

PLANO DE NEGÓCIO

LucaMamia Panificadora e Confeitaria Ltda.

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A **LucaMamia Panificadora e Confeitaria Ltda.** será uma empresa do ramo alimentício localizada em Campo Grande-MS, com ênfase nas áreas de padaria e confeitaria, criada em 2016, no intuito de satisfazer uma demanda ainda pouco explorada nesse ramo, decidimos criar um negócio online aproveitando o crescimento da internet e a facilidade de acesso para os nossos clientes, no qual teremos produtos para pessoas com intolerância a glúten e Lactose e os demais produtos convencionais de uma *panificadora/confeitaria* (bolos, salgados, doces, entre outros), disponíveis no site e no aplicativo.

Apesar de tratar-se de uma empresa online, teremos uma sede própria que servirá para manipular, embalar e entregar os produtos, localizada na região central, de fácil acesso e distribuição dos nossos produtos, nossas entregas serão realizadas por meio de motoentregador ou retiradas no local, os pagamentos poderão realizados com cartão de crédito/debito ou dinheiro no ato da entrega, nossos fornecedores serão supermercados, atacadistas e casas de embalagens.

A LucaMamia tem como publico alvo, pessoas que buscam facilidade, comodidade e que tem pouco tempo para estar se locomovendo para realizar pedidos para festas, eventos, confraternizações, *coffee break* entre outros, tendo assim possibilidade de solicitar seus pedidos pelo site ou mesmo com o aplicativo da empresa de forma fácil e rápida.

A divulgação da marca será realizada por meio das redes sociais e sites de buscas, panfletos e degustações em pontos estratégicos na região central (Praças, eventos, feiras entre outras), com isso buscando oferecer aos clientes produtos de qualidade, com variedade, com preços acessíveis que atraia e atenda as necessidades da clientela com um atendimento diferenciado.

1.1 Principais pontos do plano de negócio

Ao descrever o plano, faça um breve relato com suas principais características. Para auxiliá-lo siga os passos descritos na página 20 do manual de elaboração de Plano de Negócio.

Indicadores de viabilidade	Valor
Lucratividade	33,31%
Rentabilidade	174,16%
Prazo de retorno do investimento	7 meses
Ponto de equilíbrio (PE)	429.809,77

1.2 Perfil e atribuição dos empreendedores

Nome: Ademir Gomes da Silva Junior	
Endereço: Rua Simão Abrão	
Cidade: Campo Grande	UF: MS
Celular: (67) 99223-6239	Fone: ()
E-mail:ademirjr-16@gmail.com	
Perfil	
Atribuições (Papel a ser desempenhado no negócio): Marketing e Site	

Nome: Alan Paiva Lima Franco	
Endereço: Rua 26 de Agosto	
Cidade: Campo Grande	UF: MS
Celular: (67) 99223-6238	Fone: ()
E-mail:paiva.alan@gmail.com	
Perfil	
Atribuições (Papel a ser desempenhado no negócio): Venda Direta	

Nome: Luciene Aparecida Ferreira	
Endereço: Rua Mansour Contar	
Cidade: Campo Grande	UF: MS
Celular: (67) 99223-6237	Fone: ()
E-mail: lucieneferreira@gmail.com	
Perfil	
Atribuições (Papel a ser desempenhado no negócio): Financeiro	

Nome: Marileusa Rodrigues Faria	
Endereço: Rua Miguel Couto	
Cidade: Campo Grande	UF: MS
Celular: (67) 99223-6236	Fone: ()
E-mail:marileusarodrigues@gmail.com	
Perfil	
Atribuições (Papel a ser desempenhado no negócio): Auxiliar Cozinha	

Nome: Midyã Campozano da Silva	
Endereço: Rua da Poesia	
Cidade: Campo Grande	UF:MS
Celular: (67) 99223-6235	Fone: ()
E-mail:midyacampozano@gmail.com	
Perfil (Breve currículo):	
Atribuições (Papel a ser desempenhado no negócio): Atendente	

1.3 Dados do empreendimento

Razão Social: LucaMamia Panificadora e Confeitaria Ltda.
CNPJ/CPF: 06104899000179

1.4 Missão da empresa

Oferecer produtos sempre frescos, com variedade e inovação, prezando pela qualidade e o bom atendimento de seus clientes.

1.5 Setor de atividade

A **LucaMamia Panificadora e Confeitaria Ltda.** será uma empresa do ramo alimentício que atua na área de padaria/confeitaria, a empresa pertence ao setor de comércio eletrônico, pois vende seus produtos pelo site e aplicativo da empresa.

1.6 Forma Jurídica e enquadramento tributário

() Microempreendedor Individual – MEI

() Empresário Individual

() Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI

(x) Sociedade Limitada

() Outra: _____.

1.7 Capital Social

Nr. Sócios	Nome do sócio	Valor (R\$)	% de Participação
1	Ademir Gomes da Silva Junior	R\$ 20.000,00	20%
2	Alan Paiva Lima Franco	R\$ 20.000,00	20%
3	Luciene Aparecida Ferreira	R\$ 20.000,00	20%
4	Marileusa Rodrigues Faria	R\$ 20.000,00	20%
5	Midyã Campozano da Silva	R\$ 20.000,00	20%
Total		R\$ 100.000,00	100%

1.8 Fontes de recursos

Os recursos necessários para abertura e funcionamento da empresa virão de recursos próprios dos sócios e do financiamento do BNDES.

2. ANÁLISE DE MERCADO

2.1 Estudos dos Clientes

Para o melhor desenvolvimento e organização da empresa, o estudo dos clientes é uma das etapas mais importantes. Com ele é possível identificar quem são os possíveis clientes e conhecer seus perfis, afim de melhor atendê-los em suas necessidades e desejos, buscando assim à fidelização dos clientes.

Por esse motivo foi utilizado à aplicação de questionários para conhecer de fato quem são os possíveis clientes e o que eles esperam ao usarem os serviços da LucaMamia Panificadora e Confeitaria Ltda., o estudo foi aplicado a um público específico, os profissionais que trabalham em período integral ou que têm pouco tempo para organizar festas, eventos, coffee breaks entre outros, e que por esse motivo possam vir a usufruir dos serviços da empresa. Essa técnica de pesquisa trouxe um bom retorno, pois através dele foi possível identificar nesses consumidores: suas características gerais, os seus interesses e comportamentos, o que os levam a comprar e a sua localização.

Dos entrevistados que declararam consumir os produtos para festas, coffee breaks, entre outros, pela internet, 27% estão na faixa-etária entre 26 a 35 anos, 19% entre 36 a 45 anos, percebe-se que a idade não é um fator determinante para o consumo pela internet. As pessoas com mais idade, estão utilizando da internet para realizar seus pedidos, um dado que pode ser observado também na pesquisa disponível no site Mercado E-commerce que revela o perfil de quem compra pela internet. Um ponto muito relevante apresentado nesta pesquisa é que o ato da compra está ligado ao preço e confiança na loja, ambos empatados com 16%, um índice bem diferente da pesquisa aplicada que revela que 37% prezam pela indicação de pessoas que já adquiriram produtos, outro ponto também que cabe resaltar é a pesquisa do Estadão que aponta 61% dos entrevistados com 18 a 35 anos usam o *Instagram* buscando por gastronomia ou assuntos afim, o que vai a favor da pesquisa aplicada que comprova que 54% dos entrevistados com mesma faixa usa o mesmo aplicativo pro mesmo fim.

Ao término deste estudo podemos buscar mais qualificação para enfrentar a concorrência e tomar melhores decisões com relação ao negócio, pois ao identificar o cliente de forma mais objetiva, é possível pontuar o que deve ser melhorado no atendimento e como dar continuidade aos serviços para que se obtenha sucesso.

2.2 Estudos dos Concorrentes

Os serviços prestados em uma padaria/confeitaria é um ramo de muita responsabilidade. A qualidade dos produtos é essencial para o funcionamento das empresas, a LucaMamia Panificadora e Confeitaria Ltda. tem o diferencial perante as outras empresas pesquisadas, pois oferece produtos sem Glúten e Lactose o que é difícil de se encontrar.

Nas pesquisas realizadas, com as concorrentes, pode se notar que os preços encontrados, são consideravelmente altos, porém as empresas não encontram dificuldade de realizar suas vendas, pois tem uma grande clientela.

As condições de pagamento são universais (Cartão de Crédito/Débito e Dinheiro). A localidade das empresas são pontos fortes, A Concorrente 1 (Pão e Tal), está localizada na área central e atende clientes de classe média alta, todos os dias da semana. A concorrente 2 (Mais que Pão, uma de suas filiais está em um posto de combustível), que é frequentado por diversas pessoas contribuindo para o crescimento da mesma, sendo uma ameaça.

Em algumas padarias o atendimento inicia-se bem cedo e outros encerram mais tarde, as entregas na concorrente 1 são realizadas até as 17:00 hs o que prejudica em alguns aspectos, como eventos noturnos.

A garantia da nossa empresa é que por ser uma Panificadora e confeitaria que trabalha por encomenda os produtos são frescos, o que não é encontrado frequentemente nas concorrentes.

2.3 Estudos dos Fornecedores

Levando em consideração a análise dos fornecedores que serão necessários para a instalação e manutenção da empresa LucaMamia

Panificadora e Confeitaria Ltda., realizada com base nos critérios de qualidade, preço baixo e melhores condições de pagamentos, obteve-se os seguintes resultados:

- a) O fornecimento de ferramentas, equipamentos e utensílios será feita pela Casa do Padeiro, por ter melhor qualidade e facilidade de pagamento, podendo parcelar sem juros ou à vista com desconto.
- b) As embalagens utilizadas para armazenamento e comercialização dos produtos serão fornecidas pela Central das Embalagens, já a personalização ficará com a Embalagem Brasil por ter um bom preço e vários tipos de modelos.
- c) O computador será adquirido nas Casas Bahia e a parte de materiais de escritório em geral na Zornimat Matérias para Escritório.
- d) As matérias-primas para a produção dos produtos serão adquiridas em atacadistas como Atacadão Atacadista, Assai Atacadista e Fort Atacadista, já os ovos serão comprados na Cooperativa Agrícola Mista de Várzea Alegre - CAMVA.
- e) Para agilidade na hora da entrega será adquirida uma moto Fan na empresa Honda por sua facilidade no pagamento e futuramente em uma troca de frota ter grande aceitação no mercado.

O fornecedor tende a ser um parceiro da empresa, sendo assim devem trabalhar em conjunto para que possam decidir, organizar e agilizar mediante a necessidade para que fique melhor para os dois lados. Investir na capacitação e melhor preparo de seus clientes, enviando técnicos especializados para treinar e atualizar sobre o que há de mais moderno no mercado desde a matéria prima a equipamentos, são pontos fortes na parceria entre a LucaMamia e seus fornecedores.

Foi feito um levantamento dos fornecedores e verificado que todas as empresas atendem as condições, pois, tem bons preços, facilidade no pagamento, eficiência no prazo de entrega, atendem a necessidade de compras em grande quantidade e diante de alguma eventualidade a empresa possui uma planilha com relação de fornecedores que possam suprir a necessidade.

Diante de toda essa situação a entidade a empresa, se fará forte, pois obtém um conjunto de funções operacionais para fazer a diferença.

3. PLANO DE MARKETING

3.1 Descrição dos principais produtos e serviços

Possuímos alguns produtos de uma padaria convencional e nos destacamos principalmente pela qualidade dos nossos alimentos sem lactose e glúten, o que ainda é um item pouco administrado pelos concorrentes e além dos bolos confeitados tem pães e salgados tudo feito por encomenda.

A marca da LucaMamia Panificadora e Confeitaria Ltda, vem da união de sócios para a expansão dos negócios, também criamos embalagens próprias, tudo para que nossos serviços estejam muito bem apresentado aos clientes, ajudando assim na divulgação dos nossos produtos.

Trabalhando com os seguintes produtos: bolos simples e confeitados de vários tamanhos, vendidos também por quilo, modelo, cor e sabor a escolha do cliente; os pães são tipo hot-dog, hamburguês, mini francês entre outros, ambos de tamanhos pequenos, médio, grande, todos vendidos no mínimo um cento sem limite máximo; salgadinhos variados(coxinha, quibe, rissoles entre outros) vendidos com no mínimo um cento e os *Coffee Breaks* com uma variedades de opções para todos públicos.

Os serviços oferecidos pela empresa são destinados a pessoas físicas, pequenas e grandes empresas. Possuímos um ótimo serviço, oferecendo comodidade e praticidade. Os pedidos serão entregues aos clientes com agilidade e qualidade, fazendo assim de nossa empresa uma grande parceira.

3.2 Preço

Preço é um dos pontos decisivos no marketing, além da qualidade dos produtos e divulgação. Para precificarmos os produtos e serviços que serão oferecidos, iremos levar em considerações os custos fixos (compras dos produtos e mão de obra (padeiro, confeitoiro) e os custos variáveis como, por exemplo, energia, gasolina, gás e etc.). Com esse processo de análise detalhada sobre o mercado consumidor e sua sensibilidade ao preço nos ajudará a entender que

existem consumidores que são mais apreensíveis ao preço e qualquer aumento abalará as vendas.

A empresa ainda focará em manter e até mesmo melhorar a qualidade dos produtos e serviços.

3.3 Estratégias Promocionais

Para que a LucaMamia Panificadora e Confeitaria Ltda alcance o sucesso que almeja será necessário que se invista fortemente na parte promocional da empresa, para que marca faça frente aos demais concorrente, e com isso alcance a visibilidade que deseja no mercado, só assim será possível identificar e definir as estratégias de divulgação dos produtos para esse público.

Por ser uma empresa do ramo alimentício tem como estratégia realizar a divulgação de seus produtos por meio das redes sociais e sites de buscas, panfletos e a realização de degustação em pontos estratégicos na região central como praças, eventos, feiras entre outros, para que os clientes venham os conhecer e que possa haver uma troca entre ambos.

3.4 Estrutura de comercialização

A empresa irá comercializar os produtos e serviços por meio dos proprietários inicialmente.

- Pretende-se contratar um vendedor externo para oferecer e apresentar os produtos e serviços da empresa;
- Um profissional na área de mídia social para divulgação dos produtos e cobertura de eventos.
- Usará o telefone e redes sociais em geral como instrumento de vendas e também divulgação;

3.5 Localização do Negócio

Endereço: rua Doutor Alves Arantes	
Bairro: Chácara Cachoeira	Cidade/UF: Campo Grande MS
Fone: (67)3026 - 4409	Fax: (67)3026 - 4408
E-mail: lucamania@gmail.com	

A escolha deste endereço é relevante mediante a localização de vários centros comerciais próximos a empresas e vários clientes potencialmente fortes para serem listados na pasta de clientes da empresa.

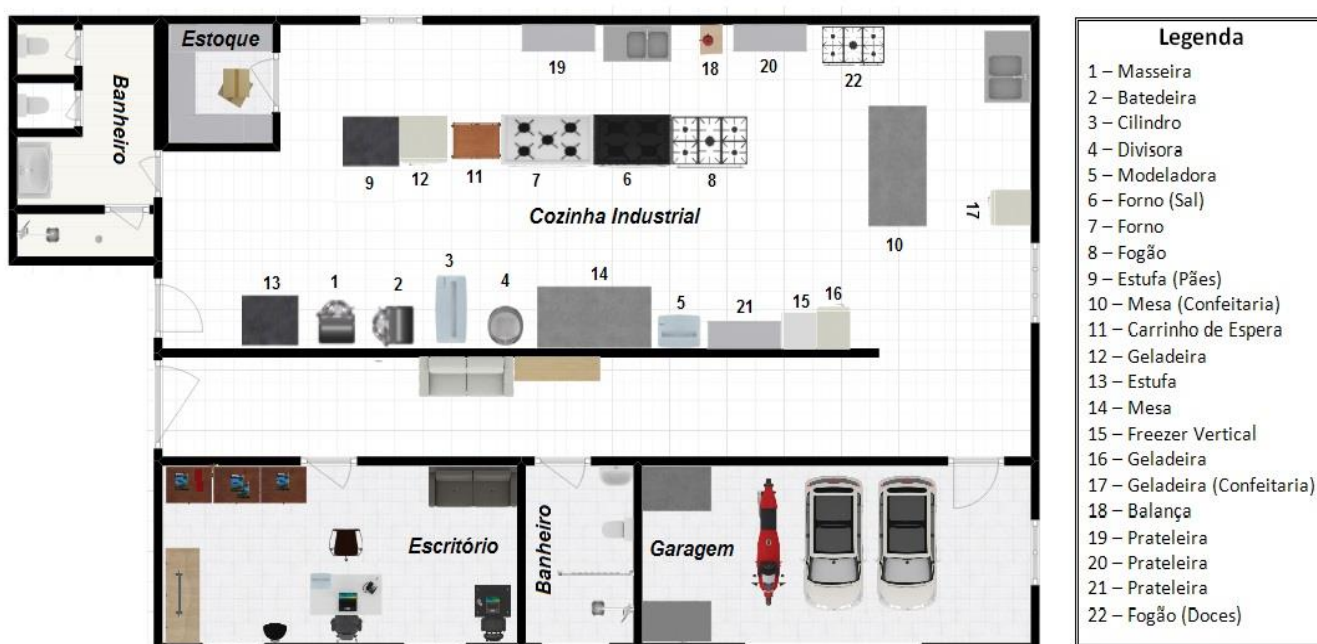
Tendo em vista que a acessibilidade de clientes e nas saídas das entregas no local torna o mesmo um excelente local estratégico para implementação da empresa LucaMamia.

4. PLANO OPERACIONAL

4.1 Layout ou Arranjo físico

Com base no estudo para abrirmos a empresa e em conversa com proprietários de vários ramos de trabalho, descobrimos como é necessário e importante à criação do layout físico para a organização estrutural e dos processos produtivos e na otimização das condições de trabalho.

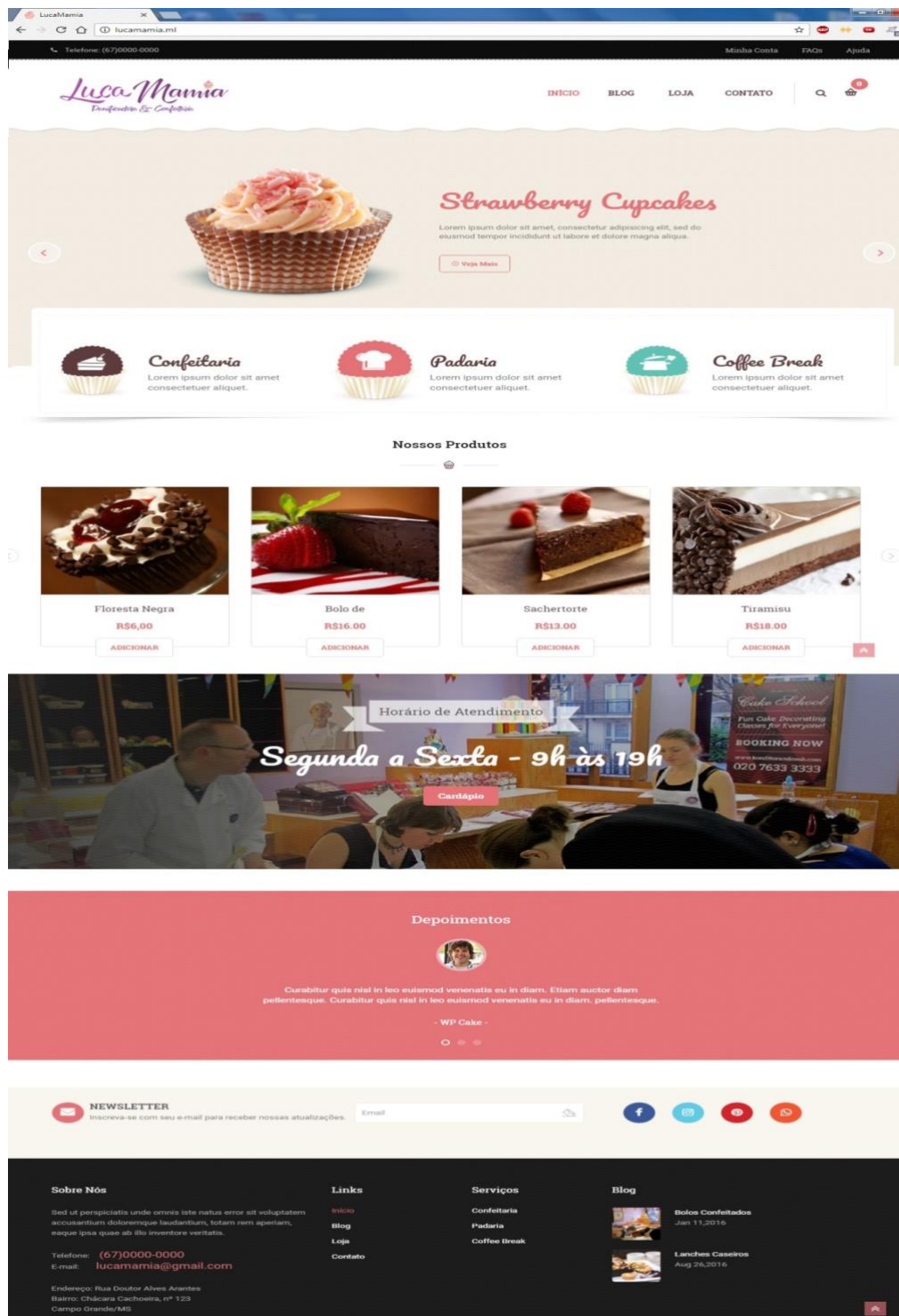
Com o layout físico asseguramos economia de tempo e esforço despendidos nas operações de uma produção aproveitando o melhor do espaço disponível e aumentando a produtividade dos funcionários na produção dos produtos.



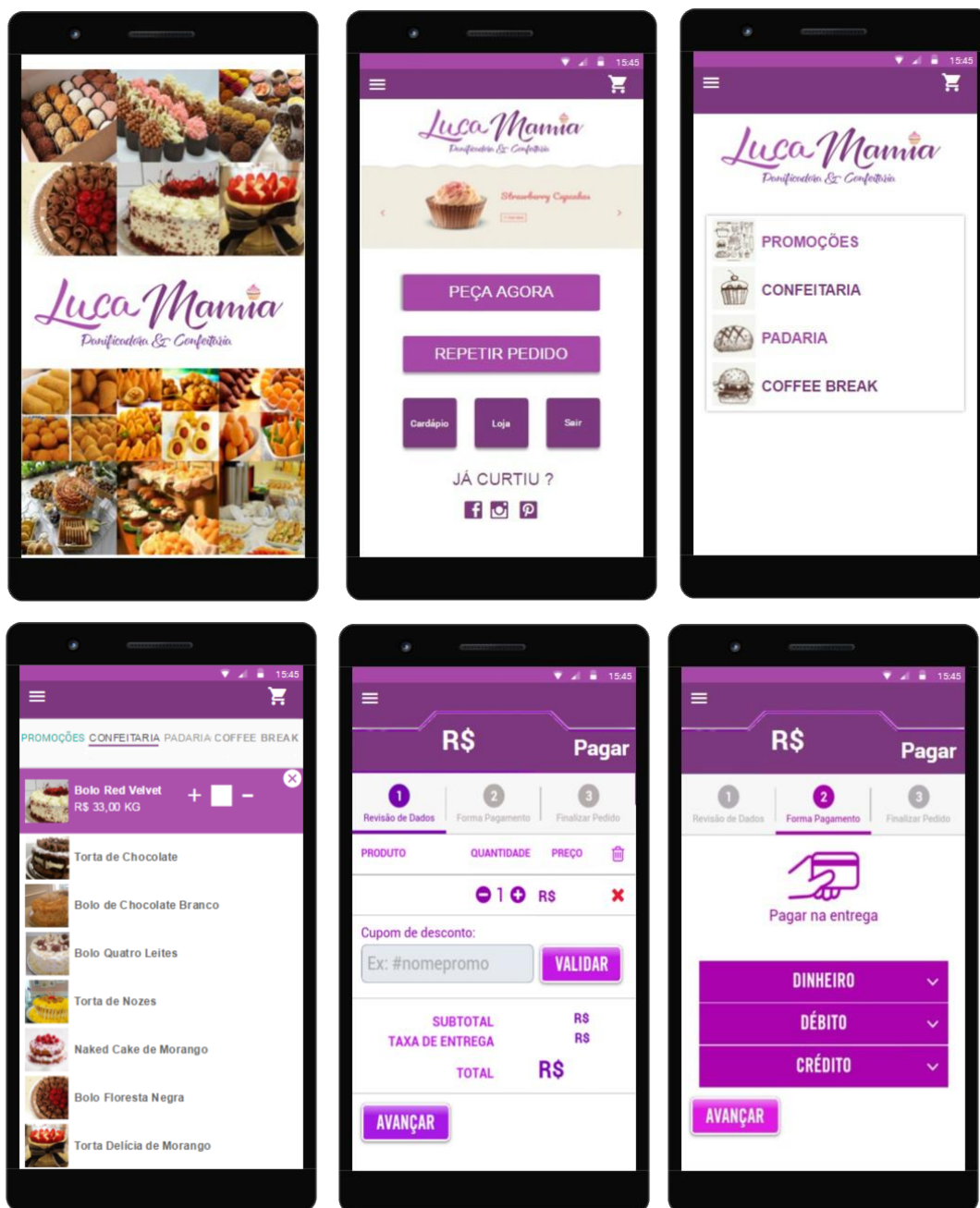
A empresa é dividida em dois setores: produção e vendas/financeiro. No setor de produção existem 4 linhas de produtos: pães tradicionais, pães especiais, confeitaria e salgados.

O setor de vendas e financeiro ficará alocado no mesmo espaço porque os atendimentos serão realizados na maioria online, por meio do site da empresa e

do aplicativo de celular por esse motivo foi pensado também no layout de ambos conforme demonstrado abaixo:



Layout do site LucaMamia



Layout do Aplicativo LucaMamia

4.2 Capacidade produtiva e comercial

A capacidade produtiva e comercial será medida mediante a solicitação de pedidos, tendo em vista uma quantidade consideravelmente de produtos que serem congelada / resfriada para saídas rápidas, como por exemplo salgados diversos, algumas variedades de bolos e tortas. Onde conforme sua saída será

refeito para fins de manter-se um estoque produtivo e operacional para atender a demanda de pedidos e entregas.

4.3 Processo operacionais

Os proprietários irão gerenciar todos dados gerados pelas áreas de controle de estoque, produção e vendas são organizados, produzindo informações a cerca da administração da empresa.

Recepção e estocagem de matéria-prima e produtos acabados - Envolve o controle de entrada e saída, prazo de validade e nível de estoque de matérias-primas para a produção, embalagens e produtos acabados para as vendas, além do envio destes dados para a administração, em tempo hábil.

Atenção especial deve ser dedicada aos produtos que precisam ser mantidos em câmara de refrigeração e congelamento. Nestes casos, é fundamental observar a temperatura de recepção, pois se estiver acima da recomendada a vida útil do produto pode estar sendo reduzida, independentemente da data de validade. Isto é muito importante para itens como queijos, embutidos, iogurtes, leite pasteurizado, etc.

Os produtos serão fabricados em três linhas de produção: doces, salgados e pães, com equipamentos novos adquiridos através de financiamentos juntos ao BNDES.

A higiene, a organização, além dos cuidados com as instalações são fatores importantes dentro do processo produtivo de uma padaria, porém, higiene pessoal é um ponto fundamental na busca da qualidade e na prevenção contra a contaminação dos alimentos.

Pretende-se contratar um vendedor externo para oferecer e apresentar os produtos e serviços da empresa, para conquistar alguns clientes em imediato tendo em vista a pouca divulgação desse determinado tipo de serviço.

Um profissional na área de mídia social para divulgação dos produtos e cobertura de eventos.

Usará o telefone e redes sociais em geral como instrumento de vendas e também divulgação;

4.4 Necessidade de pessoal

A empresa é composta por um padeiro responsável em fazer as massas dos salgados e pães, já os bolos e doces serão de responsabilidade do confeitiro. O atendente ficará responsável por tirar pedidos realizar orçamentos e recepcionar os clientes que iram retirar seus pedidos no local.

Os sócios ficaram responsáveis por cuidar do site alimentando com novidades e promoções, também será de responsabilidade dos sócios o abastecimento da padaria, a realização de pesquisa pelo melhor preço para manter a qualidade do produto com preços acessíveis.

O financeiro será responsável pelo pagamento de funcionários, contas a pagar/receber e a contratação de uma pessoa para cuidar da limpeza e organização da empresa.

5. PLANO FINANCEIRO

INVESTIMENTO TOTAL:

Nessa etapa, você irá determinar o total de recursos a ser investido para que a empresa comece a funcionar.

5.1 Estimativa dos investimentos fixos.

Com a estimativa dos investimentos fixos a empresa terá ideia dos despesas necessárias para o funcionamento inicial.

A) Máquinas e equipamentos				
	Descrição	Qtd	Valor	Total
1	Assadeira espiral	1	5.530,00	5.530,00
2	Mesa de inox mediana	2	350,00	700,00
3	Modeladora	1	1.800,00	1.800,00
4	Divisora de Coluna	1	1.500,00	1.500,00
5	Batedeira	1	1.000,00	1.000,00
6	Batedeira Planetária	1	2.245,00	2.245,00
7	Balança Digital	2	500,00	500,00
8	Liquidificador Industrial	1	1.000,00	1.000,00
9	Liquidificador	1	120,00	120,00
10	Forno Turbo Gás	1	5.510,00	5.510,00
11	Forno Confeitaria	1	1.800,00	1.800,00
12	Fogão 5 Bocas	2	700,00	1.400,00
13	Cilindro	1	2.200,00	2.200,00
14	Câmara para Crescimento	1	3.800,00	3.800,00
15	Resfriador de água	1	1.800,00	1.800,00
16	Formas (Jogo Pães-Bolos)	3	300,00	900,00
17	Esteiras (Jogo 50 unidades)	1	1.000,00	1.000,00
18	Armário de 20 Esteiras	2	2.800,00	5.600,00
19	Fatiadora	1	1.400,00	1.400,00
20	Balcão Refrigerador	2	6.000,00	12.000,00
21	Armário de Prateleira	2	1.400,00	2.800,00
22	Freezer Vertical	2	2.600,00	5.200,00
23	Sandueira	1	220,00	220,00
24	Geladeira	1	1.000,00	1.000,00
Sub-total				R\$ 61.025,00

B) Móveis				
	Descrição	Qtd	Valor	Total
1	Microcomputador Completo	2	1.500,00	3.000,00
2	Impressoras Laser	2	390,00	780,00

3	Mesas para Escritório	2	460,00	920,00
4	Sofá de 3 Lugares	1	960,00	960,00
5	Cadeiras Giratórias	2	204,00	408,00
6	Armário para Escritório	1	380,00	380,00
7	Telefone	3	129,00	387,00
8	Ar Condicional	1	1.500,00	1.500,00
9	Impressora Matricial	1	600,00	600,00
10	Alarmes	2	150,00	300,00
Sub-total				R\$ 9.235,00

C) Utensílios				
11	Panela	2	300,00	600,00
12	Frigideira	2	100,00	200,00
13	Rolo	3	50,00	50,00
14	Formas (Jogo)	2	50,00	100,00
15	Ralador e Espátula	2	10,00	20,00
16	Suporte para Bolos	5	35,00	175,00
17	Tesouras (Jogo)	1	15,00	15,00
18	Xícaras para Medidas (Jogo)	2	4,80	9,60
19	Kit Cupcakes c/ 4	2	49,00	98,00
20	Tabua para Bolos	3	23,00	69,00
21	Colher para Medidas (Jogo)	2	3,90	7,80
22	Prato Giratório para Bolo	2	69,00	78,00
23	Batedor de Ovos	2	6,80	13,60
24	Colher de Pau (Jogo)	2	4,30	9,60
25	Cortadores de Massa (Jogo)	2	5,50	11,00
26	Formas p/ Bombons(Plástico)	3	2,20	6,60
27	Pinceis (Jogo)	2	2,80	5,60
28	Bicos p/ Confeiteiro	2	7,10	14,20
Sub-total				R\$ 1.483,00

Embalagens				
29	Papeis p/ embalo de Pães (Fardo)	2	13,80	27,60
30	Forminhas p/Cupcakes (Fardo)	2	16,00	32,00
31	Fitas de Cetim (Caixa)	2	5,30	10,60
32	Talas para Bolos (Fardo)	2	18,60	37,20
33	Caixas acetatos p/Cupcake (100 un)	1	23,90	57,80
34	Embalagens p/bolos (Plásticas)	50	10,90	545,00
35	Rolo de etiquetas	2	6,00	12,00
36	Papel Manteiga (rolo)	1	26,85	26,85
37	Saco Plástico vários tamanhos	2	18,90	37,80
38	Pratos Laminados nº 8 c/100	2	11,90	23,80
39	Pratos Laminados nº 7 c/100	2	10,70	21,40
40	Pratos Laminados nº4 c/100	2	7,40	14,80

41	Pratos Laminados nº3 c/100	2	5,20	10,40
42	Bobinas Plásticas 60 cm	1kg	13,80	27,60
43	Fitas Adesivas (Durex)	5	3,65	18,25
Sub-total				R\$ 903,10

D) Veículos				
	Descrição	Qtd	Valor	Total
1	Veículo Utilitário	2	28.000,00	56.000,00
2	Moto	1	4.500,00	4.500,00
Sub-total				R\$ 60.500,00
Total de Investimentos Fixos			Sub-total	R\$113.146,10

5.2 Estimativa de estoque

A estimativa de estoque foi baseada na produção mensal da empresa inicialmente com a compra da matéria-prima, precisará disponibilizar o valor de R\$ 973,93.

A) Estimativa de Estoque inicial				
	Descrição	Qtde.	Valor unitário	Total
1	Farinha de trigo 25kg	5	55,49	277,45
2	Melhorador de massa (Pacote)	5	32,89	164,45
3	Ovos (Caixa Grande)	1	42,50	42,50
4	Fermento (Caixa)	1	17,90	17,90
5	Sal (Fardo)	1	23,90	23,90
6	Emulsificante (Pote)	2	11,45	22,90
7	Enzimas (Pacote)	2	18,39	36,78
8	Creme de confeito (Pacote)	3	12,78	38,34
9	Margarina (Balde)	1	23,45	23,45
10	Óleos (CX)	2	31,89	63,78
11	Leite Condensado (Pacote)	2	22,15	44,30
12	Brigadeiro (Pacote)	2	23,90	56,80
13	Coco Ralado (Pacote)	1	18,90	36,80
14	Granulado (Pacote)	1	19,35	19,35
15	Pasta Americana (Pacote)	1	26,90	26,90
16	Leite (Caixa)	1	39,90	39,90
17	Corantes (Caixa 10)	1	17,65	17,65
18	Essências (Caixa 10)	1	20,78	20,78
Sub-total				R\$ 973,93

5.3 Investimentos pré-operacionais

Para o investimento pré-operacionais foi necessário fazer o levantamento dos gastos que será realizado antes do início das atividades da empresa, antes dela começar a vender. Assim as despesas com reforma (pintura, instalação elétrica, troca de piso, etc.) ou mesmo as taxas de registro da empresa. Totalizando o valor de R\$ 23.300,00.

Investimento pré-operacional	R\$
Despesas de legalização	R\$ 1.800,00
Obras civis e ou reforma	R\$ 15.600,00
Divulgação	R\$ 1.500,00
Cursos e treinamentos	R\$ 1.400,00
Outras despesas	R\$ 3.000,00
Total	R\$ 23.300,00

5.4 Investimento total - Resumo

Com o trabalho anterior sobre os investimentos fixos, a estimativa de estoque e investimos pré-operacionais a empresa terá em média o valor de R\$ 137.420,03 de gasto.

Com isso necessitará de 157.420,03 para iniciar a empresa aonde R\$100.000,00 será de recursos próprios dos sócios cada um com o valor de 20.000,00 e o restante virá de recurso de terceiro que será o financiamento pela instituição BNDES.

Será financiado mais R\$ 20.000,00 para o capital de giro inicial.

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
1. Investimento fixo	113.146,10	82.33
2. Estimativa de estoque	973,93	0.70
3. Investimento pré-operacional	23.300,00	16.97
Total (1+2+3)	137.420,03	100

Fontes de recursos	Valor (R\$)	(%)
1. Recursos próprios	100.000,00	63,52
2. Recursos de terceiros	57.420,03	36,48
Total (1+2+3)	157.420,03	100

5.5 Estimativa de faturamento mensal da empresa

Na tabela abaixo, se encontra a linha de produção e a quantidade de produtos a serem oferecidos pela empresa, que foi baseado em informações de mercado. Para isso, considerou:

- O preço praticado pelos concorrentes diretos;
- O quanto seus potenciais clientes estão dispostos a pagar.
- O valor de faturamento mensal da empresa ficou em R\$ 59.860,00.

Produto/ Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
Bolos Simples	220	18,00	3.960,00
Bolos Confeitados	110	90,00	9.900,00
Salgados	440	6,00	2.640,00
Pães Salgados	39600	0,80	31.680,00
Pães Doces	1760	2,00	3.520,00
Doces	480	4,50	2.160,00
Coffee Break	20	300,00	6.000,00
Total			59.860,00

5.6 Estimativa dos custos de comercialização

Para chegar no custo de comercialização foram registrados os gastos com impostos . Porque esse tipo de despesa incide diretamente sobre as vendas e, assim como o custo com materiais diretos ou mercadorias vendidas, é classificado como um custo variável.

Para calcularmos aplicou-se, sobre o total das vendas previstas, o percentual dos impostos com isso teremos em média um custo mensal de R\$ 10.903,99.

Descrição	(%)	Faturamento estimando	Custo total
1. Imposto			
Impostos Federais			
SIMPLES	7,54	59.860,00	4.513,44
IRPJ	0,35	59.860,00	209,51
PIS	0,25	59.860,00	149,65

COFINS	1,04	59.860,00	622,54
CSLL	0,35	59.860,00	209,51
Impostos Estaduais			
ICMS	2,56	59.860,00	1.532,41
Impostos Municipais			
ISS	-	-	-
Subtotal 1			7.237,06
2. Gastos com vendas			
Comissões	-	-	0,00
Propaganda	-	-	1.500,00
Taxa de administração do cartão de crédito	3,62	59.860,00	2.166,93
Subtotal 2			3.666,93
TOTAL (Subtotal 1+ 2)			10.903,99

5.7 Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas.

Com a apuração dos custos dos materiais diretos ou mercadorias vendidas consegue-se ter ideia de quantidades e valor unitário de cada item da linha de produção, que irá variar dependendo do aumento ou diminuição do estoque.

Produto/ Serviço	Estimativa de Vendas (em unidade)	Custo Unitário de Materiais/ Aquisição (R\$)	CMD/CMV (R\$)
Bolos Simples	220	4,50	990,00
Bolos Confeitados	110	22,50	2.475,00
Salgados	440	1,50	660,00
Pães Salgados	39600	0,15	5.940,00
Pães Doces	1760	0,60	1056,00
Doces	480	1,00	480
Coffee Break	20	150,00	3000,00
Total			11.521,00

5.8 Estimativa dos custos com mão de obra

A empresa irá ter inicialmente 4 funcionários entre eles atendente que auxiliará no atendimento local e nas entregas, o padeiro cuidará da produção dos pães em geral, na fabricação dos bolos simples e massas dos confeitados e salgados, o confeitador fará os bolos confeitados, doces e na montagem do coffee break e a faxineira cuidará da higienização de toda a empresa em geral.

Cargo	Salário	Custo Efetivo
Atendente	R\$ 990,00	R\$ 1.980,00
Confeiteiro	R\$ 1.511,60	R\$ 3.223,20
Padeiro	R\$ 1.511,60	R\$ 3.223,20
Faxineira	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00
Total com Pessoal	R\$ 5.013,20	10.426,40

5.10 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

No quadro abaixo, se encontra todos os custos fixos que a empresa pagará.

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
IPTU	260,00
Água	690,00
Energia Elétrica	1.500,00
Telefone + Internet	350,00
Honorários do Contador	450,00
Pró-labore	10.000,00
Manutenção de equipamentos	2.000,00
Salários + encargos (Anexo 2)	10.426,40
Material de Limpeza	230,00
Material de Escritório	150,00
Combustível	300,00
Taxas diversas	120,00
Serviços de terceiros	150,00
Depreciação	1.885,76
Outras despesas	500,00
Total	29.012,16

5.11 Demonstrativos de Resultado - DRE

Após reunir as informações de faturamento e os custos totais (fixos e variáveis), foi possível prever o resultado da empresa, que irá operar inicialmente com prejuízo.

Quadro	Descrição	R\$	%
5.5	1. Receita total com vendas	59.860,00	
	2. Custos variáveis totais	10903,06	
5.8	(-) CMV(*)	11521	
5.7 (Subtotal 1)	(-) Impostos sobre venda	7.237,06	

5.7 (Subtotal 1)	(-) Gastos com vendas	3.666,93	
	Subtotal 2	26531,95	
	3. Margem de Contribuição (1-2)	33328,05	
5.11	4. (-) Custos fixos totais	29012,16	
	Resultado operacional (Lucro/prejuízo) (3-4)	19944,78	

(*)CMV – Custo Mercadoria Vendida

5.12 Indicadores de viabilidade

5.13.1 Ponto de equilíbrio

Índice de Margem de Contribuição: $59.860 - 10903,06/59860 = 0,81$

Ponto de Equilíbrio: $29012,16/0,81 = 35817,48 \times 12 = \mathbf{429.809,77 \text{ (ano)}}$

5.13.2 Lucratividade

Lucratividade: $239337,36/718320 \times 100 = 33,31\% \text{ ao ano}$

5.13.3 Rentabilidade

Rentabilidade: $239337,36/137420,03 \times 100 = 174,16\% \text{ ao ano}$

5.13.4 Prazo de retorno investido

Prazo de retorno: $137420,03/239337,36 = 7 \text{ meses}$