanças. Esse tipo de quadro é utilizado para registrar e acompanhar todas as despesas e receitas de uma empresa ao longo de um determinado período, geralmente mensal, trimestral ou anual.

7.3 Custos Totais

Indica a soma total de todos os gastos relacionados à produção de uma empresa, independentemente de onde vêm, se são fixos ou variáveis.

É preciso pensar em todo o tipo de gasto feito pela empresa, em todos os âmbitos, sejam eles ínfimos ou não. Muitas vezes, não lembramos de certos gastos, como o valor das embalagens usadas ou da customização de outros produtos, por exemplo.

Para facilitar a análise dos custos da empresa, eles são classificados de diferentes formas:

1. Custos fixos

São aqueles que não mudam de acordo com a maior ou menor produtividade da empresa. Ou seja, não importa se uma organização produziu um ou 100 produtos, o custo será o mesmo.

Exemplos de custos fixos:

- Aluguel
- Segurança
- Limpeza
- Salário

7.3.1 Custos Fixos da DuffNuts

EMPRESA: DUFF'NUTS		
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS		ANO: 2025
DISCRIMINAÇÃO	VALORES \$	
	MENSAL	ANUAL
2 - Custos Fixos	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Salários	22.510,28	270.123,36
Retiradas dos sócios - Prolabore	-	-
Água	600,00	7.200,00
Energia elétrica	3.800,00	45.600,00
Telefone - Internet	200,00	2.400,00
Gastos com contabilidade	4.380,55	52.566,60
Manutenção (Gastos Retirados do Caixa Mínimo)	-	-
Depreciação	536,89	6.442,73
Gastos Administrativos (Higiene, Limpeza e Outros)	561,60	6.739,20
Duplicatas a pagar	-	-
Gastos com Marketing	300,00	3.600,00
Fornecedores (Material de Escritório)	589,95	7.079,40
Serviços de Terceiros – Entregas e outros.	-	-
Aluguel	6.500,00	78.000,00
Gás	500,00	6.000,00
	-	-
	-	-
	-	-
	-	-
Custos Totais	40.479,27	485.751,29

2. Custos variáveis

Ao contrário dos custos fixos, os custos variáveis podem mudar de acordo com a produção da empresa. Ou seja, se a produção aumenta, o custo aumenta – e se a produção diminui, o custo também diminui.

Exemplos de custos variáveis:

- Matéria-prima
- Transporte
- Comissão de vendas
- Viagens corporativas
- Taxas de remessa

7.3.2 Custos Variáveis da DuffNuts

EMPRESA: DUF'NUTS		
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS		ANO: 2025
DISCRIMINAÇÃO	VALORES \$	
	MENSAL	ANUAL
1 - Custos Variáveis	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX
CPV - Custo dos Produtos Vendidos	33.041,19	396.494,26
Matéria Prima – (Pgto à vista)	7.604,50	91.254,00
Mercadorias p/ Revendas – (Pgto à vista)	7.093,58	85.122,96
Fornecedores (Matéria Prima)	7.604,50	91.254,00
Fornecedores (Mercadorias P/ Revendas)	7.093,58	85.122,96
Fornecedores (Embalagens para: Produto / Cliente)	-	-
Simplex Nacional ou MEI	9.772,65	117.271,80
	-	-
	-	-
Custos Totais	72.210,00	866.519,98

3. Custos semivariáveis ou semifixos

São os custos que contemplam uma parte fixa e uma parte variável. Ou seja, quando o gasto possui um valor mínimo cobrado pelo fornecedor ou distribuidor, além de um valor que depende da quantidade de produção daquele período.

Exemplos de custos semivariáveis ou semifixos:

- Quando o pagamento de água e luz estão relacionados à produção do produto ou serviço, há um valor fixo pago para os distribuidores. E à medida que é necessário mais água ou luz para a produção, esses gastos também aumentam.
- No caso de horas extras, as empresas têm o custo fixo do salário dos colaboradores, que podem ser alterados de acordo com a necessidade de produtividade fora do horário contratado, gerando um custo mais alto para o empregador

7.3.1 Custos Totais da Empresa

EMPRESA: DUFF'NUTS		
CÁLCULO DOS CUSTOS TOTAIS		ANO: 2025
DISCRIMINAÇÃO	VALORES \$	
	MENSAL	ANUAL
1- Custos Variáveis	74.688,46	896.261,50
Vendidos	33.041,19	396.494,26
Matéria Prima – (Pgto à vista)	7.604,50	91.254,00
Mercadorias p/ Revendas – (Pgto à vista)	7.093,58	85.122,96
Fornecedores (Matéria Prima)	7.604,50	91.254,00
Fornecedores (Mercadorias P/ Revendas)	7.093,58	85.122,96
Fornecedores (Embalagens para: Produto / Cliente)	2.478,46	29.741,52
Simples Nacional ou MEI	9.772,65	117.271,80
2- Custos Fixos	40.479,27	485.751,29
Salários	22.510,28	270.123,36
Retiradas dos sócios - Pro labore	-	-
Água	600,00	7.200,00
Energia elétrica	3.800,00	45.600,00
Telefone - Internet	200,00	2.400,00
Gastos com contabilidade	4.380,55	52.566,60
Manutenção (Gastos Retirados do Caixa Mínimo)	-	-
Depreciação	536,89	6.442,73
Gastos Administrativos (Higiene, Limpeza e Outros)	561,60	6.739,20
Duplicatas a pagar	-	-
Gastos com Marketing	300,00	3.600,00
Fornecedores (Material de Escritório)	589,95	7.079,40
Aluguel	6.500,00	78.000,00
Gás	500,00	6.000,00
	-	-
3- Custos Totais (1+2)	115.167,73	1.382.012,78

7.4 Tabela de insumos

A tabela de insumos é a tabela onde irá demonstrar o conjunto dos materiais necessários para realizar a atividade produtiva de uma empresa como por exemplo matérias-primas, peças e suprimentos.

Gerenciar eficientemente os insumos, é essencial para otimizar os processos produtivos e reduzir os custos operacionais.

7.5 Tabela de Depreciação

A depreciação é a perda de valor dos ativos ou bens de uma empresa ao longo do tempo decorrente do seu uso, do desgaste natural ou de sua obsolescência.

Uma tabela de depreciação é um quadro que apresenta a taxa de depreciação anual para diferentes tipos de bens.

7.5.1 Tabela de Depreciação da DuffNuts

EMPRESA: DUFF'NUTS				
CÁLCULO DA DEPRECIÇÃO				ANO: 2025
Investimentos Fixos	Valor	Taxa	Valor Anual	Valor Mensal
	\$	%	\$	\$
Máquinas e Equipamentos	13.208,88	10	1.320,89	110,07
Móveis e Utensílios	26.060,30	10	2.606,03	217,17
Equipamentos de Informática	12.579,05	20	2.515,81	209,65
Veículos	0,00	20	0,00	-
	0,00	0	0,00	-
TOTAL	51.848,23		6.442,73	536,89

7.6 Bens Tangíveis

Os bens tangíveis são recursos físicos de longo prazo que uma empresa possui e que consegue mensurar o valor. Eles são adquiridos com a intenção de gerar benefícios econômicos e/ou manter a atividade comercial.

A maioria dos bens tangíveis possui uma vida útil econômica, ou seja, um período durante o qual eles são utilizados pela empresa. Por isso, eles devem ser depreciados.

Isso quer dizer que, mensalmente, deve ser deduzido uma quota do valor contábil de cada bem, para que no final de sua vida útil seu valor residual seja igual a zero.

O objetivo da depreciação é garantir que a empresa tenha recursos para substituir o bem ao final de sua vida útil. Por isso, ela é uma despesa dedutível do lucro, mas não representa uma saída de caixa.

A depreciação também é uma conta redutora do ativo imobilizado. Isso, na prática, garante que o seu balanço patrimonial reflita a realidade com mais precisão, uma vez que o valor dos ativos é ajustado com o passar do tempo.

Por outro lado, alguns bens tangíveis, como terrenos, não perdem valor com o passar do tempo. Assim, eles não possuem uma vida útil econômica e não são depreciados.

Exemplos de bens tangíveis:

- - Imóveis;
- - Terrenos;
- - Equipamentos;
- - Máquinas;

- - Veículos;

7.6.1 Bens Tangíveis da DuffNuts

NOME DA EMPRESA: DUFF'NUTS			
TABELA DE BENS TANGÍVEIS - INVESTIMENTOS 2024			
DESCRIMINAÇÃO DE BENS			
1 - MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	QTDE	VALOR R\$	VALOR R\$
1.1 DE PRODUÇÃO		UNIDADE	TOTAL
GELADEIRA INDUSTRIAL	1	4.605,30	4.605,30
GELADEIRA	1	1.556,10	1.556,10
FREEZER	1	1.999,00	1.999,00
FRITADEIRA ELÉTRICA INDUSTRIAL	1	499,00	499,00
FOGÃO INDUSTRIAL	1	1.799,00	1.799,00
MICROONDAS	1	586,67	586,67
COIFA DE PAREDE	1	599,99	599,99
CARRINHO	2	176,90	353,80
BATEDEIRA	1	88,11	88,11
TOTAL	10	11.910,07	12.086,97
1.2 UTENSÍLIOS DE PRODUÇÃO	QTDE	VALOR UNIDADE R\$	VALOR TOTAL R\$
KIT TALHER 20 PEÇAS	2	42,90	85,80
KIT 3 PANELAS	1	109,42	109,42
KIT 200 COPOS	2	32,36	64,72
PRATOS	50	1,15	57,50
ESCORREDOR	1	289,88	289,88
BANDEJA (MADEIRA)	2	36,97	73,94

BANDEJA (PLASTICO)	50	8,29	414,50
BANDEJA (INOX)	1	26,15	26,15
TOTAL	109	547,12	1.121,91
1. TOTAL MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS			13.208,88
2. EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA:	QTDE	VALOR UNIDADE R\$	VALOR TOTAL R\$
COMPUTADOR	4	1.610,00	6.440,00
MAQUININHA DE CARTÃO (STONE TON)	2	118,00	236,00
CAIXAS DE SOM	4	144,99	579,96
TELEVISÃO	2	749,00	1.498,00
ALARME DE SEGURANÇA	1	860,00	860,00
CÂMERAS DE SEGURANÇA + DVR	6	149,35	896,10
IMPRESSORA DE CUPOM FISCAL	2	490,00	980,00
IMPRESSORA	1	889,00	889,00
ROTEADOR DE WI-FI	1	199,99	199,99
2. TOTAL EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA	23	5.210,33	12.579,05
3. MÓVEIS e UTENSILIOS:		VALOR R\$	VALOR R\$
3.1 MÓVEIS	QTDE	UNIDADE	TOTAL
EXPOSITOR	1	1.987,78	1.987,78
BANQUETA DE MADEIRA	6	237,00	1.422,00
BANCO DE MADEIRA	2	208,79	417,58
ARMARIO 1 DA COZINHA	2	1.060,00	2.120,00
ARMARIO 2 DA COZINHA	1	535,59	535,59
ARMARIO 3 COPA	3	269,99	809,97
MESA COM BANCO	5	1.200,00	6.000,00

BALCÃO	2	467,99	935,98
BANCADA	1	169,32	169,32
SOFÁ	1	1.961,04	1.961,04
PRATELEIRA	1	496,62	496,62
GABINETE (BANHEIRO)	2	259,90	519,80
ESCRIVANINHA (ESCRITÓRIO)	1	315,62	315,62
CADEIRA (ESCRITÓRIO)	1	156,68	156,68
KIT 2 PRATELEIRAS (LIMPEZA)	1	609,90	609,90
ARMARIO (ESCRITÓRIO)	1	971,09	971,09
TOTAL	31	10.907,31	19.428,97
3.2 UTENSILIOS:	QTDE	VALOR UNIDADE R\$	VALOR TOTAL R\$
LIXEIRA (ESCRITÓRIO)	2	16,50	33,00
ESFREGÃO E BALDE	3	52,58	157,74
BORRIFADOR	5	3,30	16,50
SABÃO LIQUIDO 5L		-	-
SECADOR DE MAOS	2	66,82	133,64
LIXEIRA	6	35,54	213,24
PORTA PAPEL HIGIENICO	4	26,01	104,04
GANCHO	2	17,01	34,02
RELÓGIO DE PAREDE	4	21,90	87,60
PORTA GUARDANAPOS	5	5,13	25,65
KIT 8 POTES HERMÉTICOS (COPA)	1	69,90	69,90
CAFETEIRA DE CAPSULAS	1	349,90	349,90
AR-CONDICIONADO	1	4.299,00	4.299,00

ABAJUR DE CHÃO	1	139,30	139,30
VENTILADOR	4	197,00	788,00
ESPELHO	2	89,90	179,80
TOTAL	43	5.389,79	6.631,33
3. TOTAL DE MÓVEIS e UTENSÍLIOS			26.060,30
4. VEÍCULOS:	QTDE	VALOR UNIDADE R\$	VALOR TOTAL R\$
		-	-
4. TOTAL DE VEÍCULOS	0	-	-
TOTAL DE BENS			51.848,23

7.7 DRE

O DRE é uma ferramenta que permite calcular o desempenho financeiro da empresa em um determinado período, seja mensal ou anual, para determinar se houve lucro ou prejuízo.

Para fins de divulgação legal, ele engloba o período correspondente ao ano fiscal, geralmente de janeiro a dezembro (12 meses). No entanto, também pode ser elaborado mensalmente para fins administrativos ou trimestralmente para questões fiscais.

Independentemente do porte da empresa, basta subtrair os custos da receita.

Se a receita for maior do que as despesas, a empresa terá lucro. Caso contrário, terá prejuízo.

O DRE também serve para calcular o volume de vendas necessário para atingir o ponto de equilíbrio e cobrir todas as obrigações, como financiamentos ou investimentos.

Além disso, possibilita analisar os custos variáveis associados diretamente à venda ou prestação de serviços, bem como identificar todos os custos fixos, proporcionando uma visão abrangente do negócio.

Não se pode gerenciar o que não se controla, portanto, é crucial registrar e contabilizar todas as entradas e saídas de recursos da empresa.

Como elaborar um DRE?

Uma estrutura resumida pode ser organizada da seguinte maneira:

1. (+) RECEITA TOTAL

- - Venda à vista
- - Venda a prazo

2. (-) CUSTOS VARIÁVEIS

- - CMV / CMA
- - Simples Nacional
- - Taxa de administração de cartões

3. (=) MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (1-2)

4. (-) CUSTOS FIXOS

- - Salários
- - Encargos sociais sobre salários
- - Pró-labore
- - Contador
- - Energia/Água
- - Aluguel
- - Juros de antecipação de CR e DB
- - Manutenção de máquinas e prédio
- - Segurança
- - Telefone e internet
- - Vale transporte

5. (=) RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO (3-4)

6. (-) Investimentos e Amortizações

7. (=) RESULTADO FINAL (5-6-7)

Além do balanço patrimonial, que oferece uma visão financeira da empresa, o demonstrativo de resultados pode ser usado para apresentar o resultado econômico.

Ou seja, enquanto este documento mostra as receitas e despesas, o Balanço Patrimonial apresenta os valores em caixa, bancos e outros recursos financeiros, demonstrando a situação patrimonial da empresa no período.

A utilização do demonstrativo de resultados na gestão da empresa permite:

1. Analisar a situação financeira da empresa para embasar decisões com base nos relatórios financeiros gerados.
2. Preparar-se para implementar a elaboração e análise regular de relatórios financeiros, facilitando a tomada de decisões.
3. Incorporar a análise financeira como parte rotineira do negócio.
4. Diagnosticar oportunidades de aprimoramento, a partir da elaboração e análise de relatórios financeiros, visando maximizar os resultados.

7.8 Fluxo de Caixa

O termo fluxo de caixa refere-se ao valor líquido de caixa e equivalentes de caixa sendo transferidos para dentro e para fora de uma empresa.

Os fluxos de caixa podem ser analisados usando a demonstração de fluxo de caixa, uma demonstração financeira padrão que relata as fontes de uma empresa e o uso de caixa durante um período especificado.

O fluxo de caixa consiste em uma ferramenta de controle financeiro da empresa sendo usados para monitorar todas as entradas e saídas de um determinado período.

Para que um fluxo de caixa seja considerado efetivo é importante que ele considere todas as movimentações financeiras do período, incluindo débitos, saques, entradas, despesas fixas etc.

Além de registrar todas as operações financeiras realizadas na empresa, a classificação dos tipos de informações também é importante, como despesas fixas, despesas variáveis, investimentos em infraestrutura, salários, impostos e outros.

7.8.1 Fluxo de Caixa da Empresa Duff'Nuts

NOME DA EMPRESA: DUFF'NUTS													
FLUXO DE CAIXA ANO DE 2025													
ANO 2025	MÊS	MÊS	MÊS	MÊS	MÊS	MÊS	MÊS	MÊS	MÊS	MÊS	MÊS	MÊS	SALDO
	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	TOTAL
SALDO INICIAL	-	7.000,00	45.206,65	83.480,93	122.553,20	156.752,44	186.323,69	220.656,57	254.999,36	284.552,77	318.885,65	357.135,03	386.512,45
ENTRADAS	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX
DINHEIRO 10%	-	11.727,03	12.380,63	12.464,63	11.623,48	11.727,03	11.623,48	11.623,48	11.727,03	11.623,48	12.380,63	11.726,98	130.627,88
CARTAO DEBITO 45 %	-	52.771,63	55.712,84	56.090,84	52.305,66	52.771,63	52.305,66	52.305,66	52.771,63	52.305,66	55.712,84	52.771,41	587.825,45
CARTAO CREDITO 10%	-	11.727,03	12.380,63	12.464,63	11.623,48	11.727,03	11.623,48	11.623,48	11.727,03	11.623,48	12.380,63	11.726,98	130.627,88
PIX 30%	-	35.181,09	37.141,89	37.393,89	34.870,44	35.181,09	34.870,44	34.870,44	35.181,09	34.870,44	37.141,89	35.180,94	391.883,64
VR 5%	-	5.863,52	6.190,32	6.232,32	5.811,74	5.863,52	5.811,74	5.811,74	5.863,52	5.811,74	6.190,32	5.863,50	65.313,95
TOTAL DAS ENTRADAS	-	117.270,30	123.806,30	124.646,30	116.234,80	117.270,30	116.234,80	116.234,80	117.270,30	116.234,80	123.806,30	117.269,81	1.306.278,80
SAÍDAS	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX
Simples Nacional ou MEI		9.772,65	9.772,65	9.772,65	9.772,65	9.772,65	9.772,65	9.772,65	9.772,65	9.772,65	9.772,65	9.772,65	107.499,15
Salários			22.510,28	22.510,28	22.510,28	22.510,28	22.510,28	22.510,28	22.510,28	22.510,28	22.510,28	22.510,28	225.102,80
Retiradas dos sócios - Prolabore													-
Água		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	6.600,00
Energia elétrica		3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	41.800,00
Telefone - Internet	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Gastos com contabilidade		4.380,55	4.380,55	4.380,55	4.380,55	4.380,55	4.380,55	4.380,55	4.380,55	4.380,55	4.380,55	4.380,55	48.186,05
Manutenção (Gastos Retirados do Caixa Mínimo)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciação		536,89	536,89	536,89	536,89	536,89	536,89	536,89	536,89	536,89	536,89	536,89	5.905,83
Gastos Administrativos (Higiene, Limpeza e Outros)		561,60	561,60	561,60	561,60	561,60	561,60	561,60	561,60	561,60	561,60	561,60	6.177,60
Duplicatas a pagar		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos com Marketing	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
Matéria Prima – (Pgto à vista)		8.421,45	8.609,30	8.609,30	7.979,32	8.429,51	7.912,50	7.907,54	8.438,43	7.912,50	8.600,75	8.438,43	91.259,03
Mercadorias p/ Revendas – (Pgto à vista)		8.854,30	7.758,25	7.758,25	6.607,75	8.854,30	6.607,75	6.607,75	8.854,30	6.607,75	7.758,25	8.854,30	85.122,95
Fornecedores (Matéria Prima)		8.421,45	8.609,30	8.609,30	7.979,32	8.429,51	7.912,50	7.907,54	8.438,43	7.912,50	8.600,75	8.438,43	91.259,03
Fornecedores (Mercadorias P/ Revendas)		8.854,30	7.758,25	7.758,25	6.607,75	8.854,30	6.607,75	6.607,75	8.854,30	6.607,75	7.758,25	8.854,30	85.122,95
Fornecedores (Embalagens para: Produto / Cliente)		2.770,50	2.545,00	2.587,00	2.609,50	2.879,50	2.609,50	2.609,50	2.879,50	2.609,50	2.587,00	3.055,00	29.741,50
Fornecedores (Material de Escritório)		589,95	589,95	589,95	589,95	589,95	589,95	589,95	589,95	589,95	589,95	589,95	6.489,45
Serviços de Terceiros – Entregas e outros.		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aluguel	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	78.000,00
Gás		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	5.500,00
TOTAL DAS SAÍDAS	7.000,00	65.063,64	85.532,02	85.574,02	82.035,56	87.699,04	81.901,92	81.892,00	87.716,88	81.901,92	85.556,92	87.892,38	919.766,34
SALDO OPERACIONAL	- 7.000,00	52.206,65	38.274,28	39.072,28	34.199,24	29.571,25	34.332,88	34.342,80	29.553,41	34.332,88	38.249,38	29.377,43	386.512,45
SALDO: FLUXO DE CAIXA	- 7.000,00	45.206,65	83.480,93	122.553,20	156.752,44	186.323,69	220.656,57	254.999,36	284.552,77	318.885,65	357.135,03	386.512,45	386.512,45

7.9 Ponto de Retorno

O ponto de retorno financeiro pode ser o payback, que indica o tempo necessário para recuperar o investimento inicial, ou o ROI, que mede o retorno em relação ao investimento.

ROI é a sigla para o termo em inglês Return On Investment que, em português, significa Retorno Sobre Investimento, como explicamos na introdução deste artigo.

No Marketing, essa métrica permite compreender o impacto financeiro dos investimentos realizados em diferentes canais online, apresentando o resultado obtido em cada ação ou campanha. Ainda, o cálculo do ROI também pode incluir os gastos associados a novas ferramentas e treinamentos na área.

Dessa forma, você pode identificar quais investimentos valem a pena e como otimizar aqueles que já estão funcionando para que possam performar ainda melhor.

Portanto, essa métrica é essencial porque permite avaliar como iniciativas específicas contribuem com os resultados da empresa. Logo, por meio do ROI, é possível planejar metas baseadas em resultados tangíveis, entendendo em quais canais investir.

Como calcular o ROI e qual é a fórmula?

Existe uma fórmula simples para entender como calcular o ROI, que consiste em: $ROI = (receita\ gerada - custos) / custos$

7.9.1 Cálculo Payback

Existem dois tipos de payback: o simples e o descontado. A seguir, explico as diferenças e como calcular cada um.

1. Payback Simples

O payback simples é fácil de entender, mas limitado, pois não considera variáveis que podem impactar o dinheiro com o passar do tempo. Nesse sentido, para calculá-lo, basta pegar o valor de um investimento e dividi-lo pelo fluxo de caixa médio do período que se deseja analisar: **Payback simples** = Investimento inicial / Saldo médio do fluxo de caixa no período

Vamos pensar, então, em uma empresa que adquiriu uma nova máquina, no valor de R\$ 48 mil. A previsão é que o equipamento traga R\$ 4 mil mensais

em receita, já sem os custos de manutenção e depreciação, considerando novos produtos que serão produzidos por conta da aquisição.

Assim, para saber em quanto tempo o investimento vai se pagar, é só aplicar os valores à fórmula:

$$\text{Payback simples} = 48.000 / 4.000$$

$$\text{Payback simples} = 12$$

Ou seja, a empresa vai levar 12 meses, ou um ano, para recuperar o investimento feito no equipamento.

Observação: se a operação for feita usando ganhos mensais, o resultado será em meses. Se for feita com base em ganhos anuais, será em anos.

Mas o problema é que, na realidade, os rendimentos não são fixos e lineares. É preciso ainda considerar a desvalorização do dinheiro com o passar do tempo. Por isso, para quem deseja considerar essas variáveis, é possível usar o payback descontado.

2. PAYBACK DESCONTADO

Enquanto o payback simples não considera o valor do dinheiro no tempo, o payback descontado adiciona uma taxa de desconto aos lucros, trazendo um cenário mais real para o investidor. Portanto, por existirem os descontos, o prazo para recuperar o investimento será superior ao do payback simples.

Para calculá-lo, é importante conhecer dois novos conceitos:

- - Taxa mínima de atratividade (TMA): usada como parâmetro para definir a rentabilidade mínima que se espera obter com o investimento. É definida por quem faz o cálculo, normalmente, usando como base a taxa SELIC.
- - Valor presente líquido (VPL): valor do fluxo de caixa atual, calculado a partir de valores futuros, já com o desconto da TMA.

No entanto, antes de calcular o payback descontado, é necessário usar a fórmula para descobrir o VPL:

$$\text{VPL} = \text{Fluxo de caixa (FC)} / (1 + \text{TMA})^t$$

Por fim, o valor obtido aqui deve ser aplicado à fórmula do payback descontado, que é a seguinte:

$$\text{Payback descontado} = \text{investimento inicial} / \text{VPL}$$

7.9.1 Calculo da Taxa Interna de Retorno da Duff'Nuts

NOME DA EMPRESA: DUFF'NUTS				
CÁLCULO DA TIR - TAXA INTERNA DE RETORNO 2025				
MESES	FLUXO DE CAIXA	SALDO SIMPLES	FLUXO DESCONTADO	SALDO
0	- 500.000,00	- 500.000,00	- 500.000,00	- 500.000,00
1	- 7.000,00	- 507.000,00	- 6.034,48	- 506.034,48
2	45.206,65	- 461.793,35	33.595,91	- 472.438,58
3	83.480,93	- 378.312,42	53.482,70	- 418.955,88
4	122.553,20	- 255.759,22	67.685,04	- 351.270,84
5	156.752,44	- 99.006,78	74.631,88	- 276.638,96
6	186.323,69	87.316,91	76.475,12	- 200.163,85
7	220.656,57	307.973,48	78.074,81	- 122.089,04
8	254.999,36	562.972,84	77.781,30	- 44.307,74
9	284.552,77	847.525,61	74.824,00	30.516,26
10	318.885,65	1.166.411,26	72.286,15	102.802,41
11	357.135,03	1.523.546,29	69.790,22	172.592,63
12	386.512,45	1.910.058,74	65.112,99	237.705,61

TMA i	16%
VPL	R\$ 237.705,61
TIR	22,49%
Payback simples	5,53
Payback desconta	8,59

Os melhores administradores sabem como usar todas as ferramentas disponíveis e como combinar todas as fontes de informações para realizarem os objetivos e as estratégias de investimentos mais eficazes para a empresa. (Groppelli; Nikbakht, [ano], p. 14)

Na verdade, administrar é muito mais do que uma mera função de supervisão de pessoas, de recursos e de atividades. Quando tudo muda e as regras são engolfadas pela mudança, trata-se não apenas de manter a situação, mas de inovar e renovar continuamente a organização. (Chiavenato, 2003, p. 8)

8 ADMINISTRAÇÃO

O setor administrativo é o departamento dentro de uma empresa que é responsável por lidar com as atividades relacionadas à gestão, organização e coordenação dos recursos e processos internos.

Ele é fundamental para o planejamento e desenvolvimento das ações da empresa, bem como a definição do modelo de gestão, prioridades e a apresentação de produtos e serviços para parceiros comerciais.

Nome Empresa: DuffNuts

8.1 Nossa História

Duffnuts, uma empresa focada na venda de donuts, teve seu início em fevereiro de 2025. A ideia originou-se a partir da tradição da família de um dos sócios, o Rafael Friscio, o qual compartilhou a ideia com sua amiga, Maria Heloísa, e juntos passaram a investir, planejar e organizar a empresa.

A partir do momento em que se iniciaram os planejamentos, a tematização da loja foi uma grande proposta, abrindo os olhos dos sócios para o público jovem e adultos, com a temática de um seriado de tv, "Os Simpsons", o qual se fez presente na infância e tem um grande significado na vida da sócia Maria Heloísa.

8.2 Missão, Visão e Valores

Missão, Visão e Valores são as partes de uma das mais importantes ferramentas de gestão que as empresas podem usar para definir a sua estratégia de negócio. É a partir da MVV que as empresas alinham seu propósito e promovem a reflexão sobre o presente e futuro do empreendimento.

Missão

A missão de uma empresa é uma declaração concisa que descreve o propósito fundamental da organização, ou seja, porque ela existe. Ela responde à pergunta: "Qual é o nosso negócio?". Dessa forma, todas as empresas são abertas com o objetivo de resolver algum problema na sociedade ou no mercado. Esse objetivo é justamente a missão, que normalmente é definida como "*a razão de ser da empresa*".

visão

A visão é uma declaração de longo prazo que descreve o que a empresa aspira a alcançar no futuro. Ela fornece uma imagem clara e inspiradora do destino desejado da organização. A visão responde à pergunta: "*O que queremos nos tornar?*". É uma *representação do estado ideal que a empresa deseja atingir e serve como um guia* para definir metas e direcionar principalmente os planejamentos e estratégico.

Valores

Por fim, há os valores da empresa, ou seja, um conjunto de princípios morais e éticos que definem de que forma ela conduz seus negócios. Por meio dos valores, a empresa define certos limites do que é aceitável ou não nas suas operações.

Os valores podem incluir ética, integridade, inovação, responsabilidade social, trabalho em equipe, entre outros. Dessa forma, os valores ajudam a moldar a cultura corporativa e a estabelecer padrões para o comportamento ético e a tomada de decisões.

Valores da Duff’Nuts

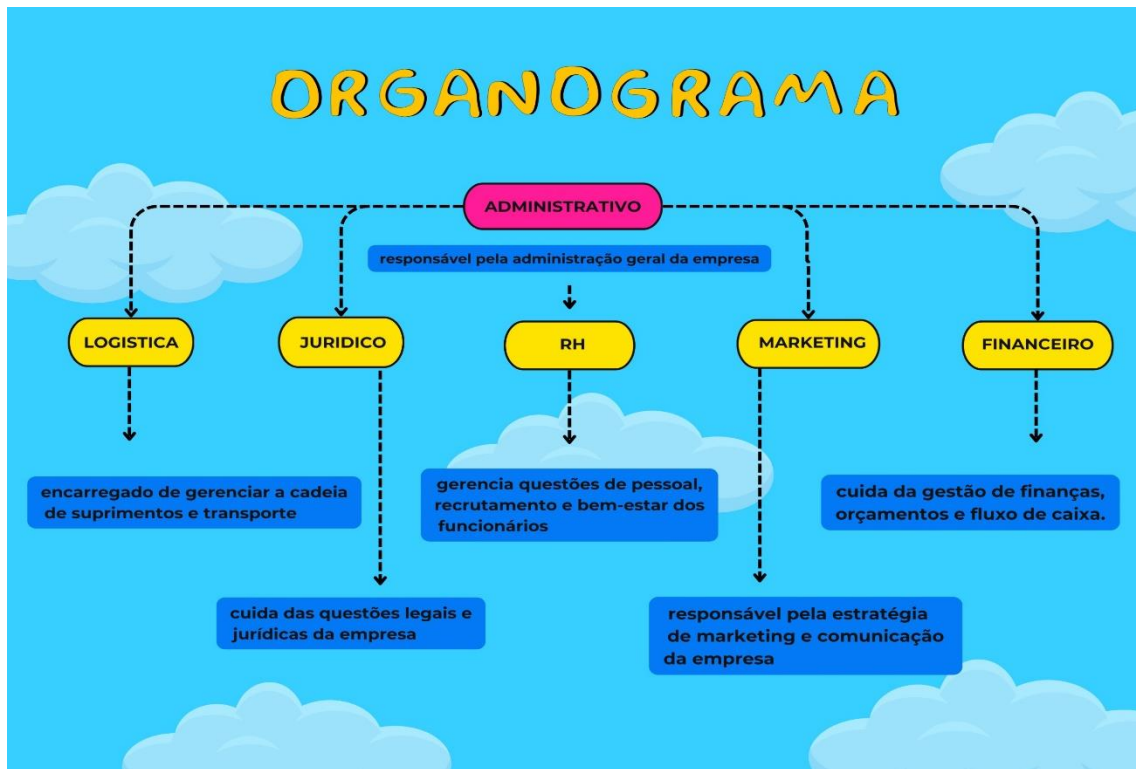
- Integridade - Prezamos por agir com ética, honestidade, moralidade e legalidade.
- Qualidade sempre – Utilizamos ingredientes selecionados e métodos artesanais para garantir donuts frescos e saborosos todos os dias.
- Nostalgia – Cada detalhe do nosso ambiente convida os clientes a mergulharem no universo dos Simpsons.
- Atendimento excepcional – Priorizamos um serviço acolhedor e personalizado, tornando cada visita especial.
- Sustentabilidade e responsabilidade – Valorizamos práticas sustentáveis para minimizar nosso impacto ambiental.

8.3 Organograma

Um organograma é um método do planejamento estratégico para estruturar as equipes dentro de uma empresa.

O objetivo dessa ferramenta é organizar os espaços nos quais cada profissional estará inserido, além de esclarecer a qual nível cada um dos outros níveis deve se comunicar e prestar contas.

8.3.1 Organograma da DuffNuts



8.4 Cronograma

O cronograma é uma ferramenta que serve para organizar e planejar as atividades, os recursos e os prazos para a realização de um projeto da empresa em um único diagrama visual.

8.4.1 Cronograma

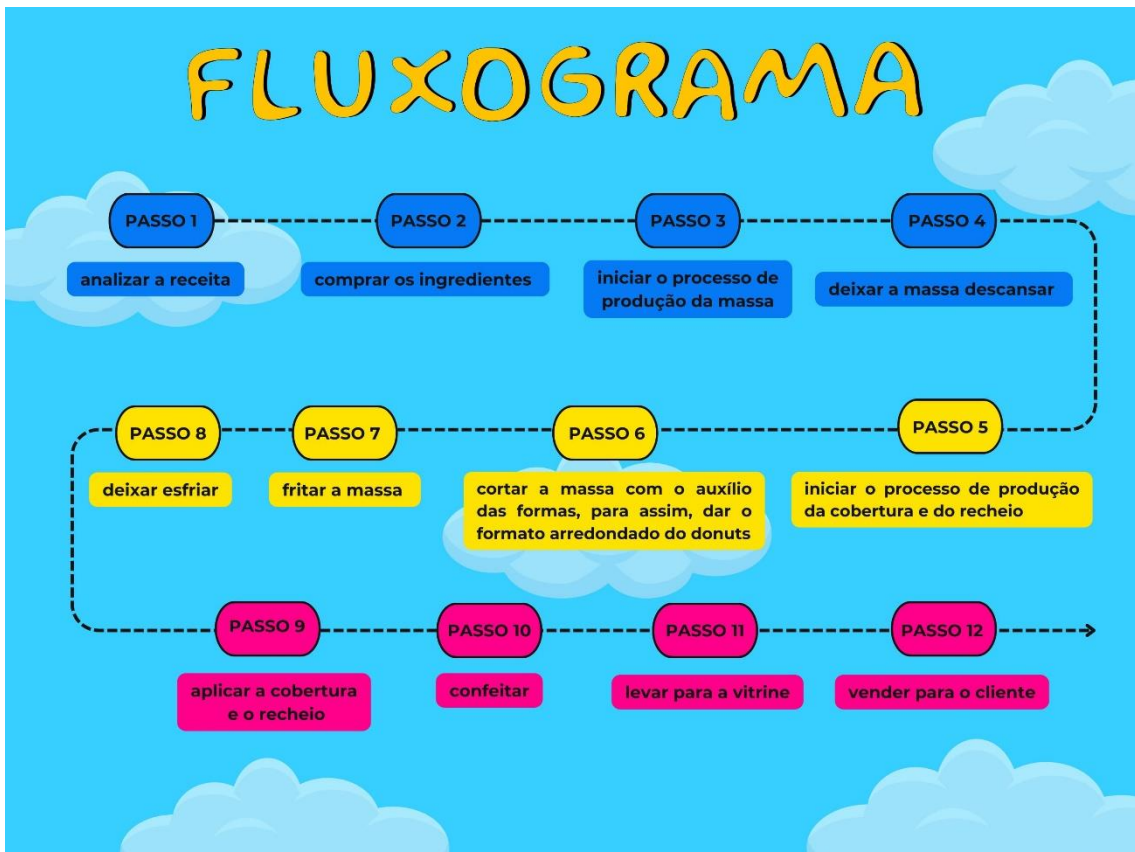
CRONOGRAMA DE POSTAGENS												
DIAS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
1					TRABALHO							NATAL
2											FINADOS	
3										NATUREZA		
4												
5						DONUTS						
6							CHOCOLATE					
7												
8												
9					MÃES							
10								PAIS				
11						NAMORADOS				CRIANÇAS		
12												
13												
14										PROFESSORES		
15												
16												
17												
18												
19												
20				PÁSCOA							CONSCIENCIA N	
21												
22												
23												
24												
25												
26												
27												
28										SERVIDOR PUB		
29												
30												
31										HALLOWEEN		

INDICIE
HÁ FAZER
FEITO

8.5 Fluxograma

Um fluxograma é um diagrama que descreve um processo mostrando suas etapas sequências e decisões. Ele é utilizado para visualizar documentar, estudar, planejar, otimizar e comunicar processos complexos por meio de diagramas claros e fáceis de entender.

8.5.1 Fluxograma da Duff'Nuts



8.6 Balanced Scorecard (BSC)

O Balanced Scorecard (BSC) é um modelo de gestão estratégica com o objetivo de avaliar o desempenho organizacional e o progresso de uma empresa para potencializar sua visão de negócio, permitindo que a empresa se concentre em seus objetivos de maior importância.

8.6.1 Metas a curto, médio e longo prazo

Metas de Curto Prazo

- Aumentar a satisfação do cliente

Realizar um melhor atendimento e proporcionar o melhor ambiente possível.

- Padronizar a qualidade dos donuts

Revisar receitas e realizar treinamento com os cozinheiros

- Aproximar-se mais dos clientes através das redes sociais

Criar conteúdos os quais os nossos clientes se identifiquem

- Tornar o atendimento mais eficiente

Treinar os atendentes e criar estratégias para o atendimento se tornar mais rápido

Metas de Médio Prazo

- Inovar o cardápio

Criar novos sabores e combos criativos para o cardápio

- Expandir o número de lojas

Abrir lojas em outros bairros e shoppings

- Realizar parcerias comerciais

Fazer colaboração com marcas e influencers

Metas de Longo Prazo

- Crescimento regional

Abrir lojas em outras regiões do Brasil

- Se tornar referência nacional

Ser a loja de donuts mais conhecida no Brasil

8.6.2 Por que utilizar o Balanced Scorecard?

O Balanced Scorecard é uma ferramenta de gestão que ajuda a empresa a acompanhar seu desempenho de forma completa, olhando não só para os resultados financeiros, mas também para clientes, processos internos e crescimento dos funcionários. Ele organiza metas, melhora decisões e garante que a empresa siga uma estratégia clara e equilibrada.

8.6.3 Balanced Scorecard Da Duff'Nuts

Metas de Curto Prazo

- Aumentar a satisfação do cliente

A empresa pretende melhorar a satisfação ao aplicar pesquisas rápidas de feedback e treinar a equipe para oferecer um atendimento mais cordial e eficiente.

- Padronizar a qualidade dos donuts

Será criado um padrão de produção com receitas e procedimentos definidos, além de treinamentos e verificações frequentes para garantir consistência.

- Aproximar-se mais dos clientes pelas redes sociais

A empresa publicará conteúdos frequentes, interativos e responderá mensagens com rapidez, usando as redes sociais como canal direto de relacionamento.

- Tornar o atendimento mais eficiente

Processos internos serão reorganizados e sistemas de gestão serão implementados para agilizar pedidos e reduzir erros, junto com capacitação da equipe.

Metas de Médio Prazo

- Inovar o cardápio

Serão feitas pesquisas de mercado e testes de novos sabores, incluindo opções sazonais e sugestões dos próprios clientes.

- Expandir o número de lojas

A expansão ocorrerá após estudos de viabilidade e escolha de locais estratégicos, mantendo o mesmo padrão de qualidade e identidade visual.

- Realizar parcerias comerciais

A empresa buscará parcerias com fornecedores, cafeterias, eventos e influenciadores para aumentar visibilidade e ampliar canais de venda.

Metas de Longo Prazo

- Crescimento regional

A empresa pretende fortalecer sua presença em cidades próximas, investindo em marketing regional, logística e novas unidades.

- Se tornar referência nacional

A longo prazo, a meta é consolidar a marca nacionalmente por meio de expansão organizada, inovação, qualidade e forte presença digital.

8.7 Planilha 5W2H

O 5w2h é uma ferramenta de qualidade, muito utilizada para mapear processos e identificar necessidades de ação. O método serve para detalhar o planejamento de um projeto, definindo as atividades necessárias, os prazos e até mesmo os responsáveis e os investimentos previstos.

O conceito de 5w2h diz muito sobre a sua essência. Ao dissecarmos essa sigla, que parece complexa, nos deparamos com sete diretrizes que orientam a formação de um checklist administrativo de atividades detalhado para as

equipes. Para isso, a metodologia aplica 7 perguntas-chave (em inglês, what, when, where, who, why, how e how much; e, em português, o quê, quando, onde, quem, como e quanto custa).

8.7.1 Planilha 5W2H da DuffNuts

PLANO DE AÇÃO 5W2H - DUFFNUTS						
O que? (What)	Por que? (Why)	Quem? (Who)	Quando? (When)	Onde? (Where)	Como? (How)	Quanto? (How Much)
Definir identidade visual e decoração temática	Criar um ambiente imersivo e atrativo para o público	Sócios + Designer de Interiores	1 mês antes da inauguração	Loja física no Tatuapé	Escolha de cores, móveis, decoração inspirada no seriado dos Simpsons	
Desenvolver cardápio exclusivo	Oferecer variedade e identidade própria	Cozinheiro Chef	2 meses antes da inauguração	Cozinha da loja	Testes de receitas, escolha de ingredientes e definição de preços	
Criar redes sociais e estratégias de marketing	Gerar expectativa e atrair clientes antes da abertura	Gerente	3 meses antes da inauguração	Instagram, TikTok, Facebook	Produção de conteúdo, fotos dos donuts, vídeos de bastidores	3 horas
Obter autorizações e licenças	Garantir funcionamento legal da loja	Contador + Gerente	3 meses antes da inauguração	Prefeitura e órgãos reguladores	Solicitação de CNPJ, alvará sanitário, licenças necessárias	30 a 60 dias
Selecionar e treinar equipe	Assegurar atendimento qualificado e experiência temática	estudantes de RH	1 mês antes da inauguração	Loja física	Recrutamento, treinamentos sobre atendimento e preparo de produtos	gratuito
Planejar evento de inauguração	Criar impacto inicial e atrair público	Sócios + Gerente	Data da inauguração	Loja física + redes sociais	Divulgação, promoções especiais, alugando barraca de algodão doce	
Garantir um bom atendimento ao cliente	Certificar a volta de clientes e firmar uma clientela	Gerente + Atendentes	Durante o funcionamento da loja	Loja física	desenvolvendo capacidades comunicativas com os atendentes com treinamentos	

Em uma época de complexidades, mudanças e incertezas, como a que atravessamos nos dias de hoje, a Administração tornou-se uma das mais importantes áreas da atividade humana. [...]

A tarefa básica da Administração é a de fazer as coisas por meio das pessoas de maneira eficiente e eficaz. (Chiavenato, 2003, p. 1).

CONCLUSÃO

Neste trabalho como apresentado a todos vocês tivemos como objetivo principal a realização de um modelo de negócios fictício, por meio das instruções e do auxílio do professor orientador Henrico onde elaboramos a Duff'Nuts.

Foi de grande importância a criação desse TCC para entendermos mais a fundo todo o processo burocrático e operacional de uma empresa, através de seus respectivos setores, sendo eles o jurídico, marketing, logístico, recursos humanos, financeiro e o administrativo. Além disso trouxe o aprendizado de como se trabalhar em equipe incentivando o desenvolvimento coletivo preparando-nos para o mercado de trabalho.

Certamente este trabalho fez com que crescessemos como pessoas atribuindo maiores habilidades para cada um de nós, onde jamais esqueceremos essa trajetória que passamos dentro da Etec Jardim Ângela ao decorrer desses três anos.

BIBLIOGRAFIA

<https://www.docuSign.com/pt-br/blog/balanco-patrimonial>

<https://fia.com.br/blog/ponto-de-equilibrio/>

<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/formula-ponto-de-equilibrio-o-que-e-e-como-calculer-cada-um-dos-tipos/#:~:text=Como%20aplicar%20a%20f%C3%B3rmula%20ponto%20de%20equil%C3%ADbrio,->

[Para%20resumir%2C%20vimos&text=No%20entanto%2C%20para%20aplicar%20a,ou%20maior%20que%20esse%20valor.](https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/formula-ponto-de-equilibrio-o-que-e-e-como-calculer-cada-um-dos-tipos/#:~:text=Como%20aplicar%20a%20f%C3%B3rmula%20ponto%20de%20equil%C3%ADbrio,-)

[Para%20resumir%2C%20vimos&text=No%20entanto%2C%20para%20aplicar%20a,ou%20maior%20que%20esse%20valor.](https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/formula-ponto-de-equilibrio-o-que-e-e-como-calculer-cada-um-dos-tipos/#:~:text=Como%20aplicar%20a%20f%C3%B3rmula%20ponto%20de%20equil%C3%ADbrio,-)

[Para%20resumir%2C%20vimos&text=No%20entanto%2C%20para%20aplicar%20a,ou%20maior%20que%20esse%20valor.](https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/formula-ponto-de-equilibrio-o-que-e-e-como-calculer-cada-um-dos-tipos/#:~:text=Como%20aplicar%20a%20f%C3%B3rmula%20ponto%20de%20equil%C3%ADbrio,-)

<https://antoniaximenes.com/glossario/o-que-e-quadro-demonstrativo-de-despesas-e-receitas/?amp=1>

(falta colocar muitas e muitas bibliografias).