

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB

Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA

Curso de Administração - CADM

**PLANO DE NEGÓCIOS DA EMPRESA CHICA PRETA ALIMENTOS  
NATURAIS**

LUCAS MARINHO DE MEDEIROS

João Pessoa

Outubro 2017

LUCAS MARINHO DE MEDEIROS

## **PLANO DE NEGÓCIOS DA EMPRESA CHICA PRETA ALIMENTOS NATURAIS**

Trabalho de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

**Professor:** Prof. Dr. Anielson Barbosa da Silva

João Pessoa

Outubro 2017

M488p Medeiros, Lucas Marinho de.

PLANO DE NEGÓCIOS DA EMPRESA CHICA PRETA ALIMENTOS  
NATURAIS / Lucas Marinho de Medeiros. – João Pessoa, 2017.  
64f.: il.

Orientador(a): Prof<sup>o</sup> Dr. Anielson Barbosa da Silva.

Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. Plano de Negócios. 2. Empresa. 3. Alimentação. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, aos meus pais, Rosa e João, meu irmão João Vitor e a minha namorada Ana Priscilla, que me apoiaram desde o início.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço esta, bem como todas as minhas demais conquistas aos meus amados pais, Rosa Rosângela Marinho de Medeiros e João Assis de Medeiros, por sempre estarem sempre presentes nesta jornada universitária e que são minhas inspirações de vida.

Agradeço também ao meu irmão, João Vitor Marinho de Medeiros, por ser uma pessoa prestativa e que eu posso contar para qualquer coisa.

Agradeço a minha namorada, Ana Priscilla Soares de Lima, por sempre está do meu lado, que de forma especial e carinhosa me deu força e coragem, me apoiando nos momentos de dificuldades.

Aos meus familiares que mesmo não interferindo no decorrer da caminhada universitária, sempre me apoiaram e quiseram o melhor para mim.

Ao meu orientador, Professor Doutor Anielson Barbosa, por me fazer não desistir da primeira cadeira de Trabalho de Conclusão de Curso, e sempre estando lá quando precisava de ajuda.

Aos meus companheiros de sala, por contribuírem ao decorrer do curso, dividindo alegrias e tristezas de todas as cadeiras do curso, por fazer essa caminhada mais legal.

## **EPÍGRAFE**

*"Para se ter sucesso, é necessário amar de verdade o que se faz. Caso contrário, levando em conta apenas o lado racional, você simplesmente desiste. É o que acontece com a maioria das pessoas." (Steve Jobs)*

## SUMÁRIO EXECUTIVO

A Chica Preta Alimentos Naturais é uma empresa do ramo de produtos naturais e integrais que tem por objetivo melhorar a alimentação de seus clientes, tendo como produto principal os pastéis integrais, os quais possuem mais de vinte sabores no cardápio, acarretando mais de oitenta e cinco por cento do seu faturamento mensal. Todavia, além desse produto, a empresa produz bolos, bolachas e patê de soja, como produtos integrais, como também coxinha, empada de batata doce e sanduíche natural, que completam a outra parcela do faturamento da Chica Preta.

A empresa é localizada na Avenida Expedicionários, 151, no bairro dos Expedicionários, um ponto comercial bastante movimentado durante o dia, pois localiza-se por trás de uma das avenidas mais movimentadas da cidade, a Epiácio Pessoa, a qual possui vários estabelecimentos ao seu redor e, conseqüentemente, há uma elevada quantidade de pessoas que passam em frente ao estabelecimento.

Uma estratégia adotada para a venda de produtos é oferecer uma promoção para quem compra em grande quantidade, concedendo desconto para os clientes e também a utilização do *instagram* e *facebook*, para melhor divulgação da marca.

A Chica Preta Alimentos Naturais tem um faturamento médio mensal de cerca de cem mil reais. O prazo para recuperar o dinheiro investido é de cinco meses. O plano de negócios tem como o objetivo a consolidação da empresa no mercado, visto que a empresa não possui esse documento e busca ter uma visão de toda a empresa.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Dados do empreendedor.....	14
Tabela 2- Indicadores .....	14
Tabela 3 - Capital Social .....	15
Tabela 4 - Localização.....	26
Tabela 5 - Necessidade de pessoal .....	29
Tabela 7 - Máquinas e equipamentos .....	29
Tabela 8 - Móveis e utensílios.....	30
Tabela 10 - Computadores.....	31
Tabela 11 - Estoque inicial .....	31
Tabela 12 - 1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas.....	32
Tabela 13 - 2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras .....	32
Tabela 14 - 3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque.....	32
Tabela 15 - 4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias .....	33
Tabela 16 - Caixa Mínimo.....	33
Tabela 17 - Capital de giro (Resumo) .....	34
Tabela 18 - Investimentos pré-operacionais.....	34
Tabela 19 - Investimento total .....	34
Tabela 20 - Fontes de recursos .....	35
Tabela 21 - Faturamento mensal .....	35
Tabela 22 - Faturamento total.....	37
Tabela 23- Produto 1 .....	38
Tabela 24 - Produto 2 .....	39
Tabela 25 - Produto 3 .....	39
Tabela 26 - Produto 4 .....	39
Tabela 27 - Produto 5 .....	40
Tabela 28 - Produto 6 .....	40
Tabela 29 - Produto 7 .....	40
Tabela 30 - Produto 8 .....	41
Tabela 31 - Produto 9 .....	41
Tabela 32 - Produto 10 .....	41
Tabela 33 - Produto 11 .....	42
Tabela 34 - Produto 12 .....	42
Tabela 35 - Produto 13 .....	42
Tabela 36 - Produto 14 .....	43
Tabela 37 - Produto 15 .....	43
Tabela 38 - Produto 16 .....	43
Tabela 39 - Produto 17 .....	44
Tabela 40 - Produto 18 .....	44
Tabela 41 - Produto 19 .....	44
Tabela 42 - Produto 20 .....	45
Tabela 43 - Produto 21 .....	45
Tabela 44 - Produto 22 .....	45
Tabela 45 - Produto 23 .....	46
Tabela 46 - Produto 24 .....	46
Tabela 47 - Produto 25 .....	46
Tabela 48 - Produto 26 .....	47
Tabela 49 - Produto 27 .....	47
Tabela 50 - Produto 28 .....	47
Tabela 51 - Produto 29 .....	47

Tabela 52 - Produto 30 .....	48
Tabela 53 - Produto 31 .....	48
Tabela 54 - Produto 32 .....	48
Tabela 55 - Custo de comercialização 1 .....	49
Tabela 56 - Custo de comercialização 2 .....	49
Tabela 57 - Custo de comercialização 3 .....	49
Tabela 58 - Apuração do custo de MD e/ou MV .....	50
Tabela 59 - CMD/CMV .....	52
Tabela 60 - Custos de mão-de-obra .....	53
Tabela 61 - Custos com depreciação .....	54
Tabela 62 - Custos fixos operacionais mensais .....	54
Tabela 63 - Projeção dos custos .....	55
Tabela 64 - Demonstrativo de resultados 1 .....	56
Tabela 65 - Demonstrativos de resultados 2 .....	56
Tabela 66 - Cenário .....	58

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Como conheceu os produtos da Chica Preta.....	17
Gráfico 2 – Produtos que consome.....	17
Gráfico 3 – Sabor de pastel escolhido .....	18
Gráfico 4- O que fez você optar pelos nossos pastéis integrais?.....	18
Gráfico 5 - A quanto tempo consome os produtos da Chica Preta? .....	19
Gráfico 6 – Atendimento presencial.....	19
Gráfico 7 – Atendimento virtual através do <i>instagram, facebook e whatsapp</i> .....	20
Gráfico 8 - Você compra diretamente na nossa loja? .....	20
Gráfico 9 – Bairro onde fica o estabelecimento de compra .....	21
Gráfico 10 - Idade.....	21
Gráfico 11 - Renda familiar.....	22
Gráfico 12 – Gênero .....	22
Gráfico 13 - Estado civil.....	23
Gráfico 14 - Bairro onde mora .....	23
Gráfico 15 - Descrição dos investimentos .....	35
Gráfico 16 - Fonte de recursos .....	35
Gráfico 17- Faturamento total .....	38
Gráfico 18 - Custo de comercialização 4.....	50
Gráfico 19 - CMD/CMV .....	53
Gráfico 20 – Projeção de custos .....	55
Gráfico 21 - Demonstrativo de resultados 3.....	57

## Sumário

1.	História .....	13
2.	Sumário Executivo .....	14
2.1	Dados dos Empreendedores .....	14
2.2	Missão .....	14
2.3	Visão .....	14
2.4	Valores .....	15
2.5	Setores de Atividade .....	15
2.6	Forma Jurídica .....	15
2.7	Enquadramento tributário âmbito federal .....	15
2.8	Capital Social .....	15
2.9	Fonte de Recursos .....	15
3.	Análise de mercado .....	16
4.	Análise da pesquisa de mercado .....	16
4.1	Recomendações .....	23
5.	Plano de Marketing .....	24
5.1	Produtos .....	24
5.2	Preço .....	25
5.3	Estratégias promocionais .....	25
5.4	Estrutura de comercialização .....	26
5.5	Localização do negócio .....	26
6.	Plano Operacional .....	26
6.1	Capacidade Instalada .....	26
6.2	Processos operacionais .....	27
6.2.1	Compras .....	27
6.2.2	Processos .....	27
6.2.3	Controle de qualidade .....	28
6.2.4	Ênfase no empacotamento .....	28
6.3	Necessidade de pessoal .....	29
7.	Plano Financeiro .....	29
7.1	Investimentos fixos .....	29
7.1.1	A – Máquinas e equipamentos .....	29
7.1.2	B – Móveis e Utensílios .....	30
7.1.3	C – Computadores .....	31
7.1.4	TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS .....	31
7.2	Estoque Inicial .....	31
7.3	Caixa mínimo .....	32

7.4	Investimentos pré-operacionais .....	34
7.5	Investimento total.....	34
7.6	Faturamento mensal .....	35
7.6.1	Projeção das Receitas: .....	37
7.7	Custo Unitário.....	38
7.8	Custo de comercialização .....	49
7.9	Apuração do custo de MD e/ou MV .....	50
7.10	Custos de mão-de-obra .....	53
7.11	Custos com depreciação.....	53
7.12	Custos fixos operacionais mensais.....	54
7.12.1	Projeção dos Custos:.....	55
7.13	Demonstrativo de resultados.....	56
7.14	Indicadores de viabilidade .....	57
8.	Construção de cenário .....	58
8.1	Ações preventivas e corretivas.....	58
8.1.1	Ações corretivas e preventivas .....	59
9.	Avaliação estratégica.....	59
9.1	Análise da matriz F.O.F.A. ....	59
9.1.1	Ações .....	59
10.	Análise do Plano.....	60
11.	Apendice.....	61

## 1. HISTÓRIA

A ideia da Chica Preta surgiu há cerca de 15 anos, porém a proprietária jamais imaginava que pudesse seguir com o projeto que, até então, estava apenas na imaginação.

A proprietária trabalhava em uma loja de produtos naturais na época, local onde a mesma começou a oferecer os pastéis que produzia em seu domicílio. Uma das clientes e amiga da proprietária aprovou significativamente o sabor do pastel e disse: “este pastel é gostoso igual a mim que sou preta!”, então a proprietária falou: “vou homenagear você no nome do pastel que é a única que gosta dele, Francisca, será Chica Preta!”.

No início, a proprietária produzia dois sabores: soja e frango. Todos os dias, ela levava para vender na loja onde trabalhava, cerca de dez pastéis. Mês após mês, foi aumentando a quantidade de pastéis que eram vendidos. No final daquele ano, os proprietários da loja contraíram uma doença grave e quiseram parar de trabalhar, então, fizeram a proposta para que ela comprasse o ponto comercial, mas ela não tinha dinheiro e, para comprá-lo, chegou a vender o carro que seu pai lhe havia dado, cuja a marca era *gol*, bastante usado e muito antigo. Ciente de que era muito difícil manter uma loja sozinha, decidiu arrumar um sócio para ajudar a tocar o empreendimento.

O sócio que se fez de amigo, procurou saber a receita do pastel, mentia e roubava, levando a loja à falência. A proprietária ficou desesperada e não sabia o que fazer naquele momento. Com uma filha pequena para cuidar, sem emprego e sem marido a situação ficou muito difícil, decidiu, então, deixar a garota com os avós e saiu para oferecer seus pastéis de porta em porta. Foi um ano repleto de rejeições e dificuldades para ela.

Contudo, após este ano difícil, uma de suas clientes antigas da loja de produtos naturais, procurou-a e disse-lhe que estava assumindo um quiosque na praia e gostaria de vender os seus pastéis. Em pouco tempo surgiram novos clientes, e com essa nova renda a proprietária conseguiu colocar um quiosque para ela e também pôde pagar um aluguel para viver junto à sua filha.

Certo dia, soube que a antiga loja encontrava-se para alugar, logo, decidiu vender o quiosque para complementar o valor de compra dessa loja. Com a negociação realizada, ela conseguiu ter a sua antiga loja novamente. No entanto, nem as vendas e nem o público eram os mesmos, e para ela foi difícil manter um negócio pouco rentável, pensando várias vezes em desistir. Cerca de dois anos segurando essa situação de uma loja fracassada, a infraestrutura da própria loja pereceu, as fortes chuvas e a falta de uma calha fez com que o teto desabasse e perdeu tudo que havia dentro do estabelecimento.

Com muita dificuldade e persistência, ela e a filha (hoje adulta), conseguiram com que o dono do prédio arcasse com a metade da reforma da loja. Até a reforma findar, a proprietária continuou com a produção e revendendo seus pastéis. A filha encarregou-se de oferecer os pastéis de porta em porta e nos estabelecimentos que encontrava no caminho. A produção era Chica Preta, mas a loja foi repassada com o nome de *Naturalle*, porque eram vendidos produtos naturais junto com os pastéis. Seis meses depois a reforma findou-se, e com isso o nome *Naturalle* também, porém o negócio e seu leque de clientes foi crescendo mês após mês até chegar no patamar de hoje.

Atualmente, sua loja já conta com a placa da marca e com clientes dentro e fora de João Pessoa. A Chica Preta foi a pioneira no quesito de pastéis integrais e alimentos funcionais na cidade de João Pessoa, e a cada dia a equipe que compõe a empresa procura atender seus clientes de forma eficiente. Os revendedores têm uma boa margem de lucro e uma grande interação com a nossa equipe, procurando sempre trabalhar em conjunto. Com o cardápio variado de pastéis, e sempre investindo na criação de novos sabores, a Chica Preta vem com uma proposta inovadora no quesito de alimentação saudável.

## 2. SUMÁRIO EXECUTIVO

### 2.1 Dados dos Empreendedores

Tabela 1- Dados do empreendedor

Nome:	Ana Lúcia Soares Patrício		
Endereço:	Rua Major Joaquim Henriques		
Cidade:	João Pessoa	Estado:	Paraíba
Perfil:	Possui experiência de 7 anos no ramo de produtos naturais, antes de fundar sua própria empresa.		
Atribuições:	Liderança de equipe e constante busca por inovação em produtos.		

Tabela 2- Indicadores

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 724.971,83
Lucratividade	21,13 %
Rentabilidade	256,38 %
Prazo de retorno do investimento	5 meses

### 2.2 Missão

Proporcionar uma alimentação saudável e de excelência para os nossos clientes.

### 2.3 Visão

Ser a preferência dos consumidores no estado da Paraíba até 2022.

## 2.4 Valores

- Excelência
- Inovação
- Ética
- Ação Social
- Confiabilidade

## 2.5 Setores de Atividade

Comércio  
Indústria

## 2.6 Forma Jurídica

Empresário Individual

## 2.7 Enquadramento tributário âmbito federal

Regime simples

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para indústria)

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS - Imposto sobre Serviços

## 2.8 Capital Social

**Tabela 3 - Capital Social**

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Ana Lúcia Soares Patrício	R\$ 112.767,50	100,00
<b>Total</b>		<b>R\$ 112.767,50</b>	<b>100,00</b>

## 2.9 Fonte de Recursos

A Chica Preta Alimentos Naturais teve seu início aos poucos, com produção manual, e com o decorrer do tempo, comprando seus maquinários e utensílios de cozinha para a fabricação de seus pastéis.

### **3. ANÁLISE DE MERCADO**

O mercado atual de produtos naturais e integrais está em crescimento constante, visto que a maioria das pessoas com o passar da idade buscam por uma vida mais saudável, mas sem abrir mão de um lanche rápido e é nesta hora que a Chica Preta Alimentos Naturais entra no mercado com seu “carro chefe”, seus pastéis integrais. Contando com uma ampla variedade de sabores, somando mais de vinte entre doces e salgados, a empresa também conta com bolos integrais, bolachas integrais, sanduíches naturais e patês de soja.

A Chica Preta Alimentos Naturais tem como seus principais concorrentes as empresas Leve Bistrô e Naturelle. O Leve bistrô trabalha com refeições congeladas e pastéis integrais, ou seja, como a empresa não trabalha com refeições, eles só são concorrentes através dos pastéis integrais, que o deles é pastel congelado contendo conservantes para terem maior durabilidade no congelador e sua política de preço é: quanto mais você consumir, mais barato será o custo unitário. Quando se trata de localização, eles não possuem uma loja física, focando apenas na revenda dos pastéis, caracterizando-se como uma oportunidade de melhoria, uma vez que acaba não conhecendo o seu consumidor final.

A Naturelle começou apenas com a venda de sanduíches naturais, mas logo iniciou a produção de pastéis integrais, com isso, tornaram-se concorrentes do “carro chefe” da Chica Preta. Não possuindo uma loja física como a Leve Bistrô e trabalhando exclusivamente com a revenda de pastéis e sanduíches, a política de preço caracteriza-se como de um valor único para revendedores, colocando o preço que julgarem adequado.

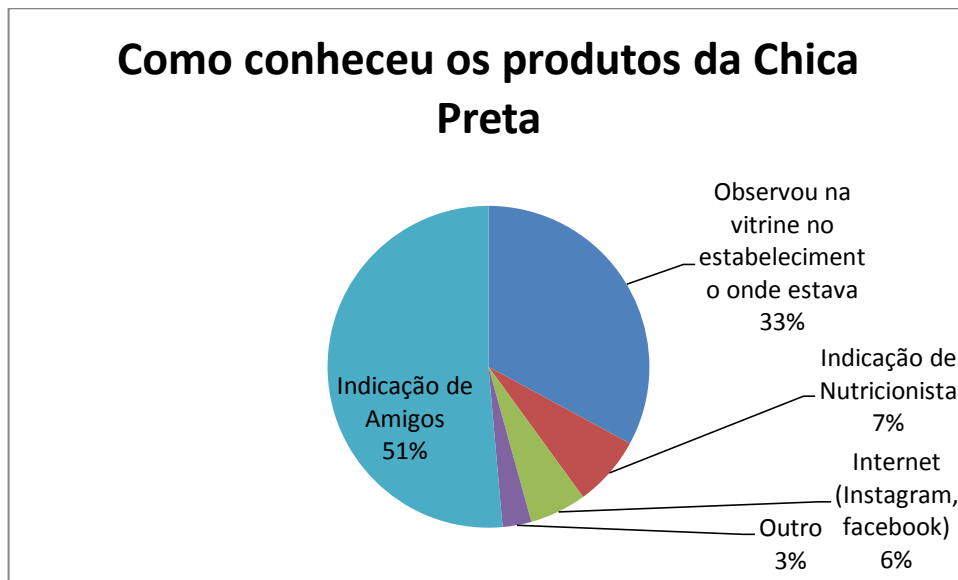
Analisando os dois concorrentes, pôde-se perceber que a Chica Preta contém uma vantagem por ter loja física própria. Todavia, as duas empresas trabalham com mais de um tipo de produto, seja ela com comidas congeladas, como o Leve Bistrô, ou com os sanduíches naturais da Naturelle, enquanto a Chica Preta Alimentos Naturais fornece produtos além do pastel integral, mas acaba focando somente neste e, no tempo que sobra, fazendo sanduíches naturais para ser vendido somente na loja própria.

### **4. ANÁLISE DA PESQUISA DE MERCADO**

A pesquisa de mercado foi feita com os clientes da Chica Preta para mensurar sua satisfação com o produto e com o serviço prestado na loja própria.

Os resultados da pesquisa mostraram que a maioria, ou seja, mais de 50% conheceram os produtos da Chica Preta Alimentos Naturais através de indicação de amigos, mostrando que, o melhor meio de divulgação para investimento é o “boca-a-boca”, potencializando esse meio de comunicação e atração de clientes.

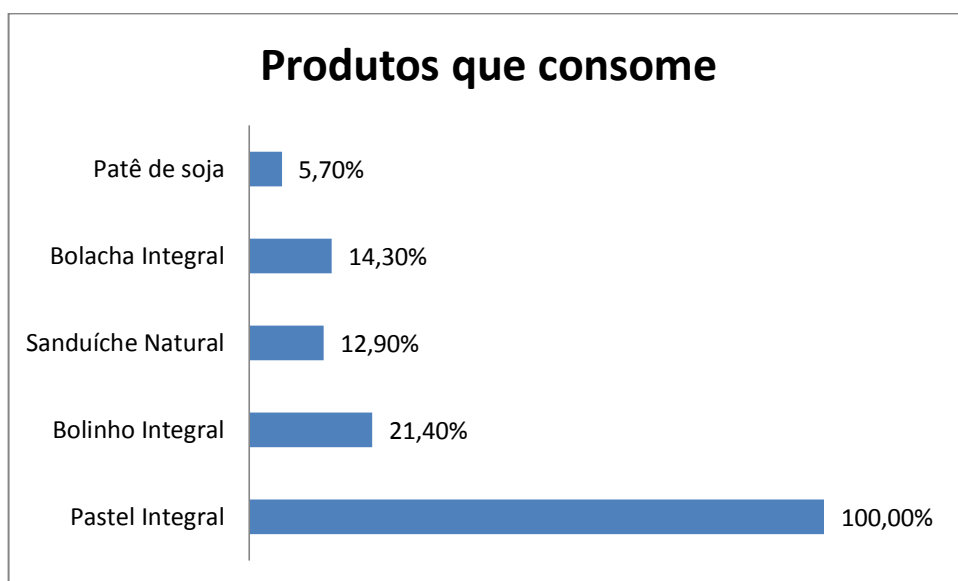
**Gráfico 1- Como conheceu os produtos da Chica Preta**



Fonte: Pesquisa de Mercado, 2017.

Através do questionário aplicado com 70 pessoas, foi visto também que, todas as pessoas respondentes escolheram o pastel integral como o produto que mais consomem e por vezes ele foi unicamente escolhido, enquanto o segundo produto que eles elencaram foi o bolinho integral, mas nunca apenas ele. Entende-se que quem conhece a empresa e marca Chica Preta Alimentos Naturais e consomem seus produtos, 100% das vezes compram os pastéis integrais.

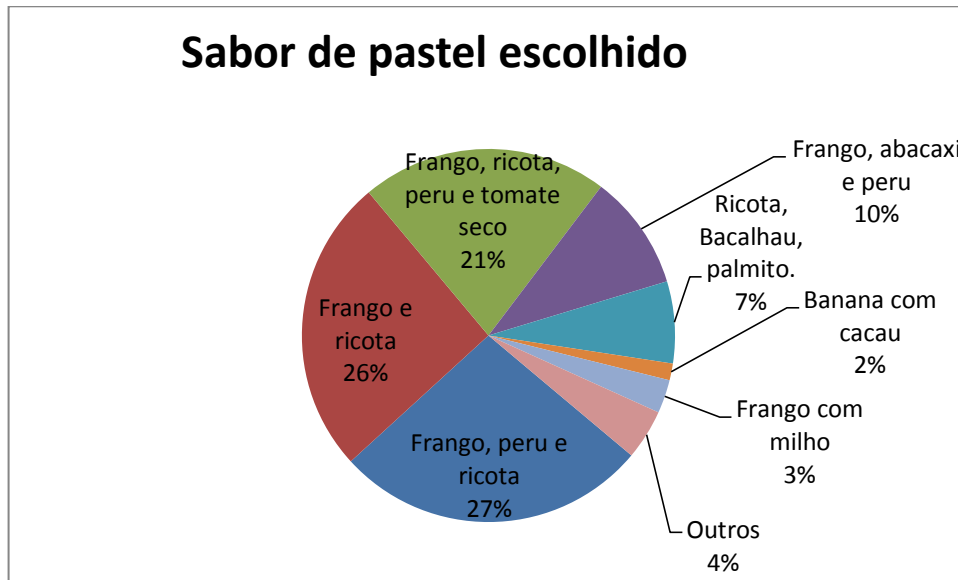
**Gráfico 2 – Produtos que consome**



Fonte Pesquisa de Mercado, 2017.

Por contar atualmente com mais de 20 sabores, os clientes escolheram como o seu preferido o sabor de frango + peru + ricota (27,1%), mas existem outros 02 sabores que também conquistam o consumidor, que é o frango + ricota (25,7%) e o frango + ricota + peru + tomate seco (21,4%).

**Gráfico 3 – Sabor de pastel escolhido**



Fonte: Pesquisa de Mercado, 2017.

Quando perguntado por que eles optaram pelos pastéis da Chica Preta, os clientes elencaram a opção de muito recheio do pastel (77,1%), em segundo por ser integral (54,3%) e em terceiro pelo sabor (48,6%). Entende-se que, por ser um pastel integral, os consumidores optam tanto pelo produto, quanto pela quantidade de recheio que nele tem.

**Gráfico 4- O que fez você optar pelos nossos pastéis integrais?**



Fonte: Pesquisa de Mercado, 2017.

Um fator importante para qualquer empresa é o cliente fidelizado que consome seu produto há bastante tempo. O tempo que mais foi respondido que é cliente da Chica Preta há 1 ano (37,1%), clientes ainda mais fiéis ao produto, com 2 anos ou mais (18,6%). Entende-se que, a empresa tem que conquistar mais clientes, porém utilizando estratégias que mantêm os antigos, uma vez que representam grande parte de seu mercado.

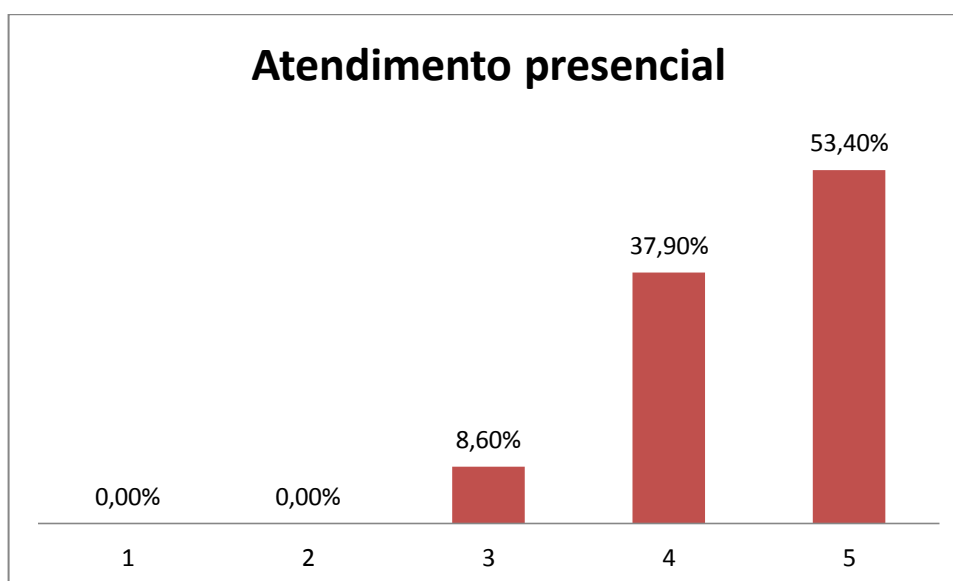
**Gráfico 5 - A quanto tempo consome os produtos da Chica Preta?**



Fonte: Pesquisa de Mercado, 2017.

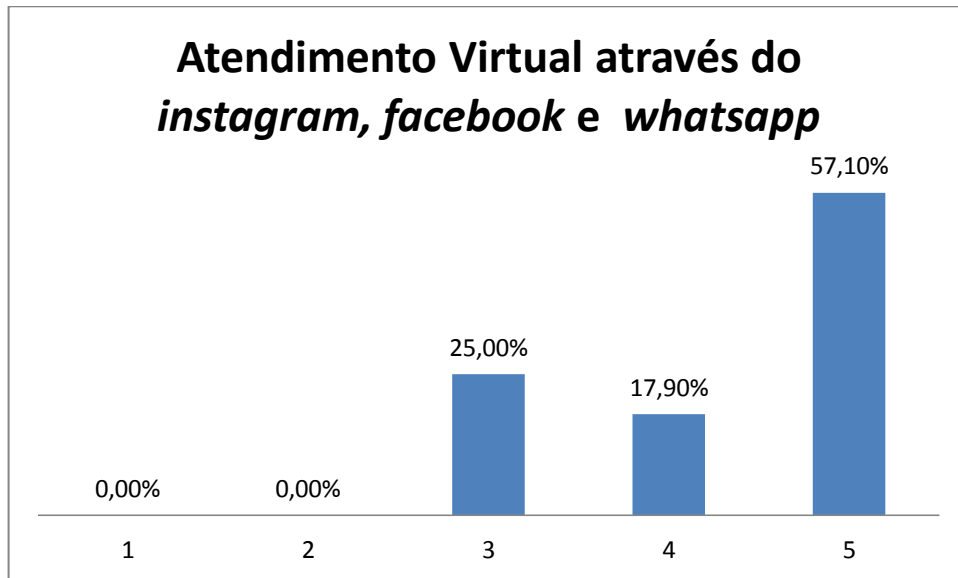
Em relação ao atendimento do funcionário que fica na loja, numa escala de 0 a 5, ela obteve 53,4% nota 5 e 37,9% nota 4, que foram as mais votadas. Entende-se que a funcionária possui um ótimo atendimento perante o cliente, sempre atendendo ele da melhor forma possível. As pessoas que já entraram em contato com a Chica Preta através do *facebook*, *whatsapp* ou *instagram* avaliaram o atendimento como ótimo (57,1%), bom (17,9%) e regular (25%). Entende-se que, o atendimento através da internet precisa de melhorias.

**Gráfico 6 – Atendimento presencial**



Fonte: Pesquisa de Mercado, 2017.

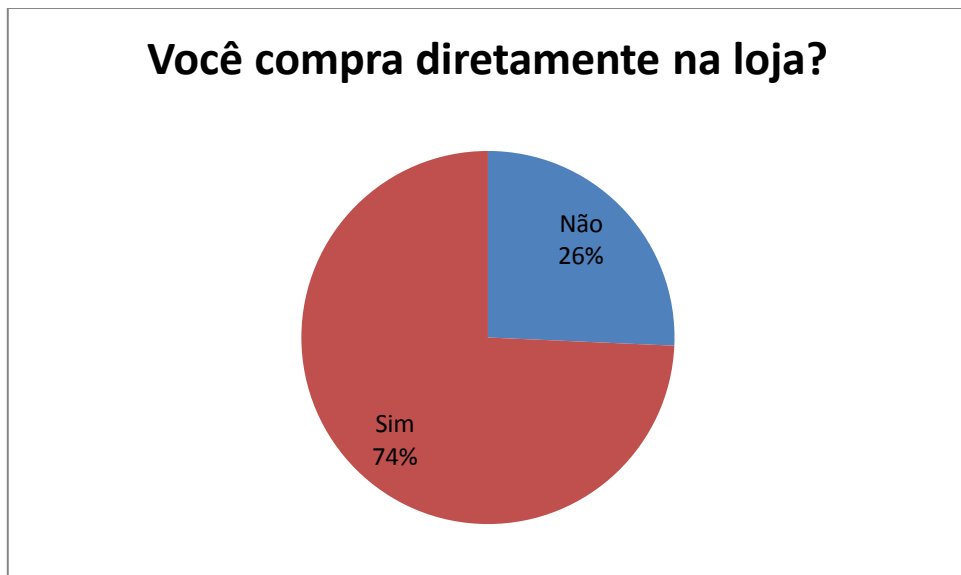
**Gráfico 7 – Atendimento virtual através do *instagram*, *facebook* e *whatsapp*.**



Fonte: Pesquisa de Mercado, 2017.

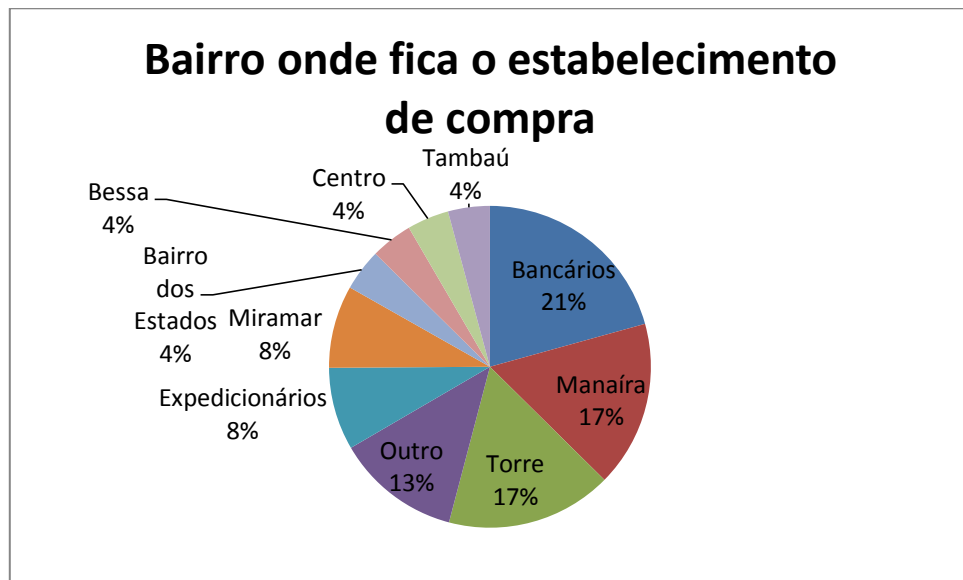
Cerca de 74,3% das pessoas que responderam o questionário compram os produtos diretamente a Chica Preta, os clientes que responderam “não” compram dos revendedores que ficam nos bairros dos Bancários (20,8%), Manaíra e Torre com 16,7% cada um.

**Gráfico 8 - Você compra diretamente na nossa loja?**



Fonte: Pesquisa de Mercado, 2017.

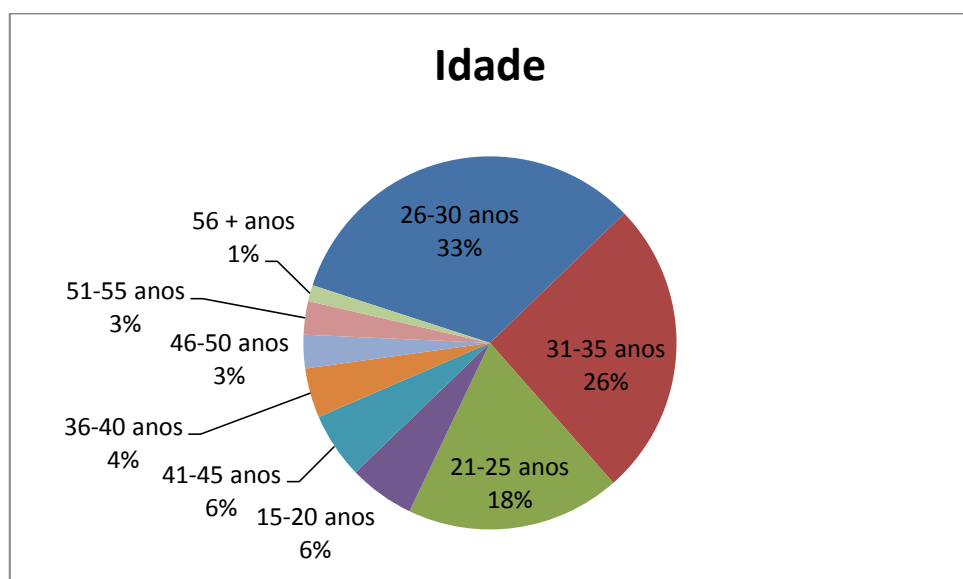
**Gráfico 9 – Bairro onde fica o estabelecimento de compra**



Fonte: Pesquisa de Mercado, 2017.

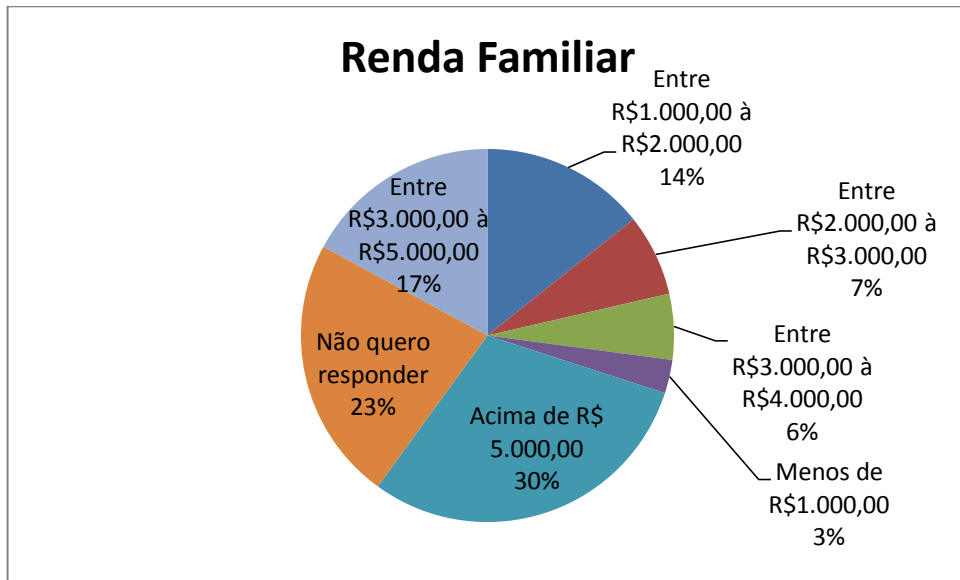
O perfil dos clientes da Chica Preta tem a idade de 26 a 30 anos (32,9%) e de 31 a 35 anos (25,7%), com uma renda familiar acima de R\$5.000,00 por mês (30%) e não quiseram responder (22,9%), pelo motivo de não sentirem-se confortáveis com a pergunta. A maioria dos consumidores é do sexo feminino (61,4%) e solteiros (50%), e morando nos bancários (21,4%), sendo que, a porcentagem mais encontrada foi na categoria “outro” com 32,9% das respostas.

**Gráfico 10 - Idade**



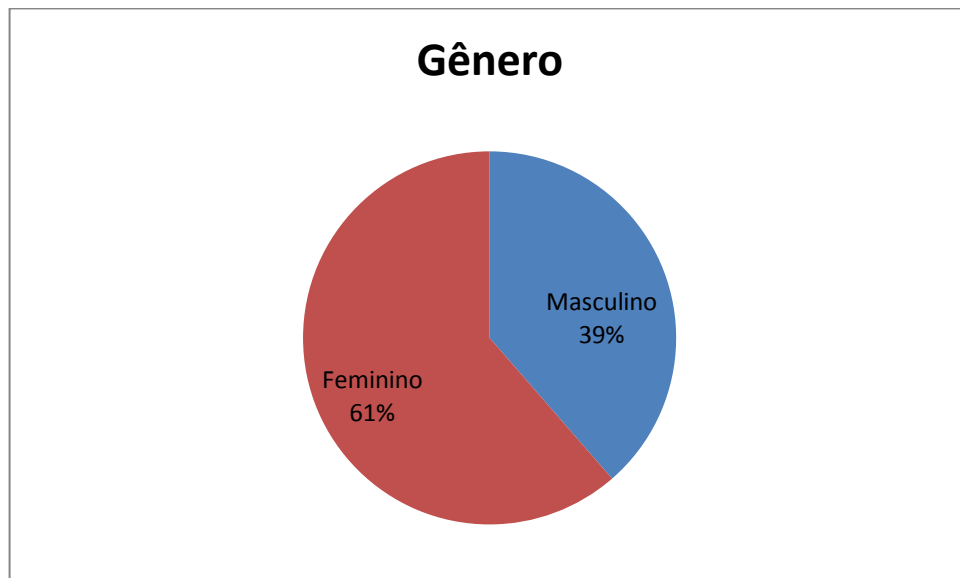
Fonte: Pesquisa de Mercado, 2017.

**Gráfico 11 - Renda familiar**



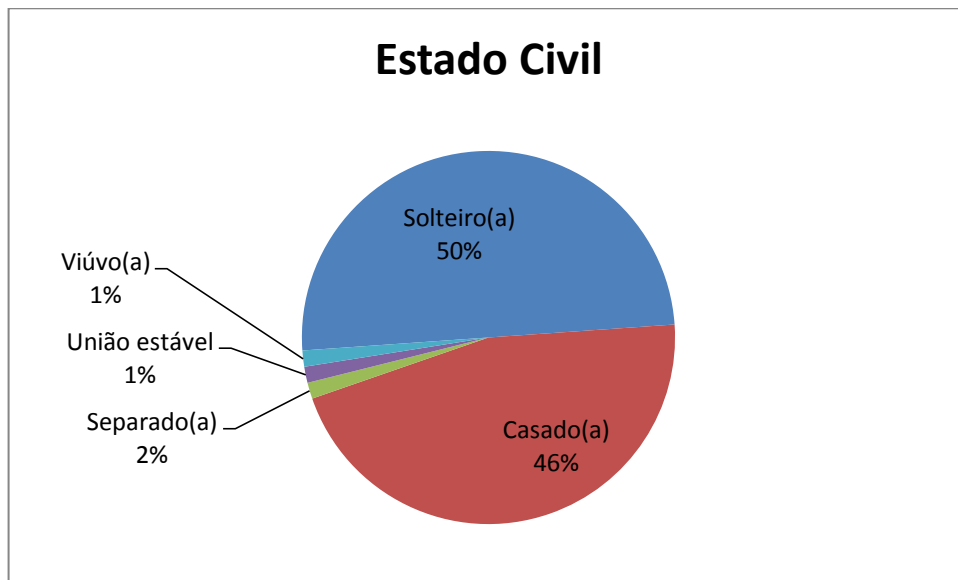
Fonte: Pesquisa de Mercado, 2017.

**Gráfico 12 – Gênero**



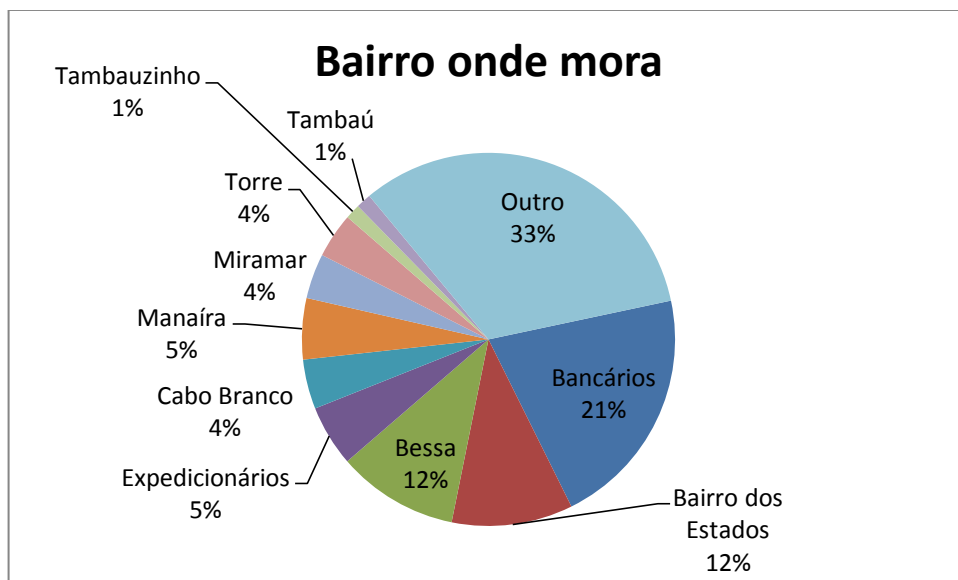
Fonte: Pesquisa de Mercado, 2017.

**Gráfico 13 - Estado civil**



Fonte: Pesquisa de Mercado, 2017.

**Gráfico 14 - Bairro onde mora**



Fonte: Pesquisa de Mercado, 2017.

#### **4.1 Recomendações**

É necessária outra pesquisa de mercado no futuro para conhecer futuros potenciais clientes, visto que, o mercado está em constante movimento, e todo dia pessoas novas entram no mundo da alimentação saudável.

## 5. PLANO DE MARKETING

### 5.1 Produtos

A empresa Chica Preta Alimentos Naturais, tem como seu portfólio de produtos o pastel integral, bolo integral, bolacha integral, coxinha de batata doce, empada de batata doce, sanduíche natural e patê de soja. De todos os produtos fabricados pela Chica Preta, o seu “carro chefe” é o Pastel integral, que conta com mais de 20 sabores.

Nº	Produtos / Serviços
1	Pastel Integral de Frango, peru, ricota e tomate seco
2	Bolo Integral pequeno
3	Bolacha Integral
4	Coxinha de Batata Doce
5	Empada de Batata Doce
6	Sanduíche Natural
7	Patê de Soja
8	Pastel Integral de Frango, peru e ricota
9	Pastel Integral de Frango
10	Pastel Integral de Frango e ricota
11	Pastel Integral de Frango,ricota e tomate seco
12	Pastel Integral de Frango e peru
13	Pastel Integral de Frango, peru e abacaxi
14	Pastel Integral de Frango,peru e tomate seco
15	Pastel Integral de Frango com palmito
16	Pastel Integral de Frango com milho
17	Pastel Integral de Frango com tomate seco
18	Pastel Integral de Frango, palmito e tomate seco
19	Pastel Integral de Ricota, bacalhau, palmito e soja
20	Pastel Integral de Ricota, peru e soja
21	Pastel Integral de Ricota, bacalhau, legumes e soja
22	Pastel Integral de Ricota, peru, soja e tomate seco
23	Pastel Integral de Ricota, atum e soja
24	Pastel Integral de Banana com cacau
25	Pastel Integral de Ricota, palmito e soja
26	Pastel Integral de Ricota, legumes e soja

27	Pastel Integral de Ricota com soja
28	Pastel Integral de Soja
29	Pastel Integral de Soja com tomate seco
30	Pastel Integral de Ricota, tomate seco e soja
31	Pastel Integral de Ricota, maçã e passas
32	Pastel Integral de Ricota e abacaxi
33	Pastel Integral de Ricota, banana e canela
34	Bolo integral grande

## 5.2 Preço

Os preços dos produtos dependem da política de comercialização dos mesmos e são apresentados a seguir. A precificação dos produtos é feita pela proprietária por de um valor justo a ser pago pelo cliente sem fazer nenhum custo e sem adicionar porcentagem em cima do produto.

<b>Produto</b>	<b>Preço Final</b>	<b>Preço Revenda</b>
Pastel Integral	R\$5,50	R\$4,30 entrega no estabelecimento R\$4,00 buscando o produto
Bolo Integral	R\$3,00 Pequeno R\$12,00 Grande	
Bolacha Integral	R\$4,00	
Patê de Soja	R\$5,00	
Coxinha de Batata Doce	R\$5,00	
Empada de Batata Doce	R\$5,00	
Sanduíche Natural	R\$7,00	

A estratégia de preços adotada pela Chica Preta Alimentos Naturais depende do seu tipo de cliente, ou seja, caso seja pessoa jurídica, que é produtos para revenda, terá dois tipos de cobrança. Caso a empresa busque o(s) determinado(s) produto(s), a unidade sairá mais barata que entregando através do motoboy, para pessoa física, o valor adotado é o que foi cidade acima.

## 5.3 Estratégias promocionais

A principal estratégia de promoção da empresa envolve as redes sociais, tais como, *Instagram* e *Facebook*, para fazer divulgação de seus produtos, quanto para lançamento de novos sabores e produtos, e é através desse meio que acaba conquistando clientes finais e revendedores.

Um ótimo meio de divulgação e que acaba sendo gratuito, é o famoso boca-a-boca, pois quando um cliente aprova os produtos, ele irá compartilhar com seus amigos, sejam eles da sua academia ou pessoas próximas que buscam uma vida mais saudável sem abrir mão de um lanche mais saboroso. Para aumentar sua clientela, a Chica Preta investe em qualidade do produto, para que o boca-a-boca seja para o lado positivo da nossa empresa.

Uma estratégia adotada pela empresa, é que, a partir de 10 unidades de pastéis adquiridos pelo cliente na loja da Chica Preta, será oferecido um desconto de R\$0,50 em cada unidade comprada.

#### **5.4 Estrutura de comercialização**

Os produtos são comercializados na loja e também para revendedores, para o produto chegar até o nosso revendedor existem duas vertentes: o motoboy fazendo a entrega, onde o preço por unidade possui um reajuste; ou a pessoa jurídica, indo buscar diretamente com a loja, não havendo reajuste de preço, pois, não implicam no custo gasto com o motoboy; ambos os pedidos devem ser no mínimo de 10 unidades de cada produto.

A venda para consumidores finais realizada na loja, localizada na Avenida Expedicionários, além da entrega por delivery (que aos poucos está sendo implantada), para as pessoas que queiram comprar a partir de 10 unidades dos pastéis, há o desconto de R\$0,50 em cada unidade do produto.

#### **5.5 Localização do negócio**

Tabela 4 - Localização

Endereço:	Av. Expedicionários, 151, sala 101
Bairro:	Expedicionários
Cidade:	João Pessoa
Estado:	Paraíba
Fone 1:	(83) 98116-9824

Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

O ponto escolhido está situado no cruzamento das Avenidas Expedicionários com a Júlia Freire, uma vez que, em horário comercial, tem um grande fluxo de pessoas e carros transitando, além de estar localizado próximo aos consultórios e clínicas e perto da Avenida Presidente Epitácio Pessoa, que é uma das principais avenidas da cidade de João Pessoa, atraindo mais clientes.

## **6. PLANO OPERACIONAL**

### **6.1 Capacidade Instalada**

Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?

A empresa começou com os pastéis integrais, ou seja, é seu “carro chefe”. Então, todo o foco da Chica Preta é voltado para a produção dos pastéis integrais. A produção dos demais produtos ocorre quando as encomendas do dia do seu produto principal são finalizadas, priorizando, assim, sempre os pastéis.

Cada funcionário produz em média 13 formas de pastel por dia, onde cada forma cabe 20 unidades. Atualmente, a empresa possui quatro funcionários na montagem deste produto, com a produção de todos os colaboradores totaliza em média 50 formas (1000 pastéis diários). Os demais produtos são produzidos em pequena quantidade, pois eles só são vendidos no balcão das lojas próprias, e os pastéis muito mais para revenda do que para o consumidor final.

## **6.2 Processos operacionais**

### **6.2.1 Compras**

As compras são feitas pela proprietária com fornecedores de qualidade e confiança, algumas encomendas podem ser feitas através de telefone, pois a entrega é imediata, os demais produtos são adquiridos em empresas de atacado.

### **6.2.2 Processos**

Os produtos como o pastel, coxinha e empada integrais tem seu seguinte processo de produção:

1ª Etapa: Preparação dos utensílios da cozinha

2º Etapa: Processamento/Cozimento de todos os recheios usados

3º Etapa: Preparação da Massa

4ª Etapa: Montagem dos pasteis, coxinhas ou empadas.

5ª Etapa: Produtos irem para o forno

6ª Etapa: Produtos são esfriados, embalados e selados.

7ª Etapa: Entrega dos produtos.

Para a preparação das bolachas integrais, segue o seguinte processo:

1ª Etapa: Preparação dos utensílios da cozinha

2º Etapa: Preparação da Massa

3º Etapa: Esticar a massa e colocar na forma

4ª Etapa: Cortar a massa

5ª Etapa: Bolachas irem para o forno

6ª Etapa: Bolachas são esfriadas, embaladas e seladas.

7ª Etapa: Entrega dos produtos

Preparação dos bolos integrais:

1ª Etapa: Preparação dos utensílios da cozinha

2ª Etapa: Preparação da Massa

3ª Etapa: Preparação do recheio

4ª Etapa: Colocar nas formas

5ª Etapa: Bolos colocados para assar

6ª Etapa: Bolos serão esfriados, embalado.

7ª Etapa: Entrega dos produtos

Preparação do sanduiche natural

1ª Etapa: Compra e recebimento do pão

2ª Etapa: produtos lavados e preparados

3ª Etapa: Abrir o pão

4ª Etapa: Recheiar o sanduiche

5ª Etapa: Embalar o produto

6ª Etapa: Entrega do produto

### **6.2.3 Controle de qualidade**

Pensando em seu cliente, a proprietária realiza a todo o momento o controle de qualidade de todos os produtos, para que o consumidor não consuma nenhum produto com a aparência ruim, caso encontre, o produto é descartado.

### **6.2.4 Ênfase no empacotamento**

Os produtos são colocados em sacos plásticos apropriados para manterem-se conservados, como também portando etiqueta com a indicação da validade e depois selados em uma máquina especializada para fechamento de plásticos através de calor e, por fim, são enviados para comercialização nos pontos de venda.

### 6.3 Necessidade de pessoal

Tabela 5 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Gerente	Ter experiência na área de Gestão.
2	Balconista/caixa	Ter experiência na área, boa comunicação e educação.
3	Pasteleira	Ter experiência na área, agilidade.
4	Motoboy	Ter experiência na área, conhecer bem a cidade, agilidade.
5	Embalador	Ter habilidade na embalagem de produtos.
6	Auxiliar de serviços gerais	Organizado, higiene, energia e disposição.
7	Auxiliar de Cozinha	Ter experiência na área de cozinha.

## 7. PLANO FINANCEIRO

### 7.1 Investimentos fixos

#### 7.1.1 A – Máquinas e equipamentos

Tabela 6 - Máquinas e equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Cilindro de mesa 39cm 1/2HP Epoxi CLE390 Gastromaq 220V	2	R\$ 3.375,00	R\$ 6.750,00
2	Amassadeira Rápida 05 Kg MR05 Gastromaq 220V	1	R\$ 3.668,00	R\$ 3.668,00
3	Forno Turbo Gás 05 Esteiras FTC5G Curveline Venâncio 220V	2	R\$ 4.387,00	R\$ 8.774,00
4	Fogão Extra 3 Bocas (2 Duplas) E3PD2 Venâncio	5	R\$ 681,00	R\$ 3.405,00
5	Desfiador de Carnes com Capacidade 10 Kg - G.Paniz	1	R\$ 3.640,00	R\$ 3.640,00
6	Liquidificador Alta Rotação 1,5 Lts (Copo INOX) - Skymesen	2	R\$ 669,00	R\$ 1.338,00

7	Geladeira / Refrigerador Brastemp Inverse Frost Free BRE80AK 573 Litros Evox	1	R\$ 3.289,00	R\$ 3.289,00
8	Geladeira / Refrigerador Brastemp Frost Free Clean BRM39 352L	3	R\$ 1.699,00	R\$ 5.097,00
9	Freezer Horizontal Porta Cega 420L FHR420S Refrimate 220V	2	R\$ 2.642,65	R\$ 5.285,30
10	Cortina de ar springer 220v	1	R\$ 695,00	R\$ 695,00
11	Ventilador	3	R\$ 150,00	R\$ 600,00
12	Balção caixa inox	1	R\$ 999,00	R\$ 999,00
13	Balcão refrigerado de inox	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
14	Geladeira de porta de vidro	1	R\$ 2.129,00	R\$ 2.129,00
15	Seladora	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
SUB-TOTAL (B)				R\$ 48.169,30

### 7.1.2 B – Móveis e Utensílios

Tabela 7 - Móveis e utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Mesa Inox 1,40 X 0,70 Refrimate - Aço 430	9	R\$ 1.307,30	R\$ 11.765,70
2	ASSADEIRA PÃO DOCE 0,8MM - 62X36CM ALUMINOL EUROFORMAS	120	R\$ 25,00	R\$ 3.000,00
3	CALDEIRÃO Nº 26 - ALUMINIO ABC	30	R\$ 69,00	R\$ 2.070,00
4	CAIXA 7 LITROS - S450 SUPERCRON	20	R\$ 12,00	R\$ 240,00
5	Colher de plástico Industrial 50 cm Edal	20	R\$ 17,43	R\$ 348,60
6	Armário de cozinha	2	R\$ 799,00	R\$ 1.598,00
7	Mesa alta	2	R\$ 279,90	R\$ 559,80
8	Banqueta alta giratória	4	R\$ 135,00	R\$ 540,00
9	Armário projetado	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
10	Placa da marca	1	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00
SUB-TOTAL (C)				R\$ 31.122,10

### 7.1.3 C – Computadores

Tabela 8 - Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Notebook HP	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
2	Celular samsung J5	1	R\$ 750,00	R\$ 750,00
3	Celular LG	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
SUB-TOTAL (E)				R\$ 3.100,00

### 7.1.4 TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

<b>TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C):</b>	<b>R\$ 82.391,40</b>
---	----------------------

### 7.2 Estoque Inicial

Tabela 9 - Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Abacaxi	30	R\$ 2,50	R\$ 75,00
2	Atum	6	R\$ 2,80	R\$ 16,80
3	Bacalhau	6	R\$ 28,00	R\$ 168,00
4	Banana	300	R\$ 0,13	R\$ 39,00
5	Cacau	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
6	Canela	3	R\$ 1,00	R\$ 3,00
7	Etiqueta	10000	R\$ 0,03	R\$ 300,00
8	Farinha de trigo	300	R\$ 2,00	R\$ 600,00
9	Farinha integral	150	R\$ 5,60	R\$ 840,00
10	Fibra de trigo	150	R\$ 1,33	R\$ 199,50
11	Frango	480	R\$ 8,50	R\$ 4.080,00
12	Germe de trigo	150	R\$ 1,50	R\$ 225,00
13	Legumes congelados	3	R\$ 16,50	R\$ 49,50
14	Maçã	7	R\$ 3,99	R\$ 27,93
15	Manteiga	100	R\$ 5,34	R\$ 534,00
16	Milho	10	R\$ 10,90	R\$ 109,00

17	Palmito	4	R\$ 29,00	R\$ 116,00
18	Passas	1	R\$ 4,99	R\$ 4,99
19	peru	27	R\$ 25,00	R\$ 675,00
20	Ricota	100	R\$ 9,00	R\$ 900,00
21	Saco plástico	10000	R\$ 0,03	R\$ 300,00
22	Soja	8	R\$ 3,00	R\$ 24,00
23	Tomate	30	R\$ 1,67	R\$ 50,10
<b>TOTAL (A)</b>				<b>R\$ 9.386,82</b>

### 7.3 Caixa mínimo

Tabela 10 - 1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

<b>Prazo médio de vendas</b>	<b>(%)</b>	<b>Número de dias</b>	<b>Média Ponderada em dias</b>
A vista	51,50	0	0,00
Cartão de crédito	4,00	30	1,20
A prazo	8,90	5	0,45
A prazo	8,90	4	0,36
A prazo	8,90	3	0,27
A prazo	8,90	2	0,18
A prazo	8,90	1	0,09
<b>Prazo médio total</b>			<b>3</b>

Tabela 11 - 2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

<b>Prazo médio de compras</b>	<b>(%)</b>	<b>Número de dias</b>	<b>Média Ponderada em dias</b>
A vista	60,00	0	0,00
A prazo	40,00	7	2,80
<b>Prazo médio total</b>			<b>3</b>

Tabela 12 - 3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

<b>Necessidade média de estoque</b>	
Numero de dias	7

Tabela 13 - 4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

<b>Recursos da empresa fora do seu caixa</b>	<b>Número de dias</b>
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	3
2. Estoques – necessidade média de estoques	7
Subtotal Recursos fora do caixa	10
<b>Recursos de terceiros no caixa da empresa</b>	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	3
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	3
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	7

Tabela 14 - Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 27.139,43
2. Custo variável mensal	R\$ 62.814,60
3. Custo total da empresa	R\$ 89.954,03
4. Custo total diário	R\$ 2.998,47
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	7
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 20.989,27

Tabela 15 - Capital de giro (Resumo)

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
A – Estoque Inicial	R\$ 9.386,82
B – Caixa Mínimo	R\$ 20.989,27
<b>TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)</b>	<b>R\$ 30.376,09</b>

#### 7.4 Investimentos pré-operacionais

Tabela 16 - Investimentos pré-operacionais

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
Despesas de Legalização	R\$ 0,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 0,00
Divulgação	R\$ 0,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 0,01
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 0,01</b>

#### 7.5 Investimento total

Tabela 17 - Investimento total

<b>Descrição dos investimentos</b>	<b>Valor</b>	<b>(%)</b>
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 82.391,40	73,06
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 30.376,09	26,94
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 0,01	0,00
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 112.767,50</b>	<b>100,00</b>

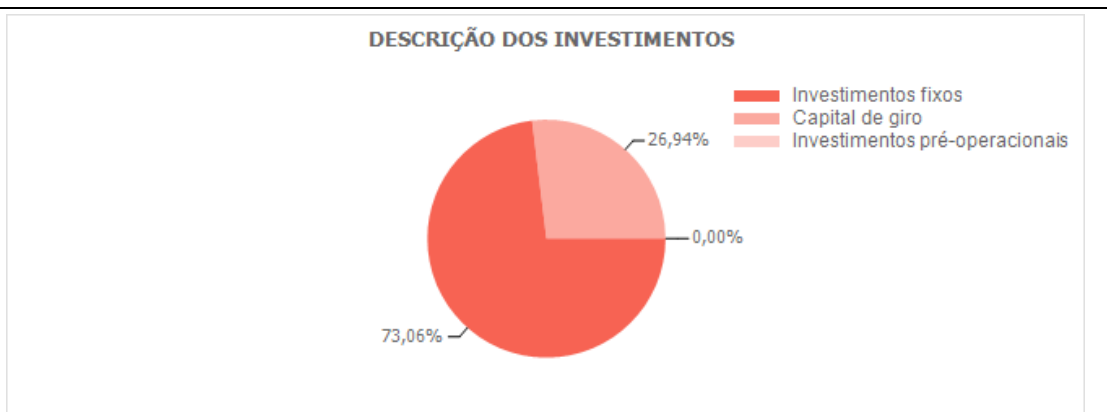


Gráfico 15 - Descrição dos investimentos

Tabela 18 - Fontes de recursos

Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 112.767,50	100,00
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 112.767,50</b>	<b>100,00</b>



Gráfico 16 - Fonte de recursos

## 7.6 Faturamento mensal

Tabela 19 - Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total(em R\$)
1	Pastel Integral de Frango, peru, ricota e tomate seco	3550	R\$ 4,30	R\$ 15.265,00

2	Bolo Integral pequeno	240	R\$ 3,00	R\$ 720,00
3	Bolacha Integral	240	R\$ 4,00	R\$ 960,00
4	Coxinha de Batata Doce	280	R\$ 5,00	R\$ 1.400,00
5	Empada de Batata Doce	280	R\$ 5,00	R\$ 1.400,00
6	Sanduíche Natural	320	R\$ 7,00	R\$ 2.240,00
7	Patê de Soja	50	R\$ 5,00	R\$ 250,00
8	Pastel Integral de Frango, peru e ricota	2400	R\$ 4,30	R\$ 10.320,00
9	Pastel Integral de Frango	1200	R\$ 4,30	R\$ 5.160,00
10	Pastel Integral de Frango e ricota	3120	R\$ 4,30	R\$ 13.416,00
11	Pastel Integral de Frango, ricota e tomate seco	2400	R\$ 4,30	R\$ 10.320,00
12	Pastel Integral de Frango e peru	1200	R\$ 4,30	R\$ 5.160,00
13	Pastel Integral de Frango, peru e abacaxi	1680	R\$ 4,30	R\$ 7.224,00
14	Pastel Integral de Frango, peru e tomate seco	960	R\$ 4,30	R\$ 4.128,00
15	Pastel Integral de Frango com palmito	720	R\$ 4,30	R\$ 3.096,00
16	Pastel Integral de Frango com milho	1440	R\$ 4,30	R\$ 6.192,00
17	Pastel Integral de Frango com tomate seco	720	R\$ 4,30	R\$ 3.096,00
18	Pastel Integral de Frango, palmito e tomate seco	480	R\$ 4,30	R\$ 2.064,00
19	Pastel Integral de Ricota, bacalhau, palmito e soja	240	R\$ 4,30	R\$ 1.032,00
20	Pastel Integral de Ricota, peru e soja	480	R\$ 4,30	R\$ 2.064,00
21	Pastel Integral de Ricota, bacalhau, legumes e soja	360	R\$ 4,30	R\$ 1.548,00
22	Pastel Integral de Ricota, peru, soja e tomate seco	480	R\$ 4,30	R\$ 2.064,00
23	Pastel Integral de Ricota, atum e soja	240	R\$ 4,30	R\$ 1.032,00
24	Pastel Integral de Banana com cacau	240	R\$ 4,30	R\$ 1.032,00
25	Pastel Integral de Ricota,	360	R\$ 4,30	R\$ 1.548,00

	palmito e soja			
26	Pastel Integral de Ricota, legumes e soja	240	R\$ 4,30	R\$ 1.032,00
27	Pastel Integral de Ricota com soja	240	R\$ 4,30	R\$ 1.032,00
28	Pastel Integral de Soja	360	R\$ 4,30	R\$ 1.548,00
29	Pastel Integral de Soja com tomate seco	240	R\$ 4,30	R\$ 1.032,00
30	Pastel Integral de Ricota, tomate seco e soja	240	R\$ 4,30	R\$ 1.032,00
31	Pastel Integral de Ricota, maçã e passas	240	R\$ 4,30	R\$ 1.032,00
32	Pastel Integral de Ricota e abacaxi	480	R\$ 4,30	R\$ 2.064,00
33	Pastel Integral de Ricota, banana e canela	480	R\$ 4,30	R\$ 2.064,00
34	Bolo integral grande	40	R\$ 12,00	R\$ 480,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 114.047,00</b>

### 7.6.1 Projeção das Receitas:

(x) Sem expectativa de crescimento

( ) Crescimento a uma taxa constante:

0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses

0,00 % ao ano a partir do 2º ano

( ) Entradas diferenciadas por período

Tabela 20 - Faturamento total

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 114.047,00
Mês 2	R\$ 114.047,00
Mês 3	R\$ 114.047,00
Mês 4	R\$ 114.047,00
Mês 5	R\$ 114.047,00
Mês 6	R\$ 114.047,00
Mês 7	R\$ 114.047,00

Mês 8	R\$ 114.047,00
Mês 9	R\$ 114.047,00
Mês 10	R\$ 114.047,00
Mês 11	R\$ 114.047,00
Mês 12	R\$ 114.047,00
Ano 1	R\$ 1.368.564,00

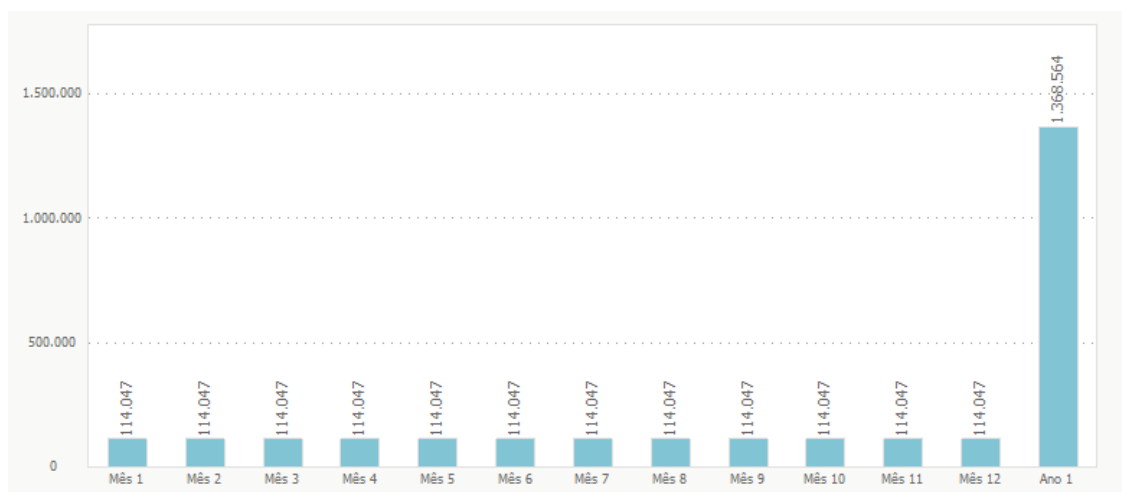


Gráfico 17- Faturamento total

## 7.7 Custo Unitário

**Produto: Pastel Integral de Frango, peru, ricota e tomate seco**

Tabela 21- Produto 1

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Frango	1	R\$ 0,85	R\$ 0,85
Peru	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Ricota	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
Tomate Seco	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 2,01</b>

**Produto: Bolo Integral pequeno**

Tabela 22 - Produto 2

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Farinha integral	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Clara de ovos	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Açúcar mascavo	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Oleo de milho	1	R\$ 0,03	R\$ 0,03
Banana	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Leite de soja	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 0,78</b>

**Produto: Bolacha Integral**

Tabela 23 - Produto 3

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Farinha integral	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Fibra de trigo	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Germe de trigo	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Aveia	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Cebola	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Alho	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,00</b>

**Produto: Coxinha de Batata Doce**

Tabela 24 - Produto 4

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Batata doce	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Sal	1	R\$ 0,01	R\$ 0,01
Pimenta do reino	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Alho	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Salsa	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Frango	1	R\$ 0,80	R\$ 0,80
Linhaça	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,56</b>

**Produto: Empada de Batata Doce**

Tabela 25 - Produto 5

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Batata doce	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Farinha de arroz	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Fécula de batata doce	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Sal	1	R\$ 0,01	R\$ 0,01
Pimenta do reino	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Alho	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Salsa	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Frango	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
Linhaça	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,56</b>

**Produto: Sanduíche Natural**

Tabela 26 - Produto 6

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Pão	1	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Patê de soja	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Cenoura	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Acelga	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Azeitona preta	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Frango	1	R\$ 0,80	R\$ 0,80
Ricota	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 3,15</b>

**Produto: Patê de Soja**

Tabela 27 - Produto 7

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Oleo de soja	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Cebola	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20

Sal	1	R\$ 0,01	R\$ 0,01
Leite de soja	1	R\$ 0,30	R\$ 0,30
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 0,71</b>

**Produto: Pastel Integral de Frango, peru e ricota**

Tabela 28 - Produto 8

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Frango	1	R\$ 0,85	R\$ 0,85
Peru	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Ricota	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,66</b>

**Produto: Pastel Integral de Frango**

Tabela 29 - Produto 9

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Frango	1	R\$ 1,20	R\$ 1,20
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,71</b>

**Produto: Pastel Integral de Frango e ricota**

Tabela 30 - Produto 10

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Frango	1	R\$ 0,95	R\$ 0,95
Ricota	1	R\$ 0,08	R\$ 0,08
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,54</b>

**Produto: Pastel Integral de Frango, ricota e tomate seco**

Tabela 31 - Produto 11

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Frango	1	R\$ 0,90	R\$ 0,90
Ricota	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Tomate seco	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,51</b>

**Produto: Pastel Integral de Frango e peru**

Tabela 32 - Produto 12

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Frango	1	R\$ 1,02	R\$ 1,02
Peru	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,78</b>

**Produto: Pastel Integral de Frango, peru e abacaxi**

Tabela 33 - Produto 13

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Frango	1	R\$ 0,85	R\$ 0,85
Peru	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Abacaxi	1	R\$ 0,07	R\$ 0,07
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,68</b>

**Produto: Pastel Integral de Frango, peru e tomate seco**

Tabela 34 - Produto 14

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Frango	1	R\$ 0,85	R\$ 0,85
Peru	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Tomate seco	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,66</b>

**Produto: Pastel Integral de Frango com palmito**

Tabela 35 - Produto 15

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Frango	1	R\$ 1,05	R\$ 1,05
Palmito	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,66</b>

**Produto: Pastel Integral de Frango com milho**

Tabela 36 - Produto 16

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Frango	1	R\$ 1,05	R\$ 1,05
Milho	1	R\$ 0,08	R\$ 0,08
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,64</b>

**Produto: Pastel Integral de Frango com tomate seco**

Tabela 37 - Produto 17

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Frango	1	R\$ 1,06	R\$ 1,06
Tomate seco	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,62</b>

**Produto: Pastel Integral de Frango, palmito e tomate seco**

Tabela 38 - Produto 18

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Emabalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Frango	1	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Palmito	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Tomate Seco	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,66</b>

**Produto: Pastel Integral de Ricota, bacalhau, palmito e soja**

Tabela 39 - Produto 19

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Ricota	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Bacalhau	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Palmito	1	R\$ 0,08	R\$ 0,08
Soja	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,29</b>

**Produto: Pastel Integral de Ricota, peru, soja e tomate seco**

Tabela 40 - Produto 20

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Ricota	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Peru	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Soja	1	R\$ 0,40	R\$ 0,40
Tomate seco	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,31</b>

**Produto: Pastel Integral de Ricota, atum e soja**

Tabela 41 - Produto 21

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Ricota	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Atum	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Soja	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,21</b>

**Produto: Pastel Integral de Banana com cacau**

Tabela 42 - Produto 22

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Banana	1	R\$ 0,30	R\$ 0,30
Cacau	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,16</b>

**Produto: Pastel Integral de Ricota, palmito e soja**

Tabela 43 - Produto 23

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Ricota	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Palmito	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Soja	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,26</b>

**Produto: Pastel Integral de Ricota, legumes e soja**

Tabela 44 - Produto 24

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Ricota	1	R\$ 0,16	R\$ 0,16
Legumes	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Soja	1	R\$ 0,40	R\$ 0,40
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,22</b>

**Produto: Pastel Integral de Ricota com soja**

Tabela 45 - Produto 25

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Ricota	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Soja	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,26</b>

**Produto: Pastel Integral de Soja**

Tabela 46 - Produto 26

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Soja	1	R\$ 0,75	R\$ 0,75
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,26</b>

**Produto: Pastel Integral de Soja com tomate seco**

Tabela 47 - Produto 27

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Soja	1	R\$ 0,80	R\$ 0,80
Tomate seco	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,46</b>

**Produto: Pastel Integral de Ricota, tomate seco e soja**

Tabela 48 - Produto 28

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Ricota	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Tomate seco	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Soja	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,31</b>

**Produto: Pastel Integral de Ricota, maçã e passas**

Tabela 49 - Produto 29

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45

Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Ricota	1	R\$ 0,30	R\$ 0,30
Maçã	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
Passas	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,21</b>

**Produto: Pastel Integral de Ricota e abacaxi**

Tabela 50 - Produto 30

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Ricota	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Abacaxi	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,16</b>

**Produto: Pastel Integral de Ricota, banana e canela**

Tabela 51 - Produto 31

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Massa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Embalagem	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Ricota	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
Banana	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
Canela	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1,26</b>

**Produto: Bolo integral grande**

Tabela 52 - Produto 32

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Farinha integral	1	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Clara de ovos	1	R\$ 1,00	R\$ 1,00

Açúcar mascavo	1	R\$ 0,80	R\$ 0,80
Oleo de milho	1	R\$ 0,75	R\$ 0,75
Banana	1	R\$ 3,00	R\$ 3,00
Leite de Soja	1	R\$ 1,50	R\$ 1,50
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 8,05</b>

## 7.8 Custo de comercialização

Tabela 53 - Custo de comercialização 1

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	17,72	R\$ 114.047,00	R\$ 20.209,13
Comissões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 114.047,00	R\$ 0,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 114.047,00	R\$ 0,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	1,00	R\$ 114.047,00	R\$ 1.140,47

Tabela 54 - Custo de comercialização 2

<b>Total Impostos</b>	<b>R\$ 20.209,13</b>
<b>Total Gastos com Vendas</b>	<b>R\$ 1.140,47</b>
<b>Total Geral (Impostos + Gastos)</b>	<b>R\$ 21.349,60</b>

Tabela 55 - Custo de comercialização 3

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 21.349,60
Mês 2	R\$ 21.349,60
Mês 3	R\$ 21.349,60
Mês 4	R\$ 21.349,60
Mês 5	R\$ 21.349,60
Mês 6	R\$ 21.349,60
Mês 7	R\$ 21.349,60
Mês 8	R\$ 21.349,60
Mês 9	R\$ 21.349,60
Mês 10	R\$ 21.349,60
Mês 11	R\$ 21.349,60

Mês 12	R\$ 21.349,60
Ano 1	R\$ 256.195,20

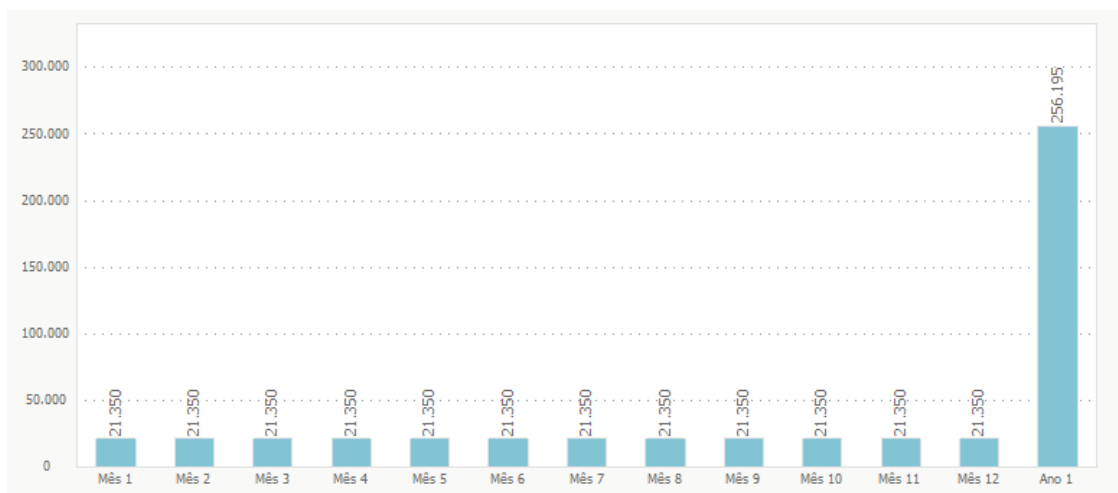


Gráfico 18 - Custo de comercialização 4

### 7.9 Apuração do custo de MD e/ou MV

Tabela 56 - Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Pastel Integral de Frango, peru, ricota e tomate seco	3550	R\$ 2,01	R\$ 7.135,50
2	Bolo Integral pequeno	240	R\$ 0,78	R\$ 187,20
3	Bolacha Integral	240	R\$ 1,00	R\$ 240,00
4	Coxinha de Batata Doce	280	R\$ 1,56	R\$ 436,80
5	Empada de Batata Doce	280	R\$ 1,56	R\$ 436,80
6	Sanduíche Natural	320	R\$ 3,15	R\$ 1.008,00
7	Patê de Soja	50	R\$ 0,71	R\$ 35,50
8	Pastel Integral de Frango, peru e ricota	2400	R\$ 1,66	R\$ 3.984,00
9	Pastel Integral de Frango	1200	R\$ 1,71	R\$ 2.052,00
10	Pastel Integral de Frango e ricota	3120	R\$ 1,54	R\$ 4.804,80

11	Pastel Integral de Frango, ricota e tomate seco	2400	R\$ 1,51	R\$ 3.624,00
12	Pastel Integral de Frango e peru	1200	R\$ 1,78	R\$ 2.136,00
13	Pastel Integral de Frango, peru e abacaxi	1680	R\$ 1,68	R\$ 2.822,40
14	Pastel Integral de Frango, peru e tomate seco	960	R\$ 1,66	R\$ 1.593,60
15	Pastel Integral de Frango com palmito	720	R\$ 1,66	R\$ 1.195,20
16	Pastel Integral de Frango com milho	1440	R\$ 1,64	R\$ 2.361,60
17	Pastel Integral de Frango com tomate seco	720	R\$ 1,62	R\$ 1.166,40
18	Pastel Integral de Frango, palmito e tomate seco	480	R\$ 1,66	R\$ 796,80
19	Pastel Integral de Ricota, bacalhau, palmito e soja	240	R\$ 1,29	R\$ 309,60
20	Pastel Integral de Ricota, peru e soja	480	R\$ 1,27	R\$ 609,60
21	Pastel Integral de Ricota, bacalhau, legumes e soja	360	R\$ 1,34	R\$ 482,40
22	Pastel Integral de Ricota, peru, soja e tomate seco	480	R\$ 1,31	R\$ 628,80
23	Pastel Integral de Ricota, atum e soja	240	R\$ 1,21	R\$ 290,40
24	Pastel Integral de Banana com cacau	240	R\$ 1,16	R\$ 278,40
25	Pastel Integral de Ricota, palmito e soja	360	R\$ 1,26	R\$ 453,60
26	Pastel Integral de Ricota, legumes e soja	240	R\$ 1,22	R\$ 292,80
27	Pastel Integral de Ricota com soja	240	R\$ 1,26	R\$ 302,40
28	Pastel Integral de Soja	360	R\$ 1,26	R\$ 453,60
29	Pastel Integral de Soja com tomate seco	240	R\$ 1,46	R\$ 350,40
30	Pastel Integral de Ricota, tomate seco e soja	240	R\$ 1,31	R\$ 314,40
31	Pastel Integral de Ricota, maçã e passas	240	R\$ 1,21	R\$ 290,40
32	Pastel Integral de Ricota e abacaxi	480	R\$ 1,16	R\$ 556,80

33	Pastel Integral de Ricota, banana e canela	480	R\$ 1,26	R\$ 604,80
34	Bolo integral grande	40	R\$ 8,05	R\$ 322,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 41.465,00</b>	

Tabela 57 - CMD/CMV

<b>Período</b>	<b>CMD/CMV</b>
Mês 1	R\$ 41.465,00
Mês 2	R\$ 41.465,00
Mês 3	R\$ 41.465,00
Mês 4	R\$ 41.465,00
Mês 5	R\$ 41.465,00
Mês 6	R\$ 41.465,00
Mês 7	R\$ 41.465,00
Mês 8	R\$ 41.465,00
Mês 9	R\$ 41.465,00
Mês 10	R\$ 41.465,00
Mês 11	R\$ 41.465,00
Mês 12	R\$ 41.465,00
Ano 1	R\$ 497.580,00

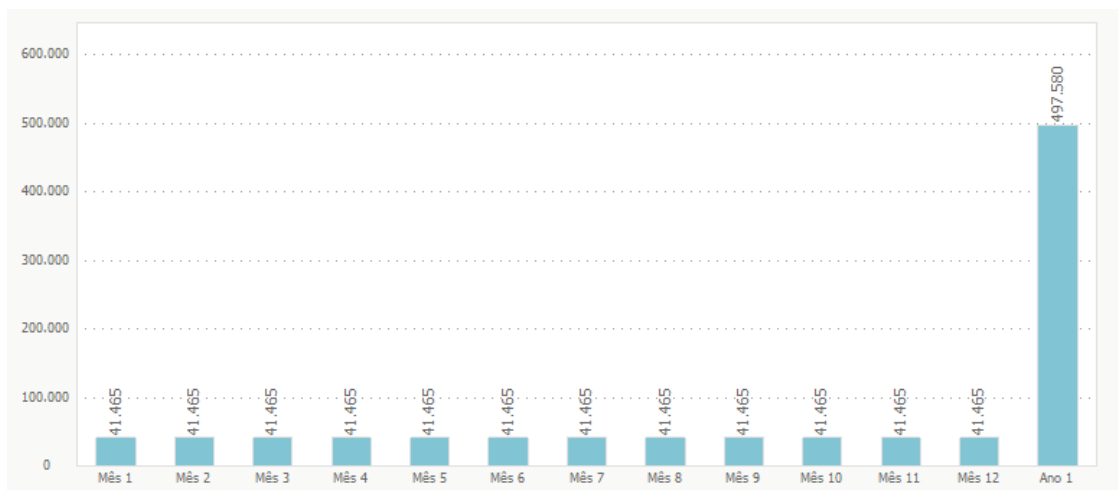


Gráfico 19 - CMD/CMV

### 7.10 Custos de mão-de-obra

Tabela 58 - Custos de mão-de-obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Auxiliar de Cozinha	1	R\$ 950,00	R\$ 950,00	9,00	R\$ 85,50	R\$ 1.035,50
Auxiliar de serviços gerais	1	R\$ 950,00	R\$ 950,00	9,00	R\$ 85,50	R\$ 1.035,50
Embalador	1	R\$ 950,00	R\$ 950,00	9,00	R\$ 85,50	R\$ 1.035,50
Motoboy	2	R\$ 0,00	R\$ 0,00	9,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Pasteleira	3	R\$ 0,00	R\$ 0,00	9,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Balconista/caixa	1	R\$ 950,00	R\$ 950,00	9,00	R\$ 85,50	R\$ 1.035,50
Gerente	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	9,00	R\$ 135,00	R\$ 1.635,00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>5.300,00</b>		<b>R\$ 477,00</b>	<b>R\$ 5.777,00</b>

### 7.11 Custos com depreciação

Tabela 59 - Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS E	R\$ 48.169,30	10	R\$ 4.816,93	R\$ 401,41
MÓVEIS E UTENSÍLIOS E	R\$ 31.122,10	10	R\$ 3.112,21	R\$ 259,35
COMPUTADORES	R\$ 3.100,00	5	R\$ 620,00	R\$ 51,67
<b>Total</b>			<b>R\$ 8.549,14</b>	<b>R\$ 712,43</b>

## 7.12 Custos fixos operacionais mensais

Tabela 60 - Custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 1.800,00
Condomínio	R\$ 0,00
IPTU	R\$ 400,00
Energia elétrica	R\$ 700,00
Telefone + internet	R\$ 100,00
Honorários do contador	R\$ 950,00
Pró-labore	R\$ 10.000,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 300,00
Salários + encargos	R\$ 5.777,00
Material de limpeza	R\$ 150,00
Material de escritório	R\$ 80,00
Taxas diversas	R\$ 120,00
Serviços de terceiros	R\$ 5.250,00
Depreciação	R\$ 712,43
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 0,00
Outras taxas	R\$ 0,00
Alimentação	R\$ 800,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 27.139,43</b>

### 7.12.1 Projeção dos Custos:

- (x) Sem expectativa de crescimento
- ( ) Crescimento a uma taxa constante:
  - 0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses
  - 0,00 % ao ano a partir do 2º ano
- ( ) Entradas diferenciadas por período

Tabela 61 - Projeção dos custos

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 27.139,43
Mês 2	R\$ 27.139,43
Mês 3	R\$ 27.139,43
Mês 4	R\$ 27.139,43
Mês 5	R\$ 27.139,43
Mês 6	R\$ 27.139,43
Mês 7	R\$ 27.139,43
Mês 8	R\$ 27.139,43
Mês 9	R\$ 27.139,43
Mês 10	R\$ 27.139,43
Mês 11	R\$ 27.139,43
Mês 12	R\$ 27.139,43
Ano 1	R\$ 325.673,16

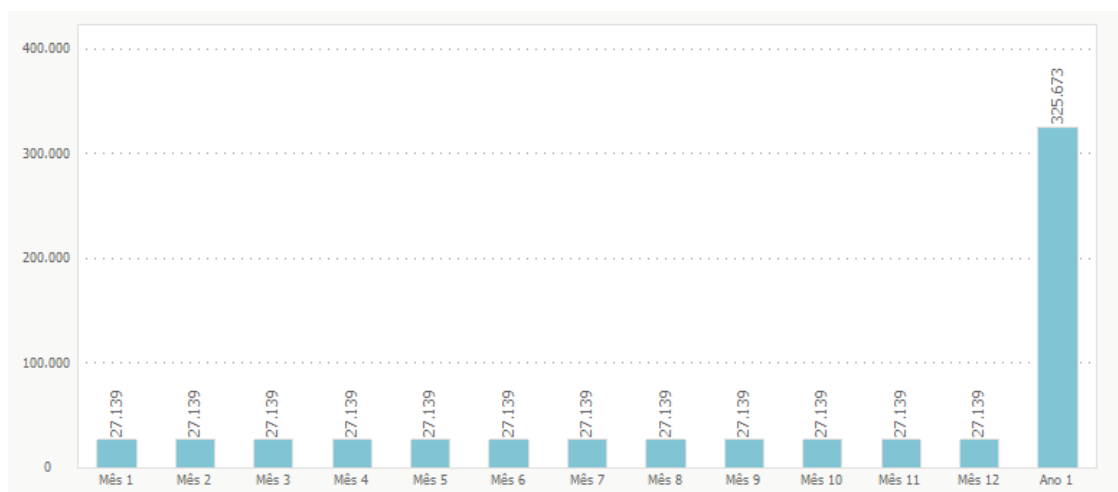


Gráfico 20 – Projeção de custos

### 7.13 Demonstrativo de resultados

Tabela 62 - Demonstrativo de resultados 1

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 114.047,00	R\$ 1.368.564,00	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 41.465,00	R\$ 497.580,00	36,36
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 20.209,13	R\$ 242.509,56	17,72
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 1.140,47	R\$ 13.685,64	1,00
Total de custos Variáveis	R\$ 62.814,60	R\$ 753.775,20	55,08
3. Margem de Contribuição	R\$ 51.232,40	R\$ 614.788,80	44,92
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 27.139,43	R\$ 325.673,16	23,80
<b>5. Resultado Operacional: LUCRO</b>	<b>R\$ 24.092,97</b>	<b>R\$ 289.115,64</b>	<b>21,13</b>

Tabela 63 - Demonstrativos de resultados 2

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 24.092,97
Mês 2	R\$ 24.092,97
Mês 3	R\$ 24.092,97
Mês 4	R\$ 24.092,97
Mês 5	R\$ 24.092,97
Mês 6	R\$ 24.092,97
Mês 7	R\$ 24.092,97
Mês 8	R\$ 24.092,97
Mês 9	R\$ 24.092,97
Mês 10	R\$ 24.092,97
Mês 11	R\$ 24.092,97
Mês 12	R\$ 24.092,97
Ano 1	R\$ 289.115,64

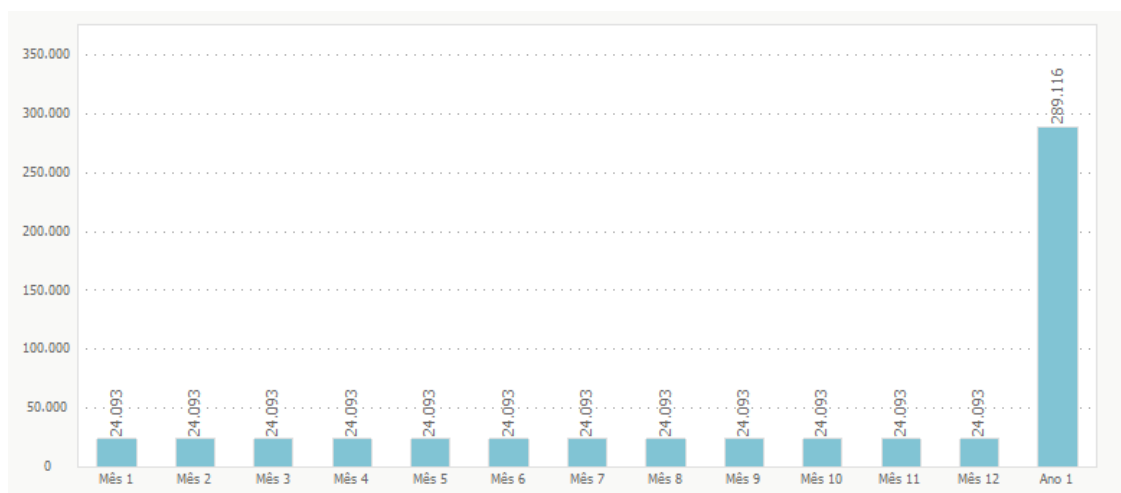


Gráfico 21 - Demonstrativo de resultados 3

#### 7.14 Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 724.971,83
Lucratividade	21,13 %
Rentabilidade	256,38 %
Prazo de retorno do investimento	5 meses

## 8. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO

### 8.1 Ações preventivas e corretivas

Receita (pessimista) 20,00 %      Receita (otimista) 20,00 %

Tabela 64 - Cenário

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 114.047,00	100,00	R\$ 91.237,60	100,00	R\$ 136.856,40	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 41.465,00	36,36	R\$ 33.172,00	36,36	R\$ 49.758,00	36,36
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 20.209,13	17,72	R\$ 16.167,30	17,72	R\$ 24.250,96	17,72
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 1.140,47	1,00	R\$ 912,38	1,00	R\$ 1.368,56	1,00
Total de Custos Variáveis	R\$ 62.814,60	55,08	R\$ 50.251,68	55,08	R\$ 75.377,52	55,08
3. Margem de contribuição	R\$ 51.232,40	44,92	R\$ 40.985,92	44,92	R\$ 61.478,88	44,92
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 27.139,43	23,80	R\$ 27.139,43	29,75	R\$ 27.139,43	19,83
<b>Resultado Operacional</b>	R\$ 24.092,97	21,13	R\$ 13.846,49	15,18	R\$ 34.339,45	25,09

### 8.1.1 Ações corretivas e preventivas

Para que a empresa não fique no cenário pessimista, deve-se investir em divulgação da marca e o lançamento de outros produtos, com o intuito de atrair novos clientes e manter os atuais e, conseqüentemente, ela tende a superar o seu pior cenário e gradativamente continuando com o investimento a fim de alcançar o cenário otimista.

A empresa chegou ao seu faturamento atual, sem investir em divulgação, somente uma página no *facebook* e *instagram*, mas muito pouco utilizado, uma vez que com essas ferramentas a empresa pode atingir grandes resultados com pouco investimento dedicado a essas plataformas.

## 9. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

### 9.1 Análise da matriz F.O.F.A.

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
<b>PONTOS FORTES</b>	<b>FORÇAS</b> Imagem da marca Qualidade do Produto	<b>OPORTUNIDADES</b> Pessoas que buscam alimentações saudáveis
<b>PONTOS FRACOS</b>	<b>FRAQUEZAS</b> Comprometimento com horários Falta de estratégia de Marketing	<b>AMEAÇAS</b> Pessoas deixarem de consumir alimentos saudáveis

Imagem da Marca – é um ponto forte, pois é e bastante conhecida dentro da cidade de João Pessoa.

Qualidade do Produto – é um ponto forte, pois sempre busca o melhor para o produto.

Pessoas que buscam alimentações saudáveis – é uma oportunidade, pois quanto mais pessoas buscarem alimentação saudável, mais pessoas irão buscar um lanche mais leve.

Comprometimento com horários – é uma fraqueza, pois acaba atrasando com frequência a entrega dos seus revendedores.

Falta de estratégia de Marketing- é uma fraqueza, pois não existe foco em meio de divulgação da marca e produto.

Pessoas deixarem de consumir alimentos saudáveis – é uma ameaça, pois se o público que consome alimentos saudáveis cair, as vendas diminuirão consideravelmente.

#### 9.1.1 Ações

Com a divulgação da marca, incentivando o consumo de produtos que promovem a

saúde do ser humano, não só os produtos que ela comercializa mas no geral, haja vista que quando pessoas buscam um lanche saudável vão encontrar a Chica Preta no mercado, que oferece variedades de produtos com características como a rapidez e a praticidade.

A empresa deve mostrar aos clientes que uma alimentação saudável não necessariamente precisa ter um gosto ruim e que as pessoas não a consumam apenas por ser saudável, mas sim porque possui o sabor melhor que de um lanche comum.

## **10. ANÁLISE DO PLANO**

A elaboração de um plano de negócios é um fator imprescindível para o sucesso de uma empresa, pois exige grande planejamento de todas as áreas da administração. Com o plano de negócio o empreendedor consegue perceber com mais amplitude o mercado, analisando etapas importantes como: estratégias de mercado, plano de marketing, plano financeiro e posicionamento no mercado; podendo assim tomar melhores decisões com base em cada uma das áreas.

O Plano de negócio realizado para a empresa Chica Preta Alimentos Naturais foi de grande importância para comprovar a eficácia de sua consolidação no mercado. Foi possível identificar que o referido plano de negócio é viável e que no mercado possui espaço para a empresa. A empreendedora terá um retorno financeiro em média de cinco meses.

Recomendamos que sejam realizados novos estudos após a finalização desse plano, como pesquisas com não clientes e análises de compras futuras de equipamentos, com isso, fazendo com que a empresa atue sempre de forma proativa e estabeleça estratégias para o seu crescimento e desenvolvimento.

## 11. APENDICE

### Chica Preta Alimentos Naturais

Pesquisa com fins acadêmicos, para ser utilizado no TCC (Trabalho de conclusão de curso) de Lucas Marinho de Medeiros do curso de Administração da Universidade Federal da Paraíba.

\*Obrigatório

#### 1. Como conheceu nossos produtos? \*

- Internet (Instagram, Facebook, etc.)
- Indicação de Amigos.
- Indicação de Nutricionista.
- Observou na vitrine no estabelecimento onde estava
- Outro: \_\_\_\_\_

#### 2. Quais produtos você consome da Chica Preta? \* (OBS: pode marcar mais de um)

- Pastel Integral
- Bolinho Integral
- Sanduiche Natural
- Bolacha Integral
- Patê de Soja

#### 3. Qual sabor de pastel você mais gosta? \*

- Frango e Ricota
- Frango, peru e ricota.
- Frango, ricota, peru e tomate seco
- Frango com milho.
- Frango, abacaxi e peru
- Ricota, bacalhau e palmito
- Banana com cacau.
- Outro: \_\_\_\_\_

#### 4. O que fez você optar pelos nossos pastéis integrais? \* (OBS: pode marcar mais de um)

- Integral
- Muito Recheio
- Massa Fina
- Sabor
- Variedades de Sabores
- Produção Diária

#### 5. Quais os pontos que se destacam?

\_\_\_\_\_

#### 6. Quais os pontos que precisam de melhorias?

\_\_\_\_\_

#### 7. Existe algum sabor de pastel ou produto que você gostaria que tivesse no nosso cardápio?

\_\_\_\_\_

8. **A quanto tempo consome nossos produtos? \***

- 1 mês ou menos       3 Meses  
 6 Meses       1 Ano  
 1 Ano e 6 Meses       2 Anos ou mais

9. **Caso você compre direto na nossa loja, como avalia o atendimento?**

	1	2	3	4	5	
Péssimo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ótimo

10. **Caso você entrou em contato conosco através do *instagram*, *facebook* ou *whatsapp*, qual nota você daria para o atendimento?**

	1	2	3	4	5	
Péssimo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ótimo

11. **Você compra diretamente na nossa loja? \***

- Sim  
 Não

12. **Caso você não compre na nossa loja, em qual bairro o estabelecimento fica?**

\_\_\_\_\_

13. **Idade \***

- 15-20 anos       31-35 anos       46-50 anos  
 21-25 anos       36-40 anos       51-55 anos  
 26-30 anos       41-45 anos       56+ anos

14. **Renda Familiar \***

- Menos que R\$1.000,00       Entre R\$4.000,00 à R\$5.000,00  
 Entre R\$1.000,00 à R\$2.000,00       Acima de R\$5.000,00  
 Entre R\$2.000,00 à R\$3.000,00       Não quero responder  
 Entre R\$3.000,00 à R\$4.000,00

15. **Sexo \***

- Masculino       Feminino

16. **Estado Civil \***

- Solteiro (a)       Casado (a)       Separado (a)       Viúvo (a)  
 União Estável

17. **Bairro onde mora \***

\_\_\_\_\_



