



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ  
*CAMPUS LARANJAL DO JARI*  
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

ALINA DE LIMA MOREIRA  
JULIANA DUTRA DA SILVA

**PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA SR. SORVETE**

LARANJAL DO JARI/AP

2023

ALINA DE LIMA MOREIRA  
JULIANA DUTRA DA SILVA

**PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA SR. SORVETE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Coordenação do Curso de Bacharelado em  
Administração como requisito avaliativo para  
obtenção do título de Bacharel em Administração.  
Orientador: Prof. Me. Alain Roel Rodrigues dos  
Santos.

LARANJAL DO JARI/AP

2023

**Biblioteca Institucional - IFAP**  
**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

---

S586p Silva, Juliana Dutra da  
Plano de negócio da empresa Sr. Sorvete / Juliana Dutra da Silva, Alina de Lima Moreira. - Laranjal do Jari, 2023.  
72 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -- Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá, Campus Laranjal do Jari, Curso de Bacharelado em Administração, 2023.

Orientador: Alain Roel Rodrigues dos Santos.

1. Sorvete artesanal. 2. Bem-estar. 3. Plano de negócio. I. Moreira, Alina de Lima. I. Santos, Alain Roel Rodrigues dos, orient. II. Título.

ALINA DE LIMA MOREIRA  
JULIANA DUTRA DA SILVA

**PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA SR. SORVETE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Coordenação do Curso de Bacharelado em  
Administração como requisito avaliativo para  
obtenção do título de Bacharel em Administração.  
Orientador: Prof. Me. Alain Roel Rodrigues dos  
Santos.

**BANCA EXAMINADORA**



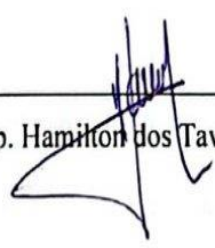
---

Prof. Me. Alain Roel Rodrigues dos Santos



---

Prof. Me. Michael Machado de Moraes



---

Prof. Esp. Hamilton dos Tavares dos Prazeres

Defendido em: 15.11.23

Conceito/Nota: 100,0

LARANJAL DO JARI/AP

2023

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus pela oportunidade, por realizar sua perfeita vontade em nossas vidas, porque através de seu auxílio pudemos concluir todas as etapas e chegar até aqui. Creio que mesmo que dedicasse milhares de páginas não poderia ser o suficiente agradecer por tudo que o Senhor fez por mim.

A minha família, especialmente aos meus pais, aos meus irmãos e minha querida avó, pelo apoio e incentivo, por acreditarem em mim e em meus sonhos, e não me deixarem desistir.

Aos meus colegas que fizeram parte dessa trajetória, em especial para minha dupla de TCC e amiga Juliana Dutra, que com sua persistência e dedicação, foi uma das pessoas que mais contribuíram nesse processo, desde nossas conversas para decisões de quais direções tomar na construção do trabalho às conversas de ânimo e incentivo. Sua presença, apoio e amizade tornaram esta jornada acadêmica verdadeiramente única e inesquecível.

Aos professores Alain Rodrigues e Hamilton dos Prazeres pelas orientações e ensino, que auxiliaram na construção desse trabalho.

Ao professor Michael, que sempre se mostrou solícito para prestar toda ajuda necessária, e por nos motivar com seus conselhos, que certamente contribuíram nessa jornada acadêmica.

Por fim, a todos os demais professores que passaram no decorrer deste curso, pela dedicação e comprometimento de ensinar para nos tornamos pessoas melhores e excelentes profissionais. E também ao IFAP pela oportunidade de realizar este curso.

Alina de Lima Moreira

“O SENHOR é o Deus eterno, o criador de toda a terra. Ele não se cansa nem fica exausto; sua sabedoria é insondável. Ele fortalece o cansado e dá grande vigor ao que está sem forças. Até os jovens se cansam e ficam exaustos, e os moços tropeçam e caem; mas aqueles que esperam no SENHOR, renovam as suas forças. Voam alto como águias; correm e não ficam exaustos, andam e não se cansam.”

(Isaías 40.28-31)

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, a quem devo toda a força e orientação que me proporcionaram a oportunidade de realizar este trabalho acadêmico. Sua graça e guia foram fundamentais ao longo da minha jornada, sempre esteve comigo, nunca me abandonou.

Agradeço a mim mesma pelo comprometimento, dedicação e esforço que investi neste projeto. As noites de estudo, os desafios superados e a persistência foram essenciais para alcançar este objetivo.

Ao meu companheiro e namorado, Anderson Bruno, que esteve ao meu lado durante toda essa caminhada, apoiando, encorajando e compreendendo as minhas ausências. Sua presença tornou essa jornada mais especial e significativa.

Aos meus pais, que me apoiaram desde o início da minha jornada acadêmica. Suas palavras de encorajamento, e apoio foram vitais para que eu pudesse alcançar este marco em minha vida.

Ao estimado professor, Michael Moraes, pelos conhecimentos repassados ao longo do curso e no estágio, por me inspirar, expresse meu apreço sincero. Seus conselhos foram fundamentais para o meu crescimento acadêmico e profissional.

Aos Professores Alain Roel e Hamilton Prazeres, agradeço pelas suas orientações valiosas. Suas sugestões e conselhos contribuíram significativamente para a qualidade do meu trabalho e minha formação acadêmica.

Por último, mas não menos importante, quero expressar minha gratidão a minha querida amiga, Alina Moreira, que também é minha parceira de TCC, não poderia ter pedido por uma companheira mais incrível. Juntas compartilhamos o fardo e a alegria deste desafio acadêmico, e sou grata por termos enfrentado isso lado a lado.

A todos vocês, meu mais sincero agradecimento. Este trabalho representa não apenas minha dedicação, mas também a contribuição de todos aqueles que estiveram ao meu lado.

Juliana Dutra da Silva

“De maneira alguma te deixarei, nunca jamais te abandonarei.”

(Hebreus 13.5)

## RESUMO

A ideia da empresa Sr. Sorvete surgiu com o intuito de explorar um ramo que é muito bem aceito na sociedade: a gastronomia. Desse modo, a empresa atuará por meio de produção e vendas de sorvetes artesanais, que proporcionem um bem-estar físico e mental, pois eles serão produzidos com frutas naturais e ingredientes selecionados de acordo com as recomendações de um profissional nutricionista. Ademais, segundo análises feitas através da plataforma Econodata, na cidade de Laranjal do Jari existe uma escassez por empreendimentos que oferecem produtos nesse segmento. Logo, a empresa Sr. Sorvete estará atendendo a demanda das novas tendências que abrangem os consumidores que buscam por praticidade, saúde, bem-estar e sustentabilidade. Portanto, a empresa surgirá com propostas inovadoras para a região, proporcionando uma gama de produtos naturais e sustentáveis que irão atender as necessidades desse perfil de consumidores, oferecendo serviços nas áreas de lacunas deixadas pelas demais empresas, como o atendimento virtual, delivery, embalagens biodegradáveis, ambiente atraente, programas de fidelização e descontos. Por fim, realizou-se o levantamento dos investimentos necessários para execução do plano de negócios a partir de cálculos realizados com auxílio do programa Excel, onde identificou-se a necessidade de um investimento inicial de R\$ 90.343,02, e foi possível analisar os indicadores financeiros, em que a TIR (Taxa Interna de Retorno) corresponde a 90,20%, a rentabilidade a 84,96%, e o Payback do investimento que equivale a um período de 14 meses.

Palavras-chave: sorvete artesanal; bem-estar; plano de negócio.

## **ABSTRACT**

The idea for the company Sr. Sorvete came about with the aim of exploring a field that is very well accepted in society: gastronomy. In this way, the company will operate through the production and sales of artisanal ice creams that provide physical and mental well-being, as they will be produced with natural fruits and ingredients selected in accordance with the recommendations of a professional nutritionist. Furthermore, according to analyzes carried out through the Econodata platform, in the city of Laranjal do Jari there is a shortage of businesses that offer products in this segment. Therefore, the company Sr. Sorvete will be meeting the demand for new trends that cover consumers who seek practicality, health, well-being and sustainability. Therefore, the company will come up with innovative proposals for the region, providing a range of natural and sustainable products that will meet the needs of this consumer profile, offering services in areas of gaps left by other companies, such as virtual service, delivery, biodegradable packaging, attractive environment, loyalty programs and discounts. Finally, the investments required to execute the business plan were surveyed based on calculations carried out with the help of the Excel program, where the need for an initial investment of R\$ 90.343,02 was identified, and it was possible to analyze the indicators financial, in which the IRR (Internal Rate of Return) corresponds to 90,20%, the profitability to 84,96%, and the Payback of the investment which is equivalent to a period of 14 months.

Keywords: artisanal ice cream; well-being; business plan.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>RESUMO EXECUTIVO</b> .....	<b>14</b>
1.1	Enunciado do Projeto .....	14
1.2	Serviço e Tecnologia.....	15
1.3	Mercado Potencial.....	15
1.4	Previsão de Serviços do Projeto .....	17
1.5	Rentabilidade do Projeto Financeiro .....	17
1.6	Necessidade de Financiamento ou Capital.....	18
<b>2</b>	<b>EMPRESA</b> .....	<b>19</b>
2.1	Aspectos Gerais da Empresa.....	19
2.2	Layout do Projeto.....	20
2.3	Participação Societária .....	20
2.4	Aspectos Legais.....	21
2.5	Negócio, Missão, Visão e Valores.....	21
2.5.1	Negócio .....	21
2.5.2	Visão .....	21
2.5.3	Missão .....	22
2.5.4	Valores .....	22
2.6	Estrutura Organizacional.....	22
2.6.1	Síntese de Responsabilidade dos Administradores .....	23
2.6.2	Síntese das Responsabilidades .....	23
2.7	Parcerias.....	24
<b>3</b>	<b>PRODUTO</b> .....	<b>25</b>
3.1	Característica.....	27
3.2	Diferencial Tecnológico .....	27
3.3	Responsabilidade Social Empresarial .....	29
3.4	Pesquisa e Desenvolvimento .....	29
<b>4</b>	<b>MERCADO</b> .....	<b>31</b>
4.1	Clientes .....	31
4.2	Concorrentes.....	32
4.3	Fornecedores.....	33
4.4	Dimensionamento do Mercado .....	33
<b>5</b>	<b>ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO</b> .....	<b>35</b>

<b>5.1</b>	<b>Análise Estratégica (SWOT)</b> .....	<b>35</b>
5.1.1	Análise Interna .....	35
5.1.2	Análise Externa .....	36
5.1.3	Objetivos .....	37
5.1.4	Estratégias .....	38
<b>6</b>	<b>PLANO DE MARKETING</b> .....	<b>39</b>
<b>6.1</b>	<b>Estratégias de Vendas</b> .....	<b>39</b>
6.1.1	Planejamento .....	39
6.1.2	Organização.....	39
<b>6.2</b>	<b>Serviço e Diferencial Competitivo</b> .....	<b>40</b>
6.2.1	Estratégia de Marketing no Estágio de Introdução .....	40
6.2.2	Estratégia de Marketing no Estágio de Crescimento .....	40
6.2.3	Estratégia de Marketing no Estágio de Maturidade .....	41
<b>6.3</b>	<b>Preço/Políticas de Preço</b> .....	<b>41</b>
<b>6.4</b>	<b>Comunicação e Propaganda</b> .....	<b>41</b>
6.4.1	Fixação de Objetivos .....	42
6.4.2	Publicidade .....	42
6.4.3	Relações Públicas .....	43
<b>6.5</b>	<b>Material de Comunicação</b> .....	<b>44</b>
<b>6.6</b>	<b>Pós-Venda</b> .....	<b>44</b>
<b>7</b>	<b>PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO PROJETO</b> .....	<b>45</b>
<b>7.1</b>	<b>Situação Atual</b> .....	<b>45</b>
<b>7.2</b>	<b>Contingência</b> .....	<b>45</b>
<b>8</b>	<b>PLANEJAMENTO FINANCEIRO</b> .....	<b>46</b>
<b>8.1</b>	<b>Plano de Investimento</b> .....	<b>46</b>
8.1.1	Investimento Inicial.....	46
8.1.2	Recursos .....	47
8.1.3	Regime de Tributação .....	47
8.1.4	Investimento Fixo.....	48
8.1.5	Investimento Pré-Operacional.....	50
8.1.6	Projeção de Receita .....	51
8.1.7	Necessidade de Capital de Giro Inicial .....	54
8.1.8	Estoque .....	54
<b>8.2</b>	<b>Plano Econômico Financeiro</b> .....	<b>55</b>

8.2.1 Preço de Custo por Litro de Sorvete .....	56
8.2.2 Necessidade de Mão-de-Obra Mensal/Anual.....	57
8.2.3 Encargos Sociais .....	58
8.2.4 Estrutura de Custos e Despesas Fixas .....	59
8.2.5 Estrutura de Custos e Despesas Variáveis .....	60
8.2.6 Fluxo de Caixa .....	61
8.2.7 Demonstrativo de Resultado .....	61
8.2.8 Valor Presente Líquido e T.I.R para o Período de 3 Anos.....	65
8.2.9 Porte da Empresa e Indicadores Financeiros .....	65
8.2.10Análise de Cenários .....	66
<b>9 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>70</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>71</b>

## **PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA SR. SORVETE**

ALINA DE LIMA MOREIRA (alinalima2110@gmail.com)

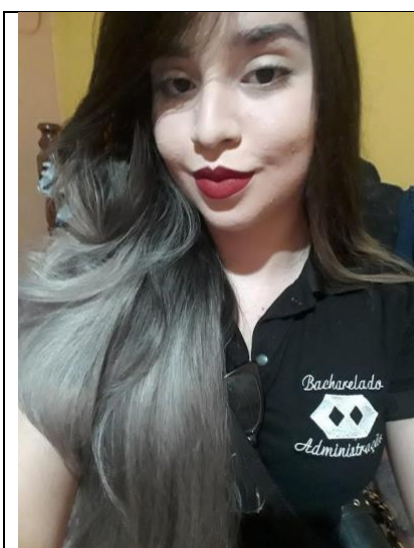
JULIANA DUTRA DA SILVA (juuhdutra100@gmail.com)

### **INFORMAÇÕES DAS SOCIAS**



#### **Alina de Lima Moreira – Sócia**

Nascida em Laranjal do Jari-AP. Acadêmica de Administração, cursando o penúltimo semestre do curso de Bacharelado em Administração no Instituto Federal do Amapá (IFAP).



#### **Juliana Dutra da Silva – Sócia**

Nascida em Macapá-AP. Acadêmica de Administração, cursando o penúltimo semestre do curso de Bacharelado em Administração no Instituto Federal do Amapá (IFAP).

## **1 RESUMO EXECUTIVO**

O empreendedorismo certamente é um processo que envolve identificar oportunidades. E a partir do pressuposto, entende-se que empreender é um contexto de geração de valor, onde assumir os riscos financeiros, psicológicos e sociais, inevitavelmente, faz parte da gestão do negócio.

Diante disso, a ideia da empresa surgiu com o intuito de explorar um ramo que é muito bem aceito na sociedade: a gastronomia. Que acompanha a humanidade desde a época pré-histórica, e vem sendo desenvolvida e aprimorada no decorrer dos séculos e nas mais diferentes civilizações, por meio de novas técnicas de preparo de alimentos e combinação de ingredientes, para satisfazer uma necessidade biológica imprescindível para a sobrevivência, que é a alimentação. Desse modo, o setor alimentício se mostra como uma ótima oportunidade de negócio.

Dentro do vasto setor alimentício, tem-se a sorveteria. E o sorvete, um dos seus principais produtos, é uma sobremesa unânime para a grande maioria das pessoas. A fim de atender novas tendências deste mercado, como a busca dos consumidores por praticidade, saúde, bem-estar e sustentabilidade, a empresa vai oferecer opções de sorvetes relacionados ao Movimento Mood Food, isto é, com uma pegada mais saudável, que preza por uma dieta de comidas que possam aumentar o bem-estar físico e emocional dos clientes, cada vez mais conscientes e exigentes, aliados, por exemplo, a causas sociais ou ambientais.

### **1.1 Enunciado do Projeto**

A empresa Sr. Sorvete terá como foco a experiência e objetiva dispor para seus clientes variados sabores, promover o bem-estar através de sorvetes de excelência, que podem gerar benefícios físicos e mentais, visto que, os sorvetes serão produzidos com frutas naturais e ingredientes selecionados de acordo com as recomendações de um profissional nutricionista, que irá trazer a garantia de que o produto tenha um alto valor nutritivo, contendo em sua composição componentes essenciais para a saúde como: Vitaminas, aminoácidos, fósforo, etc. Estes agem em várias regiões do corpo humano como: cérebro, rins, sangue, coração, etc.

Assim, proporcionam um bom funcionamento do cérebro, trazendo um equilíbrio hormonal e auxiliando na digestão. Além disso, a empresa manterá a preocupação ambiental em todo seu processo, ao ofertar embalagens biodegradáveis que causam menos impactos ao

meio ambiente, e irá impulsionar o autocuidado como proposta de valor e diferenciação no mercado.

## **1.2 Serviço e Tecnologia**

A empresa irá fornecer serviços de atendimento físico e virtual, que venham trazer mais praticidade e agilidade para nossos clientes, visto que é imprescindível oferecer todo suporte ao consumidor na hora de comprar o produto, além de disponibilizar informações e tirar dúvidas, de modo que auxilie na tomada de decisão do cliente na escolha de preços e sabores.

Além disso, a empresa contará com um serviço de entrega em domicílio (delivery), que abrangerá a área urbana do município de Laranjal do Jari, tendo em vista que o delivery foi uma atividade que se intensificou em decorrência da pandemia, permitindo que o consumidor realize sua compra sem precisar se movimentar até o local da sorveteria.

A empresa contará também com o Sistema Nex, um sistema desenvolvido pela Nextar Tecnologia de Software Ltda, com o intuito de auxiliar na gestão de sorveterias e açaiterias, que pode ser disponibilizado nos planos: Grátis, Pro, Premium ou Fiscal. A empresa adotará o Plano Fiscal, que dispõe de uma variedade de recursos como: Controle de vendas, cadastro de produtos, cadastro de clientes, cadastro de fornecedores, catálogo online, controle de estoque e de caixa, impressão de modelos de etiquetas, impressão de recibos, pedido online, relatórios, controle de débitos, controle de orçamentos, formas de pagamento, controles de pedido, sistema de fidelidade, integração com balanças, uso em rede, emissão de nota fiscal eletrônica, entre outros.

## **1.3 Mercado Potencial**

Há uma mudança no padrão de comportamento do consumidor dos dias atuais, e isso, sem dúvidas, afeta o mercado e a maneira como as marcas se portam diante disso. A engrenagem do mundo contemporâneo gira rapidamente, e as pessoas passaram a ter uma vida agitada, compromissada e repleta de propósitos.

Certamente este estilo de vida influencia no processo de decisão das pessoas ao comprar alguma coisa. Com tanta informação à disposição, por exemplo, temos clientes cada vez mais exigentes e conscientes sobre o que consomem, seja pelo custo, procedência ou pelo benefício que o produto pode trazer no âmbito individual e coletivo para a sociedade.

De acordo com a Associação Brasileira das Indústrias e Setor de Sorvetes (2019), a população brasileira vem consumindo cada vez mais alimentos e opta bastante por fazer refeições fora de casa, diversificando o cardápio com alimentos prontos e mantendo a conexão com o lazer. E devido à variedade de classificações e sabores, o sorvete se apresenta como uma das opções de lanche ou sobremesa gelada mais procuradas e unânimes neste contexto.

Conforme Sebrae (2017), existe uma alta de consumo no ramo de sorvete, e por ser rico em nutrientes, saboroso e com baixas calorias, os empreendimentos na área estão crescendo cada vez mais; sobretudo, por ser oportuno pela alta demanda de compra, influenciada pelo clima, com vendas maiores no verão, mas também com vendas consideráveis no inverno. Sendo assim, a tendência é que o consumo de sorvete se mantenha mais constante em todas as estações, pois também acompanha outras receitas (FINAMAC, 2018).

Além disso, ainda pode-se destacar a segmentação do sorvete, em diversas linhas (tradicional, light, diet, zero lactose, naturais, etc), que traz a oportunidade de impulsionar a evolução do negócio. Ainda mais, se trabalhadas junto a uma boa proposta de marketing e publicidade para promover o produto e mostrar o diferencial que irá ser proposto, assim, a vontade de comprar por parte dos consumidores poderá ser maior. Portanto, segundo os dados do Sebrae e Associação Brasileira das Indústrias e Setor de Sorvetes, presume-se que o empreendimento no ramo de sorveteria pode ser uma opção viável.

De acordo com Bauman (2008), consumir é essencial para a sobrevivência humana, é o ato de utilizar bens ou serviços, integra uma das necessidades mais antigas da humanidade. Sob essa perspectiva, cabe ressaltar que práticas de consumo consciente, em âmbito individual e coletivo, estão sendo disseminadas com maior ênfase atualmente, ligadas a um modo de vida com maior responsabilidade. Desse modo, o cliente passou a se envolver mais com o produto, tendo uma percepção de valor sobre os benefícios (bem-estar pessoal e para a sociedade) e essa mudança de perspectiva está promovendo algumas alterações de comportamento em relação ao consumo.

Para Belk (2000, p. 76), nós somos o que temos e possuímos. Um pensamento que mostra como somos caracterizados pelas coisas que consumimos. Em conformidade, percebe-se, nos últimos anos, uma preocupação sobre o consumo ser mais consciente e sustentável, considerando a qualidade de vida das pessoas, a cidadania, o uso dos recursos naturais e os impactos ambientais, entre outros. Agora existe uma percepção que se encaixa até mesmo como um estilo de vida.

Portanto, um bom exemplo dessa mudança de postura é o aumento da busca por alimentos mais saudáveis, sustentáveis, práticos e funcionais. A partir disso, surgiu a ideia da

empresa oferecer como diferencial no seu cardápio sorvetes que tenham as características mencionadas e que aumentem o bem-estar.

Segundo Alves (2019), a partir de uma interpretação de Canetti (2014), é possível inferir que os alimentos estão atrelados às dimensões que abrangem desde o enfrentamento de doenças, ao estado emocional, à vulnerabilidade e ao estilo de vida. Então pode-se dizer que consumo alimentar é um elemento direcionador importante para a promoção do bem-estar.

Neste contexto surge a proposta de negócio, onde a empresa adotará na oferta de seus produtos opções que estejam em conformidade com essas novas tendências, como forma de se diferenciar dos concorrentes, oferecendo aos clientes possibilidades funcionais, mas indo além ofertando junto a isso produtos com a pegada da promoção do bem-estar, estilo de vida prático e saudável, e consciência ambiental.

#### **1.4 Previsão de Serviços do Projeto**

Os serviços prestados pela empresa estarão direcionados à venda de sorvetes artesanais, prezando pela qualidade do produto, que envolve atenção aos aspectos como o sabor, cor, textura, e também aos aspectos nutricionais do produto. Oferecendo ainda variedade de sabores e tamanhos, e também incluindo sorvetes produzidos à base de Whey Protein, que serão disponibilizados para serem vendidos em casquinhas, copos sustentáveis e taças, com embalagens personalizadas com a paleta de cores e a logomarca da empresa.

Também trabalharemos com serviços de entrega (delivery). Além disso, a empresa visará proporcionar um atendimento e um ambiente que possibilite que nossos clientes tenham uma experiência agradável e acolhedora.

#### **1.5 Rentabilidade do Projeto Financeiro**

Conforme os estudos realizados de viabilidade do projeto, a empresa objetiva operar com a rentabilidade a seguir:

- TIR (Taxa Interna de Retorno): 90,20%
- Rentabilidade: 84,96%
- VPL (Valor Presente Líquido) (TMA: 12,25% - período: 3 anos): R\$ 162.573,73
- Payback simples: 1 ano e dois meses.

## **1.6 Necessidade de Financiamento ou Capital**

Para realizar a criação do negócio será necessário um capital de R\$ 90.343,02(noventa mil trezentos e quarenta e três reais e dois centavos).

## 2 EMPRESA

No momento a empresa ainda está em fase de planejamento do projeto. No entanto, assim que o projeto for executado temos o objetivo de ser um lugar de referência em vendas de sorvete no Vale do Jari.

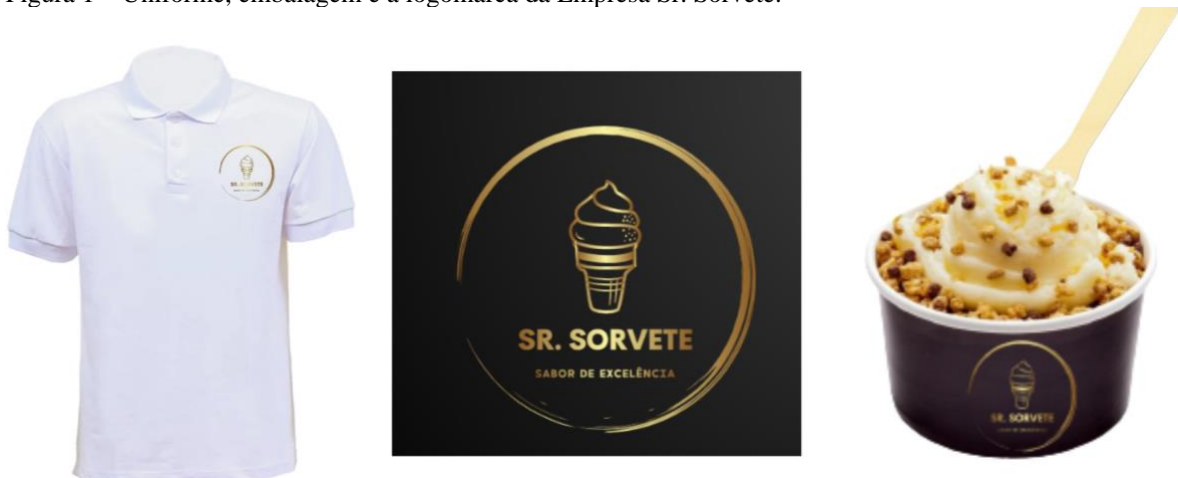
### 2.1 Aspectos Gerais da Empresa

A empresa Sr. Sorvete atuará no setor alimentício que, por meio da produção e venda de sorvetes artesanais, buscará atender e satisfazer os desejos de nossos clientes, oferecendo produtos de excelente qualidade, além de um ambiente aconchegante para desfrutar de seus momentos de lazer.

- Razão Social: Sr. Sorvete ME
- Nome Fantasia: Sr. Sorvete
- Slogan: "Sabor de Excelência"
- Endereço: Av. Tancredo Neves, 3665, bairro: Cajari.

O nome da empresa foi criado através da junção do pronome "Sr." que remete a excelência e qualidade, que são objetivos fundamentais do negócio, e do substantivo "Sorvete" que nomeia o produto que será ofertado.

Figura 1 – Uniforme, embalagem e a logomarca da Empresa Sr. Sorvete.



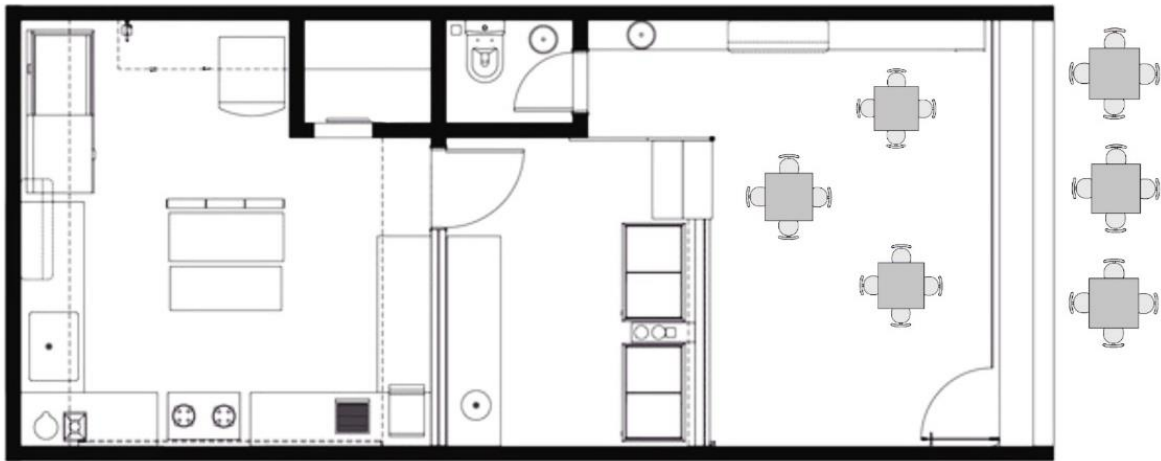
Fonte: Compilação feita por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Montagem a partir de imagens coletadas nos sites da Magazine Luiza, Amazon e Multipel via Canva.com.br.

## 2.2 Layout do Projeto

Conforme mostra a figura 2, o Layout da empresa Sr. Sorvete foi estrategicamente planejado para atender as necessidades dos clientes. Com uma cozinha bem estruturada para o preparo dos sorvetes artesanais. Além disso, na área de atendimento temos um balcão aconchegante, com dois freezers expositores na lateral, banheiro para conveniências e uma pia localizada no salão de degustação para higienização das mãos. Para proporcionar um maior conforto aos nossos clientes, terá mesas e cadeiras bem posicionadas para que possam desfrutar de seus momentos de lazer degustando um delicioso sorvete artesanal.

Figura 2 – Layout da Empresa Sr. Sorvete.



Fonte: Adaptado de ArchDaily, 2023.

## 2.3 Participação Societária

A tabela a seguir apresenta as sócias da empresa, valor a ser investido e participação societária.

Tabela 1 - Sócias da empresa Sr. Sorvete.

Sócias	Valor Investido	Participação Societária
Alina de Lima Moreira	R\$ 45.171,51	50%
Juliana Dutra da Silva	R\$ 45.171,51	50%
<b>Total</b>	<b>R\$ 90.343,02</b>	<b>100%</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

## **2.4 Aspectos Legais**

A empresa se enquadrará como Microempresa, visto que a receita anual não ultrapassará o valor definido na Lei Complementar nº 123/2006, que trata da Lei Geral de Micro e Pequenas Empresas, e em seu Capítulo II, art. 3º, inciso I, dispõe que: “no caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais)” (BRASIL, 2006).

Ademais, antes de realizar a abertura da empresa, serão necessários a expedição de Alvará de Funcionamento e Autorização dos Bombeiros. E também, dever-se-á atender a Lei nº 986/1969, que implica a obtenção de um Alvará Sanitário, e seguir as recomendações descritas na Resolução RDC nº 267/ANVISA, que dispõe sobre um regulamento técnico sobre as práticas necessárias para a produção de gelatos comestíveis, e do Código do Consumidor que apresenta as normas de defesa e proteção do consumidor.

## **2.5 Negócio, Missão, Visão e Valores**

A seguir está descrito o modelo de negócio juntamente com a missão, a visão e valores propostos para a empresa.

### **2.5.1 Negócio**

Inicialmente teremos nossa loja física, na cidade de Laranjal do Jari. Oferecendo assim, um ambiente aconchegante que proporcione uma ótima experiência, para que nossos clientes desfrutem de seus momentos de lazer. E, com a disponibilidade de ter o próprio estabelecimento, haverá maior controle e segurança para que sejam seguidos os padrões de qualidade. A empresa Sr. Sorvete pretende estabelecer-se na região, fidelizar clientes e oferecer comodidades de delivery e entregas.

### **2.5.2 Visão**

Ser um lugar de referência em vendas de sorvete no Vale do Jari, oferecendo aos nossos clientes o melhor que nós temos.

### 2.5.3 Missão

Fornecer sempre um produto de qualidade e que traga benefícios à saúde física e emocional e também, prezar por um atendimento de excelência, oferecendo uma ótima experiência aos nossos clientes.

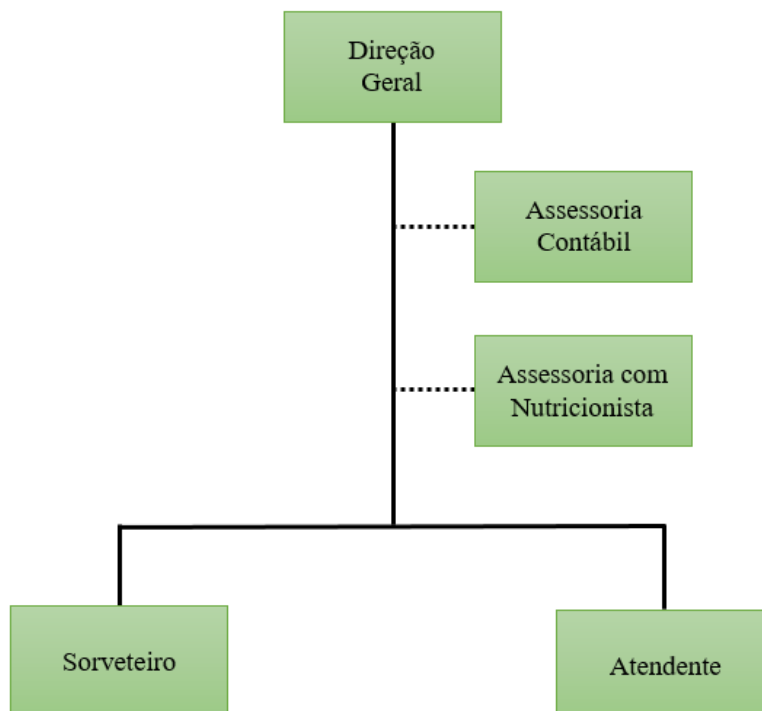
### 2.5.4 Valores

Trabalhar com ética e integridade. Prezar pela qualidade e excelência dos nossos produtos, ter comprometimento e respeito com nossos clientes e funcionários e o cuidado com o Meio Ambiente.

## 2.6 Estrutura Organizacional

O organograma a seguir apresenta de forma visual a estrutura organizacional da empresa, demonstrando os cargos que os profissionais ocupam dentro da organização.

Figura 3 – Organograma da empresa Sr. Sorvete.



Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 2.6.1 Síntese de Responsabilidade dos Administradores

- Planejamento: Prever e analisar cenários oportunos, melhorias tecnológicas, padrões assertivos do mercado, verificar o fluxo diário de trabalho e implementar o plano estratégico de atuação da empresa, etc.
- Organização: Alocar os recursos da empresa na melhor configuração possível, considerando a eficiência, eficácia e disponibilidade de recursos.
- Liderar: Liderar para manter o colaborador motivado rumo à missão, visão e valores da empresa, promover capacitação, qualificação e desenvolvimento dos funcionários, etc.
- Controle: Verificar e corrigir a condução do negócio, os processos internos, analisar os relatórios financeiros e de gestão.

### 2.6.2 Síntese das Responsabilidades

A Empresa contará na realização de suas tarefas com a seguinte divisão: administrativo, operacional e produção. Cada área tendo suas respectivas atribuições.

#### **I. Direção Geral – Administrativo**

- Gerenciamento e controle das áreas da empresa a nível estratégico;
- Acompanhamento sobre o controle da produção em relação à qualidade dos produtos e administração de materiais;
- Acompanhamento e controle das movimentações financeiras;
- Acompanhamento das campanhas de marketing, publicidade e parcerias, controle de métricas de desempenho;
- Controle das redes sociais, desenvolvimento de conteúdo publicitário físico e online, manutenção e busca de novas parceiras, etc.

#### **II. Sorveteiro - Produção**

- Produção dos produtos;
- Responsabilidade pelo controle de qualidade do sorvete;
- Operação conforme as normas de produção e manipulação de alimentos e as condições de higiene e segurança da empresa.

### III. Atendente - Operacional

- Atendimento pertinente às demandas do público;
- Prestação de informações aos clientes;
- Controle do fluxo de caixa de modo geral;
- Limpeza e manutenção do local.

Além das responsabilidades apresentadas com os respectivos colaboradores que as realizarão, a empresa precisará de serviços desenvolvidos por terceiros, como assessorias com um contador e um nutricionista, e com um motoboy que inicialmente, não haverá um vínculo de subordinação, este realizará os serviços de entregas em domicílio, que será remunerado de acordo com as entregas realizadas, com uma taxa de R\$ 5,00 por entrega.

#### 2.7 Parcerias

O Sr. Sorvete pretende estabelecer parcerias com *influencers* locais, com o intuito de alcançar um maior público e ter um aumento de clientes. Desse modo, haverá uma maior divulgação e criação de conteúdo que atrairá a atenção do público sobre os serviços e produtos ofertados, fomentando assim, o marketing digital da empresa.

### 3 PRODUTO

A empresa Sr. Sorvete oferecerá em seu inventário de produtos sorvetes artesanais que será um importante diferencial competitivo, atendendo a demanda das novas tendências, abrangendo aqueles consumidores que buscam por praticidade, saúde, bem-estar e sustentabilidade.

A ideia dos sorvetes artesanais surgiu devido à preocupação com o bem-estar do cliente. Os sorvetes artesanais são feitos com ingredientes naturais, prezando pela qualidade, com bases de leite fresco, pastas naturais, baixo índice de gordura, frutas selecionadas e adoçado com xilitol.

Sendo assim, dentro do portfólio da empresa serão ofertados também sorvetes com baixo teor calórico e açúcar, utilizando frutas ricas em vitaminas, que possuem benefícios comprovados para saúde e bem-estar das pessoas. A seguir, tem-se as descrições nutricionais e de benefícios de cada sabor de sorvete, e uma apresentação visual do cardápio da empresa Sr. Sorvete na figura 4.

I. Sorvete de Maracujá com Manga: O maracujá é uma fruta que possui benefícios em relação a insônia, sendo rica em vitaminas C e D, ajuda na saúde mental como uma espécie de calmante natural. Além disso, a manga possui cálcio, potássio, fibras e também propriedades antioxidantes que auxiliam na saúde cardiovascular e digestiva.

II. Sorvete de Açaí, Banana e Whey: Frutas que são ricas em potássio, fibras e proteínas. O açaí é uma fruta que ajuda na prevenção de doenças cardiovasculares, E ajuda reduzir o colesterol. A banana é rica em potássio, uma fruta energética, com a adição do Whey é uma ótima combinação para quem pratica esportes.

III. Sorvete de Creme de Cacao e Nata: O cacau ajuda na ansiedade, é rico em ferro, e se apresenta como um aliado do coração, e também previne o envelhecimento melhorando o aspecto da pele. Por sua vez, a nata é menos gordurosa que a manteiga, possui um baixo índice de lactose, tem vitaminas A e B12, e minerais como o fósforo e o cálcio, Uma combinação perfeita para a saúde do corpo e da mente.

IV. Sorvete de Morango com Chocolate 50%: É fato que chocolate e morango são uma combinação clássica. O morango e o cacau têm benefícios para saúde da pele, pois combatem o envelhecimento e doenças cardiovasculares, ajudam em inflamações do corpo, e ainda melhoram a capacidade mental.

V. Sorvete de Cupuaçu com Castanha-do-Brasil: O cupuaçu é uma fruta rica em vitamina C, atua como antioxidante que ajuda a fortalecer o sistema imunológico e aumenta a

produção de colágeno na pele, e a castanha-do-brasil é rica em ômega 3 e 6, que trazem benefícios para a saúde cardiovascular e cerebral. Ademais, é fonte de selênio, um mineral que desempenha um papel importante na função da tireoide e no metabolismo energético. Consumir a castanha em conjunto com o cupuaçu pode ajudar a aumentar a energia e a vitalidade.

VI. Sorvete de Graviola: A graviola auxilia no fortalecimento do sistema imunológico, pois é rica em compostos antioxidantes e anti-inflamatórios, como a quercetina e a vitamina C, que combatem os radicais livres que prejudicam as células do corpo. Além disso, os nutrientes da graviola protegem o estômago, regulando a acidez gástrica e prevenindo contra úlceras.

VII. Sorvete de Murici: O murici atua como um tratamento natural para anemia, pois ele é rico em vitamina C, que estimula a absorção de ferro dos alimentos e ajuda a gerar hemoglobina, que é um dos elementos sanguíneos que transporta o oxigênio pelo organismo.

VIII. Sorvete de Açaí: O sorvete artesanal de açaí combina sabor irresistível com benefícios para a saúde. Pois, o açaí contém antioxidantes, fibras e nutrientes, que auxiliam no combate aos radicais livres, melhora a digestão e fornece vitaminas essenciais. Adoçado com xilitol, é uma opção deliciosa e saudável.

IX. Sorvete de Abacaxi com Coco: Essa opção é uma excelente combinação, pois o abacaxi é uma fruta que além de muito saborosa e refrescante, ajuda a fortalecer a mente, contendo as vitaminas B1 e B3 que auxiliam no combate do cansaço mental. Juntamente com a polpa do coco o que possui propriedades anti-inflamatórias, sendo rico em fibras, que contribuem para a saúde intestinal.

X. Sorvete de Tapioca: O sorvete de tapioca é uma excelente opção, pois a tapioca é um ingrediente muito popular na culinária brasileira, e traz muitos benefícios para quem consome, aumenta a energia física e mental, ao mesmo tempo em que preserva a massa muscular, devido aos carboidratos presentes nela.

XI. Sorvete de Taperebá: O sorvete de taperebá é uma sobremesa refrescante e muito saborosa, a fruta é nativa de regiões tropicais, dona de um sabor agridoce, proporciona muitos benefícios para a saúde, por sua elevada concentração de vitamina C e carotenoides, o que lhe atribui propriedades antioxidantes e anti-inflamatórias.

XII. Sorvete de Whey com Chocolate 50%: Esse sorvete combina o sabor irresistível do chocolate aos benefícios do Whey Protein, uma proteína amplamente usada em suplementos fitness. Whey Protein é produzido a partir das proteínas encontradas no soro do leite, contribuindo para o ganho de massa muscular, fortalecimento do sistema imunológico e melhora no desempenho durante exercícios físicos.

Figura 4 – Cardápio dos Sorvetes Artesanais.



Cardápio dos Sorvetes Artesanais	
WHEY C/ CHOC. 50%	\$8.00
AÇAÍ, BANANA E WHEY	\$8.00
MORANGO COM CHOC. AMARGO	\$8.00
CUPUAÇU COM CASTANHA	\$8.00
CREME DE CACAU COM NATA	\$8.00
ABACAXI COM COCO	\$7.00
MARACUJÁ COM MANGA	\$7.00
TAPIOCA	\$7.00
TAPEREBÁ	\$7.00
GRAVIOLA	\$7.00
MURICI	\$7.00
AÇAÍ	\$7.00

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 3.1 Característica

A empresa Sr. Sorvete atuará no ramo de comércio, por meio da produção e venda de sorvetes artesanais, que se mostra como uma boa oportunidade, tendo em vista que o sorvete artesanal está bastante em alta, por se tratar de um produto que possui um baixo teor de gordura em relação ao sorvete industrial, além de apresentar uma melhor cremosidade e um sabor mais natural.

Ademais, como já descrito, cada vez mais tem se observado a busca do consumidor por produtos que gerem benefícios à saúde, e também que se preocupem com a sustentabilidade e o meio ambiente. Desse modo, pretende-se ofertar um produto que atenda a essas características, que podem ser usadas como importantes diferenciais competitivos.

### 3.2 Diferencial Tecnológico

O diferencial tecnológico será o Sistema Nex, pois ele oferece diversos recursos que ajudarão a otimizar a gestão do negócio, como o Cadastros de Clientes, como demonstra a figura 5, que funciona como um banco de dados dos clientes da sorveteria com informações

como nome, data de nascimento, número de contato, endereço, etc. Através dele, o recurso de Programa de Fidelização de Clientes, realiza uma análise dos valores gastos por cada cliente cadastrado, conforme o valor mínimo estipulado de pontos, oferecerá recompensas ao cliente (brindes, descontos, etc).

Figura 5 – Cadastro de Clientes do Sistema Nex.

The image shows a web-based form for client registration. The fields are as follows:

- Código:** 543989
- Nome:** Silvia Aparecida Gomes
- Data Nasc.:** 19/03/2001
- Sexo:** Feminino
- Telefone:** 11 5543 6718
- Celular:** 11 99355- 8115
- RG:** (empty)
- CPF:** (empty)
- Endereço:** Rua Vicente Pólito 345 apto 22, Vila Madalena, São Paulo, SP, 05433-050, IBGE: 3550308
- Pai:** (empty)
- Mãe:** (empty)
- E-mail:** (empty)
- Observações:** (empty)
- Informações extras:** (empty)

Additional features include a photo of a woman, a trash icon, a 'Produtor Rural' checkbox, and a 'Empresa' checkbox. Keyboard shortcuts for address management are shown below the address field: 'Novo endereço - F4', 'Editar - F9', and 'Copiar - Ctrl-E'.

Fonte: Sistema Nex, 2023.

Ademais, o Sistema Nex conta com um recurso de Controle de Estoque completo, como mostra a figura 6, este recurso permite simplificar o cadastro de produtos e de fornecedores, fazer a conferência de estoque e o controle de entrada e saída de estoques, gerar relatórios e estatísticas, acompanhar o histórico de movimentação de estoques, gerar avisos de estoque mínimo, manter o controle de validade, etc. A seguir, a figura 6 apresenta a interface do recurso de controle de estoque.

Figura 6 – Controle de Estoque do Sistema Nex

The screenshot displays the 'Controle de Estoque' (Inventory Control) interface in the Sistema Nex application. The interface is divided into several sections:

- Top Navigation:** Includes icons for 'Entrada' (Entry), 'Saída' (Exit), 'Editar' (Edit), 'Cancelar' (Cancel), and 'Imprimir Recibo' (Print Receipt).
- Menu:** A dropdown menu is open, listing options: 1. Devolução do Cliente, 2. Compra, 3. Transferência entre Lojas, 4. Retorno de Remessa, 5. Ajuste de Estoque, and 6. Outras Entradas.
- Table:** A table shows inventory transactions. The columns are 'Tipo', 'Total Final', and 'Itens'. The data includes:
 

Tipo	Total Final	Itens
Venda	R\$ 9,99	1 Uva
Venda	R\$ 26,19	1 Pêssego
Venda	R\$ 8,99	1 Jaboticaba
Venda	R\$ 26,90	1 Kiwi
Venda	R\$ 6,49	1 Abacaxi
Ajuste de Estoque -	R\$ 0,00	1 Uva
Compra	R\$ 2,50	1 Abacaxi, 1 Damasco
Devolução do Cliente	R\$ 0,89	1 Figo
Venda	R\$ 0,89	1 Figo
- Product List (Produtos 99):** A list of products with their prices and quantities. The items shown are:
  - Pêssego: R\$ 180,00 / Kg
  - Jaboticaba: R\$ 13,00 / Kg
  - Uvas: R\$ 9,99 / Kg
  - Abacaxi: R\$ 3,99 / Kg
  - Figo: R\$ 17,99 / Kg
  - Damasco: R\$ 2,99 / Un
  - Kiwi: R\$ 50,00 / Un

Fonte: Sistema Nex, 2023.

### 3.3 Responsabilidade Social Empresarial

A empresa Sr. Sorvete terá um compromisso com a sociedade e o meio ambiente, através de práticas que visam diminuir os impactos ambientais, como: a utilização de copos biodegradáveis, que são feitos de papel e se decompõem mais rápido comparados aos de plástico, e pazinhas que são feitas de madeira de reflorestamento, que ao serem descartadas não irão degradar o meio ambiente. Além disso, iremos promover campanhas de conscientização ambiental em nossas mídias sociais; buscando, assim, ações que estimulem a população a adoção de práticas sustentáveis.

### 3.4 Pesquisa e Desenvolvimento

Para melhorar o desempenho da empresa e buscar a fidelização de nossos clientes, mensalmente será feita uma pesquisa de satisfação, onde será aplicado um pequeno questionário em nossas mídias sociais. Essa pesquisa irá trazer a possibilidade de identificar os níveis de contentamento dos clientes em relação aos produtos e serviços prestados pela empresa.

A partir dos resultados obtidos da pesquisa de satisfação, poderemos analisar e compreender a percepção dos consumidores. Logo, será possível elaborar estratégias, e ter uma tomada de decisão mais assertiva para resolver quaisquer eventualidades que possam prejudicar o andamento do negócio. Desse modo, estaremos priorizando a opinião de nossos clientes, construindo um bom relacionamento, e melhorando cada vez mais o desenvolvimento da empresa.

## 4 MERCADO

Como já mencionado anteriormente, a sociedade vem se tornando cada vez mais exigente com o que consome, ocasionando um aumento das buscas por alimentos saudáveis, práticos e que proporcionem um bem-estar individual e também coletivo perante a sociedade através de ações que visam a preservação ambiental.

O município de Laranjal do Jari encontra-se localizado na região sul do Estado do Amapá, e de acordo o IBGE (2023), conforme os dados levantados pelo último Censo, possui cerca de 35.114 habitantes residentes em seu território, e no ano de 2021, sua média salarial correspondia a 2,3 salários mínimos. Em sua região existe uma escassez por empreendimentos no segmento de alimentos que possuam uma proposta saudável e sustentável. À vista disso, a empresa Sr. sorvete surgirá com propostas inovadoras para a região, proporcionando uma gama de produtos naturais e sustentáveis que irão atender as necessidades desse perfil de consumidor.

### 4.1 Clientes

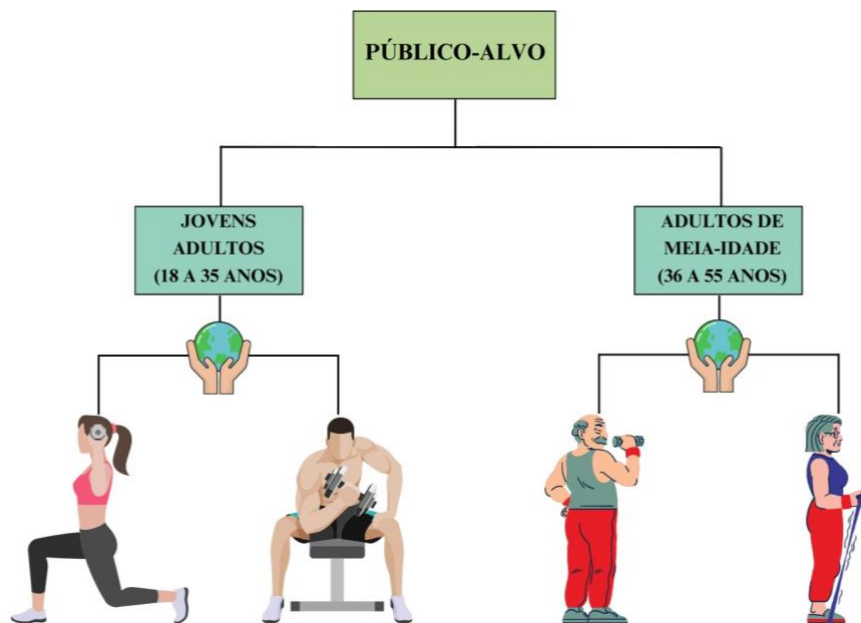
As características de quem consome sorvetes artesanais podem variar consideravelmente, pois os consumidores que buscam por esse tipo de alimento são bastante variados. Entretanto, é possível distinguir o público alvo como homens ou mulheres que estejam focados na saúde e bem-estar, são jovens adultos (18 a 35 anos) e adultos de meia-idade (36 a 55 anos), que se encontram dentro das faixas de renda média a alta. Pois, estão dispostos a investir em produtos de qualidade, os quais têm a capacidade de proporcionar benefícios à saúde através de uma alimentação rica em nutrientes.

Nosso público-alvo são pessoas que procuram saber os benefícios nutricionais dos alimentos que consomem, se interessam em saber sobre os ingredientes, a quantidade de proteínas, de calorias e o teor de açúcar que possuem. Ademais, estão sempre atentos às causas ambientais, priorizando embalagens que causam menos impactos ao meio ambiente.

Assim, vale ressaltar que a grande maioria deles são praticantes de atividades físicas, que estão em busca de bem-estar, eles veem o consumo de sorvete artesanal como uma recompensa após a finalização de exercícios físicos ou uma sobremesa saudável que pode ser incluída na dieta, como mostra na figura 6, uma ilustração do público-alvo Empresa Sr. Sorvete. Além disso, a localização geográfica do presente negócio é um ponto forte, pois está localizado na principal avenida da cidade, onde há um constante fluxo de pessoas praticando atividades físicas como: caminhada, corrida e ciclismo.

A Avenida Tancredo Neves é a principal rota em que trafegam as pessoas que frequentam academias de musculação, pois, há academias nas proximidades do negócio, assim como existem quadras poliesportivas para quem pratica atividade física através de esportes. E ainda, como o negócio abrange públicos de variadas faixas etárias, nossos clientes estão localizados também em escolas, praças e igrejas, etc. Visto que, ao fim de seus compromissos, nossos clientes buscam ter momentos de lazer ao saborear nossos sorvetes.

Figura 7 – Público Alvo da Empresa Sr. Sorvete.



Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

## 4.2 Concorrentes

Atualmente, os empreendimentos que oferecem produtos similares como sorvetes e milk-shakes, estão localizados em alguns pontos do bairro Agreste e Centro na cidade de Laranjal Jari, estes empreendimentos comercializam apenas os sorvetes do tipo industrializado, que possuem grandes calorias, com altos teores de açúcar e conservantes, e apresentam um baixo valor nutricional. Nesta região não existe nenhum empreendimento que ofereça sorvetes artesanais com uma proposta de produtos saudáveis e sustentáveis.

Desse modo, a empresa Sr. sorvete se destaca entre os seus concorrentes, pois oferece produtos de qualidade com baixo teor de calorias e açúcar, e que sejam nutritivos contribuindo para uma boa saúde, e também que tragam ao cliente a experiência de poder cooperar com a redução dos impactos ambientais, na utilização das embalagens sustentáveis.

### **4.3 Fornecedores**

A empresa Sr. Sorvete terá a necessidade de fornecimento de frutas, que são a principal matéria-prima dos sorvetes artesanais, elas serão adquiridas através de vendedores locais. O principal fornecedor será João Paulo, que possui um sítio localizado próximo a região de Laranjal do Jari, e o sítio Deus Proverá do seu Anastácio Xavier, localizado na área rural do distrito de Monte Dourado, e o sítio Abílio da dona Josilene de Sousa, que encontra-se localizado no ramal Cova da Onça na Comunidade do Braço, e contará com o apoio de mais dois fornecedores, que serão constatados em caso de possíveis impasses no processo logístico dos produtos.

Também serão essenciais a compra de produtos como o leite desnatado, creme de leite, farinha de arroz, polvilho doce, ovos, etc. Estes ingredientes serão utilizados para a produção dos sorvetes e casquinhas, e vão ser adquiridos através dos Supermercado Zanotto e o Mercantil Ramalho, e em caso de possíveis faltas dos produtos em estoque, o fornecedor secundário será o Supermercado Santa Lúcia, que fica localizado em Macapá, capital do Estado do Amapá.

Os fornecedores das embalagens biodegradáveis serão as empresas Natucopus que fornecerá os copos de papel, e a empresa Theoto que irá fornecer as colheres de madeira de reflorestamento. Além disso, a empresa precisará de máquinas e equipamentos indispensáveis para a produção, armazenamento e exposição dos sorvetes, bem como móveis que irão compor o ambiente da sorveteria, e utensílios de cozinha que serão comprados das seguintes lojas: Domestilar, Center Kennedy e Amazonas Importados, todas presentes da região de Laranjal do Jari, somente a máquina de sorvete e o gerador de energia que serão adquiridas de fora do estado do Amapá, na Loja Refriarte e Americanas.

### **4.4 Dimensionamento do Mercado**

Conforme exposto no item de Mercado Potencial, as informações demonstradas nas pesquisas realizadas pelos órgãos oficiais como o SEBRAE (2017) e a Associação Brasileira das Indústrias e do Setor de Sorvetes (2019), apontaram as tendências do consumo de sorvete, e a viabilidade de empreender neste setor, que consegue manter uma quantidade de vendas relevantes até em períodos de sazonalidade.

Ademais, de acordo com dados consultados na plataforma do Econodata, que traz uma lista com 1470 empresas de Laranjal do Jari, observou-se que no mercado do setor de atuação em que a empresa pretende operar, existe um número reduzido de negócios que oferecem

produtos similares, ou seja, sobremesas geladas como picolés e sorvetes industrializados. Mediante isso, foram encontrados um empreendimento que trabalha com picolés e um outro que comercializa sorvetes. Para mais, foi observado que existe uma franquia que trabalha com a venda sorvetes e milk-shakes, e mais dois empreendimentos que iniciaram recentemente com suas atividades. Todavia, não foi encontrado nenhum empreendimento que ofereça sorvete do tipo artesanal.

Prevê-se que a empresa Sr. Sorvete consiga alcançar um número considerável de vendas, uma vez que nossa empresa irá fornecer serviços nas áreas de lacunas deixadas pelas demais empresas, como o atendimento virtual, delivery, ambiente atraente, programas de fidelização e descontos, e principalmente um produto saudável e sustentável. Dessa forma, a empresa buscará alcançar inicialmente cerca de 4,3% da população do município de Laranjal do Jari, que equivale a aproximadamente 1520 pessoas em seu primeiro mês de funcionamento.

## 5 ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO

Para Fischmann e Almeida (1991, p. 25) o planejamento estratégico é conceituado como:

Planejamento estratégico é uma técnica administrativa que, através da análise do ambiente de uma organização, cria a consciência das suas oportunidades e ameaças, dos seus pontos fortes e fracos para o cumprimento da sua missão e, através desta consciência, estabelece o propósito de direção que a organização deverá seguir para aproveitar as oportunidades e evitar riscos.

Dessa forma, por meio da ferramenta estratégica matriz SWOT, será possível obter um diagnóstico mais preciso sobre os fatores que poderão influenciar de forma positiva ou negativa no desenvolvimento do negócio.

### 5.1 Análise Estratégica (SWOT)

A matriz SWOT, também conhecida como matriz FOFA, é uma ferramenta de planejamento estratégico, que analisa os aspectos internos e externos do negócio trazendo assim, a possibilidade de explorar cenários nos quais se possa tomar decisões mais assertivas. São verificados quatro aspectos dentro dela, que são: Forças, oportunidades, fraquezas e ameaças.

#### 5.1.1 Análise Interna

A análise interna da matriz SWOT, tem como objetivo verificar os pontos fortes e fracos do negócio. Portanto, nas forças são acrescentadas as principais características do negócio que o fazem obter vantagens competitivas em relação aos concorrentes. Em contrapartida, nas fraquezas são acrescentados os empecilhos que podem afetar o desenvolvimento da empresa em relação ao mercado.

Ao analisar o ambiente interno, a empresa Sr. sorvete obteve um diagnóstico inicial da empresa. Dessa forma, serão apresentados a seguir os seus pontos fortes e fracos:

Tabela 2 – Forças e fraquezas da empresa Sr. Sorvete.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<p>Marketing: A empresa buscará sempre intensificar no investimento do marketing digital, através de parcerias com influencers, veículos de comunicação local e entre outras maneiras. Visando assim, a expansão da popularização do negócio.</p>	<p>Durabilidade dos produtos artesanais.</p>
<p>Sistema de gestão: O sistema Nex oferece diversos recursos para auxiliar na gestão dos negócios, um exemplo é a balança acoplada ao caixa que possibilita a venda fracionada dos sorvetes. Dessa forma, será possível ter um melhor controle das vendas.</p>	<p>Negócio iniciante no mercado de Laranjal do Jari.</p>
<p>Localização estratégica: A empresa tem uma localização privilegiada, por fazer parte da rota onde trafega seu público-alvo e os demais clientes.</p>	
<p>Atendimento de qualidade: A empresa buscará manter um atendimento presencial e virtual de excelência.</p>	
<p>Embalagens biodegradáveis que causam menos impactos ambientais.</p>	
<p>Ambiente agradável.</p>	
<p>Delivery dos produtos ofertados.</p>	
<p>Assessoria de um nutricionista para produção.</p>	

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 5.1.2 Análise Externa

De modo diferente da análise interna, a análise externa pretende identificar quais as oportunidades e ameaças presentes no ambiente externo à organização. Assim, as oportunidades representam os fatores que podem ser benéficos para empresa, e ajudá-la a ser mais competitiva e obter melhores resultados. Enquanto que as ameaças são os fatores que podem representar uma situação de risco para o funcionamento do negócio, e por isso, se faz necessário que se tenha um olhar atento por parte dos administradores.

Deste modo, após uma análise inicial, serão apontadas as oportunidades e ameaças do ambiente externo da empresa Sr. Sorvete:

Tabela 3 – Oportunidades e ameaças para a empresa Sr. Sorvete.

Oportunidades	Ameaças
Possibilidade de parcerias com academias.	Concorrentes com produtos similares com mais tempo de experiência em vendas no mercado de Laranjal do Jari.
Possibilidade de criar novos produtos que possam ser fornecidos em eventos e festas em geral.	Atraso por parte dos fornecedores na entrega.
Possibilidade de expansão do negócio.	

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 5.1.3 Objetivos

Para se ter uma melhor compreensão a respeito da finalidade que a empresa buscará alcançar, serão abordados a seguir os objetivos: Geral, financeiro e de marketing.

#### 5.1.3.1 Objetivo Geral

Produzir sorvetes de qualidade e que satisfaçam as necessidades de nossos clientes, proporcionando bem-estar físico e mental.

#### 5.1.3.2 Objetivo Financeiro

Aumentar anualmente as vendas, adquirir o retorno financeiro do valor inicial investido, estar em dia com as obrigações legais e com as despesas da empresa, e também obter lucro financeiro para que o negócio continue se mantendo no futuro.

#### 5.1.3.3 Objetivo de Marketing

Investir no marketing digital através de parcerias com *influencers* locais, visando assim, a expansão da popularização da empresa nas mídias sociais. Além disso, pretende-se investir na própria rede social da empresa para divulgação de produtos e promoções ofertadas. Outra estratégia de marketing a ser utilizada trata-se do Sistema Nex, que disponibiliza um programa de fidelização de clientes, onde são ofertados brindes e descontos aos clientes contemplados.

#### 5.1.4 Estratégias

Conforme as informações obtidas através da Análise SWOT, o Sr. Sorvete buscará realizar as seguintes estratégias:

- **Produzir o necessário:** Observando que o sorvete artesanal possui durabilidade menor que o sorvete tradicional, pois não leva em sua composição conservantes, serão produzidos apenas a quantidade capaz de atender a demanda dentro do prazo de conservação do produto, e reiniciar o processo de produção para suprir a nova demanda, e assim sucessivamente.
- **Trabalhar com mais de um fornecedor:** A empresa buscará dar prioridade aos fornecedores locais, e também trabalhar com fornecedores externos, de modo que a produção não seja interrompida, caso os produtores de matéria-prima da região não consigam suprir a demanda por insumos.
- **Marketing e Publicidade:** Intensificar as campanhas de Marketing através das mídias sociais e veículos de comunicação locais, com o objetivo de fazer com que o cliente conheça o produto, e tenha a percepção das vantagens e benefícios que este produto pode lhe proporcionar.
- **Parcerias estratégicas:** Estabelecer parcerias com academias, com o intuito de que nossos produtos ganhem mais visibilidade nos locais em que se encontram nosso público-alvo.
- **Criação de novos produtos:** Futuramente, elaborar outras sobremesas geladas como picolés e paletas mexicanas que proporcionam mais praticidade, de modo que possam ser fornecidas para eventos e festas no geral.

## 6 PLANO DE MARKETING

A empresa compreende a importância do plano de marketing para o um bom desenvolvimento do negócio. Sendo assim, a empresa Sr. sorvete efetuará estratégias de marketing através dos meios de divulgação em que a população local está habituada a receber, como *outdoors*, rádio FM, e mídias sociais (*influencers* locais, Instagram, Facebook, etc).

### 6.1 Estratégias de Vendas

As estratégias de vendas são operações concebidas pela empresa com o objetivo de promover as vendas e aumentar o faturamento do negócio. Desse modo, a empresa Sr. Sorvete projetará suas estratégias de vendas através de ações de marketing com o propósito de alcançar seu público-alvo e os demais clientes. Essas estratégias serão efetuadas através do marketing digital e o marketing de fidelização de clientes. Ademais, como uma forma de impulsionar as vendas, serão realizadas campanhas de marketing voltadas a datas comemorativas, como páscoa, dia das mães, festas juninas, festas de fim de ano, etc.

#### 6.1.1 Planejamento

Tendo em vista que o planejamento se trata de toda análise e delimitação dos meios para a empresa alcançar seus objetivos, a partir de dados do ambiente interno e externo da organização, para que a empresa maximize seus resultados e possa diminuir o risco de ameaças.

A empresa Sr. Sorvete adotará estratégias que visem atender as necessidades e desejos do nosso consumidor, e oferecer produtos saudáveis, práticos, sustentáveis e funcionais, assim como, prezar pela qualidade dos serviços, e proporcionar uma experiência agradável aos clientes, etc. Desse modo, a empresa se tornará mais conhecida no mercado, e consequentemente ocasionará um aumento das receitas da empresa.

#### 6.1.2 Organização

O planejamento da empresa Sr. Sorvete será organizado por meio de cronogramas e planos de ações que demonstrem as ações a serem realizadas, bem como os responsáveis por executá-las, e os prazos para realização. Após a execução do planejamento, serão analisados os

resultados de forma que venham ser aperfeiçoados e modificados de acordo com os objetivos da empresa.

## **6.2 Serviço e Diferencial Competitivo**

A empresa Sr. Sorvete trabalhará com serviços de atendimento virtual e também realizará entregas em domicílio. Assim, o cliente poderá optar por realizar a compra de seus produtos sem precisar se deslocar de sua residência, o que será um diferencial no mercado, visto existe uma escassez por parte dos concorrentes na realização desses serviços. Outro diferencial competitivo da empresa será a utilização de embalagens feitas de materiais renováveis.

Além disso, nosso principal diferencial competitivo será a comercialização de sorvetes artesanais, feitos a partir de frutas e ingredientes frescos, com um baixo teor calórico e adoçados com xilitol que é um adoçante natural e mais saudável, objetivando alcançar pessoas que prezam por um estilo de vida mais saudável. Ainda se tratando de diferencial competitivo, iremos ofertar opções de sorvetes com Whey Protein, buscando alcançar o público que frequenta academias e realiza a prática de treinos e exercícios físicos para melhorar seu condicionamento físico.

### **6.2.1 Estratégia de Marketing no Estágio de Introdução**

Na fase de introdução do produto no mercado, a empresa irá investir intensamente no marketing e publicidade. Visando assim, alcançar a expansão da popularização do produto, e ter a garantia de que seus clientes possam conhecer e compreender os benefícios que os produtos ofertados irão proporcionar a quem os consome.

O marketing e a publicidade serão feitos através das mídias sociais e parcerias com *influencers*, e dos veículos de comunicação local e também por meio de outdoor em pontos estratégicos da cidade.

### **6.2.2 Estratégia de Marketing no Estágio de Crescimento**

No período de crescimento, a empresa planeja aprimorar cada vez mais a qualidade do atendimento ofertado aos seus clientes, valorizando e motivando sua equipe de colaboradores, oferecendo a eles bonificações e premiações de acordo com a conduta de cada um perante a empresa, e irá continuar com as ações de marketing e publicidade do negócio.

### 6.2.3 Estratégia de Marketing no Estágio de Maturidade

Com a estabilização da empresa no mercado local e o alcance de maturidade dos produtos ofertados, a empresa irá elaborar estratégias visando a inovação no menu de sabores. E a cada novo sabor ofertado, será oferecido uma amostra grátis, para que o cliente possa ter esse primeiro momento de degustação e familiarização com o novo sabor.

### 6.3 Preço/Políticas de Preço

A empresa Sr. Sorvete tem por objetivo comercial vender sorvetes artesanais. E inicialmente, contará com uma política de preços, que levará em conta os preços ofertados em sorvetes artesanais em outros locais do Estado, como algumas sorveterias artesanais localizadas em Macapá. E também os custos de produção, armazenagem e movimentação de mercadorias, e das despesas administrativas e os lucros desejados. Tendo em vista esses pontos, será adotado um método de precificar os sorvetes com base nesses fatores, de modo que a empresa consiga cumprir com suas obrigações, e ser capaz de gerar lucro.

### 6.4 Comunicação e Propaganda

Algumas das propagandas da empresa serão transmitidas por meio de veículos de divulgação local, como a Rádio FM, e através das mídias sociais, em que serão feitas as divulgações do empreendimento em relação aos produtos, serviços prestados, promoções e descontos, bem como informar a localização do estabelecimento e número para contato. A figura 7 traz uma demonstração das mídias sociais da empresa Sr. Sorvete, que serão umas das principais ferramentas de propaganda e comunicação.

Figura 8 – Mídia Social da Empresa Sr. Sorvete.



Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

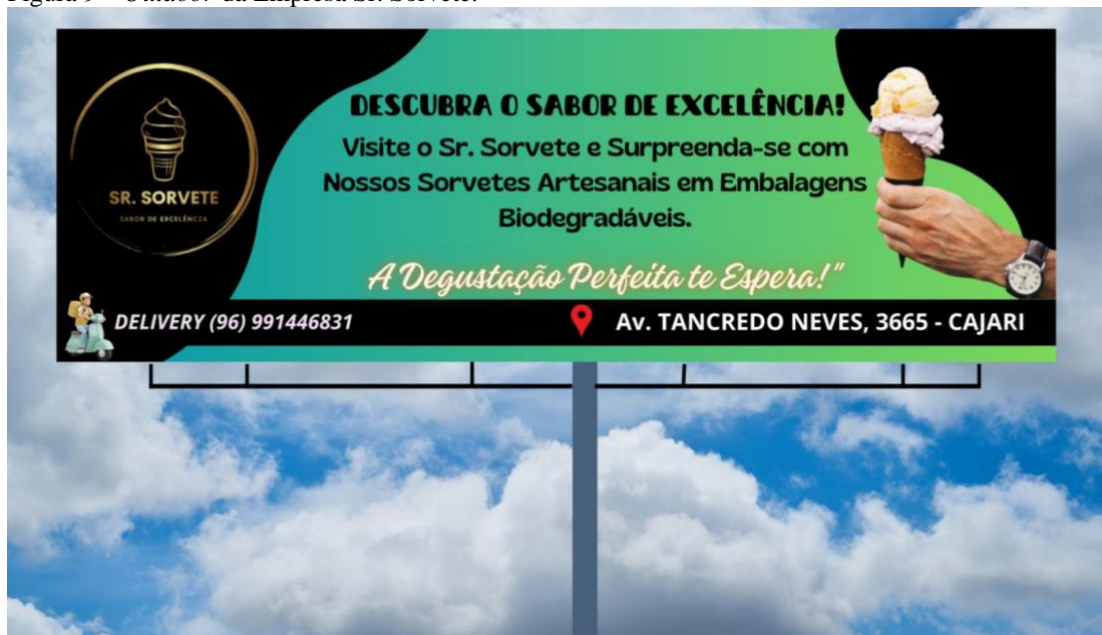
#### 6.4.1 Fixação de Objetivos

Um dos principais objetivos do negócio se trata de oferecer produtos e serviços de qualidade, que prezam pelo bem-estar de nossos clientes, e estar com as obrigações legais regularizadas perante a empresa e aos nossos colaboradores.

#### 6.4.2 Publicidade

As campanhas publicitárias da empresa serão realizadas através das mídias sociais da própria empresa, por meio de parcerias com *influencers* locais, da rádio FM e a também por meio de aluguel de *outdoors* em pontos estratégicos da cidade, conforme será demonstrada na figura 9, com uma apresentação do *outdoor* da empresa. Dessa forma, esse investimento nessas ferramentas de publicidade irão contribuir significativamente para aumentar a popularização do empreendimento.

Figura 9 – *Outdoor* da Empresa Sr. Sorvete.



Fonte: Compilação feita por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.<sup>2</sup>

#### 6.4.3 Relações Públicas

No que se refere às relações públicas, a empresa visará criar a percepção dos valores que orientam a organização, sempre prezando pela qualidade e excelência dos produtos e serviços ofertados. E também buscar a valorização do cliente e o atendimento das suas necessidades, visto que o consumidor vem se mostrando cada vez mais exigente em relação aos padrões de consumo de alimentos, procurando por opções mais saudáveis que auxiliem na obtenção de uma melhor qualidade de vida, que com a presença de nutrientes adequados, também consigam trazer uma sensação de bem-estar. E ainda, ter uma utilização consciente dos recursos naturais, tendo em vista a crescente busca por produtos sustentáveis.

Desse modo, para estabelecer o diferencial competitivo no mercado da cidade de Laranjal do Jari, a empresa buscará ser um local de referência, com o foco na experiência de se consumir um sorvete saboroso, sem a preocupação de se estar causando mal à saúde, e ainda desfrutar de um ambiente agradável e atraente, como uma excelente opção para os momentos de lazer com familiares e amigos. E além disso, ter a possibilidade de adquirir o produto sem precisar se deslocar de sua residência até o local para efetuar o pedido.

<sup>2</sup> Montagem feita a partir de imagem coletada no site Alphagel Máquinas de Sorvetes.

## **6.5 Material de Comunicação**

Os principais meios de comunicação que serão utilizados tratam-se de redes sociais como o WhatsApp, Instagram e Facebook, que irão contribuir com o intuito da expansão de negócio e para difundir o diferencial da empresa, e também como um modo de criar uma melhor relação com os clientes, a fim de realizar o atendimento virtual, prestar informações, esclarecer dúvidas e obter feedback.

## **6.6 Pós-Venda**

Em relação às ações a serem tomadas no pós-venda, a empresa trabalhará com um banco de dados gerados a partir dos cadastros dos clientes no Sistema Nex, que auxiliará para manter um contato com o cliente, conhecer mais sobre suas preferências e enviar novidades e promoções. Assim como realizar a pesquisa de satisfação, que ajudará a descobrir os aspectos a serem melhorados sob a percepção do consumidor, e saber o que além dos serviços ofertados, poderia agradá-lo e satisfazer desejos e necessidades. Além disso, fortalecer o atendimento nos canais de comunicação, para que o cliente possa encontrar as informações que precisa e que sejam resolvidos possíveis problemas que venham ocorrer.

## **7 PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO PROJETO**

O planejamento e desenvolvimento trata-se do tópico que descreve as etapas do projeto. A seguir serão apresentados a situação atual do projeto e o plano de contingência.

### **7.1 Situação Atual**

O projeto encontra-se na fase de planejamento e desenvolvimento.

### **7.2 Contingência**

A fim de resolver eventuais impasses e imprevisibilidades que possam ocorrer, como a falta de insumos e matérias-primas, a empresa buscará manter acordos com pelo menos três fornecedores, de modo que o abastecimento dos estoques e a produção não sejam prejudicados, caso algum fornecedor não consiga realizar a entrega.

Além do mais, quanto a problemas relacionados à falta de energia que ocasionalmente ocorre na região, e que poderia acarretar a perda de produtos e matérias-primas, a empresa contará com um gerador de energia para dar o suporte necessário. Possíveis problemas em máquinas e equipamentos de produção também seriam um obstáculo para o funcionamento do negócio. Assim, para buscar evitar esse tipo de problema, serão realizadas vistorias e manutenções periódicas.

## 8 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

O planejamento financeiro é de suma importância para a organização, pois nele contém informações essenciais como despesas e custos fixos e variáveis, faturamento, lucro, etc. Portanto, a partir desse planejamento a empresa poderá tomar decisões estratégicas mais assertivas, visando alcançar seus objetivos de curto, médio e longo prazo.

### 8.1 Plano de Investimento

A tabela a seguir apresentará uma síntese do plano de investimento da empresa, possuindo informações como: valor do crédito, capital de giro e os indicadores financeiros.

Tabela 4 – Plano de Investimento.

<b>Porte</b>	<b>Micro Empresa</b>
<b>Valor do crédito</b>	<b>R\$ 90.343,02</b>
<b>Capital de Giro</b>	<b>R\$ 17.767,91</b>
Cap. Giro/Financeiro	19,67%
Relação Crédito/Receita (Lucratividade):	25,71%
Rentabilidade	84,96%
Taxa Interna de Retorno - T.I.R.	90,20%
Ponto de Equilíbrio Contábil	R\$ 180.568,52
Ponto de Equilíbrio Financeiro	R\$ 169.077,47
Ponto de Equilíbrio Econômico (Lucro desejado: R\$ 10.000,00)	R\$ 195.944,24
<b>Valor Presente Líquido (TMA: 12,25%) (Período: 3 anos).</b>	<b>R\$ 162.573,73</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

#### 8.1.1 Investimento Inicial

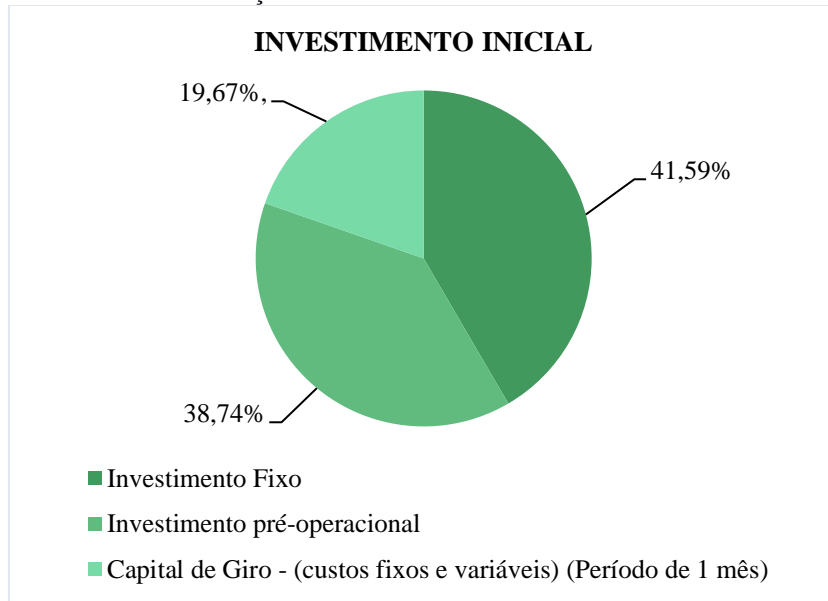
A tabela 5 traz dados sobre investimento inicial, seguida pelo gráfico 1, onde é possível observar visualmente que o investimento fixo e o investimento pré-operacional representam as maiores partes do valor total investido para abertura da empresa.

Tabela 5 – Investimento Inicial.

Valor	Valor (R\$)	%
Investimento fixo	37.575,11	41,59
Investimento pré-operacional	35.000,00	38,74
Capital de giro - (custos fixos e variáveis - período: 1 mês)	17.767,91	19,67
<b>TOTAL</b>	<b>90.343,02</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

Gráfico 1 – Demonstração do Investimento Inicial.



Fonte: Criado por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 8.1.2 Recursos

Os recursos utilizados para a criação da empresa Sr. Sorvete serão de origem das próprias sócias, onde não haverá a necessidade de um financiamento bancário ou investimentos de terceiros.

### 8.1.3 Regime de Tributação

A tabela seguinte apresenta o regime de tributação do Simples Nacional em que a empresa se enquadra. E de acordo com a Tabela do Simples Nacional 2023, uma vez que ela trabalha com a fabricação de sorvetes, ela se encaixa como indústria, tendo como alíquota 7,8%, que corresponde a receitas anuais que estão entre R\$180.000,00 a R\$360.000,00.

Tabela 6 – Regime de Tributação.

<b>Tributo</b>	<b>%</b>	<b>Incidente sobre</b>
Simple Nacional	7,8	Faturamento bruto

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

#### 8.1.4 Investimento Fixo

A seguinte tabela apresenta o investimento fixo da empresa, que trará a relação dos móveis, utensílios e equipamentos necessários para que a empresa desenvolva suas atividades e tenha um bom funcionamento.

Tabela 7 – Investimento Fixo.

Continua

<b>Quant.</b>	<b>Preço Unit. (R\$)</b>	<b>Descrição</b>	<b>Valor Total (R\$)</b>	<b>Percentual (%)</b>
01	426,00	Taxa de registro da marca (60 % de desconto para ME, MEI e EPP)	426,00	1,13
01	298,00	Registro de marca (60% de desconto para ME, MEI e EPP)	298,00	0,79
01	1.869,15	Central de Ar Electrolux 9.000 BTUS VE09F/VI09F	1.869,15	4,97
02	4.074,55	Freezer Horizontal Metalfrio Expositor 144 Litros 2 Tampas de Vidro NextGren Supra 127v BrancoNF20SB	8.149,10	21,69
01	3.901,50	Freezer Horizontal Consul 2 portas 414L - CHB42EB 127V Branco	3.901,50	10,38
01	840,91	Computador Completo Intel Core i5 8GB HD 500Gb Com Kit Monitor 19 + Pacote Office Flex Computer	840,91	2,24
01	12.815,00	Máquina de Sorvete Artesanal	12.815,00	34,11
01	419,49	Liquidificador Industrial Alta Rotação 4 Litros 800w Inox	419,49	1,12
02	237,15	Ventilador de Teto Delta Eco 3 Pás 127v Cinza	474,30	1,26

Tabela 7 – Investimento Fixo.

Continua

<b>Quant.</b>	<b>Preço Unit. (R\$)</b>	<b>Descrição</b>	<b>Valor Total (R\$)</b>	<b>Percentual (%)</b>
01	284,05	Fogão de Mesa Esmaltec Laguna 4 Bocas Mesa Inox Acendimento Manual 4027 Preto	284,05	0,76
02	189,90	Balança Eletrônica Digital até 40 kg Balança Comercial Bivolt	379,80	1,01
01	378,99	Smartphone Multilaser F Dourado Quad Core Android 9 com Sensor de Digitais RAM 1GB 32GB Tela 5.5" Câmera 5MP Selfie 5MP P9131	378,99	1,01
01	226,80	Moderninha Pro2	226,80	0,60
01	405,00	Armário Triplo Médio 3P COLORMAQ TITANIUM A3PMV (Branco/Cinza)	405,00	1,08
06	350,10	Conjunto Jogo de Mesa 70x70 com 4 Cadeiras Dobráveis Estofadas - Reisol Móveis	2.100,60	5,59
01	379,90	Kit Conjunto 4 Lixeiras de Coleta Seletiva 60 Litros	379,90	1,01
02	31,89	Lixeira para Cozinha de Pedal - 14L Alta Densidade	63,78	0,17
02	72,48	Jogo de Taças de Vidro - Sobremesa Istambul 10 Peças Hercos	144,96	0,39
02	39,60	Colher de Sobremesa Siena Brinox com 12 unidades Kit colheres Doce 19cm Restaurante Doceira Bar Buffet Festas	79,20	0,21
12	19,50	Colher de Sorvete Bola Ejetor Inox Profissional	234,00	0,62
01	65,62	Conjunto de Facas 9 peças - Tramontina 23498/048 (Inox/Preto)	65,62	0,17
02	23,96	Termômetro Digital Culinário Para Alimentos e Bebidas Clink	47,92	0,13
02	278,90	Conjunto 6 Cubas Gastronômicas em Inox GN 1/6x65 mm 1 Litro Originais ZAHAV	557,80	1,48

Tabela 7 – Investimento Fixo.

Quant.	Preço Unit. (R\$)	Descrição	Conclusão	
			Valor Total (R\$)	Percentual (%)
01	33,81	Jogo de Espátula para Sorvete 6 peças em Aço Inox Laguna – Tramontina	33,81	0,09
02	57,99	Caçarola Panela Grande Alumínio Batido Fundido Grosso Nº 24	115,98	0,31
01	200,00	Filtro Purificador de Água Carvão Ativado Cozinha, Torneira, Pia – Transparente	200,00	0,53
01	121,00	Máquina de Fazer Casquinha de Sorvete Ice Cone Maker	121,00	0,32
01	115,00	Botijão de Gás	115,00	0,31
02	11,17	Kit 2 espátulas de Silicone Tradicional Reta Multiuso	22,34	0,06
01	1.434,31	Gerador de Energia à Gasolina 3,1 Kva Bivolt Partida Manual TG3100CXR toyama	1.434,31	3,82
01	740,00	Mesa Manipulação De Alimentos Tampo Em Aço Inox 190x70	740,00	1,97
12	20,90	Balde Plástico para Sorvete Natural 10 Litros	250,80	0,67
<b>TOTAL</b>			<b>37.575,11</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 8.1.5 Investimento Pré-Operacional

A tabela a seguir apresenta informações sobre o investimento pré-operacional, catalogando o que será essencial para dar início às atividades da empresa.

Tabela 8 – Investimento Pré-Operacional.

<b>Descrição</b>	<b>Valor (R\$)</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Abertura da Empresa (alvará de licença, taxa da junta comercial e treinamento)	1.500,00	4,29
Marketing – divulgação inicial	2.500,00	7,14
Treinamento	1.000,00	2,86
Reformas de Instalações	30.000,00	85,71
<b>TOTAL</b>	<b>35.000,00</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 8.1.6 Projeção de Receita

A tabela 9 traz a descrição dos produtos da empresa, os preços unitários a cada bola e a cada litro de sorvetes artesanais, a quantidade estimativa de litros de sorvetes vendidos por cada tipo de sabor de sorvete, e o total mensal de litros, para estes cálculos considerou-se 1 litro de sorvete equivalente a 16 bolas. Além disso, a tabela apresenta o faturamento por cada sabor e o total mensal.

Tabela 9 - Estimativa de Vendas no 1º Mês de Funcionamento da Empresa.

Continua

<b>Nº</b>	<b>Descrição do Produto</b>	<b>Preço Unitário p/Bola(R\$)</b>	<b>Preço p/Litro(R\$)</b>	<b>Quant. Estimativa de Litros Vendidos</b>	<b>Total do Faturamento Mensal(R\$)</b>
1	Sorvete de Açaí com Banana e Whey Protein	8,00	128,00	20	2.560,00
2	Sorvete de Chocolate Cacau 50% com Whey Protein	8,00	128,00	20	2.560,00
3	Sorvete de Morango e Chocolate Amargo	8,00	128,00	20	2.560,00
4	Sorvete de Cupuaçu com Castanha do Brasil	8,00	128,00	20	2.560,00
5	Sorvete de Creme de Cacau e Nata	8,00	128,00	20	2.560,00
6	Sorvete de Maracujá com Manga	7,00	112,00	20	2.240,00
7	Sorvete de Abacaxi e Coco	7,00	112,00	20	2.240,00
8	Sorvete de Açaí	7,00	112,00	10	1.120,00
9	Sorvete de Graviola	7,00	112,00	10	1.120,00

Tabela 9 - Estimativa de Vendas no 1º Mês de Funcionamento da Empresa.

Conclusão

Nº	Descrição do Produto	Preço Unitário p/Bola(R\$)	Preço p/Litro(R\$)	Quant. Estimativa de Litros Vendidos	Total do Faturamento Mensal(R\$)
10	Sorvete de Muruci	7,00	112,00	10	1.120,00
11	Sorvete de Taperebá	7,00	112,00	10	1.120,00
12	Sorvete de Tapioca	7,00	112,00	10	1.120,00
<b>TOTAL</b>				<b>190</b>	<b>22.880,00</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

A seguinte tabela apresenta a projeção de receita do 1º ao 3º ano, onde estimou-se uma quantidade inicial de 190 litros de sorvetes vendidos. Foi estabelecido um crescimento de 3%, onde obteve-se um crescimento equivalente a 2,7 litros os sorvetes de R\$ 7,00, e de 3 litros para os sorvetes de R\$8,00, totalizando um aumento de 5,7 litros, com crescimentos sendo maiores em meses de datas comemorativas e períodos onde o clima encontra-se mais quente.

Tabela 10 – Projeção de Receita do 1º ao 3º ano.

Continua

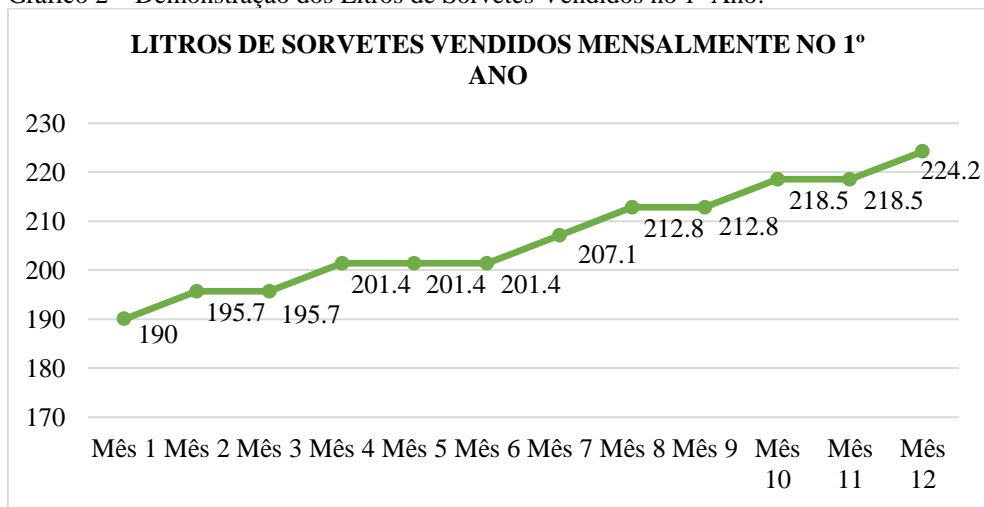
Mês	Quant. de Litros de Sorvetes Artesanais no valor de R\$ 7,00 vendidos	Quant. de Litros de Sorvetes Artesanais no valor de R\$ 8,00 vendidos	Total da Quant. de Litros de Sorvetes Vendidos	Total do Faturamento Bruto Mensal (R\$)
<b>Mês 1</b>	90	100	190,0	22.880,00
<b>Mês 2</b>	92,7	103,00	195,7	23.566,40
<b>Mês 3</b>	92,7	103,00	195,7	23.566,40
<b>Mês 4</b>	95,4	106,00	201,4	24.252,80
<b>Mês 5</b>	95,4	106,00	201,4	24.252,80
<b>Mês 6</b>	95,4	106,00	201,4	24.252,80
<b>Mês 7</b>	98,1	109,00	207,1	24.939,20
<b>Mês 8</b>	100,8	112,00	212,8	25.625,60
<b>Mês 9</b>	100,8	112,00	212,8	25.625,60
<b>Mês 10</b>	103,5	115,00	218,5	26.312,00
<b>Mês 11</b>	103,5	115,00	218,5	26.312,00
<b>Mês 12</b>	106,2	118,00	224,2	26.998,40
<b>ANO 1</b>	<b>1.174,5</b>	<b>1.305</b>	<b>2.479,5</b>	<b>298.584,00</b>
<b>ANO 2</b>	<b>1.344,6</b>	<b>1.494</b>	<b>2.838,6</b>	<b>341.827,20</b>

<b>ANO 3</b>	<b>1.549,8</b>	<b>1.722</b>	<b>3.271,8</b>	<b>393.993,60</b>
--------------	----------------	--------------	----------------	-------------------

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

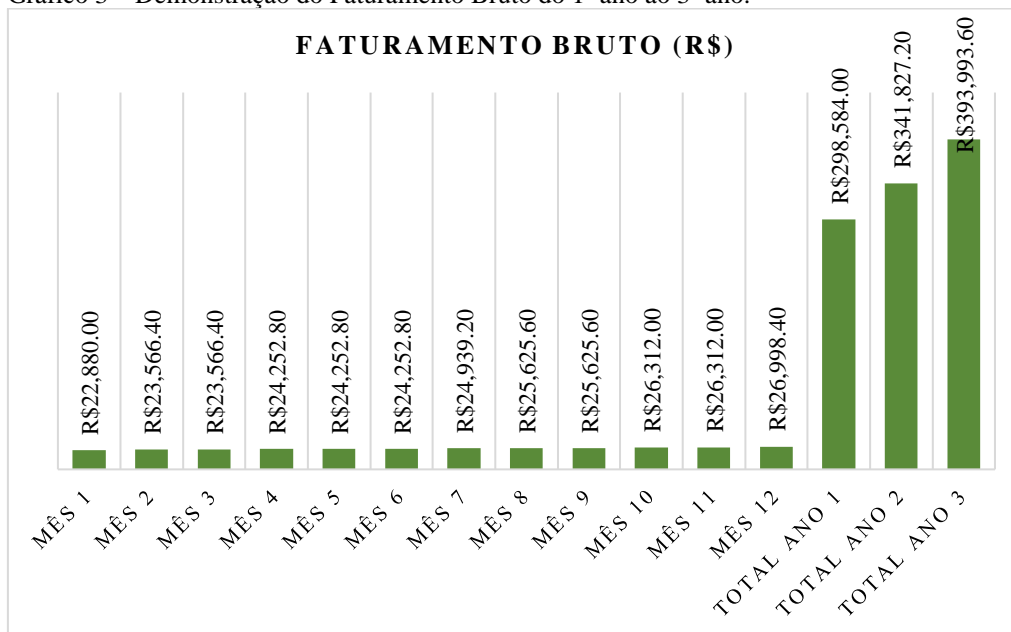
A seguir, os gráficos 2 e 3 trazem uma demonstração que permite visualizar melhor os crescimentos de vendas durante os meses do 1º ano de funcionamento da empresa, e as variações de receitas do 1º ano e 3º ano.

Gráfico 2 – Demonstração dos Litros de Sorvetes Vendidos no 1º Ano.



Fonte: Criado por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

Gráfico 3 – Demonstração do Faturamento Bruto do 1º ano ao 3º ano.



Fonte: Criado por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 8.1.7 Necessidade de Capital de Giro Inicial

Na tabela 11 será apresentado o valor total do capital de giro que será necessário para quitar todos os custos e despesas da empresa no período de um mês. Desse modo, o capital de giro do primeiro mês se faz necessário para a empresa cumprir com suas obrigações com terceiros, realizar a compra de matéria-prima, pagar as contas de energia elétrica, água, plano de internet, etc. Por fim, não foi encontrada a necessidade de um capital giro para um período maior, uma vez que a receita gerada pela empresa consegue arcar com seus custos e despesas mensais.

Tabela 11 – Necessidade de Capital de Giro- Custeio dos 6 Primeiros Meses de Funcionamento da Empresa.

<b>Mês</b>	<b>Custos e Despesas Fixas (R\$)</b>	<b>Custos e Despesas Variáveis (R\$)</b>	<b>Total (R\$)</b>
<b>Mês 1</b>	9.786,46	7.981,45	17.767,91
<b>NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO</b>			<b>17.767,91</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 8.1.8 Estoque

A seguinte tabela traz a demonstração do estoque mensal necessário para a produção e vendas dos sorvetes artesanais durante um período de 30 dias. Onde os produtos não perecíveis serão comprados uma vez a cada mês, e as frutas precisarão ser compradas semanalmente.

Tabela 12 – Estoque da Empresa.

Continua

<b>Quant.</b>	<b>Valor Unitário (R\$)</b>	<b>Descrição</b>	<b>Valor Total (R\$)</b>	<b>Percentual (%)</b>
01	346,17	Copos de 60 ml – Caixa c/ 1.000 unid.	346,17	6,37
01	409,64	Copos de 100 ml – Caixa c/ 1.000 unid.	409,64	7,54
01	522,00	Potes de 250 ml – Caixa c/ 1000 unid.	522,00	9,61
01	332,22	Tampas de 250 ml – Caixa c/ 1000 unid.	332,22	6,11

Tabela 12 – Estoque da Empresa.

				Conclusão
Quant.	Valor Unitário (R\$)	Descrição	Valor Total (R\$)	Percentual (%)
01	108,32	Colher de Madeira – Pacote c/ 2.500 unid.	108,32	1,99
10	36,96	Xilitol – Pacote c/ 1 KG	369,60	6,80
02	76,81	Nata Latvida – Balde c/ 3,5 KG	153,62	2,83
08	39,90	Leite Desnatado - Caixa c/ 12 unid. de 1 L	319,20	5,87
03	56,90	Whey Protein – Pote c/ 2 KG	170,70	3,14
04	28,13	Farinha de Arroz Branco – Pacote c/ 5 KG	112,52	2,07
02	35,89	Polvilho Doce – Pacote c/ 5 KG	71,78	1,32
02	33,00	Amido de Milho – Pacote c/ 5 KG	66,00	1,21
04	16,00	Ovos – Cuba c/ 30 unid.	64,00	1,18
05	7,90	Óleo – Embalagem c/900 ml	39,50	0,73
03	109,50	Chocolate 50% Cacau - Saco com 5 KG	328,50	6,05
03	77,50	Creme de Leite - Caixa com 27 Unidades de 200 g.	232,50	4,28
01	1.657,50	Frutas	1.657,50	30,50
01	70,00	Materiais de Limpeza	70,00	1,29
01	60,00	Materiais de Escritório	60,00	1,10%
<b>TOTAL</b>			<b>5.433,77</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

## 8.2 Plano Econômico Financeiro

O plano econômico financeiro é um elemento essencial que visa garantir a execução das demandas da organização.

### 8.2.1 Preço de Custo por Litro de Sorvete

A tabela seguinte demonstra o preço de custo por cada litro de sorvete vendido. Essa análise é imprescindível, visto que permite identificar o número ideal de litros de sorvetes a serem vendidos, que serão precisos para que a empresa consiga pagar suas dívidas e obter o lucro desejável.

Tabela 13 - Preço de Custo Mensal e Anual.

<b>Mês</b>	<b>Quantidade de Litros de Sorvete Vendidos</b>	<b>Custos e Despesas Fixas (R\$)</b>	<b>Custos e Despesas Variáveis (R\$)</b>	<b>Preço de Custo por Litro de Sorvete (R\$)</b>
<b>Mês 1</b>	190,0	51,51	42,01	93,52
<b>Mês 2</b>	195,7	50,01	42,26	92,27
<b>Mês 3</b>	195,7	50,01	42,26	92,27
<b>Mês 4</b>	201,4	48,59	42,19	90,78
<b>Mês 5</b>	201,4	48,59	42,19	90,78
<b>Mês 6</b>	201,4	48,59	42,19	90,78
<b>Mês 7</b>	207,1	47,25	42,12	89,38
<b>Mês 8</b>	212,8	45,99	42,06	88,05
<b>Mês 9</b>	212,8	45,99	42,06	88,05
<b>Mês 10</b>	218,5	44,79	42,00	86,79
<b>Mês 11</b>	218,5	44,79	42,00	86,79
<b>Mês 12</b>	224,2	43,65	41,94	85,59
<b>ANO 1</b>		<b>117.437,47</b>	<b>104.392,07</b>	<b>221.829,54</b>
<b>ANO 2</b>		<b>117.437,47</b>	<b>117.941,72</b>	<b>235.379,18</b>
<b>ANO 3</b>		<b>117.437,47</b>	<b>135.040,55</b>	<b>252.478,02</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

A tabela 14 consta o índice dos custos, despesas, faturamento mensal e anual da organização.

Tabela 14 – Relação custo-despesa e receita mensal-anual.

<b>Mês</b>	<b>Quantidade de Litros de Sorvetes Vendidos</b>	<b>Faturamento da Empresa (R\$)</b>	<b>Custos e Despesas (R\$)</b>	<b>Resultado (R\$)</b>
<b>Mês 1</b>	190,0	22.880,00	17.767,91	5.112,09
<b>Mês 2</b>	195,7	23.566,40	18.056,74	5.509,66
<b>Mês 3</b>	195,7	23.566,40	18.056,74	5.509,66
<b>Mês 4</b>	201,4	24.252,80	18.283,30	5.969,50
<b>Mês 5</b>	201,4	24.252,80	18.283,30	5.969,50
<b>Mês 6</b>	201,4	24.252,80	18.283,30	5.969,50
<b>Mês 7</b>	207,1	24.939,20	18.509,86	6.429,34
<b>Mês 8</b>	212,8	25.625,60	18.736,43	6.889,17
<b>Mês 9</b>	212,8	25.625,60	18.736,43	6.889,17
<b>Mês 10</b>	218,5	26.312,00	18.962,99	7.349,01
<b>Mês 11</b>	218,5	26.312,00	18.962,99	7.349,01
<b>Mês 12</b>	224,2	26.998,40	19.189,55	7.808,85
	<b>1º ANO</b>	<b>298.584,00</b>	<b>221.829,54</b>	<b>76.754,46</b>
	<b>2º ANO</b>	<b>341.827,20</b>	<b>235.379,18</b>	<b>106.448,02</b>
	<b>3º ANO</b>	<b>393.993,60</b>	<b>252.478,02</b>	<b>141.515,58</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

## 8.2.2 Necessidade de Mão-de-Obra Mensal/Anual

A tabela 15 demonstrará o cálculo da mão-de-obra necessária para a execução das atividades da empresa nos períodos mensais e anuais. Essa mão-de-obra será composta por assessorias mensais com um contador e com um nutricionista. A empresa contará com uma mão-de-obra fixa composta por um sorveteiro e um atendente, e também com uma mão-de-obra indireta, composta por um motoboy, que realizará as entregas dos produtos, e será remunerado de acordo com as entregas realizadas, que estima-se que sejam 30% do total de vendas da empresa, e obteve-se uma média salarial dos doze meses de um ano, sendo que cada mês corresponderá a um valor obtido a partir de uma taxa paga pelo clientes de R\$ 5,00 por entrega realizada.

Tabela 15 - Necessidade de Mão-de-Obra.

Função	Quant.	Mensal	Valores (R\$)		
			1º Ano	2º Ano	3º Ano
<b>1 – Honorários</b>					
Contador	1	508,00	6.096,00	6.096,00	6.096,00
Nutricionista	1	740,80	1.481,60	1.481,60	1.481,60
<b>2 - Mão-de-Obra Fixa</b>					
Diretor Geral (Pró-labore)	1	1.320,00	15.840,00	15.840,00	15.840,00
Sorveteiro	1	1.320,00	15.840,00	15.840,00	15.840,00
Atendente	1	1.320,00	15.840,00	15.840,00	15.840,00
<b>3 - Mão-de-Obra Indireta</b>					
Motoboy	1	1.239,75	14.877,00	14.877,00	14.877,00
<b>Total</b>		<b>6.448,55</b>	<b>69.974,60</b>	<b>69.974,60</b>	<b>69.974,60</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 8.2.3 Encargos Sociais

A tabela 16 demonstrará os encargos sociais que se tratam das contribuições sociais, que serão pagas pela empresa em benefício de forma indireta ao seu corpo de trabalhadores, que exerce suas funções para empresa.

Tabela 16 - Encargos Sociais.

Incidência sobre	%	Mensal	Valores (R\$)		
			1ºano	2º ano	3º ano
Honorários	19,37	462,06	5.544,67	5.544,67	5.544,67
Mão-de-Obra (Pró-labores)	20,47	488,40	5.860,80	5.860,80	5.860,80
Mão-de-Obra Fixa	40,94	976,80	11.721,60	11.721,60	11.721,60
Mão-de-Obra Indireta	19,23	458,71	5.504,49	5.504,49	5.504,49
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>2.385,96</b>	<b>28.631,56</b>	<b>28.631,56</b>	<b>28.631,56</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

## 8.2.4 Estrutura de Custos e Despesas Fixas

A seguir, a tabela 17 apresenta detalhadamente o ordenamento dos custos e despesas fixos anuais.

Tabela 17 – Estruturas de Custos e Despesas Fixas.

Especificação	Mensal	%	Valores (R\$)		
			1º ANO	2º ANO	3º ANO
<b>Custos Fixos</b>	<b>1.913,25</b>	<b>20</b>	<b>22.958,95</b>	<b>22.958,95</b>	<b>22.958,95</b>
Depreciação	154,35	8,07	1.852,15	1.852,15	1.852,15
Gás de Cozinha	130,00	6,79	1.560,00	1.560,00	1.560,00
Plano de Internet	99,90	5,22	1.198,80	1.198,80	1.198,80
Salário do Sorveteiro	1.320,00	68,99	15.840,00	15.840,00	15.840,00
Água	70,00	3,66	840,00	840,00	840,00
Sistema Nex	139,00	7,27	1.668,00	1.668,00	1.668,00
<b>Despesas Fixas</b>	<b>7.588,25</b>		<b>91.059,00</b>	<b>91.059,00</b>	<b>91.059,00</b>
Materiais de Limpeza	70,00	0,89	840,00	840,00	840,00
Pró-Labore	1.320,00	16,77	15.840,00	15.840,00	15.840,00
Marketing e Propaganda	1.000,00	12,70	12.000,00	12.000,00	12.000,00
Materiais de Escritório	60,00	0,76	720,00	720,00	720,00
Depreciação	468,45	5,95	5.621,35	5.621,35	5.621,35
Encargos Sociais sobre Honorários	462,06	5,87	5.544,67	5.544,67	5.544,67
Encargos Sociais	1.923,91	24,44	23.086,89	23.086,89	23.086,89
Honorários	1.248,80	15,86	14.985,60	14.985,60	14.985,60
Salário do Atendente	1.320,00	16,77	15.840,00	15.840,00	15.840,00
<b>TOTAL</b>	<b>9.786,46</b>	<b>80</b>	<b>117.437,47</b>	<b>117.437,47</b>	<b>117.437,47</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 8.2.5 Estrutura de Custos e Despesas Variáveis

A tabela 18 demonstra detalhadamente o total dos custos e despesas que variam proporcionalmente ao nível de produção da organização, e também as que incidem sobre o faturamento mensal da empresa no primeiro ano até o terceiro ano.

Tabela 18 – Total de Custos e Despesas Variáveis.

<b>Mês</b>	<b>Faturamento Mensal (R\$)</b>	<b>7,8% do Simples Nac. (R\$)</b>	<b>Matéria-Prima</b>	<b>Embalagens</b>	<b>Energia Elétrica</b>	<b>2% de Taxas de Incentivo (R\$)</b>	<b>TOTAL (R\$)</b>
<b>Mês 1</b>	22.880,00	1.784,64	3.475,92	1.753,54	509,76	457,60	7.981,45
<b>Mês 2</b>	23.566,40	1.838,18	3.580,20	1.870,28	510,30	471,33	8.270,28
<b>Mês 3</b>	23.566,40	1.838,18	3.580,20	1.870,28	510,30	471,33	8.270,28
<b>Mês 4</b>	24.252,80	1.891,72	3.684,48	1.924,75	510,84	485,06	8.496,85
<b>Mês 5</b>	24.252,80	1.891,72	3.684,48	1.924,75	510,84	485,06	8.496,85
<b>Mês 6</b>	24.252,80	1.891,72	3.684,48	1.924,75	510,84	485,06	8.496,85
<b>Mês 7</b>	24.939,20	1.945,26	3.788,75	1.979,22	511,39	498,78	8.723,41
<b>Mês 8</b>	25.625,60	1.998,80	3.893,03	2.033,70	511,93	512,51	8.949,97
<b>Mês 9</b>	25.625,60	1.998,80	3.893,03	2.033,70	511,93	512,51	8.949,97
<b>Mês 10</b>	26.312,00	2.052,34	3.997,31	2.088,17	512,48	526,24	9.176,54
<b>Mês 11</b>	26.312,00	2.052,34	3.997,31	2.088,17	512,48	526,24	9.176,54
<b>Mês 12</b>	26.998,40	2.105,88	4.101,59	2.142,65	513,02	539,97	9.403,10
<b>ANO 1</b>		<b>23.289,55</b>	<b>45.360,76</b>	<b>23.633,96</b>	<b>6.136,13</b>	<b>5.971,68</b>	<b>104.392,07</b>
<b>ANO 2</b>		<b>26.662,52</b>	<b>51.930,24</b>	<b>26.341,98</b>	<b>6.170,42</b>	<b>6.836,54</b>	<b>117.941,72</b>
<b>ANO 3</b>		<b>30.731,50</b>	<b>59.855,34</b>	<b>30.362,04</b>	<b>6.211,80</b>	<b>7.879,87</b>	<b>135.040,55</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 8.2.6 Fluxo de Caixa

A tabela 19 apresenta o fluxo de caixa essencial para o andamento da organização, do primeiro ao terceiro ano de funcionamento.

Tabela 19 – Fluxo de Caixa.

Descrição	Valores (R\$)		
	1º ano	2º ano	3º ano
USOS	90.343,02	-	-
Investimento fixo	37.575,11	-	-
Investimento financeiro	17.767,91	-	-
Invest. Pré-operacionais	35.000,00	-	-
<b>TOTAL DOS USOS</b>	<b>90.343,02</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
FONTES	90.343,02	-	-
Custos e despesas fixas. Operacionais	117.437,47	117.437,47	117.437,47
Custos e despesas variáveis.	104.392,07	117.941,72	135.040,55
Receitas operacionais	298.584,00	341.827,20	393.993,60
Investimento financeiro	-	-	-
<b>Total das Fontes</b>	<b>298.584,00</b>	<b>341.827,20</b>	<b>393.993,60</b>
<b>Fluxo de Caixa (Resultado)</b>	<b>76.754,46</b>	<b>106.448,02</b>	<b>141.515,58</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 8.2.7 Demonstrativo de Resultado

A seguir, nas tabelas 20, 21 e 22 irão apresentar demonstrativos de resultados da organização, do primeiro ao terceiro ano de funcionamento da empresa.

Tabela 20 - Demonstrativo de Resultado no 1º ano.

Discriminação	1º ano	1ºAno
	Valores(R\$)	Percentual (%)
<b>1 - Receita Operacional Bruta</b>	<b>298.584,00</b>	<b>100</b>
<b>2 - Custos Fixos</b>	<b>22.958,95</b>	<b>7,69</b>
2.1 – Depreciação	1.852,15	0,62
2.2 – Gás de Cozinha	1.560,00	0,52
2.3– Plano de Internet	1.198,80	0,40
2.4– Salários do Sorveteiro	15.840,00	5,31
2.5 – Água	840,00	0,28
2.6 - Sistema Nex	1.668,00	0,56
<b>3 – Despesas fixas</b>	<b>94.478,52</b>	<b>31,64</b>
3.1 - Materiais de limpezas	840,00	0,28
3.2 - Pró-labore	15.840,00	5,31
3.3 - Marketing e Propaganda	12.000,00	4,02
3.4 – Materiais de escritório	720,00	0,24
3.5 – Depreciação	5.621,35	1,88
3.6 – Encargos sociais sobre honorários	5.544,67	1,86
3.7 - Encargos Sociais	23.086,89	7,73
3.8 – Honorários	14.985,60	5,02
3.9 - Salários dos Funcionários	15.840,00	5,31
<b>4 - Margem de Contribuição</b>	<b>194.191,93</b>	<b>65,04</b>
<b>5 – Custos variáveis</b>	<b>98.420,39</b>	<b>32,96</b>
5.1 - Imposto – Simples Nacional	23.289,55	7,80
5.2 - Matéria – Prima	45.360,76	15,19
5.3 – Embalagens	23.633,96	7,92
5.4 – Energia Elétrica	6.136,13	2,06
<b>6 – Despesas variáveis</b>	<b>5.971,68</b>	<b>2,00</b>
6.1 - Taxa de desconto para campanhas de incentivos ao cliente. (Bônus, sorteios, etc.)	5.971,68	2,00
<b>7 - Resultado Operacional</b>	<b>76.754,46</b>	<b>25,71</b>
<b>8 - Resultado Líquido</b>	<b>76.754,46</b>	<b>25,71</b>
<b>9 – Disponibilidade</b>	<b>76.754,46</b>	<b>25,71</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

Tabela 21 - Demonstrativo de Resultado no 2º ano.

Discriminação	2º ano Valores (R\$)	2º Ano Percentual (%)
<b>1 - Receita Operacional Bruta</b>	<b>341.827,20</b>	<b>100</b>
<b>2 - Custos Fixos</b>	<b>22.958,95</b>	<b>6,72%</b>
2.1 - Depreciação	1.852,15	0,54
2.2 – Gás de Cozinha	1.560,00	0,46
2.3– Plano de Internet	1.198,80	0,35
2.4– Salários do Sorveteiro	15.840,00	4,63
2.5 - Água	840,00	0,25
2.6 - Sistema Nex	1.668,00	0,49
<b>3 – Despesas fixas</b>	<b>94.478,52</b>	<b>27,64</b>
3.1 - Materiais de limpeza	840,00	0,25
3.2 - Pró-labore	15.840,00	4,63
3.3 - Marketing e Propaganda	12.000,00	3,51
3.4 – Materiais de escritório	720,00	0,21
3.5 – Depreciação	5.621,35	1,64
3.6 – Encargos sociais sobre honorários	5.544,67	1,62
3.7 - Encargos Sociais	23.086,89	6,75
3.8 – Honorários	14.985,60	4,38
3.9 - Salários dos Funcionários	15.840,00	4,63
<b>4 - Margem de Contribuição</b>	<b>223.885,48</b>	<b>65,50</b>
<b>5 – Custos variáveis</b>	<b>111.105,17</b>	<b>32,50</b>
5.1 - Imposto – Simples Nacional	26.662,52	7,80
5.2 - Matéria – Prima	51.930,24	15,19
5.3 – Embalagens	26.341,98	7,71
5.4 – Energia Elétrica	6.170,42	1,81
<b>6 – Despesas variáveis</b>	<b>6.836,54</b>	<b>2,00</b>
6.1 - Taxa de desconto para campanhas de incentivos ao cliente (bônus, sorteios, etc).	6.836,54	2,00
<b>7 - Resultado Operacional</b>	<b>106.448,02</b>	<b>31,14</b>
<b>8 - Resultado Líquido</b>	<b>106.448,02</b>	<b>31,14</b>
<b>9 – Disponibilidade</b>	<b>106.448,02</b>	<b>31,14</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

Tabela 22 - Demonstrativo de Resultado no 3º ano.

Discriminação	3º ano Valores (R\$)	3º ano Percentual (%)
<b>1 - Receita Operacional Bruta</b>	<b>393.993,60</b>	<b>100</b>
<b>2 - Custos Fixos</b>	<b>22.958,95</b>	<b>5,83</b>
2.1 - Depreciação	1.852,15	0,47
2.2 – Gás de Cozinha	1.560,00	0,40
2.3– Plano de Internet	1.198,80	0,30
2.4– Salários do Sorveteiro	15.840,00	4,02
2.5 - Água	840,00	0,21
2.6 - Sistema Nex	1.668,00	0,42
<b>3 – Despesas fixas</b>	<b>94.478,52</b>	<b>23,98</b>
3.1 - Materiais de limpeza	840,00	0,21
3.2 - Pró-labore	15.840,00	4,02
3.3 - Marketing e Propaganda	12.000,00	3,05
3.4 – Materiais de escritório	720,00	0,18
3.5 – Depreciação	5.621,35	1,43
3.6 – Encargos sociais sobre honorários	5.544,67	1,41
3.7 - Encargos Sociais	23.086,89	5,86
3.8 – Honorários	14.985,60	3,80
3.9 - Salários dos Funcionários	15.840,00	4,02
<b>4 - Margem de Contribuição</b>	<b>258.953,05</b>	<b>65,73</b>
<b>5 – Custos variáveis</b>	<b>127.160,68</b>	<b>32,27</b>
5.1 - Imposto – Simples Nacional	30.731,50	7,80
5.2 - Matéria – Prima	59.855,34	15,19
5.3 – Embalagens	30.362,04	7,71
5.4-Energia Elétrica	6.211,80	1,58
<b>6 – Despesas variáveis</b>	<b>7.879,87</b>	<b>2,00</b>
6.1 - Taxa de desconto para campanhas de incentivos ao cliente. (Bônus, sorteios, etc.)	7.879,87	2,00
<b>7 - Resultado Operacional</b>	<b>141.515,58</b>	<b>35,92</b>
<b>8 - Resultado Líquido</b>	<b>141.515,58</b>	<b>35,92</b>
<b>9 – Disponibilidade</b>	<b>141.515,58</b>	<b>35,92</b>

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 8.2.8 Valor Presente Líquido e T.I.R para o Período de 3 Anos

A próxima tabela faz uso do resultado do fluxo de caixa (FC), do fluxo de caixa dos três anos submetidos à fórmula utilizada para calcular o Valor Presente (VP), e encontrar o Valor Presente Líquido (VPL) ao final de cada três anos. Para realizar o cálculo foi considerada a taxa básica de juros (taxa Selic) vigente no ano de 2023 (Taxa = 12,25%) como sendo a Taxa Mínima de Atratividade (TMA).

Tabela 23 – Valor Presente Líquido.

ANO	Resultado Anual (R\$)	TMA (Selic)	FC ÷ (1 + TMA) <sup>1</sup>	VP (R\$)
1	76.754,46	12,25%	$76.754,46 \div (1+0,1225)^1$	68.378,14
2	106.448,02	12,25%	$106.448,02 \div (1+0,1225)^2$	84.482,14
3	141.515,58	12,25%	$141.515,58 \div (1+0,1225)^3$	100.056,48
<b>TOTAL</b>				<b>252.916,75</b>
<b>VPL</b>		<b>VPL = VP - Investimento Inicial</b> <b>VPL = 252.916,75 – 90.343,02</b> <b>VPL = 162.573,73</b>		
<b>T.I.R</b>			<b>90,20%</b>	

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

### 8.2.9 Porte da Empresa e Indicadores Financeiros

A tabela 24 apresenta os dados relativos à categoria em que a empresa se enquadra. Inicialmente, ela está na categoria de Microempresa, e também apresenta o resumo financeiro da empresa.

Tabela 24 – Resumo Financeiro.

Descrição	1º ano	2º ano	3º ano
<b>Receita Anual</b>	R\$ 298.584,00	R\$ 341.827,20	R\$ 393.993,60
<b>Custos e Despesas Fixas</b>	R\$ 117.437,47	R\$ 117.437,47	R\$ 117.437,47
<b>Margem de Contribuição</b>	R\$ 194.191,93 (65,04%)	R\$ 223.885,48 (65,50%)	R\$ 258.953,05 (65,73%)
<b>Custos e Despesas Variáveis</b>	R\$ 104.392,07	R\$ 117.941,72	R\$ 135.040,55

Continua

<b>Resultado Operacional</b>	R\$ 76.754,46 (25,71%)	R\$ 106.448,02 (31,14%)	R\$ 141.515,58 (35,92%)
------------------------------	---------------------------	----------------------------	----------------------------

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

A tabela 25 traz as informações relacionadas aos indicadores financeiros do negócio, demonstrando o cenário financeiro em que a empresa se encontra, baseado nos dados contábeis.

Tabela 25 – Indicadores Financeiros.

<b>Descrição</b>	<b>1º ano</b>	<b>2º ano</b>	<b>3ºano</b>
<b>Lucratividade Anual</b>	25,71%	31,14%	35,92%
<b>Payback Simples</b>	1 ano e dois meses		
<b>Rentabilidade Anual</b>	84,96%		

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

A tabela 26 dispõe as informações relativas ao ponto de equilíbrio, um indicador de suma importante para definir um faturamento mínimo da empresa, visto que é imprescindível para a empresa quitar seus gastos e manter suas atividades ativas.

Tabela 26 – Ponto de Equilíbrio.

<b>Ponto de Equilíbrio</b>	<b>Cálculo</b>	<b>1º ano</b>
<b>Contábil</b>	(Custos e despesas fixas ÷ margem de contribuição)	R\$ 180.568,52
<b>Financeiro</b>	(Custos e despesas fixas – depreciação ÷ margem de contribuição)	R\$ 169.077,47
<b>Econômico (Lucro Desejado: R\$ 10.000,00)</b>	(Receita necessária para cobrir todos os custos e despesas fixas + lucro desejado ÷ margem de contribuição)	R\$ 195.944,24

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

#### 8.2.10 Análise de Cenários

A tabela 27 demonstra uma simulação de possíveis resultados obtidos pela empresa em um cenário otimista, em que o faturamento do negócio conquista uma receita maior em 20%.

Tabela 27 – Resumo Financeiro no Cenário Otimista.

Descrição	1º ano	2º ano	3º ano
<b>Receita Anual</b>	R\$ 358.300,80	R\$ 410.192,64	R\$ 472.792,32
<b>Custos e Despesas Fixas</b>	R\$ 117.437,47	R\$ 117.437,47	R\$ 117.437,47
<b>Margem de Contribuição</b>	R\$ 233.030,31 (65,04%)	R\$ 268.662,58 (65,50%)	R\$ 310.743,65 (65,73%)
<b>Custos e Despesas Variáveis</b>	R\$ 125.270,49	R\$ 141.530,06	R\$ 162.048,67
<b>Resultado Operacional</b>	R\$ 115.592,84 (32,26%)	R\$ 151.225,12 (36,87%)	R\$ 193.306,19 (40,89%)

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

A tabela 28 demonstra informações relacionadas aos indicadores financeiros da empresa, apresentando a condição financeira em que se encontra a organização, tendo como embasamento os dados contábeis em um cenário otimista.

Tabela 28 – Indicadores Financeiros no Cenário Otimista.

Descrição	1º ano	2º ano	3º ano
<b>Lucratividade Anual</b>	32,26%	36,87%	40,89%
<b>Payback Simples</b>		9 meses	
<b>Rentabilidade Anual</b>		127,95%	

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

A tabela 29 apresenta os dados relativos ao ponto de equilíbrio que define o faturamento mínimo necessário para a empresa cobrir seus gastos e se manter funcionando em um cenário otimista.

Tabela 29 – Ponto de Equilíbrio no Cenário Otimista.

Ponto de Equilíbrio	Cálculo	1º ano
<b>Contábil</b>	(Custos e despesas fixas ÷ margem de contribuição)	R\$ 180.568,52
<b>Financeiro</b>	(Custos e despesas fixas – depreciação ÷ margem de contribuição)	R\$ 169.077,47
<b>Econômico (Lucro Desejado: R\$ 10.000,00)</b>	(Receita necessária para cobrir todos os custos e despesas fixas + lucro desejado ÷ margem de contribuição)	R\$ 132.813,18

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

A seguinte tabela apresenta uma simulação de resultados da empresa em um cenário pessimista, em que houve a necessidade de investir mais R\$15.000,00 (quinze mil reais) além do sugerido inicialmente. Esse valor foi pensado para possíveis compras de móveis e outras reformas no espaço da sorveteria.

Tabela 30 – Resumo Financeiro no Cenário Pessimista.

<b>Descrição</b>	<b>1º ano</b>	<b>2º ano</b>	<b>3ºano</b>
<b>Receita Anual</b>	R\$ 298.584,00	R\$ 341.827,20	R\$ 393.993,60
<b>Custos e Despesas Fixas</b>	R\$ 117.437,47	R\$ 117.437,47	R\$ 117.437,47
<b>Margem de Contribuição</b>	R\$ 194.191,93 (65,04%)	R\$ 223.885,48 (65,50%)	R\$ 258.953,05 (65,73%)
<b>Custos e Despesas Variáveis</b>	R\$ 104.392,07	R\$ 117.941,72	R\$ 135.040,55
<b>Resultado Operacional</b>	R\$ 76.754,46 (25,71%)	R\$ 106.448,02 (31,14%)	R\$ 141.515,58 (35,92%)

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

A seguir, a tabela 31 apresenta as informações relativas aos indicadores financeiros que demonstram a situação financeira da empresa, tendo como base os dados contábeis em um cenário pessimista.

Tabela 31 – Indicadores Financeiros no Cenário Pessimista.

<b>Descrição</b>	<b>1º ano</b>	<b>2º ano</b>	<b>3ºano</b>
<b>Lucratividade Anual</b>	25,71%	31,14%	35,92%
<b>Playback Simples</b>		1 ano e 4 meses	
<b>Rentabilidade Anual</b>		72,86%	

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

A seguir, a tabela 32 apresentará os dados relacionados ao ponto de equilíbrio, que indica o faturamento mínimo crucial para a empresa quitar seus gastos e, manter suas atividades ativas de forma contínua em um cenário pessimista.

Tabela 32 – Ponto de Equilíbrio no Cenário Pessimista.

<b>Ponto de Equilíbrio</b>	<b>Cálculo</b>	<b>1º ano</b>
<b>Contábil</b>	(Custos e despesas fixas ÷ margem de contribuição)	R\$ 147.238,55
<b>Financeiro</b>	(Custos e despesas fixas – depreciação ÷ margem de contribuição)	R\$ 145.526,67
<b>Econômico</b> <b>(Lucro Desejado:</b> <b>R\$ 10.000,00)</b>	(Receita necessária para cobrir todos os custos e despesas fixas + lucro desejado ÷ margem de contribuição)	R\$ 159.776,16

Fonte: Criada por Alina Moreira e Juliana Dutra, 2023.

## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O plano de negócio da empresa Sr. Sorvete chega à sua conclusão. Com base no exposto, é evidente que se trata de uma excelente oportunidade de negócio. A empresa está alinhada com as novas tendências do mercado, atendendo à crescente demanda dos consumidores por produtos com valor nutricional, que promovam benefícios para a saúde física e emocional, ao mesmo tempo em que mantêm uma preocupação constante com as causas ambientais.

Além disso, foi demonstrado que a empresa tem a capacidade de cobrir suas despesas e custos fixos e variáveis, gerando um percentual significativo de lucro, conforme evidenciado pelos indicadores de Lucratividade e Pontos de Equilíbrio.

Adicionalmente, foi destacada a boa rentabilidade do negócio, indicando a habilidade da empresa em gerar retorno financeiro em um curto período, especificamente 1 ano e 2 meses, conforme revelado pelo Payback Simples. A valorização do capital investido também foi evidenciada por meio da Análise de Valor Presente Líquido (VPL) e Taxa Interna de Retorno (TIR). Dessa forma, é possível concluir que há viabilidade financeira para empreender neste negócio.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Pollyana Soares et al. **Bem-estar alimentar e vegetarianismo: um estudo sob a perspectiva da Pesquisa Transformativa do Consumidor.** 2019.

ARCHDAILY. **Sorveteria Sorvete da Reserva / PORO Arquitetura.** Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/964770/sorveteria-sorvete-da-reserva-poro-arquitetura>. Acesso em: 20 de out. 2023.

ALPHAGEL. **Sorvete industrial e sorvete artesanal: quais são as diferenças entre eles?.** Disponível em: <https://alphagel.com.br/blog/sorvete-industrial-e-sorvete-artesanal-quais-sao-as-diferencas-entre-eles/>. Acesso em: 27 de out. 2023.

AMAZON. **200-CT Copos descartáveis pretos de sorvete de 237 ml - Coppetta Copos.** Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Copos-sorvete-descart%C3%A1veis-200-recicl%C3%A1vel/dp/B01N7GCBDA?th=1>. Acesso em: 27 de out. 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS E SETOR DE SORVETES. **O setor de sorvetes.** 2019. Disponível em: <http://www.abis.com.br/mercado/>. Acesso em: 6 de mar. 2023.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BELK, R. Are we what we own? In: BENSON, A. (Ed.). **I shop, therefore I am: compulsive buying and the search for the self.** Northvale: Jason Aronson, 2000.

BRASIL. **Lei Complementar Nº 123, de 14 de dezembro de 2006.** Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp123.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm). Acesso em: 10 mar. 2023

ECONODATA. **Empresas em Laranjal do Jari, AP.** Disponível em: <https://www.econodata.com.br/empresas/ap-laranjal-do-jari>. Acesso em: 10 abr. 2023.

FINAMAC. **Conheça a situação e perspectivas do mercado de sorvetes no Brasil.** Disponível em: <https://blog.finamac.com/conheca-a-situacao-e-perspectivas-do-mercado-de-sorvetes/>. Acesso em: 6 mar. 2023

FISCHMANN, A. ALMEIDA, M. I. R. de. **Planejamento Estratégico na Prática.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Brasileiro de 2022.** Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

MAGAZINE LUIZA. **Camisa Polo Masculina Branca Wrangler 32516.** Disponível em: <https://www.magazineluiza.com.br/camisa-polo-masculina-branca-wrangler-32516/p/daf043b562/md/mpml/>. Acesso em: 27 de out. 2023.

**MULTIPEL. Pazinha Sorvete Cabo Longo em Madeira c/100 unid.** Disponível em: <https://www.multipel.com.br/pazinha-sorvete-cabo-longo-em-madeira-c100-unid/prod-8734589/>. Acesso em: 27 de out. 2023.

**NEXTAR. Sistema para Açaiteria e Sorveteria.** Disponível em: <https://www.nextar.com.br/segmentos/sorveteria>. Acesso em: 10 de abr. 2023

**SEBRAE. Como se destacar no mercado de sorvetes.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-se-destacar-no-mercado-de-sorvetes,a49d99a5a995b510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 7 mar. 2023.

**TORRES, Vitor. Anexo 2 da Tabela do Simples Nacional 2023. Contabilizei.Blog, 2023.** Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/anexo-2-simples-nacional/>. Acesso: 11 set. 2023.