UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS SOCIAIS E AGRÁRIAS
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

PLANO DE NEGÓCIO: Revendedora de gás GLP no município de Guarabira-PB

GUILHERME MOREIRA DE SOUSA

Bananeiras-PB
2026

GUILHERME MOREIRA DE SOUSA

PLANO DE NEGÓCIO: Revendedora de gás GLP no município de Guarabira-PB

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

Docente Orientador: Dr. Francivaldo dos Santos Nascimento

Bananeiras-PB

2026

Catalogação na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S725p Sousa, Guilherme Moreira de.
Plano de negócio: Revendedora de gás GLP no município de Guarabira-PB / Guilherme Moreira de Sousa. - Bananeiras PB, 2026.
59 f. : il.

Orientação: Francivaldo dos Santos Nascimento.
TCC (Graduação) - UFPB/CCHSA.

1. Plano de negócios. 2. Gás Liquefeito de petróleo. 3. Atendimento ao cliente. 4. Empreendedorismo. I. Nascimento, Francivaldo dos Santos Nascimento. II. Título.

UFPB/CCHSA/BSMSV CDU 658 (043)

Elaborado por Maria Estela Alves Costa - CRB-15/1004

Folha de aprovação

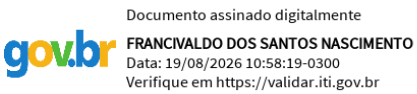
Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

Aluno: Guilherme Moreira de Sousa

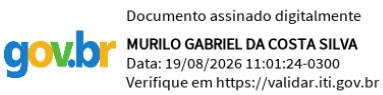
Trabalho: PLANO DE NEGÓCIO: Revendedora de gás GLP no município de Guarabira-PB

Data de aprovação: 12 de agosto de 2026

Banca examinadora



Prof. Dr. Francivaldo dos Santos Nascimento
Orientador(a)



Prof. Me. Murilo Gabriel da Costa Silva
Examinador

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por me conceder saúde, força, sabedoria e perseverança ao longo desta caminhada acadêmica, tornando possível a conclusão desta importante etapa da minha vida.

À minha família, especialmente ao meu pai, Irandi Fidelis de Sousa, pelo incentivo, compreensão e apoio incondicional em todos os momentos, especialmente durante os desafios enfrentados ao longo da graduação.

Ao meu orientador, Dr. Francivaldo dos Santos Nascimento, pela dedicação, disponibilidade, orientação e pelos valiosos conhecimentos compartilhados durante o desenvolvimento deste Trabalho de Conclusão de Curso, contribuindo de forma significativa para minha formação acadêmica e profissional.

Aos professores que, com sua dedicação, me proporcionaram voos mais altos, e cujos ensinamentos, experiências e contribuições foram fundamentais para minha formação.

Por fim, agradeço a todos que, de forma direta ou indireta, contribuíram para a realização deste trabalho e para a conclusão desta importante etapa da minha vida

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Faixa etária……... 22
Gráfico 2 – Renda mensal……23
Gráfico 3 – tipo de gás…….23
Gráfico 4 – Frequência de compra……..24
Gráfico 5 – canal de compra……24
Gráfico 6 – Critérios de escolha de revendedora…….25
Gráfico 7 – Tempo ideal para entregá……..26
Gráfico 8 – Fidelidade…….26
Gráfico 9 – Fatores para troca de revendedora…...27

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Logotipo da empresa 13
Quadro 2 – Análise SWOT 19
Quadro 3 – Botijão de 13kg (P13) 28
Quadro 4 – Planta baixa da Rainha do gás 30
Quadro 5 – Fluxograma das entregas 31
Quadro 6 – Fluxograma de atendimento 32
Quadro 7 – Fluxo de Caixa 2027 39
Quadro 8 – Fluxo de Caixa 2028 40
Quadro 9 – Fluxo de Caixa 2029 .....,.....43
Quadro 10 – Fluxo de Caixa 2030 45
Quadro 11 – Fluxo de Caixa 2031 47

LISTA DE TABELAs

Tabela 1 – Concorrência.....17
Tabela 2 – Orçamento de vendas – 2027 …,.....34
Tabela 3 – Investimento pré-operacional 34
Tabela 4 – Investimento fixo 35
Tabela 5 – Necessidade de capital de giro 36
Tabela 6 – Investimento total 36
Tabela 7 – Custo fixo…….....37
Tabela 8 – Demonstrativo de Resultado (DRE) – 2027 38
Tabela 9 – Demonstrativo de Resultado (DRE) – 2028 41
Tabela 10 – Demonstrativo de Resultado (DRE) – 2029 44
Tabela 11 – Demonstrativo de Resultado (DRE) – 2030 46
Tabela 12 – Demonstrativo de Resultado (DRE) – 2031 47
Tabela 13 – lucratividade……. 48
Tabela 14 – ROI Acumulado..……. 49
Tabela 15 – Payback…… 50
Tabela 16– DRE cenário provável..…….....52
Tabela 17– DRE cenário otimista..…….....53
Tabela 18 – DRE cenário pessimista…….....54

RESUMO

O trabalho apresenta um plano de negócio para implantação de uma revendedora de gás liquefeito de petróleo (GLP), denominada Rainha do Gás, no município de Guarabira, Paraíba. Tem como objetivo avaliar a viabilidade de mercado, operacional e financeira do empreendimento. A proposta de valor está fundamentada na agilidade da entrega, na eficiência logística, no atendimento personalizado e no uso de canais digitais como diferenciais competitivos em um mercado caracterizado pela baixa diferenciação do produto. Para tanto, foi realizada uma pesquisa de natureza quantitativa, com aplicação de 83 questionários a consumidores do município, complementada por análise da concorrência local e pela construção da matriz SWOT. Os resultados da pesquisa mostram que o preço, a rapidez na entrega e a qualidade do atendimento são os principais critérios de escolha e de troca de revendedora, além de indicarem baixo índice de fidelização dos consumidores. No âmbito financeiro, foi estimado um investimento total de R$ 72.500,00, com projeções de payback descontado de aproximadamente um ano e sete meses, Valor Presente Líquido (VPL) de R$ 271.160,49 e Taxa Interna de Retorno (TIR) de aproximadamente 97,2% para o horizonte de cinco anos; ambos são superiores à Taxa Mínima de Atratividade (TMA) de 14,75% adotada como referência. Os resultados obtidos indicam que o empreendimento é viável, sustentado por uma proposta de diferenciação baseada em serviço, e não no produto físico, o que representa uma vantagem competitiva relevante em um setor pouco diferenciado..

Palavras-chave: Plano de Negócios; Gás Liquefeito de Petróleo; Atendimento ao Cliente; Empreendedorismo.

SUMÁRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO..... 12
1.1. Conceito do Negócio..... 13
1.2 Missão, Visão e Valores..... 14
1.2.1 Missão..... 14
1.2.2 Visão..... 14
1.2.3 Valores..... 14
2. INTRODUÇÃO..... 16
3. ANÁLISE DE MERCADO..... 17
3.1 Concorrentes..... 18
3.2 Matriz SWOT..... 20
3.2.1 Forças..... 21
3.2.2 Fraquezas..... 22
3.2.3 Oportunidades..... 23
3.2.4 Ameaças..... 23
4.RESULTADO DA PESQUISA DE MERCADO..... 23
5. PLANO DE MARKETING..... 30
5.1 Mix Marketing..... 30
5.2 Produto..... 31
5.3 Preço..... 32
5.4 Praça..... 32
5.5 Promoção..... 32
6. PLANO OPERACIONAL..... 33
6.1 Layout..... 33
6.2 Capacidade produtiva..... 34
6.3.1 Entregas..... 35
6.3.2 Atendimento aos Clientes..... 36
7. PLANO FINANCEIRO..... 37
7.1 Orçamento de Vendas..... 37
7.2 Investimento pré-operacional..... 38
7.3Investimento fixo..... 39
7.4 Investimento financeiro..... 40
7.5 Investimento total..... 40
7.6 Estimativa dos custos operacionais mensal..... 41
7.7 Projeção de Resultado..... 42
7.8 Projeção de fluxo de caixa..... 43
7.8.1 Projeção Fluxo de Caixa 2027..... 44
7.8.2 Projeção Fluxo de Caixa 2028..... 45
8. INDICADORES..... 52
8.1 Ponto de Equilíbrio..... 52
8.2 Lucratividade..... 52

8.3 Retorno sobre Investimento..... 53
8.4 Payback..... 54
8.5 VPL..... 55
8.6 TIR..... 56
9. CENÁRIOS ALTERNATIVOS..... 56
9.1 cenário provável..... 56
9.2 cenário otimista..... 57
9.3 Cenário pessimista..... 59
10. DECISÃO GERENCIAL..... 60
11. CONCLUSÃO..... 60
REFERÊNCIAS..... 62
APÊNDICES A..... 64

SUMÁRIO EXECUTIVO

A empresa Rainha do Gás Comércio e Distribuição de Gás LTDA é um empreendimento que atua no comércio e distribuição de gás liquefeito de petróleo (GLP), popularmente conhecido como gás de cozinha, situada no município de Guarabira, no estado da Paraíba. O negócio surge a partir da identificação de falhas no mercado local, especialmente relacionadas à demora na entrega, dificuldades de comunicação com as revendedoras e qualidade insatisfatória no atendimento ao cliente, fatores que impactam diretamente a experiência do consumidor. A proposta da empresa está baseada na oferta de um serviço diferenciado, com foco na agilidade na entrega, eficiência logística e atendimento personalizado, buscando atender de forma eficaz às necessidades dos consumidores. A Rainha do Gás irá se posicionar estrategicamente em um mercado caracterizado pela baixa diferenciação do produto, explorando como vantagem competitiva os serviços agregados, especialmente a agilidade no atendimento e o uso de plataformas digitais para facilitar o processo de compra. A empresa busca estruturar suas operações de forma eficiente, consolidar sua atuação no mercado local e ampliar gradualmente sua base de clientes. Entre as metas estabelecidas estão o fortalecimento da presença digital, a padronização dos processos operacionais e a melhoria contínua dos serviços prestados, com vistas à construção de uma relação de confiança com os clientes e à obtenção de vantagem competitiva sustentável. Do ponto de vista financeiro, o investimento total necessário para a abertura do negócio é de R$72.500,00. As projeções indicam payback descontado de aproximadamente 1 ano e 7 meses, Valor Presente Líquido (VPL) de R$ 271.160,49 e Taxa Interna de Retorno (TIR) de aproximadamente 97,2% para o horizonte de cinco anos, ambos superiores à Taxa Mínima de Atratividade de 14,75% adotada como referência. Foram estipulados três cenários: o provável, o otimista e o pessimista. O cenário provável é a base deste plano e demonstra que o empreendimento Rainha do gás é viável.

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

- **Razão social:** Rainha do gás Comércio e Distribuição de Gás LTDA-EPP
- **Nome Fantasia**: Rainha do gás
- **Município:** Guarabira. UF: PB
- **Endereço:** Clóvis Bezerra. N: 342
- **Regime Tributário**: simples Nacional

- **Forma Jurídica:** Sociedade Limitada (LTDA)
- **Porte:** Empresa de Pequeno Porte (EPP)

Quadro 1: Logotipo da empresa



Fonte: Elaboração própria com auxílio da ferramenta IA ideogram (2026)

1.1. Conceito do Negócio

A Rainha do gás é uma empresa de distribuição e comercialização de gás liquefeito de petróleo (GLP), popularmente chamado de gás de cozinha, localizada na cidade de Guarabira, no estado da Paraíba, com o objetivo de atender à demanda por um produto essencial nas residências da cidade. Surge a partir da observação da necessidade de um abastecimento rápido e confiável de gás de cozinha para a população, uma vez que os consumidores sofrem com a demora na entrega, a dificuldade de entrar em contato com as distribuidoras e com a falta de opções no momento da compra.

Neste sentido, a Rainha do gás visa atender à demanda do mercado, que está relacionada à essencialidade do GLP, produto amplamente utilizado nas residências brasileiras. O mercado local apresenta limitações na agilidade da entrega e na qualidade do atendimento; em muitos casos, os consumidores encontram dificuldade em fazer pedidos e serviços ineficientes. A Rainha do gás irá explorar essas oportunidades ao oferecer um serviço de distribuição com foco na agilidade, na qualidade do atendimento e na facilidade de comunicação com os clientes, com uma estratégia baseada na oferta de um serviço de entrega rápido e eficiente, com a utilização de meios digitais para facilitar o processo de compra para o cliente.

O diferencial da Rainha do gás será um atendimento mais próximo e personalizado para construir uma relação de confiança com os clientes, e desenvolverá um modelo de operação baseado em eficiência logística, para consolidar sua atuação no mercado local, ampliando gradualmente sua base de clientes. A médio prazo, poderá expandir suas operações, ampliando sua área de atendimento e aumentando sua capacidade logística de distribuição.

1.2 Missão, Visão e Valores.

1.2.1 Missão

Fornecer gás de cozinha o (GLP) com qualidade, segurança e eficiência, garantindo um atendimento ágil e confiável aos nossos clientes.

1.2.2 Visão

Ser reconhecida como uma empresa referência no fornecimento de gás de cozinha em Guarabira, destacando-se pela qualidade do serviço e pela satisfação dos clientes.

1.2.3 Valores

- **Segurança:** Garantir que todas as operações relacionadas ao armazenamento, transporte e entrega do produto sejam realizadas de acordo com as normas técnicas e regulamentações vigentes, visando proteger clientes, colaboradores e a comunidade.
- **Ética:** atuar com transparência, honestidade e respeito, garantindo que suas atividades sejam conduzidas de forma responsável e alinhadas aos princípios legais e morais que regem o ambiente empresarial.
- **Comprometimento:** Nós dedicamos a garantir o cumprimento dos prazos de entrega, a qualidade do serviço prestado e a busca constante pela satisfação dos consumidores.
- **Agilidade:** buscar sempre a prontidão no atendimento para realizar a entrega do produto, proporcionando maior comodidade e satisfação aos clientes.
- **Qualidade:** Oferecer um produto e serviço que atendam às expectativas dos clientes, priorizando sempre a eficiência operacional, e a confiabilidade do fornecimento e a melhoria contínua.

2. INTRODUÇÃO

O setor de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP) no Brasil constitui um dos segmentos mais consolidados no mercado nacional. Segundo o relatório "Panorama do Setor de GLP em Movimento" (SINDIGÁS, 2025), o GLP está presente em 100% dos municípios brasileiros e é utilizado por 91% das famílias do país, possuindo um caráter essencial e uma grande penetração de mercado. Em 2024, o setor comercializou 7,6 milhões de toneladas de GLP. A projeção para 2026, divulgada pela Empresa de Pesquisa Energética (EPE), aponta para um crescimento expressivo de 3,7% no consumo, o que deve elevar a demanda para um patamar histórico de 8 milhões de toneladas, com aproximadamente 33 milhões de botijões de até 13 kg vendidos mensalmente, o que reforça a expressividade e a constância da demanda

Ao analisarmos o período entre 2023 e 2025, o GLP se manteve em patamar elevado e estável, com pequenas oscilações decorrentes principalmente do segmento de recipientes acima de 13 kg, utilizado pelo comércio e indústria, segundo dados do relatório da Sindigás (2025). Em 2023, o consumo nacional totalizou 7.402.215 toneladas, dos quais 5.118.483 toneladas em botijões de até 13 kg e 2.283.732 toneladas em recipientes acima de 13 kg. Já em 2024, cresceu para 7.574.848 toneladas, sendo 5.162.131 toneladas em botijões de até 13 kg e 2.412.717 toneladas em recipientes acima de 13 kg, o maior patamar da série histórica. Em 2025, considerando os dados acumulados de janeiro a novembro, o consumo somou 7.026.805 toneladas, sendo 4.744.590 toneladas em botijões de até 13 kg, o que indica manutenção do consumo.

Quanto ao preço, o valor médio do botijão de 13 kg acompanhou a trajetória do salário mínimo. O preço do botijão foi dividido por dois para representar o impacto mensal do produto no orçamento das famílias. O preço médio do P13, considerando que a duração média é de 60 dias, foi de R$ 52,11 em 2023, com salário mínimo de R$ 1.320,00; em 2024 esse valor foi de R$ 51,79, com salário mínimo de R$ 1.412,00; e em 2025 o preço médio atingiu R$ 54,22, com salário mínimo de R$ 1.518,00, representando 3,6% do salário mínimo neste último ano (SINDIGÁS, 2025). Esses dados demonstram estabilidade do peso do GLP no orçamento familiar ao longo do tempo, mesmo com os reajustes do salário mínimo. Apesar de sua essencialidade, o produto ainda representa um peso considerável no orçamento das famílias de menor renda, principalmente naquelas que estão nas faixas de consumo mais baixas.

Esses indicadores demonstram que o mercado de GLP vem operando, nos últimos três anos, em ritmo de crescimento moderado e com estabilidade estrutural, características que reforçam a viabilidade de novos entrantes; entre as oportunidades, estão o caráter essencial econtínuo de consumo, a baixa diferenciação entre os concorrentes, que privilegia empresas capazes de agregar valor por meio do atendimento, da agilidade na entrega e do uso de canais digitais, além do baixo índice de reclamações do setor junto a órgãos de defesa do consumidor, indicador de um mercado historicamente bem avaliado pelos usuários. Por outro lado, entre as ameaças estão a forte concorrência, a sensibilidade dos consumidores ao preço e as possíveis variações no valor do produto em função de fatores regulatórios e econômicos, uma vez que o produto praticamente não apresenta diferença física entre marcas, o que exige atenção.

No contexto local, o município de Guarabira, localizado no estado da Paraíba, é um importante polo comercial e de serviços da região do Brejo Paraibano, que exerce grande influência sobre municípios vizinhos. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2025), o município possui população estimada de 60.057 habitantes, densidade demográfica de 353,99 habitantes por quilômetro quadrado e Produto Interno Bruto (PIB) per capita de R$ 25.907,88 (2023), mostrando a relevância econômica do município e o intenso fluxo de consumidores, fatores que favorecem a demanda por produtos essenciais, como o Gás Liquefeito de Petróleo (GLP).

Nesse contexto, a implantação de uma revendedora de GLP em Guarabira apresenta potencial para atender às necessidades da população local e dos municípios de sua área de influência, fundamentada em um planejamento estratégico consistente.

3. ANÁLISE DE MERCADO

Em matéria publicada pelo Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Gás Liquefeito de Petróleo (Sindigás, 2026), afirma-se que o mercado brasileiro de combustíveis vive um ciclo de expansão apontado pela Empresa de Pesquisa Energética (EPE). O relatório divulgado em fevereiro de 2026 projeta um aumento não visto há anos de 3,5 bilhões de litros na demanda nacional por combustíveis líquidos e Gás Liquefeito de Petróleo (GLP) neste ano, com acréscimo de 3,1 bilhões previsto para 2027. O setor encerrou 2025 com 7,7 milhões de toneladas comercializadas. O GLP é considerado um produto essencial, utilizado pela maior parte da população brasileira, o que garante uma demanda constante, principalmente na revenda de botijões de até 13 kg voltados ao consumo doméstico, que representam a maior parte da demanda.

Diante dos fatos, a análise de mercado permite identificar oportunidades de crescimento e definir estratégias competitivas, contribuindo para o posicionamento e a sustentabilidade do negócio.

3.1 Concorrentes

A análise dos concorrentes é fundamental para compreender o posicionamento da Rainha do Gás no mercado de revenda de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP) em Guarabira-PB. Nesse sentido, foram identificadas empresas que atuam no segmento no município, buscando comparar aspectos relevantes para a decisão de compra dos consumidores, como preço, qualidade do atendimento, formas de pagamento e presença digital. A análise desses fatores permite identificar as principais características da concorrência local, bem como oportunidades de diferenciação para o empreendimento. Dessa forma, a Tabela 1 apresenta uma comparação entre os principais concorrentes observados na pesquisa de campo, contribuindo para a definição de estratégias capazes de fortalecer o posicionamento competitivo da empresa.

Tabela 1: concorrência

	Preço	**Atendimento**	**Forma de pagamento**	**Presença digital**
JP gás	110,00 R$	Irregular	A vista e cartão (aumentando 5 reais)	Não
Brasil gás	110,00 R$	Irregular	À vista	Não
Guaragás	120,00 R$	Bom	À vista	Sim
Ideal gás	105,00 R$	Excelente	A vista e cartão (aumentando 5 reais)	Sim
Chama gás e água	110,00 R$	Bom	A vista e cartão	Sim

Fonte: Elaboração Própria (2026)

A tabela 1 apresenta um nível de concorrência moderado. No que se refere à diferenciação entre as empresas, esta não ocorre de forma expressiva pelo produto ou pelo preço, mas sim pelos serviços agregados e pela experiência proporcionada ao cliente. Com isso, investir em um atendimento de excelência para se posicionar acima dos concorrentes, focando em fatores como qualidade no atendimento, agilidade na entrega, diversidade nas formas de pagamento e presença digital, são elementos-chave para a obtenção de vantagem competitiva.

No que se refere ao atendimento, a classificação foi estabelecida com base na experiência observada durante a pesquisa de campo, considerando aspectos como simpatia, tempo de resposta, disponibilidade para esclarecer dúvidas e qualidade do serviço prestado. Assim, o atendimento foi classificado como irregular quando apresentou demora no atendimento ou na entrega, pouca simpatia ou dificuldades na comunicação; bom quando o serviço ocorreu de forma satisfatória, com atendimento adequado e boa interação com o consumidor; e excelente quando, além de atender aos critérios anteriores, demonstrou elevado padrão de qualidade, rapidez, simpatia e eficiência durante todo o processo. As diferenças significativas entre as empresas analisadas mostram que JP Gás e Brasil Gás apresentam atendimento classificado como irregular; Guaragás e Chama Gás e Água foram avaliadas como boas; e a Ideal Gás destacou-se pelo atendimento excelente. Esse aspecto demonstra que a qualidade do serviço prestado representa um importante fator de diferenciação competitiva no setor.

A presença digital refere-se à utilização de canais digitais pelas empresas na divulgação de produtos, na comunicação com os clientes e no recebimento de pedidos, como redes sociais (Instagram e Facebook), WhatsApp, entre outros. Apenas três das cinco empresas analisadas possuem atuação em canais digitais, enquanto JP Gás e Brasil Gás não apresentam presença nesse ambiente. Considerando o crescente uso das plataformas digitais pelos consumidores para solicitar entregas e obter informações, esse fator constitui uma oportunidade para estratégias de marketing digital e de relacionamento com os clientes.

3.2 Matriz SWOT

Para estabelecer objetivos e metas é preciso entender os ambientes externo e interno. Essa análise é um dos pontos mais importantes do plano de negócios, pois mostrará se a empresa está preparada para seguir em frente, os desafios que se apresentam e os riscos que correrá, dos quais os executivos deverão estar cientes. "Se o empreendedor não conhece os riscos que envolvem seu negócio, é sinal de que ele não está totalmente preparado para as adversidades futuras" (DORNELAS, 2023, p. 162). A análise SWOT mostra-se extremamente importante por ser uma ferramenta que permite avaliar de forma estruturada as forças e fraquezas internas da organização, além de permitir avaliar as oportunidades e ameaças externas à organização, sendo fundamental para um planejamento consistente, ajudando na hora da tomada de decisão e reduzindo a incerteza.

Quadro 2: Análise SWOT

INTERNO	**FORÇAS**	**FRAQUEZAS**
	· Atendimento ágil e personalizado · Foco na agilidade na entrega (até 30 minutos) · Utilização de canais digitais (WhatsApp e Instagram e outros) · Estrutura voltada para eficiência logística	· Empresa nova no mercado · Capacidade operacional ainda em desenvolvimento · Dependência de preço competitivo
EXTERNO	**OPORTUNIDADES**	**AMEAÇAS**
	* Crescimento da demanda por GLP no Brasil · Produto essencial com consumo contínuo · Alto número de consumidores não fiéis (56% Dados da pesquisa de Mercado) · Valorização da entrega rápida e bom atendimento	· Forte concorrência · Facilidade de substituição entre revendedoras · Possíveis variações no preço do GLP · Regulamentações do setor · Sensibilidade do consumidor ao preço

Fonte: Elaboração Própria(2026)

3.2.1 Forças

O empreendimento irá se destacar pelo diferencial competitivo, especialmente em um contexto em que o produto tem pouca diferenciação. Com isso, o atendimento ágil e personalizado para o cliente é extremamente importante, uma vez que esse relacionamento exerce grande influência na decisão de compra e na fidelização do cliente.

O foco na agilidade na entrega, com um prazo estimado de, no máximo, 30 minutos, conforme a pesquisa de mercado realizada, mostra-se relevante, pois a agilidade é um dos critérios mais valorizados pelos consumidores no momento da escolha de uma revendedora. A utilização de canais digitais, como WhatsApp e Instagram, representa um diferencial importante atualmente, porque parte significativa dos concorrentes ainda apresenta baixa presença digital. Uma estrutura voltada para eficiência logística é essencial, considerando que a atividade de distribuição de GLP depende diretamente da organização de rotas e da disponibilidade de entregadores. Uma operação logística bem estruturada possibilita redução no tempo de entrega, otimização de custos operacionais e maior capacidade de atendimento.

3.2.2 Fraquezas

No entanto, existem alguns desafios internos que podem comprometer o desempenho e a capacidade de competir no mercado. A análise desses fatores é fundamental para executar ações corretivas e estratégias de fortalecimento da organização, como o fato de a empresa ser nova no mercado, o que representa sua principal fragilidade, uma vez que implica baixa experiência operacional e desconhecimento inicial por parte dos consumidores. A capacidade operacional em desenvolvimento indica que os processos internos ainda não estão plenamente consolidados, o que pode gerar falhas no atendimento, falhas logísticas e dificuldades na padronização dos serviços. Também a dependência de preço competitivo constitui uma vulnerabilidade estratégica, uma vez que o público-alvo apresenta alta sensibilidade ao preço na pesquisa de mercado. Nesse contexto, a empresa pode ser pressionada a reduzir margens de lucro para se manter competitiva, o que pode comprometer sua sustentabilidade financeira no longo prazo.

Estratégias para mitigar as fraquezas

- **Empresa nova no mercado**: adoção de estratégias de inserção e posicionamento, como campanhas de divulgação local, promoções de lançamento e parcerias com estabelecimentos comerciais da região.

- **capacidade operacional em desenvolvimento:** padronização dos processos internos por meio da criação de rotinas operacionais, treinamento da equipe e definição de indicadores de desempenho.
- **Dependência de preço competitivo:** reforçar seus diferenciais, como atendimento de qualidade, rapidez na entrega e facilidade de compra para justificar preços.

3.2.3 Oportunidades

No cenário atual, quando falamos das oportunidades para a Rainha do gás estamos nos referindo ao crescimento da demanda por GLP no Brasil, o que indica expansão do mercado e aumento no consumo do produto. Esse cenário favorece a entrada de novas empresas e amplia as possibilidades de captação de clientes, aliado ao fato de se tratar de um produto essencial, com consumo contínuo, representando uma das principais vantagens do setor, sendo um item indispensável no cotidiano das famílias brasileiras.

A demanda tende a ser constante e previsível. O alto número de consumidores não fiéis os consumidores que não possuem vínculo com uma revendedora específica e são mais receptivos a propostas que ofereçam melhores condições de preço, atendimento ou rapidez na entrega. Por isto, a valorização da entrega rápida e do bom atendimento pelos consumidores também se destaca como uma oportunidade estratégica; esses fatores estão entre os principais critérios de escolha de uma revendedora.

3.2.4 Ameaças

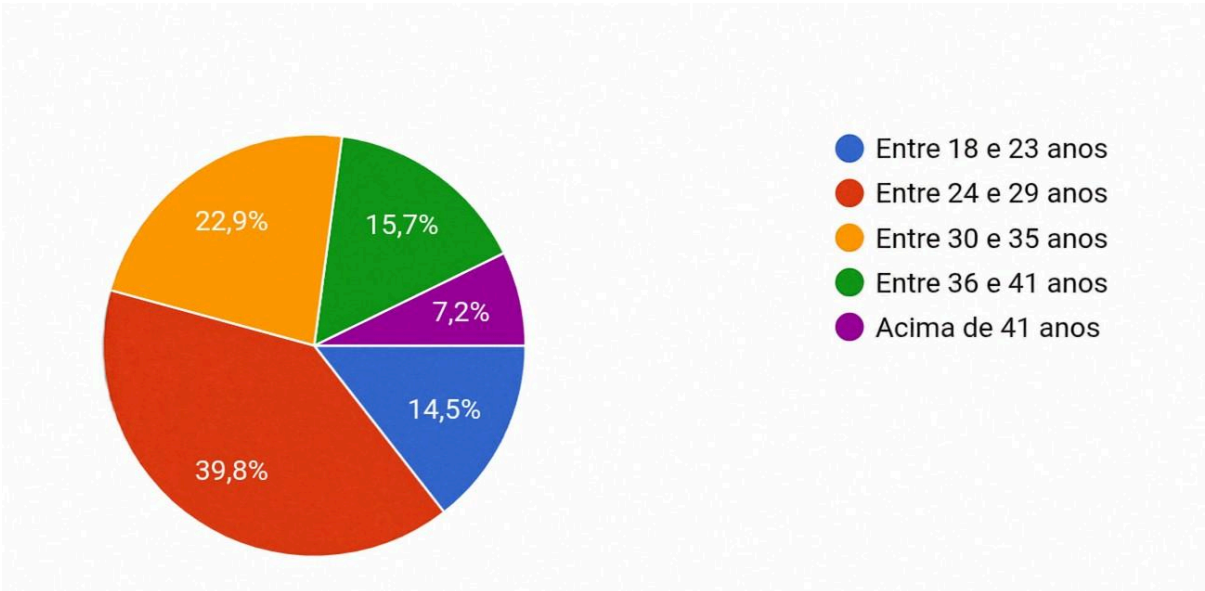
Apesar das oportunidades, o mercado de revenda de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP) enfrenta desafios externos que podem comprometer o desempenho, o principal deles é a concorrência, principalmente em um mercado caracterizado pela baixa diferenciação do produto, como é um produto padronizado, as empresas tendem a competir de forma intensa, principalmente por preço e qualidade do serviço.

Além disso, a facilidade de substituição entre revendedoras pelos consumidores,é uma grande ameaça uma vez que não há custos significativos de mudança nem diferenciação substancial entre os produtos oferecidos. E também as possíveis variações no preço, como o valor do produto pode sofrer alterações em função de fatores econômicos e regulatórios, o que afeta as vendas pois os consumidores possuem uma alta sensibilidade ao preço. Constitui uma ameaça significativa, conforme a pesquisa de mercado (gráfico 9), a predominância de consumidores de baixa renda faz com que o preço seja um dos principais critérios de decisão de compra.

4.RESULTADO DA PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa de mercado foi realizada com o objetivo de compreender o perfil de consumidores e o comportamento em relação ao consumo do gás de cozinha (GLP), e identificar preferência e fatores que influenciam na decisão por uma revendedora. Para isto, entre os dias 01 e 15 de fevereiro de 2026 foram aplicados 83 questionários (APÊNDICE A), nos quais os entrevistados responderam a 11 perguntas de forma online, com o auxílio da ferramenta Google Forms, na cidade de Guarabira, especificamente em cinco bairros da cidade (Clóvis Bezerra, Rosário, Esplanada, São José e Assis Chateaubriand). As questões foram elaboradas com o objetivo de compreender os hábitos de consumo de gás de cozinha, a frequência de compra, os fatores que influenciam na escolha de uma revendedora e o perfil socioeconômico dos consumidores. A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa, tendo como objetivo coletar dados que possibilitem a análise e a compreensão do mercado, os resultados da pesquisa serão utilizados como base para a definição de estratégias de atuação da Rainha do gás, contribuindo para o planejamento de ações voltadas à atração e fidelização de clientes..

Gráfico 1 – Faixa etária

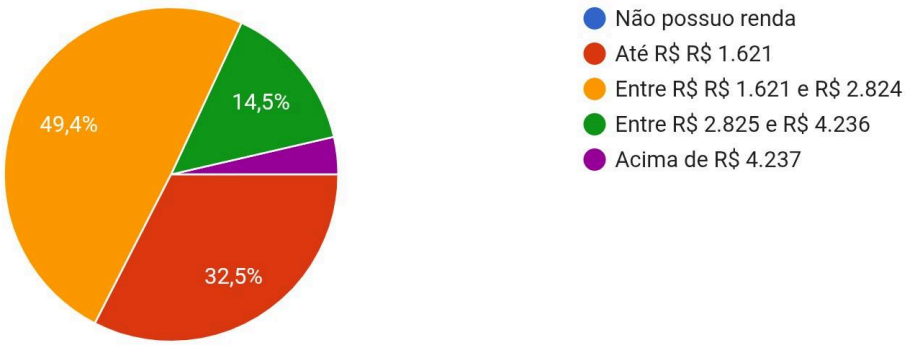


Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Conhecer a faixa etária é essencial para traçar estratégias de marketing e a abordagem de mercado. O gráfico 1 demonstra a diversificação dos perfis de idade dos consumidores de gás de cozinha, chamando a atenção o fato de que 62,7% dos entrevistados estão entre 24 e 35

anos, dos quais 39,8% estão entre 24 e 29 anos. Isso demonstra que, embora o gás seja um item essencial para todos, a comunicação e as estratégias de marketing podem ser direcionadas para atrair esse público jovem, utilizando canais digitais e linguagem mais direta, sem deixar de atender às demandas do público mais velho.

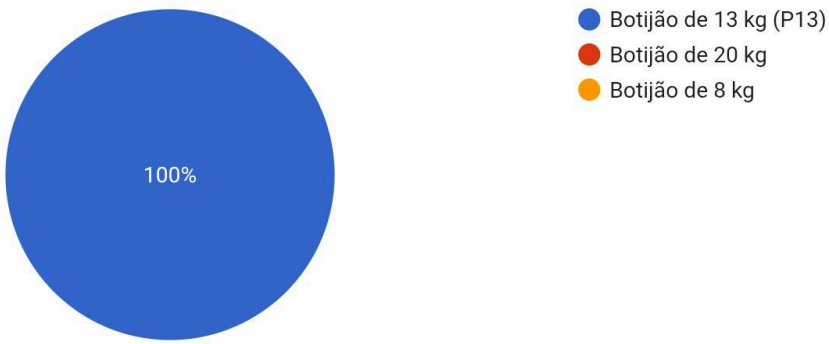
Gráfico 2 – Renda mensal



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

A análise do gráfico 2 demonstra um perfil de consumidores de baixa renda, em que a maioria recebe menos de três salários mínimos por mês. Metade dos entrevistados, 49,4%, possui renda de até R$ 1.621, e 32,5% está na faixa seguinte, entre R$ 1.621 e R$ 2.824, somando 81,9% dos consumidores nas duas faixas mais baixas. Isso pode significar que o preço tende a ser um fator decisivo para a maioria dos clientes, assim, estratégias como condições de pagamento facilitadas e a oferta de um preço competitivo podem ser mais eficazes.

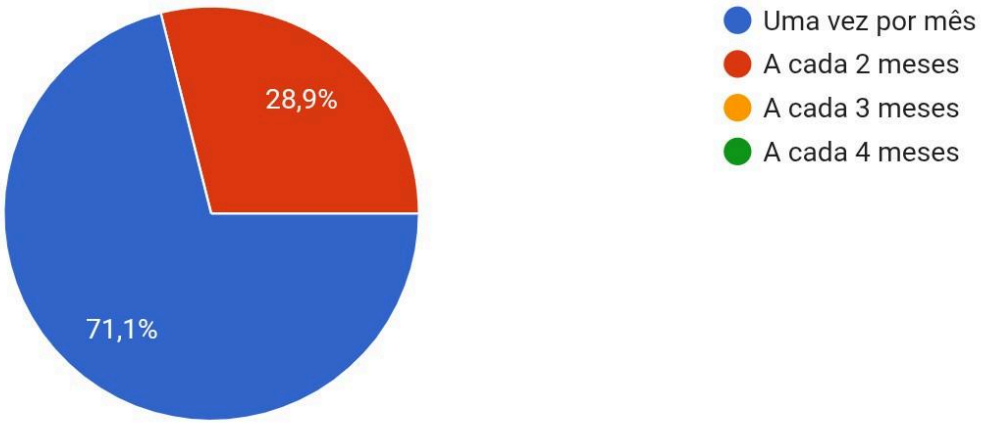
Gráfico 3 – Tipo de gás



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

O gráfico 3 apresenta um resultado extremamente claro, no qual 100% dos participantes afirmaram utilizar o botijão de 13 kg (P13) como o tipo de gás mais frequente, seguindo o padrão dos lares brasileiros para cozinhar. Isso demonstra que o foco do negócio deve estar totalmente direcionado ao botijão P13.

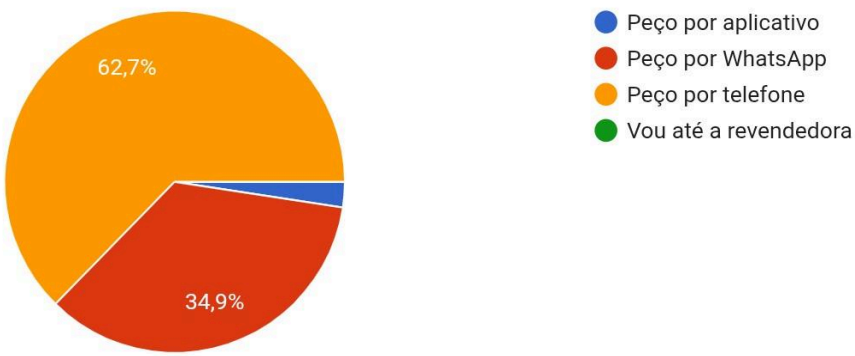
Gráfico 4 – Frequência de compra



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Em relação à frequência de compra do gás de cozinha, o gráfico 4 revela um padrão de consumo bastante definido. A maioria dos consumidores 71,1% respondeu que compra gás de cozinha uma vez por mês, sendo este um comportamento esperado para usuários do botijão de 13 kg (P13), enquanto 28,9% afirmaram comprar gás a cada 2 meses.

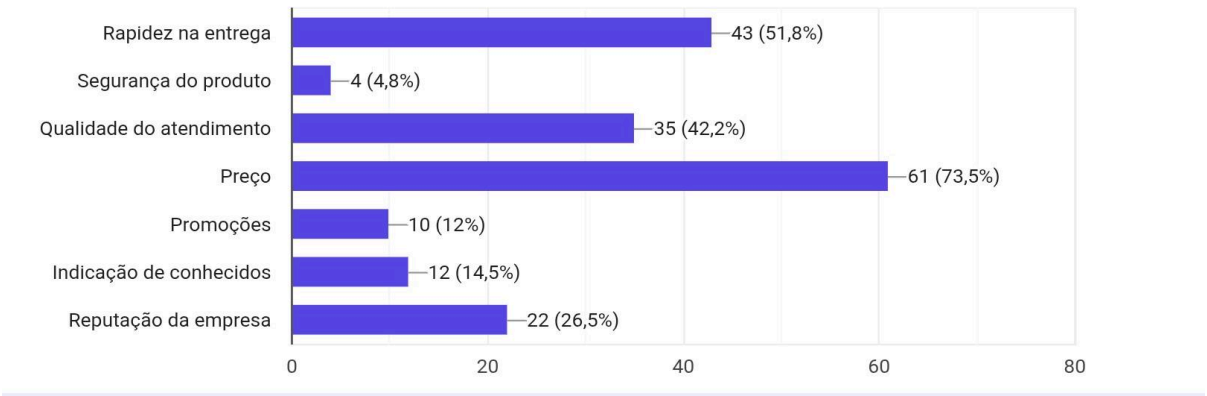
Gráfico 5 – Canal de compra



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

O gráfico 5 revela que a maioria absoluta dos consumidores 62,7% ainda utiliza o telefone como principal canal para comprar gás de cozinha, seguida pelo WhatsApp 34,9%, demonstrando uma predominância dos meios tradicionais de pedido e, ao mesmo tempo, evidenciando uma oportunidade para inovação e digitalização.

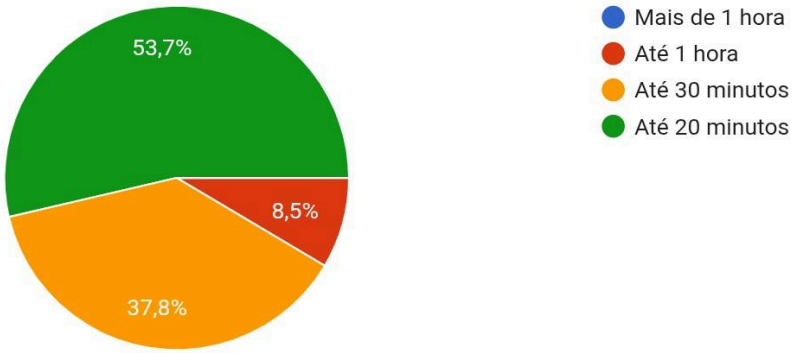
Gráfico 6 – Critérios de escolha de revendedora



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

O gráfico 6 apresenta os principais fatores de escolha dos consumidores para uma revendedora de gás de cozinha (GLP). Nesse sentido, o preço é o critério mais importante para a escolha de uma revendedora, com 73,5% dos entrevistados apontando-o como um dos fatores mais decisivos em sua escolha. Mais da metade dos consumidores, 51,8%, consideram a velocidade na entrega essencial, demonstrando a necessidade de contar com entregadores disponíveis e rotas otimizadas para atender os pedidos com agilidade. A qualidade do atendimento aparece mencionada por 42,2% dos respondentes. Esses três aspectos representam os principais fatores de escolha dos consumidores.

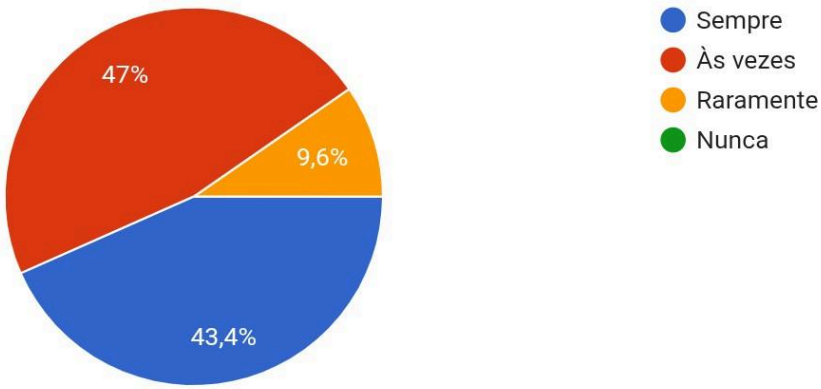
Gráfico 7 – tempo ideal para entrega



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Quanto ao tempo ideal de entrega, 53,7% dos consumidores consideram ideal receber o produto em até 20 minutos, e 37,8% consideram aceitável até 30 minutos, demonstrando que os consumidores valorizam agilidade no serviço de entrega.

Gráfico 8 – Fidelidade

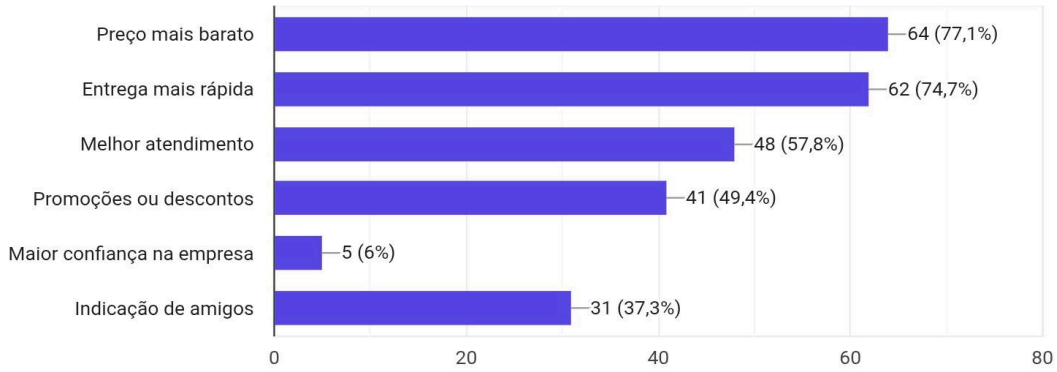


Fonte: Dados da pesquisa (2026)

O gráfico 8 demonstra o nível de fidelidade dos consumidores, 43,4% afirmaram sempre comprar na mesma revendedora, o que indica que há um grupo significativo de clientes que provavelmente já criaram vínculo com uma revendedora. Enquanto isso, 47% afirmaram comprar às vezes na mesma revendedora, e 9,6% afirmaram comprar raramente na

mesma empresa. Somando esses dois grupos, temos 53% dos consumidores que não são fiéis e estão abertos a mudar de revendedora com frequência.

Gráfico 9 – Fatores para troca de revendedora



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

A análise do gráfico 9 mostra os principais fatores para trocar de revendedora. Preço mais barato, 77,1% afirmaram ser este o principal motivo, 74,7% indicaram a entrega mais rápida. A diferença em relação ao preço é de apenas 2,4 pontos percentuais, o que indica que a entrega rápida é quase tão importante quanto preço baixo para os consumidores. Atendimento é o terceiro fator, com 57,8% dos que responderam indicando que mudariam de revendedora se encontrassem um atendimento melhor. Promoções ou descontos, com 49,4%, e indicação de amigos, com 37,3%, também têm um peso significativo, aproximadamente metade dos consumidores mudaria de revendedora por esse motivo, e mais de um terço levaria em consideração a opinião de conhecidos.

5. PLANO DE MARKETING

5.1 Mix Marketing

O mix de marketing constitui um dos principais instrumentos estratégicos utilizados pelas organizações para atender às necessidades do mercado e alcançar vantagem competitiva. “Embora as atividades que formam o mix de marketing sejam muitas, os estudiosos buscaram uma classificação que facilite a visualização do todo entre as partes. O professor Jerome McCarthy, no início dos anos 1960, propôs um mix de marketing composto por quatro Ps: produto, preço, praça e promoção” (Kotler, 2021, p. 103). Por isso, quando planejados de

forma integrada, contribuem para o posicionamento da empresa no mercado e para a satisfação do consumidor.

5.2 Produto

De acordo com Kotler (2021), a base de qualquer negócio é o produto, sendo necessário que a empresa crie um produto ou uma oferta com diferencial que, de alguma forma, faça os clientes darem preferência a ela. Nessa perspectiva, o produto não se limita às suas características físicas, mas compreende também um conjunto de atributos, tangíveis ou intangíveis, que fazem parte de sua proposta de valor. O produto é o botijão de gás liquefeito de petróleo (GLP) de 13 kg (P13) e os serviços adicionais, como a entrega domiciliar, o atendimento ao cliente e as facilidades no processo de compra.

A análise dos dados obtidos na pesquisa de mercado, no gráfico 3, demonstra que 100% dos consumidores entrevistados utilizam o botijão de 13 kg (P13), consolidando-o como o principal foco de atuação da empresa, reforçando a necessidade de direcionamento estratégico voltado à eficiência na oferta desse produto, bem como à melhoria dos serviços associados. Considerando que o produto físico não se diferencia expressivamente dos demais presentes no mercado, a construção de vantagem competitiva deve estar fundamentada em atributos complementares.

Quadro 3: botijão de 13kg (P13)



Fonte: bela gás **(**2026)

Assim a Rainha do Gás se diferencia por meio da oferta de serviços de qualidade superior, destacando-se pela agilidade na entrega, pelo atendimento personalizado, pela facilidade de comunicação por plataformas online e pela confiabilidade do serviço prestado.

5.3 Preço

A formação de preços será realizada com base em diferentes abordagens: o método baseado em custos, o método baseado na concorrência e o método baseado no valor percebido. Por isso, haverá a adoção de uma estratégia híbrida que considere os custos operacionais da empresa, os preços praticados pelos concorrentes locais e o valor agregado pelos serviços oferecidos. Após a análise desses fatores e do preço de custo, o valor cobrado pelo botijão de 13 kg (P13) é de 110,00 reais.

5.4 Praça

A distribuição da Rainha do Gás será focada na eficiência logística e na entrega rápida, com ênfase na otimização de rotas, na disponibilidade contínua de estoque e na pronta atuação dos entregadores, garantindo que o tempo entre o pedido e a entrega seja o menor possível. Para que isso ocorra, será necessária maior integração entre o atendimento e a entrega, o que contribuirá para a redução de falhas de comunicação. A utilização do WhatsApp possibilitará maior agilidade no recebimento dos pedidos, favorecendo a organização da demanda e o planejamento das entregas em tempo real.

5.5 Promoção

A Rainha do Gás utilizará mídias digitais, especialmente o Instagram e o WhatsApp, para a promoção de vendas em ações de curto prazo, como descontos para novos clientes, promoções em datas específicas, ofertas por indicação e benefícios para clientes que compram constantemente. A presença digital representa uma oportunidade de diferenciação, principalmente considerando que parte dos concorrentes ainda apresenta baixa atuação nesses canais.

Nesse sentido, a utilização das redes sociais representa uma estratégia essencial para comunicar-se com o público, destacando-se o Instagram e o WhatsApp como ferramentas que permitem maior proximidade com o cliente, agilidade no atendimento e maior visibilidade. O Instagram será utilizado para a divulgação da empresa e das promoções, abrangendo desde a divulgação de preços e promoções até informações sobre tempo de entrega, depoimentos de clientes e conteúdos educativos sobre segurança no uso do GLP.

Por sua vez, o WhatsApp será utilizado como portal de atendimento e de conversão de vendas, com foco no atendimento rápido e personalizado, na padronização de mensagens e na divulgação de promoções diretamente aos clientes. A utilização dessas ferramentas permite

que os consumidores visualizem os produtos na rede social e finalizem a compra de forma prática.

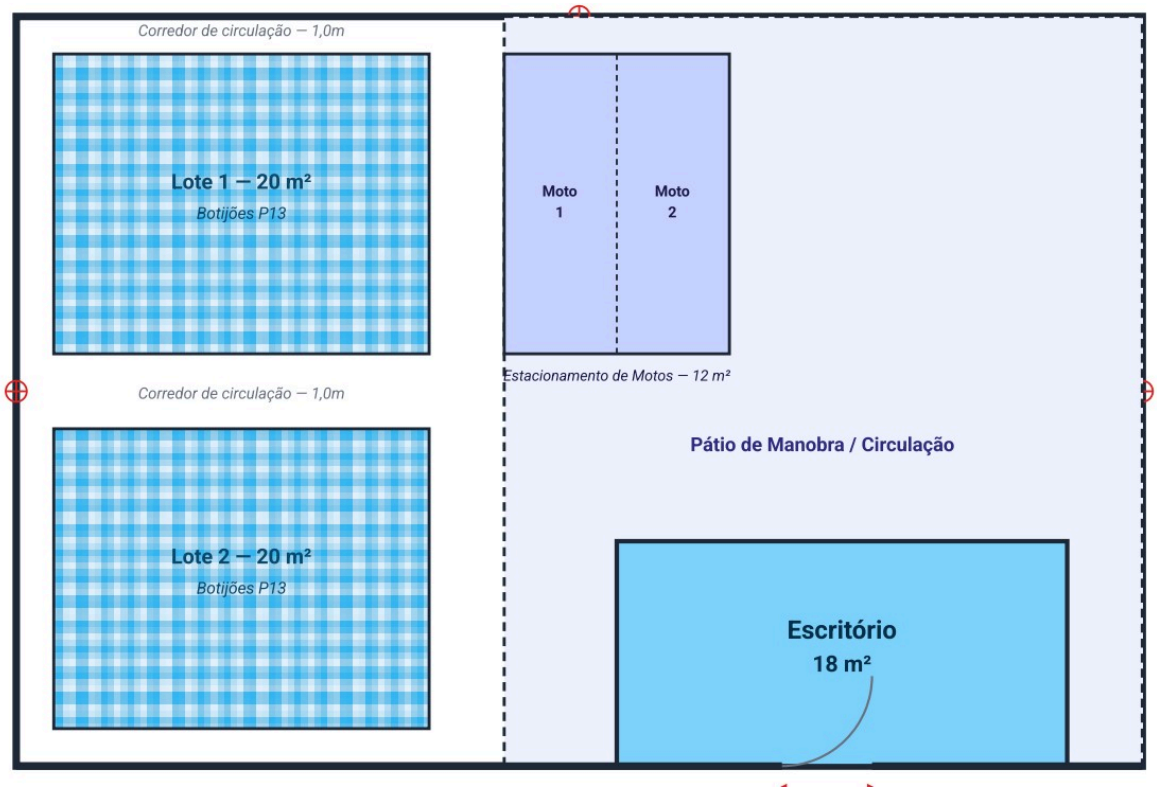
Ademais, também serão utilizadas estratégias convencionais, como a distribuição de panfletos, a adesivação das motos de entrega, programa de desconto por indicação e parcerias com comerciantes locais.

6. PLANO OPERACIONAL

6.1 Layout

O quadro a seguir trás uma representação do layout do empreendimento

Quadro 4: Planta baixa da Rainha do gás



Fonte: Elaboração própria com auxílio da ferramenta IA Claude (2026)

A empresa conta com um espaço físico de 150 m², distribuído entre a área de armazenamento dos botijões de gás de 13 kg (P13), o estacionamento das motos e um escritório onde funcionarão o atendimento e as demais funções da Rainha do Gás, contribuindo para a organização dos processos, a melhoria da produtividade e a segurança no trabalho.

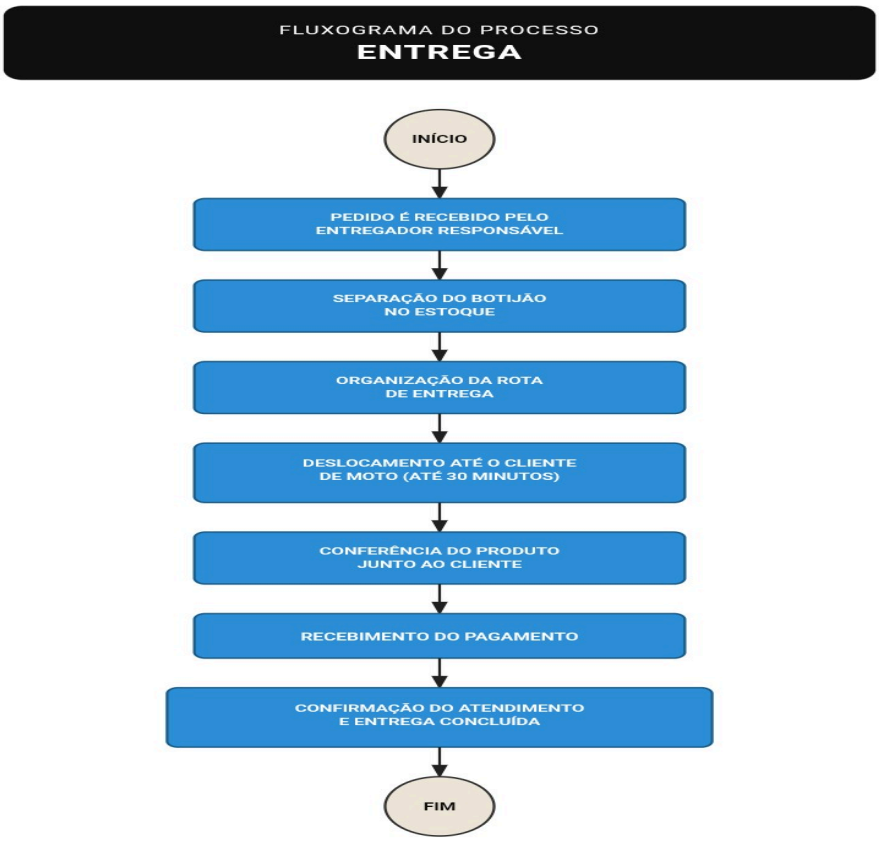
6.2 Capacidade produtiva

Para estipular a capacidade produtiva da Rainha do Gás, é preciso analisar sob a perspectiva de prestação de serviço logístico, sendo definida como o número máximo de entregas que podem ser realizadas em um período, considerando os recursos disponíveis, como entregadores, motocicletas, tempo de deslocamento e organização das rotas. Por isso, será estipulado um tempo médio de entrega de até 30 minutos, considerando um tempo médio operacional de duas entregas por hora por entregador e uma jornada de 12 horas diárias de operação da empresa. A capacidade produtiva é de 32 entregas, pois a Rainha do Gás contará com dois entregadores com carga horária de trabalho de 8 horas cada.6.3 Processo operacionais

6.3.1 Entregas

O fluxograma apresenta, de forma visual e organizada, as principais etapas do processo de entrega da Rainha do Gás, desde o recebimento do pedido até a confirmação do atendimento. O objetivo é demonstrar a sequência das atividades e contribuir para a padronização do processo, garantindo maior agilidade e eficiência na realização das entregas

Quadro 5: Fluxograma das entrega



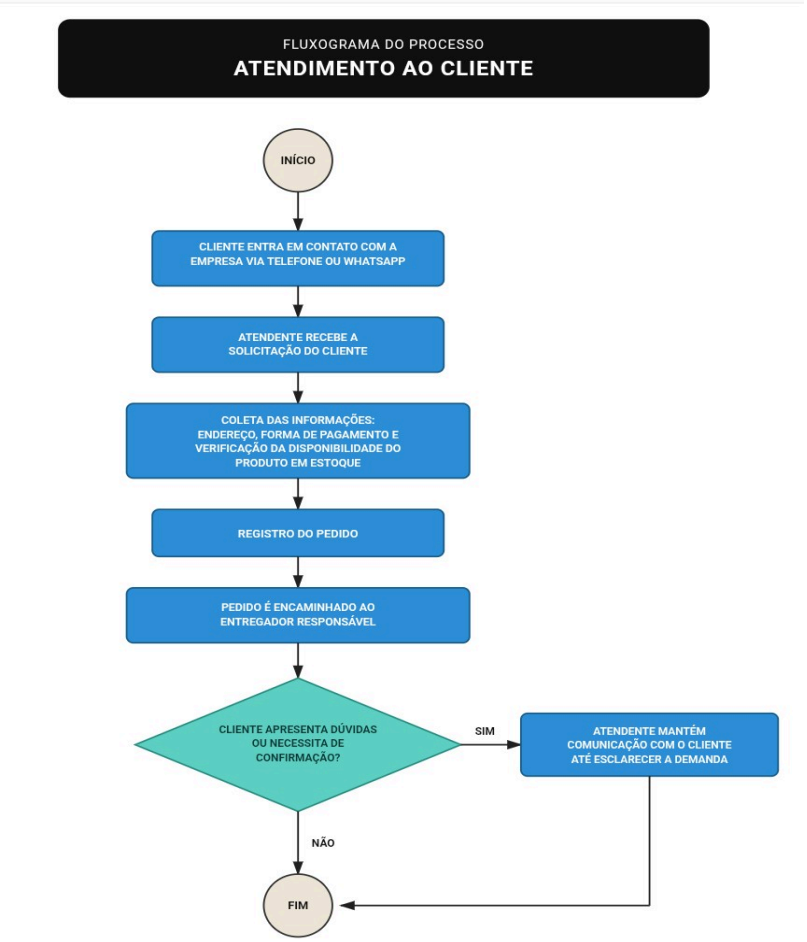
Fonte: Elaboração própria (2026)

O processo de entrega inicia após o recebimento do pedido. O atendente registra as informações do cliente: endereço, forma de pagamento e produto solicitado. Em seguida, o pedido é encaminhado ao entregador responsável, que realiza a separação do botijão no estoque e organiza a rota de entrega. O transporte será realizado por motos, que possibilitam maior agilidade no deslocamento dentro da cidade. O objetivo será manter um tempo máximo de entrega de até 30 minutos, atendendo às expectativas identificadas na pesquisa realizada com os consumidores. Durante a entrega, o entregador também realiza a conferência do produto, o recebimento do pagamento e a confirmação do atendimento.

6.3.2 Atendimento aos Clientes

O fluxograma apresenta as etapas do processo de atendimento aos clientes da Rainha do Gás, desde o recebimento da solicitação até o encaminhamento do pedido para a entrega. O processo busca proporcionar maior agilidade na comunicação, organização das informações e qualidade no atendimento.

Quadro 6: Fluxograma de atendimento



Fonte: Elaboração própria (2026)

O atendimento será realizado principalmente por meio do telefone e do WhatsApp, permitindo maior agilidade na comunicação e no registro dos pedidos, O processo inicia-se com o recebimento da solicitação do cliente, seguido da coleta das informações necessárias para a realização da entrega, como endereço, forma de pagamento e confirmação da disponibilidade do produto em estoque, após o registro do pedido, o atendente encaminha a solicitação para o entregador, mantendo comunicação com o cliente em caso de dúvidas ou necessidade de confirmação.

7. PLANO FINANCEIRO

De acordo com Dornelas (2023), os principais demonstrativos a serem apresentados são o demonstrativo de resultados e o demonstrativo de fluxo de caixa, todos projetados com um horizonte mínimo de três anos, sendo que o usual é um período de cinco anos. No caso do fluxo de caixa, este deve ser detalhado mensalmente. Por meio desses demonstrativos é possível efetuar uma análise de viabilidade do negócio e do retorno financeiro proporcional. Para essas análises serão usados os seguintes métodos: análise do ponto de equilíbrio, prazo de payback, TIR (Taxa Interna de Retorno) e VPL (Valor Presente Líquido). Neste sentido, o plano financeiro apresentará os recursos que serão necessários para a abertura da Rainha do gás.

As projeções financeiras foram elaboradas com base em estimativas de vendas para os cinco primeiros anos de operação, considerando a capacidade produtiva da empresa, as condições do mercado e as perspectivas de crescimento da demanda. Para o primeiro ano de funcionamento (2027), foi projetada a comercialização de 500 botijões de GLP por mês, no segundo ano (2028), projeta-se um aumento para 800 unidades mensais, em função da consolidação da empresa no mercado, da ampliação da carteira de clientes e do fortalecimento das estratégias de marketing. A partir do terceiro ano de operação (2029), projetou-se a comercialização de 1.000 unidades mensais, volume que foi mantido para o quarto (2030) e quinto ano (2031), considerando que a empresa alcançará a estabilização das vendas e a maturidade. Essas projeções constituíram a base para a elaboração das demonstrações financeiras e dos indicadores de viabilidade econômica apresentados..

7.1 Orçamento de Vendas

A projeção do orçamento de vendas constitui a base para o planejamento financeiro da empresa, pois permite estimar a receita bruta esperada a partir do volume de vendas previsto e do preço de comercialização do produto. As estimativas apresentadas foram elaboradas considerando a capacidade operacional da empresa para o primeiro ano de funcionamento, bem como o preço de venda do botijão definido.

Tabela 2 : Orçamento de vendas 2027

	1° Trim.	**2° Trim.**	**3° Trim.**	**4° Trim.**	**Total ano**
Vendas de unidades	1.500	1.500	1.500	1.500	6.000
Preço da unidade	110,00 R$	110,00 R$	110,00 R$	110,00 R$	110,00 R$
TOTAL	165.000,00 R$	165.000,00 R$	165.000,00 R$	165.000,00 R$	660.000,0R$

Fonte: elaboração própria (2026)

Conforme demonstrado na Tabela 2, estima-se a comercialização de 6.000 botijões de GLP ao longo de 2027, distribuídos de forma uniforme entre os quatro trimestres, com a venda de 1.500 unidades em cada um. Com um preço de venda de R$ 110,00 por unidade, espera-se uma receita bruta anual de R$ 660.000,00. Essa projeção servirá de base para a elaboração das demonstrações financeiras, do fluxo de caixa e dos indicadores de viabilidade econômica do empreendimento, permitindo avaliar o desempenho esperado da empresa durante seu primeiro ano de operação.

7.2 Investimento pré-operacional

Os gastos pré-operacionais são necessários para a instalação da Rainha do gás, pois são indispensáveis para a viabilização da abertura. Os gastos com a adequação e legalização são essenciais e obrigatórios para as revendas de gás liquefeito de petróleo (GLP), para se adequar às demandas da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis -ANP.

Tabela 3 : investimento pré-operacional

ITENS	**VALOR**	**QUANTIDADE**	**TOTAL**
Alvará prefeitura	300,00 R$	1	300,00 R$
Licença Bombeiro	800,00R$	1	800,00R$

Marketing inicial	2.000,00R$	1	2.000,00R$
Adequação	10.000,00R$	1	10.000,00R$
TOTAL			13.100,00 R$

Fonte: elaboração própria (2026)

O investimento pré-operacional totaliza R$ 13.100,00, sendo o maior desembolso destinado à adequação da estrutura física da empresa, seguida dos investimentos em marketing inicial, essenciais para atender às exigências legais e promover o lançamento da empresa no mercado. Esses gastos são fundamentais para garantir o início das operações de forma segura, regular e competitiva.

7.3Investimento fixo

O investimento fixo corresponde aos bens permanentes necessários para o funcionamento da empresa, sendo composto pelos equipamentos e recursos utilizados continuamente durante as operações e indispensáveis para a execução das atividades da revendedora.

Tabela 4 : investimento fixo

ITENS	VALOR UNITÁRIO	QUANTIDADE	TOTAL	PORCENTAGEM%
Moto	10.000,00R$	2	20.000,00	85,47%
Computador	1.500,00R$	1	1.500,00R$	6,41%
Celulares	800,00R$	2	1.600,00 R$	6,84%
Extintor 4kg	150,00 R$	2	300,00 R$	1,28%
TOTAL			23.400,00 R$	100,00%

Fonte: elaboração própria (2026)

Observa-se, na Tabela 4, que o investimento fixo total corresponde a R$ 23.400,00. As motocicletas representam o maior investimento, correspondendo a 85,47% do total, o que

evidencia a importância da logística para o modelo de negócio. Os demais itens, como computador, celulares e extintores, complementam a estrutura operacional necessária para garantir eficiência administrativa, comunicação com os clientes e segurança das operações.

7.4 Investimento financeiro

Além dos investimentos destinados à implementação da empresa, é necessária a constituição do capital de giro para assegurar a continuidade das operações durante os primeiros meses de funcionamento. O capital de giro destina-se a financiar as atividades operacionais da empresa, garantindo recursos suficientes para manter o fluxo de caixa e a disponibilidade de estoque.

Tabela 5: Necessidade de capital de Giro

ITENS	VALOR UNITÁRIO	QUANTIDADE	VALOR	PORCENTAGEM%
Caixa mínimo			20.000,00 R$	55,56%
Estoque Inicial	80,00 R$	200	16.000,00 R$	44,44%
TOTAL			36.000,00 R$	100,00%

Fonte: elaboração própria (2026)

A necessidade de capital de giro foi estimada em R$36.000,00, sendo composta por um caixa mínimo de R$20.000,00 e um estoque inicial de R$16.000,00. A manutenção desse capital permitirá que a empresa cumpra seus compromissos financeiros, mantenha a disponibilidade de produtos para pronta entrega e preserve a estabilidade operacional durante o início das atividades.

7.5 Investimento total

Após a identificação dos investimentos pré-operacionais, fixos e da necessidade de capital de giro, torna-se possível determinar o montante total de recursos necessários para o estabelecimento do empreendimento. O investimento total representa a soma de todos os recursos financeiros indispensáveis para que a Rainha do Gás inicie suas atividades de forma estruturada e sustentável.

Tabela 6: Investimento total

ITENS	VALOR	PORCENTAGEM%
Investimento Pré-Operacional	13.100,00 R$	18,07%
Investimento fixo	23.400,00 R$	32,28%
Investimento financeiro	36.000,00 R$	49,66%
TOTAL	72.500,00 R$	100,00%

Fonte: elaboração própria (2026)

O investimento total necessário para a implantação do empreendimento é de R$72.500,00. Observa-se que a maior parte dos recursos (49,66%) corresponde ao investimento financeiro, destinado à formação do capital de giro, seguido pelos investimentos fixos (32,28%) e pelos investimentos pré-operacionais (18,07%). Por isso, a importância de manter recursos suficientes para garantir a continuidade das operações durante os primeiros meses de funcionamento.

7.6 Estimativa dos custos operacionais mensal

A estimativa dos custos fixos mensais é fundamental para o planejamento financeiro da empresa, uma vez que representa as despesas que deverão ser pagas independentemente do volume de vendas realizado.

Tabela 7: custos fixos

ITENS	VALOR	PORCENTAGEM%
Salário funcionários	4.863,00 R$	45,01%
Pró-labore	3.242,00 R$	30,00%
Combustível	1.600,00 R$	14,81%
Energia	400,00R$	3,70%
Água	100,00 R$	0,93%
Manutenção (Motos)	400,00R$	3,70%
Internet e plano de telefone	200,00 R$	1,85%

TOTAL	10.805,00 R$	100,00%

Fonte: elaboração própria (2026)

De acordo com a Tabela 7, os custos fixos mensais totalizam R$10.805,00. Os maiores gastos concentram-se nas despesas com salários dos funcionários, pró-labore, que só será pago integralmente a partir do quarto ano de operação, e combustível, evidenciando que a mão de obra e a logística representam os principais componentes da estrutura de custos da empresa.

7.7 Projeção de Resultado

O Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) é uma das principais demonstrações contábeis utilizadas para avaliar o desempenho econômico de uma empresa em determinado período. Por meio dessa ferramenta, é possível analisar a formação do resultado do negócio, considerando as receitas obtidas, as deduções, o custo dos produtos vendidos e as despesas operacionais, até a apuração do lucro líquido.

Tabela 8: Demonstrativo de Resultado 2027(DRE)

DESCRIÇÃO	VALOR (R$)
Receita Bruta de Vendas	**R$ 660.000,00**
(-) Impostos sobre a venda	**R$ 46.200,00**
Receita Líquida	**R$ 613.800,00**
(-) Custo dos Produtos Vendidos	**R$ 480.000,00**
Lucro Bruto	**R$ 133.800,00**
(-) Despesas Operacionais	**R$ 102.756,00**
Lucro Operacional	**R$ 31.044,00**

Lucro líquido do período	**R$ 31.044,00**

Fonte: elaboração própria (2026)

Estima-se uma receita bruta anual de R$660.000,00. Após a dedução dos impostos sobre as vendas, a receita líquida projetada é de R$613.800,00. Após a dedução do custo dos produtos vendidos, obtém-se um lucro bruto de R$133.800,00. Após a dedução das despesas operacionais, projetadas em R$102.756,00, o empreendimento alcança um lucro operacional e um lucro líquido de R$31.044,00. Esses resultados demonstram que a empresa apresenta capacidade de gerar lucro desde o primeiro ano de funcionamento.

7.8 Projeção de fluxo de caixa

A projeção do fluxo de caixa constitui um dos principais instrumentos de planejamento e controle financeiro de uma organização, pois permite acompanhar, de forma sistemática, as entradas e saídas de recursos ao longo de determinado período. Essa ferramenta possibilita avaliar a capacidade da empresa de honrar seus compromissos financeiros, identificar possíveis necessidades de capital e subsidiar a tomada de decisões estratégicas relacionadas à gestão financeira. Além disso, o fluxo de caixa contribui para a manutenção da liquidez do empreendimento, reduzindo riscos e proporcionando maior segurança na administração dos recursos disponíveis.

Por isso, as projeções de fluxo de caixa e os respectivos Demonstrativos de Resultado do Exercício (DRE) foram elaborados para o horizonte de cinco anos (2027 a 2031). Enquanto o fluxo de caixa evidencia o comportamento mensal das entradas e saídas de recursos, permitindo verificar a liquidez e a capacidade da empresa de honrar seus compromissos financeiros ao longo do ano, o DRE apresenta uma visão consolidada anual do desempenho econômico, demonstrando a formação do lucro a partir da receita, dos impostos, dos custos e das despesas operacionais. A análise conjunta dos dois demonstrativos permite compreender não apenas se a empresa gera caixa suficiente para sua operação, mas também se essa operação é lucrativa e sustentável ao longo do tempo.

7.8.1 Projeção Fluxo de Caixa 2027

A projeção do fluxo de caixa para o ano de 2027, considerando as entradas e saídas de recursos previstas para cada mês. Essa projeção permite visualizar o comportamento financeiro da empresa e verificar a evolução do saldo ao longo do período.

Quadro 7: Fluxo de Caixa 2027

	Previsão											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ENTRADAS												
Previsão de recebimento vendas	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00
Contas a receber-vendas realizadas												
Outros recebimentos												
TOTAL DAS ENTRADAS	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00	55,000.00
SAÍDAS												
Fornecedores	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
salários	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00
pagamento a socios	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
combustível	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00
Energia elétrica	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Água	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Manut. de veículos	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
internet e plano de telefone	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
TOTAL DAS SAÍDAS	48,563.00	48,563.00	48,563.00	48,563.00	48,563.00	48,563.00	48,563.00	48,563.00	48,563.00	48,563.00	48,563.00	48,563.00
1 (ENTRADAS - SAÍDAS)	6,437.00	6,437.00	6,437.00	6,437.00	6,437.00	6,437.00	6,437.00	6,437.00	6,437.00	6,437.00	6,437.00	6,437.00
2 SALDO ANTERIOR	20,000.00	26,437.00	32,874.00	39,311.00	45,748.00	52,185.00	58,622.00	65,059.00	71,496.00	77,933.00	84,370.00	90,807.00
3 SALDO ACUMULADO (1 + 2)	26,437.00	32,874.00	39,311.00	45,748.00	52,185.00	58,622.00	65,059.00	71,496.00	77,933.00	84,370.00	90,807.00	97,244.00
4 NECESSIDADE EMPRÉSTIMOS												
5 SALDO FINAL (3 + 4)	26,437.00	32,874.00	39,311.00	45,748.00	52,185.00	58,622.00	65,059.00	71,496.00	77,933.00	84,370.00	90,807.00	97,244.00

Fonte: elaboração própria (2026)

A projeção do fluxo de caixa para 20227 apresenta uma previsão de receita mensal de R$ 55.000,00, enquanto as saídas de caixa, compostas pelos custos com fornecedores, salários, pró-labore, combustível, energia elétrica, água, manutenção das motocicletas e serviços de internet e telefonia, totalizam R$ 48.563,00 por mês. Dessa forma, projeta-se um saldo operacional positivo de R$6.437,00 mensais. Observa-se ainda que o saldo acumulado cresce progressivamente ao longo do ano, alcançando aproximadamente R$ 97.244,00 ao final do ano

7.8.2 Projeção Fluxo de Caixa 2028

a projeção do fluxo de caixa para o ano de 2028, considerando as entradas e saídas de recursos previstas para cada mês. Essa projeção permite visualizar o comportamento financeiro da empresa e verificar a evolução do saldo ao longo do período.

Quadro 8: Fluxo de Caixa 2028

	Previsão											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ENTRADAS												
Previsão de recebimento vend	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00
Contas a receber-vendas realizadas												
Outros recebimentos												
TOTAL DAS ENTRADAS	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00	88,000.00
SAÍDAS												
Fornecedores	64,000.00	64,000.00	64,000.00	64,000.00	64,000.00	64,000.00	64,000.00	64,000.00	64,000.00	64,000.00	64,000.00	64,000.00
salários	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00
pagamento a socios	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00
combustível	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00
Energia elétrica	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Água	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Manut. de veículos	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
internet e plano de telefone	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
TOTAL DAS SAÍDAS	74,083.00	74,083.00	74,083.00	74,083.00	74,083.00	74,083.00	74,083.00	74,083.00	74,083.00	74,083.00	74,083.00	74,083.00
1 (ENTRADAS - SAÍDAS)	13,917.00	13,917.00	13,917.00	13,917.00	13,917.00	13,917.00	13,917.00	13,917.00	13,917.00	13,917.00	13,917.00	13,917.00
2 SALDO ANTERIOR	20,000.00	33,917.00	47,834.00	61,751.00	75,668.00	89,585.00	103,502.00	117,419.00	131,336.00	145,253.00	159,170.00	173,087.00
3 SALDO ACUMULADO (1 +	33,917.00	47,834.00	61,751.00	75,668.00	89,585.00	103,502.00	117,419.00	131,336.00	145,253.00	159,170.00	173,087.00	187,004.00
4 NECESSIDADE EMPRÉSTIMOS												
5 SALDO FINAL (3 + 4)	33,917.00	47,834.00	61,751.00	75,668.00	89,585.00	103,502.00	117,419.00	131,336.00	145,253.00	159,170.00	173,087.00	187,004.00

Fonte: elaboração própria (2026)

A projeção de aumento do volume de vendas mensais para 800 botijões, a receita mensal sobe para R$88.000,00, enquanto as saídas totalizam R$74.083,00 por mês, elevando o saldo operacional mensal para R$13.917,00. O saldo acumulado ao final do ano atinge R$187.004,00, demonstrando o efeito positivo do crescimento das vendas sobre a geração de caixa da empresa.

Tabela 9: Demonstrativo de Resultado 2028

DESCRIÇÃO	VALOR (R$)
Receita Bruta de Vendas	**R$ 1.056.000,00**
(-) Impostos sobre a venda	**R$ 73.920,00**
Receita Líquida	**R$ 982.080,00**
(-) Custo dos Produtos Vendidos	**R$ 768.000,00**
Lucro Bruto	**R$ 214.080,00**
(-) Despesas Operacionais	**R$ 120.996,00**
Lucro Operacional	**R$ 93.084,00**

Lucro líquido do período	**R$ 93.084,00**

Fonte: Elaboração Própria (2026)

A receita bruta salta para R$1.056.000,00, gerando receita líquida de R$982.080,00 após impostos de R$73.920,00. O custo dos produtos vendidos acompanha o crescimento das vendas R$768.000,00, resultando em lucro bruto de R$214.080,00. Como as despesas operacionais permanecem praticamente estáveis R$120.996,00, o lucro líquido salta para R$93.084,00, elevando a margem, já que os custos fixos são diluídos por um volume maior de vendas.

7.8.3 Projeção Fluxo de Caixa 2029

a projeção do fluxo de caixa para o ano de 2029, considerando as entradas e saídas de recursos previstas para cada mês. Essa projeção permite visualizar o comportamento financeiro da empresa e verificar a evolução do saldo ao longo do período.

Quadro 9: Fluxo de Caixa 2029

	Previsão											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ENTRADAS												
Previsão de recebimento vend	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00
Contas a receber-vendas realizadas												
Outros recebimentos												
TOTAL DAS ENTRADAS	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00	110,000.00
SAÍDAS												
Fornecedores	80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00
salários	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00	4,863.00
pagamento a socios	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00
combustível	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00
Energia elétrica	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Água	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Manut. de veículos	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
internet e plano de telefone	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
TOTAL DAS SAÍDAS	90,083.00	90,083.00	90,083.00	90,083.00	90,083.00	90,083.00	90,083.00	90,083.00	90,083.00	90,083.00	90,083.00	90,083.00
1 (ENTRADAS - SAÍDAS)	19,917.00	19,917.00	19,917.00	19,917.00	19,917.00	19,917.00	19,917.00	19,917.00	19,917.00	19,917.00	19,917.00	19,917.00
2 SALDO ANTERIOR	20,000.00	39,917.00	59,834.00	79,751.00	99,668.00	119,585.00	139,502.00	159,419.00	179,336.00	199,253.00	219,170.00	239,087.00
3 SALDO ACUMULADO (1 +	39,917.00	59,834.00	79,751.00	99,668.00	119,585.00	139,502.00	159,419.00	179,336.00	199,253.00	219,170.00	239,087.00	259,004.00
4 NECESSIDADE EMPRÉSTIMOS												
5 SALDO FINAL (3 + 4)	39,917.00	59,834.00	79,751.00	99,668.00	119,585.00	139,502.00	159,419.00	179,336.00	199,253.00	219,170.00	239,087.00	259,004.00

Fonte: elaboração própria (2026)

A projeção de 2029 apresenta um crescimento das vendas para 1.000 botijões mensais, a receita mensal atinge R$110.000,00, contra saídas de R$90.083,00, gerando um saldo operacional mensal de R$19.917,00. O saldo acumulado ao final do ano chega a R$259.004,00, o maior patamar entre os cinco anos projetados, refletindo a maturidade operacional da empresa nesse período.

Tabela 10: Demonstrativo de Resultado 2029

DESCRIÇÃO	VALOR (R$)
Receita Bruta de Vendas	**R$ 1.320.000,00**
(-) Impostos sobre a venda	**R$ 92.400,00**
Receita Líquida	**R$ 1.227.600,00**
(-) Custo dos Produtos Vendidos	**R$ 960.000,00**
Lucro Bruto	**R$ 267.600,00**
(-) Despesas Operacionais	**R$ 120.996,00**
Lucro Operacional	**R$ 146.604,00**
Lucro líquido do período	**R$ 146.604,00**

Fonte: Elaboração Própria (2026)

A receita bruta atinge R$1.320.000,00, com receita líquida de R$1.227.600,00 após impostos de R$92.400,00. O custo dos produtos vendidos soma R$960.000,00, resultando em lucro bruto de R$267.600,00. Mantidas as despesas operacionais em R$120.996,00, o lucro líquido alcança R$146.604,00, o melhor resultado projetado.

7.8.4 Projeção Fluxo de Caixa 2030

a projeção do fluxo de caixa para o ano de 2030, considerando as entradas e saídas de recursos previstas para cada mês. Essa projeção permite visualizar o comportamento financeiro da empresa e verificar a evolução do saldo ao longo do período.

Quadro 10: Fluxo de Caixa 2030

	Previsão											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ENTRADAS												
Previsão de recebimento vendas	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00
Contas a receber-vendas realizadas												
Outros recebimentos												
TOTAL DAS ENTRADAS	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00
SAÍDAS												
Fornecedores	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00
salários	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00
pró-labore	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00
combustível	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Energia elétrica	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Água	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Manut. de veículos	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
internet e plano de telefone	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
TOTAL DAS SAÍDAS	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00
1 (ENTRADAS - SAÍDAS)	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00
2 SALDO ANTERIOR	20.000,00	39.195,00	58.390,00	77.585,00	96.780,00	115.975,00	135.170,00	154.365,00	173.560,00	192.755,00	211.950,00	231.145,00
3 SALDO ACUMULADO (1 + 2)	39.195,00	58.390,00	77.585,00	96.780,00	115.975,00	135.170,00	154.365,00	173.560,00	192.755,00	211.950,00	231.145,00	250.340,00
4 NECESSIDADE EMPRÉSTIMOS												
5 SALDO FINAL (3 + 4)	39.195,00	58.390,00	77.585,00	96.780,00	115.975,00	135.170,00	154.365,00	173.560,00	192.755,00	211.950,00	231.145,00	250.340,00

Fonte: elaboração própria (2026)

O volume de vendas se mantém estável em 1.000 botijões mensais, com receita mensal de R$110.000,00. As saídas sobem ligeiramente para R$90.805,00, em função do pagamento integral do pró-labore a partir deste ano, reduzindo o saldo operacional mensal para R$19.195,00. Ainda assim, o saldo acumulado atinge R$250.340,00 ao final do ano, mantendo a empresa em situação de caixa confortável.

Tabela 11: Demonstrativo de Resultado 2030

DESCRIÇÃO	VALOR (R$)
Receita Bruta de Vendas	**R$ 1.320.000,00**
(-) Impostos sobre a venda	**R$ 92.400,00**
Receita Líquida	**R$ 1.227.600,00**
(-) Custo dos Produtos Vendidos	**R$ 960.000,00**
Lucro Bruto	**R$ 267.600,00**
(-) Despesas Operacionais	**R$ 129.660,00**
Lucro Operacional	**R$ 137.940,00**
Lucro líquido do período	**R$ 137.940,00**

Fonte: Elaboração Própria (2026)

A receita bruta e a receita líquida permanecem no mesmo patamar de 2029, R$1.320.000,00 e R$1.227.600,00, respectivamente, assim como o lucro bruto de R$267.600,00.Entretanto, as despesas operacionais sobem para R$129.660,00, refletindo o pagamento integral do pró-labore, o que reduz o lucro líquido para R$137.940,00, mas ainda em patamar elevado.

7.8.5 Projeção Fluxo de Caixa 2031

a projeção do fluxo de caixa para o ano de 2031, considerando as entradas e saídas de recursos previstas para cada mês. Essa projeção permite visualizar o comportamento financeiro da empresa e verificar a evolução do saldo ao longo do período.

Quadro 11: Fluxo de Caixa 2031

	Previsão											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ENTRADAS												
Previsão de recebimento vendas	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00
Contas a receber-vendas realizadas												
Outros recebimentos												
TOTAL DAS ENTRADAS	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00	110.000,00
SAÍDAS												
Fornecedores	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00
salários	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00	4.863,00
pró-labore	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00	3.242,00
combustível	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Energia elétrica	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Água	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Manut. de veículos	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
internet e plano de telefone	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
TOTAL DAS SAÍDAS	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00	90.805,00
1 (ENTRADAS - SAÍDAS)	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00	19.195,00
2 SALDO ANTERIOR	20.000,00	39.195,00	58.390,00	77.585,00	96.780,00	115.975,00	135.170,00	154.365,00	173.560,00	192.755,00	211.950,00	231.145,00
3 SALDO ACUMULADO (1 + 2)	39.195,00	58.390,00	77.585,00	96.780,00	115.975,00	135.170,00	154.365,00	173.560,00	192.755,00	211.950,00	231.145,00	250.340,00
4 NECESSIDADE EMPRÉSTIMOS												
5 SALDO FINAL (3 + 4)	39.195,00	58.390,00	77.585,00	96.780,00	115.975,00	135.170,00	154.365,00	173.560,00	192.755,00	211.950,00	231.145,00	250.340,00

Fonte: elaboração própria (2026)

A projeção repete o padrão de 2030, com receita mensal de R$ 110.000,00 e saídas de R$ 90.805,00, resultando em saldo operacional mensal de R$ 19.195,00 e saldo acumulado de R$ 250.340,00 ao final do ano, confirmando a estabilização das operações no quinto ano do projeto.

Tabela 12: Demonstrativo de Resultado 2031

DESCRIÇÃO	VALOR (R$)
Receita Bruta de Vendas	**R$ 1.320.000,00**
(-) Impostos sobre a venda	**R$ 92.400,00**
Receita Líquida	**R$ 1.227.600,00**
(-) Custo dos Produtos Vendidos	**R$ 960.000,00**
Lucro Bruto	**R$ 267.600,00**
(-) Despesas Operacionais	**R$ 129.660,00**

Lucro Operacional	**R$ 137.940,00**
Lucro líquido do período	**R$ 137.940,00**

Fonte: Elaboração Própria (2026)

A receita líquida de R$ 1.227.600,00, lucro bruto de R$ 267.600,00 e lucro líquido de R$ 137.940,00, uma vez que tanto o volume de vendas quanto a estrutura de custos e despesas foram mantidos constantes, representando o cenário de maturidade e estabilidade do negócio no horizonte de cinco anos considerado no plano.

8. INDICADORES

8.1 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio representa o nível de vendas em que as receitas totais são suficientes para cobrir todos os custos e despesas da empresa, sem gerar lucro ou prejuízo. A partir desse ponto, cada venda adicional passa a contribuir diretamente para a formação do lucro, tornando esse indicador uma ferramenta essencial para o planejamento e a gestão financeira (Martins, 2025). Foi calculado com base nos custos fixos mensais e na margem de contribuição unitária, que permanece constante ao longo dos anos, uma vez que o preço de venda (R$ 110,00) e o custo variável unitário (R$ 80,00) não foram projetados com alterações, embora estejam sujeitos a mudança. Por meio da divisão dos custos fixos totais pela margem de contribuição unitária, obteve-se como resultado 360 unidades por mês de botijões como ponto de equilíbrio, que, multiplicadas pelo preço, resultaram em um ponto de equilíbrio contábil de R$ 39.600,00 de faturamento mensal.

8.2 Lucratividade

A lucratividade é um indicador utilizado para avaliar a capacidade da empresa de transformar suas receitas em lucro, permitindo analisar o desempenho econômico do empreendimento ao longo dos anos. Nesse sentido, a análise considera a relação entre o lucro líquido e a receita líquida projetada, possibilitando verificar a evolução dos resultados financeiros da empresa durante o período analisado.

Tabela 13: Lucratividade

Ano	Lucro Líquido	Receita Líquida	Lucratividade
2027	**R$ 31.044,00**	**R$ 613.800,00**	**5,06%**
2028	**R$ 93.084,00**	**R$ 982.080,00**	**9,48%**
2029	**R$ 146.604,00**	**R$ 1.227.600,00**	**11,94%**
2030	**R$ 137.940,00**	**R$ 1.227.600,00**	**11,24%**
2031	**R$ 137.940,00**	**R$ 1.227.600,00**	**11,24%**

Fonte: Elaboração Própria (2026)

A análise da lucratividade revela uma evolução significativa ao longo dos anos, No primeiro ano, o percentual de 5,06% reflete o início das operações e a diluição dos custos pré-operacionais. A partir do segundo ano, com o aumento do volume de vendas sem o correspondente aumento proporcional nos custos fixos, a lucratividade salta para 9,48% e atinge 11% nos próximos anos.

8.3 Retorno sobre Investimento

O Retorno sobre o Investimento (ROI) é um indicador utilizado para avaliar a relação entre o resultado obtido pela empresa e o capital investido no empreendimento. Neste caso, o ROI foi calculado de forma acumulada ao longo dos anos, permitindo acompanhar a evolução dos lucros em relação ao investimento inicial e verificar a capacidade do negócio de recuperar o capital aplicado e gerar retorno durante o período projetado.

Tabela 14: ROI acumulado

Ano	Lucro do Ano	Lucro Acumulado	Investimento	ROI Acumulado
2027	**R$ 31.044,00**	**R$ 31.044,00**	**R$ 72.500,00**	**42,82%**

Ano	Lucro do Ano	Lucro Acumulado	Investimento	ROI Acumulado
2028	**R$ 93.084,00**	**R$ 124.128,00**	**R$ 72.500,00**	**171,21%**
2029	**R$ 146.604,00**	**R$ 270.732,00**	**R$ 72.500,00**	**373,42%**
2030	**R$ 137.940,00**	**R$ 408.672,00**	**R$ 72.500,00**	**563,69%**
2031	**R$ 137.940,00**	**R$ 546.612,00**	**R$ 72.500,00**	**753,95%**

Fonte: Elaboração Própria (2026)

O Retorno sobre Investimento (ROI) foi calculado de forma acumulada: o lucro líquido total gerado a cada ano pelo investimento inicial de R$ 72.500,00. Diferentemente de uma comparação isolada do lucro de um único ano frente ao investimento, o ROI acumulado permite acompanhar de forma consistente a recuperação do capital investido ao longo do tempo. No primeiro ano, o ROI acumulado atinge 42,82% e ultrapassa 100% durante o segundo ano de operação. Ao final do quinto ano de projeção, atinge 753,95%; o capital investido não apenas é recuperado rapidamente, como também gera retorno.

8.4 Payback

O prazo de payback é um dos principais indicadores utilizados na análise de viabilidade de investimentos, pois indica o tempo necessário para que os fluxos de caixa gerados pelo empreendimento sejam suficientes para recuperar o capital inicialmente investido. Trata-se de uma métrica amplamente empregada por investidores e empreendedores por sua simplicidade e por fornecer uma noção clara do risco associado ao negócio, uma vez que, quanto menor o prazo de recuperação, menor a exposição do capital investido a incertezas futuras. Foi utilizado o payback descontado, que, diferentemente do payback simples, considera o valor do dinheiro no tempo, trazendo os fluxos de caixa futuros a valor presente por meio da Taxa Mínima de Atratividade (TMA) adotada. Essa abordagem proporciona uma análise mais precisa e realista quanto ao efetivo retorno do investimento realizado na Rainha do Gás.

Tabela 15: Payback

Ano	Fluxo Nominal	Fluxo Descontado	Saldo Acumulado
0	−R$ 72.500,00	−R$ 72.500,00	−R$ 72.500,00
2027	R$ 31.044,00	R$ 27.053,60	−R$ 45.446,40
2028	R$ 93.084,00	R$ 70.691,90	R$ 25.245,50
2029	R$ 146.604,00	R$ 97.026,05	R$ 122.271,55
2030	R$ 137.940,00	R$ 79.558,00	R$ 201.829,55
2031	R$ 137.940,00	R$ 69.330,94	R$ 271.160,49

Fonte: Elaboração Própria (2026)

O prazo do payback é de 1,64, o que equivale a aproximadamente 19 meses (ou seja, 1 ano e 7 meses). Para isso foi adotada uma Taxa Mínima de Atratividade (TMA) de 14,75%. Este é um payback considerado bom, demonstrando que a Rainha do Gás será capaz de devolver todo o capital investido aos seus sócios em um período menor que 2 anos de operação.

8.5 VPL

O Valor Presente Líquido (VPL) apurado para a Rainha do Gás foi de R$ 271.160,49, demonstrando, de forma consistente, a capacidade do projeto em gerar valor econômico nos períodos analisados. O VPL supera não apenas o investimento inicial de R$ 72.500,00, mas também a taxa mínima de atratividade adotada de 14,75%. Esse resultado indica que os fluxos de caixa projetados são suficientes para proporcionar retorno real ao investidor.

Portanto, o elevado VPL não se dá necessariamente por altas margens unitárias, mas sim pela capacidade da empresa em sustentar volume de vendas ao longo do tempo, o que reforça a importância da eficiência operacional e da gestão logística como fatores críticos de sucesso.

8.6 TIR

A Taxa Interna de Retorno (TIR) obtida para a Rainha do Gás apresenta um valor de 97,2% para os 5 anos. A taxa mínima de atratividade (TMA) foi de 14,75%, indicando um nível elevado de rentabilidade do investimento e grande eficiência na utilização do capital investido. Entretanto, a TIR está diretamente ligada às premissas adotadas e à estrutura do investimento inicial.

Assim, a interpretação do indicador deve ser realizada de forma integrada aos demais resultados, especialmente ao VPL, ao payback e à lucratividade, que oferecem uma visão mais realista da geração de valor do projeto. Embora o empreendimento seja considerado viável, a TIR não deve ser analisada de forma isolada.

9. CENÁRIOS ALTERNATIVOS

A construção de cenários foi toda feita para o primeiro ano de operação, que, embora fundamentada em projeções realistas, está sujeita a variações decorrentes de fatores internos e externos não controláveis pela organização. Por isso, foram elaborados dois cenários: um otimista, que considera condições favoráveis de mercado e operação; e um pessimista, que contempla impactos de variáveis adversas sobre o desempenho da empresa.

9.1 cenário provável

O cenário provável representa a situação mais realista para o primeiro ano de operação da Rainha do Gás, correspondendo diretamente às premissas adotadas no Orçamento de Vendas e no Demonstrativo de Resultado do Exercício de 2027 (Tabela 8), sem a aplicação de variações otimistas ou pessimistas sobre o volume de vendas.

Essa projeção é fundamentada nos dados coletados na pesquisa de mercado, na análise da concorrência e na capacidade operacional inicial da empresa, considerando uma comercialização mensal de 500 botijões de 13 kg (P13), totalizando 6.000 unidades no primeiro ano de operação, ao preço de R$ 110,00 por unidade.

Tabela 16: DRE cenário provável

DESCRIÇÃO	VALOR (R$)
Receita Bruta de Vendas	**R$ 660.000,00**

(-) Impostos sobre a venda	**R$ 46.200,00**
Receita Líquida	**R$ 613.800,00**
(-) Custo dos Produtos Vendidos	**R$ 480.000,00**
Lucro Bruto	**R$ 133.800,00**
(-) Despesas Operacionais	**R$ 102.756,00**
Lucro Operacional	**R$ 31.044,00**
Lucro líquido do período	**R$ 31.044,00**

Fonte: elaboração própria (2026)

O demonstrativo de resultado do cenário provável apresenta um lucro líquido de R$ 31.044,00 no primeiro ano de operação, equivalente a uma margem líquida de 5,06% sobre a Receita Líquida. Esse resultado confirma a viabilidade operacional do negócio já no ano de implantação.

9.2 cenário otimista

Neste cenário, o otimismo foi construído com base na premissa de que as oportunidades identificadas na análise de mercado se consolidaram de forma mais intensa e rápida do que o projetado no cenário base. As principais diferenças em relação ao cenário provável são: crescimento de vendas acima do projetado, captação de clientes mais eficaz devido ao alto índice de consumidores não fiéis (Gráfico 8) e maior agressividade nas estratégias de marketing digital e de fidelização.

Projeta-se um aumento de 20% no volume de vendas já no primeiro ano, atingindo 7.200 botijões anuais (600 mensais), ante os 6.000 do cenário base, bem como a consolidação da estratégia de foco na agilidade da entrega e na qualidade do atendimento, tornando-se um diferencial ainda mais competitivo, permitindo à empresa manter o preço de venda de R$ 110,00 sem a necessidade de descontos agressivos.

Isso pode ser observado no demonstrativo de resultado do período, em comparação com a DRE do cenário provável.

Tabela 17: DRE cenário otimista

DESCRIÇÃO	VALOR (R$)
Receita Bruta de Vendas	**R$ 792.000,00**
(-) Impostos sobre a venda	**R$ 55.440,00**
Receita Líquida	**R$ 736.560,00**
(-) Custo dos Produtos Vendidos	**R$ 576.000,00**
Lucro Bruto	**R$ 160.560,00**
(-) Despesas Operacionais	**R$ 102.756,00**
Lucro Operacional	**R$ 57.804,00**
Lucro líquido do período	**R$ 57.804,00**

Fonte: Elaboração Própria (2026)

O Demonstrativo de Resultado do cenário otimista aponta um Lucro Líquido de R$57.804,00, valor 86,20% superior ao do cenário provável, refletindo o efeito da alavancagem operacional sobre a estrutura de custos da empresa. A margem líquida sobe de 5,06% para 7,85%.

9.3 Cenário pessimista

Neste cenário, o pessimismo se apresenta ao considerar a materialização de algumas das principais ameaças identificadas na matriz SWOT, bem como a consolidação das fraquezas internas da empresa, principalmente com a redução no volume de vendas devido à forte concorrência e à alta sensibilidade do consumidor ao preço (Gráfico 9), projetando uma maior dificuldade na captação de clientes, resultando em uma redução de 20% no volume de vendas do primeiro ano, totalizando 4.800 botijões (400 mensais), ante os 6.000 do cenário base.

Isso pode ser observado no demonstrativo de resultado do período em comparação com o DRE do cenário provável.

Tabela 18: DRE cenário pessimista

DESCRIÇÃO	VALOR (R$)
Receita Bruta de Vendas	**R$ 528.000,00**
(-) Impostos sobre a venda	**R$ 36.960,00**
Receita Líquida	**R$ 491.040,00**
(-) Custo dos Produtos Vendidos	**R$ 384.000,00**
Lucro Bruto	**R$ 107.040,00**
(-) Despesas Operacionais	**R$ 102.756,00**
Lucro Operacional	**R$ 4.284,00**
Lucro líquido do período	**R$ 4.284,00**

Fonte: Elaboração Própria (2026)

O Demonstrativo de Resultado do cenário pessimista aponta um Lucro Líquido de apenas R$4.284,00, valor 86,20% inferior ao do cenário provável é equivalente a uma margem líquida de 0,87% sobre a Receita Líquida.

10. DECISÃO GERENCIAL

A decisão gerencial da Rainha do Gás foi baseada nos resultados financeiros do cenário provável, considerado o mais realista para a operação. Os indicadores demonstraram viabilidade, com VPL positivo de R$271.160,49, TIR de aproximadamente 97,2%, superior à TMA de 14,75%, e payback descontado de cerca de 1 ano e 7 meses. Além disso, a análise dos cenários mostrou que o negócio permanece lucrativo mesmo em uma situação pessimista, reforçando a viabilidade do empreendimento.

Diante desses resultados, foi definida a implementação do empreendimento, utilizando o cenário provável como referência para o planejamento operacional e financeiro do primeiro ano. A decisão considera também os diferenciais competitivos identificados, como agilidade

nas entregas, atendimento personalizado e utilização de canais digitais. Para garantir o alcance dos resultados projetados, será realizado monitoramento mensal de indicadores, como vendas, margem líquida, ponto de equilíbrio e fluxo de caixa.

11. CONCLUSÃO

O plano de negócios possibilitou analisar e compreender o quão complexo e desafiador é o processo de abertura de uma empresa, além de permitir observar formas de minimizar os possíveis erros e os riscos para a organização.

Neste sentido, o plano de negócios buscou avaliar a viabilidade da implantação da empresa Rainha do Gás, no município de Guarabira, no estado da Paraíba, considerando aspectos de mercado, operacionais e financeiros. A pesquisa de mercado e os resultados obtidos demonstram a existência de uma demanda consistente por gás liquefeito de petróleo (GLP), caracterizada por consumo contínuo e previsível, além de apontarem falhas relevantes nos serviços prestados pelos concorrentes. Com isto em mente, o posicionamento estratégico adotado, focado na agilidade da entrega, no atendimento personalizado e na utilização de canais digitais, apresenta elevado potencial competitivo em um mercado onde o produto é padronizado e a diferenciação ocorre principalmente por meio do serviço. Os aspectos financeiros demonstram de forma consistente que o empreendimento é viável, por meio do Valor Presente Líquido (VPL) positivo de R$ 271.160,49 e da Taxa Interna de Retorno (TIR) de aproximadamente 97,2%; o prazo de payback de aproximadamente 1 ano e 7 meses demonstra a recuperação do investimento em prazo ainda bastante favorável

.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO, GÁS NATURAL E BIOCOMBUSTÍVEIS (ANP). Evolução dos preços de GLP (R$/botijão de 13 kg). Rio de Janeiro: ANP, 2025.

BRASIL. Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP).

Como elaborar um plano de negócios. Brasília: SEBRAE, 2013. Disponível em: https://www.sebrae.com.br. Acesso em: 27 mar. 2026.
Como montar uma Revendedora de Gás - Sebrae https://share.google/P7EBazrKnUjXy2j2U

Dados do setor de GLP no Brasil. Disponível em: https://www.sindigas.org.br. Acesso em: 27 mar. 2026

DORNELAS, José. Empreendedorismo - Transformando Ideias em Negócios. 9. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2023. E-book.

IBGE | Cidades@ | Paraíba | Guarabira | Panorama https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/guarabira/panorama acessado em: 06 Ago 2026.

KOTLER, Philip. Marketing Para O Século XXI. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. 12. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2025. E-book.

Revenda de GLP: requisitos e regulamentação. Disponível em: https://www.gov.br/anp. Acesso em: 27 mar. 2026.

SINDIGÁS – Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Gás Liquefeito de Petróleo.

.

APÊNDICES A

Pesquisa de Mercado para Implantação de Revendedora de Gás de Cozinha (GLP)

Prezado(a) participante, me chamo Guilherme Moreira de Sousa sou estudante do curso de Administração da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Esta pesquisa tem como objetivo analisar o comportamento de consumo, preferências e fatores de decisão na compra de gás de cozinha (GLP), visando avaliar a viabilidade de implantação de uma revendedora no município de Guarabira-PB.

As informações coletadas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Administração. A pesquisa é anônima, confidencial e leva aproximadamente 5 minutos para ser respondida.

Agradecemos sua colaboração!

1. Qual sua idade?

( ) Entre 18 e 23 anos

( ) Entre 24 e 29 anos

( ) Entre 30 e 35 anos

( ) Entre 36 e 41 anos

( ) Acima de 41 anos

2. Qual sua renda mensal aproximada?

( ) Não possuo renda

( ) Até R$ 1.621

( ) Entre R$ 1.621 e R$ 2.824

( ) Entre R$ 2.825 e R$ 4.236

( ) Acima de R$ 4.237

3. Em qual bairro você mora?

Resposta

4. Você utiliza gás de cozinha (GLP) em sua residência?

( ) Sim

( ) Não

5. Qual tipo de gás você utiliza com mais frequência?

( ) Botijão de 13 kg (P13)

( ) Botijão de 20 kg

( ) Botijão de 8 kg

( ) Outro:

6. Com que frequência você compra gás de cozinha?

( ) Mensalmente

( ) A cada 2 meses

( ) A cada 3 meses

( ) A cada 4 meses ou mais

7. Como você normalmente realiza a compra do gás?

( ) Aplicativo

( ) WhatsApp

( ) Telefone

( ) Presencialmente na revendedora

8. Quais fatores influenciam sua escolha por uma revendedora?

(Marque até 2 opções)

[ ] Preço

[ ] Rapidez na entrega

[ ] Segurança do produto

[ ] Qualidade do atendimento

[ ] Promoções/descontos

[ ] Reputação da empresa

[ ] Indicação de amigos/familiares

9. Qual o tempo ideal de entrega para você?

( ) Até 20 minutos

( ) Até 30 minutos

( ) Até 1 hora

( ) Mais de 1 hora

10. Você costuma comprar sempre no mesmo fornecedor?

( ) Sempre

( ) Frequentemente

( ) Às vezes

( ) Raramente

( ) Nunca

11. O que faria você trocar de fornecedor de gás?

(Pode marcar mais de uma opção)

( ) Preço mais baixo

( ) Entrega mais rápida

( ) Melhor atendimento

( ) Promoções/descontos

( ) Maior confiança/segurança

( ) Indicação de terceiros