

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Graduação em Administração

PLANO DE NEGÓCIOS: Milla's Doces

LUDMILLA BÁRBARA MEDEIROS DE ARAÚJO

LUDMILLA BÁRBARA MEDEIROS DE ARAÚJO

PLANO DE NEGÓCIOS: Milla's Doces

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

Orientador: César Emanuel Barbosa de Lima, Prof. Dr.

Catálogo na publicação
Seção de Catálogo e Classificação

A663p Araújo, Ludmilla Bárbara Medeiros de.
Plano de negócios: Milla's Doces / Ludmilla Bárbara
Medeiros de Araújo. - João Pessoa, 2026.
88 f. : il.

Orientação: César Emanuel Barbosa de Lima.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de negócios. 2. Doceria. 3. Alimentação. I.
Lima, César Emanuel Barbosa de. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 65(043)

FOLHA DE APROVAÇÃO

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

Aluno: LUDMILLA BÁRBARA MEDEIROS DE ARAÚJO

Trabalho: PLANO DE NEGÓCIOS: Milla's Doces

Área da Pesquisa: Gestão Estratégica

Data da Aprovação: 03 de agosto de 2026.

Banca Examinadora



Documento assinado digitalmente
CESAR EMANOEL BARBOSA DE LIMA
Data: 04/08/2026 08:15:07-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

César Emanuel Barbosa de Lima, Prof. Dr.
Orientador



Documento assinado digitalmente
WAGNER SOARES FERNANDES DOS SANTOS
Data: 04/08/2026 18:58:02-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Wagner Soares F. dos Santos, Prof. Dr.
Membro Examinador



Documento assinado digitalmente
NADJA VALERIA PINHEIRO
Data: 04/08/2026 21:52:03-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Nadja Valéria Pinheiro, Profª Drª
Membro Examinador

Dedico Este Trabalho de Conclusão de Curso a Deus, sem Ele eu não teria chegado até aqui, a minha mãe Maria de Lourdes Medeiros de Araújo, ao meu pai Antônio Alexandre de Araújo e ao meu irmão Alexandre Brendo Medeiros de Araújo.

Obrigada por tudo!

“Mas buscai primeiro o reino de Deus, e a sua justiça, e todas estas coisas vos serão acrescentadas. ”

(Mateus 6:33)

AGRADECIMENTOS

- Agradeço primeiramente a Deus, Ele que me abençoou em todos esses anos de curso, por ser minha força e refúgio e por ter me permitido viver esse sonho, por me dar saúde para eu enfrentar todas as dificuldades da vida, e por me conceder uma família linda e abençoada, à Ele toda honra e toda glória;
- Aos meus avós maternos, que me concederam meu primeiro amor, minha mãe, Maria de Lourdes, que me inspira de tantas formas e espero que esse trabalho a faça sentir tanto orgulho quanto eu sinto dela;
- Ao meu pai, António, que é a pessoa que luta minhas batalhas junto comigo;
- Ao meu irmão por ser meu braço direito, a pessoa que está comigo para tudo;
- Aos professores da Universidade Federal da Paraíba, os grandes profissionais responsáveis pela profissional que sou hoje, que contribuíram no meu desenvolvimento profissional e pessoal ao transmitir todo o seu conhecimento e experiências;
- Aos meus colegas que sempre estiveram do meu lado, compartilhando experiências durante todos esses anos de graduação;
- Assim como grande parte dos sonhos que concretizei, me graduar em Administração foi um sonho que partiu de mim, mas foi acolhido por inúmeras pessoas ao meu redor, as quais desejavam, acima de tudo, me ver feliz. De antemão, agradeço a todos aqueles que de alguma forma influenciaram essa jornada. Infelizmente, a limitação de espaço não me permite citar um por um. Mas saibam que este sonho só se tornou uma realidade por que nós “sonhamos junto”;
- Por fim, agradeço a todas as pessoas que me ajudaram de alguma forma durante a minha graduação. Muito obrigado a todos, vocês fizeram parte dessa caminhada e contribuíram com a minha formação.

O meu sincero, Obrigada!!!

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logotipo.....	36
Figura 2 - Layout	40
Figura 3 - Estrutura organizacional	44
Figura 4 - Fluxograma de atendimento no balcão	45
Figura 5 - Fluxograma de atendimento pelo delivery.....	46

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Fornecedores	28
Quadro 2 - Concorrentes.....	29
Quadro 3 - Análise SWOT	30
Quadro 4 - Plano de ações para as fraquezas.....	33
Quadro 5 - Plano de ações para as ameaças	34
Quadro 6 - Produtos Milla's Doces	37
Quadro 7 - Bebidas Milla's Doces	38
Quadro 8 - Necessidade de pessoal	42

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Idade dos Entrevistados.....	18
Tabela 2 - Produtos que os entrevistados mais consomem em uma doceria.....	22
Tabela 3 - Bebidas que os entrevistados mais consomem em uma doceria	23
Tabela 4 - O que os entrevistados consideram mais importante em uma doceria.....	23
Tabela 5 - O que os entrevistados consideram menos importante em uma doceria.....	24
Tabela 6 - Docerias que os entrevistados mais frequentam em João Pessoa	25
Tabela 7 - O que uma doceria precisa para fazer sucesso?	26
Tabela 8 - Máquinas e Equipamentos (A).....	47
Tabela 9 - Móveis (B).....	48
Tabela 10 – Utensílios (C).....	48
Tabela 11 - Computadores (D)	49
Tabela 12 - Total dos investimentos fixos.....	49
Tabela 13 - Ingredientes para bebidas (A).....	50
Tabela 14 – Complementos (B).....	50
Tabela 15 - Ingredientes para salgados e doces (C)	51
Tabela 16 - Descartáveis (D).....	52
Tabela 17 - Bebidas (E).....	53
Tabela 18 - Produtos de limpeza (F)	53
Tabela 19 - Total do estoque inicial	54
Tabela 20 - Prazo médio de recebimento de vendas	54
Tabela 21 - Prazo médio para pagamento de compras	55
Tabela 22 - Necessidade média de estoque	55
Tabela 23 - Necessidade líquida de capital de giro em dias.....	55
Tabela 24 - Caixa mínimo	56
Tabela 25 - Capital de giro inicial	56
Tabela 26 - Investimentos pré-operacionais.....	56
Tabela 27 - Investimento total.....	57
Tabela 28 - Faturamento mensal	58
Tabela 29 - Projeção das receitas	60
Tabela 30 - Produto: Brigadeiro	61
Tabela 31 - Produto: Beijinho	61

Tabela 32 - Produto: Torta de Brigadeiro (Fatia)	61
Tabela 33 - Produto: Torta de Morango com Leite Ninho e Nutella (Fatia).....	62
Tabela 34 - Produto: Torta de Prestígio (Fatia).....	62
Tabela 35 - Produto: Torta de Limão (Fatia).....	63
Tabela 36 - Produto: Brownie	63
Tabela 37 - Produto: Cupcakes.....	64
Tabela 38 - Produto: Pudim.....	64
Tabela 39 - Produto: Cheesecake	64
Tabela 40 - Produto: Cookies	65
Tabela 41 - Produto: Coxinha de Frango com Catupiry.....	65
Tabela 42 - Produto: Empada de Frango com Catupiry	65
Tabela 43 - Produto: Copo da felicidade de uva verde	66
Tabela 44 - Produto: Copo da felicidade de ninho com nutella e morango	66
Tabela 45 - Refrigerantes 350ml	66
Tabela 46 - Refrigerantes 220ml	67
Tabela 47 - Sucos da polpa morango 300ml	67
Tabela 48 - Sucos da polpa morango 300ml	67
Tabela 49 - Sucos da polpa graviola 300ml	67
Tabela 50 - Sucos da polpa abacaxi 300ml	68
Tabela 51 - Sucos da polpa abacaxi 300ml	68
Tabela 52 - Sucos da fruta laranja 300ml	68
Tabela 53 - Sucos da fruta limão 300ml.....	68
Tabela 54 - Café 100ml	69
Tabela 55 - Chocolate quente 300ml.....	69
Tabela 56 - Cappuccino 300ml.....	69
Tabela 57 - Smoothies de açaí 400ml.....	69
Tabela 58 - Água sem gás 500ml	70
Tabela 59 - Água com gás 500ml.....	70
Tabela 60 - Custos de comercialização	70
Tabela 61 Projeção dos custos de comercialização	71
Tabela 62 - Apuração do custo de MD e/ou MV	72
Tabela 63 - Projeção dos custos de MD e/ou MV	74

Tabela 64 - Custos com mão de obra	75
Tabela 65 - Custos com depreciação	76
Tabela 66 - Custos fixos operacionais mensais	76
Tabela 67 - Projeção dos custos fixos	77
Tabela 68 - Demonstrativo de resultados	78
Tabela 69 - Projeção do DRE	79
Tabela 70 - Indicadores de viabilidade.....	81
Tabela 71 - Construção de cenários.....	82

SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	15
1.1 DADOS DA EMPREENDEDORA	15
1.2 DADOS DO EMPREENDIMENTO	15
1.3 SETOR DE ATIVIDADE	15
1.4 SÍNTESE DAS RESPONSABILIDADES DA EQUIPE DIRIGENTE.....	15
1.5 MISSÃO.....	15
1.6 VISÃO	16
1.7 VALORES	16
1.7.1 Qualidade artesanal	16
1.7.2 Integridade.....	16
1.7.3 Inovação e Criatividade.....	16
1.7.4 Compromisso com a Excelência	16
1.8 FORMA JURÍDICA	16
1.9 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	17
1.10 CAPITAL SOCIAL.....	17
1.11 FONTES DE RECURSOS	17
2. ANÁLISE DE MERCADO.....	17
2.1 PESQUISA DE MERCADO	18
2.2 ESTUDO DOS CLIENTES	26
2.2.1 Público-alvo	26
2.2.2 Comportamento dos Clientes	27
2.2.3 Área de abrangência	27
2.2.4. Como costumam se informar sobre esse tipo de produto	27
2.2.5. Principais benefícios que procuram nos produtos.....	27
2.2.6 Critérios que definem suas decisões de compra.....	27
2.2.7 Regularidade de compra.....	27
2.2.8 Média de gasto por compra	27
2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES	27
2.4 ESTUDO DOS CONCORRENTES.....	29
3 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	30
3.1 FORÇAS	30
3.1.1 Ambiente limpo e agradável	30
3.1.2 Diversidade de opções no cardápio	30
3.1.3 Equipe capacitada.....	31
3.1.4 Interação com os clientes na internet	31
3.1.5 Localização da empresa	31
3.1.6 Qualidade dos produtos.....	31
3.2 FRAQUEZAS	31

3.2.1 Empresa desconhecida no mercado.....	31
3.2.2 Inexperiência do gestor	31
3.3 OPORTUNIDADES	31
3.3.1 Novas tendências no mercado	31
3.3.2 Popularização do delivery	32
3.3.3 Consumidores receptivos	32
3.4 AMEAÇAS	32
3.4.1 Alta concorrência	32
3.4.2 Crise econômica	32
3.5 PLANO DE AÇÕES	32
3.5.1 Plano de ações para as fraquezas.....	33
3.5.2 Plano de ações para as ameaças	34
4 PLANO DE MARKETING	35
4.1 Segmentação.....	35
4.1.1 Demográficos	35
4.1.2 Geográficos	35
4.1.3 Psicográficos	35
4.2 POSICIONAMENTO	36
4.3 MARCA	36
4.4 ESTRATÉGIA DE PRODUTO	37
4.5 ESTRATÉGIAS DE PREÇO	38
4.6 ESTRATÉGIAS DE PRAÇA.....	38
4.7 ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO	39
5 PLANO OPERACIONAL	39
5.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO	40
5.2 CAPACIDADE PRODUTIVA	41
5.3 NECESSIDADE DE PESSOAL	41
5.4 PLANEJAMENTO DE RECRUTAMENTO, SELEÇÃO E TREINAMENTO.....	42
5.4.1 Recrutamento	43
5.4.2 Seleção	43
5.4.3 Treinamento	43
5.5 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	43
5.6 FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO AO CLIENTE NO BALCÃO.....	44
5.7 FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO AO CLIENTE PELO DELIVERY	46
6 PLANO FINANCEIRO	47
6.1 INVESTIMENTOS FIXOS	47
6.2 ESTOQUE INICIAL	50
6.3 CAIXA MÍNIMO.....	54
6.4 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	56
6.5 INVESTIMENTO TOTAL	57

6.6 FATURAMENTO MENSAL	57
6.6.1 Projeção das Receitas	59
6.7 CUSTO UNITÁRIO	61
6.8 CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO	70
6.8.1 Projeção dos Custos de Comercialização	71
6.9 APURAÇÃO DO CUSTO DE MD E/OU MV	72
6.9.1 Projeção dos Custos de MD e/ou MV	74
6.10 CUSTOS COM MÃO DE OBRA	75
6.11 CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO	75
6.12 CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS	76
6.12.1 Projeção dos Custos fixos	77
6.13 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS	78
6.13.1 Projeção do DRE	79
6.14 INDICADORES DE VIABILIDADE	80
6.14.1 Ponto de Equilíbrio	80
6.14.2 Lucratividade	80
6.14.3 Rentabilidade	81
6.14.4 Prazo de Retorno do Investimento	81
6.15 CONSTRUÇÕES DE CENÁRIOS	82
7 DECISÃO GERENCIAL	83
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	83
REFERÊNCIAS	84
APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO	85

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A Doceria Milla's Doces, é uma doceria que será localizada na cidade de João Pessoa/PB, oferecendo produtos como bebidas, tortas, salgados e sobremesas, em um ambiente agradável, confortável e instagramável. Trata-se de uma microempresa individual, que se enquadra no simples nacional na categoria de lanchonetes e similares.

1.1 DADOS DA EMPREENDEDORA

Ludmilla Bárbara Medeiros de Araújo - Graduanda em Administração pela UFPB.

1.2 DADOS DO EMPREENDIMENTO

A Doceria Milla's Doces ficará localizada na Via Expressa Airton Senna da Silva, João Pessoa, Estado da Paraíba.

1.3 SETOR DE ATIVIDADE

A Milla's Doces é uma empresa do setor terciário, no qual abrange atividades relacionadas ao comércio de alimentos.

1.4 SÍNTESE DAS RESPONSABILIDADES DA EQUIPE DIRIGENTE

A gestora terá a responsabilidade de tomar as decisões que serão essenciais para o bom funcionamento do empreendimento. Além de tomar as decisões, ela terá a responsabilidade de liderar a sua equipe de trabalho, gerenciar os recursos financeiros e materiais, solucionar problemas, desenvolver estratégias de marketing e vendas e monitorar o desempenho da organização para identificar erros que podem ser corrigidos.

1.5 MISSÃO

Proporcionar momentos de doçura e felicidade aos clientes da Cidade de João Pessoa/PB, por meio de produtos artesanais de qualidade, preparados com carinho, ingredientes selecionados e um atendimento acolhedor, valorizando a cultura local e o prazer de compartilhar sabores únicos.

1.6 VISÃO

Ser reconhecida como a doceria referência no Município de João Pessoa/PB até 2035, destacando-se pela inovação em receitas, excelência no atendimento e compromisso com a sustentabilidade, tornando-se parte dos momentos especiais da vida de nossos clientes.

1.7 VALORES

1.7.1 Qualidade artesanal

Compromisso em oferecer doces feitos com ingredientes selecionados e processos cuidadosos, garantindo sabor e frescor em cada produto.

1.7.2 Integridade

Atuação ética, transparente e responsável em todas as relações, sejam com clientes, colaboradores ou parceiros.

1.7.3 Inovação e Criatividade

Busca constante por novas receitas, combinações de sabores e apresentações que surpreendam e encantem os clientes.

1.7.4 Compromisso com a Excelência

Executar cada etapa com dedicação e atenção, desde a seleção criteriosa dos ingredientes, o preparo e a comercialização dos produtos, até a organização e higiene do espaço, assegurando que os clientes tenham a melhor experiência possível tanto nos sabores quanto no ambiente. Com foco em proporcionar uma experiência acolhedora e personalizada aos clientes, criando vínculos de confiança e satisfação.

1.8 FORMA JURÍDICA

A Milla's Doces será constituída como uma Sociedade Limitada Unipessoal (SLU), composta por um único sócio proprietário.

1.9 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Com uma estimativa de faturamento anual de R\$ 946.800,00 e optará pelo regime tributário do Simples Nacional.

1.10 CAPITAL SOCIAL

O capital social da Milla's Doces será constituído por recursos próprios da proprietária, no valor estimado de R\$ 84.232,07.

1.11 FONTES DE RECURSOS

Todo o valor para a abertura e o início das atividades da empresa será aplicado por recursos próprios.

2. ANÁLISE DE MERCADO

O setor de alimentos tem se destacado como um dos principais da economia brasileira, refletindo sua importância estratégica e seu constante crescimento. Em 2024, o faturamento da indústria de alimentos alcançou R\$ 1,277 trilhão, um aumento de 9,98% em relação ao ano anterior em termos nominais, representando 10,8% do PIB do país (ABIP, 2025). Com base nesse dado, observa-se que o cenário é favorável para quem deseja empreender nesse setor.

Atualmente o mercado de confeitaria no Brasil vem crescendo. Em 2024, a projeção de receita foi de 11,86 bilhões de dólares. Até 2029, espera-se um crescimento anual de 3,97% (ABRASEL, 2025). Ademais, a demanda por doces personalizados tem crescido significativamente nos últimos anos impulsionada principalmente pela influência das redes sociais. Um exemplo disso foi o aumento das vendas do morango do amor que fez sucesso na internet. Fenômeno das redes sociais movimenta confeitarias pelo Brasil. Somente em julho, mais de 524 mil unidades foram entregues, com aumento de 2.490% em relação a junho (CNN BRASIL, 2025).

Diante desse cenário promissor, fica evidente que a abertura de uma doceria especializada em doces personalizados é uma oportunidade viável e estratégica. Portanto, o crescimento consistente do setor alimentício, aliado à expansão do mercado de docerias e ao impacto positivo das redes sociais na popularização de produtos como o exemplo do morango do amor, indica um ambiente favorável para novos empreendimentos. Dessa maneira, investir em uma doceria que atenda às tendências atuais e às demandas dos consumidores pode garantir não apenas a sustentabilidade do negócio, mas também seu potencial de crescimento e destaque no mercado.

2.1 PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa de mercado é uma ferramenta para obter informações valiosas sobre o mercado em que se atua ou se pretende atuar. Ela vai oferecer um conhecimento estratégico para a tomada de decisões que vai melhorar o desempenho do negócio e o relacionamento com os clientes, fornecedores e com o mercado em geral (SEBRAE, 2023).

Com o objetivo de aprofundar a compreensão acerca do perfil dos clientes e de suas preferências de consumo, foi conduzida uma pesquisa de mercado de caráter quantitativo. O instrumento de coleta utilizado consistiu em um questionário estruturado, elaborado na plataforma Google Forms e disponibilizado por meio de grupos de WhatsApp, possibilitando amplo alcance e praticidade na participação dos respondentes. Os dados obtidos têm como finalidade oferecer subsídios para a formulação de estratégias mais assertivas no processo de desenvolvimento do negócio.

A pesquisa foi realizada entre os dias 20/08/2025 a 09/09/2025 no Google Docs, ferramenta que possibilita a criação de questionários que podem ser facilmente respondidos pela Internet. Foram obtidas 72 respostas com o intuito de identificar informações importantes a respeito do mercado de docerias da cidade de João Pessoa/PB.

Para a execução da pesquisa, adotou-se a técnica de amostragem por conveniência, considerando-se um universo indefinido. Assim, os resultados obtidos refletem exclusivamente a percepção dos respondentes, não podendo ser generalizados para a totalidade dos consumidores que frequentam docerias na cidade de João Pessoa/PB.

Tabela 1 - Idade dos Entrevistados

Qual é a sua idade?	Quantidade	Percentual
Menos de 18 anos	6	8,3%
18 a 25 anos	36	50%
26 a 35 anos	17	23,6%
36 a 45 anos	9	12,5%
Mais de 45 anos	4	5,6%

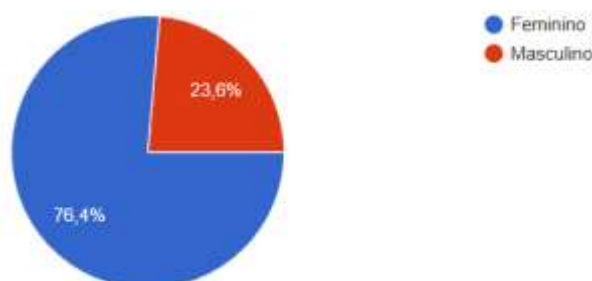
Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, (2025).

A Tabela 1 revela as faixas etárias em percentual dos participantes da pesquisa. Observa-se que a maioria dos respondentes, com percentual de 50%, possui de 18 a 25 anos de idade e logo depois vem as pessoas de 26 a 35 anos que correspondem a 23,6%. Esses dados evidenciam a predominância de um público jovem, caracterizado por maior familiaridade com as tecnologias digitais e forte presença nas redes sociais.

O predomínio de jovens entre 18 e 25 anos indica um público conectado às redes sociais e influenciado por aspectos como qualidade, personalização e apresentação visual dos produtos. Para a Milla's Doces, isso reforça a importância de investir em marketing digital, conteúdos atrativos e divulgação online. Além disso, a participação da faixa de 26 a 35 anos representa um segmento com potencial de consumo para eventos e comemorações.

Assim, estratégias que integrem presença digital, inovação e personalização podem fortalecer o posicionamento e a competitividade da empresa.

Gráfico 1 – Gênero dos entrevistados

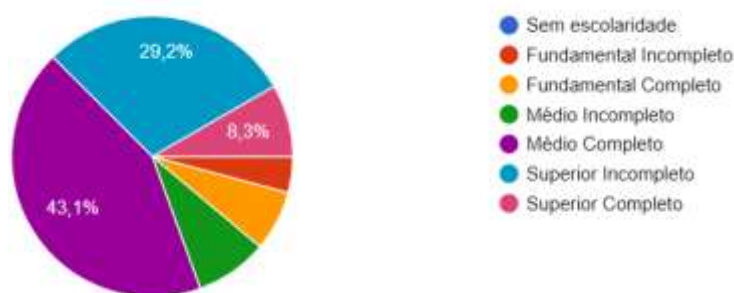


Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, (2025).

De acordo com os dados do Gráfico 1, observa-se que 76,4% dos respondentes são do gênero feminino, enquanto 23,6% pertencem ao gênero masculino, evidenciando uma predominância significativa das mulheres na amostra pesquisada. A predominância do público feminino na pesquisa demonstra sua importância estratégica para a Milla's Doces, pois esse grupo costuma influenciar as decisões de compra de produtos de confeitaria para eventos e comemorações.

Dessa forma, a empresa pode direcionar suas ações de marketing para aspectos como personalização, qualidade e apresentação visual dos produtos, utilizando principalmente as redes sociais para fortalecer o relacionamento com os clientes. Apesar de representar uma parcela menor da amostra (23,6%), o público masculino também constitui um segmento relevante, podendo ser atendido por meio de campanhas específicas. Assim, os resultados auxiliam na definição de estratégias mais eficazes para ampliar a competitividade e o crescimento da empresa.

Gráfico 2 – Grau de escolaridade dos entrevistados



Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, (2025).

Analisando o Gráfico 2 observa-se que 29,2% dos respondentes possuem ensino superior incompleto. Os resultados condizem com as faixas etárias da maior porcentagem de respondentes, visto que a maioria possui idade entre 18 e 25 anos e normalmente pessoas dessas idades estão em fase de formação e não possuem ensino superior. Além disso, o formulário foi disponibilizado para resposta em grupos de estudantes e redes sociais, onde

predomina pessoas dessas faixas etárias. Diante desse perfil, é interessante a adoção de estratégias de fidelização e prospecção baseadas no marketing de relacionamento, como programas de fidelidade, promoções para estudantes, fortalecimento das redes sociais, bom atendimento e preços acessíveis. Essas ações contribuem para atrair novos clientes, estimular a recompra e fortalecer o vínculo com a marca, favorecendo sua competitividade e sustentabilidade no longo prazo.

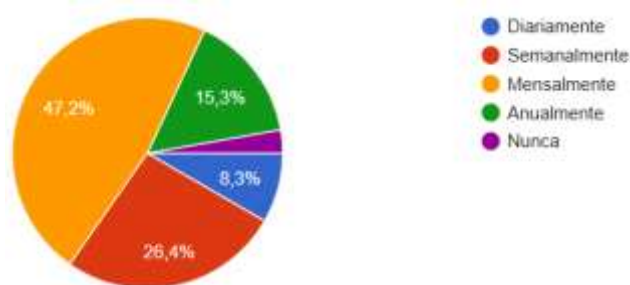
Gráfico 3 – Renda familiar mensal dos entrevistados



Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, (2025).

Observando o Gráfico 3 percebemos que 52,8% dos respondentes possuem uma renda familiar mensal de um salário-mínimo, evidenciando que a maior parte da amostra está concentrada em uma faixa de renda mais limitada. Esse resultado indica que fatores como preço, custo-benefício e acessibilidade exercem influência significativa nas decisões de compra dos consumidores. Dessa forma, as decisões de compra são mais sensíveis ao preço e ao custo-benefício, com consumo mais frequente em ocasiões especiais. Para a Milla's Doces esse cenário reforça a necessidade de oferecer produtos acessíveis e opções variadas, equilibrando qualidade e preço para atender melhor ao público e ampliar sua competitividade no mercado.

Gráfico 4 – Frequência de ida dos entrevistados a docerias

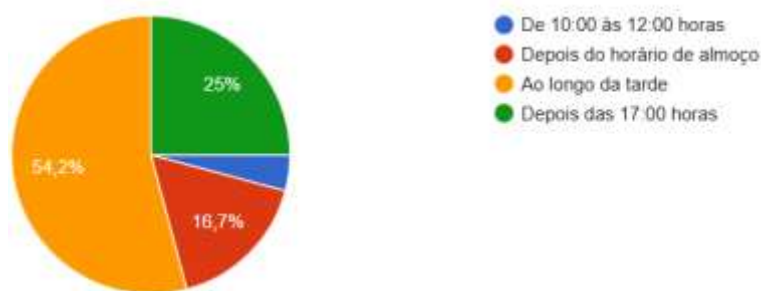


Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, (2025).

Podemos observar no Gráfico 4 que 81,9% dos respondentes frequentam docerias pelo menos uma vez por mês. Esses números revelam que as docerias vem sendo bem frequentadas e isso reflete em um cenário otimista, pois as docerias precisam de um número considerável de vendas no mês para se manter no mercado. Contudo, identifica-se potencial

para aumento da frequência de consumo nos demais cenários. Nesse sentido, recomenda-se a adoção de estratégias de marketing, tais como promoções semanais, programas de fidelidade e ações de comunicação digital, com o objetivo de estimular visitas mais frequentes ao estabelecimento. Tais iniciativas podem contribuir tanto para a conversão de clientes mensais em semanais quanto para a atração de novos consumidores, fortalecendo o desempenho da empresa.

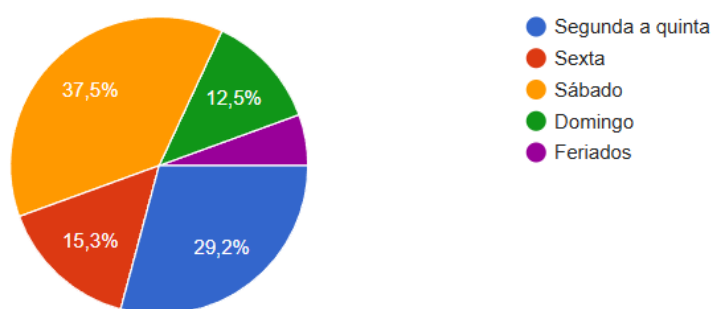
Gráfico 5 – Horário que os Entrevistados mais frequentam docerias



Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, (2025).

O Gráfico 5 nos mostra que 54,2% dos respondentes frequentam docerias ao longo da tarde, demonstrando que o horário de abertura e fechamento previsto para a docerias atende bem o seu público. Entretanto, observa-se oportunidade de ampliação da demanda no período noturno. Para isso, podem ser adotadas estratégias como a oferta de combos especiais no final do dia, promoções em horários específicos (happy hour), inclusão de produtos mais leves e de consumo imediato no período noturno, além do fortalecimento da comunicação digital com lembretes e campanhas voltadas para esse horário. Tais ações podem estimular o aumento do fluxo de clientes no turno da noite, contribuindo para a melhor distribuição da demanda ao longo do dia.

Gráfico 6 – Dias que os entrevistados mais frequentam docerias

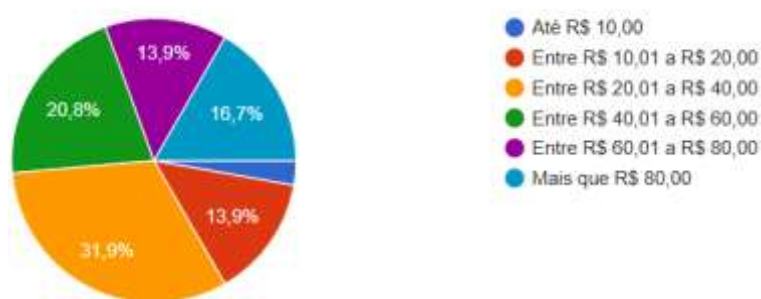


Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, (2025).

Ao analisar o Gráfico 6 podemos observar que 37,5% dos respondentes afirmam que o dia que mais frequentam docerias é no sábado. Dessa forma, podemos concluir que a maioria prefere ir a uma docerias nos finais de semana, que é quando a maioria da população possui mais tempo livre para sair sozinho ou com amigos e familiares. Esse comportamento

é recorrente no setor de alimentação fora do lar, especialmente em docerias, sendo considerado um padrão de mercado. Contudo, é possível ampliar o fluxo nas sextas-feiras e fortalecer o sábado por meio de promoções de fim de semana, combos e ações de marketing voltadas para encontros sociais. Além disso, experiências diferenciadas no ponto de venda podem aumentar a atratividade nesses períodos, mesmo diante da concorrência e do comportamento já consolidado do setor.

Gráfico 7 – Média de gasto dos entrevistados quando vão a docerias



Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms, (2025).

Observando o Gráfico 7 percebemos que 31,9% dos respondentes gastam entre R\$ 20,01 e R\$ 40,00 cada vez que fazem uma compra em uma doceria. Essa média de gasto individual condiz com a realidade da população e com a faixa de preço dos lanches mais tradicionais. Esse resultado indica um ticket médio compatível com o perfil da amostra e com os preços praticados no segmento de docerias. De modo geral, trata-se de um valor coerente com o padrão do setor, que trabalha com consumo acessível. Assim, observa-se alinhamento entre o comportamento do consumidor e a precificação, favorecendo a manutenção da demanda e a competitividade da empresa.

Tabela 2 - Produtos que os entrevistados mais consomem em uma doceria

O que você mais consome em uma doceria?	Quantidade	Percentual
Tortas	56	77,8 %
Bolos	46	63,9%
Doces	59	81,9%
Salgados (coxinhas, pastéis, empadas)	50	69,4 %
Sanduíches	12	16,7 %
Petiscos	6	8,3 %
Sorvetes	24	33,3%
Açaí	14	19,4%
Outros	1	1,4%

Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2025).

Ao observarmos a Tabela 2 percebemos que 59% dos respondentes afirmaram que o que elas mais consomem em uma doceria são doces, enquanto o açaí apresenta menor participação 19,4%, indicando oportunidade de expansão. Para estimular seu consumo, é interessante a criação de combinações com produtos já populares, combos promocionais, degustações e fortalecimento do marketing nas redes sociais. Essas ações podem aumentar a experimentação e a inserção do açaí no hábito de consumo dos clientes.

Tabela 3 - Bebidas que os entrevistados mais consomem em uma doceria

Que tipos de bebidas você costuma consumir em docerias?	Quantidade	Percentual
Água	38	52,8%
Refrigerante	46	63,9%
Sucos	59	81,9%
<i>Milkshakes</i>	50	69,4 %
Cafés	12	16,7 %
Drinks	6	8,3 %
Chocolate quente	27	37,5%
Outros	1	1,4%

Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, (2025).

A Tabela 3 mostra os tipos de bebidas que os entrevistados mais consomem nos estabelecimentos visitados, dentre os quais a grande maioria costuma consumir sucos, seguidos de milkshakes e refrigerantes. Nesse contexto, há possibilidade de ampliar o consumo de categorias menos representativas, como cafés e drinks, por meio da diversificação do cardápio, criação de combos com sobremesas e campanhas sazonais. Além disso, a oferta de bebidas personalizadas pode estimular o interesse dos consumidores, aumentar o ticket médio e fortalecer a competitividade do estabelecimento.

Tabela 4 - O que os entrevistados consideram mais importante em uma doceria

O que você considera mais importante em uma doceria?	Quantidade	Percentual
Atendimento	7	9,7 %
Ambiente e conforto	7	9,7%
Localização	2	2,8%
Preço	6	8,3 %
Qualidade dos produtos	34	47,2 %
Variedade do cardápio	1	1,4 %

Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, (2025).

Para as Tabelas 4 e 5, foram analisados elementos que frequentemente constituem motivos de críticas ou elogios por parte dos clientes em relação às empresas.

Os dados da Tabela 4 evidenciam que os participantes da pesquisa atribuem maior relevância à qualidade dos produtos em uma doceria. Portanto, é fundamental priorizar a oferta de produtos com alto padrão de qualidade, garantindo alimentos frescos, embalagens e recipientes limpos e apropriados. Contudo, é importante destacar que todos os aspectos avaliados possuem importância, uma vez que, no momento da compra, os consumidores levam em conta um conjunto de fatores até chegarem à decisão final.

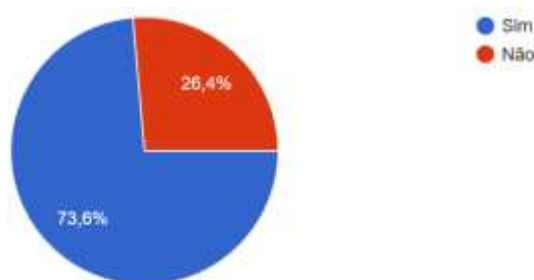
Tabela 5 - O que os entrevistados consideram menos importante em uma doceria

O que você considera menos importante em uma doceria?	Quantidade	Percentual
Atendimento	3	4,2 %
Ambiente e conforto	5	6,9%
Localização	40	55,6%
Preço	10	13,9 %
Qualidade dos produtos	0	0 %
Variedade do cardápio	14	19,4 %

Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, (2025).

A análise da Tabela 5 revela que 55,6% dos participantes consideram a localização como o aspecto de menor importância. Vale enfatizar que, apesar de a localização possuir influência limitada na escolha do consumidor, a decisão final envolve a avaliação conjunta de múltiplos fatores. Assim, a escolha entre uma empresa e outra não depende exclusivamente da localização do estabelecimento.

Gráfico 8 – Os entrevistados costumam comprar por *delivery*?



Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, (2025).

Como mostra o Gráfico 8, 73,6% dos respondentes afirmam que costumam comprar por *delivery*. Assim sendo, torna-se essencial a utilização do serviço de *delivery* para o alcance do sucesso da doceria. Além disso, o marketing digital nas redes sociais, com divulgação de cardápios, promoções exclusivas e parcerias com aplicativos de entrega, pode aumentar a demanda, estimular pedidos online e fortalecer a competitividade da empresa.

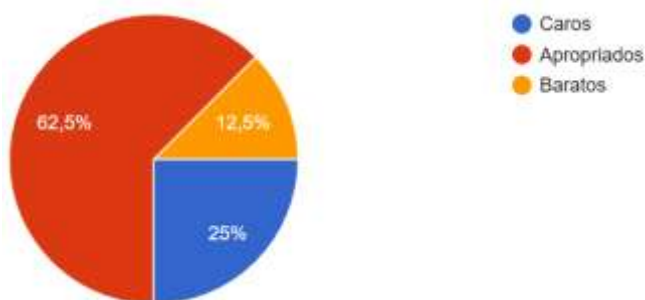
Tabela 6 - Docerias que os entrevistados mais frequentam em João Pessoa

Quais são as três açaiterias que você mais frequenta em João Pessoa/PB?	Quantidade	Percentual
Sonho Doce	46	63,9%
Alê Pessoa Confeitaria	21	29,2%
Tortlas	18	25%
Santa Farra	19	26,4 %
Camila Almeida	10	13,9%
Gigliola Doces	3	4,2 %
Phamela Gourmet	19	26,4 %
Duasx Doce Confeitaria	5	6,9%
Zeny Doces e Salgados	38	52,8%
Outros	6	6%

Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, (2025)

A Tabela 6 indica que as confeitarias com maior número de frequentadores são Sonho Doce, Zeny Doces e Salgados, e Alê Pessoa Confeitaria. Portanto, para se sobressair no mercado, é fundamental investir em características exclusivas, como diferenciação no cardápio, com produtos autorais e receitas exclusivas, atendimento personalizado, ambientação temática e experiência de consumo diferenciada. Além disso, estratégias como inovação constante, uso de ingredientes de qualidade e forte presença digital podem contribuir para a construção de um posicionamento competitivo e atrativo no mercado de João Pessoa/PB.

Gráfico 9 – O que os entrevistados acham dos preços das docerias



Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, (2025).

Conforme apresentado no Gráfico 9, 62,5% dos participantes avaliam os preços praticados pelas docerias como adequados. A partir dessa informação, pode-se deduzir que o valor considerado justo se situa entre R\$ 20,01 e R\$ 40,00, faixa que corresponde à média de gasto individual mostrada anteriormente no Gráfico 7. Esse montante representa o custo

aproximado de um lanche básico, valor que a maior parte dos moradores de João Pessoa estaria disposta a desembolsar.

Tabela 7 - O que uma doceria precisa para fazer sucesso?

Na sua opinião, o que uma doceria precisa para fazer sucesso?	Quantidade
Produtos de qualidade	35
Bom atendimento	20
Variedade de produtos	12
Preços justos	10
Ambiente agradável	12
Marketing	23
Outros	2

Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2025)

A Tabela 7 apresenta uma questão aberta, na qual os participantes puderam expressar suas opiniões livremente, sem opções pré-definidas. Observa-se que 35 entrevistados destacaram que a chave para o sucesso de uma confeitaria está na qualidade dos seus produtos. Isso evidencia a relevância de disponibilizar itens de alta qualidade, com alimentos frescos e embalagens e recipientes limpos e adequados. Assim, é fundamental que a confeitaria mantenha um compromisso constante com a excelência dos seus produtos. Além disso, é importante lembrar que os demais aspectos mencionados também possuem grande importância e influenciam a decisão de compra dos consumidores.

Dessa forma, fica claro que a pesquisa de mercado desempenhou um papel essencial para compreender o cenário das confeitarias em João Pessoa. Para atender às expectativas dos clientes, é necessário oferecer um atendimento eficiente, preços competitivos, diversidade de produtos, um ambiente acolhedor e, sobretudo, produtos de qualidade. Com essa abordagem, torna-se viável alcançar o sucesso e consolidar-se como a principal confeitaria da cidade.

2.2 ESTUDO DOS CLIENTES

2.2.1 Público-alvo

O nosso público-alvo será de Cidadãos entre 10 e 65 anos das classes B e C, que prezam pela boa comida e buscam em experiências gastronômicas um momento de bem-estar.

2.2.2 Comportamento dos Clientes

Os consumidores da Milla's Doces em sua maioria são estudantes ou pessoas que trabalham e possuem uma rotina mais agitada e precisam em seu tempo livre conhecer novos sabores, valoriza uma boa comida e que amam doces e sobremesas.

2.2.3 Área de abrangência

A maioria dos clientes estão no Bairro no Roger e em bairros vizinhos.

2.2.4. Como costumam se informar sobre esse tipo de produto

Através das redes sociais das empresas e de influencers e através de panfletos e placas.

2.2.5. Principais benefícios que procuram nos produtos

Qualidade e preço justo.

2.2.6 Critérios que definem suas decisões de compra

Qualidade dos produtos e um bom atendimento.

2.2.7 Regularidade de compra

Pelo menos uma vez na semana.

2.2.8 Média de gasto por compra

R\$ 40,00.

2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES

Os fornecedores são parceiros estratégicos responsáveis pelo fornecimento de matérias-primas, embalagens, insumos e demais materiais necessários para o funcionamento da empresa. A escolha dos fornecedores da Milla's Doces foi realizada considerando critérios

como qualidade dos produtos, confiabilidade, preço competitivo, localização e prazo de entrega, visando garantir o abastecimento contínuo e a eficiência das operações. O Quadro 1 apresenta os principais fornecedores da empresa, os itens fornecidos, as condições de pagamento, os prazos de entrega e suas respectivas localizações.

Quadro 1 - Fornecedores

FORNECEDOR	ITENS	PAGAMENTO	PRAZO DE ENTREGA	LOCALIZAÇÃO
Atacadão	Material de limpeza, bebidas e ingredientes para salgados e doces	À vista ou débito	Imediato	Rua Doutor Manoel Lopes de Carvalho, 200 - Ernesto Geisel, João Pessoa - PB, 58075-427
Casa Prática Centro	Descartáveis/embalagens e ingredientes acabamento dos doces	À vista ou débito	Imediato	Av. Princesa Isabel, 905 - Centro, João Pessoa - PB, 58013-250
Extra Fruta	Frutas	À vista	Imediato	Rua Diógenes Chianca, 31 - Água Fria, João Pessoa - PB
Ponto Art Gráfica Embalagens	Embalagens Personalizadas	À vista ou débito	15 dias úteis	R. Joaquim Nabuco - Roger, João Pessoa - PB, 58020-510

Fonte: Elaboração própria (2026)

Os fornecedores selecionados foram escolhidos com base na qualidade dos produtos, preços competitivos, confiabilidade, localização e disponibilidade dos insumos. Por estarem localizados em João Pessoa – PB, facilitam o abastecimento rápido e reduzem custos com deslocamento. De modo geral, os fornecedores mantêm disponibilidade regular dos principais insumos, permitindo a continuidade da produção. As compras são realizadas, em sua maioria, de forma imediata, enquanto as embalagens personalizadas exigem planejamento devido ao prazo de entrega de 15 dias úteis.

Quanto às condições de pagamento, predominam compras à vista ou no débito, proporcionando maior controle financeiro e, em alguns casos, descontos. Assim, a escolha dos fornecedores contribui para garantir qualidade, preços justos e regularidade no abastecimento, fatores essenciais para o sucesso do empreendimento.

2.4 ESTUDO DOS CONCORRENTES

Os concorrentes são empresas que atuam no mesmo segmento de mercado e oferecem produtos semelhantes aos comercializados pela Milla's Doces. O mercado de confeitarias e docerias em João Pessoa/PB apresenta constante crescimento, impulsionado pelo aumento da procura por doces artesanais, bolos, tortas e sobremesas para consumo imediato e encomendas. Nesse cenário, destacam-se empresas já consolidadas no mercado local, como a Sonho Doce, a Zeny Doces e Salgados e a Alê Pessoa Confeitaria, que possuem boa reputação entre os consumidores e servem como referência para a atuação da Milla's Doces.

No Quadro 2 são apresentados os principais concorrentes da empresa, sua localização, bem como seus principais pontos fortes e pontos fracos.

Quadro 2 - Concorrentes

EMPRESA	LOCALIZAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
SONHO DOCE	Praça da Independência, 109 - Tambiá, João Pessoa - PB, 58020-544	-Marca tradicional na cidade; -Variedade de doces e salgados; -Boa localização.	-Oscilação na qualidade dos produtos e porções consideradas pequenas em relação ao preço praticado.
ZENY DOCES E SALGADOS	Av. Camilo De Holanda, 19 - Centro, João Pessoa - PB, 58013-360	-Grande variedade de produtos; -Preços competitivos; -Tradição no mercado.	-Preços elevados em relação à quantidade oferecida.
ALÊ PESSOA CONFEITARIA	R. Joaquim Avundano, 36 - Miramar, João Pessoa - PB, 58043-020	-Produtos artesanais de alta qualidade; -Forte presença nas redes sociais; -Atendimento personalizado.	-Delivery com inconsistência na qualidade percebida dos produtos pelos consumidores.

Fonte: Elaboração própria, (2026).

Para que a Milla's Doces obtenha destaque no mercado, será necessário desenvolver estratégias de diferenciação em relação aos seus concorrentes. A empresa buscará conquistar os consumidores oferecendo produtos de alta qualidade, preparados com ingredientes selecionados, atendimento ágil e cordial, ambiente moderno e acolhedor, além de preços acessíveis e compatíveis com o público-alvo.

Outro diferencial competitivo será a identidade visual da marca, que utilizará o lilás como cor principal e tons de roxo e marrom como cores secundárias, proporcionando uma imagem moderna e sofisticada, diferente da maioria das confeitarias, que geralmente utilizam apenas tons de rosa e marrom. Além disso, a Milla's Doces investirá na divulgação

por meio das redes sociais, programas de fidelização, delivery eficiente e lançamentos frequentes de novos produtos, fortalecendo sua presença no mercado e aumentando sua competitividade na cidade de João Pessoa/PB.

3 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

A análise SWOT é uma ferramenta simples, porém poderosa, para estimar a capacitação e as deficiências das oportunidades de mercado e ameaças externas impeditivas a uma situação futura favorável da empresa. (THOMPSON JR., 2013). Sendo assim, foi realizada uma análise SWOT, listando as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da doceria que pode ser visualizada no Quadro 3.

Quadro 3 - Análise SWOT

FATORES INTERNOS	Forças	Oportunidades
	- Ambiente limpo e agradável; - Diversidade de opções de doces; - Equipe capacitada; - Interação com os clientes na internet; - Localização da empresa; - Qualidade dos produtos.	- Novas tendências no mercado; - Popularização do <i>delivery</i>; - Consumidores receptivos
FATORES EXTERNOS	Fraquezas	Ameaças
	- Empresa desconhecida no mercado; - Inexperiência do gestor.	- Alta concorrência; - Crise econômica.

Fonte: Elaboração própria, (2026).

3.1 FORÇAS

3.1.1 Ambiente limpo e agradável

A empresa vai proporcionar um ambiente higienizado e aconchegante.

3.1.2 Diversidade de opções no cardápio

O cardápio terá uma ampla variedade de opções para atender aos mais diversos gostos e preferências

3.1.3 Equipe capacitada

A equipe será altamente capacitada e dedicada, comprometida em oferecer um serviço excepcional aos clientes.

3.1.4 Interação com os clientes na internet

A empresa estará ativa constantemente nas redes sociais, buscando feedback e mantendo os clientes informados.

3.1.5 Localização da empresa

A doceria será em uma avenida que tem um grande fluxo de veículos diariamente, em especial devido a construção do Parque Socioambiental do Roger, isso fará com que as pessoas passem por ela e sintam vontade de visitar ou fazer um pedido.

3.1.6 Qualidade dos produtos

Para garantir uma excelente qualidade e sabor para os clientes, a empresa sempre utilizará ingredientes frescos e que serão bem armazenados.

3.2 FRAQUEZAS

3.2.1 Empresa desconhecida no mercado

Por ser uma empresa nova no mercado, será desconhecida pelas pessoas.

3.2.2 Inexperiência do gestor

A gestora não possui experiência de mercado, pois esse é o seu primeiro empreendimento.

3.3 OPORTUNIDADES

3.3.1 Novas tendências no mercado

Acompanhar as novidades que estejam fazendo sucesso no mercado para implementar na doceria.

3.3.2 Popularização do delivery

O delivery está se popularizando muito, pois cada vez mais na sociedade atual as pessoas estão preferindo comer em casa ou no trabalho pela economia de tempo que ele proporciona.

3.3.3 Consumidores receptivos

Cada vez mais os consumidores têm buscado produtos de confeitaria, seja para consumo diário, ou para reuniões, confraternizações ou festas.

3.4 AMEAÇAS

3.4.1 Alta concorrência

Por ser um mercado em crescimento, tem surgido novos concorrentes a cada dia, como também empresas já consolidadas no mercado são bastante conhecidas e conseguem atrair a maior parte dos clientes. Além disso, podem utilizar estratégias de competitividade por conta de um novo concorrente.

3.4.2 Crise econômica

As vendas podem diminuir, pois as pessoas não gastam tanto com coisas que não são de necessidade básica.

3.5 PLANO DE AÇÕES

Para garantir a sustentabilidade e o crescimento da Milla's Doces, torna-se essencial estabelecer um plano de ações que permita reduzir as fraquezas identificadas na análise SWOT e fortalecer a competitividade da empresa. A adoção de estratégias preventivas contribui para minimizar riscos, melhorar o desempenho operacional e ampliar as oportunidades de crescimento no mercado.

3.5.1 Plano de ações para as fraquezas

Quadro 4 - Plano de ações para as fraquezas

Fraqueza: Empresa desconhecida no mercado						
O que?	Quem?	Onde?	Por quê?	Quando?	Como?	Quanto?
Desenvolver estratégias para fortalecer a divulgação da marca e ampliar sua presença no mercado.	A gestora	Redes sociais, loja física e aplicativos de delivery	Aumentar o reconhecimento da marca, atrair novos clientes e fidelizar os consumidores.	Antes da inauguração e continuamente após o início das atividades.	Produção de conteúdo para Instagram e TikTok, promoções de inauguração, parcerias com influenciadores locais e divulgação em aplicativos de delivery.	Custo variável
Fraqueza: Inexperiência da gestora						
O que?	Quem?	Onde?	Por quê?	Quando?	Como?	Quanto?
Investir em capacitação profissional e aperfeiçoamento da gestão do negócio.	A gestora	SEBRAE, cursos online, workshops e na própria empresa	Desenvolver competências administrativas, financeiras e de atendimento ao cliente, melhorando a tomada de decisões.	Durante todo o funcionamento da empresa.	Participação em cursos, palestras, consultorias, leitura de materiais especializados e aplicação prática dos conhecimentos adquiridos.	Custo variável

Fonte: Elaboração própria (2026)

3.5.2 Plano de ações para as ameaças

Quadro 5 - Plano de ações para as ameaças

Ameaça: Alta concorrência						
O que?	Quem?	Onde?	Por quê?	Quando?	Como?	Quanto?
Investir em inovação, qualidade dos produtos e estratégias de fidelização de clientes.	A empresa	A empresa Milla's Doces	Diferenciar a empresa dos concorrentes e fortalecer sua posição no mercado.	Desde o início das atividades da empresa	Lançamento de novos produtos, programas de fidelidade, atendimento de excelência e fortalecimento da identidade da marca nas redes sociais.	Custo variável
Ameaça: Crise econômica						
O que?	Quem?	Onde?	Por quê?	Quando?	Como?	Quanto?
Desenvolver promoções e combos com preços acessíveis.	A empresa	Loja física e redes sociais	Manter o volume de vendas e atrair consumidores mesmo em períodos de redução do poder de compra.	Sempre que necessário.	Divulgação de promoções, descontos em produtos selecionados e criação de combos promocionais.	Sem custo

Fonte: Elaboração própria (2026)

4 PLANO DE MARKETING

O Plano de Marketing da Milla's Doces reúne o conjunto de estratégias que serão utilizadas para fortalecer a marca, conquistar clientes e ampliar sua participação no mercado de confeitaria em João Pessoa/PB. Para isso, são definidas ações relacionadas à segmentação do público-alvo, posicionamento da empresa, identidade da marca, portfólio de produtos, política de preços, canais de comercialização e estratégias de comunicação e promoção. Essas ações têm como finalidade gerar valor para os consumidores, aumentar a competitividade da empresa e contribuir para o crescimento sustentável do negócio.

4.1 Segmentação

A segmentação de mercado consiste na identificação e classificação dos consumidores em grupos que compartilham características, necessidades e hábitos de consumo semelhantes. Essa estratégia permite que a empresa direcione suas ações de marketing de forma mais eficiente, oferecendo produtos, serviços e experiências alinhados ao perfil de cada público.

No caso da Milla's Doces, a segmentação foi definida com base em critérios geográficos, demográficos, comportamentais e psicográficos. O público-alvo é composto principalmente por moradores de João Pessoa e região metropolitana, com predominância de jovens e adultos que buscam doces artesanais de qualidade para consumo próprio, presentes, comemorações e momentos de lazer. Além disso, a empresa pretende atender consumidores que valorizam produtos diferenciados, atendimento de qualidade, praticidade nas compras e facilidade de acesso por meio do delivery e das redes sociais.

Ao conhecer as preferências e o comportamento de seus clientes, a Milla's Doces poderá desenvolver campanhas promocionais mais assertivas, fortalecer o relacionamento com o público e aumentar a fidelização dos consumidores.

4.1.1 Demográficos

Formado por pessoas com faixa etária entre 10 a 65 anos pertencentes às classes de renda A, B e C.

4.1.2 Geográficos

Formado em sua maioria por moradores dos seguintes bairros de João Pessoa: Centro, Tambiá, Róger, Varadouro, Mandacaru, Torre, Jaguaribe, Padre Zé e Treze de Maio.

4.1.3 Psicográficos

Composto por pessoas que possuem uma rotina dinâmica e que buscam praticidade em suas refeições, especialmente estudantes e indivíduos que transitam de carro pela região. A maioria desse público é formada por estudantes, em razão da proximidade com instituições de ensino e do fluxo intenso gerado pela circulação escolar na área. Além disso, também se destaca o público que se desloca de automóvel para casa ou trabalho, considerando que a

avenida está localizada em uma região central da capital e apresenta grande movimentação diária de veículos.

4.2 POSICIONAMENTO

O posicionamento da Milla's Doces tem como objetivo construir uma imagem de referência no segmento de confeitarias em João Pessoa/PB, associando a marca à qualidade, ao atendimento diferenciado e à variedade de produtos. A empresa buscará ser reconhecida como uma opção confiável para consumidores que desejam doces artesanais, sobremesas e lanches preparados com ingredientes de qualidade e comercializados por preços compatíveis com o mercado.

Para consolidar esse posicionamento, a Milla's Doces investirá na oferta de produtos que atendam diferentes ocasiões de consumo, desde um lanche rápido até comemorações especiais, proporcionando uma experiência agradável aos clientes em todos os pontos de contato com a marca. O atendimento humanizado, a agilidade no serviço e a preocupação com a satisfação do consumidor serão fatores essenciais para fortalecer a fidelização e incentivar a recomendação da empresa.

Como diferencial competitivo, a doceria também adotará uma identidade visual moderna, composta pelas cores lilás, roxo e marrom, transmitindo elegância, criatividade e aconchego. Aliada à presença ativa nas redes sociais e aos serviços de delivery, essa estratégia contribuirá para ampliar a visibilidade da marca, fortalecer seu relacionamento com os consumidores e conquistar espaço em um mercado cada vez mais competitivo.

4.3 MARCA

O nome Milla's Doces foi escolhido por transmitir identidade, proximidade e personalidade à marca, além de remeter diretamente ao segmento de atuação da empresa. Portanto, a denominação busca criar uma conexão afetiva com os consumidores, associando a marca a produtos saborosos e momentos agradáveis. A Figura 1 apresenta o logotipo da empresa, que destaca as cores lilás, roxo e marrom, utilizadas para transmitir modernidade, sofisticação e diferenciação no mercado, além de representar visualmente o universo da doceria.

Figura 1 - Logotipo



Fonte: Elaboração própria (2026)

4.4 ESTRATÉGIA DE PRODUTO

A doceria Milla's Doces possui uma ampla variedade de doces, sobremesas e lanches, buscando atender às preferências e expectativas de seus clientes. Entre as opções ofertadas, destacam-se tortas, bolos, doces tradicionais, salgados e bebidas diversas. Todos os produtos disponíveis podem ser visualizados no Quadro 6.

Quadro 6 - Produtos Milla's Doces

Nº	PRODUTOS
1	Brigadeiro
2	Beijinho
3	Tortas de brigadeiro (fatia)
4	Tortas de morango com leite ninho e nutella (fatia)
5	Tortas de prestígio (fatia)
6	Tortas de limão (fatia)
7	Brownie
8	Cupcakes
9	Pudim (fatia)
10	Cheesecake
11	Cookies
12	Coxinha de frango com catupiry
13	Empada de frango com catupiry
14	Copo da felicidade de uva verde
15	Copo da felicidade de ninho com nutella e morango

A Milla's Doces busca proporcionar aos seus clientes uma experiência diferenciada por meio da oferta de produtos artesanais preparados com ingredientes de qualidade, variedade no cardápio e um atendimento acolhedor. A empresa disponibilizará opções para consumo no local, retirada na loja e delivery, oferecendo praticidade e comodidade aos consumidores em diferentes ocasiões.

O cardápio será composto por diversos produtos, incluindo brigadeiros, brownies, cupcakes, cheesecakes, pudins, cookies, fatias de tortas, bolos, copos da felicidade, salgados, bebidas quentes, sucos naturais, refrigerantes e águas.

Todos os produtos serão preparados seguindo padrões de qualidade, higiene e segurança alimentar, buscando proporcionar sabor, boa apresentação e uma experiência de

consumo que incentive a fidelização dos clientes. A relação completa das bebidas comercializados pela empresa pode ser visualizada no Quadro 7.

Quadro 7 - Bebidas Milla's Doces

Nº	PRODUTO
1	Refrigerantes
2	Sucos da polpa
3	Sucos da fruta
4	Café
5	Chocolate quente
6	Cappuccino
7	Smoothies de açaí
8	Água sem gás
9	Água com gás

Fonte: Elaboração própria (2026)

4.5 ESTRATÉGIAS DE PREÇO

A definição dos preços dos produtos da Milla's Doces será baseada em uma análise dos custos de produção, despesas operacionais, margem de lucro desejada e tributação incidente sobre as vendas. Além desses fatores, serão considerados os preços praticados pelas principais confeitarias de João Pessoa, garantindo que os valores sejam competitivos e compatíveis com a qualidade dos produtos oferecidos e com o perfil do público-alvo.

Para facilitar o processo de compra, a Milla's Doces aceitará diversas formas de pagamento, incluindo dinheiro, pix, cartões de débito e crédito, além de pagamentos realizados por meio de aplicativos de delivery. Essa diversidade de meios de pagamento proporcionará mais praticidade, segurança e conveniência aos consumidores.

4.6 ESTRATÉGIAS DE PRAÇA

A estratégia de distribuição da Milla's Doces foi desenvolvida com o objetivo de facilitar o acesso dos consumidores aos seus produtos, proporcionando conveniência e eficiência no atendimento. A empresa iniciará suas atividades com uma unidade física localizada na Via Expressa Airton Senna da Silva, no bairro do Roger, em João Pessoa/PB, região que apresenta intenso fluxo de veículos e pessoas, além de estar próxima a áreas comerciais e residenciais, fatores que favorecem a captação de clientes.

A comercialização será realizada diretamente ao consumidor final por meio do atendimento presencial na loja e do serviço de delivery, permitindo que os clientes escolham a forma de compra mais conveniente. As entregas serão efetuadas por motoboy, garantindo agilidade e segurança no transporte dos produtos.

Além da loja física, a Milla's Doces utilizará plataformas de delivery e canais digitais para ampliar seu alcance e atender consumidores de diferentes bairros da cidade. A empresa também buscará estabelecer parcerias com empresas, instituições e organizadores de eventos, oferecendo produtos para confraternizações, reuniões e datas comemorativas. Essas ações contribuirão para fortalecer a presença da marca, ampliar sua carteira de clientes e aumentar sua participação no mercado local.

4.7 ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO

As estratégias de promoção da Milla's Doces têm como objetivo fortalecer o reconhecimento da marca, atrair novos consumidores e estimular a fidelização dos clientes. Para isso, serão utilizadas ações de marketing digital e presencial, buscando ampliar o alcance da empresa e manter um relacionamento contínuo com seu público-alvo.

Antes do início das atividades, serão desenvolvidas campanhas de divulgação para despertar o interesse dos consumidores e criar expectativa em relação à inauguração da doceria. Durante esse período, serão publicados conteúdos nas redes sociais, apresentando a identidade da marca, os produtos oferecidos e informações sobre a abertura da empresa. No dia da inauguração, os clientes poderão participar de ações promocionais e ofertas especiais, incentivando a experimentação dos produtos e a divulgação espontânea da marca.

Após a inauguração, a empresa manterá presença ativa nas plataformas digitais, especialmente Instagram, TikTok e Facebook, com a publicação frequente de fotos, vídeos e conteúdos relacionados aos produtos, lançamentos, bastidores da produção, datas comemorativas e promoções. Essas ações buscarão aumentar o engajamento dos seguidores, fortalecer o relacionamento com os consumidores e ampliar a visibilidade da Milla's Doces.

Para ampliar o alcance da marca, a Milla's Doces buscará estabelecer parcerias com influenciadores digitais, empresas, instituições de ensino e estabelecimentos comerciais da região, promovendo ações de divulgação, degustações e campanhas conjuntas. Essas estratégias contribuirão para consolidar a imagem da empresa no mercado, fortalecer o relacionamento com os clientes e aumentar sua competitividade no segmento de confeitaria.

5 PLANO OPERACIONAL

O Plano Operacional da Milla's Doces apresenta a forma como serão organizadas e executadas as atividades necessárias para o funcionamento da empresa. Neste capítulo são descritos os processos operacionais, a estrutura física, os recursos humanos, os equipamentos, a capacidade de atendimento e a rotina de produção, evidenciando como os recursos disponíveis serão utilizados para garantir a eficiência das operações e a qualidade dos produtos oferecidos.

O planejamento operacional tem como finalidade assegurar que todas as etapas do funcionamento da doceria ocorram de maneira organizada, contribuindo para a satisfação dos clientes, a otimização dos processos internos e o alcance dos objetivos estabelecidos pela empresa.

5.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO

A Figura 2 apresenta a planta baixa da Milla's Doces, cuja estrutura foi planejada para proporcionar um ambiente funcional, organizado e confortável, tanto para os clientes quanto para os colaboradores. O estabelecimento possui uma área total de 56 m², distribuída entre salão de atendimento, cozinha, dois banheiros e área de apoio às operações.

O salão principal foi projetado para acomodar até 24 clientes, distribuídos em mesas estrategicamente posicionadas para facilitar a circulação no ambiente e garantir maior comodidade durante o atendimento. O balcão de exposição e atendimento será instalado em local de fácil visualização, permitindo que os clientes conheçam os produtos disponíveis e realizem seus pedidos de forma prática. Essa disposição também favorece a organização dos pedidos destinados ao consumo no local, retirada e delivery.

A cozinha foi planejada para atender às necessidades de produção diária, contando com os equipamentos indispensáveis para o preparo, armazenamento e conservação dos alimentos. A área de atendimento também disporá de um freezer vertical destinado à comercialização de bebidas, como refrigerantes, sucos e águas, mantendo os produtos armazenados em condições adequadas.

Visando proporcionar uma experiência agradável aos consumidores, a Milla's Doces contará com ambiente climatizado, acesso gratuito à internet por meio de Wi-Fi, televisão para entretenimento e uma decoração alinhada à identidade visual da marca. A combinação de iluminação adequada, mobiliário moderno e elementos decorativos contribuirá para criar um espaço acolhedor, confortável e atrativo, fortalecendo a experiência do cliente e agregando valor ao empreendimento.

Figura 2 - Layout



Fonte: Elaboração própria (2026)

5.2 CAPACIDADE PRODUTIVA

A capacidade produtiva da Milla's Doces foi definida considerando sua estrutura física, os equipamentos disponíveis, o número de colaboradores e a demanda estimada para o início das atividades. O espaço da empresa foi planejado para proporcionar eficiência na produção e no atendimento, permitindo que as operações sejam realizadas de forma organizada e mantendo o padrão de qualidade dos produtos.

Em relação ao atendimento presencial, a doceria possui capacidade para receber 24 clientes simultaneamente em seu salão, distribuídos em mesas que oferecem conforto e boa circulação. Além disso, a empresa estará preparada para atender pedidos destinados ao delivery e à retirada no local, ampliando sua capacidade de vendas sem comprometer a qualidade do atendimento.

À medida que a demanda aumentar, a Milla's Doces poderá ampliar sua capacidade operacional por meio da aquisição de novos equipamentos, contratação de colaboradores e otimização dos processos produtivos, garantindo maior produtividade e crescimento sustentável do empreendimento.

5.3 NECESSIDADE DE PESSOAL

Com o objetivo de assegurar a eficiência das operações e oferecer um atendimento de qualidade aos clientes, foi definido um quadro de colaboradores compatível com o porte e a demanda inicial da Milla's Doces. A equipe foi dimensionada para atender às atividades de produção, atendimento ao público, organização do ambiente e entregas, garantindo o bom funcionamento da empresa desde o início de suas operações.

Conforme apresentado no Quadro 8, a empresa contará com três atendentes, responsáveis pelo atendimento aos clientes, organização dos pedidos e apoio às vendas; um auxiliar de limpeza, encarregado da higienização dos ambientes e da manutenção das condições adequadas de limpeza; e um motoboy freelancer, contratado conforme a necessidade, para realizar as entregas dos pedidos de delivery. Essa estrutura permitirá atender a demanda inicial da doceria com eficiência, mantendo a qualidade dos serviços prestados e possibilitando futuras ampliações da equipe de acordo com o crescimento do empreendimento.

Quadro 8 - Necessidade de pessoal

Nº	CARGO	FUNÇÕES	QUALIFICAÇÕES	CARGA HORÁRIA	QTD
1	Gestora	Responsável pelo planejamento, administração financeira, controle de estoque, compras, gestão da equipe, atendimento aos fornecedores e acompanhamento das atividades da empresa.	Ensino superior completo ou em andamento em Administração, conhecimentos em gestão empresarial, informática, pacote Office, liderança, organização e boa comunicação.	Não definida	1
2	Atendente	Recepcionar os clientes, apresentar os produtos, registrar pedidos, organizar o balcão de exposição, embalar os produtos, operar o caixa e prestar atendimento presencial e por delivery.	Ensino médio completo, conhecimentos básicos de informática, boa comunicação, cordialidade, organização e agilidade no atendimento.	44 horas semanais	2
3	Cozinheira	Preparar os produtos do cardápio, manter a organização e higiene da cozinha e controlar os ingredientes.	Experiência na área, conhecimento em boas práticas de manipulação de alimentos, organização e responsabilidade.	44 horas semanais	1
4	Auxiliar de Limpeza	Realizar a limpeza e conservação da loja, cozinha, banheiros e demais ambientes, além de auxiliar na organização e higienização dos utensílios utilizados nas operações.	Ensino fundamental completo, conhecimento em procedimentos de limpeza e higiene, organização, responsabilidade e atenção aos detalhes.	44 horas semanais	1
5	Motoboy	Efetuar as entregas dos pedidos de delivery, garantindo agilidade, segurança e conservação dos produtos durante o transporte.	Ensino fundamental completo, motocicleta própria, Carteira Nacional de Habilitação (CNH) categoria A.	Flexível	1

Fonte: Elaboração própria (2026)

5.4 PLANEJAMENTO DE RECRUTAMENTO, SELEÇÃO E TREINAMENTO

A gestão de pessoas é um fator essencial para o sucesso da Milla's Doces, pois a qualidade dos produtos e do atendimento está diretamente relacionada ao desempenho de seus colaboradores. Dessa forma, serão adotados procedimentos de recrutamento, seleção e treinamento que possibilitem a contratação de profissionais qualificados e alinhados aos valores e objetivos da empresa.

5.4.1 Recrutamento

O processo de recrutamento será realizado por meio da divulgação das oportunidades de trabalho em plataformas digitais, redes sociais e indicações de colaboradores e parceiros. O objetivo será atrair candidatos que apresentem perfil compatível com as funções oferecidas, priorizando características como responsabilidade, comprometimento, boa comunicação, organização e capacidade de trabalho em equipe.

5.4.2 Seleção

Após o recebimento dos currículos, será realizada uma análise do perfil dos candidatos, considerando suas qualificações, experiências profissionais e habilidades comportamentais. Em seguida, os candidatos selecionados participarão de entrevistas individuais conduzidas pela gestora da empresa, permitindo avaliar aspectos como postura profissional, relacionamento interpessoal, disponibilidade de horários e identificação com a cultura organizacional da Milla's Doces. Desse modo, quando necessário, poderão ser aplicados testes práticos para avaliar a capacidade de atendimento ao cliente e o desempenho em atividades relacionadas à função.

5.4.3 Treinamento

Os colaboradores contratados participarão de um treinamento inicial antes do início de suas atividades, com o objetivo de conhecer os procedimentos internos da empresa e os padrões de qualidade estabelecidos. Durante esse processo, serão abordados temas como atendimento ao cliente, manipulação e conservação de alimentos, boas práticas de higiene, utilização dos equipamentos, organização do ambiente de trabalho, operação do sistema de vendas e procedimentos de segurança.

Além do treinamento inicial, a Milla's Doces incentivará a atualização contínua da equipe por meio de orientações periódicas e capacitações internas, contribuindo para o aprimoramento das competências dos colaboradores e para a melhoria contínua dos serviços prestados aos clientes.

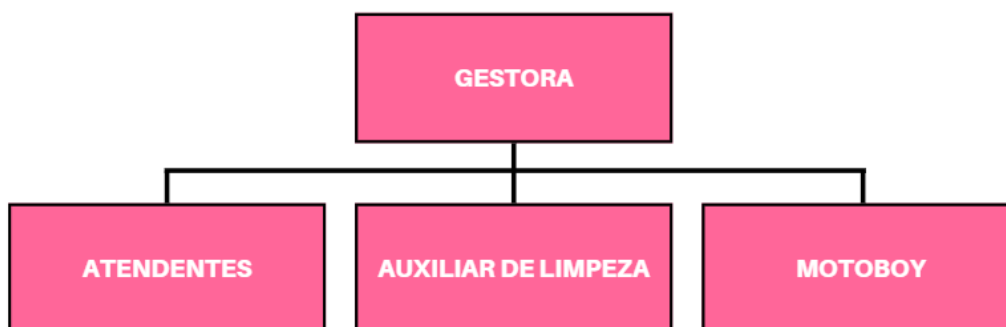
5.5 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Durante a fase inicial de funcionamento, a Milla's Doces contará com uma estrutura organizacional simples, compatível com o porte da empresa e com a demanda prevista para o início das atividades. Esse modelo permitirá maior integração entre os colaboradores, agilidade na comunicação e rapidez na resolução de problemas operacionais, contribuindo para a eficiência da gestão.

A gestora será responsável pelo planejamento, organização, coordenação e controle das atividades da empresa, além da administração financeira, relacionamento com fornecedores, definição de estratégias e supervisão da equipe. Os demais colaboradores atuarão de forma integrada, desempenhando suas funções de atendimento, limpeza e apoio às operações diárias, sempre buscando oferecer produtos e serviços de qualidade aos clientes.

A Milla's Doces adotará um modelo de gestão participativa, incentivando a comunicação aberta e a colaboração entre os membros da equipe. Dessa forma, os colaboradores poderão apresentar sugestões de melhorias relacionadas aos processos, atendimento e organização da empresa, favorecendo a inovação e o aprimoramento contínuo das atividades. A estrutura organizacional proposta para o empreendimento encontra-se representada na Figura 1.

Figura 3 - Estrutura organizacional



Fonte: Elaboração própria (2026)

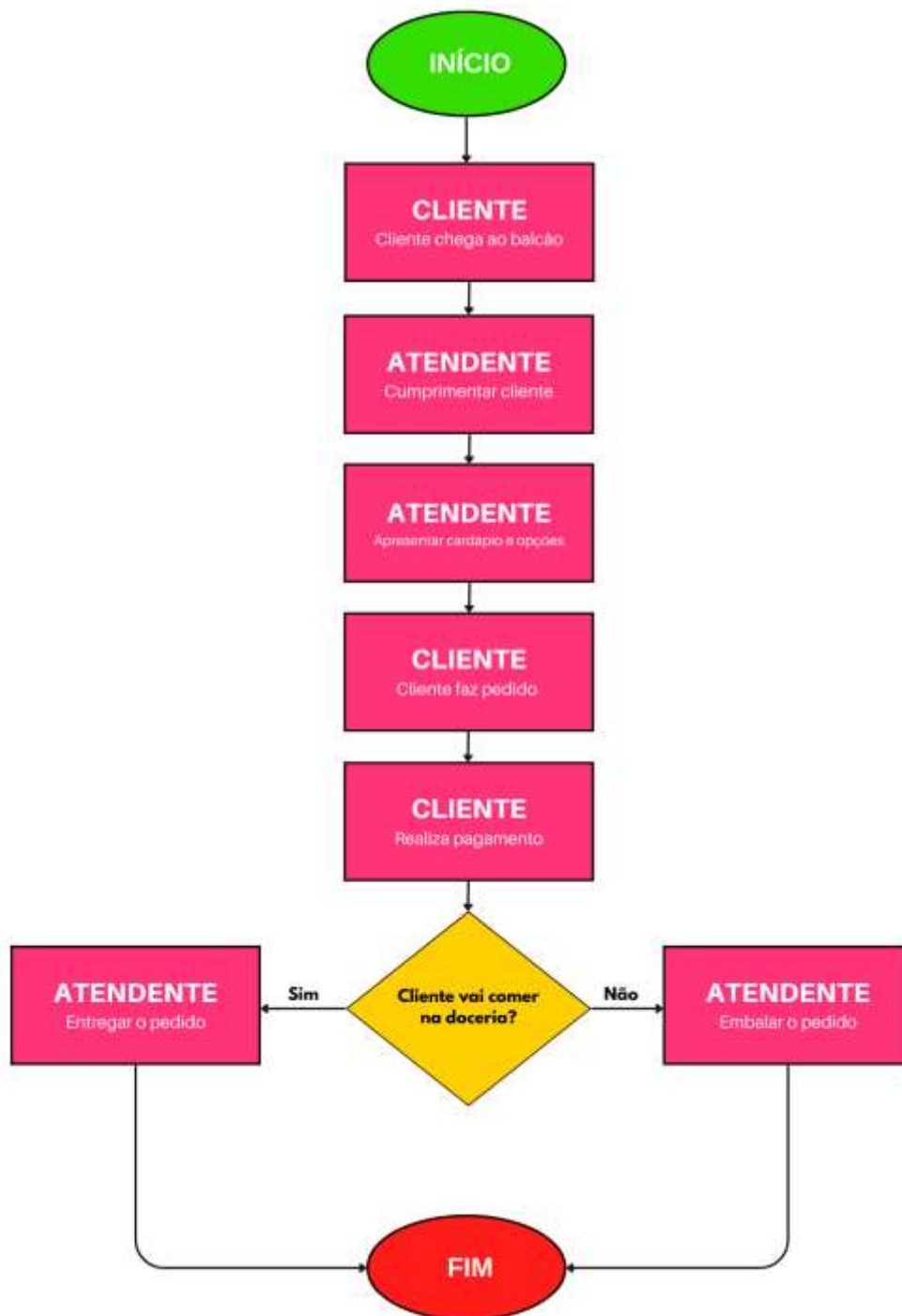
5.6 FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO AO CLIENTE NO BALCÃO

A Figura 4 apresenta o fluxograma do processo de atendimento ao cliente na Milla's Doces. O fluxo operacional foi estruturado para proporcionar um atendimento rápido, organizado e eficiente, garantindo a qualidade dos produtos e a satisfação dos consumidores durante toda a experiência de compra.

O atendimento inicia-se com a recepção do cliente e a apresentação dos produtos disponíveis no balcão. Em seguida, é realizado o registro do pedido no sistema, permitindo o encaminhamento para preparação e organização dos itens solicitados. Após a conferência dos produtos, o pagamento é efetuado por meio da forma escolhida pelo cliente, como dinheiro, pix, cartão de débito ou crédito. Finalizada essa etapa, os produtos são devidamente embalados e entregues ao consumidor, assegurando sua integridade e boa apresentação.

Esse fluxo de atendimento contribui para a padronização dos processos internos, reduz o tempo de espera dos clientes e favorece a eficiência das operações da Milla's Doces.

Figura 4 - Fluxograma de atendimento no balcão



Fonte: Elaboração própria, (2025).

5.7 FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO AO CLIENTE PELO DELIVERY

O atendimento por delivery da Milla's Doces será realizado por meio da plataforma Anota AI, que automatiza o recebimento e o gerenciamento dos pedidos. O sistema permite que os clientes consultem o cardápio, realizem pedidos, obtenham informações sobre formas de pagamento e esclareçam dúvidas por meio de um assistente virtual, proporcionando maior agilidade e eficiência no atendimento.

Após a confirmação do pedido, a solicitação será encaminhada para a produção, seguida da embalagem e da entrega pelo motoboy. O fluxograma do atendimento via delivery está apresentado na Figura 5.

Figura 5 - Fluxograma de atendimento pelo delivery



Fonte: Elaboração própria, (2026).

6 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro da doceria Milla's Doces apresenta as estimativas econômicas do empreendimento, permitindo aos empreendedores compreenderem os investimentos necessários para a abertura e funcionamento do negócio. Por meio dessas projeções, é possível analisar os recursos financeiros, custos e viabilidade da empresa, auxiliando na tomada de decisões estratégicas.

6.1 INVESTIMENTOS FIXOS

Os investimentos fixos compreendem os recursos destinados à aquisição dos bens permanentes necessários para a implantação e o funcionamento da Milla's Doces. Esses ativos possuem vida útil prolongada e são fundamentais para a realização das atividades operacionais da empresa, incluindo móveis, equipamentos, máquinas, utensílios e demais itens que compõem a estrutura física do empreendimento. O levantamento desses investimentos possibilita identificar o capital necessário para iniciar as operações da doceria e garantir a execução eficiente de suas atividades.

A Tabela 8 apresenta as máquinas e os equipamentos necessários para o funcionamento da Milla's Doces. Esses itens são indispensáveis para a produção, conservação, exposição e comercialização dos produtos, além de contribuírem para a eficiência dos processos operacionais e para a qualidade do atendimento aos clientes. O investimento contempla equipamentos utilizados no preparo dos alimentos, armazenamento, atendimento ao público e apoio às atividades administrativas da empresa.

Tabela 8 - Máquinas e Equipamentos (A)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Valor Total
1	Batedeira Elétrica	2	R\$ 450,00	R\$ 900,00
2	Panelas mexedoras	2	R\$ 1.270,00	R\$ 2.540,00
3	Mixer	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
4	Geladeira Comercial	1	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00
5	Fogão Industrial	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
6	Forno Industrial	1	R\$ 1.700,00	R\$ 1.700,00
7	Freezer horizontal 500L	1	R\$ 3.531,53	R\$ 3.531,53
8	Freezer Expositor 300L	1	R\$ 1.633,83	R\$ 1.633,83
9	Impressora térmica	1	R\$ 339,00	R\$ 339,00
10	Liquidificador	2	R\$ 170,00	R\$ 340,00
11	Maquineta de cartão de crédito e débito	1	R\$ 145,00	R\$ 145,00
12	Micro-ondas	1	R\$ 449,00	R\$ 449,00
13	Estufa para salgados	1	R\$ 455,00	R\$ 455,00
14	Fritadeira	1	R\$ 284,91	R\$ 284,91

15	Máquina de café	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
16	Smart TV LED 50 polegadas	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Subtotal (A)				R\$ 18.468,27

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 9 apresenta os móveis que compõem a estrutura física da Milla's Doces. Esses itens são essenciais para garantir a organização dos ambientes, o conforto dos clientes e o suporte às atividades operacionais da empresa. O investimento inclui mobiliário para o salão de atendimento, cozinha e área administrativa, contribuindo para um ambiente funcional, confortável e compatível com a proposta da doceria.

Tabela 9 - Móveis (B)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Valor Total
1	Armário planejado de cozinha	1	R\$ 1.370,00	R\$ 1.370,00
2	Balcão de atendimento	1	R\$ 550,00	R\$ 550,00
3	Cadeira caixa alta secretária giratória	3	R\$ 240,00	R\$ 720,00
4	Balcão personalizado para condimentos	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
5	Conjunto de mesas e cadeiras	6	R\$ 846,56	R\$ 5.079,40
6	Estante	2	R\$ 450,00	R\$ 900,00
7	Mesa de inox	1	R\$ 1.236,00	R\$ 1.236,00
Subtotal (B)				R\$ 11.855,40

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 10 apresenta os utensílios necessários para o desenvolvimento das atividades da Milla's Doces. Esses materiais são utilizados diariamente no preparo, armazenamento, organização e serviço dos produtos, sendo indispensáveis para garantir a eficiência dos processos, a segurança alimentar e a qualidade do atendimento. O investimento contempla utensílios de cozinha, recipientes, louças e acessórios utilizados tanto na produção quanto no atendimento aos clientes.

Tabela 10 – Utensílios (C)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Valor Total
1	Copo medidor 500ml	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
2	Espátula de inox	2	R\$ 14,99	R\$ 29,98
3	Farinheira	8	R\$ 16,90	R\$ 135,20
4	Kit de caixas organizadoras (3 un)	1	R\$ 114,93	R\$ 114,93
5	Kit de colheres de sobremesa (12 un)	2	R\$ 18,99	R\$ 37,98
6	Kit de colheres de medida (6 un)	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
7	Kit de cubas gastronômicas 1/6 (10 un)	2	R\$ 436,90	R\$ 873,80
8	Kit de pratos rasos (12 un)	2	R\$ 79,00	R\$ 158,00

9	Kit de utensílios de cozinha (12 peças)	2	R\$ 65,99	R\$ 131,98
10	Kit para cortar e servir bolos e tortas	1	R\$ 32,79	R\$ 32,79
11	Kit de pratos de sobremesa (24 un)	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
12	Kit de talheres (18 peças)	4	R\$ 30,99	R\$ 123,96
13	Jogo de panelas (13 peças)	1	R\$ 339,92	R\$ 339,92
14	Porta-bolos com tampa	4	R\$ 45,00	R\$ 180,00
15	Porta-guardanapos e canudos	6	R\$ 40,00	R\$ 240,00
16	Tábua de corte	2	R\$ 28,00	R\$ 56,00
17	Tigela em aço inox	2	R\$ 18,99	R\$ 37,98
18	Batedor de ovos em aço inox	2	R\$ 11,75	R\$ 23,50
19	Louças para servir no salão	1	R\$ 560,00	R\$ 560,00
20	Lixeiras	4	R\$ 15,00	R\$ 60,00
Subtotal (C)				R\$ 3.291,02

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 11 apresenta o investimento destinado aos equipamentos de informática da Milla's Doces. O computador será utilizado para o gerenciamento das atividades administrativas e operacionais da empresa, auxiliando no controle financeiro, cadastro de produtos, emissão de documentos, acompanhamento de vendas, controle de estoque e demais processos de gestão.

Tabela 11 - Computadores (D)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Valor Total
1	Computador	1	R\$ 1.189,00	R\$ 1.189,00
Subtotal (D)				R\$ 1.189,00

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 12 apresenta o total dos investimentos fixos necessários para a implantação da Milla's Doces. Esse valor corresponde à soma dos investimentos em máquinas e equipamentos, móveis, utensílios e equipamentos de informática, que constituem a estrutura permanente da empresa.

Tabela 12 - Total dos investimentos fixos

Total dos investimentos fixos (A+B+C+D)	R\$ 34.803,69
--	----------------------

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.2 ESTOQUE INICIAL

O estoque inicial da Milla's Doces corresponde ao conjunto de matérias-primas, ingredientes, embalagens e demais insumos necessários para dar início às atividades da empresa. Portanto, sua definição foi realizada com base na estimativa de demanda para os primeiros dias de funcionamento, buscando garantir a disponibilidade dos produtos sem gerar excesso de estoque. Dessa maneira, para este plano de negócios, foi considerado um volume suficiente para aproximadamente sete dias de operação, permitindo atender os clientes de forma eficiente enquanto são realizados os primeiros processos de reposição de mercadorias.

A Tabela 13 apresenta os ingredientes necessários para a produção das bebidas da Milla's Doces. O estoque inicial foi definido para atender a demanda estimada dos primeiros dias de funcionamento.

Tabela 13 - Ingredientes para bebidas (A)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Polpa de açaí (1kg)	3	R\$ 30,00	R\$ 90,00
2	Morango congelado (1kg)	3	R\$ 18,00	R\$ 54,00
3	Polpa de maracujá (1kg)	3	R\$ 35,90	R\$ 107,70
4	Polpa de graviola (1kg)	3	R\$ 32,90	R\$ 98,70
5	Polpa de abacaxi (1kg)	3	R\$ 24,90	R\$ 74,70
6	Polpa de uva (1kg)	3	R\$ 23,90	R\$ 71,70
7	Chocolate em pó (kg)	5	R\$ 30,00	R\$ 150,00
8	Morango fresco (bandeja)	10	R\$ 10,00	R\$ 100,00
9	Cacau em pó 50% (1kg)	2	R\$ 31,80	R\$ 63,60
10	Chantilly (250g)	2	R\$ 22,00	R\$ 44,00
11	Café (500g)	5	R\$ 29,41	R\$ 147,05
12	Cappuccino (1kg)	2	R\$ 100,00	R\$ 200,00
13	Leite (1L)	24	R\$ 5,35	R\$ 128,40
Subtotal (A)				R\$ 1.329,85

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 14 apresenta o estoque inicial de ingredientes complementares da Milla's Doces, utilizados no preparo e na finalização de diversos produtos do cardápio.

Tabela 14 – Complementos (B)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Leite condensado (395g)	50	R\$ 4,79	R\$ 239,50
2	Leite em pó (200g)	20	R\$ 7,13	R\$ 142,60
3	Paçoca (1kg)	5	R\$ 19,95	R\$ 99,75
4	Coco ralado (1kg)	1	R\$ 43,75	R\$ 43,75

5	Mel (1L)	1	R\$ 42,35	R\$ 42,35
6	Amendoim (5kg)	1	R\$ 75,00	R\$ 75,00
7	Amendoim granulado (1kg)	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
8	Pasta de amendoim (1kg)	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
9	Creme de leite (200g)	10	R\$ 2,84	R\$ 28,40
10	Doce de leite (5kg)	1	R\$ 75,00	R\$ 75,00
11	Nutella (3kg)	1	R\$ 242,16	R\$ 242,16
12	Granulados de chocolate (1kg)	5	R\$ 20,00	R\$ 100,00
13	Granulados de chocolate branco (1kg)	5	R\$ 20,00	R\$ 100,00
14	Gotas de chocolate (1kg)	4	R\$ 19,99	R\$ 79,96
15	Barra de chocolate branca (1kg)	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
16	Banana (kg)	5	R\$ 4,50	R\$ 22,50
17	Uva verde (kg)	5	R\$ 12,00	R\$ 60,00
18	Barra de chocolate meio amargo (1kg)	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
19	Barra de chocolate preta (1kg)	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
Subtotal (B)				R\$ 1.850,97

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 15 apresenta os ingredientes destinados à produção dos doces e salgados da Milla's Doces. O estoque inicial foi planejado para garantir o abastecimento das operações nos primeiros dias de funcionamento.

Tabela 15 - Ingredientes para salgados e doces (C)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Farinha de trigo (1kg)	20	R\$ 5,59	R\$ 55,90
2	Ovos (caixa c/ 30 un)	3	R\$ 18,00	R\$ 54,00
3	Açúcar (1kg)	5	R\$ 4,90	R\$ 24,50
4	Sal (1kg)	3	R\$ 3,09	R\$ 9,27
5	Óleo de soja (900ml)	6	R\$ 5,89	R\$ 35,34
6	Margarina (3kg)	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
7	Frango desfiado (400g)	4	R\$ 19,95	R\$ 79,80
8	Catupiry (1,5kg)	1	R\$ 55,90	R\$ 55,90
9	Queijo Mussarela (kg)	2	R\$ 17,98	R\$ 35,96
14	Ketchup (galão de 3kg)	1	R\$ 26,90	R\$ 26,90
15	Maionese (balde de 3kg)	1	R\$ 24,32	R\$ 24,32
16	Mostarda (galão de 3kg)	1	R\$ 21,50	R\$ 21,50
19	Tomate (kg)	5	R\$ 3,49	R\$ 17,45

20	Alho (kg)	1	R\$ 30,90	R\$ 30,90
21	Cebola (kg)	2	R\$ 3,99	R\$ 7,98
22	Pimenta do reino moída (50g)	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
23	Fermento em pó	2	R\$ 3,99	R\$ 7,98
24	Laranja (kg)	7	R\$ 3,45	R\$ 24,15
25	Limão (kg)	3	R\$ 5,18	R\$ 15,54
26	Cream cheese (kg)	2	R\$ 78,82	R\$ 157,64
27	Biscoito maisena (350g)	10	R\$ 5,00	R\$ 50,00
25	Farinha Panko	5	R\$ 18,99	R\$ 94,95
Subtotal (C)				R\$ 874,89

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 16 apresenta os materiais descartáveis utilizados nas atividades da Milla's Doces. Esses itens são essenciais para o armazenamento, a embalagem e a comercialização dos produtos, além de contribuir para a higiene e a qualidade do atendimento.

Tabela 16 - Descartáveis (D)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Garrafa descartável 300 ml (100 un)	3	R\$ 10,50	R\$ 31,50
2	Colher descartável (100 un)	2	R\$ 13,50	R\$ 27,00
3	Embalagens de isopor com tampa (50 un)	4	R\$ 30,00	R\$ 120,00
4	Colher de café (200 un)	2	R\$ 8,90	R\$ 17,80
5	Canudo (100 un)	5	R\$ 6,00	R\$ 30,00
6	Guardanapo (50 un)	10	R\$ 8,90	R\$ 89,00
7	Saco para delivery (50 un)	10	R\$ 40,00	R\$ 400,00
8	Saco para embalar (1000 un)	1	R\$ 85,00	R\$ 85,00
9	Papel filme (100 m)	1	R\$ 12,80	R\$ 12,80
10	Papel toalha (pacote)	5	R\$ 6,75	R\$ 33,75
11	Pano multiuso (50 un)	2	R\$ 17,90	R\$ 35,80
12	Luva descartável preta (100 un)	10	R\$ 11,50	R\$ 115,00
13	Touca descartável (100 un)	2	R\$ 10,10	R\$ 20,20
14	Forminha de doces tradicionais (500 un)	1	R\$ 21,10	R\$ 21,10
15	Copo com tampa descartável 250ml (100 un)	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
16	Forminha de cupcakes (500 un)	1	R\$ 21,10	R\$ 21,10
17	Bobina para impressora (30 un)	1	R\$ 109,11	R\$ 109,11
Subtotal (D)				R\$ 1.269,16

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 17 apresenta o estoque inicial de bebidas da Milla's Doces. Os produtos foram selecionados para complementar o cardápio da empresa e atender à demanda estimada para o início das atividades.

Tabela 17 - Bebidas (E)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Água sem gás (500ml)	48	R\$ 0,99	R\$ 47,52
2	Água com gás (500ml)	24	R\$ 1,25	R\$ 30,00
3	Coca-cola (350ml)	24	R\$ 3,79	R\$ 90,96
4	Coca-cola (220ml)	24	R\$ 2,69	R\$ 64,56
5	Fanta laranja (350ml)	12	R\$ 3,44	R\$ 41,28
6	Fanta uva (350ml)	12	R\$ 3,44	R\$ 41,28
7	Guaraná (350ml)	12	R\$ 3,49	R\$ 41,88
8	Sprite (350ml)	12	R\$ 3,19	R\$ 38,28
Subtotal (E)				R\$ 395,76

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 18 apresenta os produtos de limpeza que compõem o estoque inicial da Milla's Doces. Esses materiais são indispensáveis para a higienização dos ambientes, equipamentos e utensílios, garantindo o cumprimento das normas sanitárias e a qualidade das operações.

Tabela 18 - Produtos de limpeza (F)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Desinfetante (5L)	2	R\$ 9,90	R\$ 19,80
2	Multiuso (500ml)	2	R\$ 3,50	R\$ 7,00
3	Detergente (500ml)	6	R\$ 2,99	R\$ 17,94
4	Limpa vidros (500ml)	4	R\$ 3,30	R\$ 13,20
5	Água sanitária (1L)	4	R\$ 2,50	R\$ 10,00
6	Álcool gel (5L)	1	R\$ 36,90	R\$ 36,90
7	Álcool líquido (1L)	2	R\$ 8,00	R\$ 16,00
8	Esponja (kit c/ 10un)	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
9	Borrifador	2	R\$ 6,00	R\$ 12,00
10	Vassoura	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
11	Rodo	1	R\$ 18,00	R\$ 18,00
12	Saco de lixo 60L (100un)	1	R\$ 24,50	R\$ 24,50
13	Pano de chão	4	R\$ 6,00	R\$ 24,00
Subtotal (F)				R\$ 224,34

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 19 apresenta o valor total do estoque inicial da Milla's Doces, obtido pela soma dos investimentos em ingredientes, complementos, descartáveis, bebidas e produtos de limpeza.

Tabela 19 - Total do estoque inicial

Total do Estoque Inicial (A+B+C+D+E+F)	R\$ 5.945,06
---	---------------------

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.3 CAIXA MÍNIMO

O caixa mínimo corresponde ao valor que a Milla's Doces deverá manter disponível para assegurar o pagamento de suas obrigações de curto prazo, e garantir o funcionamento contínuo da empresa. Seu cálculo é fundamental para evitar dificuldades financeiras e manter o equilíbrio do fluxo de caixa.

Para determinar esse valor, foram analisados o prazo médio de recebimento das vendas (Tabela 20), o prazo médio de pagamento aos fornecedores (Tabela 21) e a necessidade média de manutenção de estoques (Tabela 22). A partir dessas informações, foi calculada a necessidade líquida de capital de giro em dias (Tabela 23). Em seguida, esse resultado foi relacionado ao custo operacional diário da empresa, permitindo obter o valor do caixa mínimo apresentado na Tabela 24. Por fim, o caixa mínimo foi somado ao investimento do estoque inicial, resultando no capital de giro necessário para o início das operações da Milla's Doces, conforme demonstrado na Tabela 25.

A Tabela 20 apresenta o prazo médio de recebimento das vendas da Milla's Doces. Esse indicador foi calculado considerando as formas de pagamento aceitas pela empresa e o percentual estimado de vendas em cada modalidade. O prazo médio obtido foi de 6,25 dias, informação utilizada para o cálculo da necessidade de capital de giro.

Tabela 20 - Prazo médio de recebimento de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média ponderada em dias
À vista	55,00	0	0
Débito	25,00	1	0,25
Crédito	20,00	30	6,00
Prazo médio total			6,25

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 21 apresenta o prazo médio de pagamento das compras da Milla's Doces. Esse indicador foi calculado com base nas condições de pagamento negociadas com os fornecedores, resultando em um prazo médio de 3,75 dias, utilizado na apuração da necessidade de capital de giro da empresa.

Tabela 21 - Prazo médio para pagamento de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média ponderada em dias
À vista	80,00	0	0
Prazo 1	15,00	15	2,25
Prazo 2	5,00	30	1,50
Prazo médio total			3,75

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 22 apresenta a necessidade média de estoque da Milla's Doces. Para este plano de negócios, foi considerado um período médio de 7 dias de estoque, garantindo a disponibilidade de matérias-primas e insumos necessários para atender à demanda prevista sem comprometer as operações da empresa.

Tabela 22 - Necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque (Número de dias)	7
--	----------

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 23 apresenta a necessidade líquida de capital de giro da Milla's Doces, calculada com base no prazo médio de recebimento das vendas, na necessidade média de estoques e no prazo médio de pagamento aos fornecedores. O resultado obtido foi de 9 dias, indicando o período em que a empresa precisará financiar suas operações com recursos próprios até o recebimento das vendas.

Tabela 23 - Necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a receber - prazo médio de vendas	6
2. Estoques - necessidade média de estoques	7
Subtotal Recursos fora do caixa	13
3. Fornecedores - prazo médio de compras	4
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	4
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	9

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 24 apresenta o cálculo do caixa mínimo da Milla's Doces, levando em consideração os custos fixos, os custos variáveis, o custo total mensal, o custo diário da empresa e a necessidade líquida de capital de giro. Com base nesses dados, foi possível determinar o valor mínimo de recursos financeiros que a empresa deverá manter em caixa para operar com segurança e preservar sua estabilidade financeira.

Tabela 24 - Caixa mínimo

Descrição	Valor
1. Custo fixo mensal	R\$ 21.819,88
2. Custo variável mensal	R\$ 51.798,60
3. Custo total da empresa	R\$ 73.618,48
4. Custo total diário	R\$ 2.831,48
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	9
Total de Caixa Mínimo	R\$ 25.483,32

Fonte: Elaboração própria (2026)

A Tabela 25 apresenta o cálculo do capital de giro inicial da Milla's Doces, composto pelo valor do estoque inicial e pelo caixa mínimo previamente determinado. Assim, a soma desses elementos permitiu identificar o montante de recursos necessários para financiar o início das operações da empresa, assegurando a continuidade das atividades e proporcionando maior estabilidade financeira durante os primeiros meses de funcionamento.

Tabela 25 - Capital de giro inicial

Descrição	Valor
Estoque Inicial	R\$ 5.945,06
Caixa Mínimo	R\$ 25.483,32
Total do Capital de Giro Inicial	R\$ 31.428,38

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.4 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Os investimentos pré-operacionais correspondem às despesas realizadas antes do início das atividades da Milla's Doces. Esses gastos são necessários para preparar a empresa para o funcionamento, abrangendo itens como registro do negócio, divulgação inicial, treinamentos, taxas e demais despesas relacionadas à implantação do empreendimento. A Tabela 26 apresenta os investimentos pré-operacionais previstos para a abertura da empresa.

Tabela 26 - Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 2.500,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 12.000,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 2.000,00

Cursos e treinamentos	R\$ 1.500,00
Outras despesas	-
Total	R\$ 18.000,00

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.5 INVESTIMENTO TOTAL

O investimento total corresponde ao montante de recursos necessários para a implantação da Milla's Doces. Esse valor é composto pelos investimentos fixos, destinados à aquisição de máquinas, equipamentos, móveis e utensílios; pelo capital de giro, necessário para manter as operações iniciais da empresa; e pelos investimentos pré-operacionais, referentes às despesas realizadas antes do início das atividades.

A Tabela 27 apresenta a composição do investimento total necessário para a abertura da empresa, evidenciando os recursos que deverão ser aplicados para garantir o início das operações e o funcionamento adequado do empreendimento.

Tabela 27 - Investimento total

Descrição	Valor
Investimentos Fixos	R\$ 34.803,69
Capital de Giro	R\$ 31.428,38
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 18.000,00
Total	R\$ 84.232,07

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.6 FATURAMENTO MENSAL

O faturamento mensal representa a receita estimada com a comercialização dos produtos oferecidos pela Milla's Doces durante um mês de operação. A projeção foi elaborada com base nos preços de venda praticados, na estimativa de demanda para cada item do cardápio e no potencial de vendas da empresa, considerando seu porte, localização e público-alvo.

A Tabela 28 apresenta a estimativa de faturamento mensal para cada produto, evidenciando o preço de venda, a quantidade prevista de unidades comercializadas e a receita gerada por cada item. Assim, essas estimativas permitem projetar o faturamento bruto mensal esperado da empresa e servem como base para as análises de viabilidade econômico-financeira do empreendimento.

Tabela 28 - Faturamento mensal

Nº	Descrição	Preço de Venda	Estimativa de Vendas	Faturamento Total
1	Brigadeiro (unidade)	5	900	R\$ 4.500,00
2	Beijinho (unidade)	6	700	R\$ 4.200,00
3	Tortas de brigadeiro (fatia)	28	600	R\$ 16.800,00
4	Tortas de morango com leite ninho e nutella (fatia)	29	400	R\$ 11.600,00
5	Tortas de prestígio (fatia)	27	200	R\$ 5.400,00
6	Tortas de limão (fatia)	25	100	R\$ 2.500,00
7	Brownie (unidade)	11	130	R\$ 1.430,00
8	Cupcakes (unidade)	10	100	R\$ 1.000,00
9	Pudim (fatia)	16	130	R\$ 2.080,00
10	Cheesecake (fatia)	20	75	R\$ 1.500,00
11	Cookie (unidade)	8	150	R\$ 1.200,00
12	Coxinha de frango com catupiry (unidade)	14	80	R\$ 1.120,00
13	Empada de frango com catupiry (unidade)	15	70	R\$ 1.050,00
14	Copo da felicidade de uva verde (350 g)	27	150	R\$ 4.050,00
15	Copo da felicidade de ninho com nutella e morango (350 g)	29	200	R\$ 5.800,00
16	Refrigerantes 350ml	8	250	R\$ 2.000,00
17	Refrigerantes 220ml	5	200	R\$ 1.000,00
18	Suco da polpa morango 300ml	15	100	R\$ 1.500,00
19	Suco da polpa maracujá 300ml	10	90	R\$ 900,00

20	Suco da polpa graviola 300ml	10	60	R\$ 600,00
21	Suco da polpa abacaxi 300ml	10	70	R\$ 700,00
22	Suco da polpa uva 300ml	10	80	R\$ 800,00
23	Suco de Laranja in natura 300ml	12	90	R\$ 1.080,00
24	Suco de Limão in natura 300ml	12	45	R\$ 540,00
23	Café 100ml	5	200	R\$ 1.000,00
24	Chocolate quente 300ml	12	80	R\$ 960,00
25	Cappuccino 200ml	13	80	R\$ 1.040,00
26	Smoothies de açaí 400ml	20	50	R\$ 1.000,00
27	Água sem gás 500ml	3,5	250	R\$ 875,00
28	Água com gás 500ml	4,5	150	R\$ 675,00
Total				R\$ 78.900,00

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.6.1 Projeção das Receitas

A projeção das receitas foi elaborada com o objetivo de estimar o comportamento do faturamento da Milla's Doces ao longo dos primeiros anos de funcionamento. Logo, adotou-se uma expectativa de crescimento gradual das vendas, considerando a consolidação da empresa no mercado, a fidelização dos clientes e o fortalecimento das ações de divulgação e marketing.

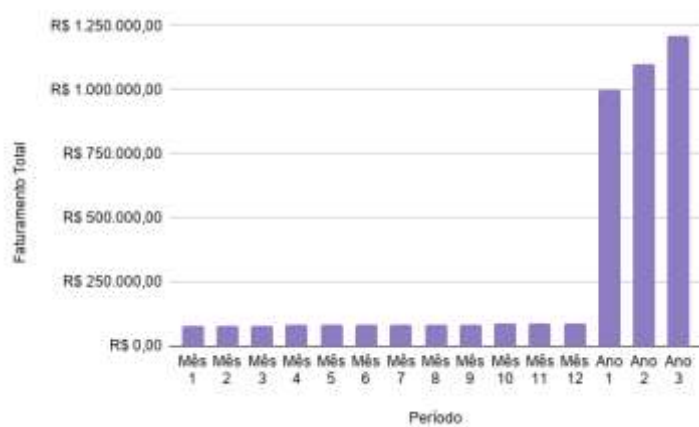
A Tabela 29 apresenta a estimativa das receitas para os doze primeiros meses de operação da Milla's Doces, bem como o faturamento projetado para os três primeiros anos de atividade da empresa. Dessa maneira, essas projeções fornecem uma base para as análises financeiras do plano de negócios, permitindo avaliar o potencial de crescimento e a sustentabilidade econômica do empreendimento. A projeção das receitas considera um crescimento a uma taxa constante de 1% ao mês para os primeiros 12 meses e 10% nos 2 anos seguintes.

Tabela 29 - Projeção das receitas

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 78.900,00
Mês 2	R\$ 79.689,00
Mês 3	R\$ 80.485,89
Mês 4	R\$ 81.290,75
Mês 5	R\$ 82.103,66
Mês 6	R\$ 82.924,69
Mês 7	R\$ 83.753,94
Mês 8	R\$ 84.591,48
Mês 9	R\$ 85.437,39
Mês 10	R\$ 86.291,77
Mês 11	R\$ 87.154,69
Mês 12	R\$ 88.026,23
Ano 1	R\$ 1.000.649,49
Ano 2	R\$ 1.100.714,44
Ano 3	R\$ 1.210.785,88

Fonte: Elaboração própria (2026)

Gráfico 10 - Projeção das receitas



Fonte: Elaboração própria (2026)

6.7 CUSTO UNITÁRIO

O custo unitário dos produtos da Milla's Doces foi apurado com base no consumo de matérias-primas, ingredientes, embalagens e demais insumos utilizados na produção de cada item do cardápio. Para esse cálculo, foram considerados apenas os custos diretos de produção, permitindo identificar o valor gasto na fabricação de cada produto.

As Tabelas 30 a 59 apresentam a composição dos custos unitários dos produtos comercializados pela empresa, informações que servirão de base para a definição dos preços de venda e para a análise da rentabilidade do negócio.

Tabela 30 - Produto: Brigadeiro

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Leite condensado	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
Manteiga	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Chocolate em pó	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Granulado	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Forminha de papel	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Total			R\$ 0,90

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 31 - Produto: Beijinho

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Leite condensado	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
Manteiga	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Coco ralado	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Açúcar cristal	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Forminha de papel	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Total			R\$ 0,80

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 32 - Produto: Torta de Brigadeiro (Fatia)

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Farinha de trigo	1	R\$ 0,07	R\$ 0,07
Açúcar	1	R\$ 0,07	R\$ 0,07
Manteiga	1	R\$ 0,09	R\$ 0,09

Ovos	1	R\$ 1,60	R\$ 1,60
Cacau em pó	1	R\$ 3,35	R\$ 3,35
Nescau	1	R\$ 1,35	R\$ 1,35
Fermento em pó	1	R\$ 0,19	R\$ 0,19
Recheio	1	R\$ 11,85	R\$ 11,85
Leite	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Cobertura	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Embalagem para fatia	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
Guardanapo e garfo descartável	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Total			R\$ 24,67

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 33 - Produto: Torta de Morango com Leite Ninho e Nutella (Fatia)

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Farinha de trigo	1	R\$ 0,07	R\$ 0,07
Açúcar	1	R\$ 0,07	R\$ 0,07
Manteiga	1	R\$ 0,09	R\$ 0,09
Ovos	1	R\$ 1,60	R\$ 1,60
Nutella	1	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Morango	1	R\$ 1,80	R\$ 1,80
Fermento em pó	1	R\$ 0,19	R\$ 0,19
Recheio	1	R\$ 11,85	R\$ 11,85
Leite	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Cobertura	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Embalagem para fatia	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
Guardanapo e garfo descartável	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Total			R\$ 24,27

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 34 - Produto: Torta de Prestígio (Fatia)

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Farinha de trigo	1	R\$ 0,07	R\$ 0,07

Açúcar	1	R\$ 0,07	R\$ 0,07
Manteiga	1	R\$ 0,09	R\$ 0,09
Ovos	1	R\$ 1,60	R\$ 1,60
Cacau em pó	1	R\$ 3,35	R\$ 3,35
Coco ralado	1	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Fermento em pó	1	R\$ 0,19	R\$ 0,19
Recheio	1	R\$ 11,85	R\$ 11,85
Leite	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Cobertura	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Embalagem para fatia	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
Guardanapo e garfo descartável	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Total			R\$ 24,32

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 35 - Produto: Torta de Limão (Fatia)

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Farinha de trigo	1	R\$ 0,07	R\$ 0,07
Açúcar	1	R\$ 0,07	R\$ 0,07
Manteiga	1	R\$ 0,09	R\$ 0,09
Ovos	1	R\$ 1,60	R\$ 1,60
Suco de limão	1	R\$ 0,60	R\$ 0,60
Fermento em pó	1	R\$ 0,19	R\$ 0,19
Recheio	1	R\$ 11,85	R\$ 11,85
Leite	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Cobertura	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Embalagem para fatia	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
Guardanapo e garfo descartável	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Total			R\$ 20,57

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 36 - Produto: Brownie

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
---------------------------------	-------------	-----------------------	--------------

Farinha de trigo	1	R\$ 0,17	R\$ 0,17
Cacau em pó	1	R\$ 0,24	R\$ 0,24
Manteiga	1	R\$ 0,33	R\$ 0,33
Ovos	1	R\$ 0,12	R\$ 0,12
Açúcar	1	R\$ 0,87	R\$ 0,87
Chocolate ao leite	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Chocolate meio amargo	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Forminha de plástico	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
Total			R\$ 2,58

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 37 - Produto: Cupcakes

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Massa para cupcakes	1	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Cobertura	1	R\$ 1,50	R\$ 1,50
Confeitos	1	R\$ 0,40	R\$ 0,40
Forminha de papel	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Embalagem	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Total			R\$ 3,70

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 38 - Produto: Pudim

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Leite condensado	1	R\$ 1,50	R\$ 1,50
Leite	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
Ovo	1	R\$ 0,80	R\$ 0,80
Açúcar	1	R\$ 0,30	R\$ 0,30
Embalagem para fatia	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
Total			R\$ 4,00

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 39 - Produto: Cheesecake

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
---------------------------------	-------------	-----------------------	--------------

Biscoito maizena	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Leite condensado	1	R\$ 0,29	R\$ 0,29
Ovo	1	R\$ 0,02	R\$ 0,02
Cream cheese	1	R\$ 2,60	R\$ 2,60
Geleia	1	R\$ 0,30	R\$ 0,30
Manteiga	1	R\$ 0,37	R\$ 0,37
Embalagem para fatia	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
Total			R\$ 4,43

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 40 - Produto: Cookies

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Farinha de trigo	1	R\$ 0,40	R\$ 0,40
Manteiga	1	R\$ 0,60	R\$ 0,60
Açúcar	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Chocolate meio amargo	1	R\$ 0,80	R\$ 0,80
Ovos	1	R\$ 0,02	R\$ 0,02
Embalagem para fatia	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
Total			R\$ 2,72

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 41 - Produto: Coxinha de Frango com Catupiry

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Massa	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
Frango desfiado	1	R\$ 1,10	R\$ 1,10
Catupiry	1	R\$ 0,60	R\$ 0,60
Farinha Panko	1	R\$ 0,40	R\$ 0,40
Embalagem	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Total			R\$ 3,30

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 42 - Produto: Empada de Frango com Catupiry

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
---------------------------------	-------------	-----------------------	--------------

Massa	1	R\$ 0,90	R\$ 0,90
Frango desfiado	1	R\$ 1,30	R\$ 1,30
Catupiry	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
Gema	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Embalagem	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Total			R\$ 3,60

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 43 - Produto: Copo da felicidade de uva verde

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Creme de leite Ninho	1	R\$ 2,30	R\$ 2,30
Uva verde	1	R\$ 2,20	R\$ 2,20
Copo, tampa e colher	1	R\$ 0,80	R\$ 0,80
Cobertura de chocolate ao leite	1	R\$ 3,00	R\$ 3,00
Embalagem	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Total			R\$ 8,50

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 44 - Produto: Copo da felicidade de ninho com nutella e morango

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Creme de leite Ninho	1	R\$ 2,30	R\$ 2,30
Morango	1	R\$ 2,00	R\$ 2,00
Nutella	1	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Copo, tampa e colher	1	R\$ 0,80	R\$ 0,80
Cobertura de chocolate ao leite	1	R\$ 3,00	R\$ 3,00
Embalagem	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Total			R\$ 10,80

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 45 - Refrigerantes 350ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Refrigerantes 350ml	1	R\$ 3,47	R\$ 3,47
Total			R\$ 3,47

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 46 - Refrigerantes 220ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Refrigerantes 220ml	1	R\$ 2,70	R\$ 2,70
Total			R\$ 2,70

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 47 - Sucos da polpa morango 300ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Morango congelado (100g)	1	R\$ 1,80	R\$ 1,80
Açúcar (opcional) (20g)	1	R\$ 0,09	R\$ 0,09
Garrafa descartável 300 ml	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Canudo	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Total			R\$ 2,45

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 48 - Sucos da polpa morango 300ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Polpa de maracujá (100g)	1	R\$ 3,59	R\$ 3,59
Açúcar (opcional) (20g)	1	R\$ 0,09	R\$ 0,09
Garrafa descartável 300 ml	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Canudo	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Total			R\$ 4,24

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 49 - Sucos da polpa graviola 300ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Polpa de graviola (100g)	1	R\$ 3,29	R\$ 3,29
Açúcar (opcional) (20g)	1	R\$ 0,09	R\$ 0,09
Garrafa descartável 300 ml	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Canudo	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Total			R\$ 3,94

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 50 - Sucos da polpa abacaxi 300ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Polpa de abacaxi (100g)	1	R\$ 2,49	R\$ 2,49
Açúcar (opcional) (20g)	1	R\$ 0,09	R\$ 0,09
Garrafa descartável 300 ml	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Canudo	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Total			R\$ 3,14

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 51 - Sucos da polpa abacaxi 300ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Polpa de uva (100g)	1	R\$ 2,39	R\$ 2,39
Açúcar (opcional) (20g)	1	R\$ 0,09	R\$ 0,09
Garrafa descartável 300 ml	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Canudo	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Total			R\$ 3,04

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 52 - Sucos da fruta laranja 300ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Laranja da in natura (3 unidades – 300g)	1	R\$ 2,10	R\$ 2,10
Açúcar (opcional) (20g)	1	R\$ 0,09	R\$ 0,09
Garrafa descartável 300 ml	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Canudo	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Total			R\$ 2,75

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 53 - Sucos da fruta limão 300ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Limão da in natura (3 unidades – 180g)	1	R\$ 1,50	R\$ 1,50
Açúcar (opcional) (20g)	1	R\$ 0,09	R\$ 0,09
Garrafa descartável 300 ml	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Canudo	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06

Total	R\$ 2,15
--------------	-----------------

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 54 - Café 100ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Café torrado e moído (10g)	1	R\$ 0,55	R\$ 0,55
Açúcar (opcional) (5g)	1	R\$ 0,02	R\$ 0,02
Copo descartável (120 ml)	1	R\$ 0,18	R\$ 0,18
Mexedor	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Total			R\$ 0,80

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 55 - Chocolate quente 300ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Leite integral (250ml)	1	R\$ 1,50	R\$ 1,50
Chocolate em pó 50%	1	R\$ 0,90	R\$ 0,90
Açúcar	1	R\$ 0,07	R\$ 0,07
Amido de milho	1	R\$ 0,12	R\$ 0,12
Chantilly (opcional)	1	R\$ 0,80	R\$ 0,80
Total			R\$ 3,39

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 56 - Cappuccino 300ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Leite integral (150 ml)	1	R\$ 0,90	R\$ 0,90
Cappuccino em pó (25g)	1	R\$ 1,30	R\$ 1,30
Açúcar	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Total			R\$ 2,25

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 57 - Smoothies de açaí 400ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Polpa de açaí (150 g)	1	R\$ 3,75	R\$ 3,75
Leite integral (150 ml)	1	R\$ 1,20	R\$ 1,20

Açúcar	1	R\$ 0,05	R\$ 0,05
Banana	1	R\$ 0,30	R\$ 0,30
Total			R\$ 5,30

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 58 - Água sem gás 500ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Água 500ml	1	R\$ 1,12	R\$ 1,12
Total			R\$ 1,12

Fonte: Elaboração própria (2026)

Tabela 59 - Água com gás 500ml

Materiais/Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Água 500ml	1	R\$ 1,12	R\$ 1,12
Total			R\$ 1,12

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.8 CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Os custos de comercialização correspondem às despesas relacionadas à venda e à divulgação dos produtos da Milla's Doces. Nessa categoria estão incluídos os tributos incidentes sobre o faturamento, os investimentos em publicidade e as taxas cobradas pelas operadoras de cartões. A Tabela 60 apresenta a estimativa desses custos, considerando o faturamento mensal projetado da empresa, servindo de base para a análise da viabilidade financeira e da formação do preço de venda.

Tabela 60 - Custos de comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Total
SIMPLES (Imposto Federal)	6%	R\$ 78.900,00	R\$ 4.734,00
Comissões (Gastos com Vendas)	-	R\$ 78.900,00	-
Publicidade (Gastos com Vendas)	2%	R\$ 78.900,00	R\$ 1.578,00
Taxas de cartões (Gasto com Vendas)	3%	R\$ 78.900,00	R\$ 2.367,00
Total com impostos		R\$ 4.734,00	
Gasto total com vendas		R\$ 3.945,00	
Total geral (impostos + vendas)		R\$ 8.679,00	

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.8.1 Projeção dos Custos de Comercialização

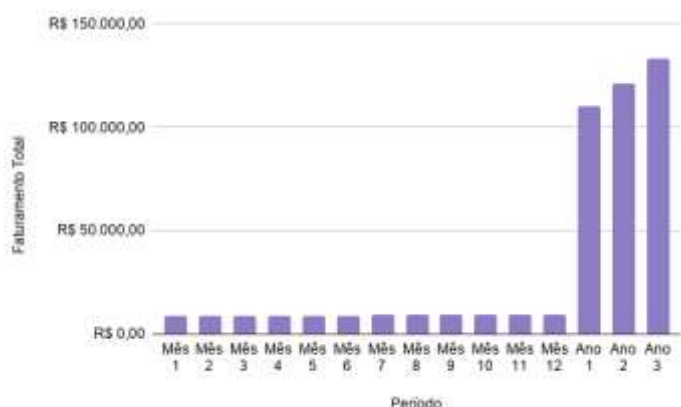
A Tabela 61 apresenta a estimativa dos custos de comercialização para os doze primeiros meses de operação, bem como a projeção anual para os três primeiros anos de atividade da empresa. Essas informações permitem avaliar o comportamento dessas despesas ao longo do tempo e contribuem para uma análise mais precisa da viabilidade econômico-financeira do empreendimento. Assim, para a projeção dos custos de comercialização foi considerado um crescimento a uma taxa constante de 1% ao mês para os primeiros 12 meses e 10% nos 2 anos seguintes.

Tabela 61 Projeção dos custos de comercialização

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 8.679,00
Mês 2	R\$ 8.765,79
Mês 3	R\$ 8.853,45
Mês 4	R\$ 8.941,98
Mês 5	R\$ 9.031,40
Mês 6	R\$ 9.121,72
Mês 7	R\$ 9.212,93
Mês 8	R\$ 9.305,06
Mês 9	R\$ 9.398,11
Mês 10	R\$ 9.492,09
Mês 11	R\$ 9.587,02
Mês 12	R\$ 9.682,89
Ano 1	R\$ 110.071,44
Ano 2	R\$ 121.078,59
Ano 3	R\$ 133.186,45

Fonte: Elaboração própria (2026)

Gráfico 11 - Projeção dos custos de comercialização



Fonte: Elaboração própria (2026)

6.9 APURAÇÃO DO CUSTO DE MD E/OU MV

A Tabela 62 apresenta a apuração do custo de MD e/ou MV, evidenciando a estimativa de vendas, o custo unitário e o custo total de cada item comercializado. Essas informações são fundamentais para a elaboração da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), contribuindo para a análise da lucratividade e da viabilidade econômico-financeira do empreendimento.

Tabela 62 - Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto	Estimativa de Vendas	Custo Unitário	CMD / CMV
1	Brigadeiro (unidade)	900	R\$ 0,90	R\$ 810,00
2	Beijinho (unidade)	700	R\$ 0,80	R\$ 560,00
3	Tortas de brigadeiro (fatia)	600	R\$ 24,67	R\$ 14.802,00
4	Tortas de morango com leite ninho e nutella (fatia)	400	R\$ 24,27	R\$ 9.708,00
5	Tortas de prestígio (fatia)	200	R\$ 24,32	R\$ 4.864,00
6	Tortas de limão (fatia)	100	R\$ 20,57	R\$ 2.057,00
7	Brownie (unidade)	130	R\$ 2,58	R\$ 335,40
8	Cupcake (unidade)	100	R\$ 3,70	R\$ 370,00
9	Pudim (fatia)	130	R\$ 4,00	R\$ 520,00
10	Cheesecake (fatia)	75	R\$ 4,43	R\$ 332,25
11	Cookie (unidade)	150	R\$ 2,72	R\$ 408,00
12	Coxinha de frango com catupiry (unidade)	80	R\$ 3,30	R\$ 264,00
13	Empada de frango com	70	R\$ 3,60	R\$ 252,00

	catupiry (unidade)			
14	Copo da felicidade de uva verde (350 g)	150	R\$ 8,50	R\$ 1.275,00
15	Copo da felicidade de ninho com nutella e morango (350 g)	200	R\$ 10,80	R\$ 2.160,00
16	Refrigerantes 350ml	250	R\$ 3,47	R\$ 867,50
17	Refrigerantes 220ml	200	R\$ 2,7	R\$ 540,00
18	Suco da polpa morango 500ml	100	R\$ 2,45	R\$ 245,00
19	Suco da polpa maracujá 500ml	90	R\$ 4,24	R\$ 381,60
20	Suco da polpa graviola 500ml	60	R\$ 3,94	R\$ 236,40
21	Suco da polpa abacaxi 500ml	70	R\$ 3,14	R\$ 219,80
22	Suco da polpa uva 500ml	80	R\$ 3,04	R\$ 243,20
23	Suco de laranja in natura 500ml	90	R\$ 2,75	R\$ 247,50
24	Suco de limão in natura 500ml	45	R\$ 2,15	R\$ 96,75
25	Café 100ml	200	R\$ 0,8	R\$ 160,00
26	Chocolate quente 300ml	80	R\$ 3,39	R\$ 271,20
27	Cappuccino 200ml	80	R\$ 2,25	R\$ 180,00
28	Smoothies de açaí 400ml	50	R\$ 5,3	R\$ 265,00
29	Água sem gás 500ml	250	R\$ 1,12	R\$ 280,00
30	Água com gás 500ml	150	R\$ 1,12	R\$ 168,00
Total				R\$ 43.119,60

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.9.1 Projeção dos Custos de MD e/ou MV

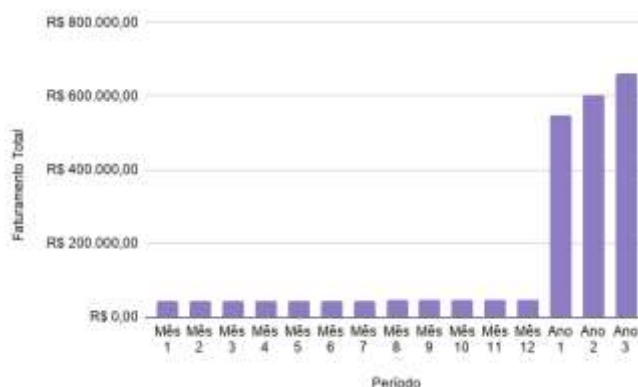
A Tabela 63 apresenta a estimativa dos custos de MD e/ou MV para os doze primeiros meses de operação, bem como a projeção anual para os três primeiros anos de atividade da empresa. Essas informações permitem acompanhar a evolução dos custos produtivos e servem de base para as análises de desempenho financeiro, rentabilidade e viabilidade do empreendimento. Para a projeção dos custos de materiais diretos foi considerado um crescimento de 1% ao mês para os primeiros 12 meses e 10% nos 2 anos seguintes.

Tabela 63 - Projeção dos custos de MD e/ou MV

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 43.119,60
Mês 2	R\$ 43.550,80
Mês 3	R\$ 43.986,30
Mês 4	R\$ 44.426,17
Mês 5	R\$ 44.870,43
Mês 6	R\$ 45.319,13
Mês 7	R\$ 45.772,32
Mês 8	R\$ 46.230,05
Mês 9	R\$ 46.692,35
Mês 10	R\$ 47.159,27
Mês 11	R\$ 47.630,86
Mês 12	R\$ 48.107,17
Ano 1	R\$ 546.864,46
Ano 2	R\$ 601.550,90
Ano 3	R\$ 661.705,99

Fonte: Elaboração própria (2026)

Gráfico 12 - Projeção dos custos de MD e/ou MV



Fonte: Elaboração própria (2026)

6.10 CUSTOS COM MÃO DE OBRA

Os custos com mão de obra compreendem as despesas relacionadas aos colaboradores da Milla's Doces, incluindo os salários e os encargos trabalhistas previstos na legislação, como FGTS, INSS, férias, décimo terceiro salário e demais obrigações.

A Tabela 64 apresenta a estimativa desses custos, considerando a quantidade de funcionários necessária para o funcionamento da empresa e os respectivos encargos sociais, permitindo mensurar o investimento mensal com a equipe.

Tabela 64 - Custos com mão de obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	% de Encargos	Encargos Sociais	Total
Atendente	2	R\$ 1.890,00	R\$ 3.780,00	36,8%	R\$ 1.391,04	R\$ 5.171,04
Cozinheira	1	R\$ 1.890,00	R\$ 1.890,00	36,8%	R\$ 695,52	R\$ 2.585,52
Auxiliar de Limpeza	1	R\$ 1.618,00	R\$ 1.618,00	36,8%	R\$ 595,42	R\$ 2.213,42
Total	4		R\$ 7.288,00		R\$ 2.681,98	R\$ 9.969,98

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.11 CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO

A Tabela 65 apresenta o cálculo da depreciação dos bens da Milla's Doces, considerando o valor de aquisição, a vida útil estimada de cada ativo e os respectivos valores de depreciação anual e mensal. Essas informações são utilizadas na elaboração da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) e contribuem para uma avaliação mais precisa dos custos operacionais do empreendimento. Para o cálculo foi considerado uma vida útil de 10 anos para máquinas, equipamentos, móveis e utensílios e 5 anos para computadores.

Tabela 65 - Custos com depreciação

Elemento	Valor do bem	Vida útil em anos	Depreciação anual	Depreciação mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 18.468,27	10	R\$1.846,83	153,90
Móveis e Utensílios	R\$ 15.146,42	10	R\$ 1.514,64	126,22
Computadores	R\$ 1.189,00	5	R\$ 237,80	19,82
Total			R\$ 3.599,27	R\$ 299,94

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.12 CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

Os custos fixos operacionais representam as despesas necessárias para manter a Milla's Doces em funcionamento, independentemente do volume de vendas realizado no período. Esses gastos incluem despesas administrativas, aluguel, serviços públicos, folha de pagamento, manutenção, depreciação e demais custos indispensáveis às operações da empresa. A Tabela 66 apresenta a estimativa dos custos fixos mensais, que servirão de base para o planejamento financeiro e para a análise da viabilidade do empreendimento.

Tabela 66 - Custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 2.800,00
Condomínio	-
IPTU	-
Água	R\$ 180,00
Energia Elétrica	R\$ 1.400,00
Telefone + Internet	R\$ 149,90
Honorários do contador	R\$ 650,00
Pró-Labore	R\$ 3.500,00
Manutenção de equipamentos	R\$ 250,00
Salários + Encargos	R\$ 9.969,98
Material de Limpeza	R\$ 300,00
Material de escritório	R\$ 120,00

Taxas diversas	R\$ 350,00
Serviços de terceiros	R\$ 1.500,00
Depreciação	R\$ 650,00
Total	R\$ 21.819,88

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.12.1 Projeção dos Custos fixos

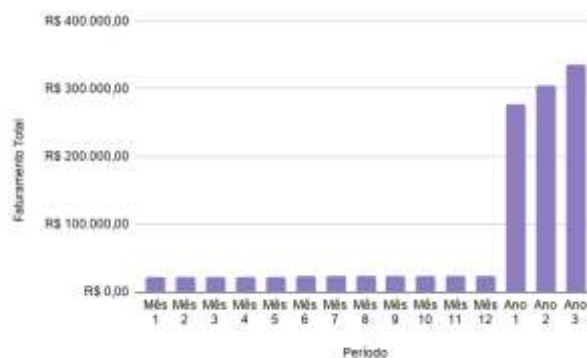
A Tabela 67 apresenta a estimativa dos custos fixos para os doze primeiros meses de operação, bem como a projeção anual para os três primeiros anos de funcionamento da empresa. Essas projeções possibilitam avaliar o comportamento das despesas operacionais ao longo do tempo e fornecem subsídios para as análises de viabilidade econômica e financeira do empreendimento. Para a projeção dos custos fixos foi considerado um crescimento a uma taxa constante de 1% ao mês nos primeiros 12 meses e 10% nos 2 anos seguintes.

Tabela 67 - Projeção dos custos fixos

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 21.819,88
Mês 2	R\$ 22.038,08
Mês 3	R\$ 22.258,46
Mês 4	R\$ 22.481,04
Mês 5	R\$ 22.705,85
Mês 6	R\$ 22.932,91
Mês 7	R\$ 23.162,24
Mês 8	R\$ 23.393,86
Mês 9	R\$ 23.627,80
Mês 10	R\$ 23.864,08
Mês 11	R\$ 24.102,72
Mês 12	R\$ 24.343,75
Ano 1	R\$ 276.730,69
Ano 2	R\$ 304.403,76
Ano 3	R\$ 334.844,14

Fonte: Elaboração própria (2026)

Gráfico 13 - Projeção dos custos



Fonte: Elaboração própria (2026)

6.13 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

A Tabela 68 apresenta o Demonstrativo do Resultado do Exercício da Milla's Doces, elaborado a partir das projeções de faturamento, custos variáveis e custos fixos da empresa. Os resultados obtidos permitem avaliar a rentabilidade do negócio e servem como base para a análise da viabilidade econômico-financeira do empreendimento, auxiliando o processo de tomada de decisão.

Tabela 68 - Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor anual	%
1. Receita total com vendas	R\$ 78.900,00	R\$ 946.800,00	100%
2. Custos variáveis totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV (*)	R\$ 43.119,60	R\$ 517.435,20	54,65%
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 4.734,00	R\$ 56.808,00	6,00%
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 3.945,00	R\$ 47.340,00	5,00%
Total de custos variáveis	R\$ 51.798,60	R\$ 621.583,20	65,65%
3. Margem de contribuição	R\$ 27.101,40	R\$ 325.216,80	34,35%
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 21.819,88	R\$ 261.838,56	27,66%
5. Resultado operacional: LUCRO	R\$ 5.281,52	R\$ 63.378,24	6,69%

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.13.1 Projeção do DRE

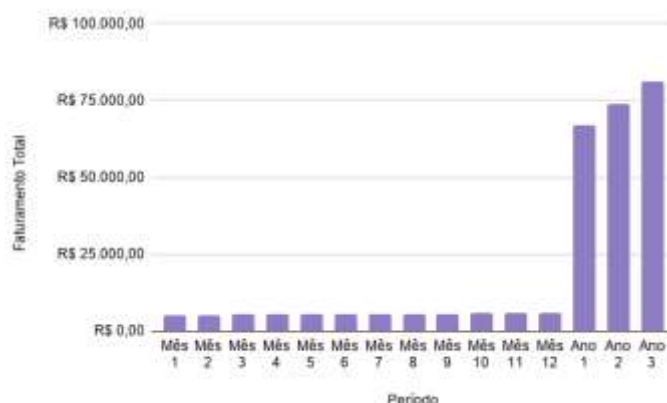
A Tabela 69 apresenta a projeção do resultado operacional para os doze primeiros meses de atividade, bem como a estimativa anual para os três primeiros anos de operação. Esses resultados possibilitam acompanhar a evolução da lucratividade do empreendimento e servem como suporte para a análise da sustentabilidade financeira e da viabilidade do negócio. Para a projeção do DRE foi considerado um crescimento a uma taxa constante de 1% ao mês nos primeiros 12 meses e 10% nos 2 anos seguintes.

Tabela 69 - Projeção do DRE

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 5.281,52
Mês 2	R\$ 5.334,34
Mês 3	R\$ 5.387,68
Mês 4	R\$ 5.441,56
Mês 5	R\$ 5.495,97
Mês 6	R\$ 5.550,93
Mês 7	R\$ 5.606,44
Mês 8	R\$ 5.662,50
Mês 9	R\$ 5.719,13
Mês 10	R\$ 5.776,32
Mês 11	R\$ 5.834,08
Mês 12	R\$ 5.892,42
Ano 1	R\$ 66.982,89
Ano 2	R\$ 73.681,18
Ano 3	R\$ 81.049,30

Fonte: Elaboração própria (2026)

Gráfico 14 - Projeção do DRE



Fonte: Elaboração própria (2026)

6.14 INDICADORES DE VIABILIDADE

Os indicadores de viabilidade financeira são ferramentas utilizadas para avaliar o desempenho econômico e a sustentabilidade da Milla's Doces. Por meio desses indicadores, é possível verificar a capacidade da empresa de gerar lucro, remunerar o capital investido, cobrir seus custos operacionais e recuperar o investimento inicial. Dessa maneira, a análise fornece informações relevantes para a tomada de decisão e para a avaliação da atratividade do empreendimento.

6.14.1 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio representa o nível mínimo de faturamento necessário para que a Milla's Doces cubra todos os seus custos e despesas, sem gerar lucro ou prejuízo. Portanto, esse indicador é obtido a partir da relação entre os custos fixos e a margem de contribuição, demonstrando o volume de vendas que a empresa precisa alcançar para manter suas operações de forma sustentável.

Margem de Contribuição: (Receita Total - Custos Variáveis) = R\$ 946.800,00 - R\$ 621.583,20 = R\$ 325.216,80

Ponto de Equilíbrio: (Custos Fixos / % de Margem de Contribuição) = R\$ 261.838,56 / 34,35% = R\$ 762.266,55

6.14.2 Lucratividade

A lucratividade demonstra o percentual da receita de vendas que efetivamente se transforma em lucro líquido após a dedução de todos os custos e despesas da empresa. Assim, esse indicador permite avaliar a eficiência operacional da Milla's Doces e sua capacidade de gerar resultados positivos a partir do faturamento obtido.

(Lucro Líquido / Receita Total) = R\$ 63.378,24 / R\$ 946.800,00 = 6,69%

6.14.3 Rentabilidade

A rentabilidade mede o retorno proporcionado pelo investimento realizado na implantação da Milla's Doces. Esse indicador evidencia a capacidade do empreendimento de remunerar o capital investido, sendo um importante parâmetro para avaliar a atratividade financeira da empresa.

$$(\text{Lucro Líquido} / \text{Investimento Total}) = \text{R\$ } 63.378,24 / \text{R\$ } 84.232,07 = 75,24\%$$

6.14.4 Prazo de Retorno do Investimento

O prazo de retorno do investimento, indica o tempo necessário para que o lucro gerado pela Milla's Doces recupere o valor investido em sua implantação. Dessa maneira, esse indicador auxilia na análise da viabilidade financeira, permitindo estimar o período necessário para que o investimento inicial seja integralmente recuperado.

$$(\text{Investimento Total} / \text{Lucro Líquido}) = \text{R\$ } 84.232,07 / \text{R\$ } 63.378,24 = 1,33 \text{ anos (15 meses)}$$

Tabela 70 - Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de equilíbrio	R\$ 762.266,55
Lucratividade	6,69%
Rentabilidade	75,24%
Prazo de retorno do investimento	15 meses

Fonte: Elaboração própria (2026)

6.15 CONSTRUÇÕES DE CENÁRIOS

Na Tabela 71 foram elaborados dois cenários, sendo um pessimista e outro otimista, considerando uma variação de 20% na receita de vendas, com o objetivo de verificar os impactos sobre o desempenho econômico da Milla's Doces.

Tabela 71 - Construção de cenários

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 78.900,00	100%	R\$ 67.065,00	100,00%	R\$ 90.735,00	100%
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos	R\$ 43.119,60	55%	R\$ 36.651,66	54,65%	R\$ 49.587,54	54,65%
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 4.734,00	6%	R\$ 4.023,90	6%	R\$ 5.444,10	6%
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 3.945,00	5%	R\$ 3.353,25	5%	R\$ 4.536,75	5%
Total de custos variáveis	R\$ 51.798,60	65,65%	R\$ 44.028,81	65,65%	R\$ 59.568,39	65,65%
3. Margem de contribuição	R\$ 27.101,40	34,35%	R\$ 23.036,19	34,35%	R\$ 31.166,61	34,35%
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 21.819,88	27,66%	R\$ 21.819,88	32,54%	R\$ 21.819,88	24,05%
5. Resultado operacional	R\$ 5.281,52	6,69%	R\$ 1.216,31	1,81%	R\$ 9.346,73	10,30%

Fonte: Elaboração própria (2026)

7 DECISÃO GERENCIAL

A análise do plano de negócios da Milla's Doces demonstra que o empreendimento é economicamente e financeiramente viável, apresentando potencial para atender à demanda do mercado de confeitaria em João Pessoa/PB. Os indicadores de viabilidade, aliados às projeções de receitas, custos e despesas, evidenciam a capacidade da empresa de gerar resultados positivos, recuperar o investimento realizado e manter suas operações de forma sustentável. Dessa forma, recomenda-se a implantação da Milla's Doces, uma vez que o negócio apresenta perspectivas favoráveis de crescimento e rentabilidade, tornando-se uma alternativa de investimento atrativa

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração deste plano de negócios possibilitou analisar a viabilidade da implantação da Milla's Doces, reunindo informações sobre o mercado, o planejamento estratégico, a estrutura operacional e a situação econômico-financeira do empreendimento. Logo, o desenvolvimento deste trabalho permitiu aplicar, na prática, os conhecimentos adquiridos ao longo da graduação em Administração, demonstrando a importância do planejamento para a criação de um novo negócio.

Primeiramente, a pesquisa de mercado possibilitou compreender o perfil do público-alvo, identificar os principais concorrentes e reconhecer oportunidades para a inserção da empresa no segmento de confeitaria. Com base nessas informações, foram definidas estratégias de posicionamento, divulgação e atendimento, buscando oferecer produtos de qualidade, variedade e uma experiência diferenciada aos clientes.

Segundamente, no aspecto financeiro, foram estimados os investimentos necessários para a abertura da empresa, bem como as projeções de receitas, custos, despesas e resultados. A análise dos indicadores de viabilidade demonstrou que o empreendimento possui condições de recuperar o investimento realizado e obter resultados positivos, evidenciando que a Milla's Doces apresenta potencial para se consolidar no mercado.

Dessa forma, conclui-se que o plano de negócios foi fundamental para demonstrar a viabilidade econômica e financeira do empreendimento, além de servir como instrumento de planejamento e apoio à tomada de decisões. Assim, espera-se que este plano de negócio contribua para a implantação da Milla's Doces e sirva como referência para a gestão da empresa, favorecendo seu crescimento, sua competitividade e sua permanência no mercado.

REFERÊNCIAS

ABIP. ABIA: indústria de alimentos criou 72 mil empregos diretos em 2024 - número de trabalhadores na cadeia produtiva chega a 10,4 milhões; 10,1% do total das pessoas ocupadas no Brasil. ABIP, 2025. Disponível em: <https://www.abia.org.br/releases/abia-industria-de-alimentos-criou-72-mil-empregos-diretos-em-2024-numero-de-trabalhadores-na-cadeia-produtiva-chega-a-104-milhoes-101-do-total-das-pessoas-ocupadas-no-brasil>. Acesso em: 17 set. 2025

ABRASEL. O que está em alta no mercado de confeitaria no Brasil? Oportunidades para 2025 e além. ABRASEL, 2025. Disponível em: <https://pe.abrasel.com.br/noticias/noticias/o-que-esta-em-alta-no-mercado-de-confeitaria-no-brasil-oportunidades-para-2025-e-alem/>. Acesso em: 15 set. 2025

CNN BRASIL. Morango do amor: confeitaria vende 3 mil unidades por dia no RJ. CNN BRASIL, 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/sudeste/rj/morango-do-amor-confeitaria-vende-3-mil-unidades-por-dia-no-rj/>. Acesso em: 18 set. 2025

SEBRAE. Saiba o que é uma pesquisa de mercado e seus benefícios. SEBRAE, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/saiba-o-que-e-uma-pesquisa-de-mercado-e-seus-beneficios,16cb8c180dfc5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 16 set. 2025

THOMPSON JR. A. A.; STRICKLAND III, J. A.; GAMBLE, E. J. Administração estratégica. 15. ed. Porto Alegre: AMGH, 2008. 127 p.

APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO

Pesquisa de Mercado - Doceria

O presente questionário trata-se de uma pesquisa de mercado para a realização de um TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) do curso de graduação em Administração da UFPB que será a criação de um plano de negócio para uma doceria. Por favor, responda às seguintes perguntas com honestidade para me ajudar a entender suas necessidades e expectativas. A pesquisa manterá os participantes em anonimato e todas as informações fornecidas serão utilizadas apenas para este fim.

Obrigada pela colaboração!

1. Qual é a sua idade?

- ☐ Menos de 18 anos
- ☐ 18 a 25 anos
- ☐ 26 a 35 anos
- ☐ 36 a 45 anos
- ☐ Mais de 45 anos

2. Qual é o seu gênero?

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

3. Qual é o seu grau de escolaridade?

- ☐ Sem escolaridade
- ☐ Fundamental Incompleto
- ☐ Fundamental Completo
- ☐ Médio Incompleto
- ☐ Médio Completo
- ☐ Superior Incompleto
- ☐ Superior Completo

4. Qual é a sua renda familiar mensal?

- ☐ Até R\$ 1.518,00
- ☐ De R\$ 1.518,00 a R\$ 4.554,00
- ☐ De R\$ 4.554,00 a R\$ 7.590,00
- ☐ Mais de R\$ 7.590,00

5. Com qual frequência você vai a docerias?

- ☐ Diariamente
- ☐ Semanalmente
- ☐ Mensalmente
- ☐ Anualmente
- ☐ Nunca

6. Qual é o horário que você mais vai a uma doceria?

- ☐ De 10:00 às 12:00 horas
- ☐ Depois do horário de almoço
- ☐ Ao longo da tarde
- ☐ Depois das 17:00 horas

7. Quais os dias da semana que você mais frequenta docerias?

- ☐ Segunda a quinta
- ☐ Sexta
- ☐ Sábado
- ☐ Domingo
- ☐ Feriados

8. Qual é a sua média de gasto individual cada vez que você faz uma compra em uma doceria?

- ☐ Até R\$ 10,00
- ☐ Entre R\$ 10,01 a R\$ 20,00
- ☐ Entre R\$ 20,01 a R\$ 40,00
- ☐ Entre R\$ 40,01 a R\$ 60,00
- ☐ Entre R\$ 60,01 a R\$ 80,00
- ☐ Mais que R\$ 80,00

9. O que você mais consome em uma doceria?

- ☐ Tortas
- ☐ Bolos
- ☐ Doces
- ☐ Salgados (coxinhas, pastéis, empadas)
- ☐ Sanduíches
- ☐ Petiscos
- ☐ Sorvetes
- ☐ Açaí
- ☐ Outros

10. Que tipos de bebidas você costuma consumir em docerias? (Pode responder mais de uma alternativa)

- ☐ Água
- ☐ Refrigerante
- ☐ Sucos
- ☐ Milkshakes
- ☐ Cafés
- ☐ Drinks

☐ Chocolate quente

☐ Outros

11. O que você considera mais importante em uma doceria?

☐ Atendimento

☐ Ambiente

☐ Localização

☐ Preço

☐ Qualidade dos produtos

☐ Variedade do cardápio

☐ Outros

12. O que você considera menos importante em uma doceria?

☐ Atendimento

☐ Ambiente

☐ Localização

☐ Preço

☐ Qualidade dos produtos

☐ Variedade do cardápio

☐ Outros

13. Você costuma comprar por delivery?

☐ Sim

☐ Não

14. Quais são as três docerias que você mais frequenta em João Pessoa?

☐ Sonho Doce

☐ Alê Pessoa Confeitaria

☐ Tortlas

☐ Santa Farra

☐ Camila Almeida

☐ Gigliola Doces

☐ Phamela Gourmet

☐ Duasx Doce Confeitaria

☐ Zeny Doces e Salgados

☐ Outros

15. Você acredita que os preços das docerias são:

☐ Caros

☐ Apropriados

☐ Baratos

15. Na sua opinião, o que uma doceria precisa para fazer sucesso?