



FRANCISCA LUSTOSA MIRANDA

THIÊGO VIRINO DE LIMA

PLANO DE NEGÓCIO

SORVETERIA DINDIN DA MÔNICA

FORTALEZA

2014.2

FRANCISCA LUSTOSA MIRANDA
THIÊGO VIRINO DE LIMA

PLANO DE NEGÓCIO
SORVETERIA DINDIN DA MÔNICA

Plano de Negócio apresentado ao curso de Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza – FAMETRO, como requisito parcial para a obtenção de grau de Bacharel.

Prof^a. Dulcinda Silva Carneiro -
Orientadora

FORTALEZA
2014.2

FRANCISCA LUSTOSA MIRANDA

THIÊGO VIRINO DE LIMA

PLANO DE NEGÓCIO

SORVETERIA DINDIN DA MÔNICA

Este estudo monográfico foi apresentado como requisito parcial para obtenção da titulação de Bacharel Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza – FAMETRO – tendo sido aprovado pela banca examinadora composta pelos professores.

Fortaleza ____ de _____ de 2014

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. M.e. Dulcinda Silva Carneiro - Orientadora

Prof. M.e. Marcelo Coelho – Banca Examinadora

Prof. M.e. Glauber Francisco S. Nogueira da Cunha- Banca Examinadora

DEDICATÓRIA

Dedico esse plano de negócio primeiramente a Deus, que nesses anos me deu força e nunca me deixou desistir desse grande sonho. À minha família que sempre me apoiou nas minhas decisões, aos meus amigos que sempre estiveram ao meu lado e ao meu trabalho que me cedeu tempo para realizar essa conquista.

Thiêgo Virino de Lima

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, que me concedeu o dom da vida, e por estar sempre do meu lado me ajudando. À minha família que é a minha base, razão da minha vida que sempre estão do meu lado me apoiando em cada dificuldade que a vida me impõe mostrando-me que eu sou capaz de vencer.

Francisca Lustosa Miranda

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me dar forças para conseguir chegar até aqui, aos meus pais, meus irmãos, principalmente a minha irmã Francélia (in memorian) que se estivesse viva com certeza estaria vibrando comigo por essa conquista, pois foi uma grande incentivadora para realização desse sonho, às minhas cunhadas, meus sobrinhos que sempre me apoiaram nesse projeto.

Aos professores que durante esses anos contribuíram não só para nossa profissão, mas também nos ensinando para vida, destacando entre eles nossa orientadora Dulcinda Carneiro que sempre nos foi tão atenciosa e nunca deixou que nos desanimássemos.

E em especial ao meu amigo Thiêgo Lima pela parceria e companheirismo na realização desse projeto e pela preciosa amizade que foi construída ao longo desses 4 anos e que perdurará para sempre.

Francisca Lustosa Miranda

Primeiramente a Deus que permitiu que esse grande sonho se realizasse.

Aos meus avós maternos Alberto de Queiroz e Margarida Maria que me criou desde quando nasci e me deu toda educação que precisei. À minha mãe Mônica Maria que esteve sempre presente em minha criação me ensinando o melhor da vida, a minha tia Ana Cristina que financiou todo meu estudo até o ensino médio e ao meu único irmão e amigo que sempre me apoiou nas minhas decisões.

E claro essa minha amiga e irmã Francisca Lustosa por tudo que passamos juntos ao longo desses 4 anos, foram momentos bons e ruins e mesmo assim estávamos juntos para superar todas dificuldades e a todos os nossos professores que nos enriqueceram de conhecimentos. Obrigado por tudo.

Thiêgo Virino de Lima

SUMÁRIO

| | |
|-------------------------------------------------------------|----|
| 1 SUMÁRIO EXECUTIVO | 08 |
| 1.1 Produtos e Serviços | 08 |
| 1.2 Localização | 09 |
| 1.2.1 Proximidade de Clientes e Parceiros | 09 |
| 1.2.2 Disponibilidade de Utilidade de Meios e Acessos | 10 |
| 1.3 Estado das Instalações | 10 |
| 1.4 Expansão | 10 |
| 1.5 Equipe Dirigente | 11 |
| 1.6 Descrição Legal | 12 |
| 2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO | 12 |
| 2.1 Missão e Visão | 12 |
| 2.2 Análise Econômica | 13 |
| 2.3 Análise SWOT | 14 |
| 3 PLANO DE MARKETING | 15 |
| 3.1 Os 4 P's | 15 |
| 3.1.1 Produtos | 16 |
| 3.1.2 Serviços | 17 |
| 3.1.3 Preço | 18 |
| 3.1.4 Promoção, Distribuição e Marca | 18 |
| 3.2 Fornecedores | 19 |
| 3.3 Clientes | 19 |
| 4 PESQUISA DE MERCADO | 20 |
| 5 PLANO DE OPERAÇÕES | 22 |
| 5.1 Layout | 22 |
| 5.2 Funcionamento | 22 |
| 5.3 Quadro de Pessoal | 23 |
| 5.4 Plano de Vendas | 23 |
| 6 PLANO FINANCEIRO | 24 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS – TESTE DE VIABILIDADE | 24 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS | 25 |
| ANEXOS | 26 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 34 |

A única coisa que importa é colocar em prática, com sinceridade e seriedade, aquilo em que se acredita.

Dalai Lama

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

A ideia de criação da empresa surgiu a partir de um sonho de ser empreendedores e proporcionar à população do bairro um ambiente agradável onde os mesmos pudessem se reunir com os amigos, com a família degustando excelentes sorvetes e picolés, visto que na localidade há uma carência do negócio proposto. O sonho se tornou um negócio onde pretendemos atingir o sucesso.

A Gestão Financeira ficará com o sócio Thiêgo Virino de Lima graduado em administração com experiência em finanças adquirida no desenvolvimento do seu trabalho no BANCO ITAÚ, responsabilizando-se ao final de cada mês em demonstrar a regularidade fiscal e financeira com a contabilidade atualizada.

A Gestão do Desenvolvimento Humano será administrada pela sócia Francisca Lustosa Miranda graduada em Administração com bastante experiência na área de recursos humano adquirido no desenvolvimento do seu trabalho no BANCO DO NORDESTE DO BRASIL.

O capital inicial investido é de R\$ 30.000, dividido em partes iguais de R\$ 15.000 para cada sócio, que prever a compra de materiais e equipamentos para abertura da sorveteria. Constatamos que o plano de negócio da sorveteria se tornou-se viável com base na análise dos resultados e das projeções da receita anual.

1.1 Produtos e Serviços

A sorveteria *Dindin da Mônica* pretende atuar no ramo de forma a mudar o conceito de sorveterias do bairro onde será instalada. Comercializará um *mix* variado de sorvetes finos e tradicionais, picolés e dindins dos mais diversos sabores, milk shakes , bebidas naturais como sucos, vitaminas, refrigerantes e águas.

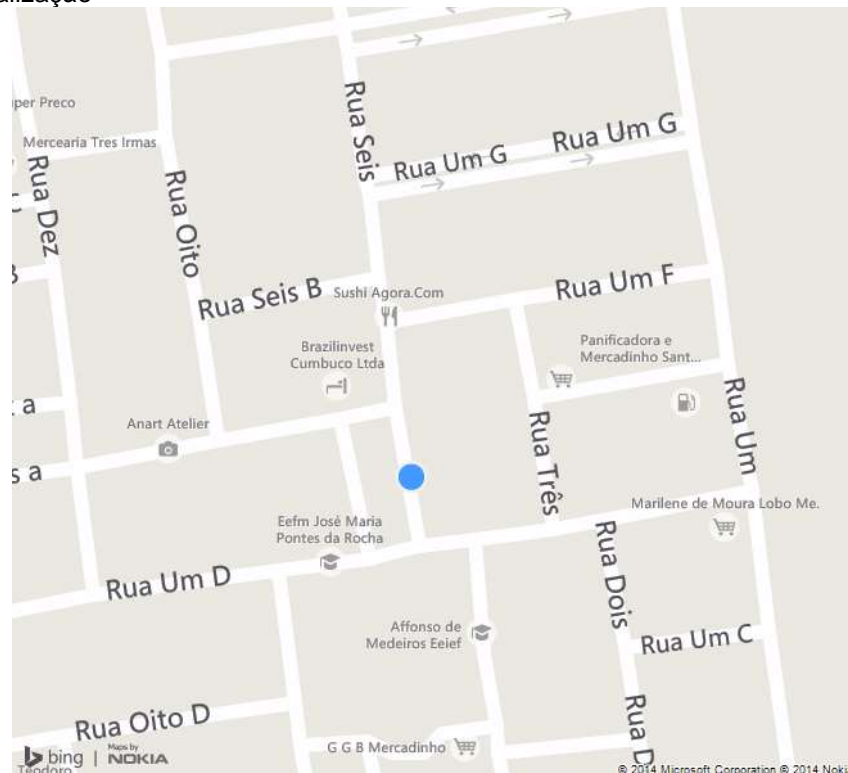
Os produtos estão divididos em cinco categorias:

1. Sorvetes Finos:
2. Sorvetes Tradicionais:
3. Picolés e Dindins
4. Líquidos em Geral
5. Coberturas

1.2 Localização

O empreendimento estará situado no Logradouro R. Seis n. 84A, CEP: 61.635-180 Tabapuá - Caucaia, Ceará, Brasil

Figura 1 - Localização



Fonte: Google maps (2014)

1.2.1 Proximidade de Clientes e Parceiros

O empreendimento está situado em uma rua com vários pontos comerciais no ramo alimentício, desde pequenos empreendimentos como quiosques até edificações com um pouco mais de conforto. A sorveteria *Dindin da Mônica* funcionará em frente a um restaurante self service com cardápio de comidas chinesas e nordestinas, que é vizinho da farmácia central do bairro e de uma casa que também investe no ramo alimentício com pratinhos variados de comidas típicas da região. Nas duas praças que pertencem à vizinhança da rua também se encontram pequenos comerciantes com variações nas ofertas de alimentos tais como: pastéis, caranguejos, sanduíches entre outros. Nessa localidade verifica-se a

oportunidade de um novo negócio que a mesma não possui a de sobremesa, que é a proposta da sorveteria *Dindin da Mônica*.

1.2.2 Disponibilidade de Utilidades e Meios de Acessos

A sorveteria disporá de uma estrutura moderna, com características de uma sorveteria de bairro constituída por instalações agradáveis e som ambiente. O espaço externo trará um conforto especial com cadeiras cobertas por estofados que deixarão os clientes mais a vontade. Além disso, a estrutura já possui ponto de energia, telefonia, água, saneamento básico, espaço para expor layout tanto na frente do ponto como na lateral.

Está localizada em frente ao ponto de ônibus e de praças de entretenimento bastante movimentadas.

1.3 Estado das Instalações e Necessidade de Reformas

O ponto comercial encontra-se em perfeito estado de conservação, pois o prédio foi totalmente reformado recentemente, na parte inferior foi dividido em quatro pontos comerciais sendo 3 em funcionamento e o ponto a ser locado para implantação do projeto da sorveteria, todos pintado com cerâmicas novas, portas de vidros para condicionar ar-condicionado, portas corrediças de aço protetoras, além de banheiro e copa com pia.

O local destinado à sorveteria tem espaço adequado para a instalação de freezers, balcão, cadeiras e mesas. O custo da instalação total para abertura da sorveteria ficou em torno de R\$ 14.000,00.

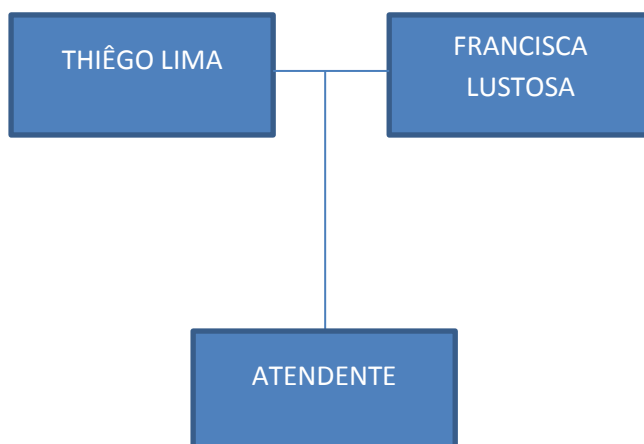
1.4 Expansão

A sorveteria *DINDIN DA MÔNICA* atualmente não tem intenção de abrir filiais nos próximos 2 anos, porém as oportunidades poderão surgir com o tempo de acordo com os resultados obtidos nesse primeiro período.

1.5 Equipe Dirigente

O empreendimento será constituído por Thiêgo Virino de Lima, sócio-proprietário 1, brasileiro, solteiro, registrado sob RG 200XXXXXXX¹ Órgão Exp. e com CPF 034.XXXXXXX², residente e domiciliado no município de CAUCAIA e estado do Ceará, no endereço residencial, Rua 3, Nº 71, Bairro TABAPUÁ, CEP 61.635-150 – Brasil. Graduando em Administração pela Faculdade Metropolitana de Fortaleza – FAMETRO, possui experiência na área administrativa e financeira, atual bancário. Focado no seu desenvolvimento realizou diversos cursos de aperfeiçoamento buscando aprimorar conhecimentos. FRANCISCA LUSTOSA MIRANDA, sócio-proprietário 2, brasileira, solteira, registrado sob RG 246XXXXXX³ Órgão Exp. e com CPF 123.XXX.XXX.-XX⁴, residente e domiciliado no município de Fortaleza e estado do Ceará, no endereço residencial, Rua HUMBERTO MONTE, 1220,AP-401, Bairro PARQUELÂNDIA, CEP 60.000-000 – Brasil. Graduando em Administração pela Faculdade Metropolitana de Fortaleza – FAMETRO, possui experiência gestão de pessoas, administrativo, financeiro e comercial. Focado no seu desenvolvimento realizou diversos cursos de aperfeiçoamento buscando aprimorar conhecimentos.

Figura 2 - Organograma



Fonte: Autores 2014

¹ Numeração suprimida por razões de sigilo aos dados, não existir um termo de confidencialidade.

² Numeração suprimida por razões de sigilo aos dados, não existir um termo de confidencialidade.

³ Numeração suprimida por razões de sigilo aos dados, não existir um termo de confidencialidade.

⁴ Numeração suprimida por razões de sigilo aos dados, não existir um termo de confidencialidade.

1.6 Descrição Legal

O Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições – Simples Nacional – é um sistema de tributação instituído pela Lei Complementar 123/2006 (BRASIL, 2006), criado com o objetivo de facilitar o cálculo e pagamentos dos tributos devidos pelas micro e pequenas empresas brasileiras (SEBRAE, 2009).

Em vigor desde julho de 2007, o Simples Nacional vem sendo alvo de estudos direcionados à sua eficácia, sobretudo quanto à desoneração tributária.

Conforme Lei Complementar Federal 123/2006 e Resolução do Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN) 95/2011 que regulamentam o enquadramento de empresas de pequeno porte e optando do simples nacional. A empresa prever receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais). Enquadrada no código CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) subclasse nº 5611-2/03- Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares.

2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Segundo SERTEK, GUINDANI e MARTINS (2007, pag. 43) “O planejamento estratégico é o processo que determina como a organização pode chegar onde deseja e o que fará para executar seus objetivos”.

O planejamento estratégico é fundamental para que a empresa alcance seus objetivos, diante de um mercado cada vez mais exigente e competitivo é preciso ter foco e comprometimento para que possamos adaptar-se as mudanças, identificar novas tendências e definir resultados a serem alcançados.

Nesse trabalho o planejamento estratégico está restrito a definição de missão e visão e a análise dos pontos fortes e pontos fracos e das oportunidades e ameaças.

2.1 Missão e Visão

A organização precisa saber qual caminho seguir, para isso dispõe de uma missão que orienta e direciona o futuro da mesma.

Segundo Chiavenato (2010, p.63.): A missão funciona com o propósito orientador para as atividades da organização e para aglutinar os esforços dos seus membros, serve para clarificar e comunicar os objetivos da organização, seus valores básicos e a estratégia organizacional.”

Missão: Proporcionar prazer e diversão com um toque gelado para todos os clientes oferecendo serviços de qualidade e com responsabilidade que atenda suas necessidades.

A visão é o que a empresa almeja para o futuro.

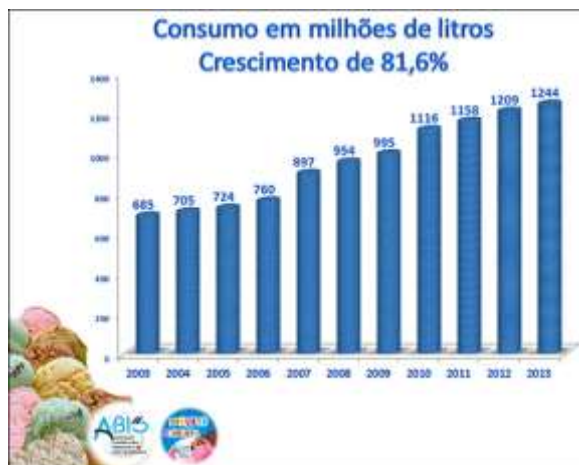
Ainda de acordo com Chiavenato (2010, p.65) “Visão é a imagem que a organização tem a respeito de si mesma e do seu futuro. É o ato de ver a si própria projetada no espaço e no tempo”.

Visão: Ser líder de mercado no conceito de sorvetes diferenciados resgatando raízes e levando para todo o mundo a cultura que vem da família nos próximos 3 anos.

2.2 Análise Econômica

Segundo a Associação Brasileira das Indústrias do Setor de Sorvetes (ABIS, 2013), O mercado de sorvetes no Brasil vivencia um crescimento inédito alavancado por dois fenômenos: as fortes ondas de calor em locais que antes tinham temperaturas mais amenas e também o fortalecimento da economia brasileira que impulsionou o consumo generalizado das classes mais populares.

Figura 3- Estatística



Fonte: ABIS 2013

Tendo em vista estas informações, nota-se uma grande oportunidade neste ramo de negócio que deverá ser instalado no bairro TABAPUÁ na cidade de Caucaia. Nossa estratégia em curto prazo é identificar e conhecer o Público-alvo, fornecedores e concorrentes através de pesquisas elaboradas para analisar o perfil da população estudada, buscando descobrir seus hábitos e atitudes, pois este é um mercado consumidor numeroso que abrange toda população.

Diante da situação citada acima torna-se necessário um estudo mais aprofundado que faremos através da Análise swot, que é uma importante ferramenta da administração que serve para estudar, de forma integrada o processo de análise estratégica, depois de identificadas as oportunidades e ameaças ambientais e os pontos fortes e fracos da empresa.

A análise interna da empresa permite um levantamento sobre os pontos fortes que constituem as forças propulsoras da empresa e facilitam o alcance dos objetivos da empresa. Já os pontos fracos representam as limitações que a empresa tem e que impedem de realizar seus objetivos.

2.3 Análise SWOT

Segundo ROSSATO (1996, p. 140),

A matriz SWOT tem sua definição do Inglês e suas letras representam, respectivamente, strengths, weaknesses, opportunities e threats e que em português representam forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Juntas elas revelam aspectos relevantes do negócio, tais como: clientes, mercado, ambiente competitivo, riscos, ambiente e legislação.

A partir da definição foram retirados os aspectos importantes para a formação da análise SWOT da empresa.

Quadro 1: Análise de SWOT

| Análise de Swot | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pontos Fortes | Pontos Fracos |
| -Localização central de fácil acesso; -Entrada de um novo mercado no segmento de sorvetes; | -Falta de experiência no ramo; |
| Oportunidades | Ameaças |
| -Crescimento do negócio; -Sem concorrentes no bairro; -Conquistar novos clientes dos bairros adjacentes; | -Baixo poder aquisitivo dos futuros clientes; -Produtos similares já existentes nos pequenos comércios do bairro; |

Fonte: Elaborado pelos autores

3 PLANO DE MARKETING

O Plano de Marketing deve ser entendido como um complemento ao Plano de Negócios, ele detalha as ações necessárias para atingir um ou mais objetivos de marketing, adaptando-se a mudanças e identificando tendências.

Segundo ABIS 2013 (Associação Brasileira das Indústrias do Setor de Sorvetes) o mercado de sorvetes vem crescendo ao longo dos anos. Com isso atuar na fabricação de produtos caseiros e revendas de grandes marcas constitui-se em um negócio com grande probabilidade de sucesso.

A sorveteria utilizará a propaganda boca a boca como seu principal meio de divulgação complementado com as redes sociais que hoje tem uma grande força no conceito de marketing sem nenhum custo. Como será implantada em um espaço onde a população dos bairros adjacentes tem o hábito de frequentar a localidade para utilização das áreas de lazer, entendemos que o boca a boca irá discriminar chegando ao conhecimento de todos os bairros vizinhos.

3.1 Os 4P's

O mix de marketing é o conjunto de ferramentas de marketing táticas e controláveis que a empresa combina para produzir a resposta que deseja no mercado alvo. É tudo que a empresa pode fazer para influenciar a demanda de seu produto (KOTLER, 2007, pag. 42).

3.1.1 Produtos:

A sorveteria *Dindin da Mônica* pretende atuar no ramo de forma a mudar o conceito de sorveterias do bairro onde será instalada. Vai comercializar um *mix* variado de sorvetes finos e tradicionais, picolés terceirizados de fornecedor selecionado criteriosamente; além desta atividade, produzirá dindins dos mais diversos sabores, que será o diferencial da empresa.

Os produtos serão divididos em cinco categorias:

1. Sorvetes Finos:

- Farinha Láctea
- Danoninho
- Leite em Pó
- Ninho
- Avelã
- Chocolate Branco

2. Sorvetes Tradicionais:

- Morango
- Tapioca
- Flocos
- Chocolate
- Cajá
- Menta
- Uva
- Creme com Passas
- Napolitano
- Nata Goiaba
- Abacate e etc.

3. Picolés e Dindins

- Serão comercializados com sabores diversos citado no item anterior, os dindins serão caseiros e sua fabricação terceirizada pela profissional Mônica Maria com os mais diversos sabores.

4. Líquidos em Geral

- Água mineral engarrafada e refrigerante em lata.

3.1.2 Serviços:

Os serviços oferecidos pela sorveteria têm como principal característica o espírito inovador e criativo, apostando na cultura de sorvetes finos, sofisticados e caseiros com preços acessíveis, podendo o cliente também levar para casa através dos potes de sorvetes industrializados e dos mais diversos sabores.

A sorveteria contará com uma página nas redes sociais para que nossos futuros clientes possam esboçar suas opiniões de melhorias, elogios além de dicas de produtos que possam ainda mais engrandecer nosso trabalho e levar o melhor serviço para nosso público-alvo.

Visando o futuro de acordo com o crescimento almejado da sorveteria, pretendemos atuar no ramo de eventos como casamentos, aniversários de crianças, 15 anos, e festas particulares que necessitem dos produtos e serviços oferecidos.

3.1.3 Preços

Preço é a quantia de dinheiro que os clientes têm de pagar para obter o produto. Segue abaixo tabela de preços (Custos X Vendas) de alguns produtos que serão comercializados na sorveteria.

Tabela 1: Preços da Sorveteria Delice

| Quantidade | Produto | Preço de Custo | Preço de venda |
|------------|------------------------------|----------------|----------------|
| - | Picolé caseiro | R\$ 0,85 | R\$ 1,50 |
| - | Picolé especial c/ cobertura | R\$ 1,25 | R\$ 2,00 |
| - | Pote sundae | R\$ 1,85 | R\$ 3,00 |
| - | Pote 120ml | R\$ 1,10 | R\$ 1,50 |
| - | Pote 500ml | R\$ 3,00 | R\$ 4,00 |
| - | Pote 1L | R\$ 5,50 | R\$ 7,50 |
| - | Pote 2L | R\$ 9,50 | R\$ 12,50 |

Fonte: Elaborado pelos Autores.

3.1.4 Promoção, Distribuição e Marca

Inicialmente a Sorveteria não trabalhará com promoção no preço dos produtos em curto prazo, e os produtos serão vendidos diretamente ao consumidor na loja e a divulgação será feita por meio das redes sociais e boca a boca que tem grande peso na promoção dos nossos produtos.

A ideia da marca surgiu a partir do momento em que dona Mônica fazia dindins para consumo próprio e para receber visitas em casa, logo os vizinhos começaram a fazer encomendas dos mesmos, pois eram deliciosos. Daí a demanda foi aumentando e surgiu a oportunidade de montar a sorveteria com seu nome e agregando valor ao produto que fabricava.

Figura 4 - Logomarca



Fonte: freelogoservices (adaptado pelos Autores,2014)

3.2 Fornecedores

Os fornecedores são empresas que prezam pelo atendimento e responsabilidades para com seus clientes. A sorveteria terá uma parceria com Castelão Embalagens e A Pioneira dos Plásticos Ltda que nos fornecerá suas embalagens e potes plásticos para sorvetes, colheres descartáveis, guardanapos, pratinhos e copos descartáveis (diversos tamanhos) e etc.

O Sorvete Delice fornecerá os picolés, sorvetes e sundaes, empresa essa cadastrada e sindicalizada pelo SINDSORVETES (Sindicatos dos Sorvetes do Estado do Ceará) que representa o setor com ações que fortalece e uni a indústria do sorvete no Ceará.

- Castelão Embalagens
R Castro e Silva, 305, Centro - Fortaleza - CE
Tel: (85) 3254-1208 | Cel: (85) 8622-3526
- A Pioneira dos Plásticos Ltda
R 24 de Maio, 741
Centro – Fortaleza – CE CEP: 60020-001
Tel: (85) 3231 - 7221
- Sorvetes Delice
R Geraldina Vasconcelos, 30
Caucaia – Curicaca – CE
CEP: 61.601-780
 - Mônica Maria
Rua 3 N° 71, Tabapuá- Caucaia
Tel.: (85) 8683-6087

3.3 Clientes

O público alvo da nossa empresa é constituído pelo grupo de pessoas que gostam de sorvetes, independente de sexo e idade que se identificam com nossos produtos e não abrem mão da qualidade

4. Pesquisa de Mercado

Pesquisa de mercado é a coleta de informações junto ao consumidor, concorrente ou fornecedor para orientar na tomada de decisões ou solucionar problemas dos futuros empresários e empreendedores fornecendo uma melhor visão de mercado.

Segundo Maximiniano (2000, p.221): “Benchmarking é a técnica por meio da qual a organização compara seu desempenho com o de outra”.

Benchmarking nada mais é que uma adaptação de práticas de empresas referenciadas no mercado. Esse mecanismo é extremamente eficaz, mas depende do desenvolvimento de uma abrangente parceria formal e informal.

A empresa utilizou como fonte de informação, a Sorveteria Pardal localizada na Av. Bezerra de Menezes, por meio do benchmarking obteve-se as informações necessárias para implantação do negócio.

Foi verificado o plano operacional, financeiro e de marketing da Pardal e a partir dos dados analisados foram extraídos elementos positivos como a localização, os custos fixos e variáveis, variedades dos produtos e a boa aceitação dos mesmos, também foram extraídos elementos negativos do negócio existente.

Foi observado que a Sorveteria Pardal trabalha com um único fornecedor, a própria Fábrica da Pardal, onde as compras são feitas duas vezes por semana ou de acordo com a demanda. O Sr. Josemar proprietário do estabelecimento possui sua distribuidora independente onde armazena em grande escala os produtos que serão vendidos para não haver riscos de atrasos nos pedidos.

Os produtos da sorveteria são diversificados e divididos por tipos e preços. Os picolés: os tradicionais, kids, frutas sem lactoses, supra, especiais, sundaes, sorvetes em potes e os sorvetes vendidos em self-service.

Tabela 2 - Tabela dos preços de custo e venda da sorveteria pardal

Tabela dos preços de custo e venda da sorveteria pardal

| Produtos | Quantidade | Preço de Custo | Preço de Venda |
|--------------------|-------------------|-----------------------|-----------------------|
| Picolé Tradicional | Caixa com 20 unid | R\$ 0,90 | R\$ 1,50 |
| Picolé sem lactose | Caixa com 20 unid | R\$ 0,70 | R\$ 1,00 |
| Picolé Especial | Caixa com 20 unid | R\$ 1,30 | R\$ 2,00 |
| Picolé Kids | Caixa com 20 unid | R\$ 0,70 | R\$ 1,00 |
| Picolé Supra | Caixa com 20 unid | R\$ 3,00 | R\$ 4,00 |
| Sundae | Caixa com 12 unid | R\$ 1,90 | R\$ 3,00 |
| Sorvete Pote 480g | Caixa com 30 unid | R\$ 3,00 | R\$ 4,00 |
| Sorvete Pote 1L | Caixa com 30 unid | R\$ 4,50 | R\$ 8,00 |
| Sorvete Pote 2L | Caixa com 30 unid | R\$ 10,00 | R\$ 13,00 |

Fonte: Elaborada pelos autores

Tabela 3 - Tabela de vendas diárias e mensal

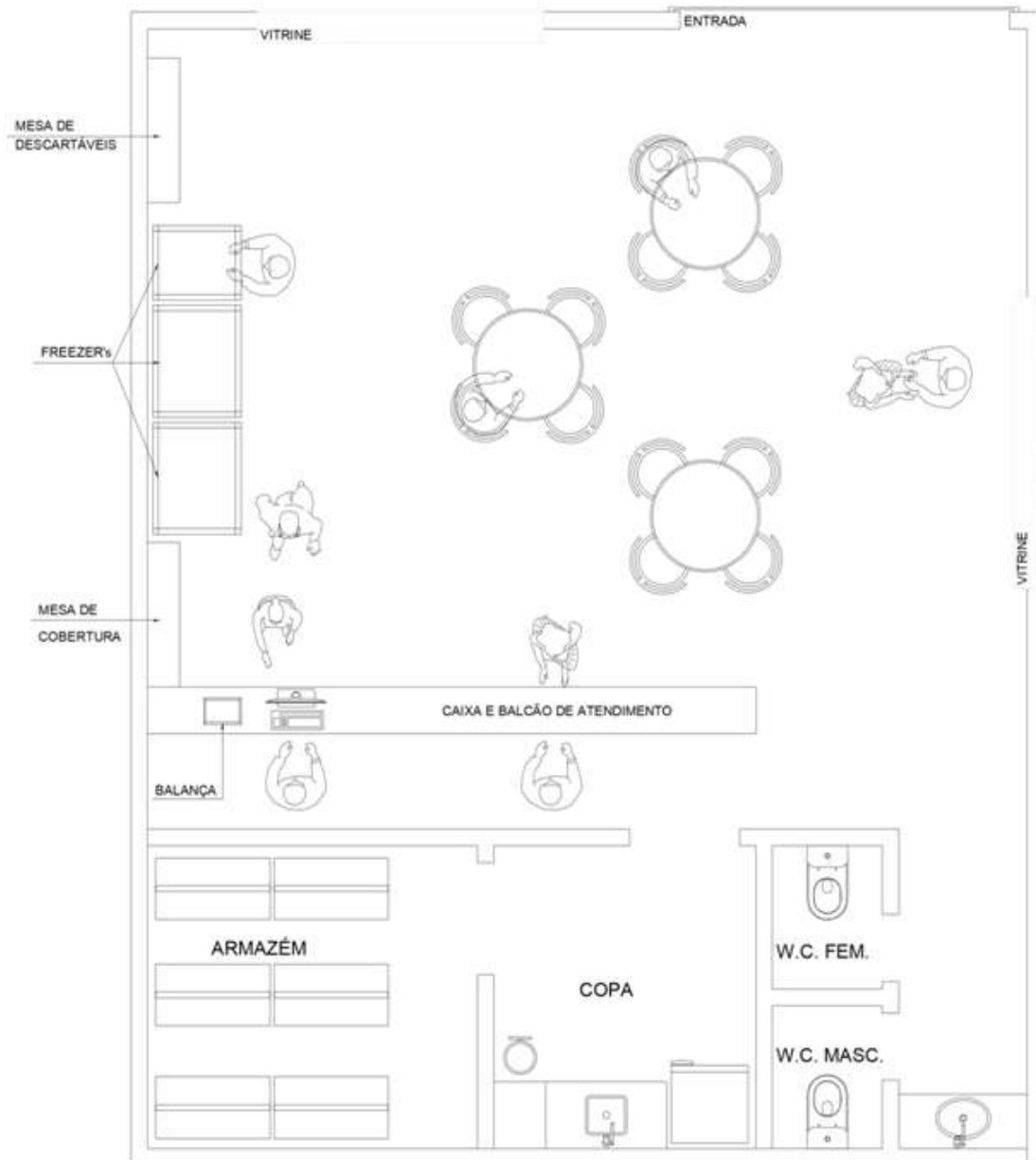
| TABELA DE VENDAS DIÁRIAS E MENSAL | | | | |
|------------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|
| DIAS DA SEMANA | MÉDIA DE VENDAS DIÁRIAS | MÉDIA DE VENDAS MENSAL | QUANTIDADES DE PESSOAS DIÁRIAS | MÉDIA DIÁRIA POR PESSOA |
| Seg. à Sexta | R\$ 500,00 | R\$ 10.000,00 | 30 | R\$ 16,66 |
| Sáb à Dom | R\$ 1.000,00 | R\$ 8.000,00 | 100 | R\$ 10,00 |

Fonte: Elaborada pelos autores

5. PLANO DE OPERAÇÕES

5.1 Layout

Figura 5 – Layout



Fonte: Elaborada pelos autores

5.2 Funcionamento

A sorveteria *Dindin da Mônica* funcionará das 16h às 22h de terça-feira a domingo para comercialização dos seus produtos, com folgas as segundas feiras para descanso.

5.3 Quadro de Pessoal

| CARGO E FUNÇÃO | ATIVIDADE A DESEMPENHAR | QUANTIDADE | HORÁRIO |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------|
| GESTOR GERAL | GERIR A EMPRESA, COMPRA DE PRODUTOS, CONTROLE FINANCEIRO, PAGAMENTO DE PESSOAL, PAGAMENTO DE FORNECEDOR, CONTROLE DE ESTOQUE, SERVIÇOS DIÁRIOS ENTRE OUTROS. | 1 | 15H ÀS 22H COM FOLGA NAS SEGUNDAS-FEIRA. |
| RH | RESPONSÁVEL PELAS CONTRATAÇÕES, FOLHA DE PAGAMENTOS, AUXÍLIO AOS PAGAMENTOS DE FORNECEDORES, SUPORTE AO GESTOR GERAL. | 1 | 15H ÀS 22H COM FOLGA NAS SEGUNDAS-FEIRA. |
| ATENDENTE | RESPONSÁVEL PELO ATENDIMENTO AO PÚBLICO, CONTROLE DE ABASTECIMENTO, APOIO NO SELF SERVICE DOS SORVETES, TIRA DÚVIDAS. | 1 | 16H ÀS 22H, 15 MINUTOS PARA LANCHE E FOLGA AS SEGUNDA-FEIRAS. |

5.4 Plano de Vendas

A comercialização dos produtos será feita na própria loja, através do sistema self service e alto atendimento com apoio do atendente e dos sócios que se encontrarão no estabelecimento.

Inicialmente a sorveteria *Dindin da Mônica* trabalhará apenas com vendas à vista (em espécie) com prospecção de vendas em cartões de crédito e débito no futuro.

6. PLANO FINANCEIRO

Este plano foi realizado com base nos dados da empresa A, através de uma pesquisa a fim de projetar o faturamento com o fim de verificar a viabilidade financeira do nosso negócio.

O investimento inicial necessário será de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), que prever a compra de equipamentos e materiais necessários para a abertura da sorveteria.

A projeção financeira foi com base nos dados referentes ao ano de 2013 da empresa A como mostra o quadro 1(ver anexo), nesse quadro são contabilizados os valores de vendas dos produtos.

O quadro 2 (ver anexo) mostra o faturamento projetado para a Sorveteria Dindin da Mônica, dividido por agrupamento de produtos que prevê um crescimento de 5,60% para o ano de 2014 comparado ao faturamento de 2013 da empresa A.

A Figura 1- Faturamento x Recebimento (ver anexo) pode-se perceber que há uma sazonalidade na venda dos produtos bem parecida em alguns meses e em outros uma diferença bem relevante em relação a vendas.

O quadro 3 (ver anexo) tem as despesas fixas administrativas, onde são detalhadas todas as despesas da empresa.

No quadro 4 (ver anexo) encontra-se a planilha de investimento inicial para abertura da sorveteria, todos os materiais e equipamentos com seus devidos valores anexados.

O quadro 5 (ver anexo) mostra o fluxo operacional e de investimento da empresa, onde foi exposto o faturamento, bem como a análise geral de despesas administrativa e de pessoal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS – TESTE DE VIABILIDADE

A elaboração do plano de negócio é fundamental para abertura de qualquer empresa que almeje sucesso. Por mais que o empreendedor possua vivencia com determinado mercado, sempre existirão fatores que necessitam de melhores planejamentos.

Com base na análise dos dados apresentados pela empresa A, foram realizadas projeções que apontam a viabilidade do negócio. Conforme a análise de *payback* (ver quadro 6), a partir do quarto mês o valor inicial investido terá retornado para os sócios.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Presente estudo teve como objetivo principal a elaboração de um plano de negócio, por tratar-se de uma ferramenta extremamente eficaz para a busca de recursos, permitindo que a empresa já inicie suas atividades preparada para enfrentar suas ameaças, oportunidades, forças e fraquezas, tornando-se capaz de desenvolver seu trabalho de maneira mais confiante e sustentável, como também a capacidade para planejar estratégias para enfrentar o mercado.

Analisando os resultados obtidos nas tabelas orçamentárias podemos concluir que o negócio que propomos é viável, visto que a projeção da receita anual bruta é superior ao capital inicial investido, deduzindo das despesas operacionais e o investimento.

ANEXOS

Quadro 1

Faturamento Histórico (ano anterior)

| LINHA | JAN | FEV | MAR | ABR | MAI | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | TOTAL | MÉDIA | DESVIO PADRÃO | CV |
|--------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|---------------|--------|
| SORVETE | R\$ 3.575 | R\$ 26.000 | R\$ 30.810 | R\$ 29.088 | R\$ 34.338 | R\$ 30.546 | R\$ 10.178 | R\$ 29.478 | R\$ 29.482 | R\$ 23.505 | R\$ 24.271 | R\$ 10.396 | R\$ 281.665 | R\$ 23.472 | R\$ 9.471 | 40,35% |
| PICOLE | R\$ 1.650 | R\$ 12.000 | R\$ 14.220 | R\$ 13.425 | R\$ 15.848 | R\$ 14.098 | R\$ 4.697 | R\$ 13.605 | R\$ 13.607 | R\$ 10.849 | R\$ 11.202 | R\$ 4.798 | R\$ 129.999 | R\$ 10.833 | R\$ 4.371 | 40,35% |
| AGUA | R\$ 275 | R\$ 2.000 | R\$ 2.370 | R\$ 2.238 | R\$ 2.641 | R\$ 2.350 | R\$ 783 | R\$ 2.268 | R\$ 2.268 | R\$ 1.808 | R\$ 1.867 | R\$ 800 | R\$ 21.667 | R\$ 1.806 | R\$ 729 | 40,35% |
| Total | R\$ 5.500 | R\$ 40.000 | R\$ 47.400 | R\$ 44.750 | R\$ 52.827 | R\$ 46.994 | R\$ 15.658 | R\$ 45.350 | R\$ 45.357 | R\$ 36.162 | R\$ 37.340 | R\$ 15.994 | R\$ 433.330 | R\$ 36.111 | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | R\$ 5.500 | R\$ 40.000 | R\$ 47.400 | R\$ 44.750 | R\$ 52.827 | R\$ 46.994 | R\$ 15.658 | R\$ 45.350 | R\$ 45.357 | R\$ 36.162 | R\$ 37.340 | R\$ 15.994 |
| 65% | R\$ 3.575 | R\$ 26.000 | R\$ 30.810 | R\$ 29.088 | R\$ 34.338 | R\$ 30.546 | R\$ 10.178 | R\$ 29.478 | R\$ 29.482 | R\$ 23.505 | R\$ 24.271 | R\$ 10.396 |
| 30% | R\$ 1.650 | R\$ 12.000 | R\$ 14.220 | R\$ 13.425 | R\$ 15.848 | R\$ 14.098 | R\$ 4.697 | R\$ 13.605 | R\$ 13.607 | R\$ 10.849 | R\$ 11.202 | R\$ 4.798 |
| 5% | R\$ 275 | R\$ 2.000 | R\$ 2.370 | R\$ 2.238 | R\$ 2.641 | R\$ 2.350 | R\$ 783 | R\$ 2.268 | R\$ 2.268 | R\$ 1.808 | R\$ 1.867 | R\$ 800 |

Quadro 2

Faturamento Projetado

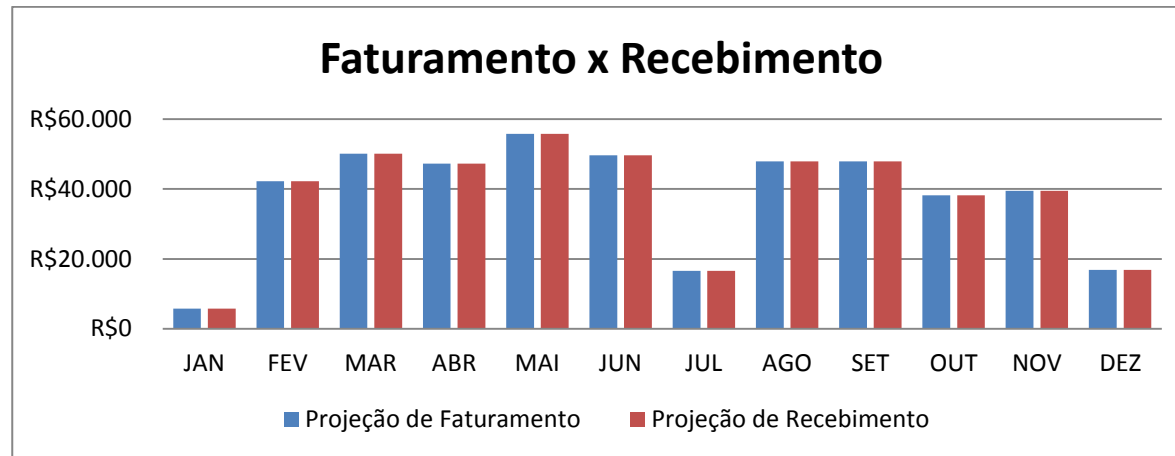
Meta de Faturamento

| Linha | Média histórica | Incremento | Meta Mensal |
|--------------|-------------------|------------|-------------------|
| SORVETE | R\$ 23.472 | 5,00% | R\$ 24.646 |
| PICOLE | R\$ 10.833 | 7,00% | R\$ 11.592 |
| AGUA | R\$ 1.806 | 5,00% | R\$ 1.896 |
| Total | R\$ 36.111 | | R\$ 38.133 |

| | |
|---------------------------|-------|
| Incremento médio esperado | 5,60% |
|---------------------------|-------|

Projeção de Faturamento

| LINHA | JAN | FEV | MAR | ABR | MAI | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | TOTAL | MÉDIA |
|--------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
| SORVETE | R\$ 3.754 | R\$ 27.300 | R\$ 32.351 | R\$ 30.542 | R\$ 36.054 | R\$ 32.073 | R\$ 10.687 | R\$ 30.951 | R\$ 30.956 | R\$ 24.681 | R\$ 25.484 | R\$ 10.916 | R\$ 295.748 | R\$ 24.646 |
| PICOLE | R\$ 1.766 | R\$ 12.840 | R\$ 15.215 | R\$ 14.365 | R\$ 16.957 | R\$ 15.085 | R\$ 5.026 | R\$ 14.557 | R\$ 14.559 | R\$ 11.608 | R\$ 11.986 | R\$ 5.134 | R\$ 139.099 | R\$ 11.592 |
| AGUA | R\$ 289 | R\$ 2.100 | R\$ 2.489 | R\$ 2.349 | R\$ 2.773 | R\$ 2.467 | R\$ 822 | R\$ 2.381 | R\$ 2.381 | R\$ 1.899 | R\$ 1.960 | R\$ 840 | R\$ 22.750 | R\$ 1.896 |
| Total | R\$ 5.808 | R\$ 42.240 | R\$ 50.054 | R\$ 47.256 | R\$ 55.785 | R\$ 49.625 | R\$ 16.535 | R\$ 47.890 | R\$ 47.896 | R\$ 38.187 | R\$ 39.431 | R\$ 16.889 | R\$ 457.596 | R\$ 38.133 |

Figura 1- Faturamento x Recebimento

Quadro 5

Orçamento Projetado

| FLUXO OPERACIONAL | JAN | FEV | MAR | ABR | MAI | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | TOTAL | AV % |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| RECEITAS OPERACIONAIS | R\$ 5.808 | R\$ 42.240 | R\$ 50.054 | R\$ 47.256 | R\$ 55.785 | R\$ 49.625 | R\$ 16.535 | R\$ 47.890 | R\$ 47.896 | R\$ 38.187 | R\$ 39.431 | R\$ 16.889 | R\$ 457.596 | 100,00% |
| SORVETE | R\$ 3.754 | R\$ 27.300 | R\$ 32.351 | R\$ 30.542 | R\$ 36.054 | R\$ 32.073 | R\$ 10.687 | R\$ 30.951 | R\$ 30.956 | R\$ 24.681 | R\$ 25.484 | R\$ 10.916 | R\$ 295.748 | 64,63% |
| PICOLE | R\$ 1.766 | R\$ 12.840 | R\$ 15.215 | R\$ 14.365 | R\$ 16.957 | R\$ 15.085 | R\$ 5.026 | R\$ 14.557 | R\$ 14.559 | R\$ 11.608 | R\$ 11.986 | R\$ 5.134 | R\$ 139.099 | 30,40% |
| AGUA | R\$ 289 | R\$ 2.100 | R\$ 2.489 | R\$ 2.349 | R\$ 2.773 | R\$ 2.467 | R\$ 822 | R\$ 2.381 | R\$ 2.381 | R\$ 1.899 | R\$ 1.960 | R\$ 840 | R\$ 22.750 | 4,97% |
| DESPESAS DE PESSOAL | R\$ 4.818 | R\$ 4.256 | R\$ 4.537 | R\$ 4.256 | R\$ 4.256 | R\$ 4.256 | R\$ 4.818 | R\$ 4.256 | R\$ 4.256 | R\$ 4.256 | R\$ 6.384 | R\$ 6.384 | R\$ 56.732 | 12,40% |
| SALÁRIOS | R\$ 3.800 | R\$ 3.800 | R\$ 3.800 | R\$ 3.800 | R\$ 3.800 | R\$ 3.800 | R\$ 3.800 | R\$ 3.800 | R\$ 3.800 | R\$ 3.800 | R\$ 3.800 | R\$ 3.800 | R\$ 45.600 | 9,97% |
| FÉRIAS | R\$ 502 | R\$ 0 | R\$ 251 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 502 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 1.254 | 0,27% |
| 13 SALÁRIO | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 1.900 | R\$ 1.900 | R\$ 3.800 | 0,83% |
| FGTS | R\$ 344 | R\$ 304 | R\$ 324 | R\$ 304 | R\$ 304 | R\$ 304 | R\$ 344 | R\$ 304 | R\$ 304 | R\$ 304 | R\$ 456 | R\$ 456 | R\$ 4.052 | 0,89% |
| INSS | R\$ 172 | R\$ 152 | R\$ 162 | R\$ 152 | R\$ 152 | R\$ 152 | R\$ 172 | R\$ 152 | R\$ 152 | R\$ 152 | R\$ 228 | R\$ 228 | R\$ 2.026 | 0,44% |
| VALES TRANSPORTES | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | 0,00% |
| VALES REFEIÇÃO | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | 0,00% |
| PLANO DE SAÚDE | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | 0,00% |
| TREINAMENTO | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | 0,00% |
| DESPESAS ADMINISTRATIVAS | R\$ 2.368 | R\$ 2.368 | R\$ 2.368 | R\$ 2.402 | R\$ 2.402 | R\$ 2.402 | R\$ 2.402 | R\$ 2.402 | R\$ 2.402 | R\$ 2.402 | R\$ 2.402 | R\$ 2.402 | R\$ 28.719 | 6,28% |
| ALUGUEL | R\$ 700 | R\$ 700 | R\$ 700 | R\$ 733 | R\$ 733 | R\$ 733 | R\$ 733 | R\$ 733 | R\$ 733 | R\$ 733 | R\$ 733 | R\$ 733 | R\$ 8.699 | 1,90% |
| ÁGUA/ESGOTO | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 760 | 0,17% |
| ENERGIA ELÉTRICA | R\$ 420 | R\$ 420 | R\$ 420 | R\$ 420 | R\$ 420 | R\$ 420 | R\$ 420 | R\$ 420 | R\$ 420 | R\$ 420 | R\$ 420 | R\$ 420 | R\$ 5.040 | 1,10% |
| TELEFONIA FIXA/MOVEL | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 63 | R\$ 757 | 0,17% |
| MANUTENÇÕES EQUIPAMENTOS | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 2.526 | 0,55% |
| INTERNET | R\$ 60 | R\$ 60 | R\$ 60 | R\$ 60 | R\$ 60 | R\$ 60 | R\$ 60 | R\$ 60 | R\$ 60 | R\$ 60 | R\$ 60 | R\$ 60 | R\$ 720 | 0,16% |
| SERVIÇOS CONTÁBEIS | R\$ 362 | R\$ 362 | R\$ 362 | R\$ 362 | R\$ 362 | R\$ 362 | R\$ 362 | R\$ 362 | R\$ 362 | R\$ 362 | R\$ 362 | R\$ 362 | R\$ 4.344 | 0,95% |
| MATERIAL DE EXPEDIENTE | R\$ 279 | R\$ 279 | R\$ 279 | R\$ 279 | R\$ 279 | R\$ 279 | R\$ 279 | R\$ 279 | R\$ 279 | R\$ 279 | R\$ 279 | R\$ 279 | R\$ 3.347 | 0,73% |
| OUTRAS DESPESAS | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 211 | R\$ 2.526 | 0,55% |
| TAXAS/IMPOSTOS | R\$ 0 | R\$ 211 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 211 | 0,05% |
| IPTU | R\$ 0 | R\$ 211 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 211 | 0,05% |
| TRIBUTOS SOBRE VENDAS | R\$ 172 | R\$ 1.249 | R\$ 1.480 | R\$ 1.397 | R\$ 1.649 | R\$ 1.467 | R\$ 489 | R\$ 1.416 | R\$ 1.416 | R\$ 1.129 | R\$ 1.166 | R\$ 499 | R\$ 13.528 | 2,96% |
| DAS | R\$ 172 | R\$ 1.249 | R\$ 1.480 | R\$ 1.397 | R\$ 1.649 | R\$ 1.467 | R\$ 489 | R\$ 1.416 | R\$ 1.416 | R\$ 1.129 | R\$ 1.166 | R\$ 499 | R\$ 13.528 | 2,96% |
| DESPESAS / CUSTOS COMERCIAIS | R\$ 1.408 | R\$ 12.964 | R\$ 31.963 | R\$ 34.954 | R\$ 35.707 | R\$ 38.218 | R\$ 27.306 | R\$ 19.370 | R\$ 34.092 | R\$ 31.742 | R\$ 27.485 | R\$ 22.606 | R\$ 317.816 | 69,45% |
| ADMIMISSÃO/DEMISSÃO/SALÁRIOS | R\$ 1.408 | R\$ 12.964 | R\$ 31.963 | R\$ 34.954 | R\$ 35.707 | R\$ 38.218 | R\$ 27.306 | R\$ 19.370 | R\$ 34.092 | R\$ 31.742 | R\$ 27.485 | R\$ 22.606 | R\$ 317.816 | 69,45% |
| FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL | -R\$ 2.957 | R\$ 21.192 | R\$ 9.707 | R\$ 4.248 | R\$ 11.772 | R\$ 3.282 | -R\$ 18.480 | R\$ 20.447 | R\$ 5.731 | -R\$ 1.342 | R\$ 1.994 | -R\$ 15.001 | R\$ 40.591 | 8,87% |

| FLUXO DE INVESTIMENTOS | JAN | FEV | MAR | ABR | MAI | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | TOTAL | AV % |
|------------------------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|-------|
| INVESTIMENTOS | R\$ 13.914 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 13.914 | 3,04% |

| IRPJ / CSLL | JAN | FEV | MAR | ABR | MAI | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | TOTAL | AV % |
|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|-------|
| DEPRECIAÇÃO | R\$ 500 | R\$ 495 | R\$ 485 | R\$ 478 | R\$ 468 | R\$ 458 | R\$ 448 | R\$ 500 | R\$ 490 | R\$ 480 | R\$ 470 | R\$ 460 | R\$ 5.732 | 1,25% |

| FLUXOS | JAN | FEV | MAR | ABR | MAI | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | TOTAL |
|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------|
| SALDO INICIAL | R\$ 30.000 | R\$ 13.129 | R\$ 34.321 | R\$ 44.027 | R\$ 48.275 | R\$ 60.047 | R\$ 63.329 | R\$ 44.850 | R\$ 65.296 | R\$ 71.027 | R\$ 69.685 | R\$ 71.679 | |
| OPERACIONAL | -R\$ 2.957 | R\$ 21.192 | R\$ 9.707 | R\$ 4.248 | R\$ 11.772 | R\$ 3.282 | -R\$ 18.480 | R\$ 20.447 | R\$ 5.731 | -R\$ 1.342 | R\$ 1.994 | -R\$ 15.001 | R\$ 40.591 |
| INVESTIMENTOS | -R\$ 13.914 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | R\$ 0 | -R\$ 13.914 |
| SALDO FINAL | R\$ 13.129 | R\$ 34.321 | R\$ 44.027 | R\$ 48.275 | R\$ 60.047 | R\$ 63.329 | R\$ 44.850 | R\$ 65.296 | R\$ 71.027 | R\$ 69.685 | R\$ 71.679 | R\$ 56.677 | |

Quadro 6

| PAYBACK | | | |
|---------|---------|-----------------|-----------------|
| N | MÊS/ANO | Fluxo de Caixa | Saldo |
| | | R\$ (30.000,00) | R\$ (30.000,00) |
| 1 | jan | R\$ (2.957,42) | R\$ (32.957,42) |
| 2 | fev | R\$ 21.192,15 | R\$ (11.765,27) |
| 3 | mar | R\$ 9.706,53 | R\$ (2.058,74) |
| 4 | abr | R\$ 4.247,91 | R\$ 2.189,17 |

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3ª ed., p.63-65, Rio de Janeiro, Elsevier, 2010.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12ª ed., p.42, São Paulo, Pearson, 2007.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Introdução à administração**. 2ª ed., p. 221, São Paulo, Atlas, 2005.

SERTEK, Paulo; GUINDANI, Roberto Ari; MARTINS, Tomás Sparano. **Administração e planejamento estratégico**. 2ª ed., p.43, Curitiba, IBPEX, 2010.

ABIS. Disponível em <http://www.abis.com.br/noticias_2009_8.html>. Acesso em 10 de outubro de 2014.

SEBRAE. Disponível em < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso em 10 de setembro de 2014.