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 3° 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 3° 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. A Empresa
1.2. Estrutura da Empresa
1.3. Objetivos do Trabalho
1.4. Relevância do Tema
1.5. Estrutura do Trabalho
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA
2.1. Empreendedorismo
2.2. Plano de Negócios
2.2.1. A importância do Plano de Negócios
2.2.2. Estrutura do Plano de Negócios
2.3. Marketing
2.3.1. Mix (ou Composto) de Marketing
2.3.2. Produto
2.3.3. Preço
2.3.4. Praça
2.3.5. Promoção
2.4. Planejamento Estratégico
2.5. As 5 Forças de Michael Porter
2.6. A Análise SWOT
3. ESTUDO DA VIABILIDADE DO NEGÓCIO21
3.1. Estudo do Mercado21
3.2. Análise Setorial (5 Forças de Porter)23
3.3. Análise SWOT25
3.4. Características da Empresa
3.5. Estrutura da Empresa
3.6. Logotipo

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 Valuation por Fluxo de Caixa Descontado	49
Tabela 4.4 Valuation 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 confeiteiros, 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;
- Capitulo 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), sumarizou 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 Bhide (2002), um estudo de portifólios 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, tornase 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".

<u>4Ps</u> <u>4Cs</u>

Produto Cliente (solução para o)

Preço Custo (para o cliente)

Praça Conveniência
Promoção 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.

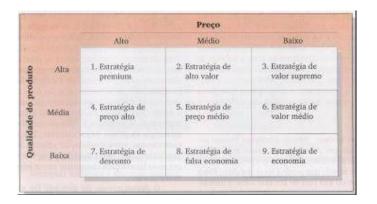


Figura 2.1 Nove estratégias de preço/ qualidade

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

15

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 Winkipedia.

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

Strategeo: 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:

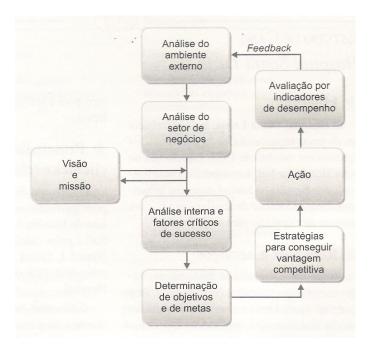


Figura 1.2 Metodologia sugerida para o planejamento estratégico

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

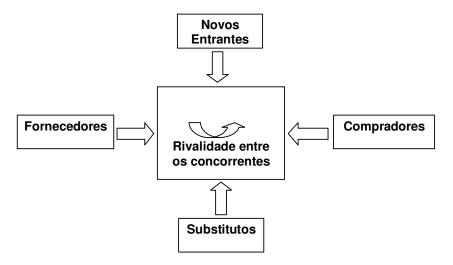


Figura 2.3 As 5 Forças de Porter

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:

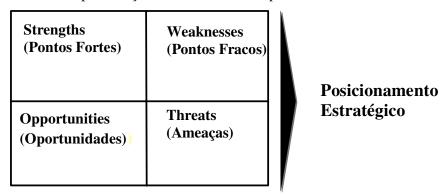


Figura 3.4 Análise Swot

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)

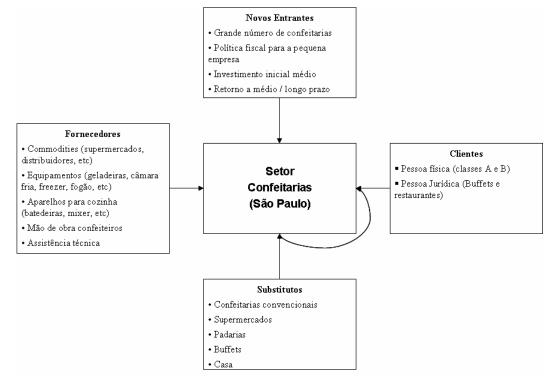


Figura 3.1 As 5 Forças de Porter - Análise do negócio proposto Publico alvo

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:
 - o Adora Doce;
 - Amor aos Pedaços
 - Bread & Mousses;
 - o Brunella;
 - Chocolates Liverpool;
 - Confeitaria Suissa;
 - o Cristallo;
 - Di Cunto:
 - o Dulca;
 - o Helo Doces;
 - o 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 confeiteiros, 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 Ocasiões 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.

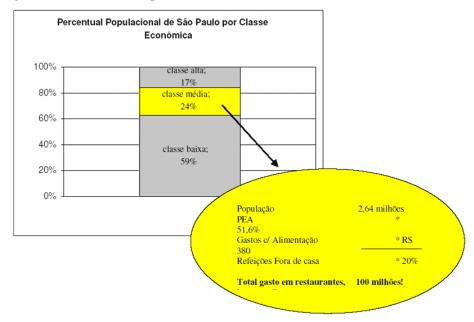


Figura 3.3 Publico alvo

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							
Districts	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					
Districts	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 (%)

Paixas de Renda - Salário Mínimo - 2000 (%)							
		2 a 5 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, fidelizála.

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-adia 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:

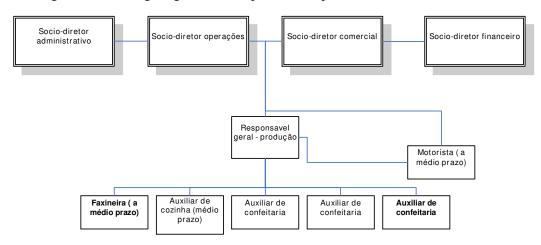


Figura 3.4 Organograma da Empresa

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 aceito, 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 melhoras 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.

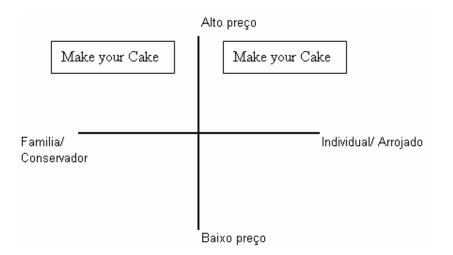


Figura 3.5 Posicionamento da Empresa

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:



Figura 3.6 Vista Panorâmica de Moema

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

Nossa empresa:



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				
	R\$	R\$	R\$				
1	40,00	80,00	120,00				
	R\$	R\$	R\$				
2	50,00	90,00	130,00				
	R\$	R\$	R\$				
3	60,00	100,00	140,00				
	R\$	R\$	R\$				
4	60,00	100,00	140,00				

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

Fonte: Os autores

Tabela 3.5 Preço Lembrancinha versus Tipo

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

Exemplificação:

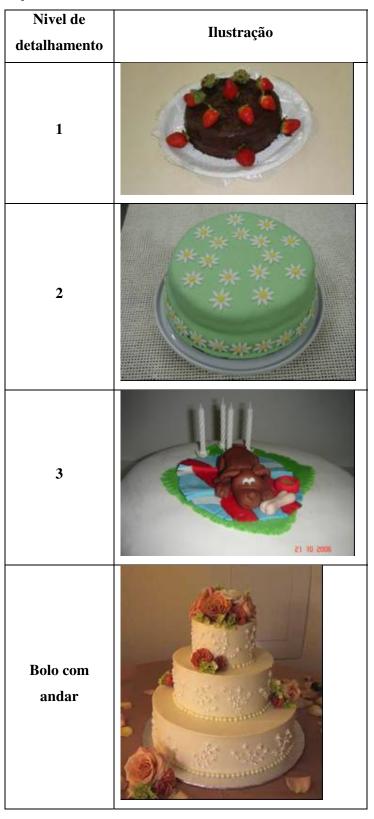


Figura 3.8 Exemplos de Bolos



Figura 3.9 Exemplo de Lembrancinhas

45

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

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

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

Total = 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 Paes
Setembro	Dia da Secretária
Outubro	Dia da Criança
Dezembro	Natal

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 prédeterminadas, 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 5° ano, pela adoção da perpetuidade.

Tabela 4.3 Valuation por Fluxo de Caixa Descontado

	Ano 0	Ano 01	Ano 02	Ano 03	Ano 04	Ano 05	Perpetuidade
Fluxo de Caixa		30.787	35.785	33.757	35.624	139.498	
<u>Investimentos</u>	<u>48.145</u>	2.150	2.740	50.660	2.660	<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, Ag	josto de 2007)				
Fluxo de Caixa Descontado		25.683	26.580	-12.193	21.328	80.946	1.213.026
Valuation - 5 anos Valuation c/ Perpetuidade	190.488 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

	Ano 01	Ano 02	Ano 03	Ano 04	Ano 05
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.

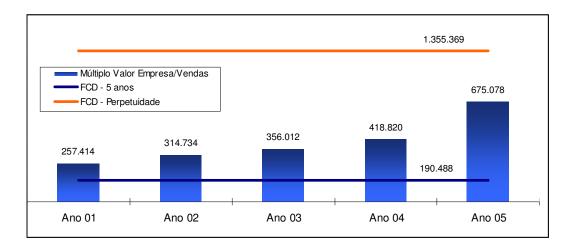


Figura 4.1 Fluxo de Caixa Descontado e Avaliação por Múltiplos Estimativa para 5 anos

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 5° 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

				Valor Deprec.	
	QTD	Valor UN.	TX.DEPR.(%)	Mês	TOTAL
ISTALAÇÕES FÍSICAS					
lmóvel					
Reforma do prédio	1	5.000,00	10%	41,67	5.000,
Preparo das instalações	1	2.000,00	10%	16,67	2.000,
UBTOTAL				58,33	7.000,
ÓVEIS, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS					
Diversos					
Aparelho de telefone	3	45,00	20%	2,25	135,
Armários de cozinha	2	400,00	10%	6,67	800
Armário de escritório	2	250,00	20%	8,33	500
Cestos de lixo	2	40,00	10%	0,67	80
Cestos de lixo de escritório	2	20,00	10%	0,33	40
Mesas escritorio	2	300,00	10%	5,00	600
Gaveteiros	2	300,00	10%	5,00	600
Cadeiras	8	100,00	10%	6,67	800
Computadores	1	1.850,00	20%	30,83	1.850
Impressoras	1	400,00	20%	6,67	400
Estande	2	215,00	20%	7,17	430
Cafeterira	1	1.000,00	20%	16,67	1.000
Filtro de água	1	300,00	20%	5,00	300
Armario de arquivo	1	400,00	20%	6,67	400
Operação	0	440.00	100/	7.00	000
Estantes para armaz. de materiais	8	110,00	10%	7,33	880
MESA C/ PIA 2M 2 CUBAS 60X50X35CM - Fritom	1	300,00	10%	2,50	300
Acessorios diversos de cozinha e confeitaria	1 2	400,00	10%	3,33	400
Jogo de panelas Formas diversas	15	200,00 20,00	10% 10%	3,33 2,50	400 300
Jogos de formas unitarias	4	100,00	10%	3,33	400
MESA SERVIÇO 150X70X85CM - Fritomaq	4	600,00	10%	20,00	2.400
Carro aberto p/ forma	1	800,00	10%	6,67	800
Porta detritos	2	150,00	10%	2,50	300
Caixas de polietileno	10	100,00	10%	8,33	1.000
Jogo de uniformes	10	70,00	10%	5,83	700
Segurança					
Extintor de incêndio	3	100,00	8,33%	2,08	300
Equipamentos					
BATEDEIRA INDUSTRIAL 12L-	1	2.800,00	20%	46,67	2.800
Masseira para preparo de recheios	1	7.000,00	20%	116,67	7.000
Microondas	1	500,00	20%	8,33	500
Liquidificador	2	80,00	20%	2,67	160
REFRIGERADOR CONSUL 280 CRC28DB	1	870,00	20%	14,50	870
FREEZER VERTICAL P/ VIDRO 550L Fricon	1	2.000,00	20%	33,33	2.000
FORNO 90X90 2 CAMARA 3000W - Fritomaq	1	2.000,00	20%	33,33	2.000
BALANÇA ELETRONICA 15KG FILIZOLA	2	500,00	20%	16,67	1.000
FOGĂO 4B M14 30X30 - Metalmaq	1	2.000,00	20%	33,33	2.000
FOGÃO GE PERFORMANCE 6B	1	1.000,00	20%	16,67	1.000
CHOCOLATEIRA/DERRETEDEIRA 2KG 1 CUBA	1	1.000,00	20%	16,67	1.000
UBTOTAL				350,00	36.445,

Investimento Fixo (Imobilizado) - Ano 2

	QTD	Valor UN.	TX.DEPR.(%)	Valor Deprec. Mês	TOTAL
ISTALAÇÕES FÍSICAS					
Imóvel					
Reforma do prédio	-	5.000,00	10%	-	-
Preparo das instalações	-	2.000,00	10%	-	-
UBTOTAL				-	-
ÓVEIS, 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 Armario de arquivo	-	300,00 400,00	20% 20%	-	-
Operação Estantes para armaz. 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 panelas		200,00	10%	-	
Formas diversas	5	20,00	10%	0,83	100,
Jogos de formas unitarias	2	100,00	10%	1,67	200
MESA SERVIÇO 150X70X85CM - Fritomaq	-	600,00	10%	-	-
Carro aberto p/ forma	-	800,00	10%	-	
Porta detritos	1	150,00	10%	1,25	150
Caixas de polietileno Jogo de uniformes	10 10	100,00 70,00	10% 10%	8,33 5,83	1.000 700
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%	-	-
FOGĂO 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%	-	-
UBTOTAL				22,92	2.150,

Investimento Fixo (Imobilizado) - Ano 3

				Valor Deprec.	
VOTAL 40 Ã FO FÍOLO 40	QTD	Valor UN.	TX.DEPR.(%)	Mês	TOTAL
NSTALAÇÕES FÍSICAS Imóvel					
mover					
Reforma do prédio	-	5.000,00	10%	-	-
Preparo das instalações	-	2.000,00	10%	-	-
UBTOTAL				-	-
TÓVEIS, 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	80,0
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 1.000,00	20% 20%	-	-
Cafeterira	-	300,00	20%	-	-
Filtro de água Armario de arquivo	-	400,00	20%	-	
Alliano de alquivo	-	400,00	20 /6	_	
Operação					
Estantes para armaz. de materiais	1	110,00	10%	0,92	110,0
MESA C/ PIA 2M 2 CUBAS 60X50X35CM - Fritom	-	300,00	10%	-	-
Acessorios diversos de cozinha e confeitaria	1	400,00	10%	3,33	400,0
Jogo de panelas		200,00	10%	-	-
Formas diversas	5	20,00	10%	0,83	100,0
Jogos de formas unitarias	2	100,00	10%	1,67	200,0
MESA SERVIÇO 150X70X85CM - Fritomaq	-	600,00	10% 10%	-	
Carro aberto p/ forma Porta detritos	- 1	800,00 150,00	10%	- 1,25	150,0
Caixas de polietileno	10	100,00	10%	8,33	1.000,0
Jogo de uniformes	10	70,00	10%	5,83	700,0
0					
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%	-	-
FOGĂO 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%	-	-

TOTAL DE INVESTIMENTO FIXO (imobilizado)

459,08

2.740,00

Investimento Fixo (Imobilizado) - Ano 4

	QTD	Valor UN.	TX.DEPR.(%)	Valor Deprec. Mês	TOTAL
ISTALAÇÕES FÍSICAS			(1.7)		
Imóvel					
Reforma do prédio	-	5.000,00	10%	-	-
Preparo das instalações	-	2.000,00	10%	-	-
UBTOTAL				-	-
ÓVEIS, 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,
MESA C/ PIA 2M 2 CUBAS 60X50X35CM - Fritom	-	300,00	10%	-	-
Acessorios diversos de cozinha e confeitaria	1	400,00	10%	3,33	400,
Jogo de panelas	-	200,00	10%	-	-
Formas diversas	5	20,00	10%	0,83	100,0
Jogos de formas unitarias	2	100,00	10%	1,67	200,0
MESA SERVIÇO 150X70X85CM - Fritomaq	-	600,00	10%	-	-
Carro aberto p/ forma	-	800,00	10%	-	-
Porta detritos	1	150,00	10%	1,25	150,
Caixas de polietileno	10	100,00	10%	8,33	1.000,
Jogo de uniformes	10	70,00	10%	5,83	700,
Segurança					
Extintor de incêndio	-	100,00	8,33%	-	-
Equipamentos					
Mini dosadora semi automatica NKS	1	26.000,00	20%	433,33	26.000,
Dosadora de cobertura	1	22.000,00	20%	366,67	22.000,
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%	-	-
FOGĂO 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%	-	-
UBTOTAL				827,17	50.660,

TOTAL DE INVESTIMENTO FIXO (imobilizado)		1.286,25	50.660,00
	Depreciação Acumulada	459,08	

Investimento Fixo (Imobilizado) - Ano 5

	QTD	Valor UN.	TX.DEPR.(%)	Valor Deprec. Mês	TOTAL
STALAÇÕES FÍSICAS					
Imóvel					
Reforma do prédio	-	5.000,00	10%	-	-
Preparo das instalações	-	2.000,00	10%	-	-
UBTOTAL					
OBTOTAL					
ÓVEIS, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS					
Diversos		45.00	000/		
Aparelho de telefone	-	45,00	20% 10%	-	
Armários de cozinha Armário de escritório	-	400,00 250,00	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
MESA C/ PIA 2M 2 CUBAS 60X50X35CM - Fritom	-	300,00	10%	-	
Acessorios diversos de cozinha e confeitaria	1	400,00	10%	3,33	400
Jogo de panelas		200,00	10%	-	
Formas diversas	5	20,00	10%	0,83	100
Jogos de formas unitarias	2	100,00	10%	1,67	200
MESA SERVIÇO 150X70X85CM - Fritomaq	-	600,00	10% 10%	-	
Carro aberto p/ forma Porta detritos	1	800,00 150,00	10%	- 1,25	
Caixas de polietileno	10	100,00	10%	8,33	150 1.000
Jogo de uniformes	10	70,00	10%	5,83	700
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 Liquidificador	-	500,00 80,00	20% 20%	-	
REFRIGERADOR CONSUL 280 CRC28DB	-	80,00	20%	-	
FREEZER VERTICAL P/ VIDRO 550L Fricon	-	2.000,00	20%	-	
FORNO 90X90 2 CAMARA 3000W - Fritomag	-	2.000,00	20%	_	
BALANÇA ELETRONICA 15KG FILIZOLA	-	500,00	20%	_	
FOGĂO 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%	-	
UBTOTAL				27,17	2.660.

6.2. – ANEXO 2: Projeção das receitas - Anos 1 a 5

Projeção das receitas - Ano 1

Evento Familiar Simples (até 10 pessoas)													
	10	13	19	27	23	23	4			2.1	21	35	
Evento Familiar Pequeno (até 50 pessoas) Evento Médio (até 250 pessoas)	6	6	15	6	6	6 4	20 -			12	13	13	
vento Grande (de 250 pessoas a 500 pessoas ou			-	-		2	-			2	2	2	
Data comemorativa (só lembrancinha- mini-bolos)				100	100	100	94			100	100	150	
Mini-bolos (eventos) Evento infantii com monitores	200	200	1	1.300	525	325	200	725	625	575	575	1.200	
Receita Total - Bolo tipo 1 nivel 1 (baixa complexida - Vendas Unidades x Kg/Wes	Ш	R\$ 360,00	R\$ 840,00	R\$ 480,00	R\$ 600,000	R\$ 600,00	R\$ 360,00	R\$ 240,00	R\$ 480,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	
Preço - Unidade	K\$ 40,00	K\$ 40,00	K\$ 40,00	K\$ 40,00	K\$ 40,00	K\$ 40,00	K\$ 40,00	H\$ 40,00	K\$ 40,00	K\$ 40,00	K\$ 40,00	K\$ 40,00	
Receita Total - Bolo tipo 1 nível 2 (média complexid	R\$ 1.440,0	R\$1,440,00	R\$ 1.800,00	R\$ 960,00	R\$ 960,00	R\$ 1.760,00	R\$ 480,00	R\$ 2.120,00	R\$ 1.680,00	R\$ 1.320,00	R\$ 1,320,00	R\$ 1.680,00	
- Vendas Chridades x Kg/MRs	18 80 00	18	23	12	12	22	8 80 00	27	21	17	17 P\$ 80 00	24	
03553			20,00	20,00	2000	00'00	0000	00'00 #11	20,00	200	00,00	00,00	
Receita Total - Bolo tipo 1 nível 3 *alta complexidade	e R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 0,00	R\$ 2.160,00	R\$ 3.000,00	R\$ 2.160,00	R\$ 2.160,00	R\$ 2.160,00	
- Vendas Chridades x Kg/Mes Preco - Hoidade	- R& 120 00		3	3	3	3	R\$ 120 00	18	25	18	18 R\$ 120 00	18 R# 120 00	
Leco - Olinade	00,021 47		00,021 \$7	00,021 47	00,021 \$7	00,021 \$7	00,021 \$7	00,021 \$7	00,021 47	00,021 47	00,021 \$7	00,021 \$7	
Receita Total - Bolo tipo 2 nível 1 (baixa complexidae	R\$ 225,00	R\$ 225,00	R\$ 225,00	R\$ 225,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 225,00	R\$ 600,00	R\$ 300,000	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$1.125,00	
- Vendas Unidades x Kg/Mes	5 00 02	5	5 00 02 00	5 00 02	9 00 00	9 00 00	5 20 00 2	12	9 00 00	9 00 03	9 20 00	23	
	00000	20,00	20,00	00,00	2000	00,00	00'00 #2	00'00 #11	20,00	00,00	00'00 #11	00,00	
Receita Total - Bolo tipo 2 nível 2 (média complexid	R\$ 540,00	R\$ 540,00	R\$ 810,00	R\$ 1.485,00	R\$ 1.080,00	R\$ 1.080,00	R\$ 675,00	R\$ 2.115,00	R\$ 2,385,00	R\$ 2.385,00	R\$ 2.385,00	R\$ 2,385,00	
- Vendas Unidades x Kg/WRs	9 00 00	9 00 00 00		17	12	12	8	24	27	27	27	27	
Preço - Onicade	00'08 e N	00'08 \$2	00,08 \$7	00,08 \$7	00'08 e N	00'08 6 N	00'08 ¢N	00'08 ¢N	00,08 \$7	00,08 \$7	00'08 \$ N	00,08 \$7	
Receita Total - Bolo tipo 2 nível 3 (alta complexidade	e R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.440,00	R\$ 1.040,00	R\$ 1.040,00	R\$ 1.690,00	R\$ 650,00	R\$ 1.690,00	R\$ 1.690,00	R\$ 1.690,00	R\$ 2.080,00	R\$ 2.730,00	
- Vendas Unidades x Kg/Whs	0000	. 00 000	00 00	8 4 30 00	80 00 00	13	5	13	13	13	16	21	
Vergo - Unidade Vendas unidades de Bolo	00'00L &N	00'00L &N	N# 130,000	2 20,000	20,000	00'00L #N	130,00	00'001.42	00'00L &V	00'001.4N	4	00'001.42	
Preço - andar	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,000	R\$ 200,000	R\$ 200,00	R\$ 200,000	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	
	00 000 000		00000000	00 000 00	00000000	00000000	00 00 00	0000000	00 000 00	00 000 00	0000000	000000	
Recerta Lotal - Bolo tipo 3 hivel 1 (baixa complexidas - Vendas Unidades x Ka/Wes		3	K\$ 270,000	11	R\$ 270,000	R\$ 270,000 5	3	6 8	6 8	6 8	R\$ 350,000	6 8	
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	
ecelta Total - Bolo tipo 3 nivel 2 (média complexio	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 300,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	
- Vendas Unidades x Kg/Wēs	Ш	n	5	Q.	5	5	n	80	00	ω	0	ω	
Prego - Unidade	00,001 \$7	00'00L &X	00,001 \$7	00,001	00'001.¢x	00'001.¢u	00,001.48	00,001.48	00,001 \$7	00'00L &x	N\$ 100,000	00,001 48	
Receita Total - Bolo tipo 3 nivel 3 (alta complexidad	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 980,00	R\$ 1.680,00	R\$ 2.660,00	R\$ 2.660,00	R\$ 980,00	R\$ 1.960,00	R\$ 2.660,00	R\$ 2.660,00	R\$ 2.660,00	R\$ 3,360,00	
- Vendas Candades x Agrives Preco - Unidade	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 de bofo			-	2	8	3	1	2	8	8	3	4	
Preço - andar	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	
Recerta Total - Bolo tipo 4 nivel 1 (baixa complexida - Usudas Unidades x Ka/Wes	M K\$ 180,00	K\$ 180,00	R\$ 90,00	K\$ 90,00	R\$ 90,00	K\$ 90,00	K\$180,00	K\$180,00	K\$180,00	K\$ 180,00	K\$180,00	K\$180,00	
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	
eceita Total - Bolo tipo 4 nível 2(média complexid	a 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	
- Vendas Unidades x Kg/Mes	Ш	1 1											
Preço - Unidade	H\$ 100,00	K\$ 100,00	M\$ 100,00	R\$ 100,00	K\$ 100,000	K\$ 100,00	K\$ 100,00	00'001 \$H	R\$100,00	K\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	
Receita Total - Bolo tipo 4 nivel 3 (alta complexidad	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	
- Vendas Unidades x Kg/Wēs Preco - Unidade	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	
	900000	00 000	90 000	00 000 60	00 000 #8	00 000 80	D9 400 00	00 002 80	00 000	00 000	De 400 00	00 000	
- Vendas Unidades/Wes	200	200	200	150	150	150	200	74 500,000 250	200	200	200	200	
Preço - Unidade	R\$ 2,00	R\$ 2,00	R\$ 2,00	R\$ 2,00	R\$ 2,00	R\$ 2,00	R\$ 2,00	R\$ 2,00	R\$ 2,00	R\$ 2,00	R\$ 2,00	R\$ 2,00	
Receita Total - Lembrancinha nível 2 (média comp	P\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.800,00	R\$ 900,000	R\$ 900,00	R\$ 160,00	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00	R\$ 900,000	R\$ 900,00	R\$ 3.600,00	
- Vendas Unidades/Mês Preco - Unidade	R\$ 4.00	R\$ 4.00	R\$ 4.00	450 R\$ 4.00	225 R\$ 4.00	225 R\$ 4.00	40 R\$ 4.00	275 R\$ 4.00	275 R\$ 4,00	225 R\$ 4.00	225 R\$ 4.00	900 R\$ 4.00	
Receita Total - Lembrancinha nivel 3 (atta complexion - Vendas (midades/Mes	K\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 12.000,00	R\$ 3.750,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 3.750,00	R\$ 3.750,00	R\$ 3.750,00	R\$ 3.750,000	R\$ 3.750,00	
Preço - 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	
vento infantii com monitores	R\$ 0,00	R\$ 700,00	R\$ 2.100,00	R\$ 3,500,00	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 700,00	R\$ 2.100,00	R\$ 2.100,00	R\$ 3,500,00	R\$ 2.100,00	R\$ 1.400,00	
- Vendas Unidades/Wes	•		9			4	_		- E		9	N	
and an	00000	00 400 00	00 002 36	00 200 00	00 000 88	D# 700 00	D# 700 00	00 002 36	00 200 00	00 000 00	DE 700 00	00 200 00	

Projeção das receitas - Ano 2

Evento Fermiller Simples also to persons) 10 11 1 1 1 1 1 1 1	116 120 116 120 120 1300 1300	20 20 20 4 4 4 4 1350.00 15,1350.0	15 16 16 16 16 16 16 16	1	100 100 100 100 100 100 100 100 100 100	111 1100 1100 11100 11100 111000 111000 111000 111000 111000 111000 111000 111000 111000 111000 111000 111000 111000 111000 111000 111000	100 100 100 100 100 100 100 100	181 182 182 182 183 183 183 183 183 183 183 183 183 183
1	16 18 19 19 19 10 10 10 10 10	200 200 200 200 200 200 200 200	16	R\$ 2100 00 R\$ 200 00 R\$	# 14	R\$ 1600 R\$ 1650 R\$ 1650 R\$ 1650 R\$ 1650 R\$ 2665 R\$ 2005 R\$ 1650 R\$ 1650 R\$ 1650	R\$ 2.080	10 120 120 120 2 120 120 120 120
1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	1 1 1 2 2 100 100 100 100 100 100 100 10	200 770 770 4400 550	24 PS 2400 25 PS 2400 26 PS 2400 27 PS 2400 28 PS 2260 29 PS 2260 20 PS	F\$ 770 00 777	8 100 100 100 100 100 100 100 100 100 10	R\$ 600.0 R\$ 1680.0 R\$ 1200.0 R\$ 1200.0 R\$ 1680.0 R\$ 1680.0 R\$ 2000.0	R\$ 240. R\$ 1.600 R\$ 1.000 R\$ 2.000 R\$ 2.000 R\$ 2.000 R\$ 2.000 R\$ 2.000 R\$ 2.000	10 1,200 20 20 1,200 1,200 1,200 1,1000
Sade Paragraphic Paragra	100 100 100 100 100 100 100 100	2000	000 000 000 000 000 000 000 000	R\$ 2.000.00 R\$ 2.100.00 R\$ 2.100.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.100.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00	100 760 760 760 81 46000 82 46000 82 46000 82 60000 83 60000 83 60000 83 60000 84 169000 85 10000 85 10000 85 10000 85 10000	R\$ 600.0 R\$ 1.650.0 R\$ 1.650.0 R\$ 1.650.0 R\$ 1.650.0 R\$ 1.550.0 R\$ 2.000.0 R\$	R\$ 2.060	1200 1200 1200 1200 12000 12000 120000 120000 120000 1200000000
100 100	100 1,300	200 716 4 4 4 70 700 700 700 700 700 700 700 70	25 15 15 15 15 15 15 15	F\$ 720 00 F\$ 720 00 F\$ 720 00 F\$ 2120 00 F\$ 2120 00 F\$ 2160 00 F\$ 220 00 F	100 750 100 100 100 100 100 100 100 100 100 1	R\$ 600.0 R\$ 1.680.0 R\$ 3.380.0 R\$ 3.380.0 R\$ 5.800.0 R\$ 5.680.0 R\$ 2.680.0 R\$ 2.000.0 R\$ 2.000.0 R\$ 2.000.0 R\$ 2.000.0	R\$ 240. R\$ 1.880. R\$ 2.160. R\$ 2.160. R\$ 2.00. R\$ 2.00. R\$ 2.00. R\$ 2.00. R\$ 2.00. R\$ 2.00.	150 150 150 150 150 150 150 150 150 150
100 100	1300 1300 1310 1311	776 330.000 13.00000 13.00000 13.00000 13.000000 13.0000000000	90 PS 4400 PS 1200 PS	R\$ 20.000 R\$ 21.000 R\$ 21.000 R\$ 21.000 R\$ 21.000 R\$ 21.000 R\$ 20.000 R\$ 20.	760 R\$ 480.00 R\$ 480.00 R\$ 1680.00 R\$ 50.00 R\$ 50.0	75 5000 75 1680 75 1680 75 1680 75 1680 75 1680 75 1680 75 1680	P\$ 200 R\$ 1 680 R\$ 1 680 R\$ 2 180 R\$ 2 080 R\$ 2 080 R\$ 2 080 R\$ 2 080 R\$ 2 080 R\$ 3 2 080	1.200 1.200 1.200 1.200 1.200 1.200 1.2000
1	R	130 00 15 130 1	4 88 88 88 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8		4 FS 450 00 PF 1 650 00 PF 1 650 00 PF 1 650 00 PF 5 00	P\$ 5000 R\$ 1.680 R\$ 5.380 COS 28 COS 28 C	F\$ 240. F\$ 1680 F\$ 20180 F\$ 500.	PS 200 00 PS 200
Mac Fig 840,000 Fig 840,	23 R\$ 50.00 F\$ 1.20.00	130,000 151,		R\$ 720.00 S R\$ 510.00	R\$ 480.00 R\$ 1.680.00 R\$ 1.680.00 R\$ 1.00.00 R\$ 1.00.00 R\$ 2.00.00 R\$ 2.00.00 R\$ 2.00.00 R\$ 3.00.00 R\$ 3.00.00 R\$ 3.00.00 R\$ 3.00.00 R\$ 3.00.00 R\$ 3.00.00	P\$ 500.00 F\$ 1.650.00 F\$ 1.650.00 F\$ 1.650.00 F\$ 5.000	R\$ 240.00 R\$ 1.680.00 R\$ 2.160.00 R\$ 2.160.00 R\$ 2.160.00 R\$ 2.080.00	R\$ 240.00 6 R\$ 40.00 6 R\$ 40.00 6 R\$ 1.680.00 21 R\$ 5.00 00 Z\$ R\$ \$130.00 Z\$
12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12	23	100 100		1	H3 180.00 H5 180	#\$ 1680.00 #\$ 1680.00 #\$ 1680.00 #\$ 100.00 #\$ 500.00 #\$ 500.00 #\$ 500.00 #\$ 500.00 #\$ 500.00 #\$ 500.00 #\$ 1690.00 #\$ 1690.00 #\$ 1690.00 #\$ 1690.00	R\$ 1600 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	F3 13000 6 F3 13000 6 F3 13000 7
R\$ 40.00 R\$ 1.800.00 R\$	P3 12000	### 12000 123		H\$ 1000 0 12 15 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10	F3 1600 F3 1680.00 F3 1680.00 F3 1680.00 F3 1000.00 F3 1680.00 F3 1680.00 F3 1680.00 F3 1690.00 F3 1690.00 F3 1690.00 F3 1600.00 F3 160	R\$ 1650.00 R\$ 5.350.00 R\$ 5.350.00 R\$ 5.000	R\$ 40.00 R\$ 2.160.00 R\$ 2.160.00 R\$ 2.160.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00	F3 1.680.00 F3 1.680.00 F3 1.680.00 F3 1.020.00
P\$ 500.00 P\$ 5	2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2			R\$ 2.10.00 S R\$ 5.10.00 S R\$ 5.00.00 S R\$ 5	#\$ 1600.00 #\$ 5000.00 #\$ 5000.00	P5 1600.00 R5 80.00 R5 130.00 R5 120.00 R5 2655.00 R5 2655.00 R5 1690.00 R5 1690.00 R5 1690.00 R5 100.00 R5 100.00	R\$ 1,680,000 R\$ 2,160,000 R\$ 1,20,00 R\$ 2,600,000 R\$ 2,665,000 R\$ 2,665,000 R\$ 2,665,000 R\$ 2,080,000	F3 180 000 21 F3 180 000 21 F3 180 000 21 F3 180 000 21 F3 180 000 22 F3 F3 F3 180 000 22 F3
R\$ 80.000 R\$ 80.0000 R\$ 80.000	1	200	8 E	R\$ 2.100.00	P\$ 169,000 P\$ 3,000,000 P\$ 1,000,000 P\$ 600,000 P\$ 2,000,000 P\$ 2,000,000 P\$ 1,600,000 P\$ 1,600,	R\$ 165000 R\$ 35000 R\$ 35000 R\$ 25000 R\$ 25000 R\$ 165000 R\$ 165000 R\$ 165000	R\$ 1.680.00 R\$ 2.160.00 R\$ 2.160.00 R\$ 2.600.00 R\$ 2.600.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00	F3.160.00 F3.160.00 F3.10.00
P\$ 80.00	23	2		P12 P12 P12 P12 P13	H\$ 80.00 21 R\$ 10.00 00 00 00 00 00 00 00 00 00 00 00 00	#\$ 3.360.00 #\$ 1.360.00 #\$ 1.20.00 #\$ 50.00 #\$ 50.00 #\$ 2.665.00 #\$ 50.00 #\$ 1.690.00 #\$ 1.690.00 #\$ 1.690.00 #\$ 1.690.00	R\$ 2.160.00 R\$ 2.160.00 R\$ 2.160.00 R\$ 500.00 R\$ 2.665.00 R\$ 2.665.00 R\$ 2.060.00 R\$ 2.060.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00	F3.160.00 F3.160.00 F3.160.00 F3.125.00 F3.1365.00 F3.1365.00 F3.1365.00 F3.1365.00 F3.136.00 F3.136.00 F3.136.00 F3.136.00
H	8	2		H 1 20.00 C	H3 50000 H3 500000 H3 50000	F3 350.000 F3 10.000 F3 50.000 F3 50.000 F3 50.000 F3 50.000 F3 50.000 F3 10.0000 F3 10.00000	R\$ 2.000 00 R\$	F\$ 2.16.00 F\$ 2.16.00 F\$ 1.12.60 F\$ 1.12.60 F\$ 2.26.00 Z F\$ 5.26.00 Z F\$ 5.20.00 F\$ 2.730.00 F\$ 130.00
R\$ 350.00 R\$ 360.00 R\$ 350.00 R\$ 3250.00 R\$ 3250.00 R\$ 310.00 R\$	8		00 R\$ 120 00 00 00 00 00 00 00 00 00 00 00 00 0	H 1 1 1 1 1 1 1 1 1	R\$ 120.00 R\$ 120.00 R\$ 50.00 R\$ 2.65.00 R\$ 2.65.00 R\$ 1.690.00 R\$ 1.690.00 R\$ 1.690.00 R\$ 1.690.00 R\$ 1.600.00 R\$ 2.00.00 R\$ 2.00.00	R\$ 3.350.00 R\$ 120.00 R\$ 50.00 R\$ 50.00 R\$ 50.00 R\$ 1.650.00 R\$ 1.650.00 R\$ 1.650.00 R\$ 1.650.00 R\$ 1.650.00 R\$ 1.650.00	H\$ 2.160.00 H\$ 50.00 H\$ 50.00 12 850.00 H\$ 2.080.00 H\$ 2.080.00 H\$ 2.080.00 H\$ 2.080.00 H\$ 2.080.00	F3 2.160.00 F3 120.00 F3 1.125.00 F3 5.365.00 F3 5.365.00 F3 50.00 F3 50.00 F3 50.00 F3 50.00 F3 50.00
P3 125.00 P3 1	2		00 PS 12000 00 PS 22500 00 PS 51000 00 PS 51000 00 PS 51000 00 PS 12000 00 PS 72000 00 PS	R5 120.00 E R5 120.00 E R5 120.00 E R5 110.00 E R5 110.00 E R5 120.00	P\$ 12000 P\$	23 120 00 12 H\$ 500 00 12 H\$ 500 00 12 H\$ 500 00 12 H\$ 500 00 18 1.650 00 18 1.650 00 18 1.500 00 18 130 0	R\$ 120.00 R\$ 600.00 R\$ 2.665.00 R\$ 2.665.00 R\$ 2.000 R\$ 2.000 R\$ 2.000 R\$ 2.000 R\$ 130.00	18 12.126.00 18.51.126.00 18.52.385.00 18.52.385.00 18.52.730.00 18.530.00 18.530.00
R\$ 120,000 R\$ 120,000 R\$ 125,000 R\$ R\$ 215,000 R\$ 2	2		00 R5 225.00 00 R5 225.00 00 R5 810.00 00 R5 10.00 00 R5 120.00 00 R5 270.00	#\$ 120.00 #\$ 50.00	R\$ 120.00 R\$ 600.00 R\$ 50.00 R\$ 50.00 R\$ 1.690.00 R\$ 1.690.00 R\$ 1.500.00 R\$ 200.00	R\$ 120.00 R\$ 600.00 R\$ 2.655.00 R\$ 1.650.00 R\$ 1.650.00 R\$ 1.650.00 R\$ 1.500.00 R\$ 1.500.00	H\$ 120.00 H\$ 60.00	R\$ 120.00 R\$ 1.125.00 R\$ 2.00 R\$ 2.00 R\$ 2.730.00 R\$ 2.730.00 R\$ 10.00
F3 225.00 F3 2	2		00 F F 525 00 00 F F 50 00	R\$ 600.00 R\$ 50.00 R\$ 2.115.00 R\$ 2.115.00 R\$ 12.000 R\$ 12.00	R\$ 500.00 R\$ 50.00 R\$ 50.00 R\$ 50.00 R\$ 1.690.00 R\$ 1.690.00 R\$ 130.00 R\$ 200.00	R\$ 500.00 12	R\$ 500.00 R\$ 50.00 R\$ 2.655.00 R\$ 2.00.00 R\$ 2.00.00 R\$ 130.00 R\$ 130.00 R\$ 130.00	R\$ 1.125.00 R\$ 50.00 R\$ 2.365.00 R\$ 50.00 R\$ 2.730.00 R\$ 130.00
P3 50.00	2		00	R\$ 2.080.00 H\$ 5.115.00 H\$ 5.115.00 H\$ 1.515.00 H\$ 1.5	R\$ 265.00 R\$ 2.655.00 R\$ 1.690.00 R\$ 1.690.00 R\$ 1.200.00 R\$ 200.00 R\$ 200.00	R\$ 50.00 R\$ 2.655.00 R\$ 2.655.00 R\$ 1.690.00 R\$ 1150.00 R\$ 130.00	R\$ 200.00 R\$ 2.655.00 R\$ 2.655.00 R\$ 2.655.00 R\$ 2.650.00 R\$ 2.050.00 R\$	F\$ 1.755.00 F\$ 5.00 F\$ 5.385.00 F\$ 90.00 F\$ 2.730.00 F\$ 10.00
R\$ 50.00 R\$ 50.00 R\$ 10.00	R		00 R5 2000 00 R5 1040.00 01 R5 2000 00 R5 1040.00 00 R5 270.00	#\$ 5000 24	R\$ 50.00 R\$ 2.665.00 R\$ 90.00 R\$ 1690.00 R\$ 1300.00 R\$ 2600.00 R\$ 2600.00	R\$ 50.00 R\$ 2.655.00 S\$ 90.00 R\$ 1.690.00 R\$ 130.00 R\$ 200.00	R\$ 20.00 R\$ 2.655.00 B\$ 90.00 R\$ 20.00 R\$ 130.00 R\$ 130.00	F\$ 2.730.00 F\$ 2.730.00 F\$ 2.730.00 F\$ 2.730.00
R\$ 510.00 R\$ 5	8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8	15.000.00 RS 1.690.00 RS 13.00 RS 270.00 R	200 R\$ 1.040.00 12 R\$ 200.00 13 R\$ 200.00 00 R\$ 200.00	F3.2.115.00 R3.2.105.00 R3.2.000.00 R7.3.000 R7.3.000 R7.300.00 R7.300.00 R7.300.00	R\$ 2.655.00 R\$ 50.00 R\$ 1.690.00 R\$ 1.800.00 R\$ 1.800.00 R\$ 2.000.00 R\$ 2.000.00	R\$ 2.655.00 R\$ 50.00 R\$ 1.690.00 R\$ 1.690.00 R\$ 1300.00 R\$ 200.00	R\$ 2.080.00 R\$ 10.00 R\$ 10.00 R\$ 10.00 R\$ 10.00 A\$ 10.00	H\$ 2.385.00 27 H\$ 90.00 H\$ 2.730.00 E\$ 130.00
F3 10,000 F3 10,400 F3 1	2	# 5000	00	H\$ 20.00 E R\$ 200.00 E	R\$ 50.00 R\$ 260.00 R\$ 260.00 R\$ 260.00 R\$ 260.00 R\$	R\$ 1.690.00 R\$ 1.690.00 R\$ 130.00 3 R\$ 200.00	R\$ 2.080.00 R\$ 130.00 R\$ 130.00 4 R\$ 130.00	R\$ 50.00 R\$ 2.730.00
R\$ 50.00 R\$ 1.040.00 R\$ 2.000.00 R\$	2	\$\$ 90.00 R\$ 1.690 \$120.00 R\$ 120.0 \$200.00 R\$ 120.0 \$200.00 R\$ 270.0 \$\$ 60.00 R\$ 60.4	00 R3 1040.00 00 R3 1040.00 00 R5 130.00 00 R5 270.00	R\$ 2.080.00 R\$ 130.00 E R\$ 130.00 E R\$ 260.00	R\$ 90.00 R\$ 1.690.00 13 R\$ 130.00 R\$ 200.00 R\$ 260.00	R\$ 50.00 R\$ 1.690.00 13 R\$ 130.00 3 R\$ 200.00	R\$ 90.00 R\$ 2.080.00 16 R\$ 130.00 4 R\$ 200.00	R\$ 90.00 R\$ 2.730.00 21 R\$ 130.00
R\$ 1 040 00 R\$ 1 040 00 R\$ R\$ 200 00 R\$ 200	8 RS	\$ 1040.00 R\$ 1.690 \$ 1300.00 R\$ 1300. \$ 200.00 R\$ 2700. \$ 500.00 R\$ 500. \$ 450.00 R\$ 450.	00 R\$ 270 00 00 R\$ 450 00	R\$ 130.00 5 E R\$ 130.00 5 E R\$ 200.00 5 E R\$ 200.00 6 E R\$ 200.00 6 E R\$ 260.00 6 E R\$ 260.00 6 E R\$ 260.00 6 E	R\$ 1.690.00 13 R\$ 130.00 3 R\$ 200.00 R\$ 360.00	R\$ 1.690.00 13 R\$ 130.00 R\$ 200.00	R\$ 2.080.00 16 R\$ 130.00 R\$ 200.00	R\$ 2.730.00 21 R\$ 130.00
H3 1040,000 H3 1040,000 H3 1040,000 H3 105,000 H3 200,000	RS R	\$100.00 R\$1.690 \$130.00 R\$130 \$200.00 R\$270 \$270.00 R\$270 \$460.00 R\$60.00	0.00 R\$ 1,040,00 0.01 R\$ 130,00 0.02 R\$ 200,00 0.03 R\$ 270,00 0.05 R\$ 60,00 0.00 R\$ 450,00	8 R\$130.00 5 R\$130.00 5 R\$200.00 6 R\$	R\$ 1.690.00 13 R\$ 130.00 3 R\$ 200.00 R\$ 360.00	R\$ 1.690.00 13 R\$ 130.00 R\$ 200.00	R\$ 2.080.00 16 R\$ 130.00 4 R\$ 200.00	R\$ 2.730.00 21 R\$ 130.00
R\$ 130.00 R\$ 130.00 R\$ 200.00 R\$ 2	8	\$ 120.00 B R\$ 130. \$ 200.00 B\$ 200. \$ 270.00 R\$ 270. \$ 450.00 B\$ 450.	13 R\$ 130.00 2 R\$ 130.00 3 R\$ 200.00 5 R\$ 270.00 5 R\$ 50.00 00 R\$ 60.00	16 R\$130.00 2 R\$200.00 R\$200.00 8 R\$360.00 6	13 R\$ 130.00 3 R\$ 200.00 R\$ 360.00	13 R\$ 130.00 3 R\$ 200.00	16 H\$ 130.00 4 H\$ 200.00	21 R\$ 130.00
13,000 15,15,0	2	\$ 200.00 R\$ 200. \$ 200.00 R\$ 200. \$ 500.00 R\$ 200. \$ 50.00 R\$ 500.	00 R\$ 270.00 00 R\$ 270.00 00 R\$ 270.00 00 R\$ 50.00	R\$ 130.00 R\$ 200.00 R\$ 360.00	R\$ 130.00 3 R\$ 200.00 R\$ R\$ 360.00 6	R\$ 130.00 3 R\$ 200.00	R\$ 130.00	R\$ 130.00
H3 200.00	. 8 중 중	\$ 200.00	00 RS 270.00 5 RS 270.00 5 R\$ 60.00 00 RS 450.00	R\$ 200.00 S	R\$ 200.00 R\$ 360.00 6	R\$ 200.00	R\$ 200.00	
R\$ 270.000 R\$	2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2	\$ 270.00 R\$ 270. \$ 50.00 R\$ 50.0	00 R\$ 270.00 5 R\$ 60.00 00 R\$ 450.00	R\$ 360.00 5 ex co no	R\$ 360.00			R\$ 200.00
H	2	\$ 270.00 R\$ 270. \$ 60.00 R\$ 60.0 \$ 450.00 R\$ 450.	00 R\$ 270.00 5 R\$ 50.00 .00 R\$ 450.00	R\$ 360.00 5 6	R\$ 360.00		00 000 00	
H3 50.00	۰ <mark>۶</mark> ۶	1\$ 60.00 R\$ 60.0 1\$ 450.00 R\$ 450.	00 R\$ 50.00	9 00 00 00		R\$ 360.00	Rt sector	R\$ 9.000.00
F3 450.00 F3 450.00 F3	75 75 75	\$ 450.00 R\$ 450.	.00 R\$ 450.00	20.00	HS 60.00	FS 60.00	PS 60.00	150 H\$ 60.00
12 12 12 12 13 13 13 13	8 8	\$ 450.00 R\$ 450.	.00 R\$ 450.00					
15 100 00 100 00 100 0	RS			R\$ 750.00	R\$ 750.00	R\$ 750.00	R\$ 750.00	R\$ 750.00
R\$ 990.00 R\$ 980.00 R\$ 980.00 R\$ 980.00 R\$ 400.00 R\$ 400.00 R\$ 980.00 R\$ 9		\$ 100.00 RS 100.	.00 R\$ 100.00	R\$ 100.00	R\$ 100.00	S 100.00	R\$ 100.00	RS 100.00
R\$ 580.000 R\$ 580.000 R\$ 580.000 R\$ 580.000 R\$ 140.000 R\$ 140.000 R\$ 500.000 R\$ 50.000								
PS 140.00 PS 150.00 PS 150.00 PS 100.00 PS 1	000 RS 1.680.00 RS	52.660.00 R\$ 2.660	0.00 RS 980.00	R\$ 2.380.00	R\$ 2.660.00	R\$ 2.660.00	R\$ 2.660.00	RS 3.360.00
140,000 15,140	7 12	6)	49	7	σi ·	6)	σı ·	77
R\$ 400.00 R\$ 400.00 R\$ R\$ R\$ R\$ R\$ R\$ R\$	0.00 R\$ 140.00 P	5 140.00 R5 140.	.00 RS 140.00	RS 140.00	R5 140.00	R5 140.00	R\$ 140.00	R5 140.00
R\$ 50.00 R\$ 50.00 R\$ R\$ 50.00 R\$ R\$ 50.00 R\$ C\$	1.00 R\$ 400.00 R	5 400.00 R5 400.	.00 RS 400.00	R5 400.00	R5 400.00	R5 400.00	R\$ 400.00	RS 400.00
2 00 001 54 000 54 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 00000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000 50 000	00 tis 50	2 60 00 00 00 00 00	00 00 00	DC 540 00	00 480 00	DE 480 00	00 081 38	20 080 20
R\$ 60.00 R\$ 60.00 R\$ R\$ 0.00 R\$ R\$ 0.00 R\$ R\$ 0.00 R\$ R\$ R\$ R\$ R\$ R\$ R\$	2	2	2	2	500000	8	3	3
R\$ 0.00 R\$ 0.00 R\$.00 R\$ 60.00 F	4\$ 60.00 R\$ 60.0	00 R\$ 60.00	R\$ 60.00	R\$ 60.00	R\$ 60.00	R\$ 60.00	R\$ 60.00
R\$ 100.00 R\$ 100.00 R\$	00 R\$ 0.00	RS 0.00 RS 0.0	00 BS 0.00	RS 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	HS 0.00	R\$ 0.00
R\$ 100.00 R\$ 100.00 R\$								
	.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
ta Total - Bolo tipo 4 nivel 3 (alta complexidade) R\$ 0.00 R\$ 0.00 R\$ 0.00	00 R\$ 0.00	R\$ 0.00 R\$ 0.0	00 R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	H\$ 0.00	R\$ 0.00
- Vendas Malhas			-	. 00 077 40	00 077 40	00 077 40	. 00 007	
00:041 40	ĉ	ĉ	2	140.00	DD:041 42	DD:041 42	140.00	20.04
ta Total - Lembrancinha nivel 1 (baixa complexidade) R\$ 400.00 R\$ 400.00 R\$ 400.00	0.00 R\$ 300.00 R	\$ 300.00 R\$ 300.	.00 R\$ 400.00	R\$ 500.00	R\$ 400.00	R\$ 900.00	H\$ 400.00	R\$ 400.00
- Vendas Unidade	200 150 00 R\$ 2.00	150 R\$ 2.00 R\$ 2.0	150 RS 2.00	250 R\$ 2.00	200 R\$ 2.00	450 R\$ 2.00	200 R\$ 2.00	200 R\$ 2.00
INCLZ (media complexidade)	100 450	575	500	325	400	350	225	300
Preço - Unidade R\$ 4.00 R\$ 4.00 R\$ 4.00	5 R\$ 4.00	R\$ 4.00 R\$ 4.0	00 R\$ 4.00	R\$ 4.00	R\$ 4.00	R\$ 4.00	R\$ 4.00	R\$ 4.00
ta Total - Lembrancinha nivel 3 (alta complexidade) R\$ 0.00 R\$ 0.00 R\$ 0.00	00 R\$ 12.000.00 R\$	3.750.00 R\$ 0.0	00 R\$ 0.00	R\$ 3.750.00	R\$ 3.750.00	R\$ 3.750.00	R\$ 3.750.00	R\$ 3.750.00
H	900	250		250	250	250	250	250
Preço - Unidade R\$ 15.00 R\$ 15.00 R\$ 15.00	.00 R\$ 15.00 R	15.00 R\$ 15.0	00 R\$ 15.00	R\$ 15.00	R\$ 15.00	R\$ 15.00	R\$ 15.00	R\$ 15.00
to Infantil commonitores R\$ 2.100	0.00 R\$ 3.500.00 R\$	2.800.00 R\$ 2.800	3.00 R\$ 700.00	R\$ 2.800.00	R\$ 2.800.00	R\$ 4.200.00	R\$ 2,100,00	R\$ 1.400.00
- Vendos Lindodes Mes Perco - Unidade Ps 700 00 Ps 700 00 Ps 700 Perco - Unidade Ps 700 00 Ps 700 Ps 700 00	3 S 700.00 P	5 700 00 PS 700	00 BS 700.00	1 RS 700.00	4 R\$ 700.00	BS 700.00	S 700.00	PS 700.00
	2000		2	20000	20000	20000	20000	20000

Projeção das receitas - Ano 3

1 1 1 1 1 1 1 1 1 1						Ī	ļ				and a transfer and	200	8
The control of the		15 15	19	18	23	15	10	18	30	30	30	131	
The column		1	2	2 6	2	7	-	7	8	11	8	10	
The control of the		1 1	+	-	8	3	1	3	3	2	2	2	
			100	100	200	200		60	100	100	100	150	l
This control Column Colu	Ī	1 1	33	1.500	4	4	1	4	4	9	8	1.200	
The column	A State Man & wheat & Shalon season leaded and a	00 000 00	00 076 00	000000	00 1 100 00	4 400	000	010 010	00 000	00 000	00 020 80	00 000	
The column	is a boto upo i miver i (baixa compresidade) isa Unidades x Kg/Més	Z1 Z1 Z1	21	75	33	33	21	18	12	15	9 9	9	١
The column Figure	to - Unidade	Ш	R\$ 45.00	R\$ 45.00	R\$ 45.00 R	45.00	R\$ 45.00	R\$ 45.00	R\$ 45.00	R\$ 45.00	R\$ 45.00	R\$ 45.00	
The column The	II - Bolo tipo 1 nivel 2 (média complexidade)	RS 2 025 00 RS 2 025 00	RS 2 025 00	RS 2.160.00	R\$ 2,880,00 R	\$ 2.880.00	R\$ 2,025,00	R\$ 2,385,00	PS 1.890.00	R\$ 1.890.00	R\$ 1.890.00	R\$ 1.890.00	
This control This	las Unidades x Kg/Més	П	23	7.0	32	32	23	27	21	21	21	21	
Part	anger our dealer	L	20.00	20.00	20.00	00.00	20.00	30.00	90.00	30.00	20.00	20.00	l
The column	al - Bolo tipo 1 nivel 3 "alta complexidade)	R\$ 405.00 R\$ 405.00	R\$ 405.00	R\$ 405.00	R\$ 405.00 F	R\$ 405.00	R\$ 405.00	R\$ 2,430,00	R\$ 3.375.00	R\$ 3.780.00	R\$ 2,430,00	R\$ 2,430,00	
This column	vas Unidades x KgMes co - Unidade	3 35.00 RS 135.00	3 R\$ 135.00	3 RS 135.00	3 F3 135.00 R3	35.00	35.00	18 RS 135.00	25 R\$ 135.00	28 R3 135.00	18 PS 135.00	18 H3 135.00	
This control This													
This column Principle Pr	al - Bolo tipo 2 nivel 1 (baixa complexidade)	R\$ 247.50 R\$ 247.50	R\$ 247.50	RQ 24/30	9	330.00	H3 24/50	H4 650.00	12	HQ 660.00	H3 660.00	23 23	١
Part	ço - Unidade	П	R\$ 55.00	R\$ 55.00 R	R\$ 55.00 R3	\$ 55.00	R\$ 55.00	R\$ 55.00	R\$ 55.00	R\$ 55.00	R\$ 55.00	R\$ 55.00	
This could be compared to the compared to the could be compared to the could be compared to the compare	al - Bolo tipo 2 pivel 2 (média complexidade)	R\$ 900 00 B\$ 900 00	00 006 38	PS 1 650 00	PK 3 400 00	7 1 900 00	85 900 00	PK 2 350 00	00 056 C 5B	PK 2 950 00	00 056 2 38	PE 2 650 00	l
This can be compared by the	das Unidades x KgMés	ıı	o,	17	34	6)	o	24	30	30	30	27	
Thirties	iço - Unidade	ш	R\$ 100.00	100.00	R\$ 100.00	100.00	4\$ 100.00	R\$ 100.00	R\$ 100.00	R\$ 100.00	R\$ 100.00	H\$ 100.00	
This could be could	al - Bolo tipo 2 pivel 3 (alta complexidade + 1 andar)	00 031 + 90	95 1 660 00	06 1 696 00	85 1 150 00	1 000 00	02 1 160 00	00 000 000	1 000 00	00 1 006 00	00 000 0 30	00 3 046 00	
This could be seed to be seed t	das Unidades x Kg/Més		8	11	8	13	8	16	13	13	16	74 3.043.00	I
Right Righ	sgo - Unidade se violandes de bolo	Ш	R\$ 145.00	R\$ 145.00 P	R\$ 145.00 R	145.00	45.00	R\$ 145.00	R\$ 145.00	R\$ 145.00	R\$ 145.00	P\$ 145.00	
Parameter Para	to - andar	R\$ 200.00 R\$ 200.00	R\$ 200.00	R\$ 200.00	R\$ 200.00 R	\$ 200.00	300:00	R\$ 200.00	R\$ 200.00	R\$ 200.00	R\$ 200.00	R\$ 200.00	$\ $
Part	al - Bolo tipo 3 nivel 1 (baixa complexidade)	R\$ 315.00 R\$ 315.00	R\$ 315.00	R\$ 735.00	R\$ 315.00 F	R\$ 315.00	R\$ 315.00	R\$ 420.00	R\$ 420.00	R\$ 420.00	R\$ 420.00	R\$ 10.500.00	
Part	das Unidades x KgMés co - Unidade	S S S	900/2 38	11 12	5 20 00 Bs	5 20 00	9 20 00	9 20 00	9 20 00	9 20.00	9 38	051	
Particle		2000	200	200	200	2000	2000	70.00	200	2000	2000	200	
Particle	al - Bolo tipo 3 nivel 2 (mėdia complexidade) Jose Unidodes x KoWies	R\$ 495.00 R\$ 495.00	R\$ 495.00	R\$ 495.00	R\$ 495.00	R\$ 495.00	R\$ 495.00	R\$ 825.00	R\$ 825.00	R\$ 825.00	R\$ 825.00	R\$ 825.00 8	
Part	ço - Unidade	R\$ 110.00 R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00 R	R\$ 110.00 RS	110.00 F	35 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	
This color Price													
Principle Prin	al - Bolo tipo 3 nivel 3 (alta complexidade + 2 andares) das Unidades x KoMés	R\$ 1.085.00 R\$ 1.085.00	R\$ 1.085.00	R\$ 1.860.00	2.945.00	2.945.00	R\$ 1.085.00	R\$ 2.635.00	R\$ 2.945.00	R\$ 2.945.00	R\$ 2.945.00	R\$ 3.720.00	١
R5400.00	ço - Unidade	R\$ 155.00 R\$ 155.00	R\$ 155.00	155.00	R\$ 155.00 R	5 155.00 F	45 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	
This column	as unidades de bolo		- 00 007	2 400 00	3	3	1 00 000	3	3	3	3	4 00 00 4	l
This column		000000000000000000000000000000000000000	20000	400.00	20000	100000	40000	7.0	00.00	14 400.00	N# 400.00	20.00	
This column	- Bolo floo 4 pivel 1 (balva complexidade)	P\$ 105 00 B\$ 105 00	00 501 58	10 SOL 36	85 105 00	25 105 00	H 5 105 00	B% 630 00	00 016 58	UU USS 38	00 016 34	00 016 SB	
Ref. 70.00 Ref	das Unidades x KgMēs	2 2	2	5	2	2	2	9	e	8	3	3	
REFORM R	ço - Unidade	R\$ 70.00 R\$ 70.00	R\$ 70.00	R\$ 70.00	R\$ 70.00 R	20.00	R\$ 70.00	R\$ 70.00	R\$ 70.00	R\$ 70.00	R\$ 70.00	R\$ 70.00	
Page 110.00	al - Bolo tipo 4 nivel 2(média complexidade)	R\$ 0.00 R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	RS 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	I
The column The	das Unidades x KgMes	R\$ 110.00 R\$ 110.00	R\$ 110.00	RS 110.00	RS 110.00 R	110.00	45 110.00	RS 110.00	RS 110.00	RS 110.00	RS 110.00	RS 110.00	
Hardware													II
Fig. 155.00 R5	al - Bolo tipo 4 nivel 3 (alta complexidade)	R\$ 0.00 R\$ 0.00	R\$ 0.00	F\$ 0.00	H\$ 0.00	R\$ 0.00	H\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	١
Particle	cco - Unidade	R\$ 155.00 R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00 R	R\$ 155.00 R3	\$ 155.00 F	45 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	
The standard complexitation The													
High Complexidate High	ial - Lembrandinha nivel 1 (baixa complexidade)	R\$ 600.00 R\$ 600.00	R\$ 600.00	R\$ 450.00	R\$ 450.00	450.00	R\$ 600.00	R\$ 750.00	R\$ 600.00	R\$ 1.350.00	R\$ 600.00	R\$ 600.00	
Page 100	ço - Unidade	R\$ 3.00 R\$ 3.00	R\$ 3.00	3.00	R\$ 3.00 R	3.00	3.00	R\$ 3.00	R\$ 3.00	R\$ 3.00	R\$ 3.00	R\$ 3.00	I
Right Complexidate Right C	a - Lembrancinha nivel 2 (média complexidade)	85.0.00	00 005 38	00 050 0 50	8 2 875 00	2 500 00	85.0.00	PK 1 625 00	00 000 6 58	85 1 750 00	85112500	00 005 P 38	
Registrate Reg	das UnidadesMés	-	100	450	575	200		325	400	350	225	006	
R	ço - Unidade	R\$ 5.00 R\$ 5.00	R\$ 5.00	R\$ 5.00 P	R\$ 5.00 R	\$ 5.00	R\$ 5.00	R\$ 5.00	R\$ 5.00	R\$ 5.00	R\$ 5.00	R\$ 5.00	
A		R\$ 0.00	R\$ 0.00	43 14,400,00	RS 4.500.00	RS 0.00	HS 0.00	R\$ 4,500,00	RS 4.500.00	R\$ 4,500,00	R\$ 4,500,00	RS 4.500.00	
R\$ 700.00		00 81 38 00 81 38 00 B1	90 81 38	008 38	250	18.00	18.00	250	250	250	250	250	
#\$700.00 R\$700.00 R\$2.00.00 R\$2.00 R\$2.00	202010 - 24	200	200	200	200	20.01	20.01	2000	200	200	200	2000	I
THE PERSON NAMED IN COLUMN TWO IS NOT THE PERSON NAMED IN COLUMN TWO I	ntil com monitores das UnidadesMés	R\$ 700.00 R\$ 700.00	R\$ 2.100.00	R\$ 3.500.00	94	0 4	-	R\$ 2.800.00	R\$ 2.800.00	R\$ 4.200.00	R\$ 2.100.00	R\$ 1.400.00	۱
R\$ 700.00	ço - Unidade	R\$ 700.00 R\$ 700.00	R\$ 700.00	BS 700.00	00 300 00	l	t			İ	•	•	l

Projeção das receitas - Ano 4

	10	10	10		23	23	10	20		30	30	131	
male)	-		-		0 0	7	-	7		11	88	10	
			100	100	200	200		60	100	100	100	160	
Evento infantii com monitores Bem casado	1.260	1.260	1,260		1 820	1.680	1 260	1,006	-	2.030	1.866	6.460	
de	00 375 58	95 945 00	00 875 3.6	97.1080	PK 4 485 00	95 1 485 00	G0 476 48	00001	UPS Sel	95.675.00	B\$ 970.00	95.970.00	
Prego - Unidade		21 R\$ 45.00	21 R\$ 45.00	24 R\$ 45.00	33 R\$ 45.00	33 R\$ 45.00	21 R\$ 45.00	18 R\$ 45.00	12 12 R\$ 45.00	15 15 45.00	R\$ 45.00	E\$ 45.00	
Receits Total - Bolo tipo 1 nivel 2 (média complexidade)	R\$ 2.025.00	R\$ 2.025.00	R\$ 2.025.00	R\$ 2.160.00	R\$ 2.880.00	R\$ 2.880.00	R\$ 2.025.00	R\$ 2.385.00	R\$ 1.890.00	R\$ 1.890.00	R\$ 1.890.00	R\$ 1.890.00	
- Vendas Unidades x K _G Mas Preço - Unidade	23 R\$ 90.00	23 R\$ 90.00	23 R\$ 90.00	24 R\$ 90.00	32 R\$ 90.00	32 R\$ 90.00	23 R\$ 90.00	27 R\$ 90.00	21 R\$ 90.00	21 R\$ 90.00	21 R\$ 90.00	21 R\$ 90.00	
Receita Total - Bolo tipo 1 nivel 3 "aita complexidade)		R\$ 405.00	R\$ 405.00	R\$ 405.00	R\$ 405.00	R\$ 405.00	R\$ 405.00	R\$ 2.430.00	R\$ 3.375.00	R\$ 3.780.00	R\$ 2,430,00	R\$ 2.430.00	
- Vendas Unidades x K _G Mas Preço - Unidade	3 R\$ 135.00	3 R\$ 135.00	3 R\$ 135.00	3 R\$ 135.00	3 R\$ 135.00	3 R\$ 135.00	3 R\$ 135.00	18 R\$ 135.00	25 R\$ 135.00	28 R\$ 135.00	18 R\$ 135.00	18 R\$ 135.00	
Receita Total - Bolo tipo 2 nivel 1 (balxa complexidade)	R\$ 247.50	R\$ 247.50	R\$ 247.50	R\$ 247.50	R\$ 330.00	R\$ 330.00	R\$ 247.50	R\$ 660.00	R\$ 660.00	R\$ 660.00	R\$ 660.00	R\$ 1.237.50	
- Vehaas Unidades x AgiMes Preço - Unidade	s R\$ 55.00	5 R\$ 55.00	55.00	S R\$ 55.00	R\$ 55.00	R\$ 55.00	5 55.00	12 R\$ 55.00	12 R\$ 55.00	12 R\$ 55.00	12 R\$ 55.00	23 R\$ 55.00	
Recelta Total - Bolo tipo 2 nivel 2 (média complexidade)	R\$ 900.00	R\$ 900.00	R\$ 900.00	R\$ 1.650.00	R\$ 3.400.00	R\$ 1.900.00	R\$ 900.00	R\$ 2.350.00	R\$ 2.950.00	R\$ 2.950.00	R\$ 2.950.00	R\$ 2.650.00	
- Vendas Omdades x Agmes Preço - Unidade	¥9 100.001	DO:DOT \$M	M\$ 100.00	R\$ 100.00	M\$ 100.00T	DO:DOT \$M	NS TOU.OU	TOU.DOI 434	US 100.00T	30 100:00 100:00	K\$ 100.00	00.00T €M	
Recelta Total - Boio tipo 2 nivel 3 (alta complexidade + 1 andar)	RS 1,160.00	R\$ 1.160.00	RS 1.560.00	R\$ 1.595.00	RS 1.160.00	R\$ 1,885.00	RS 1.160.00	RS 2.320.00	R\$ 1.885.00	R\$ 1.885.00	R\$ 2,320,00	R\$ 3.045.00	
- Vendas Unidades x Kg/Mas Proco - Unidade	8 R\$ 145.00	8 R\$ 145.00	8 RS 145.00	11 RS 145.00	8 RS 145.00	13 R\$ 145.00	8 RS 145.00	16 RS 145.00	13 R\$ 145.00	13 RS 145.00	16 RS 145.00	21 RS 145.00	
Vendas unidades de bolo Proço - andar	N D	2 R\$ 200.00	2 R\$ 200.00	3 R\$ 200.00	2 R\$ 200.00	3 R\$ 200.00	2 R\$ 200.00	S 200:00	3 R\$ 200:00	3 R\$ 200.00	4 R\$ 200:00	S 200:00	
	00 340 30	06 346 00	00 SFC 30	00 302 00	00 316 00	245.00	00 345 00	00 007 30	04.400	00 400	06 400 00	00 002 07 20	
Progo - Unidades x RgMas Progo - Unidades	R\$ 70.00	R\$ 70.00	R\$ 70.00	11 15 70.00	R\$ 70.00	R\$ 70.00	R\$ 70.00	E\$ 70.00	R\$ 70.00	R\$ 70.00	R\$ 70.00	150 150 R\$ 70.00	
Receita Total - Bolo tipo 3 nivel 2 (média complexidade) - Venota Unicades X Kowis	R\$ 495.00	R\$ 495.00 5	R\$ 495.00	R\$ 495.00	R\$ 495.00	R\$ 495.00	R\$ 495.00	R\$ 825.00	R\$ 825.00	R\$ 825.00	R\$ 825.00	R\$ 825.00	ı
Preço - Unidade	R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	R\$ 110.00	
Recelta Total - Bolo tipo 3 nivel 3 (alta complexidade + 2 andares)	R\$ 1.085.00	R\$ 1.085.00	R\$ 1.065.00	R\$ 1.860.00	R\$ 2.945.00	R\$ 2.945.00	R\$ 1.085.00	R\$ 2.635.00	R\$ 2.945.00	R\$ 2.945.00	R\$ 2.945.00	R\$ 3.720.00	
Percon Unidade	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	R\$ 155.00	
Preço - andar	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	
Receita Total - Bolo tipo 4 nivel 1 (balxa complexidade)	R\$ 105.00	R\$ 105.00	R\$ 105.00	R\$ 105.00	R\$ 105.00	R\$ 105.00	R\$ 105.00	R\$ 630.00	R\$ 210.00	R\$ 560.00	R\$ 210.00	R\$ 210.00	
- Vendas Unidades x KgMes Preço - Unidade	2 R\$ 70.00	2 R\$ 70.00	2 R\$ 70.00	2 R\$ 70.00	2 R\$ 70.00	2 R\$ 70.00	R\$ 70.00	9 R\$ 70.00	3 R\$ 70.00	8 R\$ 70.00	3 R\$ 70.00	3 R\$ 70.00	
Receits Total - Bolo tipo 4 nivel 2(madia complexidade)	R\$ 0.00	M\$ 0.00	M\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	N\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	
Prego - Unidade	R\$ 110,00	RS 110.00	RS 110.00	RS 110.00	RS 110.00	RS 110.00	RS 110.00	RS 110.00	R\$ 110.00	RS 110.00	RS 110.00	RS 110.00	
Receita Total - Bolo tipo 4 nivel 3 (alta complexidade) - Vendas Unidades x KoMas	П	M\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	N\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	
Preço - Unidade	N3 155.00	N3 155.00	K\$ 155.00	R\$ 155.00	N3 155.00	N\$ 155.00	N3 155.00	N3 155.00	N2 155.00	N\$ 155.00	R\$ 155.00	155.00	
Receita Total - Lembrancinha nivel 1 (baixa complexidade) - Vendas Unidades/Mas	R\$ 600.00	R\$ 600.00 200	R\$ 600.00	R\$ 450.00	R\$ 450.00	R\$ 450.00	R\$ 600.00	R\$ 750.00	R\$ 600.00	R\$ 1.350.00	R\$ 600.00	M\$ 600.00	
- ciarage	en en	ones es	500 500	3.00	PO C	00°5	N.P. SAUG	Rep. Scott	en en	N. 2.00	No. 2000	N. S. O.O.	
Receta Total - Lembrancina niver 2 (media complexidade) - Vernoss Umbasdes/Mas - Prepo - Unidade	R\$ 5.00	R\$ 5.00	100 100 R\$ 5.00	R\$ 2.250.00 450 R\$ 5.00	R\$ 2.875.00 575 R\$ 5.00	R\$ 2.500.00 500 R\$ 5.00	F\$ 5.00	725 325 325 75 5.00	R\$ 2.000.00 400 R\$ 5.00	R\$ 1.750.00 350 R\$ 5.00	R\$ 1.125.00 225 R\$ 5.00	M\$ 4.500.00 900 R\$ 5.00	
Receita Total - Lembrancinha nivel 3 (alta complexidade)	R\$ 0.00	R\$ 0.00	R\$ 0.00	RS 14.400.00	R\$ 4.500.00	R\$ 0.00	PS 0.00	R\$ 4.500.00	R\$ 4.500.00	R\$ 4.500.00	R\$ 4.500.00	R\$ 4.500.00	
Preço - Unidade	R\$ 18.00 R\$	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	
EVENTO INTRIU COM MONITORS - Vendas Unidades/Mas - Prego - Unidade	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	R\$ 700.00 1 R\$ 700.00	R\$ 2.100.00 3 R\$ 700.00	R\$ 700.00	R\$ 700.00	R\$ 2.800.00 4 R\$ 700.00	145 700.00 1 145 700.00	R\$ 2.800.00 4 R\$ 700.00	R\$ 2.800.000 4 R\$ 700.00	R\$ 4.200.00 6 R\$ 700.00	R\$ 2.100.00 3 R\$ 700.00	R\$ 1.400.00 2 R\$ 700.00	
Receits total bem casado - Vendas UnidadesMas	R\$ 2.520.00 R\$: 1.260	R\$ 2.520.00 1.260	R\$ 2.520.00 1.260	R\$ 3.360.00 1.680	R\$ 3.640.00 1.620	R\$ 3.360.00 1.680	R\$ 2.520.00 1.260	R\$ 3.990.00 1.995	R\$ 3.850.00 1.925	R\$ 4.050.00 2.030	R\$ 3.710.00 1.855	R\$ 10.920.00 5.460	
Preco - Unidade			100	100 10 200	200	100							

Projeção das receitas - Ano 5

2 andares 1 andary 1 andary	The contribution	100 100	22 2 8 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9	283 293 11.206 11.206 20.000 20.0000 20.00000000000000000	R	N	R\$ 5200. R\$	所	R\$ 2000 R\$ 200	132 130 1300 13
The control of the	Column C	2 70 400 10 4	1000 100	1.126 1.	10	N S S S S S S S S S	R	N 5 7 50 0	R 5 2-100 R 5 2-100 R 5 2-100 R 5 2-100 R 5 4-100 R 5 4-100 R 5 4-100 R 5 7-100 R 7 7 7 8 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7	1300 1300
The control of the	Company continues and contin	1	3000 1 1.600 1 1.600 1 1.600 1 1.600 1 1.600 1 1.60000 1 1.60000 1 1.60000 1 1.600000 1 1.600000000000000000000000000000000000	\$ 1.126 \$ 0.620 \$ 1.126 \$ 0.620 \$ 1.0200 \$ 1.0200	所名 1,080 10 m	2	R R S S S S S S S S	15	R 5 2100 R 7 3 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2	1300 1300
The control of the	Column C	100 100	1.000 1.0000 1.0000 1.0000 1.0000 1.0000 1.00000 1.00000 1.00000 1.00000 1.000000 1.00000	1.126 3.660 1.12	R 5 1050 R	11 12 13 13 14 15 15 15 15 15 15 15	R\$ 2000.00 R\$ 20	所	R\$ 1000 R\$ 1 R\$ 2 100 R\$ 2 R\$	1300 1300 7 260 7 260 1300 00 13 200 00 13 200 00 14 2 200 00 15 160 00 15 200
1975 1975		100 100	1,050 11,050 12,000,000 12,000,000 13,000,000 14,000,000 15,	1.126 3.060 1.126 3.060 1.126 3.060 1.126 3.000 3.0000 3.0000 3.0000 3.0000 3.0000 3.0000 3.0000 3.0000 3.0000 3.0000 3.0000 3.0000 3.0000 3.0000 3.00000 3.0000 3.0000 3.0000 3.00000 3.00000 3.00000 3.000000 3.000000	NS 1 050 050 050 050 050 050 050 050 050 0	R 5 2 000 000 000 000 000 000 000 000 000	R 5 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2	R5 2-100 R5	R5 2-100 R5	1,300 1,300
The control of the	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	1	12 12 12 12 12 12 12 12	\$ 3.660 \$ 20.00 \$ 2	NS 1 CSO NS 2 CSO	2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2	R 5 2 2 100 R 5 100 R	15.750 15.750	R 15 2 100 1	12 20 00 00
The column Column	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	No.	15 1-200.00 15 1-200.00 15 1-200.00 16 1-200.00 17 1-200.00 18 1-200.00	\$ 1650.00 R\$ 2.5 S S S S S S S S S S S S S S S S S S S	NS 10 NS 27 NS 24 NS 1.7 NS 1.7 NS 1.3 NS 1	NS 2 2 80 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8	17 20 17 10 10 10 10 10 10 1	R\$ 2100 R\$ 2100 R\$ 2010 R\$ 200 R\$ 250 R\$ 1100 R\$ 1100	전	100 00 1
The control of the		The color of the	NS 50,000 NS 10,000	\$ 30000 R\$ 2 30000 R\$ 2 30000 R\$ 3 30000 R\$	N	12 12 12 13 13 14 15 15 15 15 15 15 15	15 100	R 5 2 2 4	100.00	11 - 20 00 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0
The color of the	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	RE 2700.00 RE 2700.00 RE 2700.00	N	\$3,000 R\$ 3,000 R\$ 3,	175 17	15	15 15 15 15 15 15 15 15	전	15 2000 15 2	100 00 00 00 00 00 00 00 00 00 00 00 00
This could be compared to the could be compa	Column C	1	15 2.00.000 175 2	133.000.00 R\$ 2.34.000.00 R\$ 2.34.000.00 R\$ 2.35.000 R\$ 3.35.000 0000000000000000000000000000	NS 3.4 NS 3.4 NS 3.4 NS 3.4 NS 4.7	NS 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2	100 100	지	R\$ 100.00 R\$ 4.00 00 R\$ 4.00 00 R\$ 5.40 00 R\$ 100.00	RESTRONCE RESTRONCE RESTRONCE RESTRONCE RESTRONCE RESTROCCE
The control of the	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	The color of the	15 2-190.00 17 2-190.00	100.00 RS 25.00.00 RS 25.00 RS	N534 N534 N5427 N5127 N5128 N5138	12 12 12 13 13 14 13 13 13 13 13	## # # # # # # # # # # # # # # # # # #	R5 FR5 FR5 FR5 FR5 FR5 FR5 FR5 FR5 FR5 F	15 100.00 100.0	R\$ 250.00 R\$ 25.00 R\$ 185.00 R\$ 185.00 R\$ 185.00 R\$ 185.00 R\$ 25.00 R\$ 25.00 R\$ 25.00 R\$ 185.00
This can be a series of the control of the contro	Column C	Telegraphic	10 10 10 10 10 10 10 10	150.00 R5 21 150.0	所	NS 3.00 NS 3.0	N	RS 5 2 3 4 2 2 5 2 3 4 2 3 4 2 5 2 3 4 2	15 100 00	100.00 1
This control This	10 10 10 10 10 10 10 10	The process of the	15 150,000 115 150,000	\$5.450.00 \$5.40	所5 3.4	NS 300 NS	R\$ R\$ R\$ R\$ R\$ R\$ R\$ R\$	NS 500 NS 3.45 NS 2.66 NS 2.66 NS 2.66 NS 2.66 NS 2.67 NS 2.75 NS 2.75 NS 2.75 NS 2.75 NS 2.75	15 15 15 15 15 15 15 15	15 2 15 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0
The column The	Part	The Teach of the	18 19,000 19,000 1	190,000 RS 200,000 RS	作さる	R5 3 00 R5 3 0	N	NS 90 NS 3.4 NS 5.7 NS 6.7 NS 6.7 NS 6.7 NS 6.7 NS 6.7	N\$ 150.00 N\$ 500.00 N\$ 500.00 N\$ 54400.00 N\$ 54400.00 N\$ 65.00	185 185 00 185 00 185 00
The column The	Column C	1	15 150,000 151 150,000 152 150,000 153 150,000 1	155.00 R\$ 2.5 F.50.00 R\$ 1.5 F.50.00	作5 45 (17 27 7 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17	N5 90 N5 3.0 N5 3.0 N	N	NS 304 NS 3.44 NS 3.45 NS 3.45 NS 3.45 NS 5.75 NS 5.75	15 150 00	15 150 00
The column The	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	1	15 15 15 15 15 15 15 15	\$ 540000 \$ 50000 \$ 5,000 \$ 1,000 \$	(15 年 45 日本 17 日	R5 3.00 R5 3.00 R5 3.00 R5 3.00 R5 3.00 R5 5.7 R5 5	R\$ 50000 R\$ 50000 R\$ 1100 R\$ 2300 R\$ 2300 R\$ 75000 R\$ 75000 R\$ 75000	NS 3-4 NS 3-4 NS 3-4 NS 67 NS 67 NS 67 NS 67 NS 67	15 900 00 15 910 00 00 15 910 00 00 15 910 00 00 15 910 00 00 15 910 00 00 15 910 00 1	13 130 00 13 130 00 13 13
This cold This	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	The color of the	H\$ 500000 H\$ 500000 H\$ 5000000 H\$ 1750.000 H\$ 17	250000 R\$20 11000 R\$20 11000 R\$20 15000 R\$20 15000 R\$20 15000 R\$20 150000 R\$20 150000 R\$20 150000 R\$20 150000 R\$20	RS 2.7 RS 1.7 RS 1.7 RS 1.8 RS 1.8 RS 1.8 1.1 81.1 81.1 81.1 81.1 81.1 81.1 8	NS 3.00 NS 3.00 NS 3.00 NS 3.00 NS 5.77 NS 5.77	N\$ 500 N\$ N\$ N\$ N\$ N\$ N\$ N\$	R\$ 3.4 R\$ 2.56 R\$ 8.57 R\$ 87 R\$ 87 R\$ 87	H\$ 50.00 H\$ 240.00 H\$ 110.00 H\$ 150.00 H\$ 250.00 H\$ 750.00 H\$ 750.00 H\$ 750.00	HS 51000 HS 51500 HS 11000 HS 16000 HS 16000 HS 10000 HS 110000 HS 110000 HS 110000 HS 110000 HS 110000 HS 110000
This can be compared by the	Column C	The second The	110.00 1	\$1,750,000 R\$2,100 R\$2	1752 <mark>N</mark> 1752 N 175	NS 3.00 NS 3.0	NS 3410.0 NS 3	RS R	NS 1000	N 2 2 2 2 2 2 2 2 2
This color Thi		1 andary	N	\$ 5.500.000 N\$ 2.000	R5 2.7 R5 1.7 R5 R5 R5 R5 R	NS 3.00 NS 3.00 NS 3.00 NS 5.7	NS 23000 NS 75000 NS	RS 2.56 RS RS R	NS 3410.00 NS 4400.00 NS	R\$ 2 915.00 R\$ 110.00 R\$ 3.360.00 R\$ 120.00 R\$ 11.250.00 R\$ 7.740.00 R\$ 7.740.00
The column The	Column C	Anderes) Andere	110,000 110,	110.00 R5 21.00 R5 22.00 R5 22	R\$ 1.7 R\$ 1.7 R\$ 56 R\$ 1.3	NS 200 NS 175 NS	N\$ 110 N\$ 160 N\$ 230 N\$ 575.00 N\$ 75 N\$ 1740.0	R5 R5 R5 R5 R7 R5 87 R5 87	NS 110.00 NS 4400.00 NS 160.20 NS 120.00 NS 120.00 NS 170.00 NS 170.00 NS 170.00	NS 3 380.00 NS 3 380.00 NS 2 380.00 NS 1 740.00 NS 1 7
This can be a second by the control of the contro	Column C	2 and area R\$ 1,750,000 R\$ 1,750,000 R\$ 2,300 R\$ 3,300,00 R\$ 3	NS 1.760.00 NS 250.00 NS 250.00 NS 75.00 N	150.00 R\$ 2.5 150.00 R\$ 2.5 230.00 R\$ 2.5 15.50.00 R\$ 2.5 75.00 R\$ 2.5 1.30.00 R\$ 1.3	R\$ 1.76 R\$ 1.78 R\$ 1.39 R\$ 1.39	R\$ 3.040.00 R\$ 100.00 R\$ 230.00 R\$ 675.00 R\$ 75.00	R\$ 2.560.00 R\$ 160.00 R\$ 230.00 R\$ 575.00 R\$ 75.00 R\$ 1.740.00 R\$ 1.740.00	R\$ 2.560.00 16 R\$ 160.00 A\$ 230.00 R\$ 575.00 R\$ 75.00 R\$ 75.00	R\$ 4.480.00 R\$ 160.00 R\$ 220.00 R\$ 220.00 R\$ 75.00 R\$ 1.720.00	R\$ 3 350.00 R\$ 160.00 R\$ 230.00 R\$ 230.00 R\$ 17.350.00 R\$ 17.400
This can be compared by the	Column C	Andary (1750.00 (175.44) 17 150.00 175 150.00 175	NS 1260.00 RE 160.00 RE 160.00 RE 1.012.60 RE 1.012.60 RE 1.012.60 RE 1.012.60 RE 1.012.60 RE 1.010.00 RE 1.00.00 RE 1.00.00 RE 1.00.00	\$1.760.00 N\$2.50 160.00 R\$ 3 250.00 R\$ 3 (\$560.50 R\$ 5 75.00 R\$	R\$ 1.76 R\$ 1.76 R\$ 1.28 R\$ 1.28	R\$ 3.040.00	R\$ 160.00 R\$ 220.00 R\$ 220.00 R\$ 575.00 S 75.00 R\$ 75.00	R\$ 2.560.00 16 R\$ 160.00 R\$ 230.00 R\$ 675.00 R\$ 75.00	NS 4.480.00 28 R\$ 160.00 R\$ 230.00 R\$ 575.00 R\$ 75.00 R\$ 1.740.00	R\$ 3.360.00 21 R\$ 160.00 R\$ 230.00 R\$ 11250.00 R\$ 75.00 R\$ 1.740.00
14 100 12 100 13 100 14 100 15 100	Control Cont	American (100.00) R5 185.00 R5 185.0	HS 160.00 HS 230.00 HS 1.012.60 HS 1.280.00 HS 12.00.00 HS 22.040.00 HS 22.040.00 HS 170.00	11 150.00 R\$ 250.00 R\$ 550.00 R\$ 575.00 R\$ 1.3 120.00 R\$ 1.3 1.3 1.3 1.3 1.3 1.3 1.3 1.3 1.3 1.3	R\$ R\$ R\$ R\$ T.38	18 16.00 18 16.00 18 18 230.00 18 25.00 18 75.00	16 N\$ 160.00 N\$ 160.00 N\$ 160.00 N\$ 1.5 0.00 N\$ 1.740.00 N\$ 150.00	16 16 16 16 16 16 16 16 16 16	28 R\$ 160.00 R\$ 220.00 R\$ 220.00 R\$ 575.00 R\$ 75.00	21 RS 160.00 RS 230.00 RS 17.250.00 RS 75.00 RS 17.40.00 RS 17.40.00
The color of the	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	2 and dares) R5 F50 D0 R5 F50 D0 R5	NE 160.00	160.00 R\$ 220.00 R\$ 56 R\$ 56 R\$ 56 R\$ 5 R\$ 5 R\$ 5 R\$ 5 R	R\$ R	3 15000 3 15 23000 15 17500 16 17 74000	R\$ 160.00 R\$ 230.00 R\$ 675.00 R\$ 75.00 R\$ 1.740.00 R\$ 1.740.00	R\$ 160.00 4 R\$ 230.00 R\$ 675.00 9 R\$ 75.00	R\$ 160.00 R\$ 230.00 R\$ 675.00 F\$ 75.00 R\$ 1.740.00	R\$ 160.00 R\$ 230.00 R\$ 11.250.00 R\$ 75.00 R\$ 1.740.00
This column	Control complementation Control compleme	2 andare 5 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	250.00 R5 230.00 F 250.00 F 25	15 230.00 R5 23 R5 523 R5 562.00 R5 562.00 R5 562.00 R5 7 8 R5 1380 R5	60.00 R\$ 239.00 50 R\$ 562.50 5.00 R\$ 75.00 12 12	8 R\$ 230.00 R\$ 20.00 R\$ 8.50 R\$ 75.00 R\$ 8.50 R\$	N\$ 230.00 N\$ 675.00 S N\$ 675.00 S N\$ 1.740.00 N\$ 1.740.00 N\$ 1.740.00 N\$ N\$ N\$ N\$ N\$ N\$ N\$	R\$ 230.00 R\$ 675.00 B R\$ 75.00	R\$ 230.00 R\$ 675.00 S R\$ 75.00 R\$ 1.740.00	5 R\$ 11.250.00 R\$ 11.250.00 R\$ 75.00 R\$ 1.740.00
This color is 1900 to 18 1900 t	1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1.	2 and dares 1 1 1 1 1 1 1 1 1	250.00 HS 250.00 FS 250.00	(\$ 230.00 K\$ 23 (\$ 52.50 K\$ 552 (\$ 75.00 K\$ 7 (\$ 1.380.00 K\$ 1.380 (\$ 1.280.00 K\$ 1.380 (\$ 1.280.00 K\$ 1.380	0.00 R\$ 230.00 60 R\$ 562.50 6.500 R\$ 75.00 12	R\$ 230.00 R\$ E75.00 B B B F 75.00 R\$ 75.00	M\$ 5230.00 M\$ 675.00 S M\$ 675.00 S M\$ 1.740.00 M\$ M\$ M\$ M\$ M\$ M\$ M\$	NS 230.00 NS 675.00 9 NS 75.00 N\$ 1.740.00	M\$ 230.00 M\$ 675.00 9 M\$ 75.00 R\$ 1.740.00	R\$ 230.00 R\$ 11.250.00 R\$ 75.00 R\$ 1.740.00
The color of the	Column C	2 anderes 2 2 2 2 2 2 2 2 2	80.00 R\$ 120.00 P	K\$ 562.50 K\$ 562.50 K\$ 562.50 K\$ 5.50 K\$ 7.500 K\$ 1.500 K\$ 1.50	50 R\$ 562.50 5.00 R\$ 75.00 .00 R\$1.380.00	8 K\$ 75.00 9 K\$ 75.00 R\$1.740.00	R\$ 75.00 9 R\$ 75.00 R\$1.740.00	R\$ 675.00 9 R\$ 75.00 R\$ 1.740.00	R\$ 75.00 9 R\$ 75.00 R\$ 1.740.00	R\$ 11.250.00 150 R\$ 75.00 R\$ 1.740.00
The column The	Column C	2 and date 5 1 1 1 1 1 1 1 1 1	75.00 R5 75.00 R5 75.00 R5 120.00 R5 120.00 R5 120.00 R5 120.00 R5 120.00 R5 170.00 R5	65 75.00 R5 7 R\$1.380.00 R\$1.380 R\$12 R\$ 12 R\$12 R\$ T2	5.00 R\$ 75.00 .00 R\$ 1.380.00	8 0 R\$ 75.00 R\$ 1.740.00	R\$ 75.00 R\$ 1.740.00 R\$ 1.740.00	9 R\$ 75.00 R\$ 1.740.00	R\$ 75.00 R\$ 1.740.00	150 R\$ 75.00 R\$ 1.740.00
This color Thi	Column C	2 andaves)	75.00 RS 75.00 PS 1.300.00 PS 1.300.00 PS 1.300.00 PS 1.300.00 PS 1.300.00 PS 1.300.00 PS 1.700.00 PS	(\$ 75.00 N\$ 7 12 12 12 12 12 12 13 12 12	5.00 R\$ 75.00 .00 R\$ 1.380.00	N\$ 75.00	R\$ 75.00 R\$ 1.740.00 15 R\$ 120.00	R\$ 75.00 R\$1.740.00	N\$ 75.00 N\$ 1.740.00	R\$ 1.740.00
The column col	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	2 andares) (15 (15 (15 (15 (15 (15 (15 (15 (15 (15	20.00 R5 1380.00 F5 1380.00 F5 1380.00 F5 1380.00 F5 1380.00 F5 1780.00 F5 17	R\$ 1.380.00 R\$ 1.380 12 12 C\$ 120.00 R\$ 12	.00 R\$ 1.380.00	R\$ 1.740.00	15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 1	R\$ 1.740.00	R\$ 1.740.00 15	R\$ 1.740.00 15
This column	Part	2 andares) (5 5 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	22.00 R5 120.00 F 90.00 R5 2.040.00 F 170.00 R5 170.00 F	12 12 120.00 R\$ 12	- 12		15		51	15
This column	Part	2 and date = 2 and date = 3 and	90.00 R\$ 2.040.00 170.00 R\$ 170.00	20.00	200	cl.		15		
This can be compared by the	Particle 2 andares) 153 154 155	90.00 R\$ 2.040.00 F\$ 170.00 F\$								
The first column The first c	Part		170.00 R\$ 170.00 P	R\$ 3,230.00 R\$ 3,230	.00 RS 1.190.00	R\$ 2.890.00	R\$ 3.230.00	R\$ 3.230.00	R\$ 3.230.00	R\$ 4.080.00
This color	Color Colo		170.00 R\$ 170.00 F	-19	19	7	19	19	61	24
Harden Column	Position	N .	(\$ 170.00 R\$ 17	0.00 R\$ 170.00	D R\$ 170.00	R\$ 170.00	R\$ 170.00	R\$ 170.00	R\$ 170.00	
The color of the	Column C		50.00	5 450 00 85 450	5 BY 450 00	5 450 00 s	5 450 00	5 450 00	5 AGO 000	95.450.00
The Table The	Page 14 Page	Project Unidades Ng Maria Total Tota								
The color of the	Column C	Prego - Unidade x X GMAs Prego - Unidade x X	03 033 80	02 02 30	02 022 300 02	02 622 38	02 022 30	95 632 50	02 622 38	02 222 20
The first column The first c		Preço - Unidade Preço - Un	8 8	S S S S S S S S S S S S S S S S S S S	R R SOC. SOC.	R SOC.300	8	13	B Section 42	200.755
The Total Column The Total C		Registration lips 4 hive 2 media complexidade Registration	75.00 RS 75.00 F	15 75.00 RS 7	5.00 RS 75.01	0 RS 75.00	RS 75.00	RS 75.00	RS 75.00	RS 75.00
The column The	The first of the	Property				000		0000	60 6 60	0000
Heart Hear		Pingo - Unidade A 1988 September Pingo - Unidade Pingo - P	0.00 KB 0.00	K\$ 0.00	00.00 ¢M	K\$ 0.00	K\$ 0.00	K\$ 0.00	NA U.UU	00.0
REFORM R	Page 18 Page	No. 2016 190 4 nivel 3 (alta complexidade)	120.00 R\$ 120.00 F	120.00 R\$ 12	0.00 R\$ 120.00	D R\$ 120.00	R\$ 120.00	R\$ 120.00	R\$ 120.00	R\$ 120.00
The color The	The first state complexitation Herioga Holes and the States complexitation Herioga Holes and the States and									
The column The	The control of the	Fiego - Unidade Fiego - Un	0.00 M\$ 0.00	R\$ 0.00	00:00 €M	M\$ 0.00	M\$ 0.00	M\$ 0.00	00.0 ₹M	M\$ 0.00
The column The	Control Cont	The state Control Co	170.00 RS 170.00 F	170.00 RS 17	0.00 RS 170.00	D RS 170.00	RS 170.00	RS 170.00	RS 170.00	RS 170,00
The column The	The figure of	Newtock Unidades/Mas								
RESPONDED RESP	The complexity of the comple	R1	00:00 KS 1:800:00	00:008.T \$M	.00 K\$ 2.000.00	R\$ 1.800.00	R\$ 2.000.00	PR\$ 5:000:00	K\$ 2.000.00	H\$ 1.200.00
RESOLUTION RES	RESIDENCE FREEDOCK RESIDENCE RESID	The folial Lembrandinha nivel 2 (midia complexidade) 175 500 00 175 500.00 175 1.000 00 175 1.00	4.00 RS 4.00 F	450 RS	4.00 RS 4.00	450 RS 4.00	RS 4.00	RS 4.00	R\$ 4.00	4.00
Miles Proceeding Miles	The complexidate The complex	1								
Mail State Mai	Control of the complexidate Cont	- Vendas Umagaesimas Praço - Unidada 6.00 R\$ 6.00 R\$ 6.00 R\$ 6.00	:00:00 RS 2:700:00	R\$ 3,450,00 R\$ 3,000	.00 R\$ 600.00	R\$ 1.950.00	R\$ 2.400.00	R\$ 2.100.00	R\$ 1.350.00	R\$ 5.400.00
This nivel Stalis complexidate	Control of the complexitation Control of the control of the complexitation Control of the con		200 F 00 HS F 00	575 500 HS	200	225	200	350	522	200
Mail	The complexidate The complex									
No. 2 1.5 1.	CHECKARIST CHE	elta Total - Lembrancinha nivel 3 (alta complexidade) R\$ 0.00 R\$ 0.00 R\$ 0.00 R\$ 0.00	3.00 R\$ 21.000.00 F	15 10:000:00 RS 5:000	.00 R\$ 1.000.00	R\$ 10,000,00	R\$ 10.000.00	R\$ 10,000,00	R\$ 10,000,00	R\$ 9.000.00
No. CONTROL	Pretocal Unicidade (RS 2000 RS	20.05	20.00		30		500 RS 20.00	0	450	
	NET NOT COLOR NET NOT COLO									
H\$ 700.00	NET	00,00 RS 3,500,00	R\$ 2.800,000 R\$ 2.800	.00.007 RS 700.00	R\$ 2.800,00	R\$ 2,800,00	R\$ 4,200,00	RS 2,100,00	RS 1.400.000	
	ado GesMes		50.00 R\$ 700.00	H.5.	DO 45 700.00	R\$ 700.00	R\$ 700.00	RS 700.00	S 700.00	R\$ 700.00
	ados des Mas	J								
	de		500.00 5 6.500.00	M\$ 7.300.00 R\$ 6.900	350 R\$ 5.600.00	R\$ 6.700.00	R\$ 6.300.00	R\$ 6.700.00	R\$ 6.500.00	R\$ 15.900.00
			2.00 RS 2.00	R\$2.00 R\$2.0	R\$ 2.00	R\$ 2.00	R\$ 2.00	R\$ 2.00	R\$ 2.00	R\$ 2.00

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

Custos Variáveis - Ano 1

Control Cont	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
Column Comparison Comparison Comparison Column	TOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	R\$715,50	R\$961,50	R\$2.173,50	R\$6.758,50	R\$3.997,00	R\$3.147,00	R\$1.277,50	R\$4.635,00	R\$4.867,00	R\$5.019,00	R\$4.702,00	R\$5.678,50	R\$43.932,00
Comparison Com	Receita Total - Bolo tipo 1 nivel 1 (baixa complexidade)	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
No. 10.000 No. 10.0000 No. 10.000 No	- Vendas Unidades/Més	5	6	21	12	15	15	6	9 00 00	12	9 000	9 8 80	9	122
Column C	Receits Total - Bolo the 1 nivel 2 (media 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/Més	18	18	23	12	12	22	9	27	21	17	17	21	212
Column C	Custo - Unidade	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	R\$ 12,00	00000					
Column C	Neceita Total - Bolo upo 1 nivel 3 "aita complexidade)	.		34,00	34,00	34,00	34,00	.	324,00	450,00	324,00	324,00	324,00	1.362,00
Part December 2019 Part	Custo - Unidade	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	RS 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	E\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	201
Comparison Com	Receita Total - Bolo tipo 2 nivel 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	337,50	1.305,00
	- Vendas Unidades/Més Custo - Unidade	5 RS 15 00	5 R\$ 15.00	5 R\$ 15.00	5 RS 15 00	6 RS 15 00	6 RS 15 00	5 RS 15 00	12 RS 15 00	6 RS 15 00	6 RS 15 00	6 RS 15 00	23 R\$ 15.00	87
Column C	Receits Total - Bolo tipo 2 nivel 2 (média complexidade)	108:00	108.00	162.00	297.00	216.00	216.00	135.00	423.00	477.00	477.00	477.00	477.00	3.573.00
Column C	- Vendas Unidades/Més	9	9	6	41	12	12	80	24	27	27	27	27	66)
State Stat	Custo - Unidade	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00						
Comparison Com	Receita Total - Bolo tipo 2 nivel 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
Part	- Vendas Unidades/Més Custo - Unidade	- R\$ 26.00	- R\$ 26.00	8 R\$ 26.00	8 R\$ 26.00	8 R\$ 26.00	13 R\$ 26.00	5 R\$ 26.00	13 R\$ 26.00	13 R\$ 26.00	13 R\$ 26.00	16 R\$ 26.00	21 R\$ 26.00	118
Column C	Vendas unidades de bolo			. 2 %	2 5	2 10	ຄຸ	- 4		ຄຸ		4 6	G	
Column C	Receits Total - Bolo tipo 3 nivel 1 (balxa 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
Part	- Vendas Unidades/Més	6	m	2	+	9	9	9	9	9	9	9	9	63
Page	Custo - Unidade	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00						
Page	Recelta Total - Bolo tipo 3 nivel 2 (média complexidade)	00'09	00'09	90,00	00'06	90,00	90,00	00'09	150,00	150,00	150,00	150,00		1.290,00
Part	- Vendas Unidades/mes Custo - Unidade	3 R\$ 20,00	3 R\$ 20,00	R\$ 20,00	S 20,00	R\$ 20,00	S 20,00	5 R\$ 20,00	8 R\$ 20,00	R\$ 20,00	8 R\$ 20,00	R\$ 20,00		ß
Column C	Recelta Total - Bolo tipo 3 nivel 3 (alta complexidade + 2 andares)			246,00	436,00	682,00	682,00	246,00	492,00	682,00	682,00	682,00	l	5.702,00
Column C	- Vendas Unidades/Més			7	12	19	19	7	14	19	19	- 19		159
Second Part Data complexidade Second	Custo - Unidade Vandas unidadas da bolo	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00							
State Stat	Prego - andar	200	200	. 09	50	200	20.	20	909	200	200	20		
Columbia Numbria Columbia Nu	Recelta Total - Bolo tipo 4 nivel 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
Page	- Vendas Unidades/Més	3	3	2 2	2 2	2	2 2 2	5 60	3	3000	3	3	3	30
Columbia Complexidade Columbia Columbia Complexidade Columbia Complexidade Columbia Complexidade Columbia Complexidade Columbia Complexidade Columbia Columbia Complexidade Columbia Complexidade Columbia Columbia Columbia Complexidade Columbia Colu	Receits Total - Bolo tino 4 nivel 2/média complexidade)	nn'oi év	on'ol ev	on'ol eu	no or ev	10,00	nn'oi eu	00'01 eV	nn'ol ev	00'01 &	on'or ev	00'01 ex	na'ol eu	
Color Colo	- Vendas Unidades/Més			ŀ					ŀ		ŀ			
Pack Mark State complexidates Pack State Com	Custo - Unidade	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00	R\$ 25,00						
R\$28.00 R\$28.00 <t< th=""><th>Recelta Total - Bolo tipo 4 nivel 3 (alta complexidade)</th><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th></t<>	Recelta Total - Bolo tipo 4 nivel 3 (alta complexidade)													
Table Tabl	- Vendas Unidades/Mes Custo - Unidade	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	•					
Operation Plant (a) Time (b) Time		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
Continue	- Vendas Unidades/Més	200	200	200	150	150	150	200	250	200	200	200	200	2.300
des/Més Fig. 080 R\$ 0,20 <	Receits Total - Lembrancinha nivel 2 (média complexidade)	0000	00'0 4	000	360.00	180 00	180.00	32.00	220,00	220.00	180 00	180 00	720.00	2 272 00
Column C	- Vandas Unitiadas/Más		 	.	450	225	225	40	275	275	225	225	006	2 840
ancilina nivel 3 (alta complexidade) 3.600,00 1.125,00	Custo - Unidade	R\$ 0,80	R\$ 0,80	E\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	R\$ 0,80	200					
cycles/Més FR5 4.50	-				3.600,00	1.125,00			1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	10.350,00
contiones - 210,00 630,00 1,050,00 840,00 840,00 210,00 630,00 1,050,00 630,00 210,00 630,00 630,00 630,00 420,00 630,0	- Vendas Unidades/Més Custo - Unidade	- R\$ 4 50	- RS 4 50	RS 4.50	800 RS 4 50	250 RS 4.50	- RS 4 50	- RS 4 50	250 RS.4.50	250 RS 4.50	250 R\$.4.50	250 RS 4.50	250 RS 4 50	2.300
desimilar desimilar de de desimilar de de desimilar de de	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/Més Decent Indiade	- 240	1 210	5,000	5	4 000	4 010		3	. F	310	33	2 2	34
		24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	

Custos Variáveis - Ano 2

County	CUSTOS VARIÁVEIS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês OG	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 2
	TOTAL CUSTOS VARIAVEIS	R\$1,753.50		R\$2 253 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\$4 900 00	R\$8 270 50	R\$53 291 00
Manufaction	Receits Total - Bolo floo 1 plyel 1 /balve complexided	00 831		108 00	192 00	264.00	264.00	168 00	144.00	00 36	120.00	48.00	48.00	1 848 00
10.000 1.0000 1	- Vendas Unidades/Més	21	21	21	24	33	33	21	18	12	15	9	40,00	231
1.00 1.00	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	
Part	Receits Total - Bolo tipo 1 nivel 2 (média complex	00 026	270 00	270 00	288 00	384 00	384.00	270 00	318 00	252 00	252 00	252 00	252 00	3 462 00
1995 1995	- Vendas Unidades/Més	23	23	23	24	32	32	23	27	21	21	21	21	289
Part	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	
Part	Receita Total - Bolo tipo 1 nivel 3 *aita complexid	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	324,00	450,00	504,00	324,00	324,00	2.304,00
Column C	- Vendas Unidades/Mēs	8	e :	r	2	e :	8	n	18	25	28	18	18	128
National Place 187, 187, 187, 187, 187, 187, 187, 187,	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	
Part	Recelta Total - Bolo tipo 2 nivel 1 (balxa complexidad	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
Column C	- Vendas Unidades/Mes	9 00	5 6 6	5 5	0 0	9 64 64	9 00	5 6 6	12	12	12	12	5 5 5	105
18.00 18.0	Custo - Unidade	NS 15,00	R\$ 15,00	15,00	R\$ 15,00	N\$ 15,00	NS 15,00	R\$ 15,00	NS 15,00	N\$ 15,00	N\$ 15,00	N\$ 15,00	R\$ 15,00	
Part	Receita Total - Bolo tipo 2 nivel 2 (media complex	162,00	162,00	162,00	297,00	612,00	342,00	162,00	423,00	531,00	531,00	531,00	477,00	4.392,00
Control Cont	- Vendas Umdades/Wes Custo - Unidade	9 RS 18.00	R\$ 18.00	BS 18.00	17 RS 18.00	RS 18.00	19 RS 18.00	R\$ 18.00	24 RS 18.00	30 R\$ 18.00	30 R\$ 18:00	30 RS 18.00	27 RS 18.00	244
Part	Receita Total - Bolo tipo 2 nivel 3 (alta complexid	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
Part	- Vandas Unidadas/Mās	8000	8	80,004	11	8	13	8	16	13,00	13	16	21	143
	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	
	Vendas unidades de bolo	2	7	2	8	2	9	2	8	e !	8	4	5	
State Stat	-1	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	
Column C	-	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
	- Vendas Umdades/Mēs Custo - Unidade	9 18 00 ST SM	5 84 18 00	5 RS 18 00	11 R\$ 18 00	5 85 18 00	5 RS 18 00	5 84 18 00	6 18 00	6 85 18 00	6 R\$ 18 00	6 RS 18 00	150 RS 18 00	212
Page	Receits Total - Bolo floo 3 plyal 2 /média complexidad	00'06	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
Page 2016 Page	- Vandas Unidadas/Mās	90,00	50,00	50,00	90,00	50,00	90,00	50,00	80,000	e0	80,000	e e	8	69
Rigidation Rig	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	
Accordant Alloway R5 28,07 F8 28,00 F8 28,00 <th>Receita Total - Bolo tipo 3 nivel 3 (alta complexidade</th> <th>246,00</th> <th>246,00</th> <th>246,00</th> <th>436,00</th> <th>682,00</th> <th>682,00</th> <th>246,00</th> <th>626,00</th> <th>682,00</th> <th>682,00</th> <th>682,00</th> <th>872,00</th> <th>6.328,00</th>	Receita Total - Bolo tipo 3 nivel 3 (alta complexidade	246,00	246,00	246,00	436,00	682,00	682,00	246,00	626,00	682,00	682,00	682,00	872,00	6.328,00
Parabel Parabel Parabel Parabel Parabel Parabel Parabel Parabel Parabe Pa	- Vendas Unidades/Mēs	4		7	12	19	19	7	41	19	19	19	24	176
Page 50 Page	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	
27.00 27.00 <th< th=""><th>Draws unidades de Dolo</th><th>- 05</th><th>. 03</th><th>- 05</th><th>2 02</th><th>2 05</th><th>2 02</th><th>_ 05</th><th>2 02</th><th>, c</th><th>ິດເ</th><th>, c</th><th>4 0</th><th></th></th<>	Draws unidades de Dolo	- 05	. 03	- 05	2 02	2 05	2 02	_ 05	2 02	, c	ິດເ	, c	4 0	
Columbia Complexidade Columbia Columbi		00 20		22 00	02.00	22.00	27 00	27.00	00 000	200	444.00	24.00	24.00	002.200
Page		00,12		21,000	21,00	21,00	00,12	21,00	162,00	34,00	144,00 8	34,00	34,00	657,00
Page 2000 Page	Custo - Unidade	E\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	E\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	F\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	R\$ 18,00	5
Page 800 Page 50 Pag	Recelta Total - Bolo tipo 4 nivel 2(média complexidad												-	
State Stat	- Vendas Unidades/Més						ļ.							.
Page	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	
Accoration Properties Pro	Receita Total - Bolo tipo 4 nivel 3 (alta complexidade)	'												
Parametrina nivel Table	- vendas Umdades/mes 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	RS 28.00	
Second	Receita Total - Lembrancinha nivel 1 (balxa complexion	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
State FFS 0.60 FFS 0.60 <t< th=""><th>- Vendas Unidades/Mēs</th><th>200</th><th>200</th><th>200</th><th>150</th><th>150</th><th>150</th><th>200</th><th>250</th><th>200</th><th>450</th><th>200</th><th>200</th><th>2.550</th></t<>	- Vendas Unidades/Mēs	200	200	200	150	150	150	200	250	200	450	200	200	2.550
Parametrina nivel 2 (media complex) Parametrina nivel 2 (media complex) Parametrina nivel 2 (media complex) Parametrina nivel 3 (media com	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	
Jacks Miles 100 450 675 500 750 <th< th=""><th>Receita Total - Lembrancinha nivel 2 (média complexi</th><th>•</th><th></th><th>80,00</th><th>360,00</th><th>460,00</th><th>400,00</th><th></th><th>260,00</th><th>320,00</th><th>280,00</th><th>180,00</th><th>720,00</th><th>3.060,00</th></th<>	Receita Total - Lembrancinha nivel 2 (média complexi	•		80,00	360,00	460,00	400,00		260,00	320,00	280,00	180,00	720,00	3.060,00
Province	- Vendas Unidades/Mēs	-		100	450	575	200		325	400	350	225	006	3.825
Diametrina nivel 3 (alta complexida 1.125,00 1.12		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	
Acadesinides Frs 4.50	inha nivel 3 (alta				3.600,00	1.125,00			1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	10.350,00
1	- Vendas Unidades/Més	B8.4.50	. 96.4.50	. 25	800	250	B& 4 50	. 25	250	250	250	250	250	2.300
Alades/Mes 1 1 3 5 4 4 4 4 4 6 3 2 Jades/Mes 210 <td< th=""><th>Fuento Infentil com moniforce</th><th>00'016</th><th>210.00</th><th>630.00</th><th>1 050 00</th><th>840.00</th><th>840.00</th><th>210.00</th><th>8.40.00</th><th>840.00</th><th>1 260 00</th><th>00'00'</th><th>420.00</th><th>7 980 00</th></td<>	Fuento Infentil com moniforce	00'016	210.00	630.00	1 050 00	840.00	840.00	210.00	8.40.00	840.00	1 260 00	00'00'	420.00	7 980 00
Jacobs State	Vande Unidede Mile	00,012	20,01	20,000	20000	40,00	4	20,01	40,00	4	00,002.1	00,000	20,024	38
	Preco - Unidade	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	8
		1	2		2		2	2	2	2		2		

Custos Variáveis - Ano 3

Custos variaveis - fairo s													
CUSTOS VARIAVEIS	Mes 01	Mës 02	Mes 03	Mës 04	Mēs 05	Mes 06	Mës 07	Mes 08	Mēs 09	Mës 10	Mes 11	Mēs 12	Total Ano 3
TOTAL CUSTOS VARIAVEIS	R\$1.971,75	R\$1.971,75	R\$2.491,75	R\$8.177,00	R\$5.714,75	R\$4.159,75	R\$1.971,75	R\$6.038,25	R\$6.000,75	R\$6.788,50	R\$5.532,00	R\$9.509,25	R\$60.327,25
Receita Total - Bolo tipo 1 nível 1 (baixa complexidad	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	8 60	8 6	231
Pacaita Total - Bolo tino 1 nivel 2 (média complex	303 9,00	203 250 203 75	203 75	324.00	A32 00	73 9,00	203 275	257 75	783 50	783 50	783 50	283 50	2 894 75
Vandes Unidede Mås	23	23	200,13	24,20	32	32	22	27.100	20,002	200,000	20,00	20,00	286
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	222
Receita Total - Bolo tipo 1 nível 3 *alta complexid	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/Mēs Custo - Haidade	3	300000	3 00 30	3	300000	30 00 00	30000	18	25	28	18	18	128
Receits Total - Bolo tino 2 nivel 1 (haive complexided	74.25	74.25	74.25	74.25	00 00	99.00	74.25	198 00	198 00	198 00	198 00	274.25	1 732 50
- Vendas Unidades/Mês	5	2,47	5.5	5.5	80,55	9,50	5	120,000	120,00	120,00	12	23	105
Ousto - Unidade	RS 16.50	R\$ 16.50	R\$ 16.50	R\$ 16.50	R\$ 16.50	RS 16.50	R\$ 16.50	R\$ 16.50	RS 16.50	RS 16.50	R\$ 16.50	R\$ 16.50	2
Receita Total - Bolo tipo 2 nível 2 (média complex	180,00	180,00	180,00	330,00	00'089	380,00	180,00	470,00	290,00	290,00	590,00	530,00	4.880,00
- Vendas Unidades/Mēs Custo - Unidade	00 UC SE	9 8 20 00	00 UC SH	17 R\$ 20 00	34 R\$ 20 00	19 RS 20 00	9 00 00 88	24 R\$ 20 00	30 RS 20 00	30 B\$ 20 00	30 B\$ 20 00	27 RS 20 00	244
Receita Total - Bolo tipo 2 nível 3 (alta complexid	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	
Vendas unidades de bolo Preco - andar	25	25.2	25	25 3	25.2	35	25.2	25.55	. 25 . 35	25 3	25.4	25	
Receita Total - Bolo tipo 3 nível 1 (baixa complexidad	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	ю	2	2	11	5	ю	က	8	8	9	9	150	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	
Receita Total - Bolo tipo 3 nivel 2 (media complexidad	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/Mes Custo - Unidade	R\$ 22.00	5 R\$ 22.00	5 R\$ 22.00	5 R\$ 22.00	5 R\$ 22.00	R\$ 22.00	5 R\$ 22.00	R\$ 22.00	R\$ 22.00	R\$ 22.00	8 R\$ 22.00	R\$ 22.00	3
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	739.00	944.00	6.856.00
- Vendas Unidades/Mes	7	_	,	12	19	19	,	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					
Preco - andar	20	20	20	205	205	20	20	ິ05	202	ິ05	ິ05	20	
Receita Total - Bolo tipo 4 nível 1 (baixa complexidad	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 20	2	2	2 2 20	2 24 00	6 54 66	3	8 60	3	3	37
Persist Total Bala time 4 minut 2/minutes communication	00,12 ¢.7	U0,12¢A	N. 12 ¢7	U0,12 &7	N. 2 4.00	00,12 ¢Z	UU,12 &7	N. 1.2 & N	U0,12 &7	00,12¢7	U0,12 &7	U0,12 &7	
:/Wes		ŀ	1	1	1		1	1	1	1	1	Ī	
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	
Receita Total - Bolo tipo 4 nível 3 (alta complexidade)									,			,	
- Vendas Unidades/Mēs Outro - Unidade	- BS 31 00	. BS 31 00	R\$ 31 00	P\$ 31 00	R\$ 31 00	- BS 31 00	- B\$ 34 00	R\$31.00	- BS 31 00	PS 34 00	R\$ 31 00	RS 31 00	
Receita Total - Lembrancinha nível 1 (baixa complexion	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 Receita Total - Lembrancinha nivel 2 (média complex	R\$ D.SO	NS U.SU	400.00	450.00	75 00 575 00	500 00 00 S	UR'N CH	225.00	400 00	350.00	225.00	900.00	3 825 00
Vondar Phidader Mich			100	450	929	5000		306	400	350	300	000	2005
- Vendas Omdabesimes Custo - Unidade	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00	3/5 R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00	325 R\$ 1,00	R\$ 1,00	350 R\$ 1,00	R\$ 1,00	800 R\$ 1,00	3.023
Receita Total - Lembrancinha nivel 3 (alta complexida				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 Custo - Unidade	R\$ 5.40	- R\$ 5.40	RS 5.40	800 RS 5.40	250 R\$ 5.40	R\$ 5.40	RS 5.40	250 RS 5.40	250 R\$ 5.40	250 R\$ 5.40	250 R\$ 5.40	250 R\$ 5.40	2.300
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	-	Э	5	4	4	-	4	4	9	9	2	38
Prego - Unidade Fonte: Os autores	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	

Custos Variáveis - Ano 4

CUSTOS VARIÁVEIS	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	M6s 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	M8s 12	Total Ano 4
TOTAL CUSTOS VARIAVEIS	R\$2.601,75	R\$2.601,75	R\$3.121,75	R\$9.017,00	R\$6.624,75	R\$4.999,75	R\$2.601,75	R\$7.035,75	R\$6.963,25	R\$7.803,50	R\$6.459,50	R\$12.239,25	R\$72.069,75
Receita Total - Bolo tipo 1 nivel 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.Més Custo - Unidade	21 RS 9 00	21 RS 9 00	21	24 RS 9 00	33	33 R\$ 9 00	21 RS 9.00	18 R\$ 9 00	12 RS 9 00	15 RS 9 00	9 85 9 00	9 8 9 00	231
Receita Total - Bolo tipo 1 nivel 2 (média complexidade)		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.Més Custo - Unidade	23 RS 13.50	23 RS 13 50	23 R\$ 13.50	24 RS 13 50	32 RS 13 50	32 RS 13.50	23 RS 13 50	27 R\$ 13.50	21 RS 13 50	21 RS 13.50	21 RS 13.50	21 RS 13.50	289
Receita Total - Bolo tipo 1 nivel 3 *alta complexidade)		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/Més Custo - Unidade	3 R\$ 20.25	3 RS 20.25	3 R\$ 20.25	3 R\$ 20.25	3 R\$ 20.25	3 R\$ 20.25	3 RS 20.25	18 R\$ 20.25	25 R\$ 20.25	28 R\$ 20.25	18 R\$ 20.25	18 RS 20.25	128
Recelta Total - Bolo tipo 2 nivel 1 (baixa complexidade)	74,25	74.25	74,25	74,25	99.00	99,00	74.25	198,00	198,00	138.00	198,00	371,25	1.732,50
- Vendas Unidades/Més	5	5 20	5	5	9 46 60	98 46 50	5	12	12	12	12	23	105
Receits Total - Bolo tipo 2 nivel 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	530.00	4.880.00
- Vendas UnidadesMés		6	6	17	34	10	6	24	8	8	S S	27	244
Custo - Unidade Receita Total - Bolo tho 2 nivel 3 (alta complexidade + 1 andar)	282,00	282.00	282.00	394.00	R\$ 20,00	452.00	282.00	589.00	452.00	452.00	564.00	734.00	5.047.00
- Vendas UnidadesMés		0	8	Ξ	8	13	80	16	13	13	16	21	143
Custo - Unidade Vendas unidades de bolo	R\$ 29,00	R\$ 29,00 5	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00							
Preço - andar Bososto Total Bolo des O abral 4 Bolos commissionados	25	22	25	25	52 52	52	52 52	22	25	52 52	25	25	2 444 50
Necesta Total - Boto upo 3 mver 1 (batxa comprezidade) - Vendas Unidades.Més	34,30	00,40	34,30	11	34,50	34,30	00' t 0	9	128,00	9	128,00	3.130,00	212
Custo - Unidade	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00	R\$ 21,00							
Receita Total - Bolo tipo 3 nivel 2 (média complexidade)	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	00'66	99,00	165,00	165,00	165,00	165,00	165,00	1.518,00
- Vendas Unidades/Més Custo - Unidade	5 R\$ 22.00	8 R\$ 22.00	8 R\$ 22.00	8 R\$ 22.00	8 R\$ 22.00	8 RS 22.00	69						
Recelta Total - Bolo tipo 3 nivel 3 (alta complexidade + 2 andares)	267,00	267,00	267,00	472,00	739,00	739,00	267,00	677,00	739,00	739,00	739,00	944,00	6.856,00
- Vendas Unidades/Més Custo - Unidade	7 RS 31 00	7 RS 31.00	7 R\$.31.00	12 RS 31.00	19 RS 31.00	19 RS 31.00	7 RS 31.00	17 R\$ 31.00	19 RS 31.00	19 RS 31.00	19 R\$ 31 00	24 RS 31.00	176
Vendas unidades de bolo	-	-	-	2	"	"	-	"	e .	" ·		4	
Preço - andar	٠,	20	20	90	90	90	90	20	90	20	90	90	
Recelta Total - Bolo tipo 4 nivel 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/mes Custo - Unidade	2 R\$ 21,00	2 R\$ 21,00	2 R\$ 21.00	2 R\$ 21,00	2 R\$ 21,00	Z R\$ 21,00	2 R\$ 21,00	R\$ 21,00	5 R\$ 21,00	8 R\$ 21,00	S R\$ 21,00	5 R\$ 21,00	31
Recelta Total - Bolo tipo 4 nivel 2(media complexidade)												-	
- Vendas Unidades:Més Custo - Unidade	- R\$ 27.50	RS 27.50	R\$ 27.50	- R\$ 27.50	- R\$ 27.50	- R\$ 27.50	RS 27.50	R\$ 27.50	R\$ 27.50	R\$ 27.50	- R\$ 27.50	RS 27.50	
Receita Total - Bolo tipo 4 nivel 3 (alta complexidade)													
- Vendas Unidades.Més Custo - Unidade	- RS 34 00	- RS 34 00	- RS.31.00	- RS 34 00	- RS.31.00	- RS 31 00	- RS 31 00	- R\$.31.00	RS 31 00	- RS 34 00	- RS 34 00	- RS 31 00	
Receits Total - Lembrancinha nivel 1 (baixa complexidade)		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 UnidadesMés Cucho - Haidade	C1 -	200	200	150	150	150	200	250	200	450	200	200	2.550
Receita Total - Lembrancinha nivel 2 (média complexidade)			100,00	450,00	575,00	200,00		325,00	400,00	350,00	225,00	900,00	3.825,00
- Vendas Unidades.Més Custo - Unidade	- R\$ 1.00	- RS 1,00	100 R\$ 1.00	450 R\$ 1,00	575 R\$ 1.00	500 R\$ 1.00	- RS 1.00	325 R\$ 1.00	400 RS 1.00	350 R\$ 1.00	225 R\$ 1.00	900 RS 1.00	3.825
Recelta Total - Lembrancinha nivel 3 (alta complexidade)	1 1			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/Més Custo - Unidade	- R\$ 5.40	- RS 5,40	- R\$ 5.40	800 R\$ 5,40	250 R\$ 5.40	- R\$ 5.40	- RS 5.40	250 R\$ 5.40	250 R\$ 5.40	250 R\$ 5.40	250 R\$ 5.40	250 RS 5.40	2.300
Evento Infantii 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.Mēs	1	1	0	5	4	4	1	4	4	9	9	2	38
Preço - Unidade		R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00						
Receita total bem casado	630,00	630,00	630,00	840,00	910,00	840,00	630,00	997,50	962,50	1.015,00	927,50	2.730,00	11.742,50
- Vendas Unidades/Més Preco - Unidade	1.260 R\$ 0.50	1.260 R\$ 0.50	1.260 R\$ 0,50	1.680 R\$ 0,50	1.820 R\$ 0.50	1.680 R\$ 0.50	1.260 R\$ 0.50	1.995 R\$ 0,50	1.925 R\$ 0.50	2.030 R\$ 0.50	1.855 R\$ 0,50	5.460 R\$ 0.50	23.485

Fonte: Os autores

Custos Variáveis - Ano 5

CUSTOS VARIÁVEIS	Mês 01	Més 02	Més 03	Mês 04	Més 05	Més 06	Més 07	Mês 08	Mês 09	Mēs 10	Mēs 11	Mês 12	Total Ano 5
TOTAL CUSTOS VARIAVEIS	R\$4.984,75	R\$4.984,75	R\$5.794,75 R\$13.723,25 R\$11.444,75	4\$13.723,25		R\$9.613,50	R\$5.794,75	R\$10.811,25	R\$10.676,75	R\$11.804,25	R\$5.794,75 R\$10.811,25 R\$10.676,75 R\$11.804,25 R\$10.745,75 R\$16.146,50	R\$16.146,50	R\$116.525,00
Receita Total - Bolo tipo 1 nivel 1 (baixa complexidade)	210,00	210,00	210,00	240,00			210,00	180,00	120,00	150,00	60,00	00'09	2.310,00
- Vendas Unidades/Més Custo - Unidade	21 RS 10:00	21 R\$ 10.00	21 RS 10.00	24 RS 10.00	33 R\$ 10.00	33 RS 10.00	21 RS 10:00	18 RS 10.00	12 RS 10.00	15 RS 10.00	6 RS 10.00	6 RS 10.00	231
Receita Total - Bolo tipo 1 nivel 2 (média complexidade)	405,00	405,00	405,00	450,00	570,00	570,00	405,00	420,00	315,00	315,00	315,00	315,00	4.890,00
- Vendas Unidades/Mēs	27	27	27	30	38	38	27	28	21	2.	21	21	326
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	
Receita Total - Bolo tipo 1 nivel 3 *alta complexidade)	517,50	517,50	517,50	517.50	517.50	517.50	517,50	630.00	630,00	855,00	630.00	562,50	6.930.00
- Vendas Unidades/Més Custo - Indiade	23 R\$ 22 50	23 Rt 22 50	23 RS 22 SII	23 Rs 22 50	23 Rt 22 50	23 RS 22 50	23 R\$ 22 50	28 RE 22 50	28 R\$ 22 50	38 R\$ 22 50	28 Rt 22 50	25 RS 22 50	308
Receita Total - Bolo tipo 2 nivel 1 (baixa complexidade)	135,00	135.00	135.00	135.00	162.00	162.00	135.00	270.00	270.00	270.00	270.00	405,00	2.484.00
- Vendas Unidades/Més	80	80	80	8	σ	o	8	15	15	15	15	23	138
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	
Recelta Total - Bolo tipo 2 nivel 2 (media complexidade)	330,00	330,00	550,00	616,00	1.100,00	770,00	550,00	616,00	682,00	682,00	682,00	583,00	7.491,00
- vendas unidades/mes Custo - Unidade	15 R\$ 22,00	15 R\$ 22,00	25 R\$ 22,00	28 R\$ 22,00	50 R\$ 22,00	35 R\$ 22,00	25 R\$ 22,00	28 R\$ 22,00	51 R\$ 22,00	51 R\$ 22,00	31 R\$ 22,00	27 R\$ 22,00	341
Receita Total - Bolo tipo 2 nivel 3 (alta complexidade + 1 andar)	438,25	438,25	438,25	438,25	438,25	627,00	438,25	780,50	627,00	627,00	1.126,00	815,75	7.232,75
- Vendas Unidades.Mēs	11	11	11	11	11	16	11	19	16	16	28	21	182
Vendas unidades de bolo	32,00	00'30 a	30,400	00.25. sp.	S. S.	4	8	9	4	7 7	8	5	
Prego - andar Beseits Total - Bolo the 9 atual 4 (belve complexidade)	169 75	168 75	168 75	29	168 75	168 76	169 75	200 50	29	202 50	29	3 375 00	5 504 95
Necetta Total - Boto tipo 3 IIIVet T (batxa complexidade)	8	8	160,73	303,73	160,13	160,73	160,13	202,30	06,202	06,202	202,30	3.373,00	5.50 1.65
Custo - Unidade	R\$ 22,50	R\$ 22,50	R\$ 22,50	R\$ 22,50	R\$ 22,50	RS 22,50	R\$ 22,50	R\$ 22.50	FS 22,50	R\$ 22,50	R\$ 22.50	RS 22,50	247
Receita Total - Bolo tipo 3 nivel 2 (média complexidade)	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	348,00	348,00	348,00	348,00	348,00	3.672,00
- Vendas Unidades.Mēs Cueto - Holdade	12 Ps 24 00	12 B¥ 24 00	12 R\$ 24 00	12 Rs 24 00	12	12 BS 24 00	12 R5 24 00	15	15	15	15 R5 24 00	15 PS 24 00	153
Receita Total - Bolo tipo 3 nivel 3 (alta complexidade + 2 andares)	295,50	295,50	295,50	523,00	818,50	818,50	295,50	750,50	818,50	818,50	818,50	1.046,00	7.594,00
- Vendas Unidades/Més	7	7	7	12	19	19	7	11	19	19	19	24	176
Custo - Unidade	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	R\$ 34,00	
Prego - andar	- 28	- 82	- 28	282	28.	28	- 28	283	28	28.	ິ 86	58	
Receita Total - Bolo tipo 4 nivel 1 (baixa complexidade)	168,75	168,75	168,75	168,75	168,75	168,75	168,75	168,75	168,75	281,25	168,75	101,25	2.070,00
- Vendas Unidades.Mēs	8 00	8 00 00	8 00 00	8 00 00	8 00 00	8 66 66	8 00 00	8 66 66	8 00 00	13	8 65 65	5	92
Custo - Unidade Receita Total - Rolo fino 4 nivel 2/média complexidade)	K\$ 22,50	K\$ 22,50	K\$ 22,50	K\$ 22,50	K\$ 22,50	K3 22,50	K3 22,50	K\$ 22,50	K3 22,30	K\$ 22,50	K\$ 22,3U	K\$ 22,50	
- Vendas Unidades/Mes	ŀ	ŀ					ŀ	ŀ					
Custo - Unidade	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	
Receita Total - Bolo tipo 4 nivel 3 (alta complexidade)												,	
Custo - Unidade	R\$ 34.00	R\$ 34.00	RS 34,00	R\$ 34.00	RS 34.00								
Receita Total - Lembrancinha nivel 1 (baixa complexidade)	360,00	360,00	360,00	540,00	540,00	540,00	00'009	540,00	00'009	900,000	600,00	360,00	6.300,00
- Vendas Unidades/Més Custo - Unidade	300 RS 1.20	300 R\$ 1.20	300 RS 1.20	450 RS 1.20	450 R\$ 1.20	450 RS 1.20	500 R\$ 1.20	450 RS 1.20	500 RS 1.20	750 R\$ 1.20	500 R\$ 1.20	300 RS 1.20	5.250
Receita Total - Lembrancinha nivel 2 (media complexidade)	120,00	120,00	240,00	240,00	00,069	00'009	120,00	390,00	480,00	420,00	270,00	1.080,00	5.070,00
- Vendas UnidadesMēs	100	100	200	450	575	200	100	325	400	350	225	006	4.225
Custo - Unidade Decette Total - I embrandinha place 9 ante complexidades	R\$ 1,20	K\$ 1,20	K\$ 1,20	R\$ 1,20	2 000 00	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	R\$ 1,20	3 000 00	% 1,20	R\$ 1,20	00 000 36
Necetta Total - Lembrandina myer 3 (ana comprexidade)	1	1	1	1.050	3.000,00	00,000.1	900,000	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	450	4 300
Custo - Unidade	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	SS 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	SS 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	4.500
Evento infantii 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 UnidadesMēs	- :	- 5	e (2	4 5	4	- 55	4 5	4	9	8	2	38
Preço - Unidade	R\$ 210,00	R\$ 210,00	K\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	K\$ 210,00	R\$ 210,00	R\$ 210,00	K\$ 210,00	R\$ 210,00	000000
Receita total bem casado	1.350,00	1.350,00	7.000,00	1.625,00	1.825,00	2.450	2 000	2 250	1.575,00	1.675,00	1.625,00	3.975,00	21.200,00
Preco - Unidade	RS 0.50	RS 0.50	RS 0.50	5.23U	S.050	RS 0.50	Z.000	85.0.50	S. 130	85.050	5.230 R\$ 0.50	RS 0.50	47.400
Fonte: Os autoras					i								

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

RECEITA - PROJEÇÃO	Allquofa	Mês 01	Mås 02	Mês 03	Mås 04	Mås 05	Mês 06	Mås 07	Mês 08	Mås 03	Mås 10	M8s 11	Mås 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	26.955,00	48.697,50	296.405,01
Total Imposto		520,39	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	17.191,4
Recelta 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	26.955,00	48.697,50	296.405,00
Total Imposto - Serviço		520,59	667,15	800,55	1.388,97	1.611,53	1.267,59	667,15	1.689,54	1.708,10	1.882,10	1.563,39	2.824,46	17.191,4
Imposto ISS (5%)	%0													'
Imposto ICMS (18%)	%0													•
Simples (Falxa 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	17.191,4

Imposto Produto - Ano 2	o - Ano	2												
RECEITA - PROJEÇÃO	Allquota	Mds 01	Mås 01 Mås 02 Mås	Mås 03	Més 04	Mds 05	Més 06	Mês 07	Més 08	Mês 03	Mås 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 2
Receita Bruta - Total		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
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	1,769,04	11.977,20
Receita Total		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
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	1.769,04	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	1.769,04	11.977,20
Fonte: Os autores														

Imposto Produto - Ano 3	to - Ano													
RECEITA - PROJEÇÃO	Aliquota	Mês 01	Mês 02 N	Mås 03	Mås 04	Mds 05	Mês 06	Mds 07	Més 08	Mês 09	M é s 10	Mds 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	8.382,50	25.140,00	25.600,00	28.390,00	23.245,00	37.777,50	251.955,00
Total Imposto		520,39	520,99	654,39	1.734,09	1.400,41	1.072,71	520,39	1.458,12	1.484,80	1.646,62	1.348,21	2.191,10	14.613,39
Receita Total		8.982,50	8.582,50	11.282,50	30.932,50	24.145,00	18.495,00	8.382,50	25.140,00	25.600,00	28.390,00	23.245,00	37.777,50	251.955,00
Total Imposto - Serviço		520,39	520,39	654,39	1.794,09	1,400,41	1.072,71	520,39	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 (Falxa 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
1														

Imposto Produto - Ano 4

RECEITA - PROJEÇÃO	Aliquota	a Mês O1 Mês	Mås 02	Mås 03	Mås 04	Mås 05	Mês 05	Mås 07	Mås 08	Mås 09	Mås 10	Mds 11	Mås 12	Total Ano 4
Receita Bruta - Total		8.982,50	11.502,50	13.802,50	34.232,50	27.785,00	21.855,00	11.502,50	29.130,00	29.450,00	32.450,00	26.955,00	48.637,50	296.405,00
Total Imposto		520,39	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
Recelta Total		8.982,50	11.502,50	13.802,50	34.232,50	27.785,00	21.855,00	11.502,50	29.130,00	29.450,00	32.450,00	26.955,00	48.637,50	296.405,00
Total Imposto - Serviço		520,39	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														

Mis Of Mis Oz Mis Oz<															
17.255,00 22.655,00 26.545,00 53.455,00 41.085,00 25.755,00 44.037,50 43.477,50 48.002,50 43.547,50 64.082,50 1.000,79 1.313,99 1.545,41 3.099,23 2.771,53 2.382,39 1.493,79 2.554,18 2.521,70 2.784,15 2.525,76 3.716,79 1.7255,00 22.655,00 26.645,00 53.455,00 41.085,00 25.755,00 44.037,50 43.477,50 48.002,50 43.547,50 64.082,50 1.000,79 1.313,99 1.545,41 3.099,23 2.771,53 2.382,39 1.493,79 2.554,18 2.521,70 2.784,15 2.525,76 3.716,79 5.98	RECEITA - PROJEÇÃO	Aliquofa	M6s 01	Mås 02	M6s 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	M6s 12	Total Ano 5
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 1,7255,00 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 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 5,9% 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 2,525,75 3,716,79	Recelta Bruta - Total		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
17.255,00 22.655,00 26.645,00 53.435,00 47.785,00 41.085,00 25.755,00 44.037,50 48.002,50 43.547,50 64.082,50	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
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 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	Recelta Total		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
0% 0% 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	Total Imposto - Serviço		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
0% 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	Imposto ISS (5%)	%0													
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	Imposto ICMS (18%)	%0													•
	Simples (Falxa 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

6.5. – ANEXO 5: Retiradas Anos 1 a 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 1
	alíquota \$ mensal	\$ mensal												
SÓCIOS														
Diretor Administrativo		,	•	,	,	,	,		200,00	500,00	200,00	500,00	200,000	2.500,00
Diretor de Operações		,	•	•	•	,	,		200,00	500,00	500,00	500,00	200,00	2.500,00
Diretor Comercial				•		•	,	,	200,00	500,00	200,00	200,00	200,00	2.500,00
Diretor Financeiro			•						200,00	500,00	200,00	500,00	200,00	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	25%								500,00	500,00	500,00	500,000	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

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
9	alíquota	\$ 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	25%			•	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

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
	alíquota	alíquota \$ 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	00'000'9	6.000,00	6.000,00	6.000,00	54.000,00
Benefícios					•			•		•	,		,	,
Subtotal			,				•					•		•
Encargos Sociais	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

Retiradas - Ano 4

RETIRADAS Mês 01	alíquota \$ mensal	SÓCIOS	Diretor Administrativo	Diretor de Operações	Diretor Comercial	Diretor Financeiro		Subtotal	- Beneficios	Subtotal	Encargos Sociais 25% -
Mês 01 Mês 02	le le		•	•	•	•		•	•	•	•
Mês 03			•	٠	•	•		,	•	,	•
Mês 04			2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00		8.000,00		•	2.000,00
Mês 05			2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00		8.000,00			2.000,00
Mês 06			2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00		8.000,00		,	2.000,00
Mês 07			2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00		8.000,00		•	2.000,00
Mês 08			2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	,	8.000,00		•	2.000,00
Mês 09			2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	,	8.000,00	,	•	2.000,00
Mês 10			2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	,	8.000,00			2.000,00
Mês 11			2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	,	8.000,00			2.000,00
Mês 12			2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	,	8.000,00	•	•	2.000,00
Total Ano 4			18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	•	72.000,00	•	•	18.000,00

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
	alíquota	\$ 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	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

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	200,000	500,000	200,000	500,00	500,00	200,000	500,00	500,00	500,00	500,00	200,000	6.000,00
Auxiliar Confeitaria						•	•	•	٠	•	٠	•		
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	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		,			,		,		٠	,	٠	,		,
Subtotal			,	,	,	,	,	,	,	,	٠	,	,	•
Benefícios		,	,		,		,		٠	,		,		
Subtotal		,		,	,	•	•	•	٠	•	٠	•	,	,
Encargos Sociais	51,80%		1	,	,	,	,	,	,	,		,		•
Total		ŀ	ŀ	ŀ	ŀ	ŀ	ŀ	ŀ	ŀ	ŀ	ŀ	ŀ	-	
h														
ESTAGIARIOS														
Estagiário 1			,		,	,		,		,				
Estagiário 2										•				
Subtotal		,	,	,	,	,	,	,	,	,	,	,	,	,
Benefícios		,	,	•	,	•			•	•	٠	•		,
Subtotal		,		,		,			•	,	,	,	•	
Total														
TOTAL DE MAO. DE OBRA DIRETA		3 486 00	3 486 00	3 486 00	3 486 00	3 486 00	3 486 00	3 486 00	3.486.00	3 186 00	3 486 00	3 486 00	3 486 00	38 232 00
Fonte: Os autores														
TOILE, Os autores														

Mão de Obra Direta –Ano 2

2														
MAO-DE-OBRA DIRETA		Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12	lotal 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	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														
Fntregador					,	٠			,			,	,	
Aux limpeza						'		,	,		,	,		
Subtotal				,	•	,	•	•	٠	•	,	,	•	
Benefícios			,		•	,	,	,	,	•	,		,	
Subtotal			,	•	•	,	•	,	,	•	,	,	•	
Encargos Sociais	51,80%		-		-	-				-			-	
Total									۰					
														ŀ
ESTAGIÁRIOS														,
Estagiário 1			,			•	•		•		•	,	,	
Estagiário 2					•	•	•		•		,		•	
Subtotal		,			•	•	•	•	•	,	,	,		
Benefícios			,	,	,	,	,	,	,		,	,	,	1
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	3.186,00	38.232,00
Fonte: Os autores														

Mão de Obra Direta –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	500,000	500,00	500,000	500,000	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
Beneficios		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%	1.036,00	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
Operacões														,
Entregador		٠	,	٠	,	,	,	,	٠	•	,	,		•
Aux.limpeza			٠	٠	•	,	,	,	٠	•	,	,	•	'
Subtotal			,	٠	•	1	,	,	•	•	•	,	,	'
Beneficios		•		•		,	•	,		•	•	•		•
Subtotal		,	,	•	•	•	•	,		•	,	,	•	•
Encargos Sociais	51,80%		•		•	,	,	,		,	,	,		,
Total				,		, 								
														•
ESTAGIARIOS														'
Estagiário 1					,	,	,	,			,			•
Estagiário 2						,	,	,		,	,			•
Subtotal		,	,	,		,	,	,	,	,	,	,	,	•
Benefícios		ı	,	,	,	,	,	,	•	,	,	,	•	'
Subtotal		•		•				,	,	•	,		,	•
Total				•			-	-	•				•	•
		00000	00000	00000	00000			00 007 0	00000	00 000	00000	00000	00000	-
	✓ -													

1. ozinha omfettaria confeitaria confeitaria		Meson	Mês 04	Mēs 05	Mēs 06	Mes 07	Mes 08	Mēs 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Ano 4
2	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
2	00'009 0	900,009	900,009	900,009	900,009	900,009	900,009	900,009	600,00	900,009	900,009	7.200,00
.2	•	,	,	,	,	,	,	,	,		,	•
2		' !										
	2.300,00	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	1.800,00
Socials 51,80% 1.	1	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
Onerarijes												'
Entregador -	•	,	,	,	,	•	,	,	,		,	,
Aux.limpeza	•	,	,	,	,	,	,	,	,	٠	,	1
Subtotal	,	,	,	,	,	,	,	,	,	,	,	,
- Beneficios	•	,	•	,	,	•	,	•	•	,	•	٠
Subtotal	•	•	•	,	,	•	•	,	,	•	,	•
Encargos Sociais 51,80% -	•	,	•	•			,		,	,		•
Total -			,								-	
ESTAGIÁRIOS												
Estaciário 1	•	,	•	,	,	•	,	,	,	,	,	•
Estagiário 2	•	,	,	,	,	,	,	,	,	,	,	1
Subtotal	٠	,	,	,	•		•	•	,	•	•	•
- Beneficios	1	,	,	,	,	1	,	,	,	,	,	1
Subtotal			,		•	•	•		-		-	-
Total -		,	,	,			-		-		-	

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 Confeitaria	- 600 00	900 00	600 00	600 00	600 00	600 00	600 00	600 000	600 00	600 00	600 00	600 00	7 200 00
Auxiliar Confeitaria) 1 1 1 1 1) 	1) ()		1)))	,	1))))	1
Auxiliar Confeitaria	٠				•	•		•	•		,	•	
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%	6 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
Oneracões													
oporado de la companya del companya della companya													•
Entregador													
Aux.limpeza													
Subtotal			,	,						,			
Benefícios	•	,	,	,			,		,		,		
Subtotal	•		•										
Encargos Sociais 51,80%	- 9												
Total				-									
ECTACIÁDIOS													
Cotrosidos d													
Estaglatio 1													
Estagiano 2	•												
Subtotal			,		,	,	,	,	,	,			,
Beneficios													
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

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

Custos Fixos -Ano 1

CORPORATION THEORY													
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	00'009	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	11.000,00
Materiais de escritório	90,00	90,00	00'09	60,00	90,00	00'09	60,00	80,00	00'09	80,00	60,00	00'09	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	4.899,99
SOLENIOS DIRETOS													
Aluquel 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.)	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	920,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	920,00	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
Outme (% cobre culthotal de euctos fivos) 3%	188 55	188.55	188 55	188 55	188 55	188.55	188.55	188.55	188.55	188.55	188.55	188.55	2 238 RD
	200	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	71.958,60
VENDAS E MARKETING													
	0000	00 030	000	00 030	00 030	00 030	0000	0000	0	00 090	00 090	00 090	4 200 00
riopaganda e markeung item adioional	00,000	on'nos	nn'nce	on'nee	nn'nos	on'nce	on'nes	no'nes	on'nes	no'nes	nn'nce	nn'nce	00,002.4
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

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	Mès 11	Mês 12	Total Ano 2
DESPESAS FIXAS													
Agua, luz e telefone	00,008	800,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	00'009	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	11.000,00
Materiais de escritório	00'09	60,00	90,00	60,00	00'09	00'09	00'09	90,00	80,00	00'09	90,00	00'09	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
combustive	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
SUISTOS EIXOS DIBETOS													
Aluquel 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
Carriere Tarrairisados													
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.)		٠	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)				8.			0						
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	,		ľ					ľ	ľ				
TOTAL RETIRADAS	a	,	٠.	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 oustos fixos) 3%	168,24	168,24	166,24	166,24	188,24	166,24	168,24	168,24	186,24	168,24	166,24	166,24	1.994,85
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 MARKETINS													
						3				2			
Propaganda e Marketing item adicional	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
Total Vender e Mademan	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

Total Vendas e Marketi Fonte: Os autores

Custos Fixos Mão 01 DESPESAS FIXAS Mão 01 Agua, luz e telefone 60,00 Materiais de escritório 60,00 Materiais de escritório 60,00 Manutemção. Conservação e Seguro 200,00 despesas extras 150,00 impostos 250,00 gás de cozinha 100,00 combustivel 400,00 Total 2,360,00	Més 02 800,00 60,00 150,00	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 3
rido en/ação e Seguro	800,00 80,00 200,00 150,00											
io rvação e Seguro	80,00 200,00 150,00	1 000 00	1 000 00	00000	100000	00 000	1 000 00	100000	00000	100000	100000	11 000 00
rvação e Seguro	150,00	90'00'	00.09	00'000	00.09	90,000	00'09	80,000	80.00	90,000	00'000'	720.00
	150,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
2	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
	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
. 2	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
. 2	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
	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
	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
Aluquel 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
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
Cornings Translate												
SetVigos Leteritzados 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
(Aux. Confeit.)		200,00	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
			20,000	20,000.1	20,000	20,500.1	20,000	20,000.1	20,000	20.000	20,000	20,000.10
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	167,07	2.004,87
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

4.200,00 350,00 350,00 350,00 350,00 350,00 350,00 350,00 350,00 350,00 350,00 350,00 350,00 Propaganda e Marketing item addicional Total Vendas e Marketing Fonte: Os autores VENDAS E MARKETING

Custos Fixos – Ano 4	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mès 04	Mês 05	Mès 06	Mès 07	Mês 08	Mês 09	Mès 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 4
DESPESAS FIXAS ámis list atalafona	Ann nn	800 00	1 000 00	1 000 00	1 000 00	1 000 00	900 00	1 000 00	1 000 00	1 000 00	1 000 00	1 000 00	11 000 00
Materials de escritório	00 09	80.00	90,08	80.00	90,00	00 09	80.00	00'09	80,00	00 09	00 09	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
aás 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
combustivel	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
DEDDECIMONO	10000	4 200 25	30 300 F	30 000 F	4 000 05	4 200 25	4 200 25	4 200 25	4 200 25	4 200 25	20 VOC F	30 000 8	45 454 50
DEFRECIAÇÃO	1.285,23	1.285,23	1.285,23	1.285,23	1.285,23	1.286,23	1.285,23	1.285,23	1.266,23	1.286,23	1.285,23	1.285,23	15.434,33
CUSTOS FIXOS DIRETOS					I							I	
Aluquel 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.)			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							•	1	1	1			•
30000110				40,000,00	00 000 07	40,000,00	40,000,00	40,000,00	00 000 07	40,000,00	40,000,00	90,000,00	00 000 00
TOTAL NETHABAS		1		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	30.000,00
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	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 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

Propaganda e Marketing item adicional

Total Vendas e Marketing
Fonte: Os autores

2021 C21 C22	Mês 01	Mês 02	2 Mês 03		Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano 5
Mestresias rivas	JUB	900 00	000000	000	4 000 00	4 000 00	4 000 00	800 00	4 000 00	4 000 00	00000	4 000 00	4 000 00	44 000 00
Agua, luz e lelelone	900			00,00	00,000.	00,000	00,000.1	00,000	00,000.1	00,000.1	00,000.1	00,000	00,000	200,000,000
Materials de escritorio Manutenção Conservação e Seguro	300			200,000	200.00	200,000	00,000	200,00	200,000	200,000	200,000	200.00	200,002	2 400 00
Internet	150			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	2002			200 00	200.00	200,000	20,000	200,00	200,000	20,00	20,00	200.00	200,000	2 400 00
mostos	250			250.00	250.00	250 00	250 00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	3 000 00
dás de cozinha	100			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			400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4.800.00
combustivel	400			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	,00 2.360,00	2	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
DEPRECIACÃO	1 313 42	42 1313 42	ľ	1 313 42	1343.42	1 313 42	1 313 42	1 313 42	1 343 42	1 313 42	1 313 42	1 313 42	1 343 42	15 760 99
		ı	ı											
CUSTOS FIXOS DIRETOS														
Aluguel da casa	2.500,00	1,00 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		ı	ı											
Total	2.500,00	,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
Servicos Terceirizados														
Contabilidade	250	250,00 250	250.00 25	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.)				800,00	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	250,00 250	250,00 25	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 DETIDADES					49 500 00	43 500 00	49 500 00	42 500 00	43 500 00	00 000 00	00 000 00	49 500 00	49 500 00	443 500 00
U DE NETINADAS					12.300,00	12.300,00	12.300,00	12.300,00	12.300,00	12.300,00	12.300,00	12.500,00	12.300,00	115.300,00
Outros (% sobre subtotal de custos fixos)	3% 192	192,70 192	192,70 19	192,70	192,70	192,70	192,70	192,70	192,70	192,70	192,70	192,70	192,70	2.312,43
TOTAL CLISTOS FIXOS	5 302 70	07 605 5 07 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	CA 623 43
VENDAS E MARKETING				0.1.20	0.17000	0.700.0	0.700.0	0.700.0	21.700.0	01,200.0	2,300.0	2,300.0	01,300.0	7. To
Propaganda e Marketing	350	350,00 350	350,00 35	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
rem adicional	136	00.026					. 020							
Constant to Marketing	-								-					

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

Custos de Fabricação -Ano 1

Custos de Fabilicação Pallo I	1 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	Mês 12	Total Ano 1
Custos variáveis (matéria prima) Mão do obra direta	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
Custos fixos	00.00	00,00	00,00	500.5	00,00	00,00	0,00	00,00	00,00	00,00	0000	00,00	00,252,00
Materiais diretos	,												0
Mão de obra direta	1												0
Custos fixos	•												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	3.997,00 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 Total custos fixos	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	3.901,50	4.147,50	5.359,50	9.944,50		7.183,00 6.333,00	4.463,50	7.821,00	4.463,50 7.821,00 8.053,00	8.205,00	8.205,00 7.888,00	8.864,50	82.164,00

Custos de Fabricação -Ano 2	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
Materiais diretos	•												0
Mão de obra direta													0
Custos fixos	•												0
Total	4.939,50	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 materiale diretoe	1 753 50	4 753 50	2 253 50	7 101 50	6.057.00	3 757 00	1 753 50	5 354 00	6 324 00	6 019 00	4 900 00	9 270 50	53 201 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	38.232,00
Total custos fixos						. ,		. ,	. ,		. ,		. ,
Total	4.939,50	4.939,50 4.939,50 5.439,50	5.439,50	10.287,50	10.287,50 8.243,00 6.943,00 4.939,50 8.537,00 8.507,00 9.205,00 8.086,00	6.943,00	4.939,50	8.537,00	8.507,00	9.205,00	8.086,00	11.456,50	91.523,00

Custos de Fabricação -Ano 3

Custos de Fabi icação - Ano 3	2 211												
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
Materiais diretos	,												0
Mão de obra direta													0
Custos fixos	,												0
Total	5.157,75	5.157,75 5.157,75 5.0	57,775	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	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 1.971,75	2.491,75	8.177,00	5.714,75		1.971,75	6.038,25	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	8.900,75 7.345,75 5.157,75 9.224,25	9.224,25	9.186,75	9.186,75 9.974,50 8.718,00	8.718,00	12.695,25	98.559,25

Custos de Fabricação –Ano 4

Custos ac rabilicação Custo A	+ OHEZ												
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	43.696,80
Custos fixos	•												0
													0
Materiais diretos	,												0
Mão de obra direta	,												0
Custos fixos													0
Total	6.243,15	6.243,15 6.243,15 6.763,15	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 2.601,75 3.121,75	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 6.243,15 6.763,15	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
(

Custos de Fabricação –Ano 5

Custos de Fabilicação -Ailo S													
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) Mão de obra direta Custos fixos	4.984,75 3.641,40	4.984,75 3.641,40	5.794,75 3.641,40	13.723,25 3.641,40	11.444,75 3.641,40	9.613,50 3.641,40	5.794,75 3.641,40	10.811,25 3.641,40	10.676,75 3.641,40	11.804,25 3.641,40	10.745,75 3.641,40	16.146,50 3.641,40	116.525,00 43.696,80 0
Materiais diretos Mão de obra direta Custos fixos	46 SCS 0	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	0.438.48	47 364 6F	45.006.45	43.254.00	0.436.46	44.469.66	47.75.15. 45.005.45. 43.35.4.00. 0.175.45. 44.45.358. 44.340.45. 44.307.48. 40.707.00	4K 44K GK	44 307 45	40 707 00	0
lotal	8.020,13	6.020,13	9.430,13	17.304,03	13.080,13	13.234,90	9.430,13	14.452,05	14.318,13	15,445,05	14.387,13	19.787,90	100.221,80
Total materiais diretos Total m.o. direta	4.984,75 3.641,40	4.984,75 4.984,75 5.794,75 3.641,40 3.641,40 3.641,40	5.794,75 3.641,40	13.723,25 3.641,40	11.444,75 3.641,40	9.613,50 3.641,40	5.794,75 3.641,40	10.811,25 3.641,40	10.676,75 3.641,40	11.804,25 3.641,40	10.745,75 3.641,40	16.146,50 3.641,40	116.525,00 43.696,80
Total custos fixos Total	8.626,15	8.626,15	9.436,15	8.626,15 8.626,15 9.436,15 17.364,65 15.086,15 13.254,90	15.086,15	13.254,90	9.436,15	14.452,65	9.436,15 14.452,65 14.318,15 15.445,65 14.387,15 19.787,90 160.221,80	15.445,65	14.387,15	19.787,90	160.221,80

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 Comissão (alíquota) Impostos	%0	186,03 0,00 186,03	233,55 0,00 233,55	527,31 0,00 527,31	1.350,00 0,00 1.350,00	840,24 0,00 840,24	716,04 0,00 716,04	285,66 0,00 285,66	1.059,75 0,00 1.059,75	1.125,09 0,00 1.125,09	1.112,13 0,00 1.112,13	1.057,59 0,00 1.057,59	1.302,48 0,00 1.302,48	9.795,87 0,00 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)	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 Despesas administrativas Despesas gerais Depreciação acumulada		4.538,22 950,00 2.896,55 691,67	7.038,22 3.450,00 2.896,55 691,67	7.038,22 3.450,00 2.896,55 691,67	7.038,22 3.450,00 2.896,55 691,67	7.038,22 3.450,00 2.896,55 691,67	7.038,22 3.450,00 2.896,55 691,67	66.958,59 23.900,00 34.758,60 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 Contribuição Social	%0 %0	0,00	00,0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	00'0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
LUCRO LÍQUIDO Fonte: Os autores		-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

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 Comissão (alfquota) Impostos	%0	430,11 0,00 430,11	430,11 0,00 430,11	548.91 0.00 548.91	1.448,82 0,00 1.448,82	1.148,04 0.00 1.148,04	891,54 0,00 891,54	430,11 0,00 430,11	1.197,45 0,00 1.197,45	1.220.67 0.00 1.220.67	1.354,59 0,00 1.354,59	1.107,81 0,00 1.107,81	1.769,04 0,00 1.769,04	11.977,20 0.00 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	8.086,00	11.456,50	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 Despesas administrativas Despesas gerais Depreciação acumulada		3.840,82 250,00 2.876,24 714,58	3.840,82 250,00 2.878,24 714,58	3.840,82 250,00 2.876,24 714,58	8.840,82 5.250,00 2.876,24 714,58	8.840.82 5.250.00 2.876.24 714.58	8.840,82 5.250,00 2.876,24 714,58	8.840,82 5.250,00 2.876,24 714,58	8.840,82 5.250,00 2.876,24 714,58	8.840,82 5.250,00 2.876,24 714,58	8.840.82 5.250.00 2.876.24 714.58	8.840,82 5.250,00 2.876,24 714,58	8.840,82 5.250,00 2.876,24 714,58	91.089,84 48.000,00 34.514,85 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	-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 Contribuição Social	%0	0,00	0.00	0.00	0,00	0.00	00:00	00.0	0,00	0.00	0.00	0.00	0.00	00.00
LUCRO LÍQUIDO Fonte: Os autores		-1.245,43 -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

Demonstração de Resultados -Ano 3

Comprise aça ac resamação vino o														
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 Comissão (alíquota) Impostos	%0	520,99 0,00 520,99	520,99 0,00 520,99	654,39 0,00 654,39	1.794,09 0,00 1.794,09	1.400,41 0,00 1.400,41	1.072,71 0,00 1.072,71	520,99 0,00 520,99	1.458,12 0,00 1.458,12	1.484,80 0,00 1.484,80	1.646,62 0,00 1.646,62	1.348,21 0,00 1.348,21	2.191,10 0,00 2.191,10	14.613,39 0,00 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)	lidos)	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	14.457,63 14.928,45	16.768,88	13.178,79	22.891,16	138.782,36
Despesas operacionais Despesas administrativas Despesas gerais Depreciação acumulada		3.869,49 250,00 2.877,07 742,42	3.869,49 250,00 2.877,07 742,42	3.869,49 250,00 2.877,07 742,42	11.369,49 7.750,00 2.877,07 742,42	113.933,86 70.500,00 34.524,87 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 Contribuição Social	%0 %0	00'0	00,00	00'0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	00'0	00'0	00,00
LUCRO LÍQUIDO Fonte: Os autores		-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

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 Comissão (alíquota) Impostos	%0	520,99 0,00 520,99	667,15 0,00 667,15	800,55 0,00 800,55	1.988,97 0,00 1.988,97	1.611,53 0,00 1.611,53	1.267,59 0,00 1.267,59	667,15 0,00 667,15	1.689,54 0,00 1.689,54	1.708,10 0,00 1.708,10	1.882,10 0,00 1.882,10	1.563,39 0,00 1.563,39	2.824,46 0,00 2.824,46	17.191,49 0,00 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)	s 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	19.645,14 15.907,32 11.946,26	11.946,26	4.592,21	16.763,31	17.137,25	16.763,31 17.137,25 19.123,00 15.290,71	15.290,71	29.992,40	163.446,96
Despesas operacionais Despesas administrativas Despesas gerais Depreciação acumulada		4.721,47 250,00 2.901,89 1.569,58	4.721,47 250,00 2.901,89 1.569,58	4.721,47 250,00 2.901,89 1.569,58	14.721,47 10.250,00 2.901,89 1.569,58	146.657,64 93.000,00 34.822,65 4.686,25								
RESULTADO OPERACIONAL		-2.503,10	-129,26	1.517,34	4.923,67	1.185,85	-2.775,21	-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	-2.775,21 -10.129,26	2.041,84	2.415,78	4.401,53	569,24	15.270,93	16.789,32
IR Contribuição Social	%0 %0	00'0	0,00	00'0	00'0	0,00	0,00	00'0	00'0	0,00	0,00	00,0	00'0	0,00
LUCRO LÍQUIDO Fonte: Os autores		-2.503,10	-129,26	1.517.34	4.923,67	1.185,85	-2.775.21	-2.775,21 -10.129,26	2.041.84	2.415,78	4.401,53	569,24	15.270,93	16.789.32

Demonstração de Resultados -Ano 5

Demonstração de Resultados	Mês 01	101	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.	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 Comissão (alíquota) Impostos	1.0%	0,00 0,00 1.000,79	1.313,99 0,00 1.313,99	1.545,41 0,00 1.545,41	3.099,23 0,00 3.099,23	2.771,53 0,00 2.771,53	2.382,93 0,00 2.382,93	1.493,79 0,00 1.493,79	2.554,18 0,00 2.554,18	2.521,70 0,00 2.521,70	2.784,15 0,00 2.784,15	2.525,76 0,00 2.525,76	3.716,79 0,00 3.716,79	27.710,23 0,00 27.710,23
Vendas Líquidas	16.	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	9.436,15 17.364,65 15.086,15 13.254,90	13.254,90	9.436,15	14.452,65	14.318,15	9.436,15 14.452,65 14.318,15 15.445,65	14.387,15	19.787,90	160.221,80
Lucro Bruto	7.	7.628,06	12.714,86	15.663,44	32.971,12	29.927,32	25.447,17 14.825,06	14.825,06	27.030,68	26.637,66	29.772,71	26.634,60	40.577,82	289.830,48
Despesas operacionais Despesas administrativas Despesas gerais Depreciação acumulada	495	4.749,45 250,00 2.902,70 1.596,75	4.749,45 250,00 2.902,70 1.596,75	4.749,45 250,00 2.902,70 1.596,75	17.249,45 12.750,00 2.902,70 1.596,75	169.493,42 115.500,00 34.832,43 4.713,42								
RESULTADO OPERACIONAL	2	2.878,61	7.965,41	10.913,99 15.721,67 12.677,87	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	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 Contribuição Social	%0 %0	0,00	0,00	0,0	0,0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0	0,00	00'0
LUCRO LÍQUIDO Fonte: Os autores	2.	2.878,61	7.965,41	7.965,41 10.913,99 15.721,67 12.677,87	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

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	00'0	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 Receitas de vendas	3.445,00	4.325,00	9.765,00	25.000,00	15.560,00 15.560,00	13.260,00	5.290,00	19.625,00 19.625,00	20.835,00 20.835,00	20.595,00 20.595,00	19,585,00 19,585,00	24.120,00 24.120,00	181.405,00 181.405,00
Receita Proveniente de Empréstimos e Financiamentos Receita de Juros	00'0	00,00	00,0	00,0	00,00	0,00	00,00	0,00	00,00	0,00	00,0	0,00	00'0
Empréstimos e Financiamentos	00'0	0000	00'0	0,00	00'0	00'0	00'0	0,00	00'0	0000	00'0	00'0	0,00
Caixa Total de Empréstimos e Financiamentos Outras Entradas de Caixa	0,00 0,00	00,00	00,0	0,00	00,0	0,00	00,0	0,00	0,0	00,00	00,0	00,00	00,0
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
	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	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	0,00	00'0	0,00	00'0	00'0	00'0	0,00	00'0
(-) 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	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	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
	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
	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 (-) Depreciação	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
Saldo do periodo 0,00	0 4.897,41	4.310,93	-376,69	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													
	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12 T	Total ano 2
Investimento inicial													
Saldo de caixa inicial	00'0	-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	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0
Receita de Juros	00'0	00'0	00'0	00'0	0,00	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	0,00
Empréstimos e Financiamentos	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	0,00
Caixa Total de Empréstimos e Financiamentos	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0
Outras Entradas de Caixa	00'0	00'0	0,00	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	0,00	00'0	00'0
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
	00'0	0,00	000	00'0	00'0	0.00	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	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	00'0	00'0	00'0	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	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0
(-) 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
		000	07070	0, 555 40	23 244 47	447.07	2000	20000	10000	505700	07 007 0	40.070.07	20,000,00
saldo do periodo	0,00	-962,10	01,610	61,956,19	3.311,4/	16,111	-5.36 2 ,10	3.883,06	4.319,84	26,196.6	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 3

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 T	Total ano 3
Investimento inicial													
Saldo de caixa inicial	00'0	176,69	353,39	2.176,68	9.325,02	12.541,79	11.991,26	4.667,95	8.498,51	12.799,88	18.941,69	21.493,41	
Total de entradas Receitas de vendas	8.98	8.982,50 8.982,50	11.282,50 11.282,50	30.932,50 30.932,50	24.145,00 24.145,00	18.495,00 18.495,00	8.982,50 8.982,50	25.140,00 25.140,00	25.600,00 25.600,00	28.390,00 28.390,00	23.245, 00 23.245,00	37.777,50 37.777,50	251.955,00 251.955,00
Receita Proveniente de Empréstimos e Financiamentos Receita de Juros	0,00 00,0	00'0	0,00	0,0	00'0	00,00	00,00	0,00	00'0	0,00	00,00	0,00	0,00
Empréstimos e Financiamentos	0,00	00'0	0,00	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0
Caixa Total de Empréstimos e Financiamentos Outras Entradas de Caixa	00'0 00'0	0,0	00'0	0,00	0,0	00'0	00,0	00,0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total de saídas	9.264.89	9.264.89	9.918.29	24.243.24	24.387.34	19.504.61	16.764.89	24.768.52	24.757.70	72,707,27	24.452.36	25,972,50	223,706,50
(-) Despesas de Produção	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
(-) Despesas de pessoal administrativo	00'0	0,00	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0
(-) 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	00'0	00'0	00'0	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
(-) 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	2.527,07	2.527,07	2.527,07	2.527,07	2.527,07	2.527,07	2.527,07	2.527,07	2.527,07	2.527,07	2.527,07	2.527,07	30.324,87
	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
(-) Provisão para IR (-) Depreciação	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
Saldo do período	0,00 -282,39	-282,39	1.364,21	6.689,26	2.757,69	-1.009,61	-7.782,39	3.371,48	3.842,30	5.682,73	2.092,64	11.805,00	28.248,50
(+) 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
Fluxo líquido de caixa Fonte: Os autores	176,69	353,39	2.176,68	9.325,02	12.541,79	11.991,26	4.667,95	8.498,51	12.799,88	18.941,69	21.493,41	33.757,49	33.757,49

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 T	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 Receitas de vendas Receita Drouesiante de Emrédetimos e Financiamentos	8.982,50 8.982,50	11.502,50	13.802,50	34.292,50 34.292,50	27.785,00	21.855,00 21.855,00	11.502,50	29.130,00	29.450,00	32.450,00 32.450,00	26.955,00 26.955,00	48.697,50	296.405,00 296.405,00
Receita de Juros Franciscos e Financiamentos Franciscos e Financiamentos			8,6,6	800	8 6 6	8,6	8,6,6	8,6,6	8 6 6	8 6 6	8 6 6	8,6,6	00,0
Caixa Total de Empréstimos e Financiamentos Outras Entradas de Caixa	8 6 6		0000	0000	00'0	8 6 6	8 8 8	8 6 6	0,00	0,00	8 6 6	0,00	00,0
Total de conjugac	44 303 37	44 240 42	42 004 02	20 000 00	36 345 03	00 376 76	24 240 42	20 004 02	26 750 90	27 705 44	26 403 43	22 442 34	276 245 69
(-) Despesas de Produção	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
(-) Despesas de pessoal administrativo	00'0	00'0	0,00	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	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	00'0		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	4.200,00
(-) Despesas gerais	2.551,89	7	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 (-) Provisão para IR	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
	1.286,25	1.28	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	5.207,00	1.469,18	-2.491,88	-9.845,93	2.325,17	2.699,11	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 Fonte: Os autores	-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

Fluxo de Caixa – Ano 5

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	Mès 12	Total ano 5
Investimento inicial													
Saldo de caixa inicial	00'0	4.475,38	14.037,52	26.548,25	43.866,67	58.141,29	87.835,78	67.108,11	78.486,09	89.471,04	103.591,04	114.572,93	
Total de entradas	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
Recertas de vendas Receita Proveniente de Empréstimos e Financiamentos	17.255,00	22.655,00	26.845,00	53.435,00	0,00	0,000	25.755,00	0.00	0,00	48.002,50	43.547,50	0,00	0,00
Receita de Juros	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0
Empréstimos e Financiamentos	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0
Caixa Total de Empréstimos e Financiamentos	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0
Outras Entradas de Caixa	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	0.00	0,00	00'0	00'0	00'0	0,00	00'0	00'0
Total de saídas	14.093,06	14.406,26	15.447,68	37.430,00	34.823,80	32.603,95	27.896,06	33.972,94	33.805,96	35.195,91	33.879,02	40.470,80	354.025,44
(-) Despesas de Produção	8.626,15	8.626,15	9.436,15	17.384,65	15.086,15	13.254,90	9.438,15	14.452,85	14.318,15	15.445,85	14.387,15	19.787,90	160.221,80
(-) Despesas de pessoal administrativo	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0
(-) 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	00'0	00'0	00'0	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
(-) 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	2.552,70	2.552,70	2.552,70	2.552,70	2.552,70	2.552,70	2.552,70	2.552,70	2.552,70	2.552,70	2.552,70	2.552,70	30.632,43
(-) Impostos	1.000,79	1.313,99	1.545,41	3.099,23	2.771,53	2.382,93	1.483,79	2.554,18	2.521,70	2.784,15	2.525,76	3.716,79	27.710,23
	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0	00'0
(-) Depreciação	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	15.760,99
Saldo do período 0,00	3.161,94	8.248,74	11.197,32	16.005,00	12.961,20	8.481,05	-2.141,06	10.064,56	9.671,54	12.806,59	9.668,48	23.611,70	123.737,06
(+) Depreciação	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	15.780,99
Fluxo líquido de caixa	4.475,36	14.037,52	26.548,25	43.866,67	58.141,29	67.935,76	67.108,11	78.486,09	89.471,04	103.591,04	114.572,93	139.498,05	139.498,05
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: Mc-Graw-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/vejasp/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%20e presas/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, Jeffry 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.teses.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.