

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**  
**Técnico em Logística**

**Anna Carla dos Santos**  
**Jaqueline Lourenço Leme**  
**Lauro de Jesus Silva**  
**Lorrane Gonçalves Leme**  
**Milton Paulo da Silva**

**Casquinhas e Cores: casquinhas nutritivas e coloridas para uma  
nutrição saudável e divertida**

**Quintana-SP**  
**2019**

**Anna Carla dos Santos  
Jaqueline Lourenço Leme  
Lauro de Jesus Silva  
Lorrane Gonçalves Leme  
Milton Paulo da Silva**

**Casquinhas e Cores: casquinhas nutritivas e coloridas para uma  
nutrição saudável e divertida**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico de Logística da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pela Prof.<sup>a</sup> Esp. Natália Troccoli Marques da Silva, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Logística.

**Quintana-SP  
2019**

# **Etec Prof. Massuyuki Kawano**

**Técnico em Logística**

**Anna Carla dos Santos  
Jaqueline Lourenço Leme  
Lauro de Jesus Silva  
Lorrane Gonçalves Leme  
Milton Paulo da Silva**

## **Casquinhas e Cores: casquinhas nutritivas e coloridas para uma nutrição saudável e divertida**

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Logística.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Esp. Natália Troccoli Marques da Silva  
Orientadora

---

Prof. Mauro Guerra Eduardo  
Professor convidado

---

Claudinei Aparecido dos Santos  
Convidado externo/empresário

**Tupã, 26 de novembro de 2019.**

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. A Professora Orientadora, a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

Dedicamos aos nossos familiares  
que nos apoiaram nessa jornada  
de conquistas.

Agradecemos a Deus por fortalecer cada vez mais o desejo de concretizar esse projeto.

Aos Docentes por compartilhar o conhecimento e o tempo de dedicação oferecida a nós.

A ETEC Prof. Massuyuki Kawano por proporcionar o curso de Técnico em Logística para nosso conhecimento e crescimento profissional.

“Podemos escolher recuar em direção à segurança ou avançar em direção ao crescimento. A opção pelo crescimento tem que ser feita repetidas vezes. E o medo tem que ser superado a cada momento.”

*Abraham Maslow*

## RESUMO

Casquinha de sorvete nutritiva, saudável e colorida com sabores diferenciados, visa à qualidade, bem-estar e diversão aos consumidores, assim contribuindo para uma alimentação equilibrada, por ser produzido com ingredientes totalmente naturais. O objetivo é prover os benefícios que traz as casquinhas de sorvetes, com o intuito de satisfazer a necessidade de consumidores que buscam uma alimentação saudável com restrição alérgica. A metodologia utilizada para este estudo foi a pesquisa de campo, direcionada a possíveis consumidores, além da pesquisa literária e sites sobre o assunto estudado. A pesquisa mostrou que, as buscas por uma alimentação saudável levam os consumidores a procura de produtos nutritivos que tenha em sua cadeia alimentar, ingredientes para atender pessoas que apresentam doenças com intolerância alérgicas, e devido a dificuldade em encontrar um produto com essa qualidade a maioria dos consumidores acaba recorrendo a produtos com características prejudiciais à saúde. Conclui-se que a casquinha de sorvete está agregada a uma cadeia de produtos, que transmite ao consumidor satisfação e qualidade de vida. Portanto o mercado alimentício está cada vez mais focado a desenvolver produtos saudáveis, e que traga benefício a saúde de seus consumidores, assim fazendo com que a procura por casquinha de sorvete seja cada vez maior para quem busca saúde e bem-estar.

**Palavras-chave:** Saudáveis; Nutritivas; Bem-estar.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1-</b> Layout da Empresa.....	30
<b>Figura 2-</b> Luva Nitrílica.....	30
<b>Figura 3-</b> Luva Térmica.....	31
<b>Figura 4-</b> Luva.....	31
<b>Figura 5-</b> Botina.....	31
<b>Figura 6-</b> Máscara.....	32
<b>Figura 7-</b> Touca.....	32
<b>Figura 8-</b> Protetor Auricular.....	32
<b>Figura 9-</b> Avental.....	33
<b>Figura 10-</b> Uniforme.....	33
<b>Figura 11-</b> Extintor.....	33
<b>Figura 12-</b> Placa de Segurança.....	34
<b>Figura 13-</b> Placa perigo choque elétrico.....	34
<b>Figura 14-</b> Placa de sinalização.....	34
<b>Figura 15-</b> Corrimão de mão.....	35
<b>Figura 16-</b> Placa de sinalização.....	35

## GRÁFICO

<b>Gráfico 1</b> - Qual a frequência que você vai à sorveteria? .....	15
<b>Gráfico 2</b> - Qual sua preferência de sorvete? .....	16
<b>Gráfico 3</b> - Se fossem desenvolvidas casquinhas com sabores, qual a sua preferência? (Escolha até três opções): .....	16
<b>Gráfico 4</b> - Por qual motivo você deixaria de consumir a casquinha de sorvete? ....	17
<b>Gráfico 5</b> - Você não consome produtos que na sua composição contém: .....	17
<b>Gráfico 6</b> - Você deixaria de consumir uma casquinha de sorvete normal para consumir outra elaborada com produtos saudáveis? .....	18
<b>Gráfico 7</b> - Qual sua idade?.....	18
<b>Gráfico 8</b> - Qual cidade você mora? .....	19
<b>Gráfico 9</b> - Você deixaria de frequentar sua sorveteria favorita por outra que oferece um produto mais saudável? .....	19
<b>Gráfico 10</b> - Qual seria sua sensação ao consumir um produto totalmente saudável e nutritivo, sabendo que ele não iria trazer nenhum perigo a sua saúde? .....	20

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	12
<b>2 PESQUISA DE MERCADO</b>	15
<b>3 PLANO DE NEGÓCIOS</b>	20
<b>3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO</b>	20
<b>3.2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	21
3.2.1 Dados dos Fundadores e Empresários	21
3.2.2 Experiência Profissional e Atribuições- Todos os integrantes do grupo	22
<b>3.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO</b>	22
3.3.1 Missão e Visão da Empresa	22
3.3.2 Setor de Atividade	23
3.3.3 Forma Jurídica	23
3.3.4 Enquadramento Tributário	23
<b>3.4 CAPITAL SOCIAL</b>	24
<b>3.5 FONTE DE RECURSOS</b>	24
<b>3.6 ANÁLISE DE MERCADO</b>	24
3.6.1 Análise dos Clientes	24
3.6.2 Análise dos Concorrentes	25
<b>3.7 PLANO DE MARKETING</b>	28
3.7.1 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços	28
3.7.2 Preço	28
3.7.3 Estratégias Promocionais	28
3.7.4 Estrutura de Comercialização	28
3.7.5 Localização da Empresa	29
<b>3.8 PLANO DE OPERACIONAL</b>	29
3.8.1 Layout ou Arranjo Físico	29
3.8.2 Capacidade Produtiva	35
3.8.3 Necessidade de Pessoal	35
<b>3.9 INVESTIMENTOS</b>	36
3.9.1 Investimentos	36
<b>3.10 PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO</b>	36
3.10.1. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa	36
3.10.2 Estimativa do Custo Unitário Variável para cada Produto	37
3.10.3 Estimativa dos Custos Fixos Mensais da Empresa	38
3.10.4 Margem de Contribuição Unitária	39
3.10.5 – Estimativa dos custos de comercialização	40
3.10.6 Custo total	40
3.10.6.1 Custo total unitário	40
3.10.6.1.1 Preço de venda unitário	41
3.10.6.2 Custo total dos itens	42
<b>3.10.7 Demonstrativo de resultados</b>	44
<b>3.10.8 Ponto de Equilíbrio</b>	44
<b>3.11 INDICADORES FINANCEIROS</b>	44
3.11.1 Lucratividade	44
3.11.2 Rentabilidade	45
3.11.3 Prazo de retorno do investimento	45
<b>3.12 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA</b>	46
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	46
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	48

<b>APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL .....</b>	<b>50</b>
<b>APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC</b>	
<b>PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO .....</b>	<b>53</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O projeto visa introduzir alimentos saudáveis e nutritivos no processo produtivo de casquinhas de sorvetes, sendo sua produção com produtos naturais e saudáveis. Os produtos disponíveis no mercado têm sido cada vez mais industrializados e artificiais, devido a essas características tem observado que estão surgindo várias doenças como: intolerância a lactose, obesidade, diabetes, alergia, etc.

Este trabalho visa elaborar uma casquinha de sorvete saudável, nutritiva, com cores e sabores diferenciados e ao mesmo tempo agradáveis ao paladar dos consumidores, pois os mesmos sentem a falta de um produto natural e saudável no mercado, onde sua saúde não seja prejudicada e eles sintam-se satisfeitos.

Diante da proposta da elaboração da casquinha, é necessário cumprir os objetivos a seguir:

- Cadeia produtiva diferenciada, pois o produto contém em sua composição ingredientes especiais.

- Processo produtivo com produtos saudáveis e naturais como: ingredientes sem glúten, sem lactose, totalmente naturais e saudáveis, assim proporcionam uma vida de alta qualidade para nosso cliente.

- Atrair público-alvo como crianças e adultos pela diversidade de cores e sabores, prezando a qualidade com o produto que traga a felicidade e segurança em seu consumo.

- Criar um produto saudável, nutritivo, saboroso para satisfazer os clientes e que seja rentável.

- Criar uma empresa no ramo alimentício, que supra as necessidades de pessoas que buscam uma alimentação saudável prezando a qualidade/sabor.

- Produto diferenciado que beneficia pessoas alérgicas, fitness, intolerante a lactose, atraindo diversos públicos que deseja uma qualidade de vida melhor.

- Produto colorido que charme atenção do público infantil com objetivo de trazer satisfação e felicidade aos clientes.

Justifica-se esse trabalho, pois a empresa criada tem como objetivo atender a alta demanda de pessoas que buscam produtos fitness. Tendo em vista a falta desse produto disponível no mercado observa-se uma ótima oportunidade de negócio.

Como já existem sorvetes zero lactose, é viável criar também as casquinhas beneficiando assim pessoas intolerantes, o que pode fazer com que o produto seja muito rentável. Por ser também um produto colorido despertará o interesse de crianças, já que estas são grandes consumidoras deste produto.

Para que seja possível a realização de processos logísticos, é necessário que haja um produto no qual a logística faça parte da realização da composição e entrega dos produtos e serviços ao cliente, porém é preciso que a qualidade e satisfação do mesmo, sejam essenciais e que a logística seja realizada com sucesso.

BALLOU (2010, p.94) afirma que “toda logística gira em torno do produto. Suas características frequentemente moldam a estratégia logística necessária para deixar o produto disponível para o cliente. O que uma firma oferece ao cliente com seu produto é satisfação”.

É de extrema importância que o um produto inserido no mercado tenha um marketing considerável para alcançar aos clientes, pois o mercado tem a necessidade de levar a satisfação aos clientes atendendo as perspectivas através das vendas que o marketing pode proporcionar.

O princípio da “satisfação do consumidor” havia-se tornado um conceito central da disciplina de marketing desde os primeiros anos do pós-guerra, quando a sociedade americana passou de um mercado do vendedor para um mercado do comprador. No entanto, o significado de “satisfação do consumidor” estava associado a uma percepção bastante limitada das “necessidades” do consumidor, que não eram vistas dentro de uma perspectiva de longo prazo, mas como desejos a serem servidos de forma imediata pelas empresas que concorriam no mercado. (ROCHA, 2000, p.161)

A composição de um produto só é possível com a junção e combinação de demais itens, sendo assim é necessário avaliar como será distribuída a armazenagem desses itens nos estoques, para uma melhor distribuição é necessário que haja um planejamento, garantindo a eficiência de todo o processo produtivo através de um local adequado para tais produtos, facilitando a eficácia dos processos para um melhor produto final.

A disponibilidade de uma infraestrutura adequada potencializa ganhos de eficiência ao sistema produtivo, e não só às empresas individualmente. Isso porque ocorre aumento do produto final, incrementando a produtividade, ao mesmo tempo em que reduz o custo por unidade de insumo. (FILHO & MARTINS, 2009, p. 15)

De acordo com BALLOU (2010) é necessário ter estoques reduzidos, onde a disponibilidade dos produtos seja fácil e eficiente na distribuição logística dos suprimentos e insumos que compõem um produto, somando cada etapa para atingir o objetivo do produto a ser elaborado.

Sendo assim, para a Logística e a movimentação é de extrema importância para a entrega de um produto de qualidade, utilizando diversos equipamentos além de uma armazenagem segura e um transporte que garante a qualidade da mercadoria, que chegara até o cliente.

Um dos objetivos da Logística é movimentar bens sem danificá-los. As embalagens e os dispositivos de movimentação (pallets, racks etc.), na Logística, têm como principais objetivos facilitar o manuseio e a movimentação, bem como a armazenagem, garantir a utilização adequada do equipamento/ veículo de transporte, proteger o produto e prover o valor de reutilização para o usuário. (FARIA & COSTA, 2009, p. 99)

O mercado de produtos mais naturais e saudáveis esta ganhando espaço no mercado devido à preocupação das pessoas com a saúde e qualidade de vida, apesar de ser um setor que vem crescendo aos poucos, existe a necessidade novos produtos com composições diferenciadas no ramo alimentício, a Casquinha de sorvete pode ser uma opção de um produto inovador e saudável que pode atingir um grande público alvo.

Enquanto as vendas de alimentos e bebidas tradicionais cresceram 67% nos últimos cinco anos no país, as de saudáveis aumentaram 98% no mesmo período. Num levantamento recente com 18000 pessoas de 18 países, 79% dos brasileiros disseram que saúde e nutrição são prioridade em sua vida. Trata-se ainda de um setor fragmentado, formado por empresas de médio e pequeno porte que crescem rapidamente. (SCHERER & HERZOG, 2015)

Pode ser notado devido ao aumento crescente na venda de produtos saudáveis, este é o melhor momento para se investir no ramo.

Para atingir os objetivos propostos neste trabalho foi realizada uma pesquisa de campo direcionada a possíveis consumidores, visando apontar quais são os tipos prediletos de sabores pelos clientes e a faixa etária e identificar o público-alvo.

Esses dados foram obtidos por meio de aplicação de questionários com 10 questões de forma online. Depois de coletados os dados foram tabulados em

planilhas, gráficos e tabelas, onde será utilizada para facilitar a visualização dos resultados obtidos da pesquisa.

Foi feita uma análise da pesquisa através de gráficos para saber qual era o público-alvo, e suas preferências por produtos saudáveis.

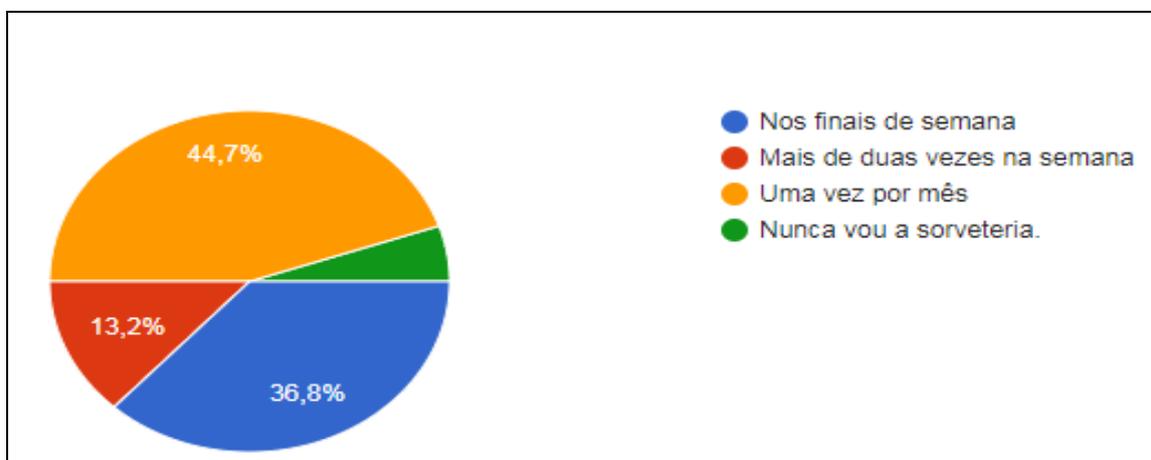
Além da pesquisa de campo, será feita a análise de SWOT, onde será utilizada para identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Serão feitas consultas em livros e sites sobre o tema estudado.

## 2 PESQUISA DE MERCADO

Visando conhecer o público-alvo e aceitação de um produto diferenciado dos existentes no mercado, foi feita uma pesquisa de campo através de um formulário online, onde foram entrevistadas 38 pessoas. A pesquisa ocorreu no período de 22 de maio à 05 de junho de 2019.

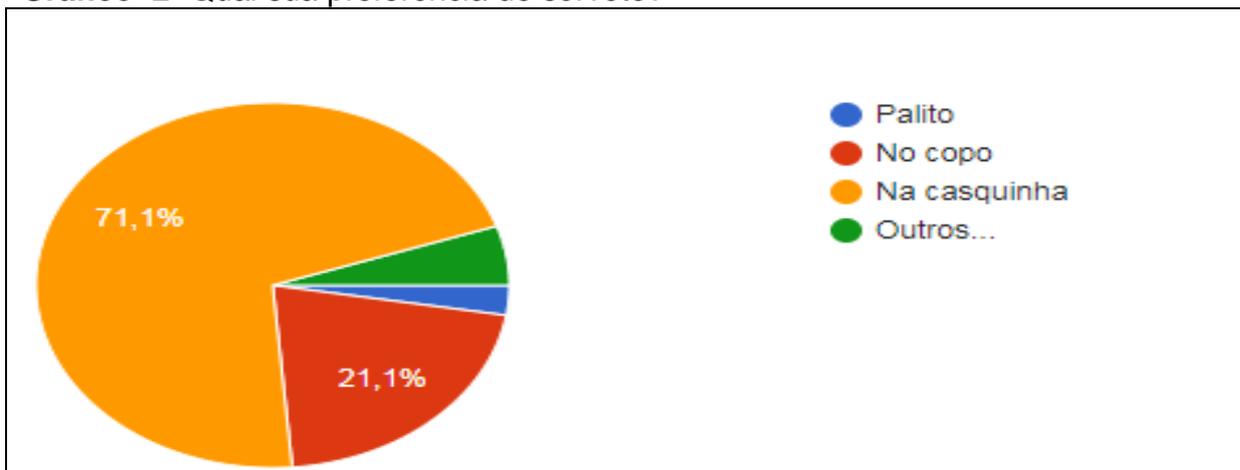
A entrevista teve como objetivo colher informações sobre a aceitação dos produtos oferecidos pela empresa, visando assim a inserção do produto no mercado e a satisfação dos clientes que necessitam desse tipo de produto.

**Gráfico 1** - Qual a frequência que você vai à sorveteria?



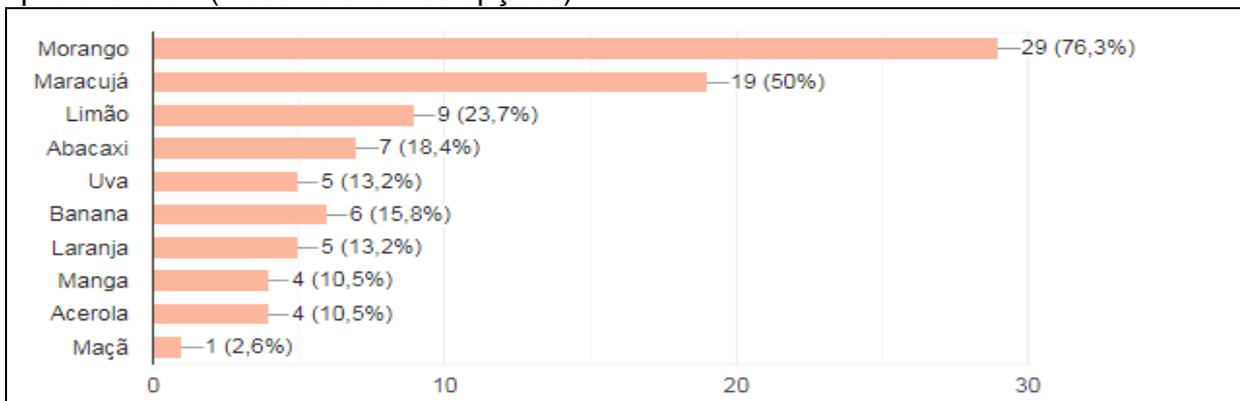
Fonte: Elaborado pelos autores.

Na primeira questão, pode ser observar que o público alvo costuma a frequentar as sorveterias pelo menos uma vez ao mês ou em finais de semana. Analisando a pesquisa nota-se que a estimativa do consumo do produto atinge grande potencial de venda, já que o público consome o mesmo.

**Gráfico 2-** Qual sua preferência de sorvete?

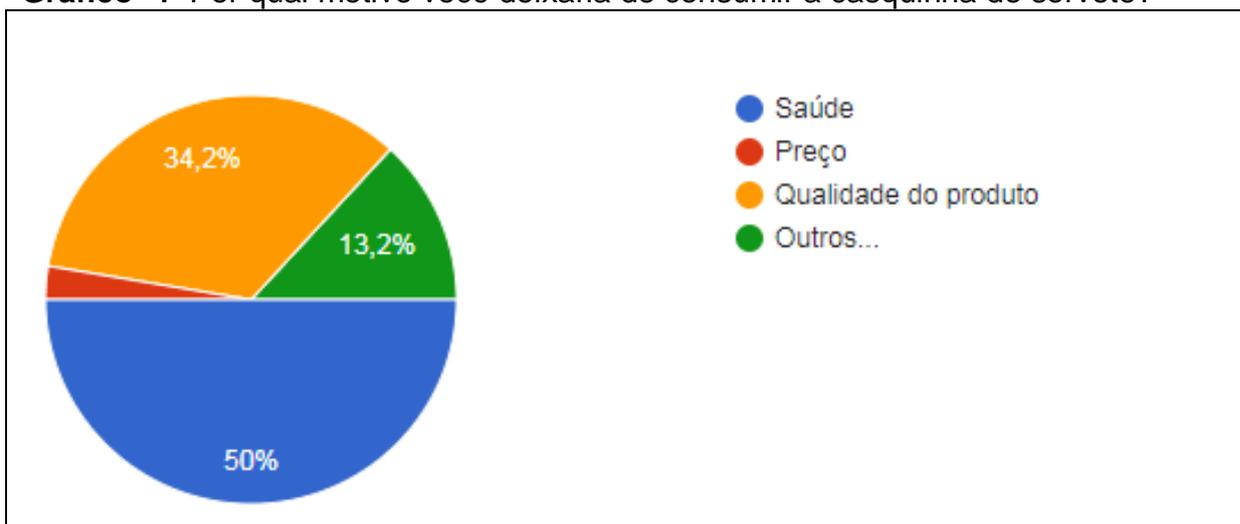
Fonte: Elaborado pelos autores.

Na segunda questão identifica-se um grande consumo de casquinha, este resultado garante uma respectiva de venda ainda maior do produto.

**Gráfico 3-** Se fossem desenvolvidas casquinhas com sabores, qual a sua preferência? (Escolha até três opções):

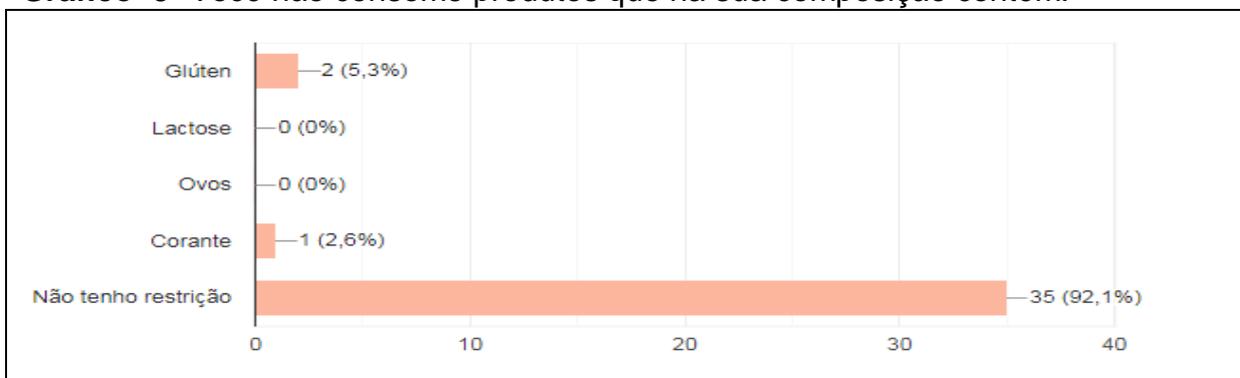
Fonte: Elaborado pelos autores.

Na terceira questão pode-se observar que 76,3% opinaram pelo sabor de morango, por ser um sabor atrativo e saboroso e grande quantidade dos consumidores costumam saborear também a casquinha.

**Gráfico 4-** Por qual motivo você deixaria de consumir a casquinha de sorvete?

Fonte: Elaborado pelos autores.

A quarta questão nota-se que os consumidores de casquinha de sorvetes estão atentos a produtos saudáveis em prol a saúde e qualidade conforme mostra no gráfico abaixo.

**Gráfico 5-** Você não consome produtos que na sua composição contém:

Fonte: Elaborado pelos autores.

Foi feita uma análise na quinta questão e a pesquisa mostra que 92,1% dos consumidores, não tem restrição dos ingredientes composto na casquinha, este resultado é significativo para nossa empresa.

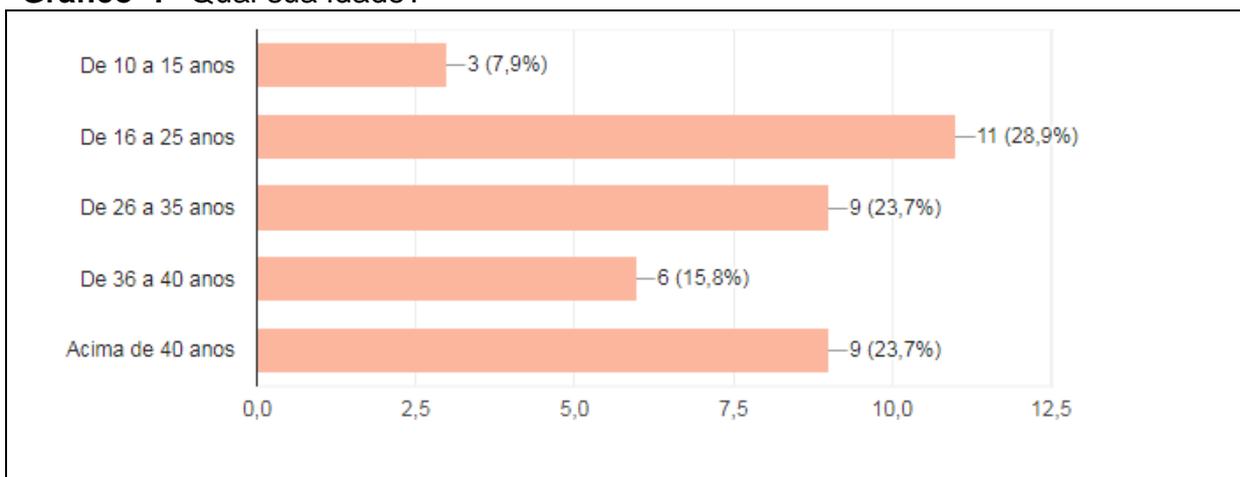
**Gráfico 6-** Você deixaria de consumir uma casquinha de sorvete normal para consumir outra elaborada com produtos saudáveis?



Fonte: Elaborado pelos autores.

A análise da pesquisa percebe-se que 50% das pessoas deixariam de consumir casquinhas normais para consumir outra saudável, e outras 47,4% deixariam desde que fosse tão saborosa quanto ao produto existente no mercado, isso mostra que mais de 97% dos entrevistados tem interesse em consumir um produto mais saudável.

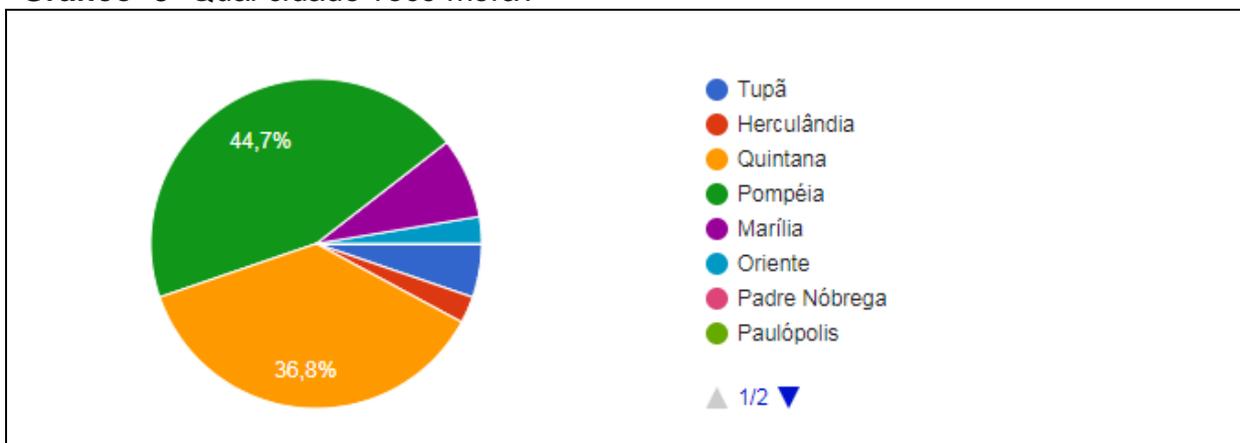
**Gráfico 7-** Qual sua idade?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Analisando a faixa etária de pessoas entrevistadas são de 16 a 25 anos, de 26 a 35 anos e pessoas acima de 40 anos serão os maiores consumidores desse produto.

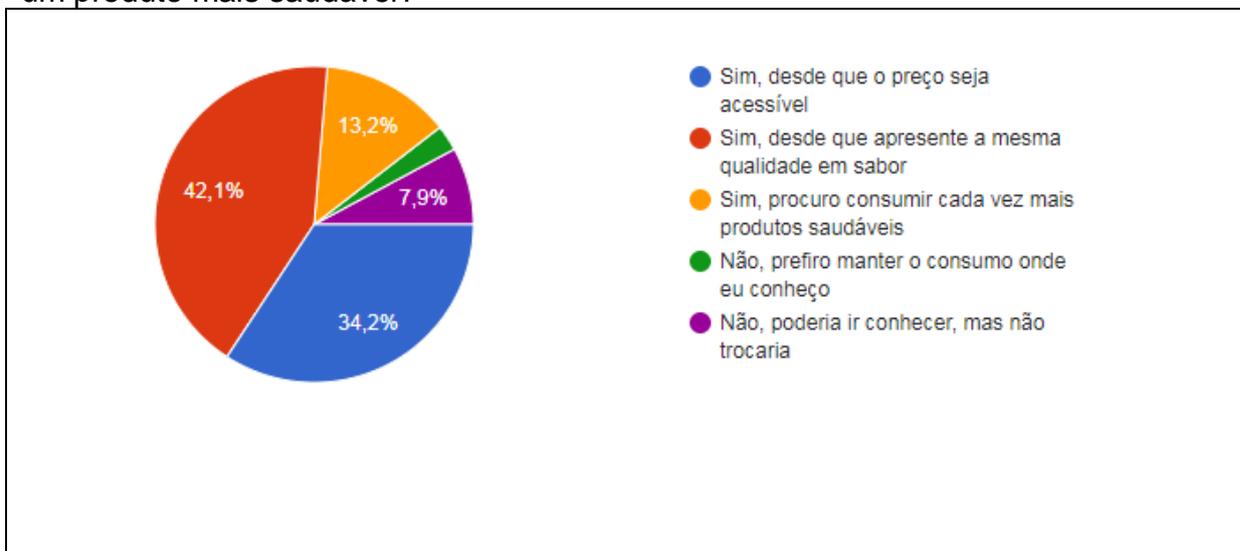
**Gráfico 8-** Qual cidade você mora?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Analisando que 81,5% das pessoas que responderam essa pesquisa residem em Pompeia e Quintana.

**Gráfico 9-** Você deixaria de frequentar sua sorveteria favorita por outra que oferece um produto mais saudável?

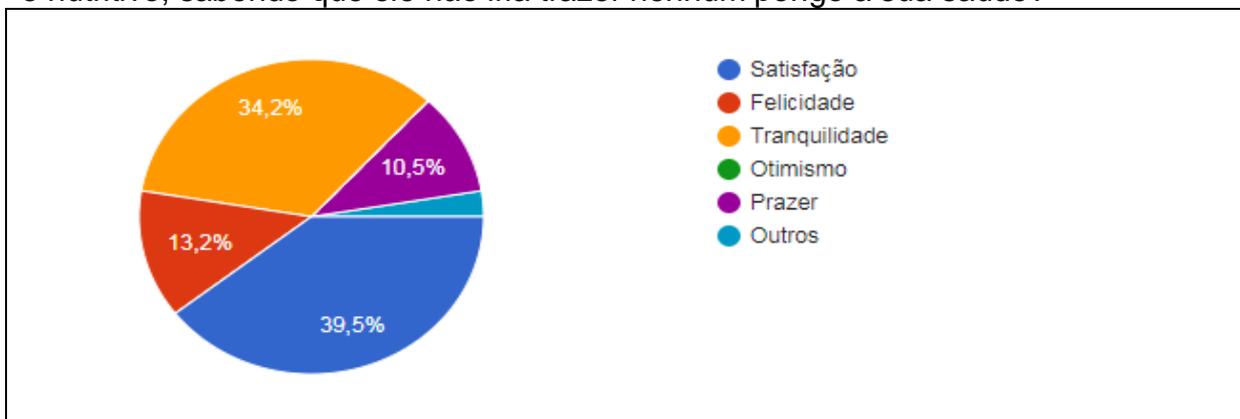


Fonte: Elaborado pelos autores.

Percebe-se que 76,3% dos entrevistados na pesquisa deixariam de frequentar a sua sorveteria favorita para irem em outra que ofereça um produto

saudável desde que o preço seja acessível e que tenha a mesma qualidade de sabor.

**Gráfico 10-** Qual seria sua sensação ao consumir um produto totalmente saudável e nutritivo, sabendo que ele não iria trazer nenhum perigo a sua saúde?



Fonte: Elaborado pelos autores.

De acordo com a pesquisa percebe-se que a grande maioria dos entrevistados se sentiriam satisfeitos e tranquilos por saberem que estão consumindo um produto saudável e que não traga nenhum perigo a sua saúde.

A pesquisa acima foi realizada para avaliar a opinião de possíveis consumidores, de acordo com os dados apresentados, o produto teve estimativa positiva, pois foi bem aceito tanto por pessoas que não apresentam quanto por pessoas com restrição alimentar. É possível identificar que a venda da casquinha de sorvete é viável, devido à aceitação do produto pelos entrevistados.

### 3 PLANO DE NEGÓCIOS

#### 3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

A Casquinhas e Cores é uma empresa no ramo alimentício, sendo o seu principal produto casquinhas de sorvetes, saudáveis, nutritivas, coloridas e com sabor de frutas.

A empresa está localizada na cidade Tupã/SP, o local escolhido é para facilitar o fornecimento das casquinhas, em sorveterias da região de Marília à Tupã.

A comercialização deste produto, tem o objetivo de atender diversas pessoas que apresentam doenças como: diabetes, alergias, intolerância a glúten e lactose, e se preocuparem cada vez com a saúde.

Pois de acordo com a pesquisa realizada as pessoas buscam uma melhoria na alimentação, e estão dispostas a consumir um produto nutritivo e saudável, sendo assim a inserção no mercado das casquinhas de sorvetes, busca sanar estas necessidades.

A empresa é uma ME-microempresa, onde foi investido um valor de R\$ 100.000,00 para iniciar suas atividades, tendo um plano de negócio como base, para analisar diversos custos como instalações, impostos e matérias primas, para que seja possível uma ampla visão do negócio.

### 3.2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

#### 3.2.1 Dados dos Fundadores e Empresários

<b>Fundador 01</b>	
Nome: Anna Carla dos Santos	
Endereço: Rua Cherentes N°1815	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: annacarla_1989@hotmail.com	Telefone: (14) 99693-9968

Atribuição do Fundador 01 - Auxiliar Administrativo e Financeiro

<b>Fundador 02</b>	
Nome: Jaqueline Lourenço Leme	
Endereço: Rua Antônio Alves Timóteo Valadão N°144	Cidade/Estado: Quintana/SP
E-mail: jaquinelourenco98@gmail.com	Telefone: (14)99801-8239

Atribuição do Fundador 02- Marketing Comercial

<b>Fundador 03</b>	
Nome: Lauro de Jesus Silva	
Endereço: Avenida Marília N° 1253	Cidade/Estado: Quintana/SP
E-mail: laurojesussilva30@gmail.com	Telefone: (14) 99760-3616

Atribuição do Fundador 03- Saúde, Segurança do Trabalho

<b>Fundador 04</b>	
Nome: Lorrane Gonçalves Leme	
Endereço: Avenida Marília N° 1253	Cidade/Estado: Quintana/SP
E-mail: lorranevallentina31@gmail.com	Telefone: (14)99607-4143

Atribuição do Fundador 04- Gestão da Qualidade e Segurança de Alimentos

<b>Fundador 05</b>
--------------------

Nome: Milton Paulo da Silva	
Endereço: Rua Dom Pedro II N° 653	Cidade/Estado: Herculândia/SP
E-mail: miltonpaulo2018@hotmail.com	Telefone: (14) 99834-7394

Atribuição do Fundador 05 - Chefe da Expedição

### 3.2.2 Experiência Profissional e Atribuições- Todos os integrantes do grupo

Perfil do Fundador 01- Anna Carla dos Santos: Experiência em atendimento ao cliente, fluxo de caixa, tarefas bancárias, auxiliar de escritório e auxiliar de qualidade. Formação: Bacharel em Administração, Técnico em Contabilidade e Técnico em Logística.

Perfil do Fundador 02 - Jaqueline Lourenço Leme: Experiência de auxiliar de escritório e fluxo de entrada e saída de mercadorias. Formação: Técnico em Administração e Técnico em Logística.

Perfil do Fundador 03 - Lauro de Jesus Silva: Experiência em central de recebimento, expedição, armazenamento e distribuição, faturamento e picking. Formação: Logística Operacional e Técnico em Logística.

Perfil do Fundador - 04 Lorrane Gonçalves Leme: Experiência em vendas, fluxo de caixa e atendimento ao cliente. Formação: Técnico em Logística.

Perfil do Fundador - 05 Milton Paulo da Silva: Experiência em área de produção e fluxo de materiais. Formação: Técnico em Logística.

## 3.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa/Nome Fantasia: Casquinhas e Cores

CNPJ: 21.254.302/0001-29

### 3.3.1 Missão e Visão da Empresa

Missão: Oferecer produtos com qualidade, saudável e valor nutricional, que contribuam para uma alimentação equilibrada, com rapidez e simpatia.

Visão: Ser reconhecida com uma empresa inovadora e eficiente, entre as melhores distribuidoras de casquinhas de sorvete saudáveis e naturais, que valoriza a qualidade de vida do seu consumidor, buscando sempre o crescimento contínuo e qualidade na entrega dos produtos.

Valores: Criatividade e inovação; Qualidade e responsabilidade; Ética, confiança e integridade; Trabalho em equipe; Relações de amizade com nossos clientes.

### 3.3.2 Setor de Atividade

Indústria na produção de casquinhas de sorvete com produtos diferenciados para venda e distribuição no atacado e varejo.

### 3.3.3 Forma Jurídica

A empresa se enquadrará na forma jurídica ME, tendo em vista o faturamento até R\$360.000,00 anual.

### 3.3.4 Enquadramento Tributário

Esta empresa se enquadra no Simples Nacional de acordo com o CNAE, classe 1092-9/00, que diz respeito à serviços de fabricação de casquinhas para sorvetes e formas para recheios de doces e semelhantes, cujo enquadramento está presente no anexo II do Simples Nacional 2018, no qual a alíquota é de 4,50% a 12,11%.

ANEXO 2 - Tabela Simples Nacional 2018 - Indústria

Faixa	Alíquota	Valor a Deduzir (em R\$)	Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)
1a Faixa	4,50%	-	Até 180.000,00
2a Faixa	7,80%	5.940,00	De 180.000,01 a 360.000,00
3a Faixa	10,00%	13.860,00	De 360.000,01 a 720.000,00
4a Faixa	11,20%	22.500,00	De 720.000,01 a 1.800.000,00
5a Faixa	14,70%	85.500,00	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00
6a Faixa	30,00%	720.000,00	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00

Fonte: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/tabela-simples-nacional-completa/>

### 3.4 CAPITAL SOCIAL

<b>Nomes do Fundador</b>	<b>Valor do Capital Integralizado</b>
Fundador 01 Anna Carla dos Santos	R\$ 20.000,00
Fundador 02 Jaqueline Lourenço Leme	R\$ 20.000,00
Fundador 03 Lauro de Jesus Silva	R\$ 20.000,00
Fundador 04 Lorrane Gonçalves Leme	R\$ 20.000,00
Fundador 05 Milton Paulo da Silva	R\$ 20.000,00

### 3.5 FONTE DE RECURSOS

Para abertura e início das atividades da empresa, serão utilizados recursos próprios dos sócios fundadores, para a integralização do capital social

O capital integralizado será utilizado para investimento em: computadores, impressora, móveis para escritório e fábrica, maquinários e equipamentos para produção.

### 3.6 ANÁLISE DE MERCADO

#### 3.6.1 Análise dos Clientes

Pelo produto ser um produto saudável e nutritivo, que será inserido no mercado de varejo e atacado, os clientes podem ser pessoas físicas ou jurídicas.

Diante da pesquisa realizada pode ser observado que a faixa etária estimada é de 16 a 25 anos, sendo essas pessoas consumidores por se preocupar mais com a saúde e uma alimentação saudável, buscando qualidade de vida para si e sua família, podendo ser pessoas de vários níveis de classe social, por ser um produto de valor acessível. De acordo com a pesquisa o produto poderá ser encontrado e aceito em um raio de até 70 km sendo de Tupã à Marília, onde será vendido para empresas do ramo alimentícios que serão os clientes de revenda, onde será vendido em seus estabelecimentos, sendo empresas parceiras de mercado e negociação.

A pesquisa demonstra que a casquinha de sorvete será consumida com mais frequência nos finais de semanas, onde a busca tende a ser maior, pois as famílias procuram realizar um lazer com um produto de qualidade e saboroso, mesmo que apresentem um valor superior ao de costume.

As Casquinhas e Cores terá a sua comunicação com os seus clientes e consumidores através de redes sociais como: Facebook, WhatsApp, E-mail e ainda seus representantes comerciais.

## 3.6.2 Análise dos Concorrentes

	<b>Qualidade do Produto/ Serviço</b>	<b>Preço</b>	<b>Condições de Pagamento</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Serviços Oferecidos</b>
<b>Sorveteria Limão Doce</b>	Bom	R\$ 3,50	À vista	Regular	Sorvetes em variados recipientes, chicletes, balas, guloseimas e bebidas não alcoólicas
<b>Palácio dos Sorvetes</b>	Bom	R\$ 3,00	À vista	Bom	Sorvetes em variados recipientes, chicletes, balas, guloseimas e bebidas não alcoólicas
<b>Chiquinho Sorvetes</b>	Bom	R\$2,00	À vista/Cartão	Regular	Sorvetes em variados recipientes, chicletes, balas, guloseimas e bebidas não alcoólicas
<b>Sorveteria Cristal Azul</b>	Bom	R\$2,50	À vista	Bom	Sorvetes em variados recipientes, chicletes, balas, guloseimas e bebidas não alcoólicas
<b>Sorveteria Eskimó (Pote)</b>	Bom	R\$8,00 1,5kg	À vista/Cartão	Regular	Sorvetes em variados recipientes em Kg.

É possível analisar que a concorrência oferece produtos de boa qualidade e bom preço, foi observado que alguns concorrentes tem a necessidade de melhoria no atendimento para satisfação dos seus clientes.

A empresa Casquinhas e Cores ela tem um produto de qualidade pois contará com produtos nutritivos, para aquelas pessoas que se preocupam com a saúde, é um produto saudável terá uma opção de casquinhas coloridas é um atrativo para o público infantil.

## 3.6.3 Análise dos Fornecedores

<b>Ordem</b>	<b>Nome do Fornecedor</b>	<b>Descrição do Item</b>	<b>Preço</b>	<b>Condições de Pagamento</b>	<b>Prazo de Entrega</b>	<b>Localização de Fornecedor</b>
1	Fruto Forte	Polpa de abacaxi	R\$ 15,77	À vista/ Cartão 30 dias	7 dias	Oswaldo Cruz
2	Fruto Forte	Polpa de limão	R\$ 12,77	À vista/ Cartão 30 dias	7 dias	Oswaldo Cruz
3	Fruto Forte	Polpa de maracujá	R\$ 19,97	À vista/ Cartão 30 dias	7 dias	Oswaldo Cruz
4	Fruto Forte	Polpa de morango	R\$ 14,97	À vista/ Cartão 30 dias	7 dias	Oswaldo Cruz
5	Atacadão	Farinha de trigo Rosa Branca 5kg	R\$ 10,29	Cartão à débito/ À vista	Não faz entrega	Marília
6	Atacadão	Farinha de trigo Suprema 25kg	R\$ 39,90	Cartão à débito/ À vista	Não faz entrega	Marília
7	Atacadão	Farinha de trigo Corina 25kg	R\$ 37,90	Cartão à débito/ À vista	Não faz entrega	Marília
8	Atacadão	Farinha de trigo Nita 25kg	R\$ 54,50	Cartão à débito/ À vista	Não faz entrega	Marília
9	Nova Safra	Farinha de arroz Tio João sem glúten e sem lactose 1 kg	R\$ 5,84	À vista/ Cartão/ Prazo	3 dias	Minas Gerais
10	Nova Safra	Farinha de aveia Natureza Viva 500 gramas	R\$ 4,24	À vista/ Cartão/ Prazo	3 dias	Minas Gerais
11	Zona Cerealista	Farinha sem Glúten 500	R\$ 9,99	À vista/ Cartão/ Prazo	3 dias a partir do	São Paulo

		gramas			pagamento	
12	Zona Cerealista	Farinha de Aveia 220 gramas	R\$ 11,99	À vista/ Cartão/ Prazo	3 dias a partir do pagamento	São Paulo
13	Zona Cerealista	Farinha de arroz 1 kg	R\$ 6,99	À vista/ Cartão/ Prazo	3 dias a partir do pagamento	São Paulo
14	Atacadão	Açúcar refinado Caravelas1kg (fardo 10 unid.)	R\$14,50	Cartão à débito/ À vista	Não faz entrega	Marília
15	Atacadão	Margarina Amélia 15kg	R\$ 48,90	Cartão à débito/ À vista	Não faz entrega	Marília
16	Atacadão	Margarina Soya 15kg	R\$ 48,90	Cartão à débito/ À vista	Não faz entrega	Marília
17	Atacadão	Margarina Coamo 15kg	R\$ 58,90	Cartão à débito/ À vista	Não faz entrega	Marília
18	Atacadão	Margarina Sina 15kg	R\$ 53,80	Cartão à débito/ À vista	Não faz entrega	Marília
19	Atacadão	Ovo Joframa (6x30 unid.	R\$ 42,90	Cartão à débito/ À vista	Não faz entrega	Marília

### 3.7 PLANO DE MARKETING

#### 3.7.1 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

A Casquinha e Cores elabora e produz casquinhas de sorvetes nutricionais e saudáveis com vários sabores e cores, tendo como objetivo vender produtos com qualidade, atendendo a satisfação e priorizando o bem-estar e saúde dos seus consumidores. Sendo uma revendedora e distribuidora de seus produtos, através de representantes comerciais e realizará também vendas em sua loja física.

Os clientes poderão utilizar os diversos canais de comunicação como: Facebook, WhatsApp, E-mail e ainda seus representantes comerciais.

Ao realizar a compra através de representantes comerciais, será exigido o cadastro completo do cliente no sistema informatizado, para facilitar as vendas e contatos futuros, com o objetivo de fidelizar o cliente, realizando vendas semanais, enviando a estes, promoções e descontos através de e-mail, pois quanto maior nossa relação com o cliente mais descontos o mesmo poderá obter.

#### 3.7.2 Preço

##### **Cardápio: Casquinhas e Cores**

Sabores	Preço
Casquinha de Abacaxi	R\$ 1,02
Casquinha de Limão	R\$ 1,00
Casquinha de Maracujá	R\$ 1,03
Casquinha de Morango	R\$ 1,02

#### 3.7.3 Estratégias Promocionais

A empresa Casquinhas e Cores têm como estratégia promocional, descontos e promoções durante o mês que o cliente faz aniversário.

A partir do cadastro do cliente iremos sempre mandar através de e-mail, WhatsApp, novidades e promoções.

A Casquinhas e Cores irá utilizar rádio, folhetos, internet, redes sociais para a divulgação dos seus produtos, para ter uma maior abrangência para atingir novos clientes.

#### 3.7.4 Estrutura de Comercialização

A comercialização dos produtos será através de vendedores externos como representantes comerciais aonde eles vão as sorveterias vender o produto e também vendedores internos venda através de balcão.

**Pré-venda:** Será feita através de encomendas ou vendas através de representantes comerciais, possibilitando que o cliente compre com antecedência as casquinhas.

**Venda:** Atender os clientes com simpatia, com uma comunicação clara sempre expressando o objetivo do produto, para que o cliente fique satisfeito.

**Pós-Venda:** Vender seus produtos para sorveterias que também tem como objetivo vender produtos com qualidade, atendendo a satisfação do consumidor final.

**Atendimento ao cliente:** Deixar o cliente a vontade, demonstrando as características do produto, os benefícios que ele oferece, para que o cliente fique satisfeito com o atendimento, deixando uma boa imagem da empresa.

### 3.7.5 Localização da Empresa

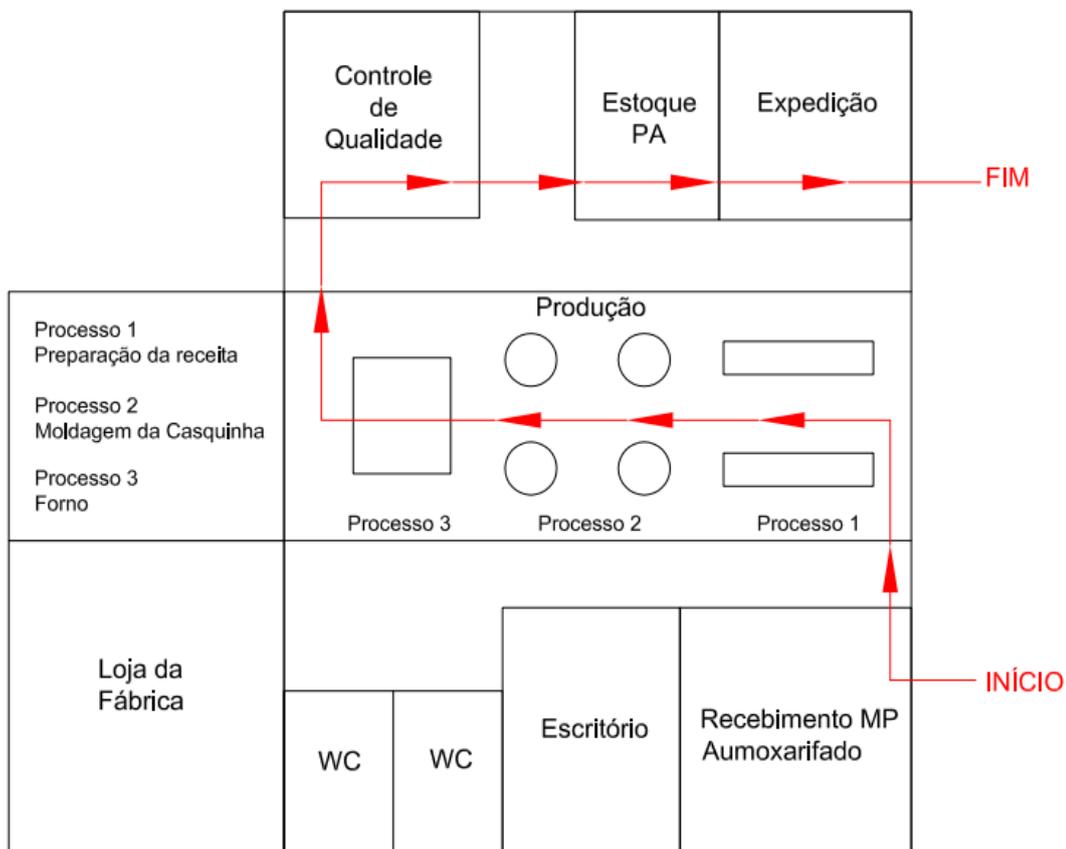
Endereço da Empresa: Avenida Empresário Guerino Ferrari N° 880	
Bairro: Parque Industrial II	Cidade/Estado: Tupã/SP
Telefone/Fax: (14) 3491-2258	

A empresa Casquinhas e Cores está localizada em Tupã/SP, para facilitar o fornecimento das casquinhas nas cidades das regiões de Marília à Tupã, num raio de 70 Km, diminuindo o custo, o tempo de entrega será mais rápido por causa da localização.

## 3.8 PLANO DE OPERACIONAL

### 3.8.1 Layout ou Arranjo Físico

**Figura 1-** Layout da Empresa



Relação de equipamentos de proteção individual e coletivo que deverão ser aplicados aos ambientes de trabalho:

### EPI- Produção:

**Figura 2-** Luva Nitrílica



Fonte: <https://www.superepi.com.br/luva-nitrilica-sensiflex-ultra-29cm-caixa-50-unidades-p64/>

**EPI:**

**Figura 3- - Luva Térmica**



Fonte: <http://www.equipamentodeprotecaoindividual.com/epi/alta-temperatura/luva-termica-epi>

**EPI:**

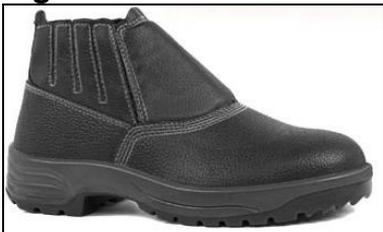
**Figura 4- Luva**



Fonte: <http://www.equipamentodeprotecaoindividual.com/epi/luvas-de-protecao/epis-de-protecao-luvas-tricotadas>

**EPI:**

**Figura 5- Botina**



Fonte: <https://www.superepi.com.br/botina-com-bico-de-pvc-fujiwara-usafe-ca-28509-p445/>

**EPI:**

**Figura 6- Máscara**



Fonte: <https://www.epi-tuiuti.com.br/produtos/mascaras-de-protecao/>

**EPI:**

**Figura 7- Touca**



Fonte: <https://www.epibrasil.com.br/touca-descartavel-branca-100-unidades-spd09962-p6376/>

**EPI:**

**Figura 8- Protetor Auricular**



Fonte: <https://www.superepi.com.br/protetor-auricular-de-silicone-tipo-plug-dystray-15-db-ca-29847-p395>

**EPI:**

**Figura 9- Avental**



Fonte: <https://www.fg.com.br/epi/avental?map=c,c>

**EPI:**

**Figura 10- Uniforme**



Fonte: <https://foodsafetybrazil.org/industria-de-alimentos-uniformes-para-todos/>

## **Produção/ Administrativo**

**EPC:**

**Figura 11- Extintor**



Fonte: <https://www.raextintores.com.br/extintor-para-van-escolar-pqs-4-kg-abc-a-base-de-troca>

## Produção

EPC:

Figura 12- Placa de Segurança



Fonte: <https://digimetta.com.br/empresa-placas-sinalizacao/produto/placas-de-seguranca-no-trabalho/placa-uso-de-epi.htm>

EPC:

Figura 13- Placa perigo choque elétrico



Fonte: <https://segurancadotrabalhonwn.com/seguranca-nos-servicos-com-eletricidade-dds/>

EPC:

Figura 14- Placa de sinalização



Fonte: <https://segurancadotrabalhonwn.com/seguranca-nos-servicos-com-eletricidade-dds/>

EPC:

**Figura 15-** Corrimão de mão



Fonte: [http://www.amipao.com.br/pdf/cartilha\\_regulamentadora\\_nr12.pdf](http://www.amipao.com.br/pdf/cartilha_regulamentadora_nr12.pdf)

EPC:

**Figura 16-** Placa de sinalização



Fonte: <https://aquitemplacas.com.br/produtosCategoria.php?c=placa-identificacao-de-andares>

### 3.8.2 Capacidade Produtiva

Neste estabelecimento terá uma carga horária de 8 horas, e os pedidos as serem faturados terão lote mínimo 1500 sendo 5 caixas com 300 unidades. Na loja da fábrica, atingimos uma demanda de 100 unidades por dia em período de alto fluxo.

### 3.8.3 Necessidade de Pessoal

<b>Cargo</b>	<b>Função</b>	<b>Qualificação Necessária</b>
<b>Balconista</b>	Atender os clientes	Ensino médio completo, sem experiência na função de balconista, tenha conhecimento em informática
<b>Faxineira</b>	Responsável pela limpeza do local	Ensino médio completo
<b>Auxiliar de</b>	Ajudar na	Ensino médio completo, ser responsável

<b>produção</b>	produção das casquinhas	naquilo que está fazendo, organização
<b>Vendedor externo</b>	Responsável pela venda das casquinhas nos estabelecimentos de sorveterias	Ensino médio completo, com experiência na área de vendas, tenha uma boa comunicação
<b>Motorista</b>	Responsável pelo transporte das casquinhas as sorveterias	Ensino médio completo, com experiência na área e ser habilitado na categoria A à D

### 3.9 INVESTIMENTOS

#### 3.9.1 Investimentos

	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>QUANTIDADE</b>	<b>VALOR UNITÁRIO</b>	<b>TOTAL</b>
1	Carro armazém	2	R\$144,00	R\$ 288,00
2	Freezer	2	R\$1.350,00	R\$2.700,00
3	Prateleira	10	R\$105,00	R\$210,00
4	Geladeira	1	R\$890,00	R\$1.780,00
5	Máquina para Casquinha MCSS	4	R\$ 2.332,87	R\$ 9.331,48
6				
	Total de investimentos fixos			R\$ 14.309,48

### 3.10 PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO

#### 3.10.1. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa

<b>ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA</b>			
<b>Produto</b>	<b>Quantidade (Estimativa de Vendas)</b>	<b>Preço de Venda Unitário (em R\$)</b>	<b>Faturamento Total (em R\$)</b>
1- Casquinha de Abacaxi	10.560	1,03	10.771,20
2- Casquinha de Limão	10.560	1,00	10.560,00
3- Casquinha de Maracujá	10.560	1,03	10.876,80
4- Casquinha de Morango	10.560	1,02	10.771,20

<b>TOTAL</b>	<b>42.240,00</b>	<b>4,08</b>	<b>42.979,20</b>
--------------	------------------	-------------	------------------

R\$ 42.979,20\*12= R\$ 515.750,40

R\$ 515.750,40\* 10,00%= R\$ 51.575,04

Tirando a parcela a deduzir: R\$ 51.575,04- R\$ 13.860,00= 37.715,04

Alíquota efetiva= R\$ 37.715,04/515.750,40=7,31%

### 3.10.2 Estimativa do Custo Unitário Variável para cada Produto

#### Casquinha de Abacaxi

<b>Produtos</b>	<b>gr/ml</b>	<b>Valor do Produto</b>	<b>Valor de custo unitário</b>
Polpa de abacaxi	3,33	R\$ 2,43	R\$ 0,08
Farinha de aveia	8,33	R\$ 5,40	R\$ 0,04
Açúcar mascavo	5	R\$ 6,35	R\$ 0,03
Margarina	4,17	R\$ 3,25	R\$ 0,01
Água	8,33	R\$ 0,60	R\$ 0,01
<b>Total</b>			<b>R\$ 0,17</b>

**Custo variável total mensal:**

10.560\*0,17= R\$ 1.795,00

#### Casquinha de Limão

<b>Produtos</b>	<b>gr/ml</b>	<b>Valor do Produto</b>	<b>Valor de custo unitário</b>
Polpa de Limão	3,33	R\$ 2,43	R\$ 0,08
Farinha sem glúten	8,33	R\$ 5,00	R\$ 0,04
Açúcar refinado	5	R\$ 1,45	R\$ 0,01
Margarina	4,17	R\$ 3,25	R\$ 0,01
Água	8,33	R\$ 0,60	R\$ 0,01
<b>Total</b>			<b>R\$ 0,15</b>

**Custo variável total mensal:**

10.560\*0,15= R\$ 1.584,00

#### Casquinha de Morango

<b>Produtos</b>	<b>gr/ml</b>	<b>Valor do Produto</b>	<b>Valor de custo unitário</b>
Polpa de Morango	3,33	R\$ 2,43	R\$ 0,08
Farinha de aveia	8,33	R\$ 5,40	R\$ 0,04

Açúcar mascavo	5	R\$ 6,35	R\$ 0,03
Margarina	4,17	R\$ 3,25	R\$ 0,01
Água	8,33	R\$ 0,60	R\$ 0,01
<b>Total</b>			R\$ 0,17

**Custo variável total mensal:**

10.560\*0,17= R\$ 1.795,00

**Casquinha de Maracujá**

Produtos	gr/ml	Valor do Produto	Valor de custo unitário
Polpa de Maracujá	3,33	R\$ 3,47	R\$ 0,12
Farinha de arroz	8,33	R\$ 6,99	R\$ 0,06
Açúcar refinado	5	R\$ 1,45	R\$ 0,01
Margarina	4,17	R\$ 3,25	R\$ 0,01
Água	8,33	R\$ 0,60	R\$ 0,01
<b>Total</b>			R\$ 0,21

**Custo variável total mensal:**

10.560\*0,21=R\$ 2.217,00

**Custo Variável Mensal**

Item	Valor
Casquinha de Abacaxi	1.795,00
Casquinha de Limão	1.584,00
Casquinha de Morango	1.795,00
Casquinha de Maracujá	2.217,00
<b>Total</b>	7.391,00

**3.10.3 Estimativa dos Custos Fixos Mensais da Empresa**

FUNÇÃO	QT	SALÁRIO MENSAL	(%) DE ENCARGOS SOCIAIS	ENCARGOS SOCIAIS R\$	TOTAL R\$
Balconista	1	R\$1237,00	8%	R\$98,96	R\$1335,96
Faxineira	1	R\$1082,00	8%	R\$86,56	R\$1168,56
Aux. De produção	2	R\$1588,00	8%	R\$127,04	R\$1715,04
Vendedor Externo	1	R\$2614,00	8%	R\$209,12	R\$2823,12
Motorista	1	R\$1708,00	8%	R\$136,64	R\$1844,64

<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>R\$8829,00</b>	<b>-</b>	<b>R\$658,32</b>	<b>R\$8.887,32</b>
--------------	----------	-------------------	----------	------------------	--------------------

<b>CUSTOS FIXOS</b>	
<b>Custos</b>	<b>Valores</b>
Aluguel	R\$ 2.000,00
Salários (salário + encargos)	R\$ 8.887,32
IPTU (mensal)	R\$ 150,00
Material de Escritório	R\$ 100,00
Material de Limpeza	R\$ 200,00
Escritório de Contabilidade	R\$ 1.500,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 500,00
Pró-labore	R\$ 7.000,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 16.230,00</b>

#### 3.10.4 Margem de Contribuição Unitária

##### Produto 1: CASQUINHA DE ABACAXI

<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b>	
<b>Custos</b>	<b>Valores</b>
Receita Total (preço de venda)	R\$ 1,02
Custos variáveis unitários	R\$ 0,17
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>R\$ 0,85</b>

##### Produto 2: CASQUINHA DE LIMÃO

<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b>	
<b>Custos</b>	<b>Valores</b>
Receita Total (preço de venda)	R\$ 1,00
Custos variáveis unitários	R\$ 0,15
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>R\$ 0,85</b>

##### Produto 3: CASQUINHA DE MARACUJÁ

<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b>	
<b>Custos</b>	<b>Valores</b>
Receita Total (preço de venda)	R\$ 1,03
Custos variáveis unitários	R\$ 0,21
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>R\$ 0,82</b>

**Produto 4: CASQUINHA DE MORANGO**

<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b>	
<b>Custos</b>	<b>Valores</b>
Receita Total (preço de venda)	R\$ 1,02
Custos variáveis unitários	R\$ 0,17
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>R\$ 0,85</b>

## 3.10.5 – Estimativa dos custos de comercialização

<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>%</b>	<b>FATURAMENTO ESTIMADO</b>	<b>CUSTO TOTAL (R\$)</b>
<b>1. IMPOSTOS</b>			
Simplex	7,31%	R\$ 42.979,20	R\$ 3.141,77
<b>SUBTOTAL 1</b>			<b>R\$ 3.141,77</b>
<b>2. GASTOS COM VENDAS</b>			
Comissões	5%	R\$ 42.979,20	R\$ 2.148,96
Propaganda	3%	R\$ 42.979,20	R\$ 1.289,37
<b>SUBTOTAL 2</b>			<b>R\$ 3.438,33</b>
<b>TOTAL (1+2)</b>			<b>R\$ 6.580,10</b>

**3.10.6 Custo total**

## 3.10.6.1 Custo total unitário

**CASQUINHA DE ABACAXI**

<b>Itens</b>	<b>Valor</b>
Custo variável unitário	R\$ 0,17
Custo fixo unitário (dividir o custo fixo total pelas unidades produzidas)	R\$ 0,38
Custo de comercialização unitário (custo de comercialização dividido pela quantidade produzida)	R\$ 0,15
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 0,70</b>

**CASQUINHA DE LIMÃO**

<b>Itens</b>	<b>Valor</b>
Custo variável unitário	R\$ 0,15
Custo fixo unitário (dividir o custo fixo total pelas unidades produzidas)	R\$ 0,38
Custo de comercialização unitário (custo de comercialização dividido pela quantidade produzida)	R\$ 0,15
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 0,68</b>

**CASQUINHA DE MARACUJÁ**

<b>Itens</b>	<b>Valor</b>
Custo variável unitário	R\$ 0,21
Custo fixo unitário (dividir o custo fixo total pelas unidades produzidas)	R\$ 0,38
Custo de comercialização unitário (custo de comercialização dividido pela quantidade produzida)	R\$ 0,15
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 0,74</b>

**CASQUINHA DE MORANGO**

<b>Itens</b>	<b>Valor</b>
Custo variável unitário	R\$ 0,17
Custo fixo unitário (dividir o custo fixo total pelas unidades produzidas)	R\$ 0,38
Custo de comercialização unitário (custo de comercialização dividido pela quantidade produzida)	R\$ 0,15
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 0,70</b>

## 3.10.6.1.1 Preço de venda unitário

**Casquinha de Abacaxi**

<b>Item</b>	<b>Valores</b>
-------------	----------------

Custo total unitário	R\$ 0,70
Margem de Lucro %	R\$ 47 %
<b>Total:</b>	R\$ 1,03

### CASQUINHA DE LIMÃO

Item	Valores
Custo total unitário	R\$ 0,68
Margem de Lucro %	R\$ 47 %
<b>Total:</b>	R\$ 1,00

### CASQUINHA DE MORANGO

Item	Valores
Custo total unitário	R\$ 0,70
Margem de Lucro %	R\$ 45 %
<b>Total:</b>	R\$ 1,02

### CASQUINHA DE MARACUJÁ

Item	Valores
Custo total unitário	R\$ 0,74
Margem de Lucro %	R\$ 39 %
<b>Total:</b>	R\$ 1,03

#### 3.10.6.2 Custo total dos itens

### CASQUINHA DE ABACAXI

Descrição	R\$	Quantidade Mensal	Total/ mês
Custo total com materiais diretos	0,17	10.560,00	1.795,20
Custo de comercialização total	0,15	10.560,00	1.584,00
Custos fixos totais	0,38	10.560,00	4.012,80
<b>Custo total</b>	<b>0,70</b>	<b>31.680,00</b>	<b>7.392,00</b>

**CASQUINHA DE LIMÃO**

<b>Descrição</b>	<b>R\$</b>	<b>Quantidade Mensal</b>	<b>Total/ mês</b>
Custo total com materiais diretos	0,15	10.560,00	1.584,00
Custo de comercialização total	0,15	10.560,00	1.584,00
Custos fixos totais	0,38	10.560,00	4.012,80
<b>Custo total</b>	<b>0,68</b>	<b>31.680,00</b>	<b>7.180,80</b>

**CASQUINHA DE MORANGO**

<b>Descrição</b>	<b>R\$</b>	<b>Quantidade Mensal</b>	<b>Total/ mês</b>
Custo total com materiais diretos	0,17	10.560	1.795,20
Custo de comercialização total	0,15	10.560	1.584,00
Custos fixos totais	0,38	10.560	4.012,80
<b>Custo total</b>	<b>0,67</b>	<b>31.680,00</b>	<b>7.392,00</b>

**CASQUINHA DE MARACUJÁ**

<b>Descrição</b>	<b>R\$</b>	<b>Quantidade Mensal</b>	<b>Total/ mês</b>
Custo total com materiais diretos	0,21	10.560	2.217,60
Custo de comercialização total	0,15	10.560	1.584,00
Custos fixos totais	0,38	10.560	4.012,80
<b>Custo total</b>	<b>0,74</b>	<b>31.680,00</b>	<b>7.814,40</b>

**Custo Total**

<b>Item</b>	<b>Valor</b>
Casquinha de Abacaxi	7.392,00
Casquinha de Limão	7.180,80
Casquinha de Morango	7.392,00
Casquinha der Maracujá	7.814,40

<b>Total</b>	29.779,20
--------------	-----------

### 3.10.7 Demonstrativo de resultados

ITENS	DESCRIÇÃO	R\$	(%)
	Receita total com vendas	42.979,20	100
	(-) Custos totais	29.779,20	69,29
	<b>LUCRO DO PERÍODO</b>	<b>13.200,00</b>	<b>30,71</b>

### 3.10.8 Ponto de Equilíbrio

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{42.979,20 - 7.391,00}{42.979,20}$$

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = 35.588,20 / 42.979,20 = 0,83$$

$$\text{PE (Ponto de Equilíbrio)} = \frac{16.230,00}{0,83}$$

$$\text{PE} = \text{R\$ } 19.554,22$$

Ou seja, no mês para não ter nem lucro nem prejuízo a empresa precisa vender/faturar R\$ 19.554,22. Acima disso passa a ter lucro.

Isso quer dizer que é necessário que a empresa tenha uma receita total de R\$35.588,20 ao ano para cobrir todos os seus custos.

## 3.11 INDICADORES FINANCEIROS

### 3.11.1 Lucratividade

É um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado à sua competitividade. Se sua empresa possui uma boa lucratividade, ela apresentará maior capacidade de competir, isso porque poderá realizar mais investimentos em

divulgação, na diversificação dos produtos e serviços, na aquisição de novos equipamentos, etc.

$$\text{Lucratividade Mensal} = 13.200,00 / 42.979,20 \times 100 = 30,71\%$$

Lucratividade Anual=

515.750,40 Receita total/ ano

158.400,00 Lucro Líquido/ ano

$$158.400,00 / 515.750,40 = 0,307 \times 100 = 30,71\%$$

Isso quer dizer que sob os R\$ 515.750,40 de receita total “sobram” R\$ 158.400,00 na forma de lucro, depois de pagas todas as despesas e impostos, o que indica uma lucratividade de 30,71 % ao ano.

### 3.11.2 Rentabilidade

É um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo (mês ou ano). É calculada através da divisão do lucro líquido pelo investimento total. A rentabilidade deve ser comparada com índices praticados no mercado financeiro.

Lucro Líquido= 13.200,00

Investimento Total= 14.309,48

$$\text{Rentabilidade} = \frac{13.200,00}{14.309,48} \times 100 = 92,24 \% \text{ ao ano}$$

Isso significa que, a cada ano, o empresário recupera 92,24 % do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.

### 3.11.3 Prazo de retorno do investimento

Assim como a rentabilidade, também é um indicador de atratividade. Indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu em seu negócio.

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = 14.309,48 / 13.200,00 = 1,08 \text{ mês}$$

Isso significa que, em aproximadamente 1 mês após o início das atividades da empresa, o empreendedor terá recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastou com a montagem do negócio.

### 3.12 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

	<b>Fatores Internos (Controláveis)</b>	<b>Fatores Externos (Incontroláveis)</b>
<b>Pontos Fortes</b>	<b>Forças</b> Qualidade; Produto diferenciado; Preço acessível; Variedades de sabores; Mão de obra qualificada;	<b>Oportunidades</b> Tendência de mercado; Crescimento de franquias; Novas tecnologias que podem ser ofertadas; Satisfação dos clientes;
<b>Pontos Fracos</b>	<b>Fraquezas</b> Falta de experiência; Falta de recursos para investimentos em marketing no início do negócio;	<b>Ameaças</b> Fiscalização de local; Certificação do produto; Economia instável; Incerteza de aceitação do produto no mercado;

Conclui-se que através da análise SWOT da empresa os pontos fortes se sobressaem sobre os pontos fracos, no entanto alguns pontos fracos necessitam de uma atenção imediata, pois podem atrapalhar o desenvolvimento da empresa. Fazer um produto com uma ótima qualidade é o principal objetivo, pois utilizará produtos de qualidade, para satisfazer os clientes. Um produto diferenciado novo surgindo no mercado, surge a incerteza de aceitação do produto pelas pessoas. A falta de experiência no ramo e recursos nos investimentos pode prejudicar a empresa no começo para que ela avance, torne uma franquia no futuro.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas pesquisas realizadas o empreendimento é bem aceito pelos possíveis consumidores podendo ser esses, crianças e/ou adulto não tendo idade, trazer um produto nutritivo de qualidade com benefícios à saúde é o objetivo das Casquinhas e Cores.

O diferencial na cadeia produtiva é uma inovação de melhoria no produto trazendo uma variedade de sabores e cores, sendo composto por produtos que estão cada vez mais em evidencia no mercado nutritivo e conquistando o paladar para quem tem uma escolha de vida saudável.

Para a abertura da empresa, os sócios integralizaram o capital social no valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), para iniciar as atividades e investir futuramente no crescimento da empresa, obtendo um lucro de R\$ 13.200,00 (treze mil e duzentos reais) mensais.

Diante do cenário apresentado estima, que o retorno do investimento de R\$ 14.309,48 (quatorze mil e trezentos e nove reais e quarenta e oito centavos) será aproximadamente, no período de 01 (um) mês, sendo assim, demonstra que mesmo terá um retorno imediato do valor investido.

É possível visualizar que o empreendimento é seguro para iniciar suas atividades comerciais, ou seja, pode ser uma grande oportunidade de negócio além dos benefícios que proporciona a seus consumidores.

É considerável afirmar que o produto estará disponível com facilidade aos consumidores que visam prioridade na saúde quando buscam momentos de lazer e bem-estar, já que a busca por crescimento no mercado e a conquista cada vez mais de parcerias, é a melhor maneira de realizar essa inovação chamada Casquinhas e Cores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Avental. **Ferramentas Gerais**. Disponível em:

⟨<https://www.fg.com.br/epi/avental?map=c,c>⟩ Acesso em: 26 set. 2019

BALLOU, H.R. **Logística Empresarial**. 1. ed. São Paulo. Atlas, 2010. p.96 e 97

BALLOU, H. R. **Logística Empresarial**. 1. ed. São Paulo. Atlas,2010. p. 94

Botina com Bico de PVC Fujiwara. **Super EPI**. Disponível em: <

<https://www.superepi.com.br/botina-com-bico-de-pvc-fujiwara-usafe-ca-28509-p445/>⟩

Acesso em: 26 set. 2019

Cartilha básica para atendimento de alguns requisitos das normas regulamentadoras NR06, NR8, NR9, NR12, NR17, NR23 E NR24. **Sistema FIEMG**. Disponível em:

⟨[http://www.amipao.com.br/pdf/cartilha\\_regulamentadora\\_nr12.pdf](http://www.amipao.com.br/pdf/cartilha_regulamentadora_nr12.pdf)⟩ Acesso em: 26 set. 2019

EPIS de Proteção Luvas Tricotadas. **R3EPI**. Disponível em:

⟨<http://www.equipamentodeprotecaoindividual.com/epi/luvas-de-protecao/epis-de-protecao-luvas-tricotadas>⟩ Acesso em: 26 set. 2019

Extintores reconicionados. **R&A Extintores**. Disponível em:

⟨<https://www.raextintores.com.br/extintor-para-van-escolar-pqs-4-kg-abc-a-base-de-troca>⟩ Acesso em: 26 set. 2019

FARIA, D. C. A.; COSTA, D.G.F.D.M. **Gestão de Custos logísticos**. 1.ed. São Paulo. Atlas,2009. p. 99

FILHO, C.V.J.; MARTINS, S. R. **Gestão Logística do Transporte de Cargas**. 1. Ed. São Paulo. Atlas, 2009. p. 15

Luva Térmica EPI. **R3EPI**. Disponível em:

⟨<http://www.equipamentodeprotecaoindividual.com/epi/alta-temperatura/luva-termica-epi>⟩ Acesso em: 26 set. 2019

Luva Nitrílica Sensiflex Ultra. **Super EPI**. Disponível em:

⟨<https://www.superepi.com.br/luva-nitrilica-sensiflex-ultra-29cm-caixa-50-unidades-p64/>⟩ Acesso em: 26 set. 2019

Máscaras de Proteção. **Tuiuti**. Disponível em: < [https://www.epi-](https://www.epi-tuiuti.com.br/produtos/mascaras-de-protecao/)

[tuiuti.com.br/produtos/mascaras-de-protecao/](https://www.epi-tuiuti.com.br/produtos/mascaras-de-protecao/)⟩ Acesso em: 26 set. 2019

Placas. **Aqui tem placas**. Disponível em:

⟨<https://aquitemplacas.com.br/produtosCategoria.php?c=placa-identificacao-de-andares>⟩ Acesso em: 26 set. 2019

Placas de Sinalização e Segurança. **Digimetta**. Disponível em: <<https://digimetta.com.br/empresa-placas-sinalizacao/produto/placas-de-seguranca-no-trabalho/placa-uso-de-epi.htm>> Acesso em: 26 set. 2019

Protetor Auricular de Silicone Tipo Plug. **Super EPI**. Disponível em: <<https://www.superepi.com.br/protetor-auricular-de-silicone-tipo-plug-dystray-15-db-ca-29847-p395>> Acesso em: 26 set. 2019

ROCHA, D. A. **Empresas e clientes**. São Paulo. Atlas,2000. p.161

Segurança nos serviços com eletricidade. **Segurança do trabalho**. Disponível em: <<https://segurancadotrabalhonwn.com/seguranca-nos-servicos-com-eletricidade-dds/>> Acesso em: 26 set. 2019

SCHERER, A.; HERZOG, A.L.; **Brasil é o quarto maior mercado para produtos saudáveis**. Negócios, 2015. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/revista-exame/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-para-produtos-saudaveis/>> Acesso em: 15 mai. 2019

Touca Descartável Branca. **EPI Brasil**. Disponível em: <<https://www.epibrasil.com.br/touca-descartavel-branca-100-unidades-p6376/>> Acesso em: 26 set. 2019

Uniforme para fábrica de alimentos. Food Safety Brasil. Disponível em: <<https://foodsafetybrazil.org/industria-de-alimentos-uniformes-para-todos/>> Acesso em: 26 set. 2019

**APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL  
SOCIEDADE LIMITADA**

**CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA CASQUINHAS E CORES**

Anna Carla dos Santos, Brasileira, natural de Tupã-SP, solteira, nascida em 21 de outubro de 1989, Estudante, CPF: 377.339.899-09, RG: 46.191.341-0 SSP/SP, Residente na Rua Cherentes, 1815, Centro, Tupã-SP, 17600-090.

Jaqueline Lourenço Leme, Brasileira, natural de Tupã-SP, Solteira, nascida em 21 de junho de 1998, Estudante, CPF: 463.768.758-66, RG: 56.874.149-3 SSP/SP, Residente na Rua Antônio Alves Timóteo Valadão, 144, Nova Quintana, Quintana-SP, 17670-000.

Lauro de Jesus Silva, Brasileiro, natural de Pompéia-SP, Solteiro, nascido em 17 de agosto de 1987, Estudante, CPF: 589.476.132-59, RG: 89.142.687-1 SSP/SP, Residente na Avenida Marília, 1253, Campante, Quintana-SP, 17670-000.

Lorrane Gonçalves Leme, Brasileira, natural de Tupã-SP, solteira, nascida em 31 de maio de 1994, Estudante, CPF: 651.325.498-21, RG: 41.984.539-8 SSP/SP, Residente na Avenida Marília, 1253, Campante, Quintana-SP, 17670-000.

Milton Paulo da Silva, Brasileiro, natural de Pompéia-SP, Solteiro, nascido em 02 de setembro de 1988, Pedreiro, CPF: 731.610.988-12, RG: 34.190.452-6 SSP/SP, Residente na Rua Dom Pedro II, 653, Centro, Herculândia-SP, 17650-000.

Constituem uma sociedade ME, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Casquinhas e Cores e terá sede e domicílio na Avenida Empresário Guerino Ferrari, 880, Parque Industrial II, Tupã-SP, 17604-770.

2ª O capital social será R\$ 100.000,00 (cem mil reais), dividido em 5 (cinco) quotas de valor nominal R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Anna Carla dos Santos 1º quota R\$ 20.000,00

Jaqueline Lourenço Leme 2º quota R\$ 20.000,00

Lauro de Jesus Silva 3º quota R\$ 20.000,00

Lorrane Gonçalves Leme 4 º quota R\$ 20.000,00

Milton Paulo da Silva 5º quota R\$ 20.000,00

3ª O objeto será oferecer um produto (casquinhas) de boa qualidade.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 20 de janeiro de 2020 e seu prazo de duração é indeterminado.

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.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade caberá Anna Carla dos Santos com os poderes e atribuições de Auxiliar Administrativo e Financeiro 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.

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 apuradas.

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso.

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 “prolabore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12 Falecendo ou interditado 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 resolva em relação a seu sócio.

13 O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos 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.

14 Fica eleito o foro de Tupã-SP 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 3 vias.

Quintana-SP, 03 de outubro de 2019

\_\_\_\_\_  
Anna Carla dos Santos

\_\_\_\_\_  
Jaqueline Lourenço Leme

\_\_\_\_\_  
Lorrane Gonçalves Leme

\_\_\_\_\_  
Lauro de Jesus Silva

\_\_\_\_\_  
Milton Paulo da Silva

Visto: \_\_\_\_\_ (OAB/SP)  
Nome

**APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC  
PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

1- Qual a frequência que você vai à sorveteria?

- ) Nos finais de semana
- ) Mais de duas vezes na semana
- ) Uma vez na semana
- ) Nunca vou na sorveteria

2- Qual sua preferência de sorvete?

- ) Palito
- ) No copo
- ) Na casquinha
- ) Outros

3- Se fossem desenvolvidas casquinhas com sabores, qual a sua preferência?

(Escolha até três opções):

- ) Morango
- ) Maracujá
- ) Limão
- ) Abacaxi
- ) Uva
- ) Banana
- ) Laranja
- ) Manga
- ) Acerola
- ) Maçã

4- Por qual motivo você deixaria de consumir a casquinha de sorvete?

- ) Saúde
- ) Preço
- ) Qualidade do produto
- ) Outros

5- Você não consome produtos que na sua composição contém:

- ( ) Glúten
- ( ) Lactose
- ( ) Ovos
- ( ) Corante
- ( ) Não tenho restrição

6- Você deixaria de consumir uma casquinha de sorvete normal para consumir outra elaborada com produtos saudáveis?

- ( ) Sim, com certeza
- ( ) Sim, desde que seja tão saborosa quanto a outra
- ( ) Não, prefiro manter a convencional
- ( ) Não consumo casquinha

7- Qual sua idade?

- ( ) De 10 a 15 anos
- ( ) De 16 a 25 anos
- ( ) De 26 a 35 anos
- ( ) De 36 a 40 anos
- ( ) Acima de 40 anos

8- Qual cidade você mora?

- ( ) Tupã
- ( ) Herculândia
- ( ) Quintana
- ( ) Pompeia
- ( ) Marília
- ( ) Oriente
- ( ) Padre Nóbrega
- ( ) Paulópolis

9- Você deixaria de frequentar sua sorveteria favorita por outra que oferece um produto mais saudável?

- ( ) Sim, desde que o preço seja acessível
- ( ) Sim, desde que apresente a mesma qualidade em sabor
- ( ) Sim, procuro consumir cada vez mais produtos saudáveis
- ( ) Não, prefiro manter o consumo onde eu conheço
- ( ) Não, poderia ir conhecer, mas não trocaria

10- Qual seria sua sensação ao consumir um produto totalmente saudável e nutritivo, sabendo que ele não iria trazer nenhum perigo a sua saúde?

- ( ) Satisfação
- ( ) Felicidade
- ( ) Tranquilidade
- ( ) Otimismo
- ( ) Prazer
- ( ) Outros