

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
APLICADAS COORDENAÇÃO DO CURSO
DE ADMINISTRAÇÃO**

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ANALISAR A VIABILIDADE DA ABERTURA DE UMA
AÇAÍTERIA SELF-SERVICE EM CABEDELO-PB.**

LEONARDO RAMOS MEDEIROS

João Pessoa

Jun/2018

LEONARDO RAMOS MEDEIROS

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ANALISAR A VIABILIDADE DA ABERTURA DE UMA
AÇAÍTERIA SELF-SERVICE EM CABEDELO-PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Administração, apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da UFPB, em atendimento às exigências para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Prof. Marcelo De Souza Bispo.

João Pessoa

Jun/2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

M488p Medeiros, Leonardo Ramos.

PLANO DE NEGÓCIO PARA ANALISAR A VIABILIDADE DA
ABERTURA DE UMA AÇAITERIA SELF-SERVICE NA CIDADE DE
CABEDELO-PB. / Leonardo Ramos Medeiros. – João Pessoa, 2018.
34f.: il.

Orientador(a): Profº Dr. Marcelo de Souza Bispo.
Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. EMPREENDEDORISMO. 2. AÇAITERIA . 3. PLANO DE NEGÓCIO. I.
Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)

Trabalho apresentado á banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

Aluno: Leonardo Ramos Medeiros

Trabalho: Plano de Negócio para a abertura de uma açáiteria self - service em Cabedelo-PB

Área da pesquisa: Empreendedorismo

Data de Aprovação:

Banca examinadora

Orientador

Examinador

Examinador

DEDICATÓRIA: À meu bom Deus, minha família e noiva, por me fornecer o alicerce necessário e estarem sempre presentes para o êxito deste trabalho. Dedico a eles o meu esforço, e todo o meu amor.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a deus e a minha família , por terem proporcionado o melhor que podiam e por estarem sempre presentes em todas as situações da minha vida.

À minha noiva Samara, por há 4 anos me apoiar e incentivar em todas as minha decisões, a qual busco sempre o melhor para constituir a nossa família, e lhe declaro o meu amor.

Ao meu orientador Marcelo Bispo, por me mostrar o caminho a seguir e sanar minhas dúvidas pertinentes ao meu trabalho.

A todos os professores que ao decorrer do curso, transmitiram o seu conhecimento para nossa formação acadêmica e profissional.

“Trabalhe duro e em silêncio. Deixe que seu sucesso faça barulho”.

Dale Carnegie

SUMÁRIO EXECUTIVO

O presente plano de negócios será um instrumento de planejamento a ser utilizado pelo empreendedor, como também para futuros funcionários, afim de obter diversas informações sobre o negócio. No momento este documento será utilizado como auxílio pelo empreendedor, para analisar a viabilidade da abertura de uma açaiteria self-service na cidade de Cabedelo-PB, negócio esse com enfoque na comercialização do açaí self-service na cidade de cabedelo, tendo como base para a formação de preço desse produto o quilograma, nicho esse de mercado que se encontra em expansão em todo o estado da paraíba. Planejamento esse que inicialmente conta com uma equipe, com um cozinheiro/Aux. De cozinha, um atendente, como também o próprio gestor para auxiliar em eventuais necessidades operacionais. Negócio esse que demandará de um investimento total no valor de R\$ 19.534,08 que terá como fonte de recursos o investimento de 50% do capital próprio do gestor, com os outros 50% sendo captado com um empréstimo realizado junto ao banco, empreendimento com o tempo de payback deste investimento estimado em quatro anos e um mês. A empresa vem com o objetivo de nós próximos cinco anos, ser a melhor do segmento dentro da cidade de cabedelo, onde esse planejamento prévio para a abertura da empresa é imprescindível para a sobrevivência da empresa no mercado, como também para atingir seus objetivos, onde de acordo com o SEBRAE, uma das principais causas para a mortalidade das empresas no brasil, é a falta de planejamento.

Sumário

1- Síntese do negócio	11
1.1 – Indicadores	11
1.2 Situação de Mercado	11
1.3 - Dados dos empreendedores	11
1.5 - Setores de atividade	11
1.6 - Forma jurídica	12
1.7 - Enquadramento tributário	13
1.8 - Capital social	13
2 - Análise de mercado	13
2.1 - Estudo dos clientes	13
2.2 - Estudo dos concorrentes	15
2.3 - Estudo dos fornecedores	16
3 - Plano de marketing	17
3.1 - Produtos e serviços	17
3.3 - Estratégias promocionais	17
3.5 - Localização do negócio	17
4- Plano operacional	18
4.1 - Capacidade instalada	18
4.2 - Processos operacionais	18
4.3 - Necessidade de pessoal	19
5 - Plano financeiro	19
5.1 - Investimentos fixos	19
5.2 - Estoque inicial	20
5.3 - Caixa mínimo	20
5.4 - Investimentos pré-operacionais	22
5.5 - Investimento total	22
5.6 - Faturamento mensal	23
5.7 - Custo unitário	25
5.8 - Custos de comercialização	26
5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV	27
5.10 - Custos de mão-de-obra	28
5.11 - Custos com depreciação	28
5.12 - Custos fixos operacionais mensais	29

5.13 - Demonstrativo de resultados	30
5.14 - Indicadores de viabilidade	31
6 - Construção de cenário.....	32
6.1 - Ações preventivas e corretivas	32
7 - Avaliação estratégica.....	33
7.1 - Análise da matriz S.W.O.T	33
8 – Referências no mercado	34
9 – Referências bibliográficas.....	35

1- Síntese do negócio

1.1 – Indicadores

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 147.316,57
Lucratividade	3,10 %
Rentabilidade	24,97 %
Prazo de retorno do investimento	4 anos e 1 mês

1.2 Situação de Mercado

A empresa proposta pelo plano de negócio visa adentrar em um nicho de mercado que é o de açaiateria self-service, mercado em grande expansão na capital paraibana, que virou febre e está nos maiores bairros da capital. A empresa estuda a proposta e a viabilidade de montar suas instalações na cidade de cabedelo, mais precisamente no centro de cabedelo, onde o mercado local é bastante carente deste tipo de empreendimento e promete decolar rapidamente em função de ser algo novo e que a cidade estava precisando.

1.3 - Dados dos empreendedores

Nome:	Leonardo Ramos Medeiros		
Endereço:	D.Onaldo Nóbrega Montenegro		
Cidade:	Cabedelo	Estado:	Paraíba
Perfil:	Disposto, Criativo, Trabalhador, Competente.		
Atribuições:	Diretor Geral.		

1.4- Missão da empresa

Gerar a satisfação de nossos clientes, buscando sempre a excelência em nosso negócio.

1.5 - Setores de atividade

Agropecuária

Comércio

Indústria

Serviços

1.6 - Forma jurídica

Empresário Individual

Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI

Microempreendedor Individual – MEI

()) Sociedade Limitada

1.7 - Enquadramento tributário

Âmbito federal

Regime Simples

(x) Sim

() Não

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

1.8 - Capital social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Leonardo Ramos Medeiros	R\$ 19.534,08	100,00
Total		R\$ 19.534,08	100,00

1.9 - Fonte de recursos

Capital Próprio, juntamente com capital de terceiros captados de empréstimos com instituições financeiras.

2 - Análise de mercado

2.1 - Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

Públicos das classes B e C, Residentes e turistas da cidade de Cabedelo, com faixa etária entre 18 há 25 anos, de ambos os sexos, que gostam de novidades e buscam uma alimentação saudável e diferenciada para o seu cotidiano, informação essa obtida através da aplicação de um questionário que se encontra em anexo neste trabalho, com também através da análise de mercado do empreendedor, que com sua experiência no mercado local prevê a demanda desse público.

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

Frequência Moderada, dispostos a pagar preço justo por um produto de qualidade, dados esses também obtido, de acordo com o questionário aplicado.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

A empresa visa abranger todo o centro e os bairros adjacentes da cidade de cabedelo, onde a cidade no momento tem esse mercado pouco explorado, decisão essa tomada a priori, por opção do empreendedor.

2.2 - Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
Açaí da Cris	Moderada	Moderado	Baixo	Rua Travessa Primo José Viana. Centro Cabedelo - PB.	Baixo	Moderado
Route Açaí	Moderada	Moderado	Alto	Avenida Pastor José Alves, 382, Cabedelo, PB.	Baixo	Moderado

Conclusões

O mercado se encontra em aberto, pouco explorado no segmento de açáiteria Self-Service, no qual a nossa empresa tenha um diferencial no atendimento, ponto em que ambos concorrentes apresentam resultados abaixo do esperado, há significativas chances de atrairmos seus atuais clientes para a nossa empresa, conclusões essas obtidas através de da pesquisa feita pelo próprio empreendedor com cliente oculto, como também por meio de entrevista semi- estruturada, realizada com três residentes da cidade, que já frequentaram ambos os concorrentes abordados.

2.3 - Estudo dos fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Açaí tradicional e de diversos sabores.	OCA DO AÇAÍ INDUSTRIA.	R\$ 110 Balde com 10 L.	Á Vista	2 Dias úteis.	R. Alcides Gerônimo Freire, 19 - Parque de Exposições, Parnamirim, RN, Brasil.
2	Refrigerantes e bebidas variadas.	Refrescos Guararapes Ltda. (Coca Cola)	Xx	Boleto para 7 dias.	2 dias úteis.	Avenida Parque S/N Distrito Industrial, João Pessoa, Paraíba.
3	Suprimentos diversos.	Supermercados Atacadistas.	Xx	Dinheiro - Cartão.	Fornecedor não realiza entrega.	João Pessoa, PB.
4	Alimentos Naturais.	Chica Preta.	Xx	À vista.	xXx	Avenida Júlia Freire, 1129, João Pessoa, PB.

3 - Plano de marketing

3.1 - Produtos e serviços

AÇAÍ SELF-SERVICE.

Nº	Produtos / Serviços
1	Buffet: Açaí tradicional, Açaí mesclado com outros sabores, Sorvetes e mais de 40 tipos de toppings.
2	Bebidas: Refrigerantes, Sucos, Água e Cerveja Heineken Long Neck.
3	Sandwiches/Salgados: Sandwiches naturais, Coxinhas e pasteis.

3.2 - Preço

R\$ 32,90 KG.

Preço este formulado com base nos custos da empresa, como também com base nos preços praticados no mercado neste segmento, buscando ter um preço competitivo com os demais concorrentes.

3.3 - Estratégias promocionais

Panfletagem em frente as academias próximas na região, dias antes da inauguração.

Sorteios nas redes sociais, com o foco maior no Instagram.

Publicações impulsionadas nas redes sociais, com foco maior no instagram.

3.4 - Estrutura de comercialização

Comercialização de forma direta ao consumidor final através do ponto fixo, como também pelo delivery com a produção no próprio ponto fixo e com a entrega efetuada por motoboys freelances cadastrados com a empresa, custo esse de entrega repassado ao cliente, o que não impacta em eventuais custos para a empresa.

3.5 - Localização do negócio

Endereço:	Rua João Vitaliano
Bairro:	Centro

Cidade:	Cabedelo
Estado:	Paraíba
Fone 1:	(83) 9 8898-8397
Fone 1:	(83) 9 9694-7346

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

Contrato de aluguel facilitado e flexível, sem multa estipulada em ambas as partes;

Localização no centro da cidade com uma distância de 100 metros da praia;

Endereço localizado em uma das três principais ruas da cidades.

4- Plano operacional

4.1 - Capacidade instalada

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

100 pessoas por dia, com capacidade de acomodação de 20 pessoas instantaneamente, com tempo de rotatividade de máximo duas horas por cliente.

4.2 - Processos operacionais

Tarefa	Responsável
Montagem do buffet self-service feita diariamente antes do horário de atendimento	Funcionários do atendimento
Organização das acomodações	Funcionários do atendimento
Verificação e inspeção da cozinha	Cozinheira
Limpeza da cozinha e os respectivos equipamentos da cozinha	Cozinheira/Aux. De cozinha
Abertura do caixa	Funcionário do atendimento

4.3 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Aux. De cozinha.	Boa higiene, Dinâmico, Rapidez, disposição, espírito de equipe.
2	Cozinheiro	Boa Higiene, experiência na área, atenção, criativo, rapidez, espírito de equipe/organização.
3	Atendimento	Simpatia, espírito de equipe, boa higiene, rapidez, atenção, disposição, dinâmico.

5 - Plano financeiro

5.1 - Investimentos fixos

A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (A)				R\$ 0,00

B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Freezers	2	R\$ 2.500,00	R\$ 5.000,00
2	Impressora Térmica.	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
3	Software Gestão;	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
4	Micro-ondas	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
SUB-TOTAL (B)				R\$ 6.600,00

C – Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (C)				R\$ 0,00

D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Fogão industrial.	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
2	Utensílios em geral	100	R\$ 10,00	R\$ 1.000,00
SUB-TOTAL (D)				R\$ 1.500,00

E – Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (E)				R\$ 0,00

F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Computador caixa.	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
SUB-TOTAL (F)				R\$ 500,00

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):	R\$ 8.600,00
---	---------------------

5.2 - Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Produtos para buffet	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
2	Bebidas	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
3	Insumos p/ cozinha	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
TOTAL (A)				R\$ 3.000,00

5.3 - Caixa mínimo

Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias

Vendas	100,00	15	15,00
Prazo médio total		15	

Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Reposição de estoques	100,00	7	7,00
Prazo médio total		7	

Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Numero de dias	5

Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	15
2. Estoques – necessidade média de estoques	5
Subtotal Recursos fora do caixa	20
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	7
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	7
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	13

Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 5.213,83
2. Custo variável mensal	R\$ 6.172,50

3. Custo total da empresa	R\$ 11.386,33
4. Custo total diário	R\$ 379,88
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	13
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 4.934,08

Capital de giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 3.000,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 4.977,41
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 7.977,41

5.4 - Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 500,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 2.000,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 500,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 3.000,00

5.5 - Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 8.600,00	44,52
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 7.917,41	39,95
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 3.000,00	15,53
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 19.534,08	100,00



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 9.767,04	50,00
Recursos de terceiros	R\$ 9.767,04	50,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 19.534,08	100,00



5.6 - Faturamento mensal

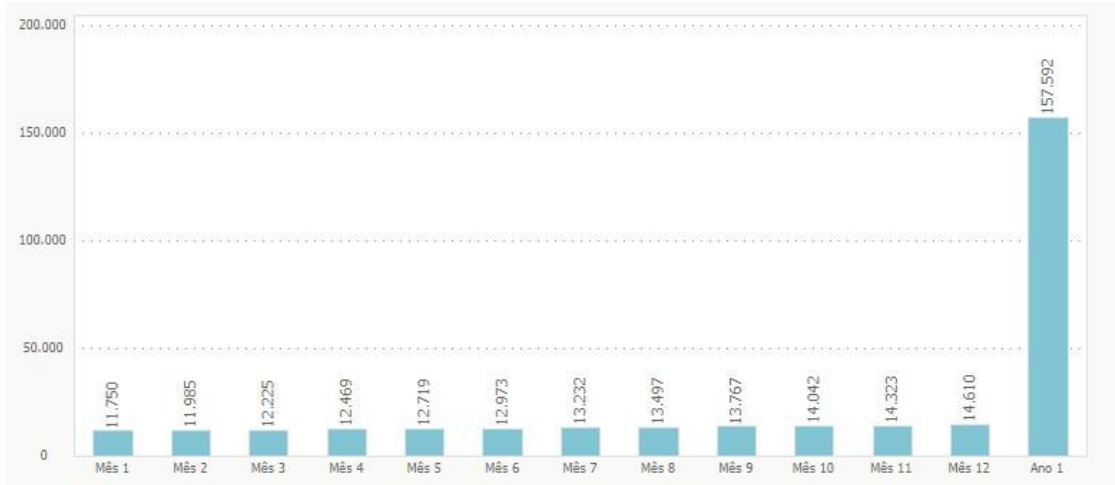
Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Buffet	300 kg.	R\$ 32,50	R\$ 9.750,00

2	Bebidas	100 Und.	R\$ 5,00	R\$ 500,00
3	Sanduíches/Salgados	300 Und.	R\$ 5,00	R\$ 1.500,00
TOTAL				R\$ 11.750,00

Projeção das Receitas:

- () Sem expectativa de crescimento
- (x) Crescimento a uma taxa constante:
- 2,00 % ao mês para os 12 primeiros meses
- 25,00 % ao ano a partir do 2º ano
- () Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 11.750,00
Mês 2	R\$ 11.985,00
Mês 3	R\$ 12.224,70
Mês 4	R\$ 12.469,19
Mês 5	R\$ 12.718,58
Mês 6	R\$ 12.972,95
Mês 7	R\$ 13.232,41
Mês 8	R\$ 13.497,06
Mês 9	R\$ 13.767,00
Mês 10	R\$ 14.042,34
Mês 11	R\$ 14.323,18
Mês 12	R\$ 14.609,65
Ano 1	R\$ 157.592,05
TIR	61.80 %



5.7 - Custo unitário

Produto: Buffet

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Açai/Toppings	1 kg.	R\$ 15,00	R\$ 15,00
TOTAL			R\$ 15,00

Produto: Bebidas

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Bebidas	1 und.	R\$ 2,50	R\$ 2,50
TOTAL			R\$ 2,50

Produto: Sanduiches/Salgados

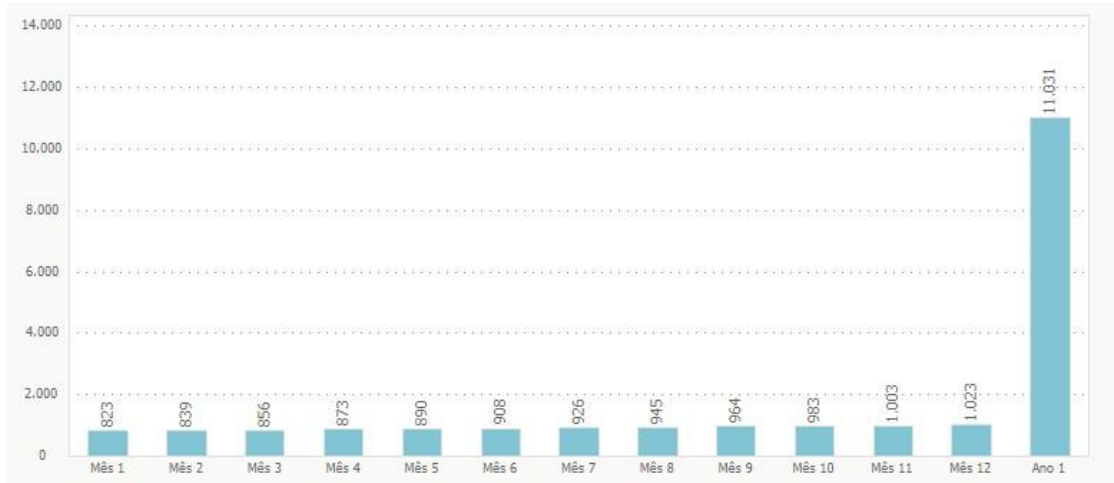
Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Sanduiches/Salgados	1 und.	R\$ 2,00	R\$ 2,00
TOTAL			R\$ 2,00

5.8 - Custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	4,00	R\$ 11.750,00	R\$ 470,00
Comissões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 11.750,00	R\$ 0,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 11.750,00	R\$ 0,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	3,00	R\$ 11.750,00	R\$ 352,50

Total Impostos	R\$ 470,00
Total Gastos com Vendas	R\$ 352,50
Total Geral (Impostos + Gastos)	R\$ 822,50

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 822,50
Mês 2	R\$ 838,95
Mês 3	R\$ 855,73
Mês 4	R\$ 872,84
Mês 5	R\$ 890,30
Mês 6	R\$ 908,11
Mês 7	R\$ 926,27
Mês 8	R\$ 944,79
Mês 9	R\$ 963,69
Mês 10	R\$ 982,96
Mês 11	R\$ 1.002,62
Mês 12	R\$ 1.022,68
Ano 1	R\$ 11.031,44

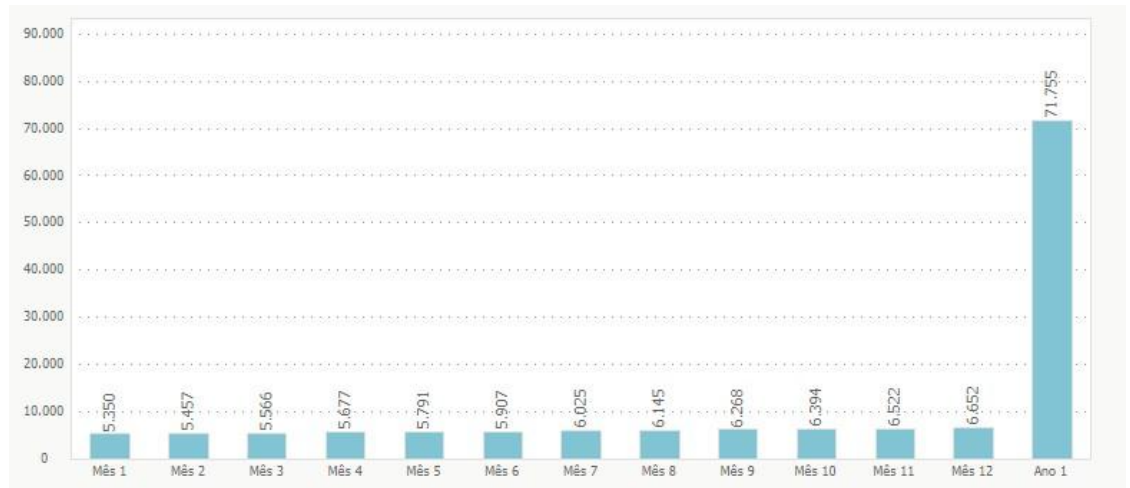


5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais/Aquisições	CMD / CMV
1	Buffet	300 kg.	R\$ 15,00	R\$ 4.500,00
2	Bebidas	100 und.	R\$ 2,50	R\$ 250,00
3	Sandwiches/Salgados	300 und.	R\$ 2,00	R\$ 600,00
TOTAL				R\$ 5.350,00

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 5.350,00
Mês 2	R\$ 5.457,00
Mês 3	R\$ 5.566,14
Mês 4	R\$ 5.677,46
Mês 5	R\$ 5.791,01
Mês 6	R\$ 5.906,83
Mês 7	R\$ 6.024,97
Mês 8	R\$ 6.145,47
Mês 9	R\$ 6.268,38
Mês 10	R\$ 6.393,75

Mês 11	R\$ 6.521,62
Mês 12	R\$ 6.652,05
Ano 1	R\$ 71.754,68



5.10 - Custos de mão-de-obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Atendimento	1	R\$ 980,00	R\$ 980,00	10,00	R\$ 98,00	R\$ 1.078,00
Cozinheiro	1	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00	10,00	R\$ 110,00	R\$ 1.210,00
Aux. De cozinha.	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
TOTAL	2		2.080,00		R\$ 208,00	R\$ 2.288,00

5.11 - Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 6.600,00	10	R\$ 660,00	R\$ 55,00
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	R\$ 1.500,00	10	R\$ 150,00	R\$ 12,50
COMPUTADORES	R\$ 500,00	5	R\$ 100,00	R\$ 8,33

Total	R\$ 910,00	R\$ 75,83
--------------	-------------------	------------------

5.12 - Custos fixos operacionais mensais

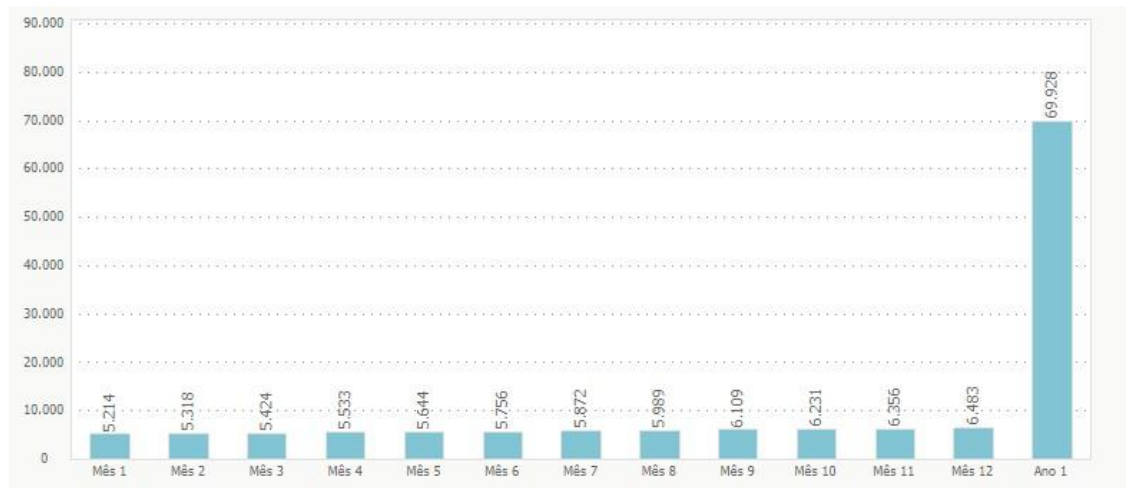
Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 600,00
Energia elétrica	R\$ 250,00
Internet	R\$ 100,00
Pró-labore	R\$ 1.500,00
Salários + encargos	R\$ 2.288,00
Material de limpeza	R\$ 100,00
Material de escritório	R\$ 50,00
Depreciação	R\$ 75,83
Contador	R\$ 250,00
TOTAL	R\$ 5.213,83

Projeção dos Custos:

- () Sem expectativa de crescimento
- (x) Crescimento a uma taxa constante:
- 2,00 % ao mês para os 12 primeiros meses
- 25,00 % ao ano a partir do 2º ano
- () Entradas diferenciadas por período

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 5.213,83
Mês 2	R\$ 5.318,11
Mês 3	R\$ 5.424,47
Mês 4	R\$ 5.532,96
Mês 5	R\$ 5.643,62
Mês 6	R\$ 5.756,49
Mês 7	R\$ 5.871,62
Mês 8	R\$ 5.989,05
Mês 9	R\$ 6.108,83

Mês 10	R\$ 6.231,01
Mês 11	R\$ 6.355,63
Mês 12	R\$ 6.482,74
Ano 1	R\$ 69.928,36

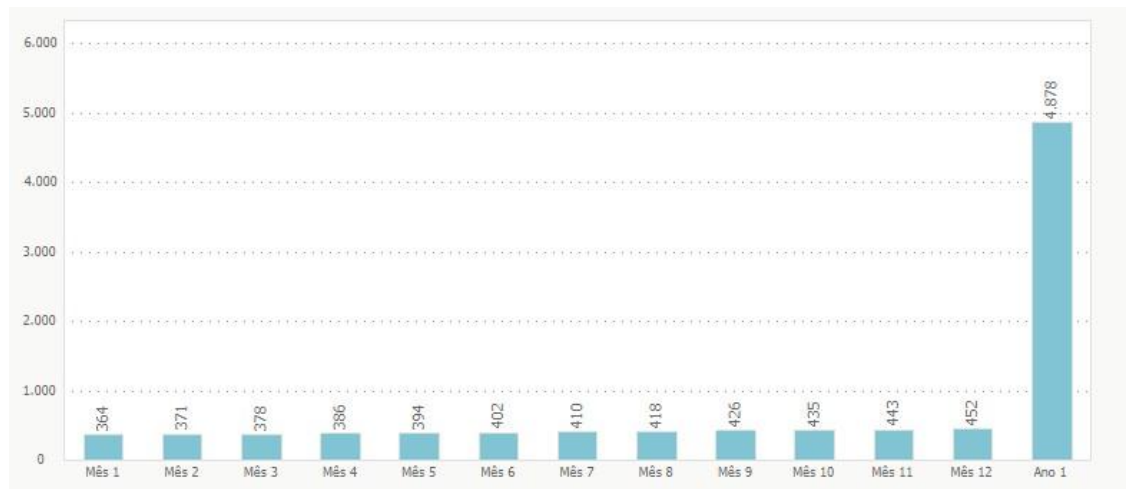


5.13 - Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 11.750,00	R\$ 157.592,06	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 5.350,00	R\$ 71.754,68	45,53
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 470,00	R\$ 6.303,68	4,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 352,50	R\$ 4.727,76	3,00
Total de custos Variáveis	R\$ 6.172,50	R\$ 82.786,12	52,53
3. Margem de Contribuição	R\$ 5.577,50	R\$ 74.805,94	47,47
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 5.213,83	R\$ 69.928,36	44,37
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 363,67	R\$ 4.877,57	3,10%

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 363,67
Mês 2	R\$ 370,94
Mês 3	R\$ 378,36

Mês 4	R\$ 385,93
Mês 5	R\$ 393,65
Mês 6	R\$ 401,52
Mês 7	R\$ 409,55
Mês 8	R\$ 417,74
Mês 9	R\$ 426,10
Mês 10	R\$ 434,62
Mês 11	R\$ 443,31
Mês 12	R\$ 452,18
Ano 1	R\$ 4.877,57



5.14 - Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 147.316,57
Lucratividade	3,10 %
Rentabilidade	24,97 %
Prazo de retorno do investimento	4 anos e 1 mês.

6 - Construção de cenário

6.1 - Ações preventivas e corretivas

Receita (pessimista)	30,00 %	Receita (otimista)	20,00 %
-----------------------------	---------	---------------------------	---------

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 11.750,00	100,00	R\$ 8.225,00	100,00	R\$ 14.100,00	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 5.350,00	45,53	R\$ 3.745,00	45,53	R\$ 6.420,00	45,53
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 470,00	4,00	R\$ 329,00	4,00	R\$ 564,00	4,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 352,50	3,00	R\$ 246,75	3,00	R\$ 423,00	3,00
Total de Custos Variáveis	R\$ 6.172,50	52,53	R\$ 4.320,75	52,53	R\$ 7.407,00	52,53
3. Margem de contribuição	R\$ 5.577,50	47,47	R\$ 3.904,25	47,47	R\$ 6.693,00	47,47
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 5.213,83	44,37	R\$ 5.213,83	63,39	R\$ 5.213,83	36,98
Resultado Operacional	R\$ 363,67	3,10	R\$ -1.309,58	-15,92	R\$ 1.479,17	10,49

Ações corretivas e preventivas:

Já no cenário provável, se deve permanecer tudo conforme o planejamento.

Em uma provável queda na receita, deverá ser refletido sobre o atual quadro de funcionário, devendo ser cortado algum custo fixo da empresa.

No cenário otimista, será necessário rever o atual processo de produção, buscando realizar todos os processos com total efetividade, buscando maximizar todos os recursos.

7 - Avaliação estratégica

7.1 - Análise da matriz S.W.O.T

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	FORÇAS 1. Experiência do proprietário como empreendedor. 2. Qualidade dos produtos. 3. Bom Atendimento. 4. Condições de pagamento.	OPORTUNIDADES 1. Mercado em crescente expansão. 2. Concorrência relativamente baixa na cidade.
PONTOS FRACOS	FRAQUEZAS 1. Preço um pouco acima do esperado para o mercado local.	AMEAÇAS 1. Baixo Fluxo de pessoas durante a semana na área do empreendimento. 2. Sazonalidade da cidade. 3. Mercado facilmente aberto para novos concorrentes.

Ações para potencializar forças:

1. Realização de cursos periodicamente com enfoque em gestão empresarial e marketing.
2. Analisar diariamente todos os produtos comercializados na empresa.
3. Fazer simulação de atendimento ao cliente mensalmente com os colaboradores.
4. Está sempre atualizado com os principais meios de pagamentos.

Ações para eliminar fraquezas:

1. Diminuir o preço gradativamente de acordo com a escala de vendas, visando assim fixar um preço de equilíbrio em relação ao mercado local.

Ações para minimizar as ameaças:

1. Promover promoções durante alguns dias da semana
3. Buscar sempre diferenciais para a empresa, como também fidelizar seus clientes através de algum instrumento

8 – Referências no mercado

AÇAÍ EMPÓRIO = Dentre as referências pesquisadas, na visão do empreendedor, é a empresa mais bem estruturada na capital paraibana no segmento, atualmente conta com 4 unidades espalhadas na capital e está expandindo seus negócios para a cidade de Campina – Grande, PB, onde foi aberta recentemente uma unidade.

AÇAÍ DO CHEFE = Pioneiro na capital como açaiteria self service, possui o preço com o melhor custo benefício na visão do empreendedor deste plano, o que torna esta empresa bastante competitiva no mercado.

9 – Referências bibliográficas

- BIZZOTTO, Carlos Eduardo Negrão. **Plano de negócios para empreendimentos inovadores**. São Paulo, Atlas, 2008.
- BUHAMRA, Cláudia. **Gestão de marketing no varejo: conceitos, orientações e práticas**. São Paulo: Atlas, 2012.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- DORNELAS, José C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- HISRICH, ROBERT D. **Empreendedorismo**. tradução: Francisco Araújo da Costa. – 9. ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre : AMGH, 2014.
- OLIVEIRA, Djalma de P.R. **Empreendedorismo: vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios**. São Paulo : Atlas, 2014.
- PALITOT, Felipe Oliveira. **Plano de negócio para a implantação de uma doceria em João Pessoa – PB**. 2016, 81, Plano de negócios – UFPB, João Pessoa, 2016.
- Sebrae, Plano de negócios**. Disponível em: < <https://www.sebraemg.com.br> > acesso em 10 de agosto de 2017.
- Taxa de Sobrevivência das Empresas no Brasil**. Out. 2011. Disponível em: . Acesso em: 21 abr. 2018.
- TEIXEIRA, Felipe Amorim. **Plano de negócio: A abertura de um comércio de confecções de roupas de surfwear e skatewear na cidade de palhoça**. 2009, 98, Plano de negócios – UFSC, Florianópolis, 2009.