

FERNANDO PAULO DE OLIVEIRA
KELY CRISTINA RODRIGUES GOMES SACHES
SANDRA FERREIRA BERNARDINO

PLANO DE NEGÓCIO
CONFEITARIA MAKE YOUR CAKE

Monografia de Conclusão do CEAI - Curso de
Especialização em Administração Industrial da Escola
Politécnica da Universidade de São Paulo

São Paulo
2007
3º Quadrimestre

FERNANDO PAULO DE OLIVEIRA
KELY CRISTINA RODRIGUES GOMES SACHES
SANDRA FERREIRA BERNARDINO

PLANO DE NEGÓCIO
CONFEITARIA MAKE YOUR CAKE

Monografia de Conclusão do CEAi - Curso de
Especialização em Administração Industrial da Escola
Politécnica da Universidade de São Paulo

Área de Concentração: Empreendedorismo

Orientador: Prof. Dr. Antonio Cantizani Filho

São Paulo

2007

3º Quadrimestre

RESUMO

A população paulistana está cada vez mais exigente e em busca de produtos que satisfaçam suas necessidades quanto à personalização e diferenciação. As pessoas querem ser únicas e considerando a quantidade de comemorações e eventos que ocorrem em São Paulo diariamente, identificamos uma oportunidade de suprir estas necessidades de personalização e diferenciação nestas ocasiões especiais.

Este trabalho apresenta um plano de negócio, o qual visa à abertura de uma empresa especializada em bolos temáticos para comemorações de ocasiões especiais da vida das pessoas, trata-se da Confeitaria Make Your Cake.

Inicialmente realizamos uma pesquisa para determinar o número de bufês na cidade de São Paulo, áreas de concentração dos mesmos e número de eventos realizados pelas classes A e B. De posse desses dados verificamos que a região de Moema é a mais promissora para abertura de uma confeitaria especializada em bolos temáticos.

Através da avaliação de todo o conteúdo do trabalho podemos identificar a real oportunidade de investimento voltado para o setor de confeitarias. Conforme as projeções financeiras realizadas para cinco anos de operação, verificamos que o empreendimento além de possuir uma boa viabilidade financeira devido a lucros satisfatórios proporcionará aos sócios grande realização pessoal.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS

LISTA DE TABELAS

LISTA DE SIGLAS

1. INTRODUÇÃO	1
1.1. A Empresa	1
1.2. Estrutura da Empresa	2
1.3. Objetivos do Trabalho	2
1.4. Relevância do Tema	2
1.5. Estrutura do Trabalho	3
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	4
2.1. Empreendedorismo	4
2.2. Plano de Negócios	5
2.2.1. A importância do Plano de Negócios	5
2.2.2. Estrutura do Plano de Negócios.....	7
2.3. Marketing.....	10
2.3.1. Mix (ou Composto) de Marketing	11
2.3.2. Produto.....	11
2.3.3. Preço	12
2.3.4. Praça	14
2.3.5. Promoção	14
2.4. Planejamento Estratégico	15
2.5. As 5 Forças de Michael Porter	17
2.6. A Análise SWOT	19
3. ESTUDO DA VIABILIDADE DO NEGÓCIO	21
3.1. Estudo do Mercado	21
3.2. Análise Setorial (5 Forças de Porter).....	23
3.3. Análise SWOT	25
3.4. Características da Empresa	27
3.5. Estrutura da Empresa.....	27
3.6. Logotipo.....	27
3.7. Missão.....	27

3.8. Visão.....	28
3.9. Valores.....	28
3.10. Necessidades do consumidor.....	28
3.11. Setor.....	28
3.12. Reason Why.....	28
3.13. Brand character.....	29
3.14. Público-Alvo.....	29
3.15. Segmentação.....	30
3.15.1. Segmentação Geográfica.....	30
3.15.2. Segmentação Demográfica.....	31
3.15.3. Segmentação Relacionada ao Produto.....	32
3.15.4. Segmentação Psicográfica.....	32
3.16. Concorrência.....	32
3.17. Time.....	33
3.17.1. Organograma.....	33
3.17.2. Descrição dos cargos.....	34
3.17.3. Competências pessoais necessárias.....	35
3.17.4. Remuneração.....	36
3.17.5. Mecanismos de avaliação.....	36
3.18. Mix de Marketing (4 P's de Marketing).....	37
3.18.1. Produtos/ Serviços.....	37
3.18.2. Praça.....	39
3.18.3. Promoção.....	40
3.18.4. Preço.....	42
3.19. Análise de Viabilidade Financeira.....	46
3.19.1. Projeções Financeiras.....	46
4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	47
4.1. Valuation.....	48
5. CONCLUSÕES.....	51
6. ANEXOS.....	52
6.1. - ANEXO 1: Investimento Fixo (Imobilizado) – Anos 1 a 5.....	52
6.2. – ANEXO 2: Projeção das receitas - Anos 1 a 5.....	57
6.3. – ANEXO 3: Custos Variáveis - Anos 1 a 5.....	62
6.4. – ANEXO 4: Imposto Produto - Anos 1 a 5.....	67

6.5. – ANEXO 5: Retiradas – Anos 1 a 5.....	69
6.6. – ANEXO 6: Mão de Obra Direta – Anos 1 a 5.....	71
6.7. – ANEXO 7: Custos Fixos – Anos 1 a 5	76
6.8. – ANEXO 8: Custos de Fabricação – Anos 1 a 5.....	81
6.9. – ANEXO 9: Demonstração de Resultados – Anos 1 a 5	84
6.10. – ANEXO 10: Fluxo de Caixa – Anos 1 a 5	89
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94

LISTA DE FIGURAS

Figura 2.1 Nove estratégias de preço/ qualidade	13
Figura 2.2 Metodologia sugerida para o planejamento estratégico	17
Figura 2.3 As 5 Forças de Porter	18
Figura 3.4 Análise Swot	19
Figura 3.1 As 5 Forças de Porter - Análise do negócio proposto Publico alvo.....	23
Figura 3.2 Logotipo da Confeitaria	27
Figura 3.3 Publico alvo.....	30
Figura 3.4 Organograma da Empresa	34
Figura 3.5 Posicionamento da Empresa	39
Figura 3.6 Vista Panorâmica de Moema	40
Figura 3.7 Fachada da nossa Empresa.....	40
Figura 3.8 Exemplos de Bolos.....	43
Figura 3.9 Exemplo de Lembrancinhas	44
Figura 4.1 Fluxo de Caixa Descontado e Avaliação por Múltiplos Estimativa para 5 anos	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 3.1 População Total por Grupos de Idade – 2004	31
Tabela 3.2 População Total por Sexo – 2004.....	31
Tabela 3.3 Faixa de renda versus Salário Mínimo – 2000 (%)	31
Tabela 3.4 Preço Bolos versus Nível de Detalhamento.....	42
Tabela 3.5 Preço Lembrancinha versus Tipo	42
Tabela 3.6 Número de Funcionários versus Cargos	46
Tabela 3.7 Distribuição das Datas Comemorativas por Mês.....	46
Tabela 4.1 Demonstração do Resultado do Exercício (Estimativa 5 anos).....	47
Tabela 4.2 Demonstração do Fluxo de Caixa (Estimativa 5 anos).....	48
Tabela 4.3 <i>Valuation</i> por Fluxo de Caixa Descontado	49
Tabela 4.4 <i>Valuation</i> por Múltiplos de Mercado.....	49

LISTA DE SIGLAS

AMA – American Marketing Association

Dieese – Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômicos

FCD – Fluxo de Caixa Descontado

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

PEA – População Economicamente Ativa

Seade – Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas

TIR – Taxa Interna de Retorno

1. INTRODUÇÃO

Neste capítulo apresentamos a empresa **CONFEITARIA MAKE YOUR CAKE**, a qual será criada após a conclusão deste plano de negócio.

1.1. A Empresa

Os bolos são um dos artigos principais das festas de aniversário e casamento, por vezes ornamentados artisticamente e ocupando o lugar central da mesa.

Por se tratar de datas tão especiais, muitas pessoas não querem mais uma mesa comum, com doces já vistos em outras festas.

Diante desse cenário surgiu a idéia de criar a **Confeitaria Make Your Cake**, uma confeitaria que produzirá bolos temáticos como uma alternativa aos bolos convencionais encontrados em toda a cidade de São Paulo nas mais diversas confeitarias. Ela estará localizada no bairro de Moema e direcionada a um público A-B.

A empresa terá como diferencial a personalização, um toque diferenciado no recheio e o formato, que marcará com charme e criatividade todos os eventos. Será uma alternativa de presente com qualidade, charme e bom humor, que distinguirá com sucesso todas as datas.

Nossos produtos proporcionarão aos clientes e consumidores a sensação de prazer, de comemorar uma ocasião especial de forma personalizada, única, diferenciada.

Aos adultos a possibilidade de realizar suas comemorações de forma agradável, bonita, alegre, charmosa, impressionando e encantando seus convidados.

Às crianças, a oportunidade única de preparem seus bolos montando e decorando, a partir de moldes pré-prontos e contando com a supervisão de monitores. Este público receberá ainda como lembrança do evento chapéu e avental, a fim de que se sintam como verdadeiros “mestres-cuca”. E aos pais a satisfação de proporcionar ao filho uma comemoração única, com muita diversão e bom humor. Os bolos serão preparados sem conservantes e com ingredientes frescos e de qualidade.

Além disso, a empresa terá como meta utilizar-se de materiais reciclados nas suas operações e realizar coleta seletiva.

Como atividade social, no mês de outubro a empresa oferecerá um evento a uma instituição de crianças carentes no qual elas poderão montar seus mini bolos, incentivando a criatividade e proporcionando momentos felizes.

1.2. Estrutura da Empresa

A empresa será constituída por quatro sócios-proprietários com percepção da importância da qualidade, atendimento e dedicação aos clientes. A equipe será composta principalmente por confeitadores, além de serviços terceirizados para algumas embalagens e artigos de decoração.

1.3. Objetivos do Trabalho

O Plano de Negócios é um instrumento que oferecerá uma visão antecipada de ações e resultados do empreendimento, através da apuração de dados relativos a valores de investimento inicial e de impostos, custos fixos e variáveis, pesquisa de mercado e outros.

Desta forma, os objetivos do trabalho são verificar a viabilidade técnica e comercial desse novo empreendimento, e analisar as ações que devem ser realizadas antes de abrir as portas aos clientes.

1.4. Relevância do Tema

Atualmente no Brasil há cerca de 10 mil *bufês*, sendo que desse total 2 mil estariam localizados no Estado de São Paulo e 1,2 mil na capital.

A quantidade de festas em *bufês* na capital paulista a cada mês gira em torno de 18 mil, considerando apenas os *bufês*. Além disso, há cerca de 50 mil casamentos por ano na cidade de São Paulo.

Por mês, a classe A da cidade de São Paulo desembolsa R\$ 36,6 milhões com festas e cerimônias variadas (das festinhas de aniversário dos filhos a batizados e casamentos).

A população paulistana está cada vez mais exigente e em busca de produtos que satisfaçam suas necessidades quanto à personalização e diferenciação. As pessoas querem ser únicas e considerando a quantidade de comemorações e eventos que ocorrem em São Paulo diariamente, identificamos uma oportunidade de suprir estas necessidades de personalização e diferenciação nestas ocasiões especiais.

Assim, promoveremos prazer aos nossos clientes preocupando-nos em confeccionar alimentos saudáveis, preparados com ingredientes frescos e naturais; com características próprias e únicas, de acordo com o desejo do cliente; buscando a superação de suas expectativas. Além disso, ofereceremos aos nossos clientes atendimento personalizado e diferenciado desde o primeiro contato (pedido/ informações sobre os produtos) até a avaliação da satisfação destes clientes, com o mesmo foco de torná-los únicos, especiais.

Considerando o cenário acima, identificamos uma oportunidade no principal componente da festa: o bolo!

A **Confeitaria Make Your Cake** vai explorar a imaginação dos clientes para reproduzir, de forma criativa, sua idéia no formato de um bolo. Nosso diferencial será o atendimento, a personalização e a diferenciação, sempre buscando a satisfação, a alegria, a felicidade e a realização de nossos clientes.

1.5. Estrutura do Trabalho

O modelo de plano de negócio da empresa Make Your cake apresentará a seguinte estrutura:

- **Capítulo 1:** Introdução – Neste capítulo será apresentada à empresa Make Your Cake, sua estrutura, os objetivos desse plano de negócio e a relevância do tema;
- **Capítulo 2:** Fundamentação Teórica – Neste capítulo serão apresentados os conceitos utilizados para o desenvolvimento do Plano de Negócio;
- **Capítulo 3:** Estudo de Viabilidade do Negócio – Neste capítulo serão apresentados os estudos realizados sobre a viabilidade do negócio com foco no setor de confeitarias. Serão apresentadas as vantagens como também as eventuais deficiências do negócio.
- **Capítulo 4:** Neste capítulo serão apresentados os resultados do estudo realizado para o primeiro ano de atividade e os resultados para os cinco primeiros anos da empresa.
- **Capítulo 5:** Neste capítulo serão apresentadas as conclusões sobre a viabilidade do negócio com base nos capítulos 3 e 4.

Neste trabalho trataremos dos diversos tópicos relacionados ao Empreendedorismo, dentre eles: a visualização de uma oportunidade de negócio, as necessidades do mercado consumidor, os produtos e os serviços prestados, a concorrência, a equipe e o planejamento financeiro, enfim, todos os tópicos cujo conhecimento é necessário para a criação de um novo negócio.

Através da avaliação de todo o conteúdo do trabalho podemos identificar a real oportunidade do negócio apresentado, o qual além de possuir uma boa viabilidade financeira devido a lucros satisfatórios proporcionará aos sócios grande realização pessoal.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para a elaboração deste plano de negócio, nos baseamos em diversas áreas de conhecimento: organização, estatística, planejamento e desenvolvimento, administração, planejamento estratégico, marketing, qualidade, recursos humanos, negociação e comunicação e empreendedorismo.

Os conceitos sobre os quais este trabalho está baseado estão relacionados a seguir:

2.1. Empreendedorismo

Diversos autores têm estudado e definido empreendedorismo sob diferentes óticas desde o surgimento do termo há alguns séculos, derivado do francês “*entrepreneur*” que quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo.

Schumpeter (1982) define o empreendedor como aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. Eles são o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, gerando novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados; revolucionando a estrutura econômica.

Conforme afirma Dornelas (2001, p21), “são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade”.

De acordo com Lumpkin e Dess (1996) o essencial ato do empreendedorismo é novo negócio, que pode ser realizado por entrar em novos ou estabelecidos mercados com novos ou existentes bens ou serviços. É o ato de lançar um novo negócio por uma empresa iniciante, por uma firma já existente ou internamente em uma corporação.

Segundo pesquisa publicada pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) em 2006, o Brasil é considerado o 5º país mais empreendedor do mundo, no entanto o motivo que leva as pessoas a abrir um negócio é a necessidade e não por oportunidade. A dificuldade em encontrar trabalho é a motivação de 43% dos empreendedores do país segundo SEBRAE (2006).

Em um estudo sobre empreendedorismo, Timmons (1994), resumizou as principais características que podem ser encontradas em um empreendedor:

- Comprometimento total, determinação e perseverança;
- Foco para atingir o crescimento;
- Orientação a oportunidades e objetivos;
- Iniciativa e responsabilidade;
- Persistência na resolução de problemas;
- Realismo e senso de humor;
- Prover e buscar *feedback*;
- Autocontrole;
- Gostar de riscos e tomar riscos calculados;
- Pouca necessidade por poder e status;
- Integridade e confiabilidade.

O lado negativo do Empreendedorismo é que os índices de mortalidade das Pequenas e Médias Empresas no Brasil são elevadíssimos: segundo relatório do SEBRAE/SP (2006), o número de empresas que fecham suas portas chega a 29% no primeiro ano de operação, passando para 42% no segundo, 53% no terceiro e 56% no quinto ano de operação. Entre as principais razões, destaca-se a falta de preparação do empreendedor para gerenciar com eficiência a sua empresa, insuficiência de capital, além de dificuldades pessoais do candidato a empresário.

Em geral, busca-se através do Empreendedorismo desenvolver um projeto acerca de uma oportunidade de mercado percebida, nem sempre com muita clareza, pelo empreendedor em questão.

2.2. Plano de Negócios

2.2.1. A importância do Plano de Negócios

Segundo Sahlman (Sahlman, 1997), importante professor da *Harvard Business School*, poucas áreas têm atraído tanta atenção dos homens de negócio nos Estados Unidos como os planos de negócios. Dezenas de livros e artigos têm sido escritos e publicados naquele país tratando do assunto e propondo fórmulas de como escrever um plano de negócios que revolucionará a empresa.

Segundo Dornelas (2001), o plano de negócios é uma ferramenta de gestão pode e deve ser usada por todo e qualquer empreendedor que queira transformar seu sonho em realidade, seguindo o caminho lógico e racional que se espera de um bom administrador.

A elaboração de um Plano de Negócios ou *Business Plan* é uma etapa fundamental para o empreendedor que deseja criar uma empresa, não somente pela sua utilidade na busca de recursos, mas principalmente, como forma de sistematizar suas idéias e planejar de forma mais eficiente o seu negócio. O conceito básico do plano de negócio é o planejamento. Um plano de negócios bem feito aumentará muito as chances de sucesso do empreendimento.

Para montar uma empresa, antes de começar a colocar em prática os passos necessários para a sua legalização, é preciso que o futuro empresário tenha uma série de conhecimentos fundamentais, como: conhecer o ramo de atividade onde vai atuar, o mercado, fazer um planejamento do que vai ser colocado em prática na nova empresa, estabelecer os objetivos que se pretende atingir, entre outros.

Muitas pessoas têm idéias de negócios que nunca são concretizados. Na verdade, estas pessoas têm apenas “idéias”. Elas não fazem distinção entre idéias e oportunidades de negócios. A diferença não é pequena. Uma idéia, normalmente, prende-se a um produto ou serviço. As pessoas não pensam em negócio. O Plano de Negócio é que vai diferenciar uma idéia de uma oportunidade, pois é realizando um estudo exaustivo do mercado que o empreendedor transformará sua idéia em uma oportunidade de negócio, através de um planejamento.

Portanto, o Plano de Negócio é um documento pelo qual o empreendedor formalizará os estudos a respeito de suas idéias, transformando-as num negócio. No Plano de Negócio estarão registrados os conceitos do negócio, os riscos, os concorrentes, o perfil da clientela, as estratégias de marketing, bem como todo o plano financeiro do novo negócio.

Plano de Negócio é um Plano de Ação, que passa a orientar o empreendedor na implementação de sua oportunidade de negócio; é também um Plano de Operação, que deverá ser acompanhado e avaliado pelo empreendedor periodicamente.

A existência de um Plano de Negócios reduz a probabilidade de morte precoce das empresas, uma vez que uma parte dos riscos e as situações operacionais adversas serão previstas no seu processo de elaboração, bem como a elaboração de planos de contingência.

Não são incomuns mudanças profundas no projeto ou até mesmo o abandono da idéia inicial, quando se começa a pesquisar e checar as suposições iniciais para a montagem do Plano de Negócios. É justamente aí que reside o valor de um bom plano, é muito mais fácil modificar negócios que estão apenas no papel do que negócios que já estejam em pleno funcionamento, com o comprometimento de parcela expressiva de seus recursos.

O Plano de Negócios pode também levar à conclusão de que o empreendimento deve ser adiado ou suspenso por apresentar alta probabilidade de fracasso. O desenvolvimento do Plano de Negócios permitirá avaliar a viabilidade da implantação do empreendimento.

Neste sentido, caso o negócio seja inviável, por motivos econômicos, financeiro, técnico ou de mercado, o empreendedor verificará esta conclusão “no papel” e não na prática, após alguns meses de funcionamento da empresa, quando já investiu todo ou parte do seu capital disponível para o empreendimento.

Segundo Bhidé (2002), um estudo de portfólios de capital de risco feito pela *Venture economics, Inc.*, revela que 7% dos investimentos são responsáveis por mais de 60% dos lucros dos fundos de investimento. Esse estudo demonstra dificuldade em conseguir investidores para o negócio, pois só irão investir se tiverem real certeza que o negócio será lucrativo.

2.2.2. Estrutura do Plano de Negócios

A elaboração do próprio plano de negócios, para Degen (1989), já é em si uma boa oportunidade para testar a motivação, o empenho e o conhecimento dos possíveis sócios. O autor ressalta ainda, que o plano de negócios irá refletir toda a credibilidade da empresa, demonstrando, em sua essência o grau de comprometimento, o de expectativa de cumprimento de metas e sustentabilidade da organização para uma análise dos possíveis investidores.

Sendo o alvo do estudo em questão atrair investidores para o empreendimento, torna-se necessário dar ênfase ao estudo do investimento, isto é, estimar o total de receita de capital que será preciso para sua execução, ou melhor, para o seu desenvolvimento. É a partir deste estudo que será estruturado o investimento, avaliando seu custo de capital, sua rentabilidade e prioridade.

Degen (1989) comenta que possíveis investidores são pessoas em geral muito ocupadas e, devido a este fato, analisarão tais planos com muita rapidez e pressa. Desta forma, o plano deve ser o mais claro, objetivo e conciso possível, bem como deverá focalizar principalmente os seguintes aspectos:

- conceito do negócio, isto é, necessidade dos clientes, grupo de clientes e como atender a esta necessidade;
- características do novo negócio e do setor. Particularmente seu potencial de lucro e crescimento;
- originalidade do empreendimento, diferenciação e estratégia competitiva em

relação aos concorrentes;

- necessidades financeiras, fluxo de caixa, bem como *pay-back* e taxa interna de retorno;
- credibilidade e qualidade da equipe gerencial, refletidos na sua experiência e qualidade do plano do negócio apresentado.

O detalhamento do Plano de Negócios, para Degen (1989), depende do tipo do novo empreendimento. Se o novo negócio basear-se em um novo produto, mercado ou processo, ele precisará ser mais bem explicado do que se estivesse baseado em produtos, mercados ou processos já existentes e bem sucedidos.

Os próprios Planos de Negócios, segundo Kotler (1998), tendem a ser cada vez mais orientado para os mercados consumidor e concorrente, bem como têm tido uma importância cada vez maior dentro da nova realidade de mercado. Isso implicou em uma análise mais realista e discutida em comparação com trabalhos que já foram realizados no passado. Ainda segundo o autor, os planos retratam mais o conteúdo das funções de marketing e estão sendo cada vez mais desenvolvidos em equipe.

O Plano de Negócios poderá possuir uma estrutura diferente, dependendo não só de empreendimento para empreendimento, mas principalmente de seu objetivo. Como o plano de negócios é um documento usado para descrever seu negócio, as seções que compõem um plano de negócios geralmente são padronizadas para facilitar o entendimento. Cada uma das seções do plano tem um propósito específico.

Cada uma das seções aqui apresentadas deve ser abordada sempre visando à objetividade, sem perder sua essência e os aspectos mais relevantes a ela relacionados.

1. Capa - A capa, apesar de não parecer, é uma das partes mais importantes do plano de negócios, pois é a primeira parte que é visualizada por quem lê o plano de negócios, devendo, portanto ser feita de maneira limpa e com as informações necessárias e pertinentes.

2. Sumário - O sumário deve conter o título de cada seção do plano de negócios e a página respectiva onde se encontra, bem como os principais assuntos relacionados em cada seção. Isto facilita ao leitor do plano de negócios encontrar rapidamente o que lhe interessa.

3. Sumário Executivo - O Sumário Executivo é a principal seção do plano de negócios. Através do Sumário Executivo é que o leitor decidirá se continuará, ou não, a ler o plano de negócios. Deve ainda ser dirigido ao público-alvo do plano de negócios e explicitar qual o objetivo do plano de negócios em relação ao leitor.

4. Planejamento Estratégico do Negócio - A seção de planejamento estratégico é onde são definidos os rumos da empresa. Nesta seção devem ser apresentadas a visão e missão da

empresa, sua situação atual, as potencialidades e ameaças externas, suas forças e fraquezas, suas metas e objetivos de negócio.

5. Descrição da Empresa - Nesta seção deve-se descrever a empresa, seu histórico, crescimento, faturamento dos últimos anos, sua razão social, impostos, estrutura organizacional e legal, localização, parcerias, certificações de qualidade, serviços terceirizados etc.

6. Produtos e Serviços - Esta seção do plano de negócios é destinada aos produtos e serviços da empresa, como são produzidos, recursos utilizados, o ciclo de vida, fatores tecnológicos envolvidos, pesquisa e desenvolvimento, principais clientes atuais, etc. Nesta seção pode ser incluída, uma visão do nível de satisfação dos clientes com os produtos e serviços da empresa.

7. Plano Operacional - Esta seção deve apresentar as ações que a empresa está planejando em seu sistema produtivo, indicando o impacto que estas ações terão em seus parâmetros de avaliação de produção. Deve conter informações operacionais atuais e previstas de fatores como: lead time do produto ou serviço, rotatividade do inventário, índice de refugo, lead time de desenvolvimento de produto ou serviço etc.

8. Plano de Recursos Humanos - Aqui devem ser apresentados os planos de desenvolvimento e treinamento de pessoal da empresa. Estas informações estão diretamente relacionadas com a capacidade de crescimento da empresa.

9. Análise de Mercado - Na seção de análise de mercado, o autor do plano de negócios deve mostrar que os executivos da empresa conhecem muito bem o mercado consumidor do seu produto / serviço (através de pesquisas de mercado): como está segmentado, o crescimento desse mercado, as características do consumidor e sua localização, se há sazonalidade e como agir nesse caso, análise da concorrência, a sua participação de mercado e a dos principais concorrentes, os riscos do negócio etc.

10. Plano de Marketing - O Plano de Marketing apresenta como a empresa pretende vender seu produto / serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda. Deve abordar seus métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente, política de preços, principais clientes, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e publicidade, bem como projeções de vendas.

11. Plano Financeiro - A seção de finanças deve apresentar em números todas as ações planejadas para a empresa e as comprovações, através de projeções futuras, de sucesso do negócio. Deve conter demonstrativo de fluxo de caixa, balanço patrimonial; análise do ponto de equilíbrio; necessidades de investimento; demonstrativos de resultados; análise de

indicadores financeiros do negócio, como por exemplo: faturamento previsto, margem prevista, prazo de retorno sobre o investimento inicial (*payback*), taxa interna de retorno (TIR) etc.

Anexos - Esta seção deve conter todas as informações que se julgar relevantes para o melhor entendimento do plano de negócios. Por isso, não tem um limite de páginas ou exigências a serem seguidas. Pode-se anexar ainda informações como fotos de produtos, plantas da localização, roteiros e resultados completos das pesquisas de mercado que foram realizadas, material de divulgação do negócio, *folders*, catálogos, estatutos, contrato social da empresa, planilhas financeiras detalhadas etc.

2.3. Marketing

Segundo Kotler e Keller (2006, p. 4), “o marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Para defini-lo de uma maneira bem simples, podemos dizer que ele ‘supre necessidades lucrativamente’. [...] o marketing é uma função organizacional e um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega do valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado”.

O marketing de nossa empresa enquadra-se tanto no marketing de bens, através da confecção de bolos, mini-bolos e *brownies* temáticos, quanto no marketing de serviços, através da disponibilização de monitores quando o cliente optar pela aquisição de mini-bolos ou brownies a serem decorados no próprio evento. Segundo Kotler e Keller (2006, p. 6), “Bens tangíveis ou produtos constituem a maior parte do esforço de produção e marketing da maioria dos países.” e “À medida que as economias evoluem, uma proporção cada vez maior de suas atividades se concentra na produção de serviços. [...] Muitas ofertas ao mercado consistem em um mix variável de bens e serviços”.

Segundo Kotler e Keller (2006, p. 13), “A orientação de produto sustenta que os consumidores dão preferência a produtos que oferecem qualidade e desempenho superiores ou que têm características inovadoras”.

A Confeitaria Make Your Cake fornecerá bolos, mini-bolos e brownies temáticos, confeccionados conforme o desejo do cliente (personalização) e preparados sem conservantes e com ingredientes de alta qualidade. A finalidade é que nossos produtos e serviços proporcionem aos eventos de nossos clientes um toque de charme, diferenciação, personalização e bom humor, impressionando, encantando e oferecendo prazer aos seus convidados.

2.3.1. Mix (ou Composto) de Marketing

Segundo Kotler e Keller (2006, p. 17) “A tarefa do profissional de marketing é delinear atividades de marketing e montar programas de marketing totalmente integrados para criar, comunicar e entregar valor aos consumidores. O programa de marketing consiste em numerosas decisões quanto às atividades de marketing de aumento de valor a serem usadas. As atividades de marketing podem assumir muitas formas. Uma maneira tradicional de descrevê-las é em termos do mix (ou composto) de marketing, que vem sendo definido como o conjunto de ferramentas de marketing que a empresa usa para perseguir seus objetivos de marketing. McCarthy classificou essas ferramentas em quatro grupos amplos que denominou os 4Ps do marketing: produto, preço, praça (ou ponto-de-venda) e promoção (do inglês *product, price, place e promotion*)”. As empresas utilizam este mix de marketing para obter os resultados desejados no mercado que se deseja atingir.

Segundo Kotler e Keller (2006, p. 17) “... os 4 Ps representam a visão que a empresa vendedora tem das ferramentas de marketing disponíveis para influenciar compradores. Do ponto de vista de um comprador, cada ferramenta de marketing é projetada para oferecer um benefício ao cliente. Robert Lauterborn sugeriu que os 4 Os do vendedor correspondem aos 4 Cs dos clientes”.

4Ps

Produto

Preço

Praça

Promoção

4Cs

Cliente (solução para o)

Custo (para o cliente)

Conveniência

Comunicação

A seguir, a descrição dos conceitos referentes aos 4Ps de marketing:

2.3.2. Produto

Segundo Kotler e Keller (2006, p. 366) “Um **produto** é tudo o que pode ser oferecido a um mercado para satisfazer uma necessidade ou um desejo. Entre os produtos comercializados estão bens físicos, serviços, experiências, eventos, pessoas, lugares, propriedades, organizações, informações e idéias”.

Ainda segundo Kotler (2006, p. 366) “Ao planejar sua oferta ao mercado, o profissional de marketing precisa pensar em cinco níveis de produto. Cada nível agrega mais

valor para o cliente, e os cinco juntos constituem a **hierarquia de valor para o cliente**. O nível mais fundamental é o **benefício central**: o serviço ou benefício fundamental que o cliente está realmente comprando. No segundo nível, o profissional de marketing deve transformar o benefício central em um **produto básico**. No terceiro nível, o profissional de marketing prepara um **produto esperado**: uma série de atributos e condições que os compradores normalmente esperam ao comprar tal produto. No quarto nível, o profissional de marketing prepara um **produto ampliado**, que excede as expectativas do cliente. A diferenciação surge a partir da ampliação do produto, que é o que leva o profissional de marketing a examinar o **sistema de consumo**: a maneira como o usuário desempenha as tarefas de obter, usar, adaptar e descartar o produto”.

2.3.3. Preço

Segundo Kotler e Keller (2006, p. 428) “O preço é o único elemento do mix de marketing que produz receita; os demais produzem custos. Ele também é um dos elementos mais flexíveis: pode ser alterado com rapidez, ao contrário das características de produtos, dos compromissos com canais de distribuição e até das promoções. O preço também informa ao mercado o posicionamento de valor pretendido pela empresa para seu produto ou marca. Um produto bem desenhado e comercializado pode determinar um preço superior e obter alto lucro”.

Segundo Kotler (1998, p. 436 e P. 437) “A empresa deve decidir onde posicionar seu produto em termos de qualidade e preço. Pode posicioná-lo no centro do mercado, três níveis acima ou três níveis abaixo. Os sete níveis são os seguintes:

Segmento

Definitivo

Luxo

Necessidades especiais

Médio

Facilidade/ conveniência

Convencional e mais barato

Orientado para preço

Esse esquema sugere que os sete níveis de posicionamento de produtos não concorrem entre si, mas apenas dentro de cada grupo. Contudo, pode haver concorrência entre os segmentos preço-qualidade. A Figura mostra nove estratégias preço-qualidade possíveis.

		Preço		
		Alto	Médio	Baixo
Qualidade do produto	Alta	1. Estratégia premium	2. Estratégia de alto valor	3. Estratégia de valor supremo
	Média	4. Estratégia de preço alto	5. Estratégia de preço médio	6. Estratégia de valor médio
	Baixa	7. Estratégia de desconto	8. Estratégia de falsa economia	9. Estratégia de economia

Figura 2.1 Nove estratégias de preço/ qualidade

Fonte: KOTLER, P., Administração de Marketing, Editora Atlas S.A., 1998, p. 437

As estratégias diagonais 1, 5 e 9 podem coexistir no mesmo mercado; isto é, uma empresa oferece um produto de alta qualidade a um preço alto, outra oferece um produto de qualidade média a preço médio e ainda outra oferece um produto de baixa qualidade a baixo preço. Os três concorrentes podem coexistir à medida que o mercado consiste em três grupos de compradores, os que procuram qualidade, os que procuram preço e aqueles que equilibram as duas considerações.

As estratégias de posicionamento 2, 3 e 6 representam maneiras de atacar as posições diagonais. A estratégia 2 indica: “nosso produto tem a mesma alta qualidade do produto 1, mas cobramos menos”. A estratégia 3 indica a mesma coisa e oferece uma economia ainda maior. Se os consumidores sensíveis à qualidade acreditarem nestes concorrentes, comprarão deles e economizarão dinheiro (apenas que o produto da empresa 1 tenha adquirido apelo de muito sofisticado).

As estratégias de posicionamento 4, 7 e 8 implicam a fixação de preço alto para o produto em função de sua qualidade. Os consumidores se sentirão “extorquidos” e, provavelmente, reclamarão ou falarão mal da empresa a outras pessoas. Estas estratégias devem ser evitadas por profissionais de marketing. A empresa tem que considerar muitos fatores ao definir sua estratégia de preço “. Dentre estes fatores estão: seleção do objetivo de preço, determinação da demanda, estimativa dos custos, análise dos preços e das ofertas dos concorrentes, seleção de um método para fixar preço e seleção do preço final.

2.3.4. Praça

Segundo Kotler (2000, p. 109) “A praça ou distribuição inclui as várias atividades que a empresa empreende para tornar o produto acessível e disponível para seus consumidores-alvos”.

Ainda segundo Kotler e Keller (2006, p. 464) “Canais de marketing são conjuntos de organizações interdependentes envolvidas no processo de disponibilizar um produto ou serviço para uso ou consumo. Eles formam o conjunto de caminhos que um produto ou serviço segue depois da produção, culminando na compra ou na utilização pelo usuário final”.

Kotler (2000, p. 513) também afirma “O conceito de canais de marketing não está limitado à distribuição de mercadorias físicas. Os prestadores de serviços e idéias também enfrentam o problema de fazer com que sua produção esteja disponível e acessível ao seu público alvo”.

2.3.5. Promoção

De acordo com Kotler (2000, p. 109) “A promoção inclui todas as atividades de comunicação e promoção da empresa nos mercados-alvo”. E ainda, segundo Kotler e Keller (2006, p. 532 e p. 533) “A **comunicação de marketing** é o meio pelo qual as empresas buscam informar, persuadir e lembrar os consumidores – direta ou indiretamente – sobre os produtos e marcas que comercializam. Num certo sentido, a comunicação de marketing representa a ‘voz’ da marca e é o meio pelo qual ela estabelece um diálogo e constrói relacionamentos com os consumidores. A comunicação de marketing colabora de diversas formas com os consumidores. Eles podem conhecer ou ver como e por que um produto é usado, por qual tipo de pessoa, quando e onde; podem receber informações sobre quem o fabrica e o que a empresa e a marca representam, e, ainda, podem receber um incentivo ou recompensa pela experimentação ou uso. A comunicação de marketing permite às empresas conectar suas marcas a outras pessoas, lugares, eventos, marcas, experiências, sensações e objetos. Posicionando a marca na memória e criando uma imagem de marca, a comunicação de marketing pode contribuir para a formação do *brand equity*”.

Kotler e Keller (2006, p. 533) ainda afirmam: “Embora a propaganda, em geral, seja um elemento central num programa de comunicação de marketing, normalmente não é o único – ou o mais importante – no que se refere à construção do *brand equity*. O

mix de comunicação de marketing é composto por seis formas essenciais de comunicação:

1. Propaganda: qualquer forma paga de apresentação e promoção não pessoais de idéias, mercadorias ou serviços por um anunciante identificado.
2. Promoção de vendas: uma variedade de incentivos de curto prazo para estimular a experimentação ou a compra de um produto ou serviço.
3. Eventos e experiências: atividades e programas patrocinados pela empresa e projetados para criar interações relacionadas à marca, diariamente ou em ocasiões especiais.
4. Relações públicas e assessoria de imprensa: uma variedade de programas elaborados para promover ou proteger a imagem de uma empresa ou de seus produtos.
5. Marketing direto: utilização de correio, telefone, fax, e-mail ou Internet para se comunicar diretamente com clientes específicos e potenciais ou lhes solicitar uma resposta direta.
6. Vendas pessoais: interação pessoal (cara a cara) com um ou mais compradores potenciais com vistas a apresentar produtos ou serviços, responder a perguntas e tirar pedido.

2.4. Planejamento Estratégico

A palavra estratégia vem do grego antigo *stratègós*, de *stratos*, que significa “exército” e de “*ago*”, que significa “liderança” ou “comando” tendo significado inicialmente “a arte do general” e significava o comandante militar, à época de democracia ateniense, segundo Wikipédia.

Dentro do idioma grego, segundo Serra; Torres, M. e Torres, A. (2004, p.4), a origem grega da palavra estratégia:

Stratós/stratia: exército acampado

Stratéia: expedição acampada

Stratego: liderar como um general

Strategós: comandante do exército

Strategia: qualidade e habilidade do general

Ainda segundo Wikipedia, “estratégia é a definição de como os recursos serão alocados para se atingir determinado objetivo. Usada originalmente na área militar, esta palavra hoje é bastante usada na área de negócios”.

No âmbito empresarial, segundo Serra; Torres, M. e Torres, A. (2004, p.5), a estratégia “é o conjunto dos meios que uma organização utiliza para alcançar seus objetivos. Tal processo envolve as decisões que definem os produtos e os serviços para determinados clientes e mercados e a posição da empresa em relação aos seus concorrentes”.

Segundo Serra; Torres, M. e Torres, A. (2004, p.28), “[...] a ferramenta que geralmente se aplica quando se desejam estabelecer os objetivos e a estratégia que deve ser seguida por uma empresa: o planejamento estratégico”.

Ainda segundo Serra; Torres, M. e Torres, A. (2004, p.28), “[...] o planejamento é fundamental para que os objetivos da empresa sejam alcançados. O planejamento estratégico é o instrumento que organiza e ordena o que se pretende que aconteça em determinado momento, e o plano estratégico é o documento que formaliza essa sistematização”.

De acordo com Serra (2004), o planejamento estratégico deve decorrer do raciocínio estratégico para poder ser flexível e se moldar ao ambiente. O planejamento estratégico deverá refletir de forma sucinta a estratégia da organização.

Conforme Serra (2004,p.34), “o raciocínio estratégico é orientado para a iteração entre a estrutura e o meio ambiente, assim como para a adequação da empresa aos aspectos competitivos do negócio. Relaciona-se com a visão e a missão, com a visão e a missão, com a elaboração dos objetivos e das principais orientações estratégicas da organização”.

O modelo a seguir ilustra a metodologia sugerida para o planejamento estratégico:

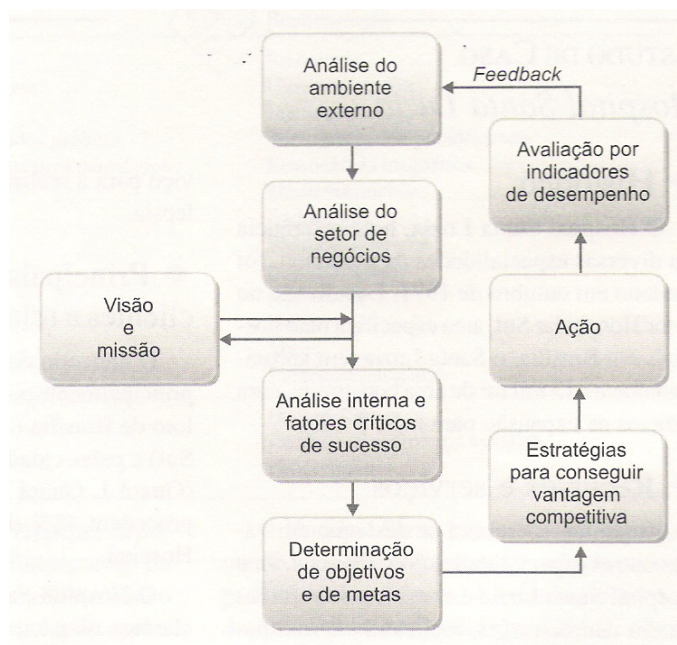


Figura 1.2 Metodologia sugerida para o planejamento estratégico

Fonte: SERRA, F.; TORRES, M. C. C.; TORRES, A. P., Administração Estratégica. Reichmann & Affonso Editores, 2004 , pág. 35

A análise do ambiente externo será realizada com base na análise de SWOT. A análise do setor de negócios será realizada com base nas 5 forças de Michael Porter.

2.5. As 5 Forças de Michael Porter

Michael Porter identificou 5 forças que segundo ele determinam à atratividade intrínseca de um determinado segmento de mercado. São elas:

- *Ameaça de rivalidade entre os concorrentes*: segundo Kotler (2000, p.240), diversas situações podem levar à guerra de preços, batalhas no ambiente de propaganda e necessidades de lançamentos de novos produtos que poderão fazer com que a competição nesse mercado se torne onerosa demais fazendo com que o negócio venha a tornar-se inviável;
- *Ameaça de Novos concorrentes*: segundo Kotler (2000, p.240), a atratividade de um segmento é dada de acordo com as configurações das barreiras à entrada e à saída desse segmento. Quanto maiores são as barreiras de entrada de uma empresa em um segmento e quanto menores são as barreiras de saída, mais atrativo será esse segmento, garantindo assim melhores resultados. Neste cenário nem barreiras de entrada pequenas e barreiras de saída grandes, quaisquer que sejam as combinações entre as mesmas são satisfatórias, pois correm o risco de prejudicar os resultados do setor como um todo.

- *Ameaça de Produtos Substitutos*: Kotler (2000, p. 240) afirma que um segmento não é atraente quando há substitutos reais ou potenciais para o produto, pois estes limitam os preços e os lucros do segmento;
- *Ameaça dos compradores*: ainda segundo Kotler (2000, p. 240), quando um segmento possui compradores com poder de barganha muito alto ou em crescimento, ele passa a não ser interessante. Neles os compradores passam a estipular os preços dos produtos e serviços, passam a fazer muitas exigências e acabam por colocar os concorrentes uns contra os outros, impedindo que eles se desenvolvam.
- *Ameaça dos fornecedores*: de acordo com Kotler (2000, p. 240), se um segmento possui fornecedores que possam controlar e elevar os preços de seus produtos ou diminuir a quantidade ofertada, ele não é interessante. Isso ocorre principalmente se os fornecedores estiverem organizados entre si, se houver poucos produtos substitutos e se existirem custos muito altos associados a tal produto.

Abaixo a representação da interação das 5 Forças de Porter

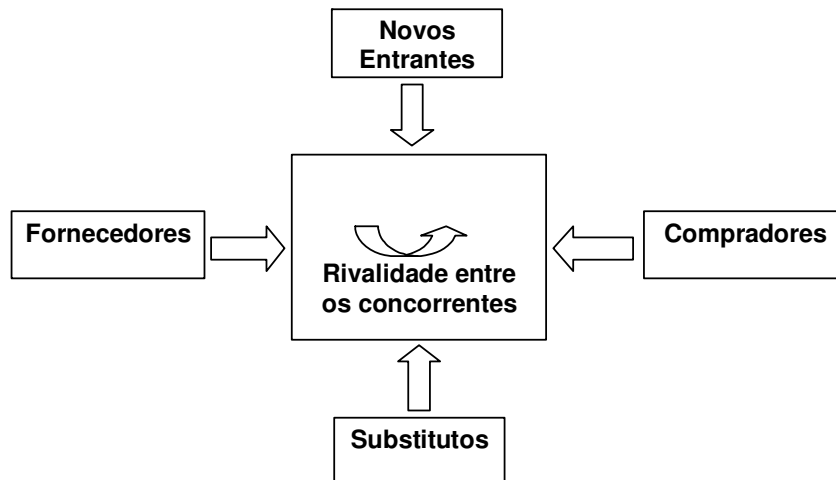


Figura 2.3 As 5 Forças de Porter

Fonte: KOTLER, P., Administração de Marketing. Pearson Prentice Hall, 2000, p. 240

2.6. A Análise SWOT

Segundo Wikipedia, a análise de SWOT foi desenvolvida por Albert Humphrey, que liderou um projeto de pesquisa na Universidade de Stanford nas décadas de 1960 e 1970, usando dados da revista *Fortune* das 500 maiores corporações.

Segundo Serra; Torres, M. e Torres, A. (2004,p.86), “a palavra SWOT é um acrônimo que tem origem em quatro palavras do idioma inglês”:

Strength = força

Weakness = fraqueza

Opportunities = oportunidades

Threats = ameaças

Ainda segundo Serra; Torres, M. e Torres, A. (2004,p.86), “através da análise de SWOT é possível relacionar em um gráfico as forças, as fraquezas, as ameaças e oportunidades que rondam uma empresa”.

A avaliação global das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças é denominada Análise SWOT, termo que vem das palavras em inglês Strengths, Weakness, Opportunities, Threats. Segundo Serra; Torres, M. e Torres, A. (2004, p.86), a Análise SWOT é um instrumento muito útil na organização do planejamento estratégico. Por intermédio dela podem-se relacionar metodicamente essas informações ajudando a gerenciá-las de modo a melhorar os resultados da empresa.

Abaixo uma representação da tabela utilizada para a Análise SWOT:

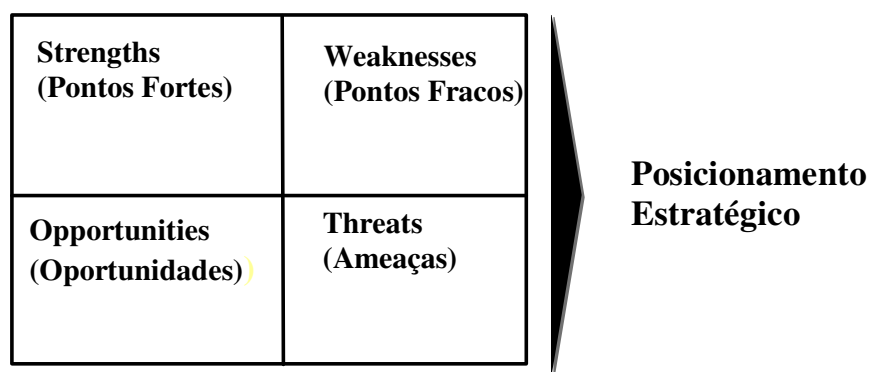


Figura 3.4 Análise Swot

Fonte: SERRA, F.; TORRES, M. C. C.; TORRES, A. P., Administração Estratégica. Reichmann & Affonso Editores, 2004

Ainda segundo Serra; Torres, M. e Torres, A. (2004, p.86), a função primordial da *Análise SWOT* é possibilitar a escolha de uma estratégia adequada para que se alcancem objetivos específicos a partir de uma avaliação crítica dos ambientes interno e externo, tendo como resultado um correto posicionamento estratégico diante do mercado em que está inserida a empresa.

Segundo Kotler (2006; p. 50), “a análise de SWOT envolve o monitoramento dos ambientes externo e interno”. Ainda segundo Kotler (2006; p. 50), “a análise do ambiente externo (oportunidades e ameaças) está fora do controle da empresa, refere-se às forças macro ambientais (econômicas, demográficas, tecnológicas, políticos-legais e socioculturais) e aos agentes micro ambientais (clientes, concorrentes, distribuidores, fornecedores), que afetam os lucros da empresa”.

Segundo Serra; Torres, M. e Torres, A. (2004, p.87), “o ambiente interno é a própria organização e está relacionado a suas forças (competência central) e fraquezas”.

Ainda segundo Serra; Torres, M. e Torres, A. (2004, p.88):

“Força é algo que a empresa faça bem ou que constitua uma característica que aumente a sua competitividade: competências, *know-how*, ativos físicos, ativos humanos, ativos organizacionais, ativos intangíveis, capacidades competitivas, atributos específicos, alianças, parcerias corporativas e imagem de marcas são exemplos de forças.”

“Fraqueza é algo que falta à empresa, que ela execute mal ou que a ponha em desvantagem em relação à concorrência. As fraquezas, em geral, são justamente a falta dos elementos encontrados nas forças: ausência ou deficiência de *know-how* e de competências etc.”

Segundo Wikipedia, o ambiente interno pode ser controlado pelos dirigentes da empresa, já que resulta da estratégia estabelecida pela empresa. Nesse contexto, os pontos fortes devem ser ressaltados e os pontos fracos, controlados de forma que seus efeitos possam ser minimizados. Com relação ao ambiente externo, uma vez que esse não pode ser controlado, a empresa deve conhecê-lo e monitorá-lo freqüentemente, de forma a aproveitar as oportunidades e evitar as ameaças.

3. ESTUDO DA VIABILIDADE DO NEGÓCIO

3.1. Estudo do Mercado

Como já foi dito atualmente no Brasil há cerca de 10 mil *bufês*, sendo que desse total 2 mil estariam localizados no Estado de São Paulo e 1,2 mil na capital.

A quantidade de festas em *bufês* na capital paulista a cada mês gira em torno de 18 mil, considerando apenas os *bufês*. Além disso, há cerca de 50 mil casamentos por ano na cidade de São Paulo.

Por mês, a classe A da cidade de São Paulo desembolsa R\$ 36,6 milhões com festas e cerimônias variadas (das festinhas de aniversário dos filhos a batizados e casamentos).

A população paulistana está cada vez mais exigente e em busca de produtos que satisfaçam suas necessidades quanto à personalização e diferenciação. As pessoas querem ser únicas e considerando a quantidade de comemorações e eventos que ocorrem em São Paulo diariamente, identificamos uma oportunidade de suprir estas necessidades de personalização e diferenciação nestas ocasiões especiais.

Assim, promoveremos prazer aos nossos clientes preocupando-nos em confeccionar alimentos saudáveis, preparados com ingredientes frescos e naturais; com características próprias e únicas, de acordo com o desejo do cliente; buscando a superação de suas expectativas. Além disso, ofereceremos aos nossos clientes atendimento personalizado e diferenciado desde o primeiro contato (pedido/ informações sobre os produtos) até a avaliação da satisfação destes clientes, com o mesmo foco de torná-los únicos, especiais.

Considerando o cenário acima, identificamos uma oportunidade no principal componente da festa: o bolo!

A nossa confeitaria vai explorar a imaginação de nossos clientes para reproduzir, de forma criativa, sua idéia no formato de um bolo.

Os bolos são um dos artigos principais das festas de aniversário e casamento, por vezes ornamentados artisticamente e ocupando o lugar central da mesa.

Por se tratar de datas tão especiais, muitas pessoas não querem mais uma mesa comum, com doces que já haviam “visitado” outras festas.

Diante desse cenário surgiu a idéia de criar a **Make Your Cake**, uma confeitaria que produzirá bolos temáticos como uma alternativa aos bolos convencionais encontrados em toda a cidade de São Paulo nas mais diversas confeitarias. Ela estará localizada no bairro de Moema e direcionada a um público A-B.

A empresa terá como diferencial a personalização, um toque diferenciado no recheio e o formato, que marcará com charme e criatividade todos os eventos. Será uma alternativa de presente com qualidade, charme e bom humor, que distinguirá com sucesso todas as datas.

Nossos produtos proporcionarão aos clientes e consumidores a sensação de prazer, de comemorar uma ocasião especial de forma personalizada, única, diferenciada.

Aos adultos a possibilidade de realizar suas comemorações de forma agradável, bonita, alegre, charmosa, impressionando e encantando seus convidados.

Às crianças, a oportunidade única de preparem seus bolos montando e decorando, a partir de moldes pré-prontos e contando com a supervisão de monitores. Este público receberá ainda como lembrança do evento chapéu e avental, a fim de que se sintam como verdadeiros “mestres-cuca”. E aos pais a satisfação de proporcionar ao filho uma comemoração única, com muita diversão e bom humor. Os bolos serão preparados sem conservantes e com ingredientes frescos e de qualidade.

Além disso, a empresa terá como meta utilizar, ao máximo, materiais reciclados nas suas operações e realizar coleta seletiva.

Como atividade social, no mês de outubro a empresa oferecerá um evento a uma instituição de crianças carentes no qual elas poderão montar seus mini bolos, incentivando a criatividade e proporcionando momentos felizes.

3.2. Análise Setorial (5 Forças de Porter)

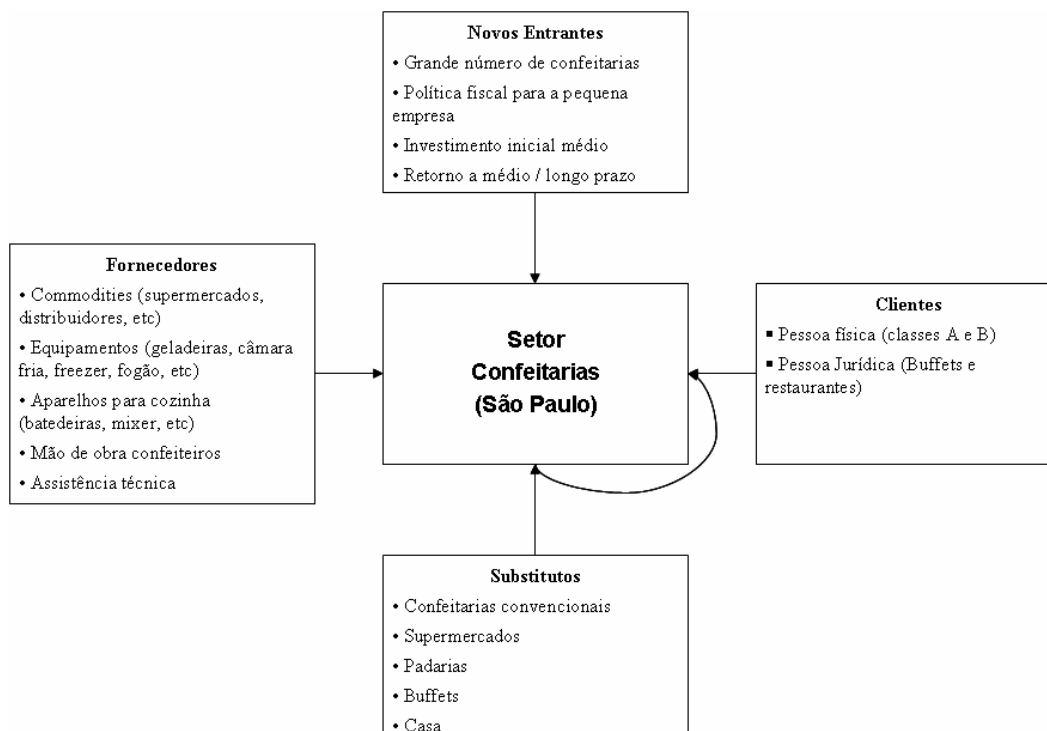


Figura 3.1 As 5 Forças de Porter - Análise do negócio proposto Publico alvo

Fonte: Os autores

Quanto ao Grau de Rivalidade

A alta rivalidade no setor de confeitarias deve-se à existência de muitas empresas atuantes neste mercado. Os itens que influem na rivalidade são:

- Excesso de oferta – muitos concorrentes no mercado e com algumas redes de grande porte;
- Falta de diferenciação entre as empresas – em sua grande maioria oferecem os mesmos tipos produtos: Bolos e doces convencionais.

Quanto à Ameaça de Entrada

É um setor sujeito à entrada de outros concorrentes, pois não há qualquer restrição. Os custos de investimento são baixos e a tecnologia empregada é baixa. A princípio, qualquer um pode tentar fazer um bolo para uma comemoração.

Mas a principal barreira para a entrada de novos concorrentes de relevância é a diferenciação do produto e serviços - para conquistar o cliente; e a política fiscal para a pequena empresa.

Vantagens de custo – os preços são medianos e os custos devem ser competitivos a fim de se manter a saúde financeira do negócio.

Quanto à Ameaça de Substitutos

A ameaça de substituição é relativamente alta, uma vez que o consumidor pode encontrar os produtos (bolos e doces comuns) em:

- Confeitarias de bairro;
- Redes de confeitaria;
- O próprio *Buffet*;
- A própria casa;
- Outras empresas do mesmo porte/segmento;
- Supermercados.

No entanto, na maior parte destes substitutos a qualidade e a personalização do produto são baixas.

Quanto ao Poder dos Compradores

Os clientes que pretendemos atingir são pessoas físicas classes A e B e também pessoas jurídicas, como *bufês*, empresas, floriculturas e restaurantes. Com a oferta de serviços diferenciados e personalizados buscamos superar as expectativas desta clientela e assim, fidelizá-la.

O poder de barganha dos clientes é baixo, o que beneficia o setor de venda virtual. Os clientes que desejam adquirir bolos personalizados têm opção limitada. Porém, como já foi mencionado, podem lançar mão da compra de bolos e doces convencionais.

Quanto ao Poder dos Fornecedores

O poder de negociação com os fornecedores foi considerado nulo por existirem muitos fornecedores de commodities com preços similares impossibilitando grandes negociações para pequenas empresas. O mesmo se aplica aos fornecedores de equipamentos e aparelhos para cozinha.

No entanto, a grande disponibilidade de fornecedores limita a prática de preços altos. O poder de negociação com a mão de obra especializada é baixo, uma vez que a decoração de bolos e doces personalizados e diferenciados requer habilidades/ treinamento especializados.

3.3. Análise SWOT

Aspectos Externos

a) Oportunidades

Existem boas oportunidades para o tipo de serviço que nossa empresa irá ofertar:

- Crescimento constante do número de eventos comemorativos na vida dos paulistanos;
- População tem um grande costume de comemorar datas especiais;
- Busca crescente de personalização, qualidade, inovação, atendimento diferenciado e preço competitivo;
- Grande número de *bufês* e restaurantes presentes na cidade de São Paulo próximos à nossa empresa (Moema, Itaim, Vila Nova Conceição, Vila Olímpia,...);
- Grande número de empresas que estão buscando sempre um tipo de inovação na divulgação da sua marca e agrado aos colaboradores e clientes;
- Os tipos de produtos oferecidos contemplam diversos tipos de eventos e comemorações que são distribuídos ao longo do ano: Páscoa, Dia das Mães, Dia dos namorados, Mês das noivas, Dia dos Pais, Mês da criança, Dia da Secretária, Natal, Comemorações judaicas, Batismos, Nascimentos, Aniversários, Formaturas, divulgações diversas.

b) Ameaças

- Grande número de concorrentes: Principais confeitarias e redes de confeitarias localizadas em São Paulo (capital) – concorrentes *indiretos*:
 - Adora Doce;
 - Amor aos Pedacos
 - Bread & Mousses;
 - Brunella;
 - Chocolates Liverpool;
 - Confeitaria Suissa;
 - Cristallo;
 - Di Cunto;
 - Dulca;
 - Helo Doces;
 - Pâtisserie Douce France ;

- Doce de Ver ;
 - Fina Fatia;
 - Ofner;
 - Suave Sabor.
- Principais concorrentes *diretos* localizados em São Paulo – capital:
 - Isabella Suplicy;
 - Luana Massi;
 - Cake Studio;
 - Cake Design;
 - Fé Chocolats;
 - Flavia Millas;
 - Carolina Prada;
 - Cakery;
 - Caramelada;
 - Fifi Doces;
 - LeMalu;
 - Nininha Sigrist;
 - Piece of cake;
 - Sucra;
 - Douce Delice.
 - Piquenique;
 - Mara Mello.

Aspectos Internos

a) Pontos Fortes

- Atendimento: qualificação, treinamento e experiência de funcionários;
- Confiabilidade no produto;
- Confiabilidade no serviço;
- Pontualidade;
- Preços competitivos;
- Padronização do serviço (alta qualidade);
- Funcionários motivados;
- Produtos personalizados e com alta qualidade;

- Atendimento direcionado a necessidade do cliente;
- Fidelização.

b) Pontos Fracos

- Concorrências;
- Marca desconhecida;
- Contratação de funcionários diferenciados, experientes e qualificados para o serviço;
- Rotatividade de funcionários.

3.4. Características da Empresa

3.5. Estrutura da Empresa

A empresa será constituída por quatro sócios-proprietários com percepção da importância da qualidade, atendimento e dedicação aos clientes. A equipe será composta principalmente por confeitadores, além de serviços terceirizados para algumas embalagens e artigos de decoração.

3.6. Logotipo



Figura 3.2 Logotipo da Confeitaria

Fonte: Os autores

3.7. Missão

Nossa missão é tornar especial cada evento na sua particularidade, personalizando a comemoração e encantando nossos clientes desde o atendimento até os elogios dos convidados. Desejamos superar as expectativas dos nossos clientes buscando sempre uma solução gostosa e inovadora na arte em açúcar. Queremos empregar de modo humano, buscando sempre o aperfeiçoamento, a qualidade de vida e o bom relacionamento.

3.8. Visão

Ser reconhecida como uma empresa de bolos confeitados com qualidade, diferenciada, inovadora, a qual busca sempre uma solução à necessidade do cliente a fim de torná-lo satisfeito e fiel.

3.9. Valores

Confiança, comprometimento, dedicação, satisfação dos clientes, gentileza, qualidade, honestidade e felicidade.

3.10. Necessidades do consumidor

A população paulistana está cada vez mais exigente e em busca de produtos que satisfaçam suas necessidades quanto à personalização e diferenciação. As pessoas querem ser únicas. E, considerando a quantidade de comemorações e eventos que ocorrem em São Paulo diariamente, identificamos uma oportunidade de suprir estas necessidades de personalização e diferenciação nestas ocasiões especiais. Assim, promoveremos prazer aos nossos clientes preocupando-nos em confeccionar alimentos saudáveis, preparados com ingredientes frescos e naturais; com características próprias e únicas, de acordo com o desejo do cliente; buscando a superação de suas expectativas. Além disso, ofereceremos aos nossos clientes atendimento personalizado e diferenciado desde o primeiro contato (pedido/ informações sobre os produtos) até a avaliação da satisfação destes clientes, com o mesmo foco de torná-los únicos, especiais.

3.11. Setor

O setor a ser explorado é o de Comemorações, Festas, Eventos, enfim Ocasões Especiais.

3.12. Reason Why

Produtos diferenciados e personalizados que proporcionarão prazer em comemorações especiais com muito bom humor, charme, alegria e encantamento.

Alimentos saudáveis, preparados sem conservantes, e ingredientes de alta qualidade; com características próprias e únicas, de acordo com o desejo do cliente.

Atendimento personalizado e diferenciado desde o primeiro contato (pedido/informações sobre os produtos) até a avaliação da satisfação destes clientes, sempre com o objetivo de torná-los únicos, especiais.

Preocupação com o meio ambiente e ações sociais.

A empresa também terá como meta utilizar, ao máximo, materiais reciclados nas suas operações e realizar coleta seletiva.

Como atividade social, no mês de outubro a empresa oferecerá um evento a uma instituição de crianças carentes no qual elas poderão montar seus mini bolos, incentivando a criatividade e proporcionando momentos felizes.

3.13. Brand character

Versátil, Pontual, Flexível, Amável, Bonita, Charmosa, Gentil, Alegre, Atenciosa, com Qualidade, Criativa, Honesta, Comprometida, Dedicada e Feliz.

3.14. Público-Alvo

Clientes especiais que buscam bolos e lembrancinhas personalizados e diferenciados para ocasiões comemorativas.

Buscamos atingir todas as faixas etárias das classes A e B, porém os adquirentes (pagadores) destes produtos serão, preferencialmente, adultos com idade superior a 23 anos, pois possuem um poder aquisitivo maior e maior preocupação em comemorar ocasiões especiais, agradar e impressionar familiares, amigos e colegas em suas comemorações; e, *bufês* e restaurantes interessados em adquirir bolos diferenciados e personalizados para suas recepções.

Segundo dados da pesquisa realizada pela Fundação Sistema Estadual de Análise de dados (Seade) junto ao Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Sócio-Econômicos (Dieese) em 2004, a população que tem renda mensal entre 10 e 25 salários mínimos por família representa 24% da população da cidade de São Paulo, enquanto que as classes mais altas representam 17% e as mais baixas representam 59% dessa população.

Ainda de acordo com a Seade-Dieese, a população economicamente ativa (PEA) ocupa 51,6% do total da população da cidade. Sendo assim, considerando que a cidade tem em torno de 11 milhões de habitantes, a PEA representa 5,5 milhões de pessoas. Portanto, se considerarmos a porcentagem desta população cuja renda mensal encontra-se entre 10 e 25 salários mínimos por família, esta população ficaria em torno de 1,3 milhões de habitantes.

Para complementar, segundo o IBGE (2001), o gasto em alimentação por pessoa da classe média está ao redor de 17% da sua renda mensal, o que representa para dita população R\$380,00. Sabendo-se também, que desta quantia 20% é gasta com alimentação fora do lar e pelo número de habitantes dessa classe social, chega-se ao valor de R\$ 100 milhões por mês gasto em restaurantes, padarias, rotisseries, lanchonetes, cafeterias e afins.

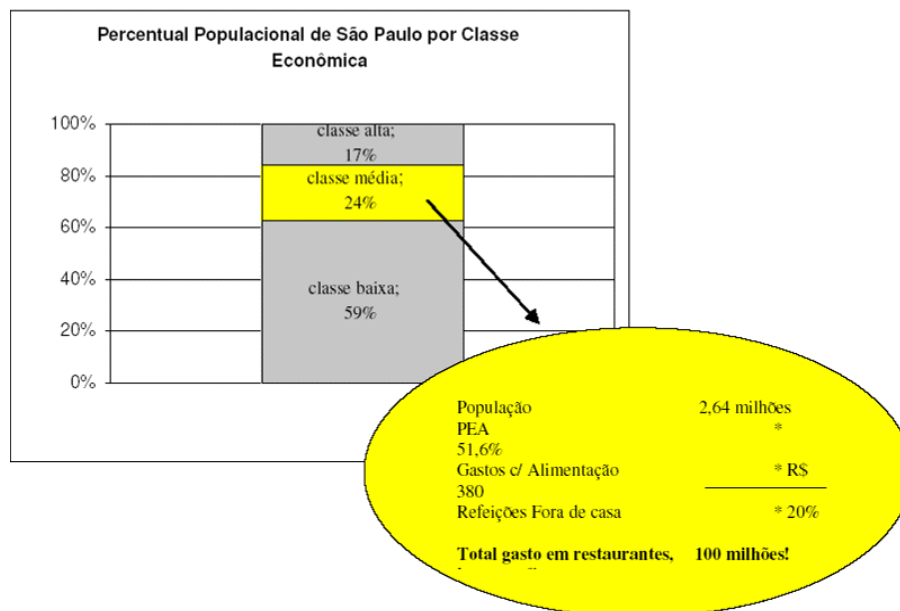


Figura 3.3 Público alvo

Fonte: IBGE2001 alterado pelos autores.

3.15. Segmentação

3.15.1. Segmentação Geográfica

A região de Moema apresenta ao seu redor exatamente o público alvo de nossa confeitaria. A grande concentração de *bufês*, restaurantes e bares (cerca de 100 na região) proporciona uma rotatividade de clientes potenciais para o nosso negócio.

3.15.2. Segmentação Demográfica

Tabela 3.1 População Total por Grupos de Idade – 2004

Distritos	População Total por Grupos de Idade - 2004					
	0-9	10-17	18-24	25-59	> 60	Total
MUNICÍPIO SP	1.787.962	1.338.763	1.320.339	5.169.568	1.063.128	10.679.760
MUNICÍPIO SP (%)	17%	13%	12%	48%	10%	100%
Moema	5.958	5.418	7.304	38.360	11.948	68.988
Moema (%)	9%	8%	11%	56%	17%	100%

Fonte: site http://www.seade.gov.br/produtos/msp/tabela_sintese.htm e http://www.seade.gov.br/produtos/msp/dem/dem9_009.xls, alterados pelos autores.

Tabela 3.2 População Total por Sexo – 2004

Distritos	População Total por Sexo - 2004		
	Homens	Mulheres	Total
MUNICÍPIO SP	5.087.583	5.592.177	10.679.760
MUNICÍPIO SP (%)	48%	52%	100%
Moema	30.543	38.445	68.988
Moema (%)	44%	56%	100%

Fonte: site http://www.seade.gov.br/produtos/msp/tabela_sintese.htm e http://www.seade.gov.br/produtos/msp/dem/dem9_010.xls alterados pelos autores.

Tabela 3.3 Faixa de renda versus Salário Mínimo – 2000 (%)

Distritos	Faixas de Renda - Salário Mínimo - 2000 (%)					
	<2 SM	2 a 5 SM	5 a 10 SM	10 a 5 SM	15 a 25 SM	> 25 SM
MUNICÍPIO SP	13,30	24,39	25,97	11,29	10,98	14,06
Moema	2,91	3,43	9,95	8,55	13,78	61,38
Morumbi	4,00	9,05	10,76	5,67	9,95	60,58
Jardim Paulista	2,43	4,04	11,97	9,17	16,61	55,78
Alto de Pinheiros	3,47	5,44	12,22	9,30	15,85	53,72
Itaim Bibi	3,87	6,61	12,98	8,83	14,78	52,92
Perdizes	2,70	5,45	12,84	10,72	17,47	50,83
Pinheiros	3,77	5,98	14,34	9,60	16,53	49,79
Vila Mariana	2,87	7,03	13,69	9,90	17,47	49,05
Campo Belo	4,92	9,48	13,81	9,90	13,45	48,44
Consolação	3,77	8,33	17,19	10,49	15,74	44,47

Fonte: site http://www.seade.gov.br/produtos/msp/ren/ren1_001.xls, alterado pelos autores.

3.15.3. Segmentação Relacionada ao Produto

Os produtos oferecidos pela **Make Your Cake** utilizarão sempre matérias-primas especiais e mão-de-obra diferenciada, experiente e selecionada para a confecção de bolos personalizados destinados a comemorar ocasiões importantes e agradar e impressionar os convidados destas comemorações.

Os clientes poderão escolher os temas das decorações dos bolos e lembranças ou poderão optar pela decoração destes no próprio evento (opção direcionada ao público infantil), sendo que, neste caso, cada convidado receberá um avental e chapéu – brindes como lembrança – e decorará seu mini-bolo de acordo com seu desejo, utilizando ingredientes fornecidos por nossa empresa.

Assim, nossos produtos poderão ser consumidos e confeccionados por pessoas de todas as idades, porém nosso maior público são clientes das classes A e B, *bufês* e restaurantes interessados em adquirir bolos e doces diferenciados e personalizados. Trabalhando desta forma, buscaremos superar as expectativas desta clientela e assim, fidelizá-la.

3.15.4. Segmentação Psicográfica

Buscamos atingir todas as faixas etárias das classes A e B, porém os adquirentes (pagadores) de nossos produtos serão preferencialmente adultos com idade superior a 23 anos, pois possuem um poder aquisitivo maior e maior preocupação em comemorar ocasiões especiais, agradar e impressionar familiares, amigos e colegas em suas comemorações.

Nosso segmento-alvo são pessoas inteligentes e com alto nível de instrução e bagagem cultural que querem organizar festas para poucos ou para muitos que também transmitam sua inteligência e carinho, valorizando a experiência de um ou muitos convidados.

3.16. Concorrência

Comer bem em São Paulo está entre uma das atrações turísticas da cidade. Isso porque a gastronomia paulistana é famosa em todo o mundo e oferece aos amantes da boa mesa aproximadamente 12.500 restaurantes, representando 42 etnias.

Há cinco anos a cidade é reconhecida internacionalmente como a maior e mais diversificada capital gastronômica mundial, título conquistado com todo direito.

O mercado de confeitarias em São Paulo é bastante amplo, contando com inúmeras lojas espalhadas por toda a cidade. Os clientes as freqüentam nos diversos dias da semana,

com objetivos diversos, Dentre os quais, aquisição de doces e bolos para eventos, sejam estes realizados em *bufês*, em seus domicílios ou em empresas.

A análise da concorrência deste setor foi feita utilizando-se a ferramenta das 5 Forças de PORTER e o SWOT, pois assim tem-se uma visão melhor sobre quem são os concorrentes existentes na região, seus pontos fortes e fracos, as ameaças e oportunidades da nossa empresa, a força que os fornecedores possuem em relação às confeitarias, quem são os substitutos do nosso negócio com potencial a se tornarem um de nossos concorrentes, etc.

3.17. Time

3.17.1. Organograma

O organograma do negócio é pequeno devido à sua estrutura simples e enxuta.

Faremos o uso de terceirização de alguns dos nossos funcionários por meio de cooperativas, visando melhor resultado financeiro e possibilidade de adequação aos meses de maior volume produtivo. Porém tais funcionários passarão por entrevistas e treinamentos a fim de torná-los os mais adequados e preparados o possível para satisfazer a necessidade do nosso negócio.

Durante alguns meses as entregas serão realizadas pelos próprios sócios com o carro da empresa.

Haverá a utilização de uma hierarquia para garantir o controle dos processos e manter diferentes visões do negócio que possam ser trocadas entre as pessoas da empresa, gerando um fluxo de conhecimento enriquecedor para todas as partes.

Todos os funcionários a serem contratados ou terceirizados deverão ter experiência anterior em empreendimentos de alimentação ou curso técnico na área, ter completado o Ensino Fundamental e ter mais que 18 anos.

Além desses requisitos básicos, avaliar-se-á o perfil dos candidatos através de entrevistas, para entender seu caráter e sua personalidade para lidar com as tarefas do dia-a-dia e com os clientes.

Além dessas características, a empresa também escolherá pessoas inteligentes que aprendam rápido e que tenham vontade de se desenvolver cada vez mais.

Como já é sabido, o serviço em um empreendimento de alimentação é quase tão importante quanto o produto em si e, por esse motivo, é muito importante que se escolha bem cada um dos funcionários.

Os funcionários deverão refletir a cultura e o conceito da **Make Your Cake** por trás de cada um de seus gestos, a fim de que os valores da empresa sejam transparecidos pelos seus serviços.

Segue abaixo o organograma da empresa neste primeiro momento:

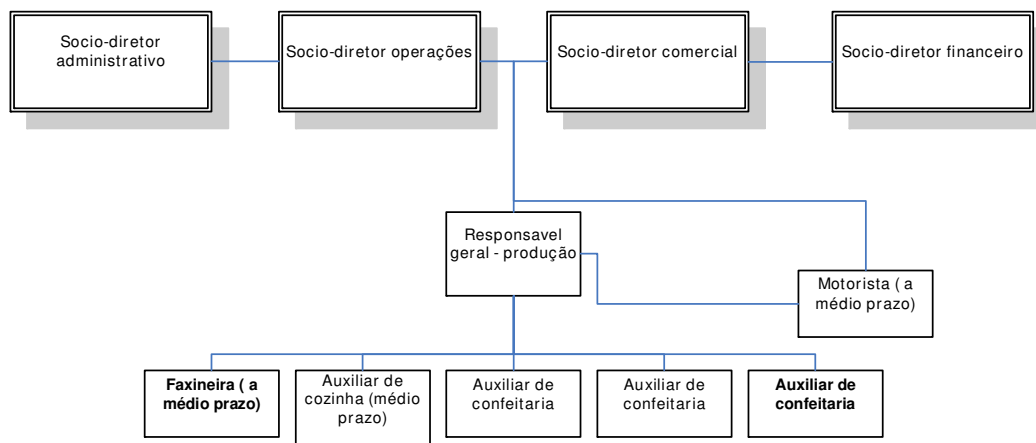


Figura 3.4 Organograma da Empresa

Fonte: Os autores

3.17.2. Descrição dos cargos

- **Sócio-diretor administrativo:** Será responsável pela gestão da empresa como um todo, acompanhando sua evolução, controles de vendas, recursos humanos, burocracias do governo, documentações, locação do imóvel, parte estrutural da empresa;
- **Sócio-diretor de operações:** Será o responsável pela gestão de todo o processo, delegando os afazeres, controlando as atividades, direcionando o responsável geral da produção para as encomendas e necessidades produtivas. Será responsável por testes de desenvolvimento e novas técnicas. Será responsável ainda pelos acabamentos finais da encomenda. Juntamente com o Sócio-diretor comercial participará de reuniões com clientes e avaliação de novos fornecedores e matérias-primas;
- **Sócio-diretor comercial:** Será responsável pelas atividades que tangem contatos diretos com o cliente final, análise de novos mercados e oportunidades, publicidade, contato com fornecedores para negociações financeiras e de marketing, desenvolvimento e avaliação de novas matérias-primas. Também será responsável pela coordenação das entregas dos pedidos;

- Sócio-diretor financeiro: Será responsável pelos controles financeiros, pagamentos de fornecedores, funcionários, investimentos da empresa e contabilidade;
- Responsável geral da produção: Será o responsável pela organização e estruturação dos auxiliares para execução dos produtos. Será responsável também pelo estoque de matérias-primas, expedição da encomenda, embalagem. Será responsável pelas entregas em conjunto com o Sócio-diretor comercial. Também será responsável pela execução de algumas tarefas do processo que exijam mais habilidades e cuidados;
- Auxiliar de cozinha: Será responsável pela limpeza e produção das massas e recheios;
- Auxiliar de confeitaria: Será responsável pela montagem e decoração básica dos produtos, bem como pela sua embalagem. Caso necessário, também ajudará o auxiliar de cozinha nos pré-preparos e limpeza;
- Faxineira: Será responsável pela limpeza dos ambientes de empresa e lavagem dos utensílios de uso interno da produção;
- Motorista: Será responsável pelas entregas e eventuais serviços internos.

3.17.3. Competências pessoais necessárias

O conhecimento de toda a linha de produtos e serviços, bem como seus sabores são pré-requisitos para todos os funcionários da **Make Your Cake**.

- Sócio-diretor administrativo: Habilidade com números e visão sistêmica de um negócio alimentício com o público alvo selecionado;
- Sócio-diretor de operações: Conhecimentos de produção de alimentos, ênfase em confeitaria. Visão crítica e minuciosa da qualidade dos produtos. Habilidade em gestão de pessoas com menor grau de escolaridade e atitudes motivacionais para envolver toda a produção no foco do melhor atendimento ao cliente. Experiência anterior no ramo;
- Sócio-diretor comercial: Habilidade de comunicação, negociação, visão de oportunidades, contatos fortes e conhecimentos no ramo de alimentos – confeitaria. Experiência anterior no ramo;
- Sócio-diretor financeiro: Habilidades contábeis-financeiras;

- Responsável geral da produção: Habilidade de liderar equipe, controle de qualidade e conhecimentos elevados do ramo de confeitaria e controle de estoque. Experiência anterior no ramo;
- Auxiliar de cozinha: Habilidade de confeitaria básica. Não é necessário experiência anterior no ramo;
- Auxiliar de confeitaria: Habilidade de confeitaria nível médio/alto. Experiência anterior no ramo;
- Faxineira: Habilidade de limpeza, cuidado e organização;
- Motorista: Habilidade de comunicação com os clientes, distinção, comportamento memorável na entrega da encomenda e experiência no transporte de produtos alimentícios similares.

3.17.4. Remuneração

- Sócio-diretor: Pró- labore;
- Sócio-diretor de operações: Pró- labore;
- Sócio-diretor comercial: Pró- labore;
- Sócio-diretor financeiro: Pró- labore;
- Responsável geral da produção: R\$ 1.500,00;
- Auxiliar de cozinha: Terceirizado pelo uso de cooperativas (a médio prazo);
- Auxiliar de confeitaria: R\$ 500,00 ou R\$ 25,00/dia Terceirizado pelo uso de cooperativas;
- Faxineira: Terceirizado pelo uso de cooperativas (a médio prazo);
- Motorista: Terceirizado pelo uso de cooperativas (a médio prazo).

3.17.5. Mecanismos de avaliação

A avaliação será feita de forma semestral.

O superior direto fará constantes avaliações do serviço executado e também avaliará a necessidade de aperfeiçoamentos com cursos e treinamentos.

A qualidade final do produto será um termômetro para avaliação do desempenho de cada funcionário.

Na entrega da mercadoria, o cliente final deverá preencher um formulário no qual constarão questões referentes a sua entrega (horário, apresentação, atendimento, cordialidade, etc.).

3.18. Mix de Marketing (4 P's de Marketing)

3.18.1. Produtos/ Serviços

A Confeitaria Make Your Cake quer que a experiência do cliente se inicie com o acesso ao site da empresa. Nele o cliente contará com diversas informações que o auxiliarão com idéias de produtos, decorações e variáveis que poderão ser definidas conforme o gosto e a necessidade.

Após a visita ao site, que estará sempre com atualizações de produtos e novidades da área, o cliente deverá entrar em contato preferencialmente via telefone, sanar algumas dúvidas, e, se necessário, agendar uma visita para melhor assessoramento, podendo incluir degustação e desenho do bolo a ser executado.

O atendimento em loco propiciará um atendimento mais personalizado e atencioso.

Propostas serão feitas a fim de deixar o cliente à vontade para escolher o que melhor se adequar ao seu desejo.

Sendo assim, após a visita, aguardaremos um retorno do cliente ou entraremos em contato uma única vez para questionar quanto ao aceite. Caso não seja aceite, tentaremos averiguar com sutileza o motivo, e ofereceremos novas opções. Caso aceite, após a entrega do produto entraremos em contato para verificar o nível de satisfação. Para cada fase, deverá ser preenchido um questionário que servirá de banco de dados sobre o cliente e também visando melhorias contínuas no atendimento e prestação dos serviços.

Atributos do Produto/ Serviços

Os produtos/ serviços terão como diferencial a personalização, um toque diferenciado no recheio e o formato, que marcará com charme e criatividade todos os eventos. Serão uma alternativa de presente com qualidade, charme e bom humor, que distinguirá com sucesso todas as datas.

Nossos produtos/ serviços proporcionarão aos clientes e consumidores a sensação de prazer, de comemorar uma ocasião especial de forma personalizada, única, diferenciada.

Nossa linha de produtos contará com bolos de diversos tamanhos, formatos, sabores, recheios e decoração, além de sua variação para lembrancinhas. Além da linha de produtos, ofereceremos serviços de monitores quando o cliente optar pela aquisição de mini-bolos ou *brownies* a serem decorados no próprio evento.

Aos adultos a possibilidade de realizar suas comemorações de forma agradável, bonita, alegre, charmosa, impressionando e encantando seus convidados.

Às crianças, a oportunidade única de preparem seus bolos montando e decorando, a partir de moldes pré-prontos e contando com a supervisão de monitores. Este público receberá ainda como lembrança do evento chapéu e avental, a fim de que se sintam como verdadeiros “mestres-cuca”. E aos pais a satisfação de proporcionar ao filho uma comemoração única, com muita diversão e bom humor. Os bolos serão preparados sem conservantes e com ingredientes frescos e de qualidade.

Nossos produtos/ serviços apresentarão um padrão de qualidade que os classifiquem como Premium.

As matérias-primas serão selecionadas e de qualidade, a fim de propiciar produtos padronizados e dentro dos critérios sensoriais estabelecidos.

Nosso principal objetivo será sempre atender com excelência a necessidade do cliente (personalização) permanecendo com um produto que agrade além do aspecto estético.

Marca

Com aceleração do ritmo de competição pela abertura da economia, aliada a um consumidor mais crítico em relação ao valor entregue, foi necessário criar diferenciais competitivos sustentáveis.

Uma marca segundo *American Marketing Association (AMA)*, é: “um nome, termo, sinal, símbolo e/ou desenho com o objetivo de identificar bens ou serviços e diferenciá-lo da concorrência”.

Uma vez que a marca é fixada na mente dos potenciais clientes, seu emprego é ilimitado.

Sendo assim, a posição que a marca ocupa na mente do cliente pode ser o maior diferencial competitivo sustentável.

O posicionamento da nossa empresa e então marca e produtos/ serviços têm como vantagem se estabelecer em 2 quadrantes, conforme o gráfico abaixo. Tal posicionamento aumenta nossa participação no mercado, pois atinge dois públicos distintos, com necessidades distintas.

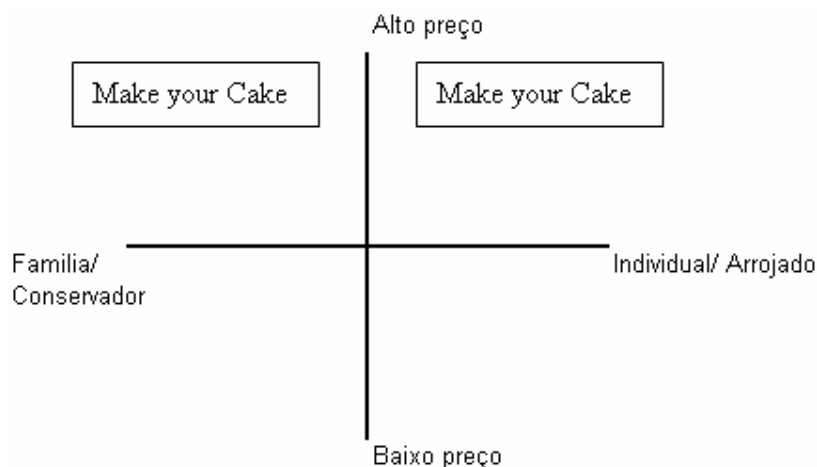


Figura 3.5 Posicionamento da Empresa

Fonte: Os autores

3.18.2. Praça

Até meados da década de 70, o bairro de Moema era conhecido por suas ruas com nomes de pássaros e de tribos indígenas, por alguns restaurantes alemães, umas pizzarias e um punhado de barulhentas casas de samba. Tudo começou a mudar a partir de 1976, com a inauguração do Shopping Ibirapuera. O crescimento do vizinho Itaim e da região da Berrini, na década seguinte, acelerou essa transformação. Hoje, Moema é considerado por especialistas um dos bairros com melhor qualidade de vida de São Paulo. “Sua população é formada basicamente por classe média alta, não existem favelas e há boa oferta de serviços públicos”.

Segundo a consultoria Urban Systems, o distrito, que inclui a Vila Nova Conceição e o Jardim Luzitânia, apresentam a maior concentração de moradores pertencentes à classe A (56,5% dos chefes de família ganham mais de 4.000 reais) e a menor quantidade de pessoas de classe E (renda mensal inferior a 400 reais).

Outras estatísticas reforçam essa condição privilegiada: Seus moradores são empatados com os dos Jardins, os de maior nível de escolaridade. Dos 70.000 paulistanos que vivem lá, 24% têm diploma universitário. Também contam com a menor taxa de homicídios da metrópole.

A análise de renda dessa região demonstrou que 61,38 % de domicílios apresentam renda familiar de 25 ou mais salários mínimos e renda per capita de 63,93 % de 10 ou mais salários mínimos (vide item Segmentação demográfica).

Vista panorâmica do bairro de Moema:



Av. Ibirapuera

Figura 3.6 Vista Panorâmica de Moema

Fonte: Portal Sampa Online (<http://www.sampaonline.com.br/>)

Nossa empresa:



Rua Graúna

Figura 3.7 Fachada da nossa Empresa

Fonte: Portal Sampa Online (<http://www.sampaonline.com.br/>)

3.18.3. Promoção

Quanto à promoção da empresa, podemos distinguir três momentos diferentes: promoção anterior à inauguração da loja; promoção de inauguração da loja e promoção contínua da loja e de nossos serviços. Assim as estratégias de promoção poderão ser assim divididas:

- Estratégia de Pré-Inauguração: para que o nosso cliente conheça a nossa loja e serviço será feita através de distribuição de panfletos nos *Bufês*, restaurantes e lojas na região;
- Estratégia de Inauguração: será realizada festa de inauguração da loja com a distribuição de lembrancinhas para os visitantes junto com nosso folder e imã de geladeira;
- Estratégia de Pós-Inauguração: para que o público alvo conheça a nossa loja e serviços, inicialmente serão praticadas:
 - Parceria com *bufês*, empresas, floriculturas, sexy shops, escolas e restaurantes detentores de clientes que são o núcleo do nosso público alvo. Deixaremos nos estabelecimentos nosso folder com fotos de nossos produtos e endereço de nossa loja e site;
 - Publicação de uma página inteira com nosso logo e detalhamento do serviço na Revista Moema, na qual são feitos diversos anúncios de empresas do bairro, e esta é de distribuição gratuita;
 - Desenvolvimento de site que contemple praticidade, apresentação da agenda cultural, envio de e-mails para *mailing list* através de critérios não invasivos e envio de promoções via MSN;
 - Anúncio em revistas especializadas (Manequim, Nova Noiva, Vogue, etc) e jornais do bairro;
 - Serviço mensal com empresas o qual poderá contemplar a entrega com dia agendado e tipo de bolo a definir conforme o caso e necessidade; e para tal a empresa adquirira um pacote anual.
- Outras ações em longo prazo:
 - Cursos de confeitaria e espaço para venda de acessórios destinados a comemorações: velas, copos, pratos, guardanapos,...
- Estratégia de Marketing “boca-a-boca”: para que nosso cliente, por assim dizer, trabalhe para a nossa empresa de modo a ele mesmo fazer a promoção mediante excelente atendimento e qualidade dos nossos produtos, a **Make Your Cake** terá também algumas promoções contínuas para os clientes que adquirem dois ou mais bolos durante o ano: descontos, brindes, presentes, etc.
- Por meio do cadastro dos clientes, no mês do seu aniversário será enviada uma lembrancinha com um vale desconto para aquele mês.

3.18.4. Preço

Para nossa empresa Confeitaria **Make Your Cake** tomaremos por base fatores externos de concorrências e como fatores internos os custos e estratégia definida pela empresa.

Nossos produtos terão preços baseados sempre na combinação em peso x detalhamento, pois não seria viável estabelecermos apenas um padrão de peso já que um produto pequeno, conforme anseio do cliente pode ser tão ou mais elaborado em detalhes que um produto maior.

Para tal elaboramos os critérios abaixo para uso no primeiro momento:

Tabela 3.4 Preço Bolos versus Nível de Detalhamento

Preço/kg	Nível de detalhamento		
Tipo de bolo	1	2	3
1	R\$ 40,00	R\$ 80,00	R\$ 120,00
2	R\$ 50,00	R\$ 90,00	R\$ 130,00
3	R\$ 60,00	R\$ 100,00	R\$ 140,00
4	R\$ 60,00	R\$ 100,00	R\$ 140,00

Preço/andar falso	Nível de detalhamento		
	1	2	3
	-	R\$ 100,00	R\$ 200,00

Fonte: Os autores

Tabela 3.5 Preço Lembrancinha versus Tipo

Preço/unidade	Tipo		
	1	2	3
Lembrancinha	R\$ 2,00	R\$ 4,00	R\$ 15,00

Fonte: Os autores

Exemplificação:

Nível de detalhamento	Ilustração
1	
2	
3	
Bolo com andar	

Figura 3.8 Exemplos de Bolos

Fonte: Os autores

Lembrancinha	
1	
2	
3	
4	

Figura 3.9 Exemplo de Lembrancinhas

Fonte: Os autores

Bolo tipo (informações):

- 1: massa chocolate ou branca com recheio básico (brigadeiro, prestígio, bicho de pé).
- 2: massa nozes ou frutas secas com recheio básico ou massa chocolate ou branca com recheio top 1 (trufado, creme nutella, baba de moça, creme marzipan, avelã, nozes).
- 3: massa nozes ou frutas secas com recheio top 1 (trufado, creme nutella, baba de moça, creme marzipan, avelã, nozes).
- 4: massa e recheio especiais: opção *Diet* ou com ingredientes orgânicos ou bolo isento de glúten (foco nos portadores da enfermidade celíaca).

Tipos de cobertura para bolo nível de detalhamento 1:

- *Marshmellow*, brigadeiro, ganache, nozes, coco.

Lembrancinha tipo:

- 1: mini *brownie* evento ou *muffin* básico
- 2: *muffin* decoração top 1
- 3: mini bolo decorado e *muffin* no vasinho decorado

Para o caso da decoração do mini bolo no próprio evento (foco: eventos infantis), a cobrança será feita com base no preço da lembrancinha tipo 3 adicionado de uma taxa dos monitores.

- Taxa por monitor R\$100,00/ até 4 horas de evento.

Cada monitor poderá ser responsável por até 5 crianças.

Exemplo: evento infantil com 20 crianças

$$20 \times 15,00 = 300,00$$

$$4 \times 100,00 = 400,00$$

$$\text{Total} = \text{R\$}700,00$$

Estes critérios serão utilizados para os casos previstos inicialmente. Porém, visto que nossa empresa visa à maior flexibilidade conforme necessidade do cliente, tais valores podem sofrer ajustes para melhor adequação da prestação dos serviços.

3.19. Análise de Viabilidade Financeira

3.19.1. Projeções Financeiras

A seguir, estão as projeções financeiras para o primeiro ano de funcionamento da Confeitaria **Make Your Cake**. As projeções referentes aos demais anos estão descritas em forma de anexo no final deste trabalho.

Tabela 3.6 Número de Funcionários versus Cargos

Funcionários

Cargo	Quantidade
Supervisor de Produção	1
Auxiliar de cozinha	0
Auxiliar de confeitaria	2 (terceirizado)
Faxineira	0
Motorista/ Entregador	1 (terceirizado)
TOTAL	4

Fonte: Os autores

Os serviços terceirizados serão contratados conforme a demanda. Foi considerado que os meses de janeiro, fevereiro e julho são meses de baixa demanda devido a férias e por não apresentarem datas comemorativas.

Foi considerado que os meses que apresentam datas comemorativas serão os de maior demanda, sendo necessário o serviço de mão de obra terceirizada. Estima-se que nessas datas haverá grande demanda para o item “lembrancinhas” dos tipos 2 e 3. Também estima-se que o número de comemorações como aniversários e casamentos seja maior o que também justifica a necessidade de mão de obra terceirizada.

Tabela 3.7 Distribuição das Datas Comemorativas por Mês

Mês	Data comemorativa
Abril	Páscoa
Maio	Dia das Mães
Junho	Dia dos Namorados
Agosto	Dia dos Pais
Setembro	Dia da Secretária
Outubro	Dia da Criança
Dezembro	Natal

Fonte: Os autores

4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A seguir, estão apresentadas as tabelas resumidas referentes ao Planejamento Financeiro (projeção para os próximos cinco anos).

Tabela 4.1 Demonstração do Resultado do Exercício (Estimativa 5 anos)

	Ano 01	Ano 02	Ano 03	Ano 04	Ano 05
Receita Bruta de Vendas	181.405	221.800	251.955	296.405	477.763
Menos Devoluções e Abatimentos	9.796	11.977	14.613	17.191	27.710
Comissão (alíquota)	0	0	0	0	0
Impostos	9.796	11.977	14.613	17.191	27.710
Vendas Líquidas	171.609	209.823	237.342	279.214	450.052
Custo das Mercadorias (e/ou Serviços Vend)	82.164	91.523	98.559	115.767	160.222
Lucro Bruto	89.445	118.300	138.782	163.447	289.830
Despesas operacionais	66.959	91.090	113.934	146.658	169.493
Despesas administrativas	23.900	48.000	70.500	93.000	115.500
Despesas gerais	34.759	34.515	34.525	34.823	34.832
Depreciação acumulada	3.808	3.831	3.859	4.686	4.713
RESULTADO OPERACIONAL	22.487	27.210	24.849	16.789	120.337
RESULTADO ANTES DO IR	22.487	27.210	24.849	16.789	120.337
IR	0	0	0	0	0
Contribuição Social	0	0	0	0	0
LUCRO LÍQUIDO	22.487	27.210	24.849	16.789	120.337

Fonte: Os autores

Pelas próprias características estratégicas e operacionais como bolos mais personalizados e cuidados especiais na preparação, entrega e degustação, o modelo de negócio é baseado em crescimentos contínuos, porém, sem grandes magnitudes para os primeiros anos, quando a preocupação se concentrou em manter a empresa viável e desenvolver a marca e uma base fiel e crescente de clientes.

Neste contexto, a previsão da **Make Your Cake** é faturar R\$ 181,4 mil no primeiro ano, tendo um lucro líquido de R\$ 22,5 mil, tendo uma margem líquida de 12,4%.

Para o quinto ano, os sócios prevêem estar faturando cerca de R\$ 477,7 mil e tendo um lucro líquido de R\$ 120,3 mil, com uma margem líquida de 25,2%. Neste momento, estima-se que os produtos de maior valor agregado e maior margem de lucros estejam plenamente consolidados. Para isto, a empresa prevê fazer um investimento de maior porte no Ano 04 na aquisição de equipamentos, tornando-se uma empresa mais industrial, tendo a preocupação de não perder sua tradição artesanal e artística.

O quadro a seguir apresenta a previsão do comportamento do fluxo de caixa da empresa. Por ser uma empresa que será de micro porte nos primeiros 2 anos e de pequeno

porte nos outros 3 anos, os sócios acreditam que não terão um acesso facilitado a empréstimos bancários. Desta forma, houve uma preocupação de trabalhar o mínimo possível com períodos de fluxo de caixa negativo, em especial nos primeiros meses do ano, janeiro e fevereiro quando há uma queda importante nas vendas de bolos.

Outra preocupação dos sócios foi a de não fazer grandes retiradas constantes e pré-determinadas, mas compartilhar o resultado do fluxo líquido de caixa.

Tabela 4.2 Demonstração do Fluxo de Caixa (Estimativa 5 anos)

	Ano 01	Ano 02	Ano 03	Ano 04	Ano 05
Total de entradas	181.405	221.800	251.955	296.405	477.763
Receitas de vendas	181.405	221.800	251.955	296.405	477.763
Receita Proveniente de Empréstimos e Financiamentos	0	0	0	0	0
Receita de Juros	0	0	0	0	0
Empréstimos e Financiamentos	0	0	0	0	0
Caixa Total de Empréstimos e Financiamentos	0	0	0	0	0
Outras Entradas de Caixa	0	0	0	0	0
Total de saídas	155.518	191.190	223.706	276.216	354.025
Despesas de Produção	82.164	91.523	98.559	115.767	160.222
Despesas de pessoal administrativo	0	0	0	0	0
Despesas de autônomos	11.400	3.000	3.000	3.000	3.000
Despesas de diretoria	12.500	45.000	67.500	90.000	112.500
Despesas de vendas e marketing	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200
Despesas gerais	30.559	30.315	30.325	30.623	30.632
Impostos	9.796	11.977	14.613	17.191	27.710
Provisão para IR	0	0	0	0	0
Depreciação	4.900	5.175	5.509	15.435	15.761
Saldo do período	25.887	30.610	28.249	20.189	123.737
Depreciação	4.900	5.175	5.509	15.435	15.761
Fluxo líquido de caixa	30.787	35.785	33.757	35.624	139.498

Fonte: Os autores

Neste cenário, espera-se que o fluxo de caixa anual seja positivo em todos os anos, mais modesto, em torno de R\$ 30,7 mil no primeiro ano e de R\$ 139,5 mil no quinto ano.

Assim, acreditamos que mesmo de pequeno porte, a idéia de estruturar a Make Your Cake é plenamente viável do ponto de vista financeiro.

4.1. Valuation

Calcular o valor de uma empresa é sempre algo polêmico, um pouco subjetivo e bastante discutível por basear-se em premissas.

Para estabelecer o valor (ou valores) que a Make Your Cake pode atingir, foram utilizados os dois métodos principais de avaliação de empresas do mercado: Fluxo de Caixa Descontado (FCD) e Avaliação por Múltiplos.

Pela avaliação do método de FCD, a faixa de valor da empresa pode variar de R\$ 190 mil se considerados apenas os fluxos de caixa dos primeiros 5 anos; ou um valor bem superior de R\$ 1,3 milhão, se considerado também os anos seguintes ao 5º ano, pela adoção da perpetuidade.

Tabela 4.3 *Valuation* por Fluxo de Caixa Descontado

	<u>Ano 0</u>	<u>Ano 01</u>	<u>Ano 02</u>	<u>Ano 03</u>	<u>Ano 04</u>	<u>Ano 05</u>	<u>Perpetuidade</u>
Fluxo de Caixa		30.787	35.785	33.757	35.624	139.498	
Investimentos	<u>48.145</u>	<u>2.150</u>	<u>2.740</u>	<u>50.660</u>	<u>2.660</u>	<u>0</u>	
FC c/ Investimento	-48.145	28.637	33.045	-16.903	32.964	139.498	
Taxa de Desconto	11,50% (Taxa Selic, Agosto de 2007)						
Fluxo de Caixa Descontado		25.683	26.580	-12.193	21.328	80.946	1.213.026
Valuation - 5 anos	190.488						
Valuation c/ Perpetuidade	1.355.369						

Fonte: Os autores

No método de avaliação por múltiplos, a empresa comparável utilizada foi a norte-americana *The Cheesecake Factory*, uma importante rede norte-americana de docerias, cujo produto principal é o *cheesecake*, já que não há empresa comparável no Brasil com múltiplos conhecidos. O múltiplo utilizado foi o EV/Sales (ou Valor da Empresa / Vendas). No caso da *The Cheesecake Factory*, o EV/Sales atual é de 1,5, ou seja, seu valor é 1,5 o valor de suas vendas.

Assim, o valor da **Make Your Cake** tende evoluir da seguinte forma:

Tabela 4.4 *Valuation* por Múltiplos de Mercado

	<u>Ano 01</u>	<u>Ano 02</u>	<u>Ano 03</u>	<u>Ano 04</u>	<u>Ano 05</u>
Receita Líquida	171.609	209.823	237.342	279.214	450.052
Múltiplo Valor de Mercado/Vendas	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Empresa Comparável: Cheese Cake Factory					
Valor da Empresa	257.414	314.734	356.012	418.820	675.078

Fonte: Os autores

Para o primeiro ano, o valor estimado para a empresa seria de R\$ 257,4 mil e R\$ 675,0 no quinto ano.

A figura a seguir mostra os diferentes valores que a **Make Your Cake** pode atingir, de acordo com os métodos de Fluxo de Caixa Descontado e Avaliação por Múltiplos.

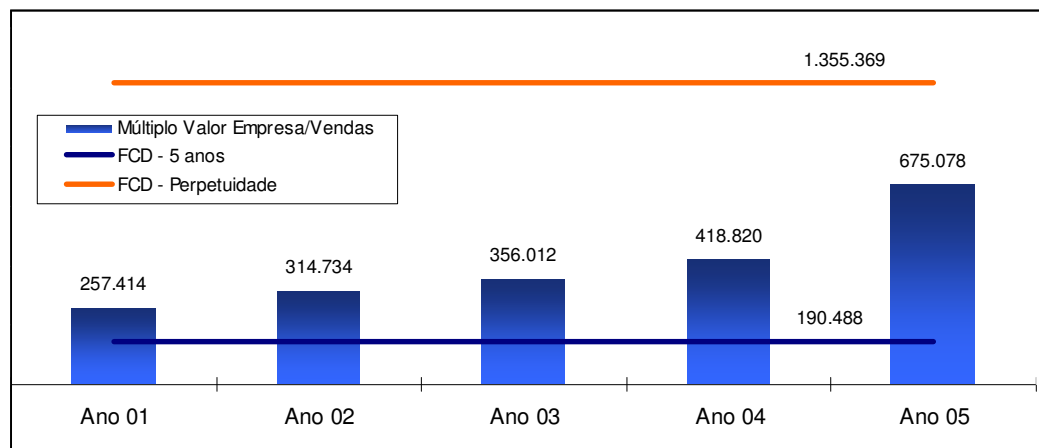


Figura 4.1 Fluxo de Caixa Descontado e Avaliação por Múltiplos Estimativa para 5 anos

Fonte: Os autores

Mesmo em seu nível mais baixo, o valor da empresa é de R\$ 190,5 mil, quase 4 vezes o valor a ser investido inicialmente.

Se considerado a taxa interna de retorno para os primeiros cinco anos, o investimento na criação da **Make Your Cake** é de 56% a.a.; se considerado os rendimentos dos anos seguintes ao 5º ano, a TIR pula para 97% a.a., representando assim, um investimento bastante atraente.

5. CONCLUSÕES

Em vista do que foi exposto neste trabalho podemos concluir que desenvolver um plano de negócio no setor de confeitarias é promissor. Dentre os fatores mencionados neste trabalho vale ressaltar, que na cidade de São Paulo há cerca de 1,2 mil bufês. O número de festas em bufês na capital paulista gira em torno de 18 mil. Além, disso são realizados na capital paulista cerca de 50 mil casamentos por ano. A classe A paulistana desembolsa R\$ 36,6 milhões com festas e cerimônias variadas (das festinhas de aniversário a batizados e casamentos). Em todos esses eventos os bolos são o artigo principal. Aliado a este ingrediente fundamental está à necessidade da população paulistana por produtos personalizados e diferenciados, que tornem os eventos especiais e únicos.

O aporte de capital inicial para o negócio de R\$ 43. 445,00 é baixo considerado um lucro líquido para o primeiro ano de R\$ 22,5 mil e margem de 12,4%. Para o quinto ano o total de entradas deverá girar em torno de R\$ 477,7 mil, sendo o lucro líquido de R\$ 120,3 mil, com uma margem líquida de 25,2 %, quase duas vezes a inicial.

Em termos de valuation, pela avaliação do método FCD estima-se que o valor da **Make Your Cake** possa variar de R\$ 190, considerando o fluxo de caixa dos primeiros cinco anos de vida; ou um valor superior a R\$ 1,3 milhão, se considerando também os anos seguintes ao quinto ano, pela adoção da perpetuidade. No método de avaliação por múltiplos, considerando a empresa americana The Cheesecake Factory, o valor estimado para a **Make Your Cake** seria de R\$ 257,4 mil e R\$ 675,0 no quinto ano. Mesmo no nível mais baixo, a **Make Your Cake** apresenta valor quase 4 vezes ao capital inicialmente investido.

Considerando a taxa interna de retorno para os primeiros cinco anos, o investimento na criação da **Make Your Cake** também demonstra ser bastante atraente, de 56% a.a para o primeiro ano passa a 97% a.a para o quinto ano.

6. ANEXOS

6.1. - ANEXO 1: Investimento Fixo (Imobilizado) – Anos 1 a 5

Investimento Fixo (Imobilizado) - Ano 1

INVESTIMENTO FIXO (imobilizado)					
	QTD	Valor UN.	TX.DEPR.(%)	Valor Deprec. Mês	TOTAL
INSTALAÇÕES FÍSICAS					
Imóvel					
Reforma do prédio	1	5.000,00	10%	41,67	5.000,00
Preparo das instalações	1	2.000,00	10%	16,67	2.000,00
SUBTOTAL				58,33	7.000,00
MÓVEIS, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS					
Diversos					
Aparelho de telefone	3	45,00	20%	2,25	135,00
Armários de cozinha	2	400,00	10%	6,67	800,00
Armário de escritório	2	250,00	20%	8,33	500,00
Cestos de lixo	2	40,00	10%	0,67	80,00
Cestos de lixo de escritório	2	20,00	10%	0,33	40,00
Mesas escritorio	2	300,00	10%	5,00	600,00
Gaveteiros	2	300,00	10%	5,00	600,00
Cadeiras	8	100,00	10%	6,67	800,00
Computadores	1	1.850,00	20%	30,83	1.850,00
Impressoras	1	400,00	20%	6,67	400,00
Estande	2	215,00	20%	7,17	430,00
Cafeterira	1	1.000,00	20%	16,67	1.000,00
Filtro de água	1	300,00	20%	5,00	300,00
Armario de arquivo	1	400,00	20%	6,67	400,00
Operação					
Estantes para armaz. de materiais	8	110,00	10%	7,33	880,00
MESA C/ PIA 2M 2 CUBAS 60X50X35CM - Fritom	1	300,00	10%	2,50	300,00
Acessorios diversos de cozinha e confeitaria	1	400,00	10%	3,33	400,00
Jogo de painelas	2	200,00	10%	3,33	400,00
Formas diversas	15	20,00	10%	2,50	300,00
Jogos de formas unitarias	4	100,00	10%	3,33	400,00
MESA SERVIÇO 150X70X85CM - Fritomaq	4	600,00	10%	20,00	2.400,00
Carro aberto p/ forma	1	800,00	10%	6,67	800,00
Porta detritos	2	150,00	10%	2,50	300,00
Caixas de polietileno	10	100,00	10%	8,33	1.000,00
Jogo de uniformes	10	70,00	10%	5,83	700,00
Segurança					
Extintor de incêndio	3	100,00	8,33%	2,08	300,00
Equipamentos					
BATEDEIRA INDUSTRIAL 12L-	1	2.800,00	20%	46,67	2.800,00
Masseira para preparo de recheios	1	7.000,00	20%	116,67	7.000,00
Microondas	1	500,00	20%	8,33	500,00
Liquidificador	2	80,00	20%	2,67	160,00
REFRIGERADOR CONSUL 280 CRC28DB	1	870,00	20%	14,50	870,00
FREEZER VERTICAL P/ VIDRO 550L Fricon	1	2.000,00	20%	33,33	2.000,00
FORNO 90X90 2 CAMARA 3000W - Fritomaq	1	2.000,00	20%	33,33	2.000,00
BALANÇA ELETRONICA 15KG FILIZOLA	2	500,00	20%	16,67	1.000,00
FOGÃO 4B M14 30X30 - Metalmaq	1	2.000,00	20%	33,33	2.000,00
FOGÃO GE PERFORMANCE 6B	1	1.000,00	20%	16,67	1.000,00
CHOCOLATEIRA/DERRETEDEIRA 2KG 1 CUBA	1	1.000,00	20%	16,67	1.000,00
SUBTOTAL				350,00	36.445,00
TOTAL DE INVESTIMENTO FIXO (imobilizado)				408,33	43.445,00

Fonte: Os autores

Investimento Fixo (Imobilizado) - Ano 2

INVESTIMENTO FIXO (imobilizado)

	QTD	Valor UN.	TX.DEPR.(%)	Valor Deprec. Mês	TOTAL
INSTALAÇÕES FÍSICAS					
Imóvel					
Reforma do prédio	-	5.000,00	10%	-	-
Preparo das instalações	-	2.000,00	10%	-	-
SUBTOTAL				-	-
MÓVEIS, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS					
Diversos					
Aparelho de telefone	-	45,00	20%	-	-
Armários de cozinha	-	400,00	10%	-	-
Armário de escritório	-	250,00	20%	-	-
Cestos de lixo	-	40,00	10%	-	-
Cestos de lixo de escritório	-	20,00	10%	-	-
Mesas escritorio	-	300,00	10%	-	-
Gaveteiros	-	300,00	10%	5,00	-
Cadeiras	-	100,00	10%	-	-
Computadores	-	1.850,00	20%	-	-
Impressoras	-	400,00	20%	-	-
Estande	-	215,00	20%	-	-
Cafeterira	-	1.000,00	20%	-	-
Filtro de água	-	300,00	20%	-	-
Armario de arquivo	-	400,00	20%	-	-
Operação					
Estantes para amaz. de materiais	-	110,00	10%	-	-
MESA C/ PIA 2M 2 CUBAS 60X50X35CM - Fritom	-	300,00	10%	-	-
Acessorios diversos de cozinha e confeitaria	-	400,00	10%	-	-
Jogo de painelas	-	200,00	10%	-	-
Formas diversas	5	20,00	10%	0,83	100,00
Jogos de formas unitarias	2	100,00	10%	1,67	200,00
MESA SERVIÇO 150X70X85CM - Fritomaq	-	600,00	10%	-	-
Carro aberto p/ forma	-	800,00	10%	-	-
Porta detritos	1	150,00	10%	1,25	150,00
Caixas de polietileno	10	100,00	10%	8,33	1.000,00
Jogo de uniformes	10	70,00	10%	5,83	700,00
Segurança					
Extintor de incêndio	-	100,00	8,33%	-	-
Equipamentos					
BATEDEIRA INDUSTRIAL 12L-	-	2.800,00	20%	-	-
Masseira para preparo de recheios	-	7.000,00	20%	-	-
Microondas	-	500,00	20%	-	-
Liquidificador	-	80,00	20%	-	-
REFRIGERADOR CONSUL 280 CRC28DB	-	870,00	20%	-	-
FREEZER VERTICAL P/ VIDRO 550L Fricon	-	2.000,00	20%	-	-
FORNO 90X90 2 CAMARA 3000W - Fritomaq	-	2.000,00	20%	-	-
BALANÇA ELETRONICA 15KG FILIZOLA	-	500,00	20%	-	-
FOGÃO 4B M14 30X30 - Metalmaq	-	2.000,00	20%	-	-
FOGÃO GE PERFORMANCE 6B	-	1.000,00	20%	-	-
CHOCOLATEIRA/DERRETEDEIRA 2KG 1 CUBA	-	1.000,00	20%	-	-
SUBTOTAL				22,92	2.150,00
TOTAL DE INVESTIMENTO FIXO (imobilizado)				431,25	2.150,00

Fonte: Os autores

Investimento Fixo (Imobilizado) - Ano 3

INVESTIMENTO FIXO (imobilizado)

	QTD	Valor UN.	TX.DEPR.(%)	Valor Deprec. Mês	TOTAL
INSTALAÇÕES FÍSICAS					
Imóvel					
Reforma do prédio	-	5.000,00	10%	-	-
Preparo das instalações	-	2.000,00	10%	-	-
SUBTOTAL				-	-
MÓVEIS, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS					
Diversos					
Aparelho de telefone	-	45,00	20%	-	-
Armários de cozinha	-	400,00	10%	-	-
Armário de escritório	-	250,00	20%	-	-
Cestos de lixo	2	40,00	10%	0,67	80,00
Cestos de lixo de escritório	-	20,00	10%	-	-
Mesas escritorio	-	300,00	10%	-	-
Gaveteiros	-	300,00	10%	5,00	-
Cadeiras	-	100,00	10%	-	-
Computadores	-	1.850,00	20%	-	-
Impressoras	-	400,00	20%	-	-
Estande	-	215,00	20%	-	-
Cafeterira	-	1.000,00	20%	-	-
Filtro de água	-	300,00	20%	-	-
Armario de arquivo	-	400,00	20%	-	-
Operação					
Estantes para armaz. de materiais	1	110,00	10%	0,92	110,00
MESA C/ PIA 2M 2 CUBAS 60X50X35CM - Fritom	-	300,00	10%	-	-
Acessorios diversos de cozinha e confeitaria	1	400,00	10%	3,33	400,00
Jogo de panelas	-	200,00	10%	-	-
Formas diversas	5	20,00	10%	0,83	100,00
Jogos de formas unitarias	2	100,00	10%	1,67	200,00
MESA SERVIÇO 150X70X85CM - Fritomaq	-	600,00	10%	-	-
Carro aberto p/ forma	-	800,00	10%	-	-
Porta detritos	1	150,00	10%	1,25	150,00
Caixas de polietileno	10	100,00	10%	8,33	1.000,00
Jogo de uniformes	10	70,00	10%	5,83	700,00
Segurança					
Extintor de incêndio	-	100,00	8,33%	-	-
Equipamentos					
BATEDEIRA INDUSTRIAL 12L-	-	2.800,00	20%	-	-
Masseira para preparo de recheios	-	7.000,00	20%	-	-
Microondas	-	500,00	20%	-	-
Liquidificador	-	80,00	20%	-	-
REFRIGERADOR CONSUL 280 CRC28DB	-	870,00	20%	-	-
FREEZER VERTICAL P/ VIDRO 550L Fricon	-	2.000,00	20%	-	-
FORNO 90X90 2 CAMARA 3000W - Fritomaq	-	2.000,00	20%	-	-
BALANÇA ELETRONICA 15KG FILIZOLA	-	500,00	20%	-	-
FOGÃO 4B M14 30X30 - Metalmaq	-	2.000,00	20%	-	-
FOGÃO GE PERFORMANCE 6B	-	1.000,00	20%	-	-
CHOCOLATEIRA/DERRETEDEIRA 2KG 1 CUBA	-	1.000,00	20%	-	-
SUBTOTAL				27,83	2.740,00
TOTAL DE INVESTIMENTO FIXO (imobilizado)				459,08	2.740,00

Fonte: Os autores

Investimento Fixo (Imobilizado) - Ano 4

INVESTIMENTO FIXO (imobilizado)

	QTD	Valor UN.	TX.DEPR.(%)	Valor Deprec. Mês	TOTAL
INSTALAÇÕES FÍSICAS					
Imóvel					
Reforma do prédio	-	5.000,00	10%	-	-
Preparo das instalações	-	2.000,00	10%	-	-
SUBTOTAL				-	-
MÓVEIS, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS					
Diversos					
Aparelho de telefone	-	45,00	20%	-	-
Armários de cozinha	-	400,00	10%	-	-
Armário de escritório	-	250,00	20%	-	-
Cestos de lixo	-	40,00	10%	-	-
Cestos de lixo de escritório	-	20,00	10%	-	-
Mesas escritorio	-	300,00	10%	-	-
Gaveteiros	-	300,00	10%	5,00	-
Cadeiras	-	100,00	10%	-	-
Computadores	-	1.850,00	20%	-	-
Impressoras	-	400,00	20%	-	-
Estande	-	215,00	20%	-	-
Cafeterira	-	1.000,00	20%	-	-
Filtro de água	-	300,00	20%	-	-
Armario de arquivo	-	400,00	20%	-	-
Operação					
Estantes para armaz. de materiais	1	110,00	10%	0,92	110,00
MESA C/ PIA 2M 2 CUBAS 60X50X35CM - Fritom	-	300,00	10%	-	-
Acessorios diversos de cozinha e confeitaria	1	400,00	10%	3,33	400,00
Jogo de painelas	-	200,00	10%	-	-
Formas diversas	5	20,00	10%	0,83	100,00
Jogos de formas unitarias	2	100,00	10%	1,67	200,00
MESA SERVIÇO 150X70X85CM - Fritomaq	-	600,00	10%	-	-
Carro aberto p/ forma	-	800,00	10%	-	-
Porta detritos	1	150,00	10%	1,25	150,00
Caixas de polietileno	10	100,00	10%	8,33	1.000,00
Jogo de uniformes	10	70,00	10%	5,83	700,00
Segurança					
Extintor de incêndio	-	100,00	8,33%	-	-
Equipamentos					
Mini dosadora semi automatica NKS	1	26.000,00	20%	433,33	26.000,00
Dosadora de cobertura	1	22.000,00	20%	366,67	22.000,00
BATEDEIRA INDUSTRIAL 12L-	-	2.800,00	20%	-	-
Masseira para preparo de recheios	-	7.000,00	20%	-	-
Microondas	-	500,00	20%	-	-
Liquidificador	-	80,00	20%	-	-
REFRIGERADOR CONSUL 280 CRC28DB	-	870,00	20%	-	-
FREEZER VERTICAL P/ VIDRO 550L Fricon	-	2.000,00	20%	-	-
FORNO 90X90 2 CAMARA 3000W - Fritomaq	-	2.000,00	20%	-	-
BALANÇA ELETRONICA 15KG FILIZOLA	-	500,00	20%	-	-
FOGÃO 4B M14 30X30 - Metalmaq	-	2.000,00	20%	-	-
FOGÃO GE PERFORMANCE 6B	-	1.000,00	20%	-	-
CHOCOLATEIRA/DERRETEDEIRA 2KG 1 CUBA	-	1.000,00	20%	-	-
SUBTOTAL				827,17	50.660,00
TOTAL DE INVESTIMENTO FIXO (imobilizado)				1.286,25	50.660,00
Depreciação Acumulada				459,08	

Fonte: Os autores

Investimento Fixo (Imobilizado) - Ano 5

INVESTIMENTO FIXO (imobilizado)

	QTD	Valor UN.	TX.DEPR.(%)	Valor Deprec. Mês	TOTAL
INSTALAÇÕES FÍSICAS					
Imóvel					
Reforma do prédio	-	5.000,00	10%	-	-
Preparo das instalações	-	2.000,00	10%	-	-
SUBTOTAL				-	-
MÓVEIS, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS					
Diversos					
Aparelho de telefone	-	45,00	20%	-	-
Armários de cozinha	-	400,00	10%	-	-
Armário de escritório	-	250,00	20%	-	-
Cestos de lixo	-	40,00	10%	-	-
Cestos de lixo de escritório	-	20,00	10%	-	-
Mesas escritorio	-	300,00	10%	-	-
Gaveteiros	-	300,00	10%	5,00	-
Cadeiras	-	100,00	10%	-	-
Computadores	-	1.850,00	20%	-	-
Impressoras	-	400,00	20%	-	-
Estande	-	215,00	20%	-	-
Cafeterira	-	1.000,00	20%	-	-
Filtro de água	-	300,00	20%	-	-
Armario de arquivo	-	400,00	20%	-	-
Operação					
Estantes para armaz. de materiais	1	110,00	10%	0,92	110,00
MESA C/ PIA 2M 2 CUBAS 60X50X35CM - Fritom	-	300,00	10%	-	-
Acessorios diversos de cozinha e confeitaria	1	400,00	10%	3,33	400,00
Jogo de panelas	-	200,00	10%	-	-
Formas diversas	5	20,00	10%	0,83	100,00
Jogos de formas unitarias	2	100,00	10%	1,67	200,00
MESA SERVIÇO 150X70X85CM - Fritomaq	-	600,00	10%	-	-
Carro aberto p/ forma	-	800,00	10%	-	-
Porta detritos	1	150,00	10%	1,25	150,00
Caixas de polietileno	10	100,00	10%	8,33	1.000,00
Jogo de uniformes	10	70,00	10%	5,83	700,00
Segurança					
Extintor de incêndio	-	100,00	8,33%	-	-
Equipamentos					
Mini dosadora semi automatica NKS	-	26.000,00	20%	-	-
Dosadora de cobertura	-	22.000,00	20%	-	-
BATEDEIRA INDUSTRIAL 12L-	-	2.800,00	20%	-	-
Masseira para preparo de recheios	-	7.000,00	20%	-	-
Microondas	-	500,00	20%	-	-
Liquidificador	-	80,00	20%	-	-
REFRIGERADOR CONSUL 280 CRC28DB	-	870,00	20%	-	-
FREEZER VERTICAL P/ VIDRO 550L Fricon	-	2.000,00	20%	-	-
FORNO 90X90 2 CAMARA 3000W - Fritomaq	-	2.000,00	20%	-	-
BALANÇA ELETRONICA 15KG FILIZOLA	-	500,00	20%	-	-
FOGÃO 4B M14 30X30 - Metalmaq	-	2.000,00	20%	-	-
FOGÃO GE PERFORMANCE 6B	-	1.000,00	20%	-	-
CHOCOLATEIRA/DERRETEDEIRA 2KG 1 CUBA	-	1.000,00	20%	-	-
SUBTOTAL				27,17	2.660,00

TOTAL DE INVESTIMENTO FIXO (Imobilizado)

1.313,42

2.660,00

Fonte: Os autores

Projeção das receitas - Ano 2

RECITA - PROJEÇÃO														Total Anos 2
Mês 01	Mês 02	mar	abr	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12			
R\$ 7.996,00	R\$ 7.996,00	R\$ 10.106,00	R\$ 20.830,00	R\$ 21.630,00	R\$ 18.610,00	R\$ 7.996,00	R\$ 22.716,00	R\$ 26.086,00	R\$ 20.616,00	R\$ 32.700,00				221.800,00
Evento Familiar Simples (até 10 pessoas)	10	10	27	23	23	19	29	30	30	30	131			
Evento Familiar Pequeno (até 50 pessoas)	16	16	18	20	16	16	18	14	16	13	13			
Evento Médio (até 250 pessoas)	1	1	2	0	7	1	7	8	11	8	10			
Evento grande (de 250 pessoas ou mais)	-	-	-	-	3	1	3	3	2	2	2			
Dota comemorativa (se lembrendinha- mini-bolos)	-	-	100	200	200	-	80	100	100	100	180			
Mini-bolos (eventos)	200	200	1.300	776	600	200	776	760	676	960	1.200			
Evento infantil com monitores	1	1	1	4	4	1	4	4	5	3	2			
Receta Total - bolo tipo 1 nível 1 (baixa complexidade)	R\$ 840,00	R\$ 840,00	R\$ 840,00	R\$ 860,00	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00	R\$ 840,00	R\$ 720,00	R\$ 450,00	R\$ 600,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00		
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00		
Preço - Unidade	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00		
Receta Total - bolo tipo 2 nível 2 (média complexidade)	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.320,00	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00		
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 80,00	R\$ 60,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 80,00		
Preço - Unidade	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00		
Receta Total - bolo tipo 3 nível 3 (alta complexidade)	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 3.160,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.350,00	R\$ 2.160,00	R\$ 2.160,00		
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00		
Preço - Unidade	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00		
Receta Total - bolo tipo 3 nível 1 (baixa complexidade)	R\$ 225,00	R\$ 225,00	R\$ 225,00	R\$ 225,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 225,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 1.125,00		
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00		
Preço - Unidade	R\$ 81,00	R\$ 81,00	R\$ 81,00	R\$ 81,00	R\$ 1.710,00	R\$ 810,00	R\$ 810,00	R\$ 2.655,00	R\$ 2.655,00	R\$ 2.655,00	R\$ 2.655,00	R\$ 2.655,00		
Receta Total - bolo tipo 2 nível 2 (média complexidade)	R\$ 810,00	R\$ 810,00	R\$ 810,00	R\$ 810,00	R\$ 3.050,00	R\$ 3.050,00	R\$ 810,00	R\$ 1.115,00	R\$ 1.655,00	R\$ 1.655,00	R\$ 1.655,00	R\$ 1.655,00		
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00		
Preço - Unidade	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00		
Receta Total - bolo tipo 3 nível 3 (alta complexidade + 1 andar)	R\$ 1.040,00	R\$ 1.040,00	R\$ 1.430,00	R\$ 1.430,00	R\$ 1.040,00	R\$ 1.690,00	R\$ 1.040,00	R\$ 2.080,00	R\$ 1.690,00	R\$ 1.690,00	R\$ 2.730,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 130,00	R\$ 130,00	R\$ 130,00	R\$ 130,00	R\$ 130,00	R\$ 130,00	R\$ 130,00	R\$ 130,00	R\$ 130,00	R\$ 130,00	R\$ 130,00	R\$ 130,00		
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00		
Preço - andar	R\$ 270,00	R\$ 270,00	R\$ 270,00	R\$ 270,00	R\$ 270,00	R\$ 270,00	R\$ 270,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 9.000,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00		
Preço - Unidade	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00		
Receta Total - bolo tipo 3 nível 3 (alta complexidade + 2 andares)	R\$ 980,00	R\$ 980,00	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00	R\$ 980,00	R\$ 1.650,00	R\$ 980,00	R\$ 2.380,00	R\$ 2.650,00	R\$ 2.650,00	R\$ 3.360,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00		
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00		
Preço - andar	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00		
Preço - Unidade	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00		
Receta Total - bolo tipo 4 nível 4 (alta complexidade)	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00		
Preço - Unidade	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00		
Receta Total - bolo tipo 1 nível 1 (baixa complexidade)	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00		
Preço - Unidade	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00		
Receta Total - bolo tipo 2 nível 2 (média complexidade)	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00		
Preço - Unidade	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00		
Receta Total - bolo tipo 3 nível 3 (alta complexidade)	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00		
Preço - Unidade	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00		
Receta Total - bolo tipo 4 nível 4 (alta complexidade)	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00		
Preço - Unidade	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00		
Receta Total - bolo tipo 5 nível 5 (alta complexidade)	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00		
Preço - Unidade	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00		
Receta Total - bolo tipo 6 nível 6 (alta complexidade)	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00		
Preço - Unidade	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00		
Receta Total - bolo tipo 7 nível 7 (alta complexidade)	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00		
Preço - Unidade	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00		
Receta Total - bolo tipo 8 nível 8 (alta complexidade)	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00		
Preço - Unidade	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00		
Receta Total - bolo tipo 9 nível 9 (alta complexidade)	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00		
Preço - Unidade	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00		
Receta Total - bolo tipo 10 nível 10 (alta complexidade)	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00		
Preço - Unidade	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00		
Receta Total - bolo tipo 11 nível 11 (alta complexidade)	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00		
Preço - Unidade	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00		
Receta Total - bolo tipo 12 nível 12 (alta complexidade)	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00			
- Vendas Unidades x Kg/Mês	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00		
Preço - Unidade	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00						

Fonte: Os autores

6.3. – ANEXO 3: Custos Variáveis - Anos 1 a 5

Custos Variáveis - Ano 1

CUSTOS VARIÁVEIS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 1
	R\$715,50	R\$561,50	R\$2.173,50	R\$6.758,50	R\$3.597,00	R\$3.147,00	R\$1.277,50	R\$4.635,00	R\$4.857,00	R\$5.019,00	R\$4.702,00	R\$5.678,50	R\$43.932,00
TOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	36,00	72,00	168,00	96,00	120,00	120,00	72,00	48,00	96,00	48,00	48,00	48,00	972,00
Recetta Total - Bolo tipo 2 nível 1 (baixa complexidade)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Vendas Unidades/Más	5	9	21	12	15	15	9	6	12	6	6	6	6
Custo - Unidade	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00
Recetta Total - Bolo tipo 1 nível 2 (média complexidade)	216,00	216,00	270,00	144,00	144,00	264,00	72,00	318,00	252,00	198,00	198,00	252,00	2.544,00
- Vendas Unidades/Más	18	18	23	12	12	23	6	27	21	17	17	21	212
Custo - Unidade	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00
Recetta Total - Bolo tipo 1 nível 3 (alta complexidade)	-	-	54,00	54,00	54,00	54,00	-	324,00	450,00	324,00	324,00	324,00	1.962,00
- Vendas Unidades/Más	-	-	3	3	3	3	-	35	45	35	35	35	105
Custo - Unidade	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00
Recetta Total - Bolo tipo 2 nível 1 (baixa complexidade)	67,50	67,50	67,50	67,50	90,00	90,00	67,50	180,00	90,00	90,00	90,00	357,50	1.305,00
- Vendas Unidades/Más	5	5	5	5	6	6	5	12	6	6	6	23	87
Custo - Unidade	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00
Recetta Total - Bolo tipo 2 nível 2 (média complexidade)	108,00	108,00	162,00	297,00	216,00	216,00	135,00	426,00	477,00	477,00	477,00	477,00	3.573,00
- Vendas Unidades/Más	6	6	9	17	12	12	8	24	27	27	27	27	195
Custo - Unidade	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00
Recetta Total - Bolo tipo 2 nível 3 (alta complexidade + 1 andar)	-	-	258,00	258,00	258,00	413,00	155,00	413,00	413,00	413,00	516,00	671,00	3.768,00
- Vendas Unidades/Más	-	-	8	8	8	13	5	13	13	13	16	21	118
Custo - Unidade	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00
Vendas unidades de bolo	-	-	2	2	2	3	1	3	3	3	4	5	5
Preço - andar	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Recetta Total - Bolo tipo 3 nível 1 (baixa complexidade)	54,00	54,00	81,00	189,00	81,00	81,00	54,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	1.134,00
- Vendas Unidades/Más	3	3	5	11	5	5	3	6	6	6	6	6	63
Custo - Unidade	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00
Recetta Total - Bolo tipo 3 nível 2 (média complexidade)	60,00	60,00	90,00	90,00	90,00	90,00	60,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.290,00
- Vendas Unidades/Más	3	3	5	5	5	5	3	8	8	8	8	8	65
Custo - Unidade	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Recetta Total - Bolo tipo 3 nível 3 (alta complexidade + 2 andares)	-	-	246,00	436,00	682,00	682,00	246,00	492,00	682,00	682,00	872,00	872,00	5.702,00
- Vendas Unidades/Más	-	-	7	12	19	19	7	14	19	19	19	24	155
Custo - Unidade	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00
Vendas unidades de bolo	0	0	1	2	3	3	1	2	3	3	3	4	4
Preço - andar	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Recetta Total - Bolo tipo 4 nível 1 (baixa complexidade)	54,00	54,00	27,00	27,00	27,00	27,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	540,00
- Vendas Unidades/Más	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	30
Custo - Unidade	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00
Recetta Total - Bolo tipo 4 nível 2 (média complexidade)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Vendas Unidades/Más	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Custo - Unidade	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00
Recetta Total - Bolo tipo 4 nível 3 (alta complexidade)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Vendas Unidades/Más	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Custo - Unidade	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00
Recetta Total - Lembrancinha nível 1 (baixa complexidade)	120,00	120,00	120,00	90,00	90,00	90,00	120,00	150,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1.380,00
- Vendas Unidades/Más	200	200	200	150	150	150	200	250	200	200	200	200	2.300
Custo - Unidade	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60
Recetta Total - Lembrancinha nível 2 (média complexidade)	-	-	-	380,00	180,00	180,00	32,00	220,00	220,00	180,00	180,00	720,00	2.272,00
- Vendas Unidades/Más	-	-	-	450	225	225	40	275	225	225	225	900	2.840
Custo - Unidade	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80
Recetta Total - Lembrancinha nível 3 (alta complexidade)	-	-	-	3.600,00	1.125,00	-	-	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	10.300,00
- Vendas Unidades/Más	-	-	-	800	250	-	-	250	250	250	250	250	2.300
Custo - Unidade	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50
Evento Infantil com monitores	-	210,00	630,00	1.050,00	840,00	840,00	210,00	630,00	630,00	1.050,00	630,00	420,00	7.140,00
- Vendas Unidades/Más	-	1	3	5	4	4	1	3	3	5	3	2	34
Preço - Unidade	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210

Fonte: Os autores

Custos Variáveis - Ano 2

CUSTOS VARIÁVEIS														Total Ano 2	
		Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12		
TOTAL CUSTOS VARIÁVEIS		R\$1.753,50	R\$1.753,50	R\$2.263,50	R\$7.101,50	R\$5.057,00	R\$3.757,00	R\$1.753,50	R\$5.351,00	R\$5.321,00	R\$6.019,00	R\$4.300,00	R\$8.270,50	R\$53.270,00	R\$53.270,00
- Receita Total - Bolo tipo 1 nível 1 (baixa complexidade)		168,00	168,00	168,00	192,00	264,00	264,00	168,00	144,00	96,00	120,00	48,00	48,00	1.848,00	1.848,00
- Custos - Unidade		21	21	21	24	33	33	21	18	12	15	6	6	231	231
- Custos - Unidade		R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 8,00
- Receita Total - Bolo tipo 1 nível 2 (média complexidade)		270,00	270,00	270,00	288,00	384,00	384,00	270,00	318,00	252,00	252,00	252,00	252,00	3.482,00	3.482,00
- Custos - Unidade		23	23	23	24	32	32	23	27	21	21	21	21	285	285
- Custos - Unidade		R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00
- Receita Total - Bolo tipo 1 nível 3 (alta complexidade)		54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	450,00	504,00	324,00	324,00	2.304,00	2.304,00
- Custos - Unidade		3	3	3	3	3	3	3	3	25	28	18	18	128	128
- Custos - Unidade		R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00
- Receita Total - Bolo tipo 2 nível 1 (baixa complexidade)		67,50	67,50	67,50	67,50	90,00	90,00	67,50	180,00	180,00	180,00	180,00	337,50	1.575,00	1.575,00
- Custos - Unidade		5	5	5	5	6	6	5	12	12	12	12	23	105	105
- Custos - Unidade		R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00
- Receita Total - Bolo tipo 2 nível 2 (média complexidade)		162,00	162,00	162,00	297,00	512,00	342,00	162,00	423,00	531,00	531,00	531,00	477,00	4.392,00	4.392,00
- Custos - Unidade		9	9	9	17	34	19	9	24	30	30	30	27	241	241
- Custos - Unidade		R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00
- Receita Total - Bolo tipo 2 nível 3 (alta complexidade)		258,00	258,00	258,00	361,00	258,00	413,00	258,00	541,00	413,00	413,00	516,00	671,00	4.618,00	4.618,00
- Custos - Unidade		8	8	8	11	8	13	8	16	13	13	16	21	143	143
- Custos - Unidade		R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00	R\$ 26,00
- Custos - Unidade		2	2	2	3	2	3	2	5	3	3	4	5	25	25
- Custos - Unidade		R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00
- Receita Total - Bolo tipo 3 nível 1 (baixa complexidade)		81,00	81,00	81,00	189,00	81,00	81,00	81,00	108,00	108,00	108,00	108,00	2.700,00	3.807,00	3.807,00
- Custos - Unidade		5	5	5	11	5	5	5	6	6	6	6	150	212	212
- Custos - Unidade		R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00
- Receita Total - Bolo tipo 3 nível 2 (média complexidade)		90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.380,00	1.380,00
- Custos - Unidade		5	5	5	5	5	5	5	8	8	8	8	8	63	63
- Custos - Unidade		R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00
- Receita Total - Bolo tipo 3 nível 3 (alta complexidade)		245,00	245,00	245,00	435,00	692,00	692,00	245,00	625,00	692,00	692,00	692,00	872,00	6.328,00	6.328,00
- Custos - Unidade		7	7	7	12	19	19	7	17	19	19	19	24	176	176
- Custos - Unidade		R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00
- Custos - Unidade		1	1	1	2	3	3	1	3	3	3	3	4	25	25
- Custos - Unidade		R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00	R\$ 13,00
- Receita Total - Bolo tipo 4 nível 1 (baixa complexidade)		27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	152,00	54,00	144,00	54,00	54,00	657,00	657,00
- Custos - Unidade		2	2	2	2	2	2	2	9	3	8	3	3	37	37
- Custos - Unidade		R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00
- Receita Total - Bolo tipo 4 nível 2 (média complexidade)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Custos - Unidade		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Custos - Unidade		R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00
- Receita Total - Bolo tipo 4 nível 3 (alta complexidade)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Custos - Unidade		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Custos - Unidade		R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00
- Receita Total - Lembrancinha nível 1 (baixa complexidade)		120,00	120,00	120,00	90,00	90,00	90,00	120,00	150,00	120,00	270,00	120,00	120,00	1.530,00	1.530,00
- Custos - Unidade		200	200	200	150	150	150	200	250	200	450	200	200	2.550	2.550
- Custos - Unidade		R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,60
- Receita Total - Lembrancinha nível 2 (média complexidade)		-	-	-	360,00	460,00	400,00	-	260,00	320,00	280,00	180,00	720,00	3.060,00	3.060,00
- Custos - Unidade		-	-	-	450	575	500	-	325	400	350	225	900	3.925	3.925
- Custos - Unidade		R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80
- Receita Total - Lembrancinha nível 3 (alta complexidade)		-	-	-	3.600,00	1.125,00	-	-	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	10.350,00	10.350,00
- Custos - Unidade		-	-	-	800	250	-	-	250	250	250	250	250	2.300	2.300
- Custos - Unidade		R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 4,50
- Evento infantil com monitores		210,00	210,00	630,00	1.050,00	840,00	840,00	210,00	840,00	840,00	1.260,00	630,00	420,00	7.980,00	7.980,00
- Custos - Unidade		1	1	3	5	4	4	1	4	4	6	3	2	38	38
- Custos - Unidade		210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210

Fonte: Os autores

Custos Variáveis - Ano 3

CUSTOS VARIÁVEIS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 3
TOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	R\$1.371,75	R\$1.371,75	R\$2.491,75	R\$3.177,00	R\$5.714,75	R\$4.159,75	R\$1.971,75	R\$6.038,25	R\$6.038,25	R\$5.788,50	R\$5.509,25	R\$5.509,25	R\$60.327,25
- Receita Total - Bolo tipo 1 nível 1 (baixa complexidade)	189,00	189,00	189,00	216,00	297,00	297,00	189,00	182,00	108,00	135,00	54,00	54,00	2.079,00
- Vendas Unidades/Mês	21	21	21	24	33	33	21	18	12	15	6	6	231
- Custo - Unidade	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00
- Receita Total - Bolo tipo 1 nível 2 (média complexidade)	303,75	303,75	303,75	324,00	432,00	432,00	303,75	357,75	283,50	283,50	283,50	283,50	3.894,75
- Vendas Unidades/Mês	23	23	23	24	32	32	23	27	21	21	21	21	289
- Custo - Unidade	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50
- Receita Total - Bolo tipo 1 nível 3 (alta complexidade)	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	364,50	506,25	567,00	364,50	364,50	2.592,00
- Vendas Unidades/Mês	3	3	3	3	3	3	3	18	25	28	18	18	128
- Custo - Unidade	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25
- Receita Total - Bolo tipo 2 nível 1 (baixa complexidade)	74,25	74,25	74,25	74,25	99,00	99,00	74,25	198,00	198,00	198,00	371,25	371,25	1.732,50
- Vendas Unidades/Mês	6	6	6	6	6	6	6	12	12	12	12	12	105
- Custo - Unidade	R\$ 18,50	R\$ 18,50	R\$ 18,50	R\$ 18,50	R\$ 18,50	R\$ 18,50	R\$ 18,50	R\$ 18,50	R\$ 18,50	R\$ 18,50	R\$ 18,50	R\$ 18,50	R\$ 18,50
- Receita Total - Bolo tipo 2 nível 2 (média complexidade)	180,00	180,00	180,00	330,00	680,00	380,00	180,00	470,00	590,00	590,00	590,00	590,00	4.880,00
- Vendas Unidades/Mês	8	8	8	17	34	18	8	24	30	30	30	30	241
- Custo - Unidade	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00
- Receita Total - Bolo tipo 2 nível 3 (alta complexidade)	282,00	282,00	282,00	394,00	282,00	452,00	282,00	589,00	452,00	452,00	564,00	734,00	5.047,00
- Vendas Unidades/Mês	8	8	8	11	8	13	8	18	13	13	18	21	143
- Custo - Unidade	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00
- Vendas unidades de bolo	2	2	2	3	2	3	2	5	3	3	4	5	25
- Preço - andar	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
- Receita Total - Bolo tipo 3 nível 1 (baixa complexidade)	94,50	94,50	94,50	220,50	94,50	94,50	94,50	126,00	126,00	126,00	126,00	3.150,00	4.441,50
- Vendas Unidades/Mês	6	6	6	11	6	6	6	6	6	6	6	6	212
- Custo - Unidade	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00
- Receita Total - Bolo tipo 3 nível 2 (média complexidade)	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	165,00	165,00	165,00	165,00	165,00	1.518,00
- Vendas Unidades/Mês	6	6	6	5	5	5	5	8	8	8	8	8	69
- Custo - Unidade	R\$ 22,00	R\$ 22,00	R\$ 22,00	R\$ 22,00	R\$ 22,00	R\$ 22,00	R\$ 22,00	R\$ 22,00	R\$ 22,00	R\$ 22,00	R\$ 22,00	R\$ 22,00	R\$ 22,00
- Receita Total - Bolo tipo 3 nível 3 (alta complexidade)	267,00	267,00	267,00	472,00	739,00	739,00	267,00	677,00	739,00	739,00	944,00	944,00	6.856,00
- Vendas Unidades/Mês	7	7	7	12	19	19	7	17	19	19	19	24	176
- Custo - Unidade	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00
- Vendas unidades de bolo	1	1	1	2	3	3	1	3	3	3	3	4	24
- Preço - andar	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
- Receita Total - Bolo tipo 4 nível 1 (baixa complexidade)	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	189,00	63,00	168,00	63,00	63,00	766,50
- Vendas Unidades/Mês	2	2	2	2	2	2	2	9	3	8	3	3	37
- Custo - Unidade	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00
- Receita Total - Bolo tipo 4 nível 2 (média complexidade)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Vendas Unidades/Mês	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Custo - Unidade	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50
- Receita Total - Bolo tipo 4 nível 3 (alta complexidade)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Vendas Unidades/Mês	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Custo - Unidade	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00	R\$ 31,00
- Receita Total - Lembrancinha nível 1 (baixa complexidade)	180,00	180,00	180,00	135,00	135,00	135,00	180,00	225,00	180,00	405,00	180,00	180,00	2.295,00
- Vendas Unidades/Mês	200	200	200	160	160	160	200	250	200	450	200	200	2.350
- Custo - Unidade	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90
- Receita Total - Lembrancinha nível 2 (média complexidade)	-	-	-	450,00	575,00	500,00	-	325,00	400,00	350,00	900,00	900,00	3.825,00
- Vendas Unidades/Mês	-	-	-	100	100	100	-	325	400	350	900	900	3.825
- Custo - Unidade	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00
- Receita Total - Lembrancinha nível 3 (alta complexidade)	-	-	-	4.320,00	1.350,00	-	-	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	12.420,00
- Vendas Unidades/Mês	-	-	-	800	250	-	-	250	250	250	250	250	2.300
- Custo - Unidade	R\$ 5,40	R\$ 5,40	R\$ 5,40	R\$ 5,40	R\$ 5,40	R\$ 5,40	R\$ 5,40	R\$ 5,40	R\$ 5,40	R\$ 5,40	R\$ 5,40	R\$ 5,40	R\$ 5,40
- Receita Total - Evento infantil com monitores	210,00	210,00	630,00	1.050,00	840,00	840,00	210,00	840,00	840,00	1.280,00	630,00	420,00	7.980,00
- Vendas Unidades/Mês	1	1	3	5	4	4	1	4	4	6	3	2	38
- Custo - Unidade	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210

Fonte: Os autores

Custos Variáveis - Ano 4

CUSTOS VARIÁVEIS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 4
TOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 601,75	R\$ 601,75	R\$ 1.121,75	R\$ 917,00	R\$ 944,75	R\$ 944,75	R\$ 944,75	R\$ 944,75	R\$ 944,75	R\$ 944,75	R\$ 944,75	R\$ 944,75	R\$ 11.239,25
Recetta Total - Bolo tipo 1 nível 1 (baixa complexidade)	189,00	189,00	189,00	216,00	297,00	297,00	189,00	162,00	108,00	135,00	54,00	54,00	2.079,00
- Vendas Unidades/Mês	21	21	21	24	33	33	21	18	12	15	6	6	231
Custo - Unidade	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 9,00
Recetta Total - Bolo tipo 1 nível 2 (média complexidade)	303,75	303,75	303,75	324,00	432,00	432,00	303,75	357,75	283,50	283,50	283,50	283,50	3.894,75
- Vendas Unidades/Mês	23	23	23	24	32	32	23	27	21	21	21	21	289
Custo - Unidade	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50	R\$ 13,50
Recetta Total - Bolo tipo 1 nível 3 (alta complexidade)	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	789,00
- Vendas Unidades/Mês	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
Custo - Unidade	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25	R\$ 20,25
Recetta Total - Bolo tipo 2 nível 1 (baixa complexidade)	74,25	74,25	74,25	74,25	99,00	99,00	74,25	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	2.739,00
- Vendas Unidades/Mês	5	5	5	5	6	6	5	12	12	12	12	12	105
Custo - Unidade	R\$ 14,85	R\$ 14,85	R\$ 14,85	R\$ 14,85	R\$ 16,50	R\$ 16,50	R\$ 14,85	R\$ 16,50	R\$ 16,50	R\$ 16,50	R\$ 16,50	R\$ 16,50	R\$ 16,50
Recetta Total - Bolo tipo 2 nível 2 (média complexidade)	180,00	180,00	180,00	330,00	680,00	680,00	180,00	470,00	580,00	580,00	580,00	580,00	7.880,00
- Vendas Unidades/Mês	9	9	9	17	34	34	9	24	30	30	30	30	244
Custo - Unidade	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 19,41	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 19,58	R\$ 19,33	R\$ 19,33	R\$ 19,33	R\$ 19,33	R\$ 19,33
Recetta Total - Bolo tipo 2 nível 3 (alta complexidade + 1 andar)	282,00	282,00	282,00	394,00	282,00	282,00	282,00	589,00	452,00	452,00	564,00	734,00	5.047,00
- Vendas Unidades/Mês	8	8	8	11	8	8	8	16	13	13	16	21	143
Custo - Unidade	R\$ 35,25	R\$ 35,25	R\$ 35,25	R\$ 35,82	R\$ 35,25	R\$ 35,25	R\$ 35,25	R\$ 36,81	R\$ 34,77	R\$ 34,77	R\$ 35,25	R\$ 35,25	R\$ 35,25
Vendas unidades de bolo	2	2	2	3	2	2	2	5	3	3	4	5	37
Preço - andar	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Recetta Total - Bolo tipo 3 nível 1 (baixa complexidade)	94,50	94,50	94,50	220,50	94,50	94,50	94,50	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	1.441,50
- Vendas Unidades/Mês	5	5	5	11	5	5	5	6	6	6	6	6	66
Custo - Unidade	R\$ 18,90	R\$ 18,90	R\$ 18,90	R\$ 20,05	R\$ 18,90	R\$ 18,90	R\$ 18,90	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00
Recetta Total - Bolo tipo 3 nível 2 (média complexidade)	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	165,00	165,00	165,00	165,00	165,00	1.815,00
- Vendas Unidades/Mês	5	5	5	5	5	5	5	8	8	8	8	8	68
Custo - Unidade	R\$ 19,80	R\$ 19,80	R\$ 19,80	R\$ 19,80	R\$ 19,80	R\$ 19,80	R\$ 19,80	R\$ 20,63	R\$ 20,63	R\$ 20,63	R\$ 20,63	R\$ 20,63	R\$ 20,63
Recetta Total - Bolo tipo 3 nível 3 (alta complexidade + 2 andares)	267,00	267,00	267,00	472,00	735,00	735,00	267,00	677,00	735,00	735,00	735,00	735,00	8.855,00
- Vendas Unidades/Mês	7	7	7	12	19	19	7	17	19	19	19	19	176
Custo - Unidade	R\$ 38,14	R\$ 38,14	R\$ 38,14	R\$ 39,33	R\$ 38,68	R\$ 38,68	R\$ 38,14	R\$ 39,82	R\$ 38,68	R\$ 38,68	R\$ 38,68	R\$ 38,68	R\$ 38,68
Vendas unidades de bolo	1	1	1	2	3	3	1	3	3	3	3	3	24
Preço - andar	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Recetta Total - Bolo tipo 4 nível 1 (baixa complexidade)	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	189,00	63,00	168,00	63,00	63,00	765,00
- Vendas Unidades/Mês	2	2	2	2	2	2	2	9	3	8	3	3	37
Custo - Unidade	R\$ 15,75	R\$ 15,75	R\$ 15,75	R\$ 15,75	R\$ 15,75	R\$ 15,75	R\$ 15,75	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00
Recetta Total - Bolo tipo 4 nível 2 (média complexidade)	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	330,00
- Vendas Unidades/Mês	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Custo - Unidade	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50
Recetta Total - Bolo tipo 4 nível 3 (alta complexidade)	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	330,00
- Vendas Unidades/Mês	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Custo - Unidade	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50	R\$ 27,50
Recetta Total - Lembrancinha nível 1 (baixa complexidade)	180,00	180,00	180,00	135,00	135,00	135,00	180,00	225,00	180,00	405,00	180,00	180,00	2.295,00
- Vendas Unidades/Mês	200	200	200	150	150	150	200	250	200	450	200	200	2.550
Custo - Unidade	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 0,90
Recetta Total - Lembrancinha nível 2 (média complexidade)	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	325,00	400,00	350,00	225,00	900,00	3.825,00
- Vendas Unidades/Mês	100	100	100	100	100	100	100	65	80	70	45	180	735
Custo - Unidade	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Recetta Total - Lembrancinha nível 3 (alta complexidade)	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	12.420,00
- Vendas Unidades/Mês	60	60	60	60	60	60	60	225	225	225	225	225	2.700
Custo - Unidade	R\$ 7,20	R\$ 7,20	R\$ 7,20	R\$ 7,20	R\$ 7,20	R\$ 7,20	R\$ 7,20	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00
Evento Infantil com monitores	210,00	210,00	630,00	1.050,00	840,00	840,00	210,00	840,00	840,00	1.260,00	630,00	420,00	7.980,00
- Vendas Unidades/Mês	1	1	3	5	4	4	1	4	4	6	3	2	38
Custo - Unidade	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00
Recetta total bem casado	630,00	630,00	630,00	840,00	910,00	840,00	630,00	997,50	967,50	1.015,00	927,50	2.730,00	11.742,50
- Vendas Unidades/Mês	1.260	1.260	1.260	1.680	1.820	1.680	1.260	1.995	1.935	2.030	1.855	5.460	23.485
Preço - Unidade	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50

Fonte: Os autores

Custos Variáveis - Ano 5

CUSTOS VARIÁVEIS														Total Ano 5	
TOTAL CUSTOS VARIÁVEIS															
Receta Total - Bolo tipo 1 nível 1 (baixa complexidade)															
- Vendas Unidades/Mês	21	210,00	R\$ 4.984,75	R\$ 5.984,75	R\$ 6.984,75	R\$ 7.984,75	R\$ 8.984,75	R\$ 9.984,75	R\$ 10.984,75	R\$ 11.984,75	R\$ 12.984,75	R\$ 13.984,75	R\$ 14.984,75	6	2.310,00
- Custo - Unidade															
Receta Total - Bolo tipo 1 nível 2 (média complexidade)															
- Vendas Unidades/Mês	27	270,00	R\$ 10,00	R\$ 10,00	R\$ 10,00	R\$ 10,00	R\$ 10,00	R\$ 10,00	R\$ 10,00	R\$ 10,00	R\$ 10,00	R\$ 10,00	R\$ 10,00	21	4.890,00
- Custo - Unidade															
Receta Total - Bolo tipo 2 nível 3 (alta complexidade - 1 andar)															
- Vendas Unidades/Mês	11	110,00	R\$ 32,00	R\$ 32,00	R\$ 32,00	R\$ 32,00	R\$ 32,00	R\$ 32,00	R\$ 32,00	R\$ 32,00	R\$ 32,00	R\$ 32,00	R\$ 32,00	21	182,00
- Custo - Unidade															
Receta Total - Bolo tipo 3 nível 1 (baixa complexidade)															
- Vendas Unidades/Mês	8	80,00	R\$ 168,75	R\$ 168,75	R\$ 168,75	R\$ 168,75	R\$ 168,75	R\$ 168,75	R\$ 168,75	R\$ 168,75	R\$ 168,75	R\$ 168,75	R\$ 168,75	58	5.501,25
- Custo - Unidade															
Receta Total - Bolo tipo 3 nível 2 (média complexidade)															
- Vendas Unidades/Mês	12	120,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	15	153,00
- Custo - Unidade															
Receta Total - Bolo tipo 3 nível 3 (alta complexidade - 2 andares)															
- Vendas Unidades/Mês	7	70,00	R\$ 34,00	R\$ 34,00	R\$ 34,00	R\$ 34,00	R\$ 34,00	R\$ 34,00	R\$ 34,00	R\$ 34,00	R\$ 34,00	R\$ 34,00	R\$ 34,00	19	176,00
- Custo - Unidade															
Receta Total - Bolo tipo 4 nível 1 (baixa complexidade)															
- Vendas Unidades/Mês	8	80,00	R\$ 276,00	R\$ 276,00	R\$ 276,00	R\$ 276,00	R\$ 276,00	R\$ 276,00	R\$ 276,00	R\$ 276,00	R\$ 276,00	R\$ 276,00	R\$ 276,00	8	2.070,00
- Custo - Unidade															
Receta Total - Bolo tipo 4 nível 2 (média complexidade)															
- Vendas Unidades/Mês	12	120,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	R\$ 24,00	15	92,00
- Custo - Unidade															
Receta Total - Bolo tipo 4 nível 3 (alta complexidade)															
- Vendas Unidades/Mês	1	10,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	3	3,00
- Custo - Unidade															
Receta Total - Bolo tipo 4 nível 3 (alta complexidade)															
- Vendas Unidades/Mês	1	10,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00	3	3,00
- Custo - Unidade															
Receta Total - Lembrancinha nível 1 (baixa complexidade)															
- Vendas Unidades/Mês	300	300,00	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	500	5,00
- Custo - Unidade															
Receta Total - Lembrancinha nível 2 (média complexidade)															
- Vendas Unidades/Mês	100	100,00	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	225	4,225
- Custo - Unidade															
Receta Total - Lembrancinha nível 3 (alta complexidade)															
- Vendas Unidades/Mês	600	600,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	500	4,500
- Custo - Unidade															
Evento infantil com monitores															
- Vendas Unidades/Mês	1	10,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	3	38,00
- Custo - Unidade															
Receta Total bem casado															
- Vendas Unidades/Mês	2.700	2.700,00	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	R\$ 0,50	3.250	21.000,00
- Custo - Unidade															

Fonte: Os autores

6.4. – ANEXO 4: Imposto Produto - Anos 1 a 5

Imposto Produto - Ano 1

RECEITA - PROJEÇÃO	Alíquota	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 05	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 1
Receita Bruta - Total		8.982,50	11.502,50	13.802,50	34.292,50	27.785,00	21.855,00	11.502,50	29.130,00	29.450,00	32.450,00	26.555,00	48.697,50	296.405,00
Total Imposto		520,99	667,15	800,55	1.988,97	1.611,53	1.267,59	667,15	1.689,54	1.708,10	1.882,10	1.563,39	2.824,46	17.191,49
Receita Total		8.982,50	11.502,50	13.802,50	34.292,50	27.785,00	21.855,00	11.502,50	29.130,00	29.450,00	32.450,00	26.555,00	48.697,50	296.405,00
Total Imposto - Serviço		520,99	667,15	800,55	1.988,97	1.611,53	1.267,59	667,15	1.689,54	1.708,10	1.882,10	1.563,39	2.824,46	17.191,49
Imposto ISS (5%)	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto ICMS (18%)	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Simples (Faixa 120-240K)	5,8%	520,99	667,15	800,55	1.988,97	1.611,53	1.267,59	667,15	1.689,54	1.708,10	1.882,10	1.563,39	2.824,46	17.191,49

Fonte: Os autores

Imposto Produto - Ano 2

RECEITA - PROJEÇÃO	Alíquota	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 05	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 2
Receita Bruta - Total		7.965,00	7.965,00	10.165,00	26.830,00	21.250,00	16.510,00	7.965,00	22.175,00	22.605,00	25.085,00	20.515,00	32.760,00	221.800,00
Total Imposto		430,11	430,11	548,91	1.448,82	1.148,04	891,54	430,11	1.197,45	1.220,67	1.354,59	1.107,81	1.765,04	11.977,20
Receita Total		7.965,00	7.965,00	10.165,00	26.830,00	21.250,00	16.510,00	7.965,00	22.175,00	22.605,00	25.085,00	20.515,00	32.760,00	221.800,00
Total Imposto - Serviço		430,11	430,11	548,91	1.448,82	1.148,04	891,54	430,11	1.197,45	1.220,67	1.354,59	1.107,81	1.765,04	11.977,20
Imposto ISS (5%)	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto ICMS (18%)	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Simples (Faixa 120-240K)	5,4%	430,11	430,11	548,91	1.448,82	1.148,04	891,54	430,11	1.197,45	1.220,67	1.354,59	1.107,81	1.765,04	11.977,20

Fonte: Os autores

Imposto Produto - Ano 3

RECEITA - PROJEÇÃO	Alíquota	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 05	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 3
Receita Bruta - Total		8.982,50	8.982,50	11.282,50	30.932,50	24.145,00	18.495,00	8.982,50	25.140,00	25.600,00	28.390,00	23.245,00	37.777,50	251.955,00
Total Imposto		520,99	520,99	654,39	1.794,09	1.400,41	1.072,71	520,99	1.458,12	1.484,80	1.646,62	1.348,21	2.191,10	14.613,39
Receita Total		8.982,50	8.982,50	11.282,50	30.932,50	24.145,00	18.495,00	8.982,50	25.140,00	25.600,00	28.390,00	23.245,00	37.777,50	251.955,00
Total Imposto - Serviço		520,99	520,99	654,39	1.794,09	1.400,41	1.072,71	520,99	1.458,12	1.484,80	1.646,62	1.348,21	2.191,10	14.613,39
Imposto ISS (5%)	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto ICMS (18%)	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Simples (Faixa 120-240K)	5,8%	520,99	520,99	654,39	1.794,09	1.400,41	1.072,71	520,99	1.458,12	1.484,80	1.646,62	1.348,21	2.191,10	14.613,39

Fonte: Os autores

Imposto Produto - Ano 4

RECEITA - PROJEÇÃO	Alíquota	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 4
Receita Bruta - Total		8.582,50	11.502,50	13.802,50	34.292,50	27.785,00	21.855,00	11.502,50	28.130,00	29.450,00	32.450,00	26.555,00	48.697,50	296.405,00
Total Imposto		520,99	667,15	800,55	1.988,97	1.611,53	1.267,59	667,15	1.689,54	1.708,10	1.882,10	1.563,39	2.824,46	17.191,49
Receita Total		8.582,50	11.502,50	13.802,50	34.292,50	27.785,00	21.855,00	11.502,50	29.130,00	29.450,00	32.450,00	26.555,00	48.697,50	296.405,00
Total Imposto - Serviço	0%	520,99	667,15	800,55	1.988,97	1.611,53	1.267,59	667,15	1.689,54	1.708,10	1.882,10	1.563,39	2.824,46	17.191,49
Imposto ISS (5%)	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto ICMS (18%)	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Simples (Faixa 120-240K)	5,8%	520,99	667,15	800,55	1.988,97	1.611,53	1.267,59	667,15	1.689,54	1.708,10	1.882,10	1.563,39	2.824,46	17.191,49

Fonte: Os autores

Imposto Produto - Ano 5

RECEITA - PROJEÇÃO	Alíquota	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 5
Receita Bruta - Total		17.255,00	22.855,00	26.645,00	53.435,00	47.785,00	41.085,00	25.755,00	44.037,50	43.477,50	48.002,50	43.547,50	64.082,50	477.762,50
Total Imposto		1.000,79	1.313,99	1.545,41	3.099,23	2.771,53	2.382,93	1.493,79	2.554,18	2.521,70	2.784,15	2.525,76	3.716,79	27.710,23
Receita Total		17.255,00	22.855,00	26.645,00	53.435,00	47.785,00	41.085,00	25.755,00	44.037,50	43.477,50	48.002,50	43.547,50	64.082,50	477.762,50
Total Imposto - Serviço	0%	1.000,79	1.313,99	1.545,41	3.099,23	2.771,53	2.382,93	1.493,79	2.554,18	2.521,70	2.784,15	2.525,76	3.716,79	27.710,23
Imposto ISS (5%)	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto ICMS (18%)	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Simples (Faixa 120-240K)	5,8%	1.000,79	1.313,99	1.545,41	3.099,23	2.771,53	2.382,93	1.493,79	2.554,18	2.521,70	2.784,15	2.525,76	3.716,79	27.710,23

Fonte: Os autores

6.5. – ANEXO 5: Retiradas Anos 1 a 5

Retiradas - Ano 1

RETIRADAS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 1
aliquota	\$ mensal												
SÓCIOS													
Diretor Administrativo	-	-	-	-	-	-	-	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2.500,00
Diretor de Operações	-	-	-	-	-	-	-	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2.500,00
Diretor Comercial	-	-	-	-	-	-	-	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2.500,00
Diretor Financeiro	-	-	-	-	-	-	-	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2.500,00
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	10.000,00
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encargos Sociais	-	-	-	-	-	-	-	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2.500,00
TOTAL RETIRADAS	-	-	-	-	-	-	-	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	12.500,00

Fonte: Os autores

Retiradas - Ano 2

RETIRADAS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 2
aliquota	\$ mensal												
SÓCIOS													
Diretor Administrativo	-	-	-	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	9.000,00
Diretor de Operações	-	-	-	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	9.000,00
Diretor Comercial	-	-	-	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	9.000,00
Diretor Financeiro	-	-	-	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	9.000,00
Subtotal	-	-	-	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	36.000,00
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encargos Sociais	-	-	-	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	9.000,00
TOTAL RETIRADAS	-	-	-	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	45.000,00

Fonte: Os autores

Retiradas - Ano 3

RETIRADAS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 3
aliquota \$ mensal													
SÓCIOS													
Diretor Administrativo	-	-	-	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	13.500,00
Diretor de Operações	-	-	-	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	13.500,00
Diretor Comercial	-	-	-	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	13.500,00
Diretor Financeiro	-	-	-	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	13.500,00
Subtotal	-	-	-	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	54.000,00
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encargos Sociais	-	-	-	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	13.500,00
25%	-	-	-	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	13.500,00
TOTAL RETIRADAS	-	-	-	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	67.500,00

Fonte: Os autores

Retiradas - Ano 4

RETIRADAS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 4
aliquota \$ mensal													
SÓCIOS													
Diretor Administrativo	-	-	-	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	18.000,00
Diretor de Operações	-	-	-	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	18.000,00
Diretor Comercial	-	-	-	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	18.000,00
Diretor Financeiro	-	-	-	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	18.000,00
Subtotal	-	-	-	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	72.000,00
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encargos Sociais	-	-	-	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	18.000,00
25%	-	-	-	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	18.000,00
TOTAL RETIRADAS	-	-	-	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	90.000,00

Fonte: Os autores

Retiradas - Ano 5

RETIRADAS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 5
aliquota \$ mensal													
SÓCIOS													
Diretor Administrativo	-	-	-	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	22.500,00
Diretor de Operações	-	-	-	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	22.500,00
Diretor Comercial	-	-	-	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	22.500,00
Diretor Financeiro	-	-	-	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	22.500,00
Subtotal	-	-	-	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	90.000,00
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encargos Sociais	-	-	-	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	22.500,00
25%	-	-	-	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	22.500,00
TOTAL RETIRADAS	-	-	-	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	112.500,00

Fonte: Os autores

6.6. – ANEXO 6: Mão de Obra Direta – Anos 1 a 5

Mão de Obra Direta –Ano 1

MÃO-DE-OBRA DIRETA	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 1
Supervisor Produção	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00
Auxiliar Cozinha	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Auxiliar Confeitaria	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
Auxiliar Confeitaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Auxiliar Confeitaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00
Benefícios	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Subtotal	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Encargos Sociais	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	12.432,00
Total	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	38.232,00
Operações	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Entregador	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aux.limpeza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encargos Sociais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ESTAGIÁRIOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estagiário 1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estagiário 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE MAO-DE-OBRA DIRETA	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	38.232,00

Fonte: Os autores

Mão de Obra Direta –Ano 2

MÃO-DE-OBRA DIRETA	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 2
Supervisor Produção	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00
Auxiliar Cozinha	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Auxiliar Confeitaria	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
Auxiliar Confeitaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Auxiliar Confeitaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00
Benefícios	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Subtotal	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Encargos Sociais	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	12.432,00
51,80%	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	12.432,00
Total	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	38.232,00
Operações	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Entregador	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aux.limpeza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encargos Sociais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
51,80%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ESTAGIÁRIOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estagiário 1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estagiário 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE MAO-DE-OBRA DIRETA	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	38.232,00

Fonte: Os autores

Mão de Obra Direta –Ano 3

MÃO-DE-OBRA DIRETA	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 3
Supervisor Produção	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00
Auxiliar Cozinha	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Auxiliar Confeitaria	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
Auxiliar Confeitaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00
Benefícios	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Subtotal	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Encargos Sociais	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	12.432,00
Total	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	38.232,00
Operações	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Entregador	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aux. limpeza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encargos Sociais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ESTAGIÁRIOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estagiário 1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estagiário 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE MAO-DE-OBRA DIRETA	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	38.232,00

Fonte: Os autores

Mão de Obra Direta –Ano 4

MÃO-DE-OBRA DIRETA	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 4
Supervisor Produção	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	20.400,00
Auxiliar Cozinha	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Auxiliar Confeitaria	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
Auxiliar Confeitaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Auxiliar Confeitaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	27.600,00
Benefícios	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Subtotal	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Encargos Sociais	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	14.296,80
Total	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	43.696,80
Operações	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Entregador	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Aux limpeza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encargos Sociais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ESTAGIÁRIOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estagiário 1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estagiário 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE MAO-DE-OBRA DIRETA	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	43.696,80

Fonte: Os autores

Mão de Obra Direta –Ano 5

MÃO-DE-OBRA DIRETA	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 5
Supervisor Produção	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	20.400,00
Auxiliar Cozinha	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Auxiliar Confeitaria	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
Auxiliar Confeitaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	27.600,00
Benefícios	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Subtotal	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Encargos Sociais	51,80%	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	1.191,40	14.296,80
Total	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	43.696,80
Operações	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Entregador	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aux. limpeza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encargos Sociais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ESTAGIÁRIOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estagiário 1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estagiário 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Benefícios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Subtotal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE MAO-DE-OBRA DIRETA	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	43.696,80

Fonte: Os autores

6.7. – ANEXO 7: Custos Fixos – Anos 1 a 5

Custos Fixos –Ano 1

CUSTOS FIXOS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 1
DESPESAS FIXAS													
Água, luz e telefone	800,00	800,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	600,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	11.000,00
Materiais de escritório	80,00	60,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	720,00
Manutenção, Conservação e Seguro	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Internet	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
despesas extras	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Impostos	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
gás de cozinha	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
material de limpeza	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
combustível	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
Total	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	28.320,00
DEPRECIAÇÃO													
	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	4.889,98
CUSTOS FIXOS DIRETOS													
Aluguel de casa	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	30.000,00
Aluguel de carro pick up													
Total	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	30.000,00
Serviços Terciarizados													
Contabilidade	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
Item adicional (Aux. Confet.)	700,00	700,00	700,00	875,00	875,00	875,00	-	875,00	875,00	875,00	700,00	875,00	8.925,00
Item adicional (Entregador)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Serviços autorizados	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	11.400,00
TOTAL DE MAO-DE-OBRA INDIRETA													
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL RETIRADAS													
	-	-	-	-	-	-	-	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	12.500,00
Outros (% sobre subtotal de custos fixos)	3%	188,55	188,55	188,55	188,55	188,55	188,55	188,55	188,55	188,55	188,55	188,55	2.238,80
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL CUSTOS FIXOS	5.996,55	5.996,55	5.996,55	5.996,55	5.996,55	5.996,55	5.996,55	5.996,55	5.996,55	5.996,55	5.996,55	5.996,55	71.988,60
VENDAS E MARKETING													
Propaganda e Marketing	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
Item adicional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Vendas e Marketing	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00

Fonte: Os autores

Custos Fixos –Ano 2

CUSTOS FIXOS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 2
DESPESAS FIXAS													
Água, luz e telefone	600,00	800,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	600,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	11.000,00
Materiais de escritório	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00
Manutenção, Conservação e Seguro	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Internet	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
despesas extras	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Impostos	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
gás de cozinha	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
material de limpeza	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
combustível	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
Total	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	28.320,00
DEPRECIAÇÃO													
	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	5.174,99
CUSTOS FIXOS DIRETOS													
Aluguel da casa	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	30.000,00
Aluguel de carro pick up													
Total	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	30.000,00
Serviços Terceirizados													
Contabilidade	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
item adicional (Aux. Confett.)	-	-	500,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	-	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.500,00	9.000,00
item adicional (Entregador)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Serviços autorizados	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
TOTAL DE MAO-DE-OBRA INDIRETA													
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL RETIRADAS													
	-	-	-	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	45.000,00
Outros (% sobre subtotal de custos fixos)	3%	188,24	188,24	188,24	188,24	188,24	188,24	188,24	188,24	188,24	188,24	188,24	1.894,85
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL CUSTOS FIXOS	5.276,24	5.276,24	5.276,24	5.276,24	5.276,24	5.276,24	5.276,24	5.276,24	5.276,24	5.276,24	5.276,24	5.276,24	63.314,85
VENDAS E MARKETING													
Propaganda e Marketing	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
item adicional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Vendas e Marketing	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00

Fonte: Os autores

Custos Fixos –Ano 3

CUSTOS FIXOS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 3
DESPESAS FIXAS													
Água, luz e telefone	800,00	800,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	600,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	11.000,00
Materiais de escritório	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00
Manutenção, Conservação e Seguro	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Internet	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
despesas extras	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Impostos	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
gás de cozinha	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
material de limpeza	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
combustível	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
Total	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	28.320,00
DEPRECIAÇÃO													
	459,08	459,08	459,08	459,08	459,08	459,08	459,08	459,08	459,08	459,08	459,08	459,08	5.508,99
CUSTOS FIXOS DIRETOS													
Aluguel da casa	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	30.000,00
Aluguel de carro pick up													
Total	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	30.000,00
Serviços Terceirizados													
Contabilidade	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
Item adicional (Aux. Confeit.)			500,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.500,00	9.000,00
Item adicional (Entregador)													
Total Serviços autorizados	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
TOTAL DE MAO-DE-OBRA INDIRETA													
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL RETIRADAS													
	-	-	-	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	67.500,00
Outros (% sobre subtotal de custos fixos)	3%	167,07	167,07	167,07	167,07	167,07	167,07	167,07	167,07	167,07	167,07	167,07	2.004,87
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL CUSTOS FIXOS	5.277,07	5.277,07	5.277,07	5.277,07	5.277,07	5.277,07	5.277,07	5.277,07	5.277,07	5.277,07	5.277,07	5.277,07	63.324,87
VENDAS E MARKETING													
Propaganda e Marketing	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
Item adicional													
Total Vendas e Marketing	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00

Fonte: Os autores

Custos Fixos –Ano 4

CUSTOS FIXOS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 4
DESPESAS FIXAS													
Água, luz e telefone	600,00	800,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	600,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	11.000,00
Material de escritório	80,00	80,00	80,00	60,00	60,00	60,00	80,00	60,00	80,00	60,00	60,00	80,00	720,00
Manutenção, Conservação e Seguro	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Internet	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
despesas extras	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Impostos	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
gás de cozinha	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
material de limpeza	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
combustível	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
Total	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	28.320,00
DEPRECIACAO													
	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	15.434,39
CUSTOS FIXOS DIRETOS													
Aluguel da casa	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	30.000,00
Aluguel de carro pick up													
Total	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	30.000,00
Serviços Tercerizados													
Contabilidade	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
Item adicional (Aux. Confeit.)		-	300,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	-	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.800,00	10.500,00
Item adicional (Entregador)	-	-	-	200,00	200,00	200,00	-	200,00	200,00	200,00	200,00	500,00	1.900,00
Total Serviços autorizados	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
TOTAL DE MAO-DE-OBRA INDIRETA													
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL RETIRADAS													
	-	-	-	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	90.000,00
Outros (% sobre subtotal de custos fixos)	3%	191,89	191,89	191,89	191,89	191,89	191,89	191,89	191,89	191,89	191,89	191,89	2.302,65
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL CUSTOS FIXOS	5.301,89	5.301,89	5.301,89	5.301,89	5.301,89	5.301,89	5.301,89	5.301,89	5.301,89	5.301,89	5.301,89	5.301,89	63.622,65
VENDAS E IMARKETING													
Propaganda e Marketing	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
Item adicional		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Vendas e Marketing	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00

Fonte: Os autores

Custos Fixos –Ano 5

CUSTOS FIXOS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 5
DESPESAS FIXAS													
Água, luz e telefone	600,00	800,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	600,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	11.000,00
Materiais de escritório	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00
Manutenção, Conservação e Seguro	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Internet	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
despesas extras	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
impostos	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
gás de cozinha	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
material de limpeza	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
combustível	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
Total	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	2.360,00	28.320,00
DEPRECIACAO													
	1.313,42	1.313,42	1.313,42	1.313,42	1.313,42	1.313,42	1.313,42	1.313,42	1.313,42	1.313,42	1.313,42	1.313,42	15.760,98
CUSTOS FIXOS DIRETOS													
Aluguel da casa	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	30.000,00
Aluguel de carro pick up													
Total	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	30.000,00
Serviços Terceirizados													
Contabilidade	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
Item adicional (Aux. Confeit.)		-	600,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	-	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	2.100,00	13.200,00
Item adicional (Entregador)	-	-	-	200,00	200,00	200,00	-	200,00	200,00	200,00	200,00	500,00	1.900,00
Total Serviços autorizados	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
TOTAL DE MAO-DE-OBRA INDIRETA													
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL RETIRADAS													
	-	-	-	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	112.500,00
Outros (% sobre subtotal de custos fixos)	3%	182,70	182,70	182,70	182,70	182,70	182,70	182,70	182,70	182,70	182,70	182,70	2.312,43
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total CUSTOS FIXOS	5.302,70	5.302,70	5.302,70	5.302,70	5.302,70	5.302,70	5.302,70	5.302,70	5.302,70	5.302,70	5.302,70	5.302,70	63.632,43
VENDAS E MARKETING													
Propaganda e Marketing	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
Item adicional		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Vendas e Marketing	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00

Fonte: Os autores

6.8. – ANEXO 8: Custos de Fabricação – Anos 1 a 5

Custos de Fabricação –Ano 1

CUSTOS DE FABRICAÇÃO	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 1
Custos variáveis (matéria prima)	715,50	961,50	2.173,50	6.758,50	3.997,00	3.147,00	1.277,50	4.635,00	4.867,00	5.019,00	4.702,00	5.678,50	43.932,00
Mão de obra direta	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	38.232,00
Custos fixos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Total	3.901,50	4.147,50	5.359,50	9.944,50	7.183,00	6.333,00	4.463,50	7.821,00	8.053,00	8.205,00	7.888,00	8.864,50	82.164,00
Total materiais diretos	715,50	961,50	2.173,50	6.758,50	3.997,00	3.147,00	1.277,50	4.635,00	4.867,00	5.019,00	4.702,00	5.678,50	43.932,00
Total m.o. direta	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	38.232,00
Total custos fixos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	3.901,50	4.147,50	5.359,50	9.944,50	7.183,00	6.333,00	4.463,50	7.821,00	8.053,00	8.205,00	7.888,00	8.864,50	82.164,00

Fonte: Os autores

Custos de Fabricação –Ano 2

CUSTOS DE FABRICAÇÃO	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 2
Custos variáveis (matéria prima)	1.753,50	1.753,50	2.253,50	7.101,50	5.057,00	3.757,00	1.753,50	5.351,00	5.321,00	6.019,00	4.900,00	8.270,50	53.291,00
Mão de obra direta	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	38.232,00
Custos fixos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Total	4.939,50	4.939,50	5.439,50	10.287,50	8.243,00	6.943,00	4.939,50	8.537,00	8.507,00	9.205,00	8.086,00	11.456,50	91.523,00
Total materiais diretos	1.753,50	1.753,50	2.253,50	7.101,50	5.057,00	3.757,00	1.753,50	5.351,00	5.321,00	6.019,00	4.900,00	8.270,50	53.291,00
Total m.o. direta	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	38.232,00
Total custos fixos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	4.939,50	4.939,50	5.439,50	10.287,50	8.243,00	6.943,00	4.939,50	8.537,00	8.507,00	9.205,00	8.086,00	11.456,50	91.523,00

Fonte: Os autores

Custos de Fabricação –Ano 3

CUSTOS DE FABRICAÇÃO	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 3
Custos variáveis (matéria prima)	1.971,75	1.971,75	2.491,75	8.177,00	5.714,75	4.159,75	1.971,75	6.038,25	6.000,75	6.788,50	5.532,00	9.509,25	60.327,25
Mão de obra direta	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	38.232,00
Custos fixos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Total	5.157,75	5.157,75	5.677,75	11.363,00	8.900,75	7.345,75	5.157,75	9.224,25	9.186,75	9.974,50	8.718,00	12.695,25	98.559,25
Total materiais diretos	1.971,75	1.971,75	2.491,75	8.177,00	5.714,75	4.159,75	1.971,75	6.038,25	6.000,75	6.788,50	5.532,00	9.509,25	60.327,25
Total m.o. direta	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	3.186,00	38.232,00
Total custos fixos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	5.157,75	5.157,75	5.677,75	11.363,00	8.900,75	7.345,75	5.157,75	9.224,25	9.186,75	9.974,50	8.718,00	12.695,25	98.559,25

Fonte: Os autores

Custos de Fabricação –Ano 4

CUSTOS DE FABRICAÇÃO	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 4
Custos variáveis (matéria prima)	2.601,75	2.601,75	3.121,75	9.017,00	6.624,75	4.999,75	2.601,75	7.035,75	6.963,25	7.803,50	6.459,50	12.239,25	72.069,75
Mão de obra direta	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	43.696,80
Custos fixos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Total	6.243,15	6.243,15	6.763,15	12.658,40	10.266,15	8.641,15	6.243,15	10.677,15	10.604,65	11.444,90	10.100,90	15.880,65	115.766,55
Total materiais diretos	2.601,75	2.601,75	3.121,75	9.017,00	6.624,75	4.999,75	2.601,75	7.035,75	6.963,25	7.803,50	6.459,50	12.239,25	72.069,75
Total m.o. direta	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	43.696,80
Total custos fixos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	6.243,15	6.243,15	6.763,15	12.658,40	10.266,15	8.641,15	6.243,15	10.677,15	10.604,65	11.444,90	10.100,90	15.880,65	115.766,55

Fonte: Os autores

Custos de Fabricação –Ano 5

CUSTOS DE FABRICAÇÃO	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 5
Custos variáveis (matéria prima)	4.984,75	4.984,75	5.794,75	13.723,25	11.444,75	9.613,50	5.794,75	10.811,25	10.676,75	11.804,25	10.745,75	16.146,50	116.525,00
Mão de obra direta	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	43.696,80
Custos fixos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Total	8.626,15	8.626,15	9.436,15	17.364,65	15.086,15	13.254,90	9.436,15	14.452,65	14.318,15	15.445,65	14.387,15	19.787,90	160.221,80
Total materiais diretos	4.984,75	4.984,75	5.794,75	13.723,25	11.444,75	9.613,50	5.794,75	10.811,25	10.676,75	11.804,25	10.745,75	16.146,50	116.525,00
Total m.o. direta	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	3.641,40	43.696,80
Total custos fixos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	8.626,15	8.626,15	9.436,15	17.364,65	15.086,15	13.254,90	9.436,15	14.452,65	14.318,15	15.445,65	14.387,15	19.787,90	160.221,80

Fonte: Os autores

6.9. – ANEXO 9: Demonstração de Resultados – Anos 1 a 5

Demonstração de Resultados – Ano 1

Demonstração de Resultados		Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 1
Receita Bruta de Vendas		3.445,00	4.325,00	9.765,00	25.000,00	15.560,00	13.260,00	5.290,00	19.625,00	20.835,00	20.595,00	19.585,00	24.120,00	181.405,00
Menos Devoluções e Abatimentos		186,03	233,55	527,31	1.350,00	840,24	716,04	285,66	1.059,75	1.125,09	1.112,13	1.057,59	1.302,48	9.795,87
Comissão (aliquota)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impostos	0%	186,03	233,55	527,31	1.350,00	840,24	716,04	285,66	1.059,75	1.125,09	1.112,13	1.057,59	1.302,48	9.795,87
Vendas Líquidas		3.258,97	4.091,45	9.237,69	23.650,00	14.719,76	12.543,96	5.004,34	18.565,25	19.709,91	19.482,87	18.527,41	22.817,52	171.609,13
Custo das Mercadorias (e/ou Serviços Vendidos)		3.901,50	4.147,50	5.359,50	9.944,50	7.183,00	6.333,00	4.463,50	7.821,00	8.053,00	8.205,00	7.888,00	8.864,50	82.164,00
Lucro Bruto		-642,53	-56,05	3.878,19	13.705,50	7.536,76	6.210,96	540,84	10.744,25	11.656,91	11.277,87	10.639,41	13.953,02	89.445,13
Despesas operacionais		4.538,22	4.538,22	4.538,22	4.538,22	4.538,22	4.538,22	4.538,22	7.038,22	7.038,22	7.038,22	7.038,22	7.038,22	66.958,59
Despesas administrativas		950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	3.450,00	3.450,00	3.450,00	3.450,00	3.450,00	23.900,00
Despesas gerais		2.896,55	2.896,55	2.896,55	2.896,55	2.896,55	2.896,55	2.896,55	2.896,55	2.896,55	2.896,55	2.896,55	2.896,55	34.758,60
Depreciação acumulada		691,67	691,67	691,67	691,67	691,67	691,67	691,67	691,67	691,67	691,67	691,67	691,67	3.808,33
RESULTADO OPERACIONAL		-5.180,75	-4.594,27	-660,03	9.167,28	2.998,54	1.672,74	-3.997,38	3.706,03	4.618,69	4.239,65	3.601,19	6.914,80	22.486,54
RESULTADO ANTES DO IR		-5.180,75	-4.594,27	-660,03	9.167,28	2.998,54	1.672,74	-3.997,38	3.706,03	4.618,69	4.239,65	3.601,19	6.914,80	22.486,54
IR	0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Contribuição Social	0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
LUCRO LÍQUIDO		-5.180,75	-4.594,27	-660,03	9.167,28	2.998,54	1.672,74	-3.997,38	3.706,03	4.618,69	4.239,65	3.601,19	6.914,80	22.486,54

Fonte: Os autores

Demonstração de Resultados –Ano 2

Demonstração de Resultados													
	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 2
Receita Bruta de Vendas	7.965,00	7.965,00	10.165,00	26.830,00	21.260,00	16.510,00	7.965,00	22.175,00	22.605,00	25.085,00	20.515,00	32.760,00	221.800,00
Menos Devoluções e Abatimentos	430,11	430,11	548,91	1.448,82	1.148,04	891,54	430,11	1.197,45	1.220,87	1.364,59	1.107,81	1.769,04	11.977,20
Comissão (aliquota)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impostos	430,11	430,11	548,91	1.448,82	1.148,04	891,54	430,11	1.197,45	1.220,87	1.364,59	1.107,81	1.769,04	11.977,20
Vendas Líquidas	7.534,89	7.534,89	9.616,09	25.381,18	20.111,96	15.618,46	7.534,89	20.977,55	21.384,33	23.730,41	19.407,19	30.990,96	209.822,80
Custo das Mercadorias (e/ou Serviços Vendidos)	4.939,50	4.939,50	5.439,50	10.287,50	8.243,00	6.943,00	4.939,50	8.537,00	8.507,00	9.205,00	8.088,00	11.468,50	91.523,00
Lucro Bruto	2.595,39	2.595,39	4.176,59	15.093,68	11.868,96	8.675,46	2.595,39	12.440,55	12.877,33	14.525,41	11.321,19	19.534,46	118.299,80
Despesas operacionais	3.840,82	3.840,82	3.840,82	8.840,82	8.840,82	8.840,82	8.840,82	8.840,82	8.840,82	8.840,82	8.840,82	8.840,82	91.089,84
Despesas administrativas	260,00	260,00	260,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	48.000,00
Despesas gerais	2.876,24	2.876,24	2.876,24	2.876,24	2.876,24	2.876,24	2.876,24	2.876,24	2.876,24	2.876,24	2.876,24	2.876,24	34.514,86
Depreciação acumulada	714,58	714,58	714,58	714,58	714,58	714,58	714,58	714,58	714,58	714,58	714,58	714,58	3.831,25
RESULTADO OPERACIONAL	-1.245,43	-1.245,43	335,77	6.252,86	3.028,14	-165,36	-6.245,43	3.599,73	4.036,51	5.684,59	2.480,37	10.693,64	27.209,96
RESULTADO ANTES DO IR	-1.245,43	-1.245,43	335,77	6.252,86	3.028,14	-165,36	-6.245,43	3.599,73	4.036,51	5.684,59	2.480,37	10.693,64	27.209,96
IR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Contribuição Social	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
LUCRO LÍQUIDO	-1.245,43	-1.245,43	335,77	6.252,86	3.028,14	-165,36	-6.245,43	3.599,73	4.036,51	5.684,59	2.480,37	10.693,64	27.209,96

Fonte: Os autores

Demonstração de Resultados –Ano 3

Demonstração de Resultados													
	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 3
Receita Bruta de Vendas	8.982,50	8.982,50	11.282,50	30.932,50	24.145,00	18.495,00	8.982,50	25.140,00	25.600,00	28.390,00	23.245,00	37.777,50	251.955,00
Menos Devoluções e Abatimentos	520,99	520,99	654,39	1.794,09	1.400,41	1.072,71	520,99	1.458,12	1.484,80	1.646,62	1.348,21	2.191,10	14.613,39
Comissão (aliquota)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impostos	520,99	520,99	654,39	1.794,09	1.400,41	1.072,71	520,99	1.458,12	1.484,80	1.646,62	1.348,21	2.191,10	14.613,39
Vendas Líquidas	8.461,52	8.461,52	10.628,12	29.138,42	22.744,59	17.422,29	8.461,52	23.681,88	24.115,20	26.743,38	21.896,79	35.586,41	237.341,61
Custo das Mercadorias (e/ou Serviços Vendidos)	5.157,75	5.157,75	5.677,75	11.363,00	8.900,75	7.345,75	5.157,75	9.224,25	9.186,75	9.974,50	8.718,00	12.695,25	98.559,25
Lucro Bruto	3.303,77	3.303,77	4.950,37	17.775,42	13.843,84	10.076,54	3.303,77	14.457,63	14.928,45	16.768,88	13.178,79	22.891,16	138.782,36
Despesas operacionais	3.869,49	3.869,49	3.869,49	11.369,49	11.369,49	11.369,49	11.369,49	11.369,49	11.369,49	11.369,49	11.369,49	11.369,49	113.933,86
Despesas administrativas	250,00	250,00	250,00	7.750,00	7.750,00	7.750,00	7.750,00	7.750,00	7.750,00	7.750,00	7.750,00	7.750,00	70.500,00
Despesas gerais	2.877,07	2.877,07	2.877,07	2.877,07	2.877,07	2.877,07	2.877,07	2.877,07	2.877,07	2.877,07	2.877,07	2.877,07	34.524,87
Depreciação acumulada	742,42	742,42	742,42	742,42	742,42	742,42	742,42	742,42	742,42	742,42	742,42	742,42	3.859,08
RESULTADO OPERACIONAL	-565,72	-565,72	1.080,88	6.405,93	2.474,35	-1.292,95	-8.065,72	3.088,14	3.558,96	5.399,39	1.809,30	11.521,67	24.848,50
RESULTADO ANTES DO IR	-565,72	-565,72	1.080,88	6.405,93	2.474,35	-1.292,95	-8.065,72	3.088,14	3.558,96	5.399,39	1.809,30	11.521,67	24.848,50
IR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Contribuição Social	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
LUCRO LÍQUIDO	-565,72	-565,72	1.080,88	6.405,93	2.474,35	-1.292,95	-8.065,72	3.088,14	3.558,96	5.399,39	1.809,30	11.521,67	24.848,50

Fonte: Os autores

Demonstração de Resultados –Ano 4

Demonstração de Resultados													
	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 4
Receita Bruta de Vendas	8.982,50	11.502,50	13.802,50	34.292,50	27.785,00	21.855,00	11.502,50	29.130,00	29.450,00	32.450,00	26.955,00	48.697,50	296.405,00
Menos Devoluções e Abatimentos	520,99	667,15	800,55	1.988,97	1.611,53	1.267,59	667,15	1.689,54	1.708,10	1.882,10	1.563,39	2.824,46	17.191,49
Comissão (aliquota)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impostos	520,99	667,15	800,55	1.988,97	1.611,53	1.267,59	667,15	1.689,54	1.708,10	1.882,10	1.563,39	2.824,46	17.191,49
Vendas Líquidas	8.461,52	10.835,36	13.001,96	32.303,54	26.173,47	20.587,41	10.835,36	27.440,46	27.741,90	30.567,90	25.391,61	45.873,05	279.213,51
Custo das Mercadorias (e/ou Serviços Vendidos)	6.243,15	6.243,15	6.763,15	12.658,40	10.266,15	8.641,15	6.243,15	10.677,15	10.604,65	11.444,90	10.100,90	15.880,65	115.766,55
Lucro Bruto	2.218,37	4.592,21	6.238,81	19.645,14	15.907,32	11.946,26	4.592,21	16.763,31	17.137,25	19.123,00	15.290,71	29.992,40	163.446,96
Despesas operacionais	4.721,47	4.721,47	4.721,47	14.721,47	14.721,47	14.721,47	14.721,47	14.721,47	14.721,47	14.721,47	14.721,47	14.721,47	146.657,64
Despesas administrativas	250,00	250,00	250,00	10.250,00	10.250,00	10.250,00	10.250,00	10.250,00	10.250,00	10.250,00	10.250,00	10.250,00	93.000,00
Despesas gerais	2.901,89	2.901,89	2.901,89	2.901,89	2.901,89	2.901,89	2.901,89	2.901,89	2.901,89	2.901,89	2.901,89	2.901,89	34.822,65
Depreciação acumulada	1.569,58	1.569,58	1.569,58	1.569,58	1.569,58	1.569,58	1.569,58	1.569,58	1.569,58	1.569,58	1.569,58	1.569,58	4.686,25
RESULTADO OPERACIONAL	-2.503,10	-129,26	1.517,34	4.923,67	1.185,85	-2.775,21	-10.129,26	2.041,84	2.415,78	4.401,53	569,24	15.270,93	16.789,32
RESULTADO ANTES DO IR	-2.503,10	-129,26	1.517,34	4.923,67	1.185,85	-2.775,21	-10.129,26	2.041,84	2.415,78	4.401,53	569,24	15.270,93	16.789,32
IR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Contribuição Social	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
LUCRO LÍQUIDO	-2.503,10	-129,26	1.517,34	4.923,67	1.185,85	-2.775,21	-10.129,26	2.041,84	2.415,78	4.401,53	569,24	15.270,93	16.789,32

Fonte: Os autores

Demonstração de Resultados –Ano 5

Demonstração de Resultados													
	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 5
Receita Bruta de Vendas	17.255,00	22.655,00	26.645,00	53.435,00	47.785,00	41.085,00	25.755,00	44.037,50	43.477,50	48.002,50	43.547,50	64.082,50	477.762,50
Menos Devoluções e Abatimentos	1.000,79	1.313,99	1.545,41	3.099,23	2.771,53	2.382,93	1.493,79	2.554,18	2.521,70	2.784,15	2.525,76	3.716,79	27.710,23
Comissão (aliquota)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impostos	1.000,79	1.313,99	1.545,41	3.099,23	2.771,53	2.382,93	1.493,79	2.554,18	2.521,70	2.784,15	2.525,76	3.716,79	27.710,23
Vendas Líquidas	16.254,21	21.341,01	25.099,59	50.335,77	45.013,47	38.702,07	24.261,21	41.483,33	40.955,81	45.218,36	41.021,75	60.365,72	450.052,28
Custo das Mercadorias (e/ou Serviços Vendidos)	8.626,15	8.626,15	9.436,15	17.364,65	15.086,15	13.254,90	9.436,15	14.452,65	14.318,15	15.445,65	14.387,15	19.787,90	160.221,80
Lucro Bruto	7.628,06	12.714,86	15.663,44	32.971,12	29.927,32	25.447,17	14.825,06	27.030,68	26.637,66	29.772,71	26.634,60	40.577,82	289.830,48
Despesas operacionais	4.749,45	4.749,45	4.749,45	17.249,45	17.249,45	17.249,45	17.249,45	17.249,45	17.249,45	17.249,45	17.249,45	17.249,45	169.493,42
Despesas administrativas	250,00	250,00	250,00	12.750,00	12.750,00	12.750,00	12.750,00	12.750,00	12.750,00	12.750,00	12.750,00	12.750,00	115.500,00
Despesas gerais	2.902,70	2.902,70	2.902,70	2.902,70	2.902,70	2.902,70	2.902,70	2.902,70	2.902,70	2.902,70	2.902,70	2.902,70	34.832,43
Depreciação acumulada	1.596,75	1.596,75	1.596,75	1.596,75	1.596,75	1.596,75	1.596,75	1.596,75	1.596,75	1.596,75	1.596,75	1.596,75	4.713,42
RESULTADO OPERACIONAL	2.878,61	7.965,41	10.913,99	15.721,67	12.677,87	8.197,72	-2.424,39	9.781,22	9.388,20	12.523,25	9.385,14	23.328,36	120.337,06
RESULTADO ANTES DO IR	2.878,61	7.965,41	10.913,99	15.721,67	12.677,87	8.197,72	-2.424,39	9.781,22	9.388,20	12.523,25	9.385,14	23.328,36	120.337,06
IR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Contribuição Social	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
LUCRO LÍQUIDO	2.878,61	7.965,41	10.913,99	15.721,67	12.677,87	8.197,72	-2.424,39	9.781,22	9.388,20	12.523,25	9.385,14	23.328,36	120.337,06

Fonte: Os autores

6.10. – ANEXO 10: Fluxo de Caixa – Anos 1 a 5

Fluxo de Caixa – Ano 1

Fluxo de Caixa	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total ano 1
Investimento inicial													
Saldo de caixa inicial	0,00	-4.489,08	-8.391,68	-8.360,04	1.498,91	5.189,12	7.553,53	4.247,82	8.645,52	13.955,88	18.887,20	23.180,06	
Total de entradas	3.445,00	4.325,00	9.765,00	25.000,00	15.560,00	13.260,00	5.290,00	19.625,00	20.835,00	20.595,00	19.585,00	24.120,00	181.405,00
Receitas de vendas	3.445,00	4.325,00	9.765,00	25.000,00	15.560,00	13.260,00	5.290,00	19.625,00	20.835,00	20.595,00	19.585,00	24.120,00	181.405,00
Receita Proveniente de Empréstimos e Financiamentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Receita de Juros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Empréstimos e Financiamentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Caixa Total de Empréstimos e Financiamentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outras Entradas de Caixa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total de saídas	8.342,41	8.635,93	10.141,69	15.549,38	12.278,12	11.303,92	9.004,04	15.635,63	15.932,97	16.072,01	15.700,47	16.921,86	155.518,46
(-) Despesas de Produção	3.901,50	4.147,50	5.359,50	9.944,50	7.183,00	6.333,00	4.463,50	7.821,00	8.053,00	8.205,00	7.888,00	8.864,50	82.164,00
(-) Despesas de pessoal administrativo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Despesas de autônomos	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	11.400,00
(-) Despesas de diretoria	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	12.500,00
(-) Despesas de vendas e marketing	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
(-) Despesas gerais	2.546,55	2.546,55	2.546,55	2.546,55	2.546,55	2.546,55	2.546,55	2.546,55	2.546,55	2.546,55	2.546,55	2.546,55	30.558,60
(-) Impostos	186,03	233,55	527,31	1.350,00	840,24	716,04	285,66	1.059,75	1.125,09	1.112,13	1.057,59	1.302,48	9.795,87
(-) Provisão para IR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Depreciação	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	4.899,99
Saldo do período	0,00	-4.897,41	-4.310,93	9.450,62	3.281,88	1.956,08	-3.714,04	3.989,37	4.902,03	4.522,99	3.884,53	7.198,14	25.886,54
(+) Depreciação	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	408,33	4.899,99
Fluxo líquido de caixa	-4.489,08	-8.391,68	-8.360,04	1.498,91	5.189,12	7.553,53	4.247,82	8.645,52	13.955,88	18.887,20	23.180,06	30.786,53	30.786,53

Fonte: Os autores

Fluxo de Caixa – Ano 2

Fluxo de Caixa													
	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total ano 2
Investimento inicial													
Saldo de caixa inicial	0,00	-530,85	-1.061,69	-11,34	6.956,10	10.698,82	11.248,05	5.717,20	10.031,51	14.782,60	21.181,78	24.376,73	
Total de entradas	7.965,00	7.965,00	10.165,00	26.830,00	21.260,00	16.510,00	7.965,00	22.175,00	22.605,00	25.085,00	20.515,00	32.760,00	221.800,00
Receitas de vendas	7.965,00	7.965,00	10.165,00	26.830,00	21.260,00	16.510,00	7.965,00	22.175,00	22.605,00	25.085,00	20.515,00	32.760,00	221.800,00
Receita Proveniente de Empréstimos e Financiamentos													
Receita de Juros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Empréstimos e Financiamentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Caixa Total de Empréstimos e Financiamentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outras Entradas de Caixa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total de saídas	8.927,10	8.927,10	9.545,90	20.293,81	17.948,53	16.392,03	13.927,10	18.291,94	18.285,16	19.117,08	17.751,30	21.783,03	191.190,04
(-) Despesas de Produção	4.939,50	4.939,50	5.439,50	10.287,50	8.243,00	6.943,00	4.939,50	8.537,00	8.507,00	9.205,00	8.086,00	11.456,50	91.523,00
(-) Despesas de pessoal administrativo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Despesas de autônomos	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
(-) Despesas de diretoria	0,00	0,00	0,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	45.000,00
(-) Despesas de vendas e marketing	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
(-) Despesas gerais	2.526,24	2.526,24	2.526,24	2.526,24	2.526,24	2.526,24	2.526,24	2.526,24	2.526,24	2.526,24	2.526,24	2.526,24	30.314,85
(-) Impostos	430,11	430,11	548,91	1.448,82	1.148,04	891,54	430,11	1.197,45	1.220,67	1.354,59	1.107,81	1.769,04	11.977,20
(-) Provisão para IR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Depreciação	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	5.174,99
Saldo do período	0,00	-962,10	619,10	6.536,19	3.311,47	117,97	-5.962,10	3.883,06	4.319,84	5.967,92	2.763,70	10.976,97	30.609,96
(+) Depreciação	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	431,25	5.174,99
Fluxo líquido de caixa	-530,85	-1.061,69	-11,34	6.956,10	10.698,82	11.248,05	5.717,20	10.031,51	14.782,60	21.181,78	24.376,73	35.784,95	35.784,95

Fonte: Os autores

Fluxo de Caixa – Ano 4

Fluxo de Caixa													
	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total ano 4
Investimento inicial													
Saldo de caixa inicial	0,00	-933,52	506,80	3.593,71	10.086,96	12.842,39	11.636,77	3.077,08	6.688,51	10.673,87	16.644,98	18.783,80	
Total de entradas	8.982,50	11.502,50	13.802,50	34.292,50	27.785,00	21.855,00	11.502,50	29.130,00	29.450,00	32.450,00	26.955,00	48.697,50	296.405,00
Receitas de vendas	8.982,50	11.502,50	13.802,50	34.292,50	27.785,00	21.855,00	11.502,50	29.130,00	29.450,00	32.450,00	26.955,00	48.697,50	296.405,00
Receita Proveniente de Empréstimos e Financiamentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Receita de Juros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Empréstimos e Financiamentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Caixa Total de Empréstimos e Financiamentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outras Entradas de Caixa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total de saídas	11.202,27	11.348,43	12.001,83	29.085,50	26.315,82	24.346,88	21.348,43	26.804,83	26.750,89	27.765,14	26.102,43	33.143,24	276.215,68
(-) Despesas de Produção	6.243,15	6.243,15	6.783,15	12.658,40	10.266,15	8.641,15	6.243,15	10.677,15	10.604,65	11.444,90	10.100,90	15.880,65	115.766,55
(-) Despesas de pessoal administrativo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Despesas de autônomos	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
(-) Despesas de diretoria	0,00	0,00	0,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	90.000,00
(-) Despesas de vendas e marketing	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
(-) Despesas gerais	2.551,89	2.551,89	2.551,89	2.551,89	2.551,89	2.551,89	2.551,89	2.551,89	2.551,89	2.551,89	2.551,89	2.551,89	30.622,65
(-) Impostos	520,99	667,15	800,55	1.988,97	1.611,53	1.267,59	667,15	1.689,54	1.708,10	1.882,10	1.583,39	2.824,46	17.191,49
(-) Provisão para IR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Depreciação	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	15.434,99
Saldo do período	0,00	-2.219,77	154,07	1.800,67	1.469,18	-2.491,88	-9.845,93	2.325,17	2.689,11	4.684,86	852,57	15.554,26	20.189,32
(+) Depreciação	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	1.286,25	15.434,99
Fluxo líquido de caixa	-933,52	506,80	3.593,71	10.086,96	12.842,39	11.636,77	3.077,08	6.688,51	10.673,87	16.644,98	18.783,80	35.624,31	35.624,31

Fonte: Os autores

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BHIDE, A. **Financiamento por *bootstrapping*: a arte das *start-ups***. Coletânea *Harvard Business Review*: Empreendedorismo e Estratégia. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor São Paulo**: Saraiva 2004.
- DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DORNELAS, José C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DORNELAS, José C. A. **Plano de negócios: o segredo do sucesso do empreendedor. Mito ou Realidade?** Artigo disponível em http://www.planodenegocios.com.br/dinamica_artigo.asp?tipo_tabela=artigo&id=20 Acessado em: 10 nov. de 2007.
- EXPO PARQUES E FESTAS - **Estimativas do setor apontam que atualmente o Brasil conta com 10 mil bufês. Desse total, aproximadamente 2 mil estariam localizados no Estado de São Paulo e 1,2 na capital**. Disponível em: <<http://www.maxpressnet.com.br/noticia.asp?TIPO=PA&SQINF=268640>>. Acesso em 11 de novembro de 2007.
- EXPO PARQUES E FESTAS - **Há cerca de 18 mil festas em bufês na cidade de São Paulo por mês. Fonte: Expo Parques e Festas**. Disponível em: <<http://www.maxpressnet.com.br/noticia.asp?TIPO=PA&SQINF=268640>>. Acesso em 11 de novembro de 2007.
- FECOMERCIO - **Por mês, a classe A na cidade de São Paulo desembolsa R\$ 36,6 milhões com festas e cerimônias variadas (da festinha de aniversário dos filhos a batizados e casamentos)**. Disponível em: <<http://clipping.planejamento.gov.br/Noticias.asp?NOTCod=183436>>. Acesso em 11 de novembro de 2007.
- GEM REPORT. **Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil 2004 – Sumário Executivo**. Babson College, London Business School, Kauffman Center. Boston, 2004. [on line] Disponível na Internet. URL: <http://www.SEBRAE.com.br/br/aprendaSEBRAE/empreendedorismo_brasil.asp> Acessado em 01/11/2007.
- IBGE - **Há cerca de 46 mil casamentos por ano na cidade de São Paulo**. Disponível em: <<http://sp450anos.terra.com.br/interna/0,,OI236169-EI2551,00.html>>. Acesso em 11 de novembro de 2007. KOTLER, PHILIP **Administração de Marketing – Análise, Planejamento, Implementação e Controle**. São Paulo: Editora Atlas S.A. – 1998.
- KOTLER, PHILIP **Administração de Marketing – Análise, Planejamento, Implementação e Controle**. São Paulo: Editora Atlas S.A. – 1998.

KOTLER, PHILIP; KELLER, KEVIN LANE **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LUMPKIN, G. T. e DESS, G. G. *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. Academic of Management Review*, Jan1996, Vol. 21, Issue 1, p135-172.

MARTINS, G.A.; LINTZ, A. **Guia para Elaboração de Monografias e Trabalhos de Conclusão de Curso**. São Paulo: Editora Atlas, 2000.

QUADROS, F. Z.; **Plano de negócios e a pequena empresa de base tecnológica**. Tese de mestrado, 2004.

RECEITA DA FAZENDA – Site disponível em:

<http://www.receita.fazenda.gov.br/AutomaticoSRFsinot/2005/12/30/2005_12_30_17_40_49_36698586.html> . Acesso em 11 de novembro de 2007.

REVISTA VEJA - edição de 19 de Fevereiro de 2003 – **A Moema que Decola**. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/vejas/190203/cidade.html>>. Acesso em 11 de novembro de 2007.

SAHLMAN, W. A. **Como elaborar um grande plano de negócios**. Coletânea Harvard *Business Review*: Empreendedorismo e Estratégia. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

Seade. **Indicadores Selecionados MSP**. Disponível em: <

http://www.seade.gov.br/produtos/msp/tabela_sintese.htm>. Acesso em 11 de novembro de 2007.

Seade. **Distribuição dos Domicílios, por Faixas de Renda Familiar, segundo Distritos Município de São Paulo 2000**. Disponível em <

http://www.seade.gov.br/produtos/msp/ren/ren1_001.xls>. Acesso em 11 de novembro de 2007.

Seade. **População Total, por Sexo, segundo Subprefeituras e Distritos Município de São Paulo – 1991 – 2004**. Disponível em <

http://www.seade.gov.br/produtos/msp/dem/dem9_010.xls>. Acesso em 11 de novembro de 2007.

SEBRAE/SP. **Relatório sobre a sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas de 1 a 5 anos**. Disponível em:

<http://www.SEBRAEsp.com.br/principal/conhecendo%20a%20mpe/mortalidade%20de%20empresas/documento_de_mortalidade_de_empresas/mortalidade2006_v1.pdf>. Acesso em: 07 nov. de 2007.

SERRA, F.; TORRES, M. C. S.; TORRES, A. P. **Administração Estratégica**. Rio e Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2004.

SCHUMPETER, J.A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

TIMMONS, Jeffrey A. *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. Boston: Irwin, 1994.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – SISTEMA INTEGRADO DE BIBLIOTECAS (SIBi). **Diretrizes para apresentação de dissertações e teses da USP**: documento eletrônico e impresso. São Paulo: SIBi - USP, 2004. Disponível em: <<http://www.theses.usp.br/info/diretrizesfinal.pdf>>. Acesso em: 15 de agosto de 2005.

WIKIPEDIA – **Análise de SWOT**. Disponível em: <pt.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lise_SWOT>. Acesso em 04 de novembro de 2007.

WIKIPEDIA – **Cinco Forças de Porter**. Disponível em: <pt.wikipedia.org/wiki/Cinco_For%C3%A7as_de_Porter>. Acesso em 11 de novembro de 2007.

WIKIPEDIA – **Estratégia**. Disponível em: <pt.wikipedia.org/wiki/Estrat%C3%A9gia>. Acesso em 11 de novembro de 2007.