

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB

Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA

Curso de Administração – CADM

PLANO DE NEGÓCIOS: DONA JOANA DOCERIA

GABRIELA LIRA SANTANA

João Pessoa
Novembro, 2021

GABRIELA LIRA SANTANA

PLANO DE NEGÓCIOS: DONA JOANA DOCERIA

Trabalho de conclusão de curso realizado a partir do negócio Dona Joana Doceria e a possível viabilidade apresentado e estruturado 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 Orientador:

Arturo Rodrigues Felinto

.

João Pessoa
Novembro, 2021

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S232p Santana, Gabriela Lira.
Plano de negócio Dona Joana Doceria / Gabriela Lira
Santana. - João Pessoa, 2021.
57f. : il.

Orientação: Arturo Felinto.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de negócio. 2. Administração de vendas. 3.
Administração mercadológica. 4. Formalização de
negócio. 5. Comércio de doces em João Pessoa - Paraíba.
6. Docerias em João Pessoa - Paraíba. I. Felinto,
Arturo. II. Título.

UFPB/CCSA CDU 658 (02)

Elaborado por ANDRE DOMINGOS DA SILVA - CRB-15/00730

Folha de Aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a conclusão do curso
Bacharelado em Administração

Aluna: Gabriela Lira Santana

Trabalho: Plano de Negócio da Dona Joana Doceria

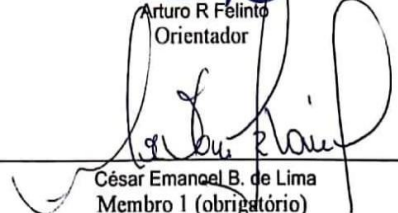
Área de pesquisa: Plano de Negócio

Data da Aprovação: 23 de Novembro de 2021

Banca Examinadora



Arturo R Felinto
Orientador



César Emanuel B. de Lima
Membro 1 (obrigatório)

Membro 2 (opcional)

À Deus, familiares e amigos, por sempre estarem presentes na minha vida e no decorrer de cada novo desafio.

Agradecimentos

Quero agradecer primeiramente a Deus que sempre esteve comigo durante toda a minha vida, sendo uma fortaleza em todos os momentos em que necessitei, além de melhor amigo e motivador a continuar.

A meu pai Jeová Garcia, minha mãe Joana Darc, por sempre acreditarem em mim quando desacreditei, me proporcionando toda base e apoio que precisei durante toda minha trajetória.

A minha irmã Geovana Lira, pela sua força que sempre me motivou a ser minha melhor versão sempre, me apoiando e me incentivando em todas as etapas.

A UFPB e todo o seu corpo Docente, que me possibilitaram grandes aprendizagens, em que pude me desenvolver como uma futura profissional. Ao meu orientador Arturo Felinto, pelos seus ensinamentos e compreensão no desenvolvimento do trabalho.

A minhas amigas, Nayara Souza, Juliana Batista e Renata Dantas por me ajudarem no decorrer do curso e me apoiarem nos meus sonhos de ir além.

Ao meu amigo Eric Eduard por me orientar com novos conhecimentos, sempre compartilhando os seus saberes e me auxiliando sempre que possível na execução deste trabalho.

A minha estimada amiga Lulu por ser um conforto em todos os momentos que precisei.

Aos demais familiares e amigos toda minha gratidão pelo apoio e amor incondicional, vocês sempre foram fundamentais para os meus caminhos.

“Primeiro faça o necessário, depois faça o possível e, de repente você vai perceber que pode fazer o impossível.”

Luiza Trajano

Sumário executivo

O plano de negócio da Dona Joana Doceria na cidade de João Pessoa-Pb, foi criado com o intuito de estruturar a empresa que já existe desde 2016 e atua no mercado de maneira informal. O principal objetivo desse plano de negócio é otimizá-lo, para assim formalizar a empresa.

A Dona Joana Doceria surgiu em 2016, com o sonho de Joana Darc de ter o seu próprio negócio, ela começou inicialmente com a produção de cocada e seu esposo Jeová Garcia ficava responsável pelas vendas, posteriormente o produto da Dona Joana Doceria foi mudado para bolo de pote, tendo uma reação positiva por parte do público. A empresa parou por um tempo e retornou em 2019, com enfoque em bolos e tortas.

Atualmente a empresa funciona na casa da proprietária Joana Darc, onde ela produz principalmente bolo vulcão, bolo de pote e encomendas de tortas e bolos, a venda ainda é feita pelo seu esposo. Aos poucos vem também se inserindo no meio digital com o auxílio de sua filha.

Esse plano de negócio teve como objetivo entender a realidade atual do funcionamento da Dona Joana Doceria e transformar em algo formal e estruturado, para inserir de maneira sólida a empresa no mercado de Delivery, adentrando no meio digital com o objetivo de ampliar suas vendas.

Lista de Figuras

Figura 1: Logo da empresa Dona Joana Doceria	16
Figura 2: Organograma da empresa.....	17
Figura 3: Perfil da Dona Joana Doceria no Instagram	37
Figura 4: Processo de Venda por Encomenda	39
Figura 5: Mapeamento do Macroprocesso de Pronta Entrega	39
Figura 6: Modelo de Atendimento Whats App	41
Figura 7: Modelo de Coleta de NPS Dona Joana Doceria.....	42
Figura 8: Layout da cozinha industrial	43

Lista de Quadros

Quadro 1: Capital Social.....	19
-------------------------------	----

Lista de Tabelas

Tabela 1: Tabela Administrativa.....	18
Tabela 2: Frequência de consumo.....	20
Tabela 3: Valor disposto a pagar pelo produto	21
Tabela 4: Consumo Delivery	21
Tabela 5: Viabilidade para precificação	22
Tabela 6: Forma de Contato.....	22
Tabela 7: Dados Demográficos (gênero)	22
Tabela 8: Dados Demográficos (idade)	23
Tabela 9: Dados Demográficos (renda familiar mensal)	23
Tabela 10: Fatores Físicos de Sucesso.....	24
Tabela 11: Principais itens utilizados com três diferentes fornecedores	26
Tabela 12: Avaliação dos três principais fornecedores.....	27
Tabela 13: Fornecedores	28
Tabela 14: Preços dos doces da Dona Joana Doceria	34
Tabela 15: Taxa do frete por quilômetro rodado (Km).....	35
Tabela 16: Investimentos Fixos	44
Tabela 17: Investimento Pré-Operacional	45
Tabela 18: Custos Diretos	46
Tabela 19: Custos Indiretos	47
Tabela 20: Custos Mini Bolo de Noiva.....	48
Tabela 21: Custos Torta de 1Kg	48
Tabela 22: Custos Caseirinho	49
Tabela 23: Custos Bolo no pote	49
Tabela 24: Custos Bolo Piscina	50
Tabela 25: Custos Cupcake.....	50
Tabela 26: Custos Bolo Vulcão	51
Tabela 27: Custos Naked Cake	51
Tabela 28: Faturamento Mensal.....	52
Tabela 29: Custos das Mercadorias Vendidas	52
Tabela 30: DRE.....	53
Tabela 31: Ponte de Equilíbrio	53

Tabela 32: Rentabilidade	54
Tabela 33: Lucratividade	54
Tabela 34: Prazo de Retorno do Investimento	54
Tabela 35: Projeção de Faturamento Anual.....	55

Sumário

1. Introdução.....	15
2. Sobre a Empresa.....	15
2.1 Estrutura Organizacional.....	17
2.2 Funcionograma.....	17
2.3 Diretrizes Estratégicas.....	17
2.3.1 Definição do negócio.....	18
2.3.2 Missão.....	18
2.3.3 Visão.....	18
2.3.4 Valores.....	19
2.4 Capital Social	19
3. ANÁLISE DO MERCADO.....	20
3.1 Estudo dos clientes.....	20
3.2 Estudo dos concorrentes.....	23
3.3 Estudo de Fornecedores	25
4. PLANO DE MARKETING.....	29
4.1. Mix de produtos	29
4.2 Preços	33
4.2.1 Taxa de Frete	34
4.3 Praça.....	35
4.3.1 Instagram	35
4.3.2 WhatsApp Business.....	35
4.3.3 Ifood.....	36
4.3 Promoção.....	36
4.4 Estratégias de vendas	37
4.4.1 Instagram	37
4.4.2 Whatsapp Business	38
4.4.3 Anúncios	38
4.4.4 Cupons de desconto no Ifood	38
4.4.5 Unboxing	38
5. PROCESSOS OPERACIONAIS.....	38
5.1 Processo de vendas.....	40

5.2 Processo de Compras	40
5.3 Processo de Atendimento	41
5.4 Layout.....	42
6- PLANO FINANCEIRO.....	43
6.1 Investimentos Iniciais.....	43
6.2 Custos da empresa.....	45
6.3 Custos dos Produtos	47
6.4 Estimativa de Faturamento Mensal	52
6.5. CMV – Custo das Mercadorias Vendidas	52
6.6. DRE.....	53
6.7 Capital de Giro	53
6.8 Indicadores de Viabilidade.....	53
6.8.1. Ponte de Equilíbrio	53
6.8.2 Rentabilidade	54
6.8.3 Lucratividade	54
6.8.4 Prazo do Retorno do Investimento	54
6.8.5 Projeção de Faturamento Anual	54
7.Avaliação Estratégica.....	55
8. Avaliação do Plano de Negócio.....	56
9. Referências.....	57

1. Introdução

De acordo com as informações do site Diário do Comércio, o segmento de confeitaria detém 25% da panificação, sendo o bolo o 4º produto mais vendido quando se trata de produtos voltados para o segmento de panificação. Pensando nesses dados e em como o ramo vem se mantendo em alta no mercado, além do desenvolvimento de E-commerce que cresceu 73,88% em 2020.

O uso das mídias digitais é de suma importância para o desenvolvimento de todo projeto, devido a isso foram analisados dados como uma pesquisa feita pelo Instituto Qualibest que teve seus resultados publicados no ano de 2019. Essa pesquisa foi publicada pelo Jornal Extra e revela que 62% dos brasileiros já compraram na internet por meio das redes sociais, a partir disso foi pensado na junção do aumento das pessoas no meio digital e um segmento que tem bastante aceitação no mercado.

Alguns desafios serão analisados no decorrer do plano de negócio, principalmente o estudo da concorrência no mercado local que terá como referência a cidade de João Pessoa no Estado da Paraíba. A cidade de João Pessoa possui um número considerável de lojas físicas e já estabelecidas no mercado de doçaria como referência, a partir disso, se faz necessário durante todo o desenvolvimento do plano de negócio, analisar a viabilidade da consolidação de uma nova empresa no mercado.

Deste modo, a aplicação da pesquisa juntamente com as análises de dados internos e externos são o que irão guiar as estratégias para uma auto sustentação da empresa no mercado, tendo como objetivo criar uma consolidação e segurança para a abertura desse novo negócio. Assim, o plano de negócio busca sanar possíveis dúvidas sobre a abertura da empresa e direcionar seu posicionamento no mercado.

2. Sobre a Empresa

Joana Darc Lira fundou a empresa em 2015 com vendas porta a porta, onde preparava seus doces em sua cozinha e seu marido realizava as vendas pela vizinhança, após um ano de vendas sentiu a necessidade de tornar o negócio mais formal, devido a isso criou a marca Dona Joana Doceria para produzir em maior escala e fazer encomendas para empresas, sendo assim suas vendas passaram a ser para pessoas físicas e jurídicas.

O enfoque da empresa é a produção de bolos e tortas, tanto em pronta entrega, quanto por encomenda, atualmente não existe uma loja física e todas as vendas são feitas através de retiradas e entregas, ela está localizada no bairro do Cristo Redentor em João Pessoa- Paraíba.

Atualmente, o negócio vem buscando cada vez mais investir na qualidade de seus produtos e no diferencial com doces de qualidade e com gostinho caseiro, atendendo toda a grande João Pessoa em um tempo de entrega rápido, a empresa se encontra em fase de amadurecimento, onde está sendo estruturado sua parte interna administrativa, com o objetivo de desenvolver-se para futuramente adquirir um CNPJ, através do MEI (Microempreendedor Individual) e assim se tornar algo formal.

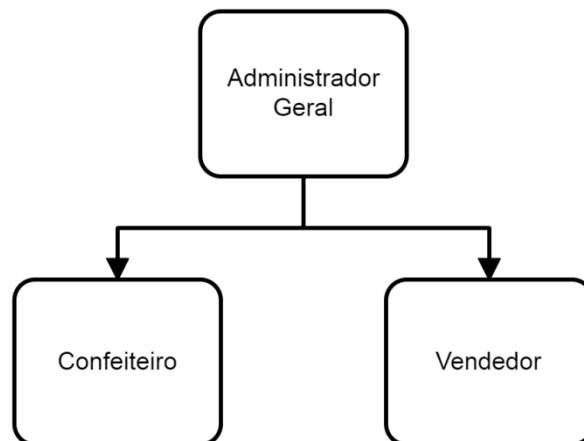
Figura 1: Logo da empresa Dona Joana Doceria



Fonte: Empresa Dona Joana Doceria, 2020

2.1 Estrutura Organizacional

Figura 2: Organograma da empresa



Fonte: Dona Joana Doceria, 2021

2.2 Funcionograma

- **Administrador Geral:** Responsável pelas decisões estratégicas e táticas da empresa, além de delegar as atividades operacionais. Cuida da parte financeira e operações internas de gestão e campanhas de Marketing.
- **Confeiteiro:** Responsável pela produção dos produtos, gestão de estoque, validação dos produtos, implementação de novo mix de produtos.
- **Vendedor:** Responsável pelas vendas e contato com o cliente durante o processo, até a finalização com a entrega e coleta do Indicador de satisfação.

2.3 Diretrizes Estratégicas

Segundo Kotler (1992, p. 63), “planejamento estratégico é definido como o processo gerencial de desenvolver e manter uma adequação razoável entre os objetivos e recursos da empresa e as mudanças e oportunidades de mercado”.

2.3.1 Definição do negócio

Tabela 1: Tabela Administrativa

Razão social	Dona Joana Doceria
Sector de atuação da empresa	Vendas de doces por meio de encomendas e pronta entrega, através de entregas a domicílio.
Tipo de cliente	Pessoas físicas e jurídicas
Tipo de negócio	Segmento alimentício e delivery
Diferencial de mercado	Produto, qualidade e entregas em um curto período de tempo.

2.3.2 Missão

A missão mostra ao público a razão da empresa existir, assim como o propósito que guia seus funcionários. Conceituação do horizonte, dentro do qual a empresa atua ou poderá atuar no futuro. Quando foi decidido a missão da Dona Joana Doceira procurou-se responder dois questionamentos simples: O que é a empresa? Para que ela serve? Essas perguntas foram base para alicerçar o que a empresa buscava ser diariamente embasando suas metas e onde ela quer chegar.

O propósito pode ser extraído da própria missão o que irá direcionar e fortalecer cada vez mais tudo que a empresa quer conquistar, tendo como base o que ela é por um todo. Se torna uma declaração formal que vem a ser algo intrínseco de todos que fazem parte da organização e conseguem ter assim um entendimento claro de onde estão inseridos.

Missão da Dona Joana Doceria –

Entregar os melhores doces com excelência e custo benefício para melhorar o dia de todos por meio da experiência do paladar.

2.3.3 Visão

A visão organizacional tem como intuito direcionar onde a empresa quer chegar em um determinado período de tempo, criando um meio direcionador. Podendo mudar ao longo do tempo, a visão de uma empresa quando bem formulada representa o período em que a organização se encontra.

A partir do entendimento da necessidade de um direcionamento e busca por objetivos claros, pode-se entender o que precisará ser feito para alcançá-los, foi esse o pressuposto usado na criação da visão empresarial da empresa Dona Joana Doceria.

Visão da Dona Joana Doceria

Ser uma empresa referência na experiência de doces de excelência na grande João Pessoa até 2025.

Uma empresa sem valores é como uma pessoa sem identidade, pois são os valores que guiam e moldam as pessoas dentro da organização, direcionando-as para um objetivo. Desse modo, toda a estruturação dos valores foi feita com o intuito de englobar o que as pessoas da organização têm intrínseco a si e o que a empresa espera para o melhor desenvolvimento do negócio de forma que os que fazem parte do time se sintam contemplados.

2.3.4 Valores

Valores da Empresa Dona Joana Doceria

- ☐ Comprometimento com as entregas;
- ☐ Ética;
- ☐ Diversidade;
- ☐ Paixão pelo paladar;
- ☐ Buscar o novo;

2.4 Capital Social

O capital social será proveniente de recursos da própria Joana Darc Lira, com uma estimativa de R\$ 34.062,85 para seu investimento inicial.

Quadro 1: Capital Social

Sócio	Valor Investido	Participação
Joana Darc Lira	R\$ 34.062,85	100 %

3. ANÁLISE DO MERCADO

3.1 Estudo dos clientes

Atualmente o mercado de delivery vem tendo um grande destaque devido a realidade em que o mundo se encontra agora, através desta observação de uma oportunidade foi realizado uma pesquisa buscando entender a viabilidade da estrutura de negócio sugerida pela Dona Joana Doceria, o público da pesquisa foram pessoas que residem em João Pessoa e consomem doces, a partir da pesquisa se pode obter um direcionamento mais assertivo para as estratégias, foi feito um questionário para tentar observar as oportunidade e entraves da possível realidade que o mercado aponta de fato, tentando evidenciar as preferências do público e potenciais clientes, a fim de ser o mais assertivo possível na construção desse processo.

Assim, foi definida a população a ser estudada que são pessoas residentes em João Pessoa, o número de pessoas na capital, foi cerca de 817.511 habitantes, usando o grau de confiança de 95% e margem de erro de 5% calculamos a amostra de 384. No entanto, foram coletadas apenas 93 respostas, das quais foram excluídas 7 respostas por serem de pessoas que não consomem doces, logo não representam nosso público-alvo. A metodologia usada na pesquisa de mercado foi quantitativa, tendo como o objetivo de coletar dados concretos para serem utilizados nas estratégias.

Inicialmente procurou-se entender a frequência de consumo de doces pelos entrevistados, para analisar se o possível público tinha uma boa frequência para se tornar possíveis clientes da doceria.

Tabela 2: Frequência de consumo

Frequência de consumo	Frequência	Frequência (%)
1 á 2 vezes por semana	30	32,26%
2 á 3 vezes por semana	9	9,68%
Apenas em ocasiões especiais (aniversário, casamento, etc)	18	19,35%
Mais de 3 vezes por semana	3	3,23%
Mensalmente	11	11,83%
Não consumo	7	7,53%
Quinzenalmente	15	16,13%
Total geral	93	100,00%

Fonte: Pesquisa de Mercado Dona Joana Doceria, 2021

Após entender que o público da entrevista em sua maioria consumia doces de uma à vezes na semana foi analisado os valores que eles estavam dispostos a pagar.

Tabela 3: Valor disposto a pagar pelo produto

Valor disposto a pagar	Respostas	%
Acima de R\$40,00	7	7,95%
até R\$ 10,00	28	31,82%
entre R\$ 10,00 e 20,00	22	25,00%
entre R\$ 20,00 e 30,00	21	23,86%
entre R\$ 30,00 e 40,00	8	9,09%
Média	1	1,14%
Moda	1	1,14%
Total geral	88	100,00%

Fonte: Pesquisa de Mercado Dona Joana Doceria, 2021

Após observar que aproximadamente 50% consumiam entre R\$10,00 á R\$30,00, a partir da junção das respostas mais ditas, ficou nítido a importância de estar em uma média do que as pessoas procuram. Os bolos da Dona Joana Doceria em média serão vendidos entre R\$20,00 e R\$30,00 o que permite alcançar o público presente na pesquisa, ou com os bolos ou com produtos ainda mais em conta.

Posteriormente foi analisado o consumo das pessoas atualmente nos delivers, já que a empresa visa ser uma empresa totalmente com seu funcionamento por entregas e retiradas. Deste modo foi feito perguntas para saber se o público consome por delivery, o quanto está disposto a pagar nas entregas e como é feito esse contato com a empresa.

Tabela 4: Consumo Delivery

Você já comprou doces por delivery?	Quantidade de Pessoas	%
Não	15	17,44%
sim	71	82,56%
Total geral	86	100,00%

Fonte: Pesquisa de Mercado Dona Joana Doceria, 2021

Tabela 5: Viabilidade para precificação

Até quanto você estaria disposto a pagar pela entrega de doces?	Quantidade	%
Até R\$ 10,00	21	29,58%
Até R\$ 15,00	2	2,82%
Até R\$ 5,00	45	63,38%
Não pagaria.	3	4,23%
Total geral	71	100,00%

Fonte: Pesquisa de Mercado Dona Joana Doceria, 2021

Tabela 6: Forma de Contato

Qual a forma que você prefere comprar em uma doceria online?	Quantidade	%
Aplicativos de comida (IFOOD, UBER EATS, JAMES)	28	39,44%
Instagram	13	18,31%
Site da própria empresa	2	2,82%
WhatsApp	28	39,44%
Total geral	71	100,00%

Fonte: Pesquisa de Mercado Dona Joana Doceria, 2021

A partir dessas respostas foi possível observar a viabilidade de um serviço online no ramo da doceria e montar estratégias que visem suprir os possíveis entraves encontradas no modo de funcionamento da empresa.

Foi analisado também dados acerca do perfil do público que respondeu a pesquisa, esses dados serão um meio de auxiliar na criação da persona que a Dona Joana busca atender. Contudo, devido a pesquisa ter sido aberta para o público de João Pessoa sem restrições a persona não irá se restringir apenas às pessoas que responderam a pesquisa, mas também em quem a empresa busca alcançar.

Tabela 7: Dados Demográficos (gênero)

Sexo	Quantidade	%
Feminino	56	65,12%
Masculino	30	34,88%
Total geral	86	100,00%

Fonte: Pesquisa de Mercado Dona Joana Doceria, 2021

Tabela 8: Dados Demográficos (idade)

Idade	Quantidade	%
18 a 25	62	72,09%
26 a 35	20	23,26%
36 a 50	2	2,33%
50 a 65	2	2,33%
Total geral	86	100,00%

Fonte: Pesquisa de Mercado Dona Joana Doceria, 2021

Tabela 9: Dados Demográficos (renda familiar mensal)

Renda familiar mensal	Quantidade	%
5 a 20 salários mínimos	12	13,95%
acima de 20	3	3,49%
até 1 salário mínimo	16	18,60%
de 1 a 2 salários mínimos	21	24,42%
de 2 a 5 salários mínimos	34	39,53%
Total geral	86	100,00%

Fonte: Pesquisa de Mercado Dona Joana Doceria, 2021

3.2 Estudo dos concorrentes

A fim de analisar a concorrência de forma ampla, foi utilizada a metodologia de fatores críticos de sucesso, os critérios definidos foram: qualidade dos produtos, variedade, divulgação e o relacionamento com clientes. A tabela abaixo apresenta o peso atribuído a cada um.

A escolha dos concorrentes foi feita com outras docerias inseridas na mesma localização, com produtos e uma faixa de preços semelhantes.

Tabela 10: Fatores Físicos de Sucesso

Fatores Críticos de Sucesso	Peso	Dona Joana	Sr.a Bolos e Doces	BubblesCakes	Atelier Três Amores
Qualidade dos produtos	0,4	$(9 \times 0,4) = 3,6$	$(6 \times 0,4) = 2,8$	$(6 \times 0,4) = 2,8$	$(9 \times 0,4) = 3,6$
Variedade	0,2	$(6 \times 0,2) = 1,2$	$(3 \times 0,2) = 0,6$	$(3 \times 0,2) = 0,6$	$(8 \times 0,2) = 1,6$
Divulgação	0,3	$(6 \times 0,3) = 1,8$	$(5 \times 0,3) = 1,5$	$(4 \times 0,3) = 1,2$	$(8 \times 0,3) = 2,4$
Relacionamento com clientes	0,1	$(6 \times 0,1) = 0,6$	$(6 \times 0,1) = 0,6$	$(6 \times 0,1) = 0,6$	$(9 \times 0,1) = 0,9$
Pontuação do vigor		= 7,2	= 5,5	= 5,2	= 8,5

Fonte: Pesquisa direta, 2021

Os dados foram coletados a partir das redes sociais das empresas, juntamente com as informações advindas do aplicativo de pedidos, o Ifood, deste modo foi analisado o perfil através de uma abordagem semelhante a um cliente oculto, sendo apresentado para três pessoas distintas os pontos citados e posteriormente calculada a média apresentada na tabela acima.

No que tange a qualidade dos produtos, as docerias que se destacaram foram a Dona Joana Doceria e o Atelier três Amores, essa pontuação levou em consideração principalmente os feedbacks dos clientes apresentados nas plataformas analisadas, no caso da Dona Joana Doceria, foram utilizados os dados dos clientes que já realizaram algum tipo de compra e passaram pela pesquisa de satisfação.

No critério de variedade, foi analisado o mix de produtos oferecidos tanto no aplicativo do Ifood como no Instagram das empresas, uma nota que teve uma grande distinção das demais, foi da Doceria Sra Bolos e Doces, que em comparação as demais teve uma quantidade menor de opções, contando apenas com alguns tipos de bolos, em contrapartida o Atelier Três Amores apresentou uma grande diversidade de produtos em seu catálogo do Instagram, o que fez com a que sua nota tivesse o maior valor.

Nos aspectos de divulgação a empresa que se destacou foi a Atelier Três Amores, apresentando a maior nota devido a sua alta movimentação nas redes sociais, focando muito em propagar e divulgar a marca, fazendo muito uso da identidade visual. Posteriormente a Doceria Dona Joana, teve uma boa avaliação devido ao uso da sua identidade visual na divulgação, entretanto a mesma não possui muita frequência. As outras duas docerias tiveram uma baixa pontuação devido a pouca divulgação dos seus produtos e do uso das redes sociais sem o uso da identidade visual como uma estratégia de aumento de divulgação.

O último aspecto avaliado foi o relacionamento com o Cliente, a Doceria Atelier Dois amores possui uma grande quantidade de feedbacks positivos em suas redes sociais, além da grande interação com os clientes, o que não foi visto nas demais de forma tão presente, porém de uma maneira equivalente entre si.

Observou-se que as docerias deixam muito a desejar na divulgação dos produtos, sendo uma excelente oportunidade para a Dona Joana Doceria investir mais esforços e conquistar os clientes nas redes sociais. A variedade também obteve notas baixas (a maior foi 8,5), sendo uma oportunidade a ser explorada a longo prazo junto com novos produtos que fazem sucesso em outras cidades. Outro ponto de melhoria é o relacionamento com clientes, que é uma ação essencial para fidelizá-los e assim gerar mais vendas.

3.3 Estudo de Fornecedores

O estudo dos fornecedores foi realizado a partir de uma pesquisa em algumas empresas que possuíam os insumos necessários para a produção dos produtos feitos pela Dona Joana Doceria, sendo assim, foram estabelecidos três principais fornecedores para cada um dos principais insumos, pois é de extrema importância que esses produtos nunca fiquem em falta na empresa. Deste modo, não é viável que a empresa tenha dependência de apenas um fornecedor. Sendo assim, segue a tabela dos principais itens com três diferentes fornecedores.

Tabela 11: Principais itens utilizados com três diferentes fornecedores

Item	Fornecedor 1	Fornecedor 2	Fornecedor 3
Leite Condensado	Atacadão	Assaí	Kelly Magazine
Chocolate em pó	Atacadão	Assaí	Kelly Magazine
Embalagens	Main descartáveis	Central Plast	Dicoplast
Creme de Leite	Atacadão	Assaí	Kelly Magazine
Kit Kat	Atacadão	Assaí	Kelly Magazine
Gás	Distribuidor de gás	João gás	Depósito Teixeira
Morango 200g	Ceasa	Mercado Central	Mercado Público do Rangel
Ovos	Atacadão	Assaí	Kelly Magazine
Geleia	Atacadão	Assaí	Kelly Magazine
Corante comestível e adereços de bolo	Atacadão	Dicoplast	Kelly Magazine
Logos impressas			
Chocolate barra	Atacadão	Dicoplast	Kelly Magazine
Biscoitos	Atacadão	Assaí	Kelly Magazine
Óleo	Atacadão	Assaí	Kelly Magazine
Farinha de Trigo	Atacadão	Assaí	Kelly Magazine
Açúcar	Atacadão	Assaí	Kelly Magazine

Fonte: Pesquisa direta 2021

A partir dos distintos fornecedores foram estabelecidos os principais, de acordo com o insumo necessário, essa escolha de fornecedor foi realizada a partir da análise de diversos pontos, esses foram: Atendimento, Capacidade de entrega, Condições de pagamento, Facilidade de Acesso, Garantia de Produtos, Localização, Preço, Qualidade do Produto e Relacionamento.

Para cada fornecedor foi determinada uma pontuação de acordo com cada aspecto. O preço e a localização foram considerados pontos principais na escolha dos fornecedores

principais, pois a empresa não realiza compras em grande escala devido a sua pequena produção. Os demais pontos analisados foram incluídos visando uma projeção no aumento da demanda, o que acarretaria no aumento da compra de insumos e resultaria na análise dos outros pontos em questão. Segue abaixo planilha com os três principais fornecedores que mais se apresentam na Tabela 1 e sua avaliação para os itens já citados.

Tabela 12: Avaliação dos três principais fornecedores

Item	Atacadão	Assaí	Kelly Magazine
Atendimento	Bom (5)	Bom (5)	Excelente (10)
Capacidade de Entrega	Entrega com taxa e valor mínimo (5)	Não entrega (0)	Entrega com taxa (5)
Condições de Pagamento	À vista, débito ou cartão de crédito próprio (5)	A vista, débito, crédito, crédito próprio e cartão alimentação (10)	A vista, débito e crédito (10)
Facilidade de Acesso	Estacionamento amplo e particular (10)	Estacionamento amplo e particular (10)	Estacionamento Pequeno e local de difícil acesso (5)
Garantia dos Produtos	Sem Garantia (0)	Sem Garantia (0)	Sem Garantia (0)
Localização	~4km (10)	~4km (10)	~5km (5)
Preço	Preço de Atacado (10)	Preço de Atacado (10)	Preço de Varejo (5)
Qualidade do Produto	Produto de Qualidade (10)	Produto de Qualidade (10)	Produto de Qualidade (10)
Relacionamento	Compras pelo site (10)	Benefícios na compra com o cartão próprio (5)	Cotações e promoções via whatsapp (5)
TOTAL	65	60	55

*Regular - 0 pontos / Bom - 5 pontos / Excelente - 10 pontos

Ao obter o fornecedor principal foi elaborada uma tabela que permite a visualização do funcionamento do fornecedor para cada item dos principais insumos.

Tabela 13: Fornecedores

Ordem	Itens a Serem Adquiridos	Nome do Fornecedor	Preço	Condições de Pagamento	Localização
1	Leite Condensado	Atacadão	R\$ 4,11	À vista, ou a prazo	Geisel
2	Chocolate em pó 1kg	Atacadão	R\$ 16,79	À vista, ou a prazo	Geisel
3	Embalagens	MainDescartáveis	R\$ 0,60	À vista, ou a prazo	Centro
4	Creme de Leite	Atacadão	R\$ 2,33	À vista, ou a prazo	Geisel
5	Kit Kat (un)	Atacadão	R\$ 2,39	À vista, ou a prazo	Geisel
6	Gás	Distribuidor de Gás	R\$ 120,00	À vista, ou a prazo	Cristo
7	Morango 200g	Ceasa	R\$ 7,00	À vista, ou a prazo	Cristo
8	Ovo (30 un)	Atacadão	R\$ 13,00	À vista, ou a prazo	Geisel
9	Geleia	Atacadão	R\$ 15,00	À vista, ou a prazo	Geisel
10	Corante comestível e adereços de bolo	Kelly Magazine	R\$ 20,00	À vista, ou a prazo	Geisel
11	Logos impressas	360 imprimir	R\$ 0,15	À vista, ou a prazo	Online
12	Chocolate em barra (1kg)	Atacadão	R\$ 20,00	À vista, ou a prazo	Geisel
13	Biscoitos	Atacadão	R\$	À vista, ou a prazo	Geisel
14	Óleo (900ml)	Atacadão	R\$ 10,50	À vista, ou a prazo	Geisel
15	Margarina (500g)	Atacadão	R\$ 6,50	À vista, ou a prazo	Geisel
16	Leite (1L)	Atacadão	R\$ 2,99	À vista, ou a prazo	Geisel
17	Farinha de Trigo(1kg)	Atacadão	R\$ 4,19	À vista, ou a prazo	Geisel
18	Açúcar (1kg)	Atacadão	R\$ 3,29	À vista, ou a prazo	Geisel
19	Nescau (1,2kg)	Atacadão	R\$ 14,30	À vista, ou a prazo	Geisel
20	Ameixa (200g)	Ceasa	R\$ 10,00	À vista, ou a prazo	Cristo

21	Açúcar Refinado (500g)	Atacadão	R\$ 3,80	À vista, ou a prazo	Geisel
22	Limão	Ceasa	R\$ 0,15	À vista, ou a prazo	Cristo

Fonte: Pesquisa Direta, 2021

Assim, mesmo possuindo os fornecedores no qual é feita a compra dos insumos, em alguns casos, as compras também poderão ser realizadas em outros estabelecimentos caso os produtos estejam com um preço promocional. Considerando esta especificidade, poderá ocorrer mudanças nos fornecedores da tabela.

4. PLANO DE MARKETING

4.1. Mix de produtos

A seguir estão especificados os produtos da doceria:

Categoria

Bolo Vulcão 750g
Sabores:
Morango
Dois amores
Ninho com Nutella
Oreo
kitkat
Crocante
Brigadeiro
Chocolate
Chocolate Branco
Coco queimado

Categoria

Caseirinhos 450 g
Sabores:
Morango
Dois amores
Ninho com Nutella
Oreo
kitkat
Crocante
Brigadeiro
Chocolate
Chocolate Branco
Coco queimado

Categoria

CupCake 100g
Sabores:
Morango
Dois amores
Ninho com Nutella
Oreo
kitkat
Crocante
Brigadeiro
Chocolate
Chocolate Branco

Coco queimado

Categoria

Torta e bolos sob encomenda
Sabores a critério do cliente

Categoria

Bolo de pote
Sabores:
Morango
Dois amores
Ninho com Nutella
Oreo
kitkat
Crocante
Brigadeiro
Chocolate
Chocolate Branco
Coco queimado

Categoria

Mini Bolo de noiva

*Variação apenas dos tamanhos

Categoria

Bolo Piscina
Sabores:
Morango
Dois amores
Ninho com Nutella
Oreo
Kitkat
Crocante
Brigadeiro
Chocolate
Chocolate Branco
Coco queimado

Categoria

Naked Cake
Sabores:
Morango
Dois amores
Ninho com Nutella
Brigadeiro
Chocolate
Chocolate Branco

4.2 Preços

Os preços foram estabelecidos com base no material utilizado para a produção dos doces, juntamente com o entendimento da concorrência e os valores que atribuem a produtos semelhantes. A análise da concorrência em relação ao preço foi feita principalmente pelo aplicativo de Delivery Ifood, com vinte docerias que estão localizadas nas proximidades, foi

considerado o menor e o maior valor encontrado, levando em consideração a proporção do tamanho.

Deste modo, foi estabelecido o bolo vulcão com o preço de R \$25,00 e os demais doces foram feitos a precificação através dos valores dos produtos necessários para produção e a visita a algumas docerias na cidade.

Tabela 14: Preços dos doces da Dona Joana Doceria

Produtos	Preços
Bolo Vulcão 750g	R\$ 25,00
Caseirinhos 450 g	R\$ 15,00
Bolo no Pote 300g	R\$6,00
Torta 1 kg	R\$70,00
Bolo 1kg	R\$50,00
CupCake	R\$7,00
Mini bolo de noiva	R\$20,00
Bolos de noiva 1kg	R\$75,00
Bolo Piscina 1 kg	R\$50,00
Naked Cake 1kg	R\$ 60,00

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

4.2.1 Taxa de Frete

O valor do frete varia de acordo com a distância do local, conforme apresentado na tabela abaixo:

Tabela 15: Taxa do frete por quilômetro rodado (Km)

Percurso KM	Taxa
0 a 3 Km	R\$ 5,00
4 a 6 Km	R\$ 7,00
6 a 9 Km	R\$10,00
9 a 12 Km	R\$13,00
12 a 15 km	R\$15,00
15 a 16 Km	R\$17,00
17 a 20 Km	R\$20,00

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

4.3 Praça

A escolha da praça é uma das mais importantes do negócio, pois é através dela que os clientes encontrarão a empresa. Como ainda não temos uma estrutura física, as vendas serão por meio digital, um mercado que obteve grande crescimento nos últimos anos e foi alavancado pela pandemia, conforme apontado pelo relatório do Comscore, que apontou um crescimento de 6% em volume de usuários únicos no comparativo entre dezembro de 2019 e 2020.

4.3.1 Instagram

A plataforma do Instagram será um canal utilizado para adquirir novos clientes e também efetuar vendas, através de mensagens pelo direct. Em 2020, as compras realizadas por intermédio das redes sociais, sobretudo pelo Instagram, saltaram de 22% para 34%, aponta a 6ª edição do estudo NuvemCommerce, realizado pela Nuvemshop, sendo assim um veículo ideal para atender ao cliente.

4.3.2 WhatsApp Business

Outra ferramenta de vendas importante é o whatsapp, que já conta com uma versão para negócios, chamada Whastapp Business. Assim é possível criar um catálogo com os produtos disponíveis, adicionar descrições e informar o valor, deixando as informações claras para o consumidor. O aplicativo também disponibiliza a opção de pagamento por cartão de débito.

4.3.3 Ifood

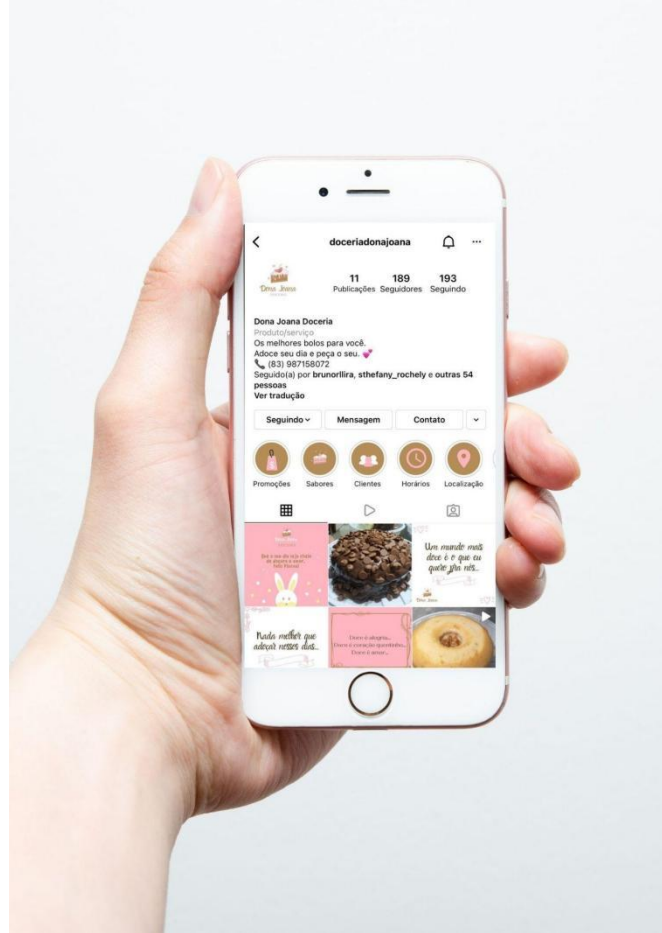
Sendo um dos principais canais de delivery utilizados no Brasil, o Ifood é uma plataforma completa para realizar vendas. O aplicativo disponibiliza as opções de criar catálogo de produtos, realizar pagamentos dentro da plataforma, além de entregadores parceiros para levar o pedido até o local onde o cliente se encontra.

4.3 *Promoção*

Como canal de divulgação, será utilizado principalmente a plataforma do Instagram para gerar uma interação com os possíveis clientes e alcançar uns maiores números de pessoas, pensando nisso foi feito uma página no aplicativo e nela será possível realizar o direcionamento para o whatsapp e Ifood, com o intuito de juntar no canal de divulgação todas as possibilidades de ponte para o cliente efetuar a compra.

O impulsionamento também será uma forma de aumentar o número de contas alcançadas, para reter esse público e converter em vendas será feito uma produção de conteúdo digital serão feitas postagens diárias de acordo com o funcionamento, mostrando a produção de doces, ingredientes utilizados e buscando interagir com o público nas publicações.

Figura 3: Perfil da Dona Joana Doceria no Instagram



Fonte: Empresa Dona Joana 2021

4.4 Estratégias de vendas

O objetivo principal das estratégias é atrair novos clientes e fidelizá-los, para isso serão utilizados os seguintes canais:

4.4.1 Instagram

É uma das redes sociais mais utilizadas no Brasil e um excelente canal para atrair novos clientes. A divulgação será por meio de postagens no feed, stories e reels. Consideram-se algumas premissas para os próximos 3 meses:

- Publicar um conteúdo por dia;
- Ganhar 300 seguidores;
- Realizar 2 vendas por semana nesse canal.

4.4.2 Whatsapp Business

O aplicativo permite um relacionamento mais próximo com a base de clientes, além da criação de um catálogo próprio. Também serão formadas listas de transmissões para os clientes da doceria, em que serão anunciadas as ofertas disponíveis. Para os três próximos meses, espera-se:

- Obter uma base com 50 clientes para as listas de transmissão;
- Realizar 5 vendas por semana nesse canal.

4.4.3 Anúncios

Para um resultado mais rápido, iremos investir em tráfego pago nas redes sociais, sobretudo no Instagram, com anúncios voltados para o público de João Pessoa, que demonstram algum interesse em doces. O objetivo dos anúncios será gerar vendas, os usuários que clicarem no link serão redirecionados para o whatsapp da empresa. Inicialmente, será investido R\$6,00 diariamente (valor mínimo exigido pelo Facebook ADS) em anúncios e espera-se um retorno de, no mínimo, 2 leads por dia.

4.4.4 Cupons de desconto no Ifood

A plataforma do Ifood disponibiliza a função de ofertar cupons de desconto aos usuários e coloca esses restaurantes em destaque dentro do aplicativo. Semanalmente, iremos ofertar um cupom no valor de R\$5,00 para pedidos acima de R\$15,00, a fim de atrair novos clientes para a doceria. A cada ação de cupons, esperamos realizar 5 pedidos.

4.4.5 Unboxing

O termo “unboxing”, em inglês, refere-se ao ato de desembalar novos produtos e filmar ou tirar fotos desse momento. Tendo se popularizado bastante nos últimos anos, cada vez mais as empresas têm investido na ação.

Na Dona Joana doceria, entregaremos o pedido em uma embalagem personalizada com a logotipo da doceria, junto com um cartão de agradecimento pedindo ao cliente para postar uma foto em seus stories do Instagram e marcar @doceriadonajoana, essa ação ajudará na divulgação da doceria nas redes sociais.

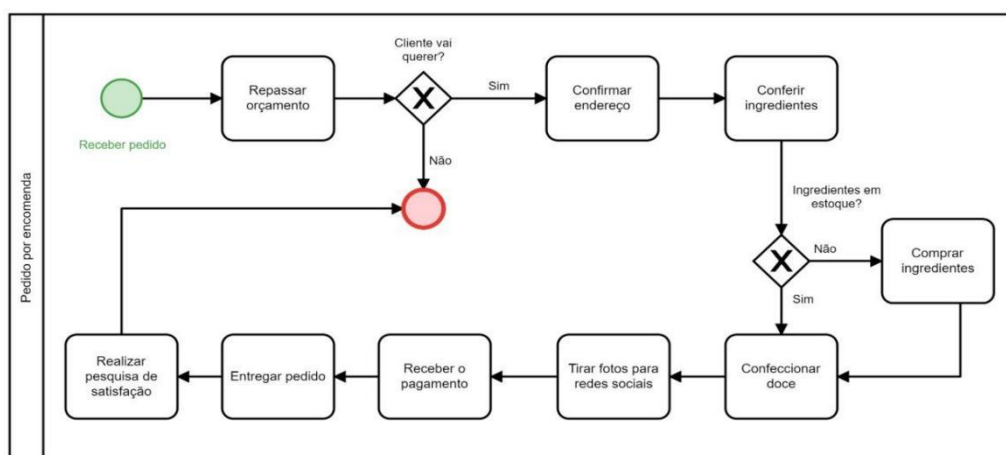
5. PROCESSOS OPERACIONAIS

O processo operacional tem como objetivo a otimização dos processos de venda e atendimento. Atualmente a empresa não possui um padrão formal para o atendimento e

fechamento de vendas. Devido a isso, foi realizada a estruturação destes processos demonstrados nas figuras 4 e 5 com o intuito de permitir um mapeamento a ser seguido, criando um padrão que facilitará a venda juntamente com o contato com o cliente.

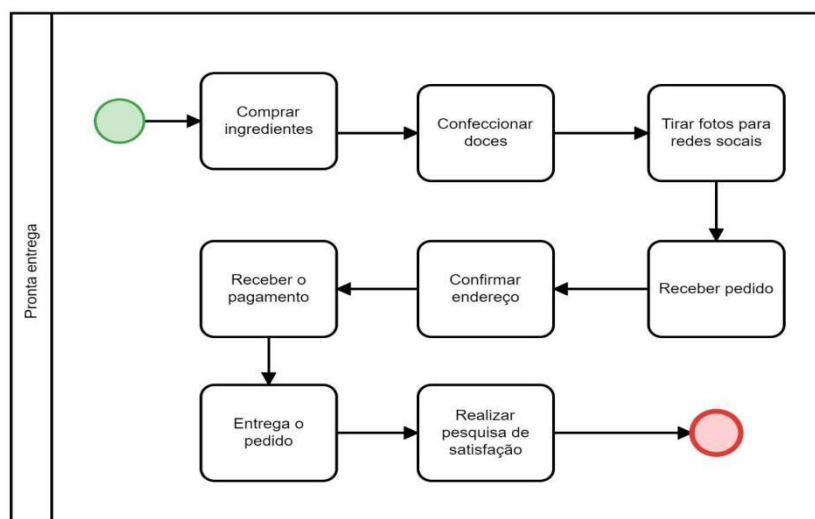
O Macroprocesso do funcionamento da empresa envolve dois aspectos bastante importantes, o primeiro é a realização da produção após a encomenda do cliente, e os demais para aqueles produtos que são destinados a pronta entrega. Deste modo foi realizado dois mapeamentos a fim de explanar o funcionamento da empresa quando tange uma dessas formas de produção e venda.

Figura 4: Processo de Venda por Encomenda



Fonte: Dona Joana Doceria 2021

Figura 5: Mapeamento do Macroprocesso de Pronta Entrega



Fonte: Doceria Dona Joana 2021

5.1 Processo de vendas

Venda Online:

Pelo Instagram (Apresentação do produto, comunicação e venda)

Produtos expostos na rede social, preços disponibilizados, pedido feito e pagamento realizado anteriormente a entrega. Após o pagamento, o produto será transferido para plataforma para ser entregue.

Vendas Pelo Whatsapp(comunicação e venda)

O cliente faz o pedido a partir dos produtos que ele já conhece, ou que observou por outro canal de comunicação como o Instagram, após o fechamento do pedido, este é transferido para a plataforma de entrega. (No caso da Dona Joana doceria, pode ser considerada a existência de um entregador fixo).

Compra Pelo Ifood(apresentação do produto, comunicação, venda e entrega)

O cliente faz o pedido direto pelo aplicativo, que emite para a empresa as escolhas do mesmo. Após a finalização do pedido, este será entregue através do delivery pelos entregadores parceiros da plataforma. O pagamento será realizado pelo aplicativo com taxa de aproximadamente 11% do valor de venda. O uso da plataforma Ifood é uma opção considerada segura e uma possível estratégia para a empresa se inserir no mercado de doces pelo delivery.

O processo de vendas envolve vários processos. De uma maneira Macro foi realizado o mapeamento da Venda por pronta entrega e por encomenda, as duas formas são colocadas de maneira que se torne visual a estrutura de como é realizado o funcionamento das Macro etapas dentro da empresa.

5.2 Processo de Compras

As compras para a produção de produtos que possuem grande saída são feitas em atacado a fim de obter um menor preço. Para aqueles ingredientes que fazem parte dos doces que possuem menor demanda as compras são realizadas em mercados pequenos e próximos ao local de funcionamento.

Todas as compras são feitas de acordo com as demandas, os insumos que permanecem em estoque são aqueles que possuem a utilização nos produtos base, um exemplo é a farinha de trigo que serve como base para a produção dos bolos. O objetivo é não possuir estoque, pois o espaço onde a produção ocorre é reduzido, sendo assim produtos que são muitos utilizados vão sendo comprados e já vão para a produção dos bolos e doces.

Estoque: O estoque é mínimo apenas com insumos utilizados nos produtos bases da doceria. Por ter necessidade de produtos frescos, o giro de estoque funciona de uma maneira rápida, uma vez por semana.

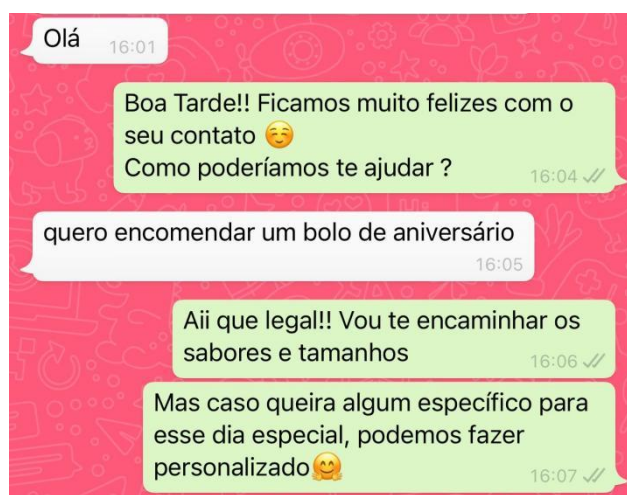
5.3 Processo de Atendimento

A busca por uma padronização na maneira em que o atendimento será realizado pelos canais online será dividido em três momentos: o pré-venda, no momento da venda e no pós-venda. Para cada etapa existe um processo já definido.

Pré Atendimento: O contato com o cliente que a Dona Joana Doceria terá antes de iniciar um processo de venda efetivo ocorrerá diretamente pelo Instagram e possíveis interações disponibilizadas pela plataforma. Essa aproximação poderá ser realizada por enquetes, opiniões dos seguidores em posts, buscando uma troca com os possíveis interessados em adquirir algum produto.

Atendimento: O atendimento será realizado via plataformas digitais ou telefone no qual a partir disso será dado seguimento ao processo de venda. No caso das plataformas digitais, em específico o WhatsApp, é possível gerar mensagens padrões para iniciar o atendimento ao cliente, segue abaixo um modelo que deve ser usado como padrão.

Figura 6: Modelo de Atendimento Whats App

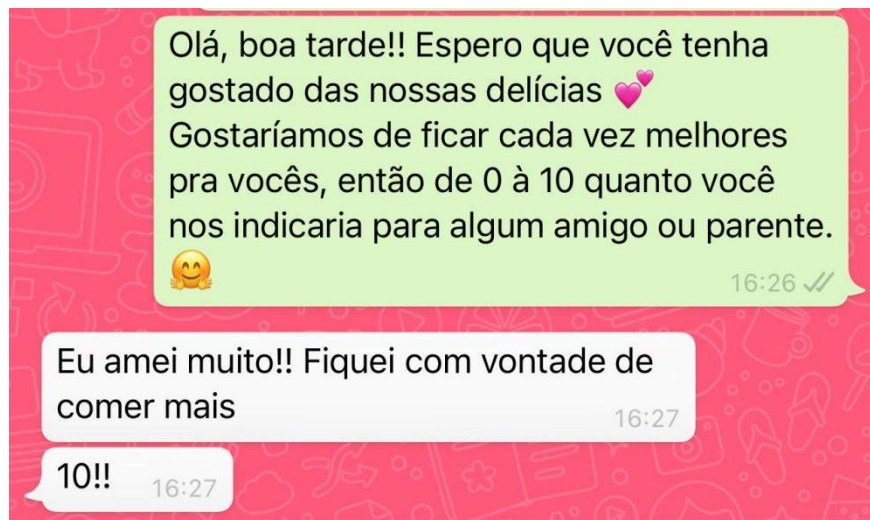


Fonte: WhatsApp Dona Joana Doceria 2021

Por telefone, a existência de perguntas para direcionar o atendimento é de extrema importância. Deste modo, questionamentos como: Dia da entrega, Sabores, Forma de Pagamento e endereço, são uma forma de conduzir o cliente para as informações necessárias, além de informa-lo sobre os produtos disponíveis e suas especificidades.

Pós Atendimento: O produto e a entrega serão avaliados pelos clientes. Sugestões de melhoria e feedbacks serão questionados durante a abordagem. Esta avaliação padrão será realizada em todas as plataformas virtuais de atendimento. Outro ponto importante que será utilizado como uma forma de entender a visão do cliente é o NPS (Net Promoter Score) no dia seguinte à venda, a estrutura foi exemplificada na Figura 7.

Figura 7: Modelo de Coleta de NPS Dona Joana Doceria



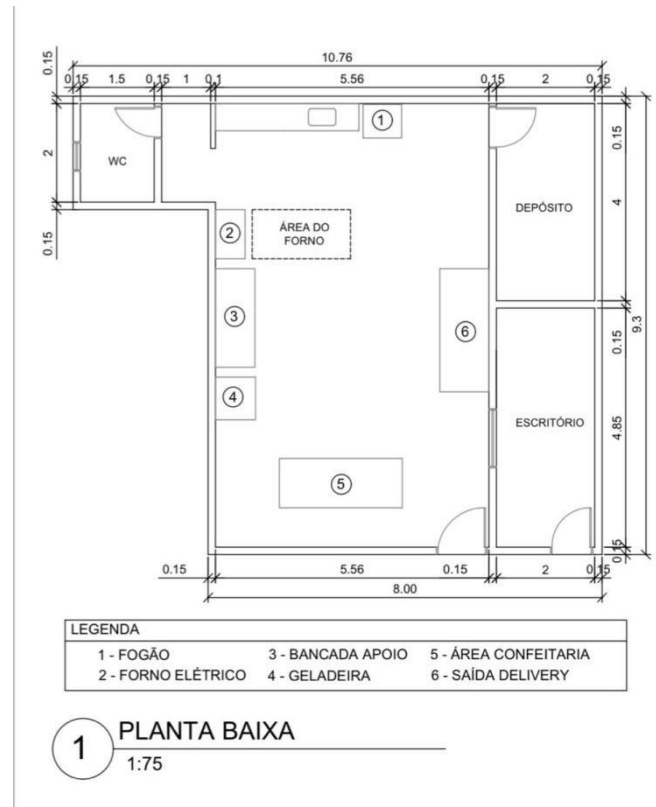
Fonte: Dona Joana Doceria 2021

O Net Promoter Score ou conhecido na área da administração como NPS consiste em uma atribuição de 0 à 10 ao grau de satisfação que o cliente possui com tudo que engloba o produto, essa satisfação é medida a partir do quanto ele indicaria a empresa a um amigo ou parente. Essa métrica foi criada por Fred Reichheld em 2003 e no que tange a Dona Joana Doceria sua aplicabilidade se torna um bom indicador de satisfação para possíveis dados futuros.

5.4 Layout

O layout foi pensado como uma maneira de maximizar a produção dentro da cozinha onde a produção dos doces da Dona Joana doceria é realizada atualmente. A estrutura possui um espaço amplo pensado para comportar um aumento de produção futuro. Como a empresa não possui uma loja física, segue abaixo modelo feito no AutoCad para melhor visualização do espaço físico da produção.

Figura 8: Layout da cozinha industrial



Fonte: Dona Joana Doceria, 2021

6. PLANO FINANCEIRO

O tópico presente tem como objetivo entender as necessidades financeiras da empresa e como será o funcionamento no que tange os aspectos que envolvem a contabilidade da organização, serão utilizadas algumas planilhas com o intuito de tornar visual cada aspecto do plano financeiro.

6.1 Investimentos Iniciais

Os investimentos iniciais serão aqueles denominados como fixos que ficarão como propriedade da empresa depois da abertura da mesma, o quadro abaixo mostra os valores e quantidade necessária de cada utensílio. Os dados foram baseados principalmente na utilização de materiais que a atual sócia faz uso na fabricação dos bolos e doces.

Cada descrição é feita com o propósito de entender o valor do investimento necessário para o funcionamento da empresa e a partir disso entender o quanto ela precisará lucrar em determinado período de tempo para ter o retorno.

Na Tabela 16 tem-se a planilha de investimentos fixos, seguida do Tabela 17 que possui os gastos pré-operacionais que fazem parte do que será necessário para o funcionamento inicial da loja.

Tabela 16: Investimentos Fixos

Investimento Fixo			
Produtos	Preço(R\$)	Quantidade	Total
Fogão	R\$ 600	1	R\$ 600,00
Panelas	R\$ 60,00	6	R\$ 360,00
Formas	R\$ 20,00	15	R\$300,00
Computador	R\$ 800,00	1	R\$ 800,00
Celular	R\$ 400,00	1	R\$ 400,00
Liquidificador	R\$ 100,00	1	R\$ 100,00
Batedeira	R\$ 120,00	1	R\$ 120,00
Maquineta	R\$ 180,00	1	R\$ 180,00
Bandejas	R\$ 40,00	2	R\$ 80,00
Materiais diversos	R\$ 160,00	1	R\$ 160,00
Reformas gerais	R\$ 1.000,00	1	R\$ 1.000,00
Processador	R\$ 100,00	1	R\$ 100,00
Geladeira	R\$ 800,00	1	R\$ 800,00
Total			R\$ 5.000,00

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

Tabela 17: Investimento Pré-Operacional

Investimento Pré-operacional			
Gastos	Preços(R\$)	Quant.	Total
Detergente	R\$ 3,00	8	R\$ 24,00
Papel toalha	R\$ 5,00	10	R\$ 50,00
Panos de prato	R\$ 5,00	10	R\$ 50,00
Desinfetante	R\$ 7,00	8	R\$ 56,00
Gás	R\$ 120,00	2	R\$ 240,00
Internet	R\$ 40,00	1	R\$ 40,00
Água sanitária	R\$ 1,60	8	R\$ 12,80
Embalagens	R\$ 0,90	1000	R\$ 900,00
Celular plano	R\$ 45,00	1	R\$ 45,00
Ingredientes	R\$ 1.020,00	1	R\$ 1.020,00
Material de higiene	R\$ 60,00	1	R\$ 60,00
Logos	R\$ 0,15	1500	R\$ 225,00
Sacolas	R\$ 0,50	1500	R\$ 750,00
Papel personalizado	R\$ 0.90	100	R\$ 90,00
Água	R\$ 55,00	2	R\$ 110,00
Energia	R\$ 120,00	1	R\$ 120,00
Canetas	R\$ 10,00	1	R\$ 10,00
Cnpj/MEI	R\$ 60,00	1	R\$ 60,00
Adesivos logo	R\$ 0,80	500	R\$ 400,00
Resma Papel	R\$ 22,00	1	R\$ 22,00
Carimbo da Loja	R\$ 35,00	3	R\$ 105,00
Placa identificação	R\$ 500,00	1	R\$ 500,00
Bico de confeitiro	R\$ 15,00	10	R\$ 150,00
Espátulas	R\$ 25,00	10	R\$ 250,00
Maquineta	R\$ 180,00	1	R\$ 180,00
Total			R\$ 5.469,80

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

6.2 Custos da empresa

Os custos do Plano financeiro foram divididos em diretos e indiretos, nos custos diretos foram atribuídos todos os gastos da produção do primeiro mês tendo como base a

fabricação já realizada pela sócia da doceira. Nos custos indiretos estão atribuídos os pontos que não se modificam, independente do aumento ou da diminuição da demanda,

Para exemplificar de maneira mais direta foram colocados dois quadros abaixo com os dois tipos de custo, a fim de tornar mais nítido os gastos da empresa referentes ao primeiro mês, subteme-se que os custos irão continuar ao longo dos meses, mas essa estimativa será analisada de maneira mais aprofundada na DRE que será apresentada mais adiante no trabalho.

Segue abaixo os custos diretos que estão incluso os materiais para a fabricação dos bolos em uma projeção inicial. Os custos foram baseados em demandas fixas, pois a compra de materiais será realizada de acordo com a demanda, de maneira para evitar estocagem.

Tabela 18: Custos Diretos

Custos Diretos			
Tipo de custos	Preço	Quantidade	Total
Água	R\$ 90,00	1	R\$ 90,00
Energia	R\$ 120,00	1	R\$ 120,00
Farinha de Trigo (1kg)	R\$ 4,19	38	R\$ 159,22
Óleo (1 un)	R\$ 10,50	24	R\$ 252,00
Chocolate em pó (1kg)	R\$ 38,00	18	R\$ 684,00
Leite condensado (495g cx)	R\$ 4,11	314	R\$ 1.290,54
Crema de leite (200g cx)	R\$ 2,33	314	R\$ 731,62
Margarina (500g)	R\$ 6,50	8	R\$ 52,00
Bandeja de ovos (30un)	R\$ 13,00	12	R\$ 156,00
Leite 1 L	R\$ 2,99	3	R\$ 8,97
Embalagens Bolo	R\$ 0,60	330	R\$ 198,00
Embalagens Caseirinho	R\$ 0,40	410	R\$ 164,00
Embalagens Cupcake	R\$ 0,10	160	R\$ 16,00
Chocolate em Barra	R\$ 20,00	1	R\$ 20,00
Nescau (1,2kg)	R\$ 14,30	4	R\$ 57,20
Granulado (500g)	R\$ 12,00	4	R\$ 48,00
Gás (Botijão)	R\$ 120,00	2	R\$ 240,00
Ameixa (200g)	R\$ 10,00	8	R\$ 80,00
Açúcar (1kg)	R\$ 3,80	27	R\$ 102,60
Limão (un)	R\$ 0,15	8	R\$ 1,20
Morangos (un)	R\$ 7,00	2	R\$ 14,00
Saco de Confeiteiro (un)	R\$ 8,00	8	R\$ 64,00
Corantes comestíveis	R\$ 15,00	5	R\$ 75,00

Total	R\$ 4.624,35
--------------	--------------

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

Tabela 19: Custos Indiretos

Custos Indiretos			
Tipo de custos	Preço	Quantidade	
Conta internet	R\$ 100,00	1	R\$ 100,00
Conta celular	R\$ 50,00	1	R\$ 50,00
Garrafão de Água	R\$ 20,00	1	R\$ 20,00
Produtos de Limpeza	R\$ 250	1	R\$ 250,00
Engajamento Instagram	R\$ 150,00	1	R\$ 150,00
Prolabore	R\$ 1.500,00	1	R\$ 1.500,00
Maquineta	R\$ 110,00	1	R\$ 110,00
CNPJ/ MEI	R\$ 60,00	1	R\$ 60,00
Aluguel	R\$ 1.000,00	1	R\$ 1.000,00
Total			R\$ 3.240,00

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

Os custos indiretos serão aqueles que a empresa terá independentemente do tamanho da demanda, levando em consideração que para o funcionamento acontecer esses custos devem ser priorizados pois eles têm como a funcionalidade permitir que os processos ocorram de forma funcional, desse modo os custos totais serão a soma dos custos diretos e indiretos da empresa.

Esses Custos Indiretos quando existe uma variação na demanda eles permanecem, pois estão ligados de fato ao funcionamento da empresa, por isso devem ser sempre levados em consideração a distinção que fazem dos demais custos que englobam a produção dos produtos.

6.3 Custos dos Produtos

Os custos de cada produto foram calculados a fim de gerar uma assertividade e entender posteriormente a margem de lucro. Os produtos destrinchados e descritos são aqueles que possuem um maior índice de procura por parte dos clientes no que tange o sabor.

Tabela 20: Custos Mini Bolo de Noiva

Mini Bolo de Noiva			
Material	Quantidade	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Ovo	7un	0,43	R\$ 3,01
Margarina	250g	0,013	R\$ 3,25
Farinha de Trigo c/ fermento	360g	0,0042	R\$ 1,51
Açúcar	180g	0,0033	R\$ 0,59
Ameixa	200g	0,05	R\$ 10,00
Nescau	20g	0,012	R\$ 0,24
Leite	200ml	0,003	R\$ 0,60
Açúcar Refinado	2000g	0,007	R\$ 15,20
Leite Condensado	1,5 cx	4,11	R\$ 6,16
Limão	1 un	0,15	R\$ 0,15
Embalagem	1 un	0,6	R\$ 0,60
Total (Massa para 4 bolos)			R\$ 41,31
Total (1 bolo)			R\$ 10,33

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

Tabela 21: Custos Torta de 1Kg

Torta de 1 Kg			
Material	Quantidade	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Ovo	2un	0,43	R\$ 0,86
Óleo	160ml	0,012	R\$ 1,92
Farinha de Trigo c/ fermento	240g	0,0042	R\$ 1,00
Açúcar	180g	0,0033	R\$ 0,59
Chocolate em pó	130g	0,017	R\$ 2,21
Nescau	30g	0,012	R\$ 0,72
Leite Condensado	2 cx	4,11	R\$ 8,22
Crema de Leite	2 cx	2,33	R\$ 4,66
Embalagem	1 un	0,6	R\$ 0,60
Total (Massa para 2 bolos)			R\$ 20,78
Total (1 bolo)			R\$ 10,39

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

Tabela 22: Custos Caseirinho

Caseirinho			
Material	Quantidade	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Ovo	4un	0,43	R\$ 3,01
Margarina	250g	0,013	R\$ 3,25
Farinha de Trigo c/ fermento	360g	0,0042	R\$ 1,51
Açúcar	180g	0,0033	R\$ 0,59
Leite	200ml	0,003	R\$ 0,60
Leite Condensado	4 cx	4,11	R\$ 16,44
Crema de Leite	4 cx	2,33	R\$ 9,32
Morango	20 un	0,43	R\$ 8,60
Embalagem	1 un.	0,4	R\$ 0,40
Total (Massa para 20 bolos)			R\$ 43,72
Total (1 bolo)			R\$ 2,19

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

Tabela 23: Custos Bolo no pote

Bolo no pote			
Material	Quantidade	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Ovo	2un	0,43	R\$ 0,86
Óleo	160ml	0,012	R\$ 1,92
Farinha de Trigo c/ fermento	240g	0,0042	R\$ 1,00
Açúcar	180g	0,0033	R\$ 0,59
Chocolate em pó	130g	0,017	R\$ 2,21
Nescau	30g	0,012	R\$ 0,72
Leite Condensado	4 cx	4,11	R\$ 16,44
Crema de Leite	4 cx	2,33	R\$ 9,32
Embalagem	1 un	0,48	R\$ 0,48
Total (Massa para 14 bolos)			R\$ 33,54
Total (1 bolo)			R\$ 2,40

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

Tabela 24: Custos Bolo Piscina

Bolo Piscina			
Material	Quantidade	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Ovo	2un	0,43	R\$ 0,86
Óleo	160ml	0,012	R\$ 1,92
Farinha de Trigo c/ fermento	240g	0,0042	R\$ 1,00
Açúcar	180g	0,0033	R\$ 0,59
Chocolate em pó	130g	0,017	R\$ 2,21
Nescau	30g	0,012	R\$ 0,72
Leite Condensado	1,5 cx	4,11	R\$ 6,16
Creme de Leite	1,5 cx	2,33	R\$ 3,50
Embalagem	1 un	0,6	R\$ 0,60
Total (Massa para 3 bolos)			R\$ 17,56
Total (1 bolo)			R\$ 5,85

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

Tabela 25: Custos Cupcake

Cupcake			
Material	Quantidade	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Ovo	2un	0,43	R\$ 0,86
Óleo	160ml	0,012	R\$ 1,92
Farinha de Trigo c/ fermento	240g	0,0042	R\$ 1,00
Açúcar	180g	0,0033	R\$ 0,59
Chocolate em pó	130g	0,017	R\$ 2,21
Nescau	30g	0,012	R\$ 0,72
Leite Condensado	4 cx	4,11	R\$ 16,44
Creme de Leite	4 cx	2,33	R\$ 9,32
Embalagem	1 un	0,1	R\$ 0,10
Total (Massa para 18 bolos)			R\$ 33,16
Total (1 bolo)			R\$ 1,84

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

Tabela 26: Custos Bolo Vulcão

Bolo Vulcão			
Material	Quantidade	Custo Unitário	Total (R\$)
Ovo	2un	0,43	R\$ 0,86
Óleo	160ml	0,012	R\$ 1,92
Farinha de Trigo c/ fermento	240g	0,0042	R\$ 1,00
Açúcar	180g	0,0033	R\$ 0,59
Chocolate em pó	130g	0,017	R\$ 2,21
Nescau	30g	0,012	R\$ 0,72
Leite Condensado	1,5 cx	4,11	R\$ 6,16
Creme de Leite	1,5 cx	2,33	R\$ 3,50
Embalagem	1 un	0,6	R\$ 0,60
Total (Massa para 3 bolos)			R\$ 17,56
Total (1 bolo)			R\$ 5,85

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

Tabela 27: Custos Naked Cake

Naked Cake			
Material	Quantidade	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Ovo	2un	0,43	R\$ 0,86
Óleo	160ml	0,012	R\$ 1,92
Farinha de Trigo c/ fermento	240g	0,0042	R\$ 1,00
Açúcar	180g	0,0033	R\$ 0,59
Chocolate em pó	130g	0,017	R\$ 2,21
Nescau	30g	0,012	R\$ 0,72
Leite Condensado	1,5 cx	4,11	R\$ 6,16
Creme de Leite	1,5 cx	2,33	R\$ 3,50
Embalagem	1 un	0,6	R\$ 0,60
Total (Massa para 2 bolos)			R\$ 17,56
Total (1 bolo)			R\$ 8,78

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

6.4 Estimativa de Faturamento Mensal

A estimativa de faturamento mensal foi colocada como uma projeção de vendas, elaborada a partir dos dados que a sócia possui das vendas que a mesma já realiza nos dias atuais.

Tabela 28: Faturamento Mensal

Produto	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
Bolo vulcão	250	R\$ 25,00	R\$ 6.250,00
Mini bolo de Noiva	30	R\$ 20,00	R\$ 600,00
Torta 1kg	20	R\$ 70,00	R\$ 1.400,00
Cupcake	160	R\$ 5,00	R\$ 800,00
Caseirinho	150	R\$ 15,00	R\$ 2.250,00
Bolo no pote	260	R\$ 6,00	R\$ 1.560,00
Bolo piscina	20	R\$ 50,00	R\$ 1.000,00
Naked cake	10	R\$ 60,00	R\$ 600,00
Total	900		R\$ 14.460,00

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

6.5. CMV – Custo das Mercadorias Vendidas

Tabela 29: Custos das Mercadorias Vendidas

Custos das Mercadorias Vendidas			
Produto	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais/ Aquisição (R\$)	CMD/CMV (R\$)
Bolo vulcão	250	5,85	R\$ 1.462,50
Mini bolo de Noiva	30	10,33	R\$ 309,90
Torta 1kg	20	10,39	R\$ 207,80
CupCake	160	0,58	R\$ 92,80
Caseirinho	150	1,78	R\$ 267,00
Bolo no pote	260	2,4	R\$ 624,00
Bolo piscina	20	5,85	R\$ 117,00
Naked cake	10	8,78	R\$ 87,80
Total	900		R\$ 3.168,80

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

6.6. Demonstrativo de Resultado - DRE

Tabela 30: DRE

Descrição	(R\$)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 14.460,00
- Custos Variáveis Totais	R\$ 4.624,00
Lucro Bruto	R\$ 9.836,00
(-) Custo Fixo	R\$ 3.240,00
Lucro Operacional	R\$ 6.596,00
- Impostos ISS/ICMS/CNPJ	R\$ 70,00
Lucro Líquido	R\$ 6.526,00

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

6.7 Capital de Giro

O capital de giro foi calculado com o objetivo de entender o valor que a empresa necessita para sustentar os custos gerais em um período de 3 meses sem uma margem de lucro alta, sendo assim é de extrema importância saber o quanto é necessário ter em reserva, visando que o mercado tem suas sazonalidades e a quantidade de vendas podem variar. O cálculo foi realizado a partir das despesas e custos que serão fixos independentes da demanda, a partir desse valor se chegará ao Capital de Giro. O valor estimado é de R\$ 23.593,05.

6.8 Indicadores de Viabilidade

Esses indicadores possibilitam analisar de maneira clara se a empresa possui rentabilidade a partir de vários pontos de análise que proporcionam entender a estrutura de viabilidade do negócio.

6.8.1. Ponte de Equilíbrio

Tabela 31: Ponte de Equilíbrio

Custo Fixo Total	R\$ 3.240,00
Índice da Margem de Contribuição	0,68
Ponto de Equilíbrio	R\$ 4.764,70

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

6.8.2 Rentabilidade

Tabela 32: Rentabilidade

Lucro Líquido	R\$ 6.526,00
Investimento Total	R\$ 34.062,85
Rentabilidade	19,15%

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

6.8.3 Lucratividade

Tabela 33: Lucratividade

Lucro Líquido	R\$ 6.526,00
Receita Total	R\$ 14.460,00
Lucratividade	45,13%

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

6.8.4 Prazo do Retorno do Investimento

Tabela 34: Prazo de Retorno do Investimento

Investimento Total	R\$ 34.062,85
Lucro Líquido	R\$ 6.526,00
Prazo do Retorno do Investimento	5,22

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

6.8.5 Projeção de Faturamento Anual

As projeções irão analisar o faturamento da empresa durante o período de um ano, levando em consideração as sazonalidades dos meses e as datas que podem ser utilizadas como estratégias para aumento de vendas.

Tabela 35: Projeção de Faturamento Anual

Projeção de Faturamento						
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho
Lucro Bruto	R\$ 14.460,00	R\$ 14.460,00	R\$ 15.327,00	R\$ 16.859,70	R\$ 16.859,70	R\$ 18.882,86
Margem de Crescimento			6%	10%		12%
	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Lucro Bruto	R\$ 18.505,20	R\$ 18.505,20	R\$ 18.505,20	R\$ 19.430,46	R\$ 22.345,03	26.814,05
Margem de Crescimento	-2%			5%	15%	20%

Fonte: Dona Joana Doceria 2021

7.Avaliação Estratégica

Com o intuito de estabelecer um maior entendimento de como a empresa se posiciona atualmente no cenário que está inserido, foi desenvolvido a Matriz FOFA, com o intuito de analisar os pontos Internos e Externos e a partir dessas observações montar estratégias que minimizem os fatores que podem ser entraves para o negócio.

Análise FOFA

FORÇAS	FRAQUEZAS
Operações simples; Margem de faturamento; Baixo desperdício de insumos,	Sazonalidade de pedidos; Pouca Variedade;
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS

Parceiras de distribuição; Crescimento do e-commerce; Mercado de doces em crescimento. Inovações dos Produtos	Concorrência de empresas fora do segmento; Concorrências de lojas físicas. Instabilidade econômica, aumento de preços dos insumos
--	---

Matriz FOFA

	Forças	Fraquezas
Oportunidades	Como há uma grande margem de lucro, retirar uma parte desse valor para investir em inovação nos produtos	Por existir uma pouca variedade e uma oportunidade de inovações de produtos do segmento, é possível realizar pesquisas e estudar a viabilidade de replicação de produtos que possuem boa saída em outras regiões.
Ameaças	Por haver um baixo desperdício de insumos, pode-se comprar insumos em grandes quantidades, aproveitando períodos de promoção	Como uma grande ameaça é a concorrência de lojas físicas e fraqueza é a pouca variedade, uma possível forma de minimizar seria a produção de um produto que seja o mais atrativo e a partir disso fazer vendas casadas, para minimizar possíveis diminuições de venda

8. Avaliação do Plano de Negócio

A partir dos estudos colocados acima, foi possível chegar em pontos de extrema importância para entender a viabilidade do negócio e se de fato a Doceria Dona Joana é uma empresa rentável. Para isso, foram usados os principais indicadores financeiros que indicam o retorno sobre os investimentos feitos pela proprietária Joana Darc. O tempo que a empresa deve levar para conseguir o retorno do investimento feito é o período de cinco anos e meio aproximadamente, tendo o valor das vendas de R\$ 4.764,70 como seu ponto de equilíbrio, que é o momento em que se inicia os lucros, pois a quantidade de saída já cobre todas as despesas.

Com os dados encontrados, é possível observar a lucratividade da empresa com 45,13%, e sua rentabilidade 19,15%. Esses números permitem dizer que a empresa é viável

nas condições desenvolvidas no decorrer do Plano de Negócio, sendo estas as condições que a empresa pretende iniciar em 2022, com projeções para um crescimento progressivo.

Tendo em vista, as estratégias colocadas, juntamente com as informações fica nítido que a Dona Joana Doceria tem um grande potencial de desenvolvimento no segmento, a sua estruturação é algo fundamental para o aumento dos recursos futuros.

Deste modo, a empresa possui viabilidade para se estruturar de acordo com os dados construídos no Plano de Negócio.

9. Referências

- [1] COMÉRCIO, Diário do. **Segmento da confeitaria detém 25% do setor de panificação** **Leia mais: Segmento da confeitaria detém 25% do setor de panificação - Diário do Comércio** Em: <https://diariodocomercio.com.br/negocios/segmento-da-confeitaria-detem-25-do-setor-de-panificacao/>. 2019. Disponível em: <https://diariodocomercio.com.br/negocios/segmento-da-confeitaria-detem-25-do-setor-de-panificacao/>. Acesso em: 09 out. 2021.
- [2] QUALIBEST, Equipe. **YouTube é uma das redes mais usadas pelos brasileiros, aponta pesquisa**. 2019. Disponível em: <https://www.institutoqualibest.com/blog/youtube-e-uma-das-redes-mais-usadas-pelos-brasileiros-aponta-pesquisa/>. Acesso em: 09 out. 2021.
- [3] SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Como elaborar um plano de negócios. Brasília: Sebrae, 2013.
- [4] SÔNEGO, Diego Melo. **Plano de Negócios: Doceria da Eli**. 2018. 41 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade do Sul de Santa Catarina, Boa Vista, 2018.
- [5] SARAIVA, Lailla Fonseca. **Elaboração de um Plano de Negócio de uma confeitaria de pequeno porte**. 2019. 74 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Ouro Preto, João Monlevade, 2019.