



PLANO DE NEGÓCIO
GLÚTEN FREE – FAST FOOD

BELO HORIZONTE
2020

Dyen Witiney Carolino Almeida
Kátlen Brenda Luisa Eduardo de Freitas
Lucas Rodrigues Leal

PLANO DE NEGÓCIO
GLÚTEN FREE – FAST FOOD

Trabalho apresentado à disciplina de
Elaboração de Projetos (TCC) do Curso de
Administração da FAMIG – Faculdade Minas
Gerais – como requisito parcial para conclusão
do curso de administração.

Orientador: Maximiliano F. de Oliveira.

BELO HORIZONTE
2020

SUMÁRIO

1 – SUMÁRIO EXECUTIVO.....	5
1.1 – Principais pontos do Negócio	5
1.2 – Empreendedores e experiência profissional	5
1.3 – Dados do empreendimento.....	6
1.4 – Missão	6
1.5 – Visão.....	6
1.6 – Forma jurídica.....	6
1.7 – Enquadramento tributário	7
1.8 – Capital social	7
1.9 – Fonte de recursos	7
2 – ANÁLISE DE MERCADO	8
2.1 – Clientes.....	8
2.2 – Concorrentes	9
2.3 – Fornecedores.....	9
3 – PLANO DE MARKETING	11
3.1 – Produtos e Serviços.....	11
3.2 – Preço	12
3.3 – Divulgação e promoção	12
3.4 – Distribuição e vendas.....	14
3.5 – Localização.....	15
4 – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.....	16
4.1 – Análise SWOT	16
4.2 – BSC	18
5 – PLANO OPERACIONAL	19
5.1 – Layout	19
5.2 – Capacidade produtiva	21
5.3 – Processos Operacionais	21
5.4 – Plano de Pessoal.....	24
6 – PLANO FINANCEIRO.....	27
6.1 – Investimento inicial.....	27
6.2 – Gastos com pessoal	31

6.3 – Remuneração dos sócios	32
6.4 – Projeção de custos e despesas	33
6.5 – Custos do produto ou serviço	35
6.6 – Previsão de vendas	36
6.7 – Impostos sobre faturamento	37
6.8 – Projeções financeiras.....	38
6.9 – Análise de Investimento.....	41
7 – ELEVATOR PITCH	47
8 – BUSINESS MODEL CANVAS	48
9 – CONCLUSÃO	49
REFERÊNCIAS.....	50
APÊNDICE.....	51

1 – SUMÁRIO EXECUTIVO

Nesse tópico inicial será apresentado os principais pontos do Plano de Negócio de forma sucinta, pois seu conteúdo será desenvolvido em seus respectivos tópicos.

1.1 – Principais pontos do Negócio

O fast food Glúten Free surgiu da ideia de suprir uma parcela até então esquecida no mercado, torna possível o desejo de consumir um alimento saboroso e saudável. A ideia inicial é fornecer pizzas sem glúten a pessoas portadoras de doenças celíacas, sendo essas pessoas alérgicas a uma proteína do trigo chamado glúten e as pessoas que levam um estilo de vida saudável, popularmente conhecidas em nossa sociedade como pessoas fitness.

A Glúten Free funciona da seguinte forma, oferecemos ao cliente duas opções de massa, uma a base de mandioca e outra à base de batata, em seguida o cliente escolhe o recheio pré estabelecido pela empresa de sua preferência.

A maior motivação ao desenvolver a Glúten Free é proporcionar as pessoas celíacas uma opção de pizza que não cause danos em sua saúde, como a massa utilizada pela empresa foge do convencional o diferencial do produto passa ser ofertar uma massa livre de glutens.

O investimento da Glúten Free será de R\$ 151.869,09, a lucratividade começa a surgir a partir do terceiro ano tornando o caixa positivo, o tempo de retorno do investimento é de 4,736 anos e o ponto de equilíbrio é de 9.015 unidades.

1.2 – Empreendedores e experiência profissional

A Glúten Free possui três sócios, sendo eles, Dyen Witiney Carolino Almeida, 28 anos, graduada em administração e técnico de qualidade, possuindo experiência como analista de qualidade na empresa Sadia.

Kátlen Brenda Luisa Eduardo de Freitas, 29 anos, graduada em administração e pós graduada em gestão financeira, possuindo experiência como analista financeiro no banco Itaú Personalite.

Lucas Rodrigues Leal, 29 anos, graduado em administração e pós graduado em gestão de pessoas, possuindo experiência como analista de rh na prefeitura de Belo Horizonte.

1.3 – Dados do empreendimento

A razão social da empresa é Glúten Free LTDA, o nome fantasia é Glúten Free, e a localização do empreendimento se encontra no bairro Buritis na região oeste de Belo Horizonte no estado de Minas Gerais.

1.4 – Missão

A missão da Glúten Free é proporcionar uma alimentação saudável, se preocupando com a saúde do cliente, garantido satisfação total no atendimento de seus serviços, no menor tempo de espera possível.

1.5 – Visão

Estamos sempre buscando a criatividade e a inovação dos nossos produtos, conquistando a preferência dos nossos clientes ofertando sempre o melhor atendimento e a melhor qualidade nos nossos serviços.

1.6 – Forma jurídica

A Glúten Free é uma empresa classificada como LTDA, esse modelo estabelece um contrato social com os valores de cada cota e a participação de cada sócio. Esse contrato previamente acordado é que limita o quanto cada sócio irá lucrar como sua responsabilidade com as dívidas da empresa.

1.7 – Enquadramento tributário

A empresa se enquadra no conceito de empresa de pequeno porte, com obrigações tributárias regidas pelo Simples Nacional. Sendo a empresa devidamente registrada em órgãos federais, estaduais e municipais, possuindo os seguintes tributos, ICMS, ISS, IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, COFINS, IPI e CPP.

1.8 – Capital social

O capital social da Glúten Free é distribuído da seguinte forma:

Tabela 01 – Capital Social

	Nome do Sócio	Valor (R\$)	% de participação
Sócio 1	Dyen Witiney Carolino Almeida	R\$ 20.000,00	30%
Sócio 2	Kátlen Brenda Luisa Eduardo de Freitas	R\$ 20.000,00	30%
Sócio 3	Lucas Rodrigues Leal	R\$ 20.000,00	40%
Total		R\$ 60.000,00	100%

Fonte: Autores (2020)

1.9 – Fonte de recursos

A origem dos recursos financeiros necessários para a abertura da empresa é formada a partir do capital próprio, no qual os sócios investiram de suas economias pessoais o total de R\$ 60.000,00 somando com o recurso de terceiros, onde foi realizado um empréstimo consignado no valor de R\$ 91.869,09 com juros de 4,5% ao mês, em 12 vezes.

2 – ANÁLISE DE MERCADO

Nesse tópico será apresentado o mercado ao qual a empresa está inserida, juntamente com o perfil dos clientes, concorrentes e fornecedores.

2.1 – Clientes

De acordo com a Euromonitor o estilo de vida do brasileiro tem mudado, hoje se nota uma preocupação maior com o corpo e a aparência pelos brasileiros, além do alimento consumido por eles no dia a dia. Quando o brasileiro busca um estilo de vida mais saudável é esperado que surja novos mercados para atender essa demanda, logo temos como consequência positiva a geração de novos empregos e o aquecimento da economia, um dos novos mercados que tem surgido é o mercado de pessoas fitness que abrange as pessoas que possui o hábito de se preocupar com sua saúde física e mental, além de fazer consumo de refeições livre de gorduras e carboidratos, optando pelos orgânicos e livre de glúten.

Outro fator que tem impulsionado o mercado fitness no Brasil é que mesmo em período de crise o brasileiro está disposto a pagar mais se o produto tiver uma quantidade elevada de valor nutricional. O que exige das empresas uma qualidade elevada de seus produtos. Pois se o consumidor brasileiro está abrindo mão de produtos poucos saudáveis, com baixo valor nutritivo e com baixo valor de compra, ele quer em troca uma mercadoria com excelência na qualidade, para que seu dinheiro seja bem gasto.

O senso comum acredita que o alimento fitness não possui sabor, ou seja, o alimento fitness não é saboroso. Porém é possível sim produzir um alimento fitness com qualidades nutricionais elevadas e ao mesmo tempo esse alimento ser saboroso.

Devido à correria diária no dia a dia do brasileiro, ele costuma recorrer constantemente a fast food. Seja o fast food congelado que apenas precisa ser reaquecido no forno de micro-ondas até a tele entrega onde o cliente liga e recebe o produto em sua residência.

Portanto, o público alvo da Glúten Free são as pessoas fitness juntamente com pessoas que são portadoras de doenças celíacas, pessoas de ambos sexos, de 14 a 65 anos de idade, e todas as pessoas que querem ter uma vida saudável sem deixar de apreciar um alimento saboroso e livre de glúten.

Hoje com o mundo industrializado as pessoas buscam praticidade na hora da alimentação, e a proposta é exatamente esta, dar a praticidade que as pessoas buscam, porém de uma forma mais saudável.

2.2 – Concorrentes

A Glúten Free não possui concorrentes diretos, pois até então a ideia tem sido pioneira em seu segmento. O conceito de uma massa livre de glutens e recheios saudáveis pré estabelecidos pela empresa feitos de alimentos orgânicos, se difere dos modelos convencionais das outras pizzarias, onde a massa oferecida é sempre feita a base de trigo e os recheios não possui opção de produtos orgânicos e baixo valor calórico.

Contudo a Glúten Free possui um concorrente indireto, a Pizzaria Olegário, no seu cardápio possui uma opção de pizza onde a massa é feita de tapioca, contudo seu recheio repete o convencional das outras pizzarias, fugindo do que é proposto pela Glúten Free. Além da Pizzaria Olegário existe um e-commerce chamado Liv Up que comercializa alimentos saudáveis, o e-commerce não possui uma pizza livre de glúten, contudo possui alguns salgados no cardápio que não levam glúten em sua massa, o bolinho de tapioca com chia e linhaça é um exemplo.

2.3 – Fornecedores

A Glúten Free possui como um dos seus ideais fornecer ao cliente produtos orgânicos cultivado por pequenos agricultores da cidade, além de sempre prezar pela qualidade dos produtos entregue aos seus clientes.

Na tabela abaixo está representado alguns dos produtos usados pela Glúten, e seus respectivos fornecedores.

Quadro 01 – Fornecedores da Glúten Free

EMPRESA PARCEIRA	PRODUTO FORNECIDO	VALOR
CEASA MINAS	MANDIOCA	R\$ 2,54 KG
CEASA MINAS	OVOS	R\$10,00 - 30 unidades
CASA ELOC	FERMENTO BIOLÓGICO	R\$ 40,00 PCT COM 1KG
PÃO DE AÇUCAR	AMIDO DE MILHO	R\$6,0 KG
AÇÚCAR LAÇUCAR	AÇÚCAR	R\$7,00 5 KG
FIDELI PACK EMBALAGENS	EMBALAGENS	R\$80,00 - 50 unidades
FRIGORÍFICO SERRAÃO	CARNE	R\$800,00 AO MÊS
SOYA	ÓLEO	R\$3,10 - 1L
ITAMBÉ	LEITE	R\$ 2,98 - 1 L
O GLOBO	SAL	R\$ 10,00
MUNDO VERDE	CHÁ FÉCULA DE BATATA	R\$ 8,99
DELÍCIA	MARGARINA	R\$ 9,00 - 1KG
LATICÍNIOS CACULINHA	QUEIJOS	R\$ 100,00
SUPERMERCADO DECISÃO	MILHO VERDE	R\$ 1,17
NOVA SAFRA	AZEITONAS	R\$ 6,00
BRASTEMP	GELADEIRA, FOGÃO	R\$ 3.579,00
YPÊ	PRDUTOS DE LIMPEZA	R\$ 200,00
BRASTEMP	FREEZER	R\$ 1.500,00
INDUSTRIAL REGISTRADORAS	CAIXA REGISTRADORA	R\$ 284,00
SAMSUNG	COMPUTADOR	R\$ 1.200,00
NET	TELEFONE/INTERNET	R\$ 100,00
MUNDO DOS UNIFOEMES	UNIFORMES	R\$50,00 cada
AMBEV	BEBIDAS	R\$1.000,00 ao mês
COPASA	ÁGUA	R\$ 200,00
CEMIG-MG	LUZ	R\$ 400,00

Fonte: Autores (2020)

3 – PLANO DE MARKETING

O plano de marketing da empresa comporta os produtos ofertado pela empresa, seguido do preço, divulgação e distribuição das vendas e pôr fim a localização da mesma.

3.1 – Produtos e Serviços

A Glúten Free é uma empresa do ramo alimentício que preza pela saúde e satisfação do consumidor. O carro chefe da empresa são as pizzas sem glúten feitas com massa de batata ou mandioca, dependendo da escolha do cliente, e seu diferencial são os recheios pré-estabelecidos pela empresa.

As opções de recheios que a empresa fornece ao cliente pode ser visto abaixo:

Recheios das Pizzas Salgadas

- Atum: atum light ralado coberto com abobrinha picada e cebola;
- Vegetariana: berinjela e escarola refogadas, cebola e tomate;
- Frango: frango desfiado, pedaços de berinjela e tomate, cobertos com mussarela de búfala;
- Portuguesa: pedaços de peito de peru, ovos, milho, ervilhas, tomate, cebola roxa, azeitonas verdes, mussarela de búfalo;
- Marguerita: Mussarela de búfalo, tomate, folhas de manjeriçãõ.

Recheio das Pizzas Doces

- Banana: bananas fatiadas cobertas com leite condensado light e canela em pó;
- Abacaxi: pedaços de abacaxi cobertos com leite condensado light, canela em pó e coco ralado;
- Brigadeiro com Morango: brigadeiro light coberto por pedaços de morango;
- Chocolate com Paçoca: ganache de chocolate, feito com creme de leite light, cobertos por farelos de paçoca diet.

A princípio ofertamos um único tamanho de pizza, onde o cliente possui a opção de consumir no estabelecimento ou levar para viagem, no começo das atividades não haverá entregas por delivery.

3.2 – Preço

A estratégia de preço da empresa é constituída da seguinte forma, é realizado o levantamento dos custos fixos e variáveis, em seguida é estipulado uma margem de lucro que será repassado ao consumidor no preço final do produto. O preço unitário das pizzas segue o valor de R\$ 39,90 para todo o cardápio.

A empresa trabalha com pagamentos por meio de dinheiro em espécie, ticket refeição e cartão de débito e crédito, caso o cliente opte pelo pagamento em cartão de crédito, ele tem a possibilidade de realizar o pagamento parcelado em até 3x sem juros.

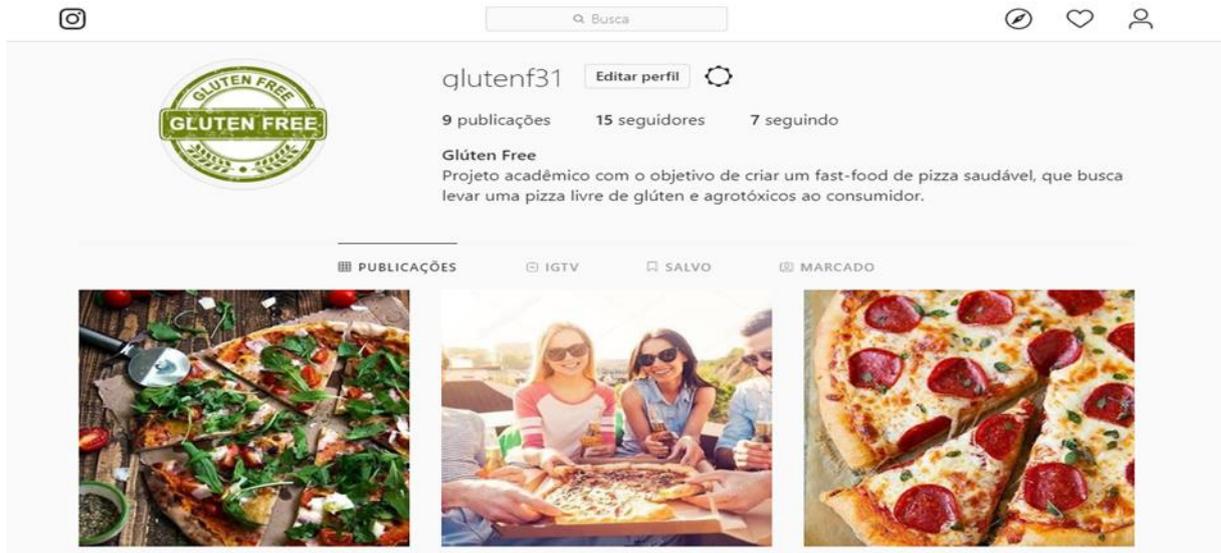
3.3 – Divulgação e promoção

A Glúten Free pretende se tornar conhecida desenvolvendo sua imagem por meio das redes sociais. O primeiro passo da empresa será a criação de páginas no Instagram e Facebook, seguido do desenvolvimento de uma landing page.

A Glúten Free não possui o interesse de trabalhar com visualizações mecânicas em suas redes sociais, sendo assim, a empresa não irá comprar seguidores com o objetivo de alavancar a social mídia da empresa. A princípio, as páginas como o Instagram e o Facebook serão criadas e desenvolvidas com visualizações orgânicas, onde o enfoque será na interação com o público angariado de forma natural.

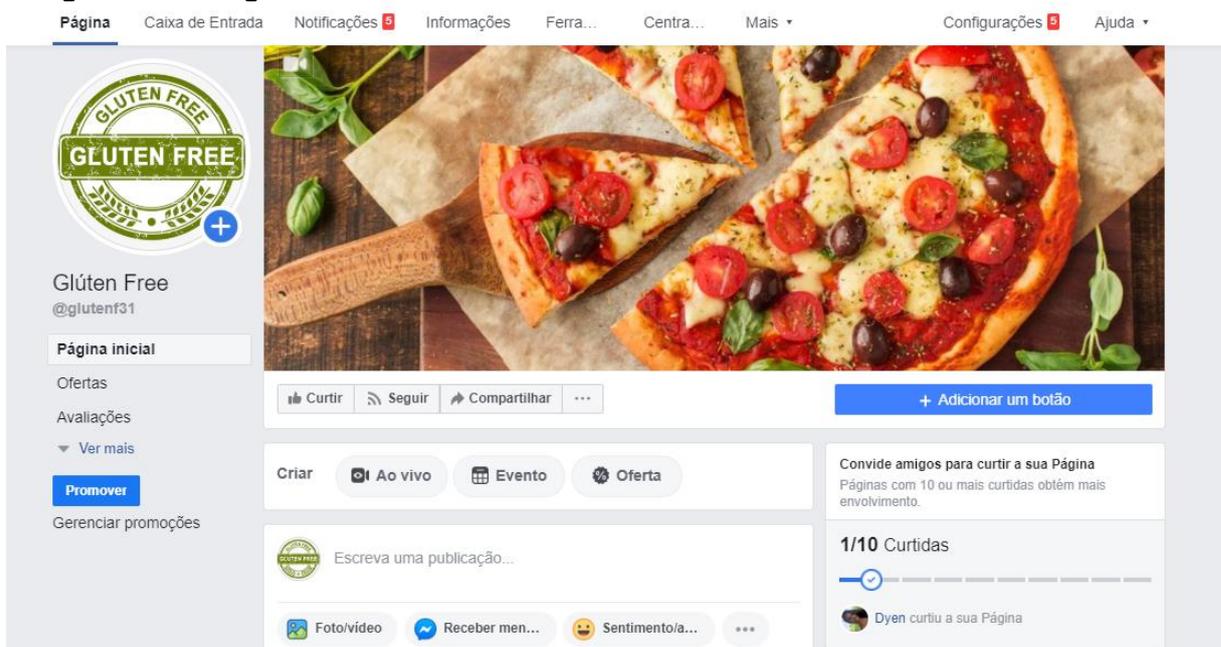
Por mais que a empresa não compre seguidores mecânicos, o próprio Google através do Ad Sense oferece impulsionamento de redes sociais, sendo assim, a empresa terá um gasto inicial com os impulsos realizados. Outra forma de publicidade usado pela empresa será o marketing tradicional, realizado por meio dos canais convencionais, no caso da Glúten Free será usado panfletos como forma de divulgação offline.

Imagem 01 – Página no Instagram



Fonte: Autores (2020)

Imagem 02 – Página no Facebook



Fonte: Autores (2020)

Landing Page é uma página na web que possui todos os elementos da página direcionados a oportunidade de geração de leads ou a conversão do cliente.

Também conhecidas como páginas de aterrissagem ou páginas de conversão, as Landing Pages são muito usadas em campanhas de Marketing Digital, pois costumam ter altas taxas de conversão.

O objetivo final de uma Landing Page é conseguir que o visitante realize uma ação concreta uma vez que tenha chegado à página de destino, sendo essa ação a possível formação de lead, através do e-mail deixado no site ou a realização da venda. E consequentemente a criação de um banco de dados por parte da empresa, com o e-mail deixado pelos possíveis clientes, tendo como intuito a divulgação de serviços e futuras promoções.

Pensando nisso a Glúten Free desenvolveu sua Landing Page levando em consideração os conceitos previamente apresentados.

Imagem 03 – Landing Page



Fonte: Autores (2020)

3.4 – Distribuição e vendas

Após a definição do preço, a estratégia de venda consiste em focar no ganho por meio da demanda, essa estratégia consiste em desenvolver um efeito de rede, onde o intuito é aumentar o número de pessoas interessadas no produto ofertado pela Glúten Free, potencializando o alcance do negócio, e consequentemente aumentando o

número de vendas, essa estratégia será impulsionada pelas tecnologias atuais em conjunto com as redes sociais da empresa.

Será aberto um estabelecimento físico para o atendimento e a comercialização dos produtos, onde o cliente vai até o local para fazer o seu pedido, tendo a possibilidade de consumir no local ou não.

3.5 – Localização

O estabelecimento da Glúten Free estará localizado na zona oeste de Belo Horizonte no bairro Buritis, o bairro apresenta casas e prédios de alto padrão, com grandes áreas de lazer, ruas largas, e jardins exuberantes, e é cercado por montanhas e serras.

Existe muitas ruas com uma grande circulação de pessoas, composta por uma enorme gama de comércio. Além disso, é um bairro atrativo para os jovens, já que existe muitas instituições de ensino, bares e restaurantes.

O Buritis é um bairro composto por uma classe social com um poder aquisitivo mais elevado, que permitirá a Glúten Free criar raízes.

4 – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O tópico em questão apresenta duas ferramentas do planejamento estratégico, possuindo como objetivo analisar o cenário empresarial, focando no macro e microambiente da organização, além da mensuração do resultado em conjunto com as metas de longo prazo.

4.1 – Análise SWOT

A matriz SWOT é uma ferramenta usada para análise do ambiente externo e interno de uma organização. Onde o ambiente externo identifica as oportunidades e ameaças que refletem sobre as condições ambientais da empresa. E o ambiente interno diagnostica os pontos fortes e fracos dos recursos e capacidades presentes na empresa.

Quadro 02 – Análise S.W.O.T.

S: Força	W: Fraqueza
Ambiente de trabalho dinâmico; Funcionários capacitados; Qualidade dos produtos oferecidos;	Pouca variedade de produtos ofertados; Empresa nova no mercado; Preço elevado do produto;
O: Oportunidade	T: Ameaça
Aumento na demanda por produtos saudáveis e nutritivos; Formação de parcerias; Mercado pouco explorado;	Poucos fornecedores de produtos orgânicos; Novos competidores; Meio Ambiente;

Fonte: Autores (2020)

- Forças

Ambiente de trabalho dinâmico: a empresa possui um ambiente de trabalho moderno que possui puffes, mesas de jogos e um design aconchegante, sendo uma maneira de proporcionar mais conforto para os colaboradores. A empresa acredita que ao criar um ambiente de trabalho dinâmico, os funcionários serão motivados a produzir mais pois se sentem mais confortável com o ambiente em que estão.

Funcionários capacitados: a Glúten Free prioriza treinamentos constantes de seus funcionários, trazendo excelência para a empresa e para o próprio colaborador.

Qualidade dos produtos oferecidos: é utilizado matéria prima de boa qualidade na produção das pizzas, buscando sempre a satisfação dos nossos clientes.

- Fraquezas

Pouca variedade de produtos ofertados: o único produto comercializado pela empresa são as pizzas, não tendo uma segunda opção no cardápio que atenda os clientes caso eles prefiram consumir outra coisa.

Empresa nova no mercado: no início das atividades cativar os clientes e fazer com que eles consumam na Glúten Free será um desafio, afinal a maioria dos consumidores costuma comprar de empresas que já conhece.

Preço elevado do produto: a empresa opta por produzir suas receitas com produtos orgânicos, que normalmente custa mais caro, pensando nisso uma alternativa mais em conta e propor parcerias com fornecedores que possui um preço mais em conta.

- Oportunidades

Aumento na demanda por produtos saudáveis e nutritivos: atualmente a população vem mudando seus hábitos alimentares, com isso a Glúten Free ganha vantagem em relação a outros estabelecimentos.

Formação de parcerias: Parcerias com estabelecimentos vizinhos que são do mesmo segmento a fim de conseguir mais clientes com descontos em nossos produtos.

Mercado pouco explorado: a Glúten Free tem oportunidade de crescimento e expansão do negócio, pois seu segmento encontra em expansão.

- Ameaças

Poucos fornecedores de produtos orgânicos: devido a ampla utilização de agrotóxicos, o número de fornecedores de produtos orgânicos tende a diminuir.

Novos competidores: em se tratar de um mercado em expansão, o aumento do número de concorrentes pode ser um risco.

Meio ambiente: por só utilizarmos produtos orgânicos na produção, qualquer imprevisto na plantação pode afetar diretamente no negócio.

4.2 – BSC

O Balance Scorecard pode ser definido como um modelo de gestão estratégica, é uma ferramenta que auxilia na mensuração dos progressos das empresas rumo às suas metas de longo prazo. Ele serve para que o administrador entenda claramente os objetivos de suas estratégias e, a partir delas, chegue à definição das iniciativas estratégicas que devem ser executadas. Ou seja, é uma ferramenta que tem o objetivo de materializar os grandes sonhos das empresas.

Quadro 03 - BSC

Perspectiva	Metas
Perspectiva financeira; Perspectiva de clientes; Perspectiva de processos internos; Perspectiva de aprendizado e crescimento;	Lucro mensal de 20% sobre as vendas nos 12 primeiros meses; 80% dos clientes satisfeitos em sua primeira compra; Aumentar o número de elogios em 15% no primeiro mês; Capacitar 100 % dos funcionários internos da empresa em um ano;
Indicadores	Plano de Ação
Retorno sobre o investimento; Índice de satisfação do cliente; Análise estatística dos relatórios do SAC; Número de certificados adquiridos pela equipe;	Intensificar o uso do marketing; Criação de um canal de avaliação para os clientes; Redesenhar o processo de atendimento sempre que necessário; Compra de cursos técnicos específico para cada funcionário;

Fonte: Autores (2020)

5 – PLANO OPERACIONAL

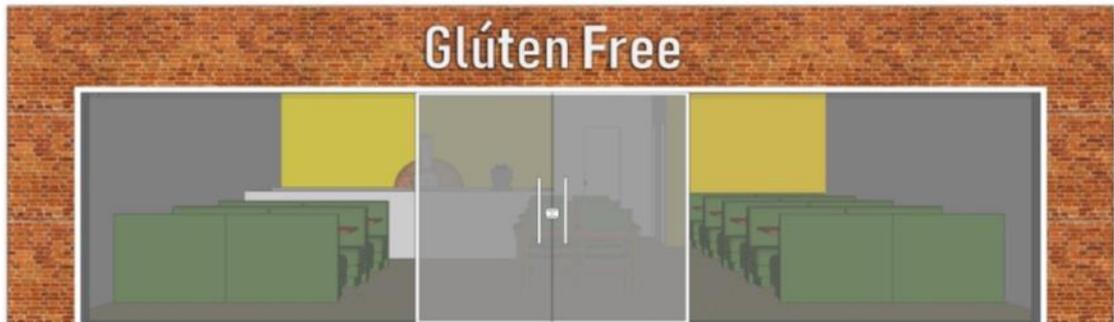
O respectivo tópico apresenta o layout da empresa em conjunto com o design da fachada, a capacidade produtiva, os processos operacionais e o plano de pessoal.

5.1 – Layout

O layout é a representação gráfica da empresa, ilustrando a distribuição do espaço e indicando como cada área se localiza.

A Glúten Free terá aproximadamente 200 m² de área construída distribuído em: salão com mesas e cadeiras para os clientes, banheiro masculino e feminino para os clientes, cozinha com dispensa de produtos não perecíveis e uma área de convivência para os colaboradores.

Imagem 04 – Fachada da empresa



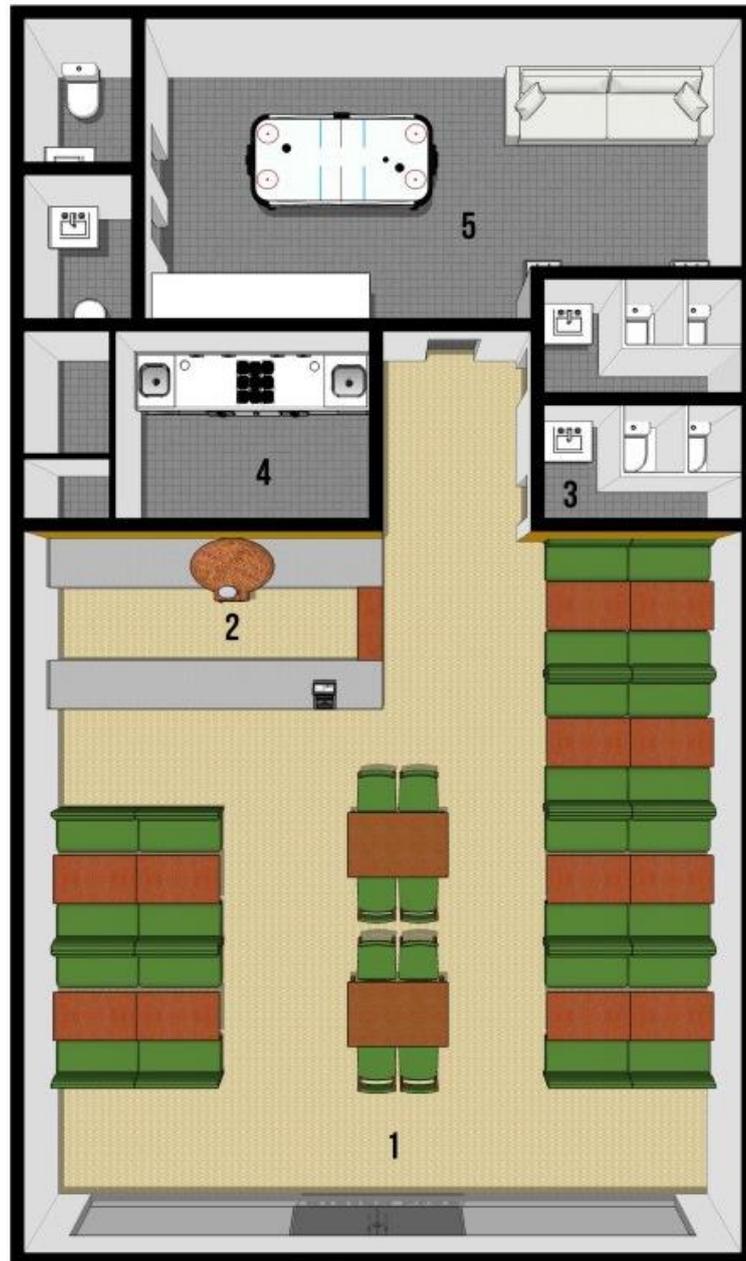
Fonte: Autores (2020)

Imagem 05 – Visão interna da empresa



Fonte: Autores (2020)

Imagem 06 – Visão panorâmica da empresa



Fonte: Autores (2020)

Legenda:

1. Entrada e saída, área de circulação e convivência dos funcionários;
2. Atendimento ao cliente, preparação das pizzas;
3. Banheiro dos clientes,
4. Cozinha industrial, dispensa e geladeira;
5. Área de convivência dos funcionários;

5.2 – Capacidade produtiva

Capacidade produtiva é a quantidade máxima de produtos ou serviços que uma empresa consegue produzir em um determinado período de acordo com os recursos disponíveis.

A capacidade produtiva da Glúten Free será de até 50 pizzas por dia.

A empresa conta com um pizzaiolo, duas atendentes, um caixa e um auxiliar de serviços gerais.

Colocando por hora, um pizzaiolo irá produzir no máximo 6 massas de pizzas sendo $50 / 8 = 6,25$ por vez.

A empresa possuirá um equipamento de cada (forno, fogão, liquidificador, misturadora) dessa forma a Glúten Free irá trabalhar com sua capacidade máxima inicialmente.

5.3 – Processos Operacionais

Os processos operacionais representam as atividades realizadas pelas empresas, muitas vezes sendo executadas por pessoas ou até mesmo máquinas, onde seu objetivo é a transformação dos recursos em bens ou serviços, através de um passo a passo formando um caminho.

Será apresentado dois processos executados diariamente na rotina da Glúten Free, o primeiro fluxograma consiste no trajeto feito pelo cliente no momento em que ele realiza o pedido e é feito a montagem de sua pizza, e o segundo demonstra a forma como deve ser realizado o fechamento de caixa da empresa.

Imagem 07 – Fluxograma da montagem das pizzas

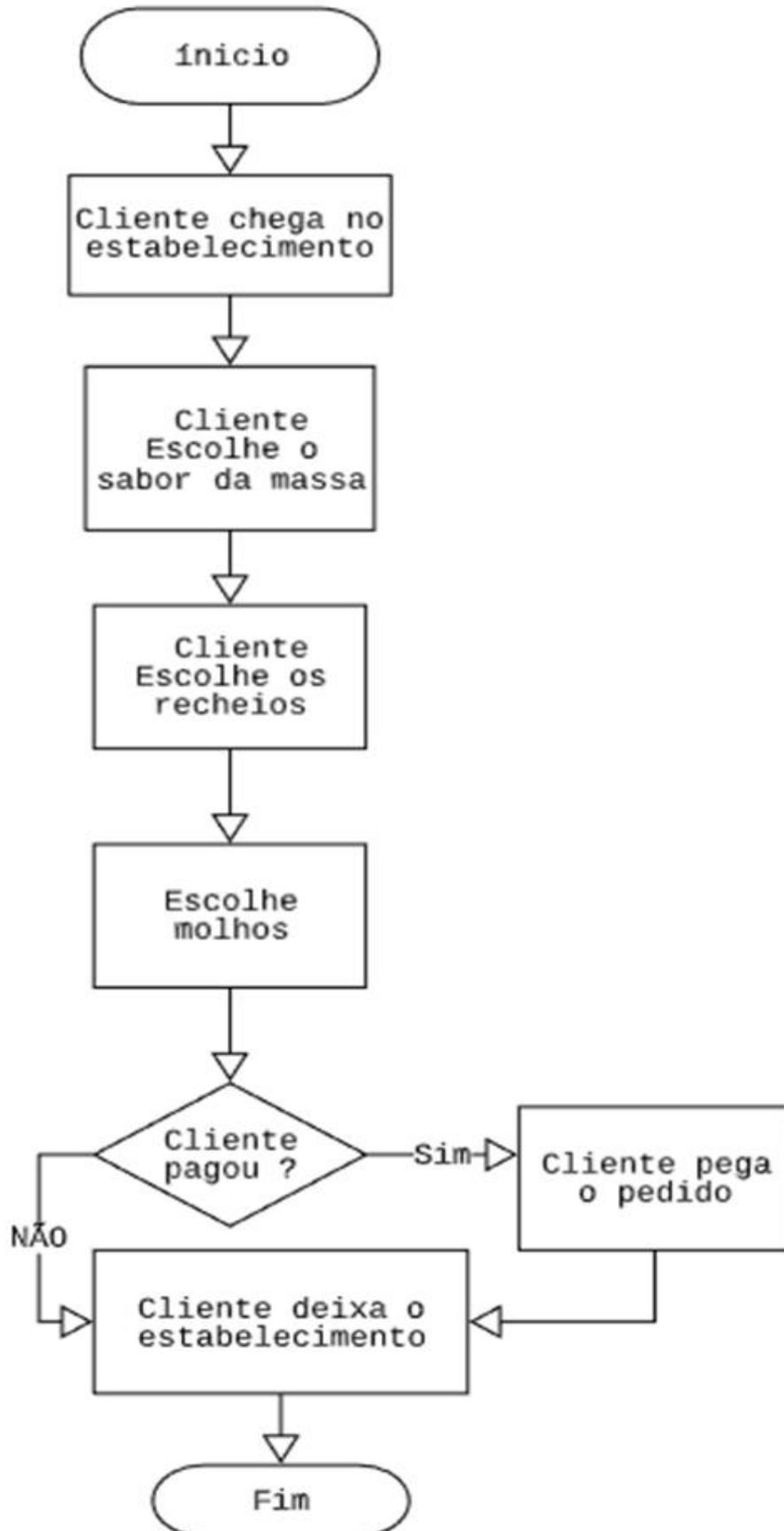
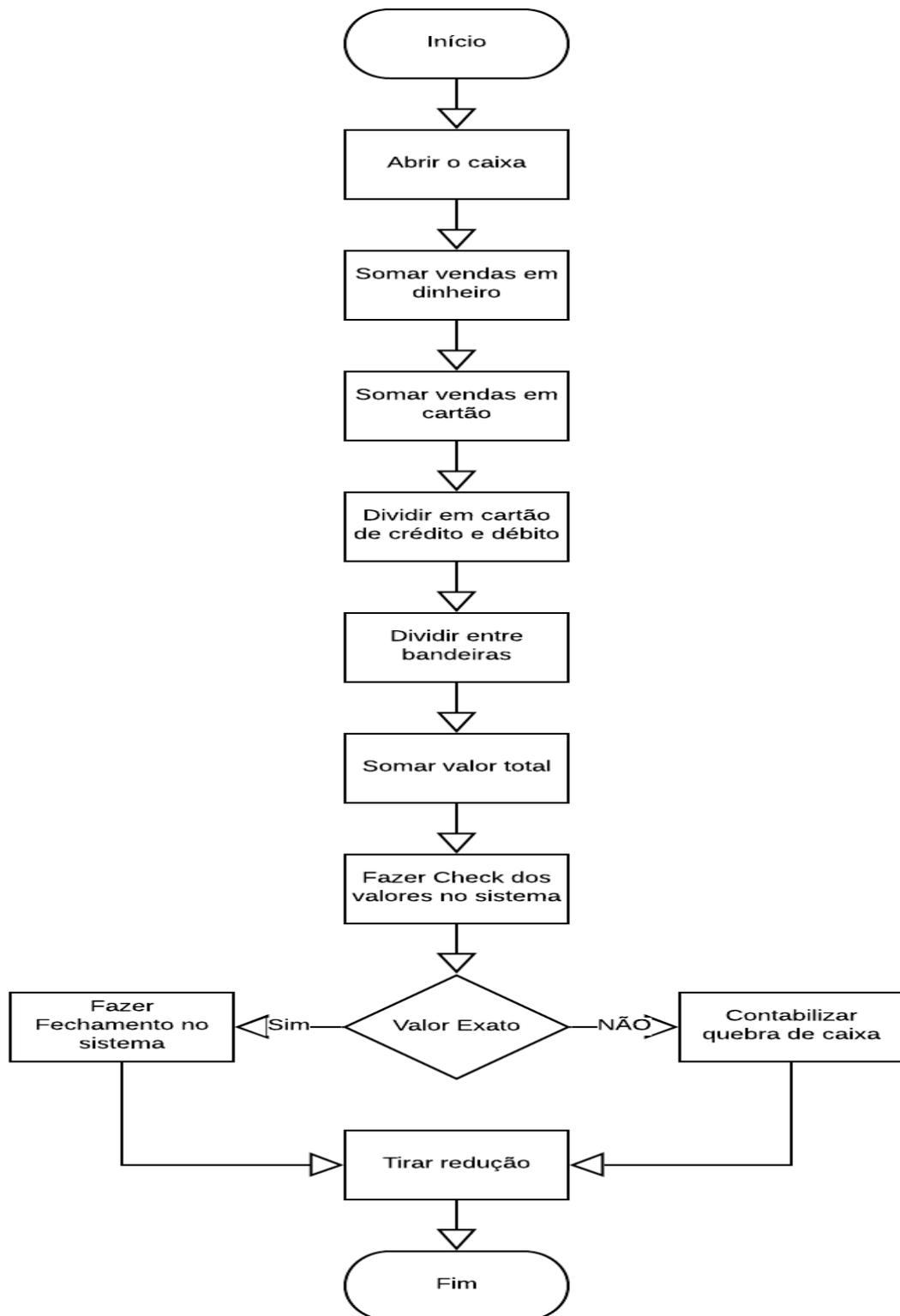


Imagem 08 – Fluxograma do fechamento de caixa



5.4 – Plano de Pessoal

O plano pessoal comporta a descrição do cargo de cada funcionário da empresa, juntamente com a representação gráfica dos cargos, o organograma.

5.4.1 – Atribuições dos sócios

Nesse tópico estará descrito detalhadamente as atribuições de cada sócio no negócio.

O Diretor presidente terá a função de conduzir a elaboração e execução dos planos estratégicos e táticos, visando assegurar o seu desenvolvimento, crescimento e continuidade, definindo os objetivos de todas as áreas da empresa, buscando o crescimento contínuo da mesma.

O Gerente financeiro será responsável pela gestão de tributos, formação do preço de venda, controle das contas a pagar, controle das aplicações financeiras, controle dos saldos bancários, administração do fluxo de caixa e análise das demonstrações financeiras compra de todos os insumos necessários para a produção das pizzas.

O Gerente de produção será responsável pelo gerenciamento da equipe de produção, por assegurar o cumprimento das metas de produção de vendas, dentro dos padrões de qualidade, quantidade, custos e a qualidade do atendimento aos clientes.

5.4.2 – Pessoal

Na estrutura de pessoal será apresentado a forma como a empresa se organiza e o quadro hierárquico da mesma, as qualificações necessárias para compor o nosso quadro de colaboradores. A empresa possui uma gestão vertical com níveis hierárquicos e administrativos bem definidos. Sendo a organização composta por um diretor, um gerente financeiro, um gerente de produção, um operador de caixa, um pizzaiolo, duas atendentes e auxiliares de montagem, e uma auxiliar de serviços gerais.

As qualificações necessárias para ser Operador de Caixa de caixa da Glúten Free são: vivência em tarefas gerais da função, ter trabalhado na recepção de clientela, registro e produtos, processamento de descontos, recebimento de valores e acertos em todas as formas (em espécie, cartões) estar em busca constante por conhecimento.

As qualificações necessárias para ser pizzaiolo da Glúten Free são: ter um curso na área, ter uma vivência anterior na área, ser um profissional criativo e com espírito de liderança, e ter amor pela profissão e saber trabalhar em equipe.

As qualificações necessárias para ser atendente da Glúten Free são: ter uma experiência anterior com atendimento ao público, ser paciente, educado, proativo, ter agilidade, e saber trabalhar em equipe pois também vão auxiliar nas montagens das pizzas.

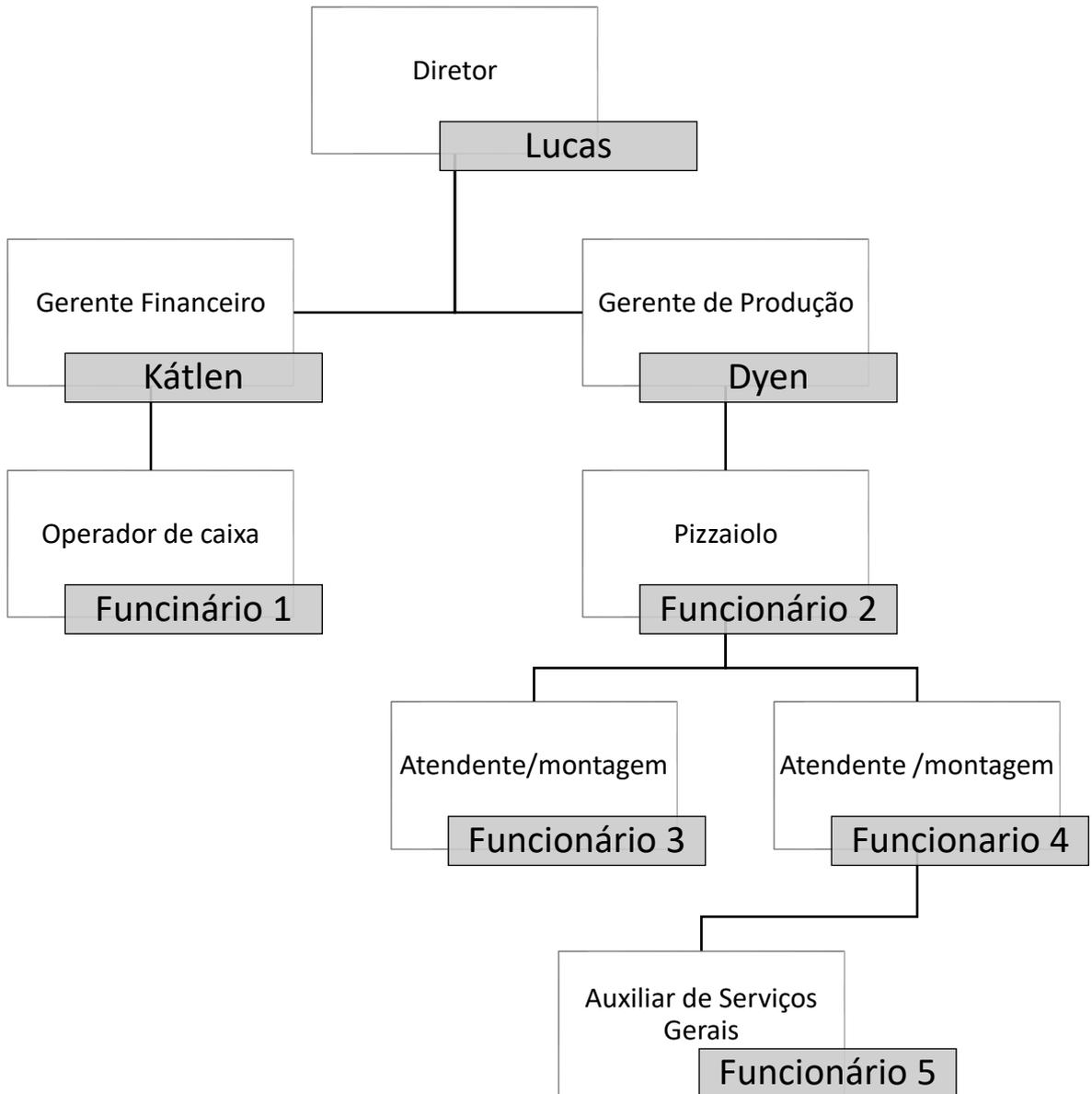
Já para ser um auxiliar de serviços gerais da Glúten Free é necessário que tenha experiência anterior na área na área, seja cordial no ambiente de trabalho, precisa saber trabalhar em equipe, que saiba quais os produtos adequados para serem atualizados em cada área.

Sempre que um novo colaborador ingressar na empresa, ele passara por uma integração para que o funcionário possa se adequar as novas rotinas propostas pela organização.

Durante o treinamento será disponibilizado uma pessoa que ficara encarregada de acompanhar e orientar cada etapa da nova função exercida. Esse treinamento tem como objetivo capacitar, orientar, socializar e integrar na nova função o funcionário para que ele possa desenvolver suas habilidades e competências.

Por fim, o responsável pelo treinamento irá avaliar a agilidade e a competência do funcionário, auxiliando durante todos os processos e engajando o mesmo no ambiente corporativo da empresa.

Imagem 09 – Organograma da Glúten Free



6 – PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é a etapa final do plano de negócios, ele irá apresentar as projeções de receitas e gastos, e a partir daí será medida a viabilidade do projeto com relação ao valor investido e o que foi projetado.

6.1 – Investimento inicial

O investimento inicial é aquele que a empresa investe para dar início as suas atividades, a Glúten Free irá investir em equipamentos, tecnologia e móveis para trazer conforto ao cliente e um produto bem preparado com qualidade e rapidez no atendimento.

6.1.1 – Investimentos fixos

Os investimentos fixos são máquinas, móveis, utensílios e equipamentos para infraestrutura do fast-food. Segue na tabela 1 os investimentos fixos.

Tabela 02 – Investimentos fixos

Item	Descrição	Qtd	Valor Uni.	Total
1	Mesa inox	1	R\$ 599.99	R\$ 599.99
2	Fogão industrial	1	R\$ 579.99	R\$ 579.90
3	Misturadeira	1	R\$ 1,499.00	R\$ 1,499.00
4	Cilindro	1	R\$ 1,966.00	R\$ 1,966.00
5	Seladora	1	R\$ 829.00	R\$ 829.00
6	Ralador	1	R\$ 2,430.00	R\$ 2,430.00
7	Armarios	1	R\$ 1,049.00	R\$ 1,049.00
8	Liquidificador	1	R\$ 350.00	R\$ 350.00
9	Formas	10	R\$ 28.00	R\$ 280.00
10	Lixeiras	10	R\$ 59.20	R\$ 592.00
11	Geladeira	1	R\$ 2,500.00	R\$ 2,500.00
12	Freezer	1	R\$ 2,909.00	R\$ 2,909.00
13	Copos	250	R\$ 1.30	R\$ 325.00
14	Pratos	250	R\$ 3.20	R\$ 800.00
15	Talhares	500	R\$ 1.41	R\$ 704.00
16	Mesase cadeiras	20	R\$ 228.00	R\$ 4,560.00
17	Estufa fria	1	R\$ 845.00	R\$ 845.00
18	Estufa quente	1	R\$ 250.00	R\$ 250.00
19	Forno	1	R\$ 1,099.00	R\$ 1,099.00
20	Ar condicionado	1	R\$ 1,229.00	R\$ 1,229.00
21	Geladeira para bebida	1	R\$ 2,159.00	R\$ 2,159.00
22	Lustres	6	R\$ 145.00	R\$ 870.00
23	Balcao	1	R\$ 699.00	R\$ 699.00
24	Caixa resgistrador	1	R\$ 284.00	R\$ 284.00
25	Computador	1	R\$ 1,200.00	R\$ 1,200.00
Total =				R\$ 30,607.98

Fonte: Autores (2020)

6.1.2 – Investimentos pré-operacionais

Os investimentos pré operacionais são todos os gastos com a reforma do imóvel, publicidade e legislação. Segue na tabela 2 os investimentos pré operacionais.

Tabela 03 – Investimentos pré-operacionais

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR
1	Custo de legalização - registro de contrato e razão social	R\$ 1.581,16
2	Recursos tecnológicos - softwares e sistema de segurança	R\$ 2.000,00
3	Logomarca e Website - Divulgação em site e criação da logomarca	R\$ 1.300,00
4	Publicidade (panfletos)	R\$ 1.500,00
TOTAL		R\$ 6.381,16

Fonte: Autores (2020)

6.1.3 – Estoques iniciais

Os gastos com o estoque inicial serão para fabricação das pizzas, incluindo a massa e recheio. Serão baseados em uma quantidade de 1.500 inicial. Segue tabela 3 com os produtos e valores.

Tabela 04 – Estoque inicial

ITEM	DESCRIÇÃO	QTD	UNIDADE	VLR UNI	TOTAL
1	Mandioca	264	KG	R\$ 0.90	R\$ 237.60
2	Fécula de batata	200	KG	R\$ 7.75	R\$ 1,550.00
3	Ovos	3000	UNI	R\$ 1.20	R\$ 3,600.00
4	Açúcar	15	KG	R\$ 2.60	R\$ 39.00
5	Amido de milho	900	KG	R\$ 5.58	R\$ 5,022.00
6	Sal	15	KG	R\$ 1.49	R\$ 22.35
7	Margarina	90	KG	R\$ 10.00	R\$ 900.00
8	Fermento em pó	90	KG	R\$ 14.50	R\$ 1,305.00
9	Leite	25	L	R\$ 2.50	R\$ 62.50
10	AtUNI	15	KG	R\$ 32.50	R\$ 487.50
11	Abobrinha	14	KG	R\$ 6.99	R\$ 97.86
12	Cebola	18	KG	R\$ 2.88	R\$ 51.84
13	Beringela	12	KG	R\$ 4.99	R\$ 59.88
14	Escarola	10	KG	R\$ 4.50	R\$ 45.00
15	Tomate	37	KG	R\$ 5.99	R\$ 221.63
16	Franco	150	KG	R\$ 3.30	R\$ 495.00
17	Mussarela	100	KG	R\$ 16.90	R\$ 1,690.00
18	Peito de peru	30	KG	R\$ 52.50	R\$ 1,575.00
19	Milho	12	KG	R\$ 9.20	R\$ 110.40
20	Ervilhas	8	KG	R\$ 9.90	R\$ 79.20
21	Azeitonas	10	KG	R\$ 19.90	R\$ 199.00
22	Folhas de majorião	5	KG	R\$ 9.90	R\$ 49.50
23	Bananas	20	KG	R\$ 3.33	R\$ 66.60
24	Leite condensado light	10	L	R\$ 12.90	R\$ 129.00
25	Canela em pó	2	KG	R\$ 22.90	R\$ 45.80
26	Abacaxi	15	KG	R\$ 4.70	R\$ 70.50
27	Coco ralado	8	KG	R\$ 22.50	R\$ 180.00
28	Brigadeiro light	15	KG	R\$ 16.90	R\$ 253.50
29	Morango	10	KG	R\$ 7.30	R\$ 73.00
30	Ganache de chocolate	8	KG	R\$ 20.99	R\$ 167.92
31	Creme de leite light	15	L	R\$ 9.33	R\$ 139.95
32	Pacoca diet	450	UNI	R\$ 0.89	R\$ 400.50
TOTAL					R\$ 19,427.03

Fonte: Autores (2020)

Dessa forma os gastos iniciais da Glúten Free para fabricação das pizzas serão de R\$19.427,03.

6.1.4 – Capital de Giro

O capital de giro é um valor que a empresa tem disponível como reserva para ser utilizado ao decorrer do tempo. Esse valor corresponde ao dinheiro disponível subtraindo as dívidas da empresa.

A fórmula utilizada para esse cálculo é: $CGL = AC - PC$

O ativo circulante será o valor previsto em caixa em 1 ano, com uma projeção de vender 1.500 unidades ao preço final de R\$39,90, teremos a receita bruta de R\$59.850,00 por mês. Supondo que seja um valor fixo mensal de pizzas vendidas, no ano será acumulado R\$718.200,00.

O passivo circulante será o valor das dívidas da empresa nesse período de um ano, incluindo pagamento de funcionário e fornecedores. Com uma produção mensal de 1.500 unidades, sendo o custo por produto R\$12,95 teremos uma dívida com o fornecedor de R\$19.427,00 acrescido 23.468,59 com funcionários e encargos, R\$9.000,00 de pró-labore dos sócios, totalizando em 51.895,59 ao mês. No ano o passivo circulante será de R\$622.747,08.

Com os valores do ativo e passivo circulante, será calcular o total do capital de giro líquido.

O capital de giro será $CGL = R\$718.200,00 - R\$622.747,08$.

Dessa forma o valor total do CGL é R\$95.452,92 sendo esse o valor que a empresa terá como reserva.

6.1.5 – Investimento total e fontes de recursos

Logo abaixo a tabela mostrara o total de investimentos iniciais para começar o negócio.

Tabela 05 – Resumo dos investimentos

Item	Descrição	Valor
1	Investimentos fixos	R\$ 30,607.98
2	Investimentos pré-operacionais	R\$ 6,381.16
3	Estoques iniciais	R\$ 19,427.03
4	Capital de giro	R\$ 95,452.92
TOTAL		R\$ 151,869.09

Fonte: Autores (2020)

Para encontrar o valor total de investimento foi calculado todos os investimentos fixos e pré-operacionais, estoques iniciais e o capital de giro. Somando todos os valores foi obtido o valor total de R\$151.869,09.

Na próxima tabela será apresentado o total e o percentual dos recursos próprios e financeiros. O recurso próprio é o dinheiro na qual os sócios investiram de suas economias pessoais para abrir o negócio. Cada sócio contribuiu com um valor de R\$20.000,00, totalizando em R\$60.000,00.

O recurso de terceiros foi no valor de R\$91.869,09. Foi feito um empréstimo consignado com juros de 4,5% ao mês. Sendo dividido no valor de 12 vezes, dessa forma o valor total a se pagar é R\$96.003,24.

Tabela 06 – Fontes de Recursos

Item	Fonte de recursos	Valor	%
1	Recursos próprios	R\$ 60,000.00	39,51
2	Recursos de terceiros	R\$ 91,869.09	60,49
TOTAL		R\$ 151,869.09	100%

Fonte: Autores (2020)

Os recursos próprios ficaram com o percentual de 39,51, sendo inferior aos recursos de terceiros que foram iguais a 60,49%.

6.2 – Gastos com pessoal

As contratações de colaboradores resultam aos gastos pessoais da empresa. Inicialmente serão contratados 5 funcionários. Segue a tabela 6 com o valor total de gastos com salário dos funcionários:

Tabela 07 – Gastos com pessoal

Item	Função	Nº de empregados	Salário	Total
1	Caixa	1	R\$ 1.047,00	R\$ 1.047,00
2	Atendente	2	R\$ 1.200,00	R\$ 2.400,00
3	Pizzaiolo	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00
4	Faxineira	1	R\$ 1.047,00	R\$ 1.047,00
TOTAL =				R\$ 5.794,00

Fonte: Autores (2020)

Na tabela 8 pode se visualizar os valores com encargos, provisão de 13º, férias, benefícios e vale transporte.

Os encargos serão de 37% sobre os salários. O benefício de vale alimentação será de R\$13,50 por dia, o funcionário paga 20% do valor, dessa forma a empresa tem um custo por funcionário de R\$10,80 por dia. Sendo 5 funcionários, o total será de R\$1.350,00 ao mês.

O funcionário paga 8% de vale transporte que incide sobre o salário, dessa forma a empresa irá ter um custo por funcionário de acordo com a relação a seguir:

Caixa: 9,00 reais por dia – 225,00 ao mês. Total de desconto na folha = R\$83,76. Valor que empresa pagará R\$141,24.

Atendente 1: 9,00 reais por dia – 225,00 ao mês. Total de desconto na folha = R\$96,00. Valor que empresa pagará R\$129,00.

Atendente 2: 9,00 reais por dia – 225,00 ao mês. Total de desconto na folha = R\$96,00. Valor que empresa pagará R\$129,00.

Pizzaiolo: 9,00 reais por dia – 225,00 ao mês. Total de desconto na folha = R\$104,00.
Valor que empresa pagará R\$121,00.

Faxineira: 9,00 reais por dia – 225,00 ao mês. Total de desconto na folha = R\$83,76.
Valor que empresa pagará R\$141,24.

Tabela 08 – Encargos, provisões e despesas com pessoal

Descrição	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Salário	R\$ 5.794,00											
Encargos sociais	R\$ 2.143,78											
Provisão de 13º	R\$ 482,83	R\$ 965,66	R\$ 1.448,49	R\$ 1.931,32	R\$ 2.414,15	R\$ 2.896,98	R\$ 3.379,81	R\$ 3.862,64	R\$ 4.345,47	R\$ 4.828,30	R\$ 5.311,13	R\$ 5.794,00
Provisão de Férias	R\$ 643,78	R\$ 1.287,56	R\$ 1.931,34	R\$ 2.575,12	R\$ 3.218,90	R\$ 3.862,68	R\$ 4.506,46	R\$ 5.150,24	R\$ 5.794,02	R\$ 6.437,80	R\$ 7.081,58	R\$ 7.725,33
Subtotal	R\$ 9.064,39	R\$10.191,00	R\$11.317,61	R\$12.444,22	R\$13.570,83	R\$14.697,44	R\$15.824,05	R\$16.950,66	R\$18.077,27	R\$19.203,88	R\$20.330,49	R\$21.457,11
Desp. Alimentação	R\$ 1.350,00											
Desp. Transporte	R\$ 661,48											
Total	R\$11.075,87	R\$12.202,48	R\$13.329,09	R\$14.455,70	R\$15.570,83	R\$16.697,44	R\$17.835,53	R\$18.962,14	R\$20.088,75	R\$21.215,36	R\$22.341,97	R\$23.468,59

Fonte: Autores (2020)

Na tabela foi demonstrada os gastos totais com os colaboradores, incluído seus benefícios, 13º salários e férias ao decorrer de um ano.

6.3 – Remuneração dos sócios

Por desempenhar uma função na empresa os sócios irão receber pró-labore. Segue a tabela 8 com o valor mensal de cada sócio.

Tabela 09 – Pro - labore

Item	Sócio	Valor
1	Dyen Witiney Carolino Almeida	R\$ 3.000,00
2	Kátlen Brenda Luisa Eduardo de Freitas	R\$ 3.000,00
3	Lucas Rodrigues Leal	R\$ 3.000,00
Total =		R\$ 9.000,00

Fonte: Autores (2020)

Os sócios irão receber o mesmo valor de pró-labore totalizando em R\$9.000,00.

6.4 – Projeção de custos e despesas

Os custos de uma empresa são os gastos que ela tem para realizar a produção do produto ou serviço. E as despesas são aqueles gastos ligados à área administrativa do negócio. Nesse tópico serão apresentadas as projeções dos custos variáveis, fixos, indiretos e das despesas.

6.4.1 – Custos variáveis

Os custos variáveis são aqueles que estão relacionados com a produção, no caso da Glúten Free serão os ingredientes da massa e os recheios das pizzas.

- Os ingredientes da massa serão:

Mandioca, fécula de batata, ovos, açúcar, amido de milho, sal, margarina, fermento em pó e leite.

O custo para produção de uma pizza baseado em uma quantidade de 1.500 pizzas vendidas no mês será de R\$12,738.45, sendo assim uma unidade será R\$8,49.

- Os ingredientes do recheio serão:

Atum, abobrinha, cebola, berinjela, escarola, tomate, frango, mussarela de búfala, peito de peru, ovos, milho, ervilhas, azeitonas verdes, folhas de manjericão, bananas, leite condensado light, canela em pó, abacaxi, coco ralado, brigadeiro light, morango, ganache de chocolate, creme de leite light, paçoca diet.

O custo dos recheios para produção de 1.500 pizzas no mês, com base em um média de saída de cada sabor das pizzas será de R\$ 6.688,58. Dessa forma cada pizza terá um custo de R\$4,46 cada.

O total de custos variáveis por produto é: R\$12,95.

Ao ano será: R\$233.124,36.

6.4.2 – Custos fixos

Os custos fixos serão os salários dos funcionários e aluguel.

Salário com encargos e benefícios = R\$203.243,75 ao ano.

Aluguel = R\$1.200,00 ao mês. Ao ano R\$14.400,00.

Total ao ano: R\$ 217.643,75.

6.4.3 – Custos Indiretos

Os custos indiretos são os gastos com energia e água.

Ao mês teremos um gasto com conta de água e luz de R\$1.700,00.

E ao ano R\$20.400,00.

6.4.4 – Despesas fixas

As despesas serão com telefone, marketing e produtos de limpeza.

Telefone e internet: R\$140,00 ao mês. R\$1.680,00 ao ano.

Marketing: R\$1.200,00 ao mês. R\$14.400,00 ao ano.

Produtos de limpeza: R\$100,00 ao mês. R\$1.200,00 ao ano.

Dessa forma as despesas anuais se totalizam em R\$17.280,00.

Para calcular as despesas totais nos anos seguintes considera-se um acréscimo de 2% a cada ano.

Segue tabela com projeção de custos e despesas:

Tabela 10 – Projeção de despesas

Itens	Gastos	ANO 1	ANO2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1	Custos fixo	R\$ 217,643.75	R\$ 221,996.63	R\$ 226,436.56	R\$ 230,965.29	R\$ 235,584.59
2	Custos variáveis	R\$233,124.36	R\$ 237,786.85	R\$ 242,542.58	R\$ 247,393.44	R\$ 252,341.30
3	Custos indiretos	R\$ 20,400.00	R\$ 20,808.00	R\$ 21,224.16	R\$ 21,648.64	R\$ 22,081.62
4	Despesa fixas	R\$ 17,280.00	R\$ 17,625.60	R\$ 17,978.11	R\$ 18,337.67	R\$ 18,704.43
TOTAL =		R\$ 488,448.11	R\$ 498,217.07	R\$ 508,181.41	R\$ 518,345.04	R\$ 528,711.94

Fonte: Autores (2020)

Na tabela 9 foi identificado um acréscimo de 2% a cada ano nas despesas e custos. Totalizando no quinto ano um valor de R\$528.711,94.

6.5 – Custos do produto ou serviço

Os custos para produção das pizzas serão o total dos custos de produção e comercialização, custos indiretos e despesas. Na tabela a seguir foi obtido o valor mensal dos custos do produto.

Para realizar o custo de comercialização utilizasse a seguinte fórmula:

Total das Despesas Fixas ÷ Total das Vendas x 100

R\$17.280,00 ÷ R\$718.200,00 x 100

Total = 2,41%

Encontrado o valor percentual, aplicamos sobre o preço do produto, sendo R\$39,90 encontramos o custo de R\$0,96 por produto. Como será produzida no mês 1.500 unidades, o valor total do custo mensal por produto será R\$1.440,00.

Tabela 11 – Custos do produto ao mês

Item	Descrição dos custos	Valor
1	Custos de produção	R\$ 35,173.96
2	Custos de comercialização	R\$ 1,440.00
3	Custos Indiretos	R\$ 1,700.00
4	Despesas	R\$ 1,440.00
TOTAL =		R\$ 39,753.96

Fonte: Autores (2020)

6.6 – Previsão de vendas

A previsão de vendas do negócio se baseia na capacidade produtiva, no potencial de mercado e na estratégia de marketing.

O mercado tem grande potencial de acordo com pesquisas feitas sobre o negócio. Pois ano a ano cresce a demanda por alimentos sem glúten. O Conselho Nacional de Saúde (CNS) 2017, estima que dois milhões de pessoas no Brasil sejam afetadas pela doença celíaca, e buscam alimentação sem glúten. A estimativa de brasileiros com intolerância a lactose atinge 40% da população. E os vegetarianos já são mais de 15,2 milhões. E a intolerância ao glúten, que prejudica a saúde é constante, atingindo adultos e crianças.

Um dos motivos de ter uma grande procura por alimentos livres dessa proteína encontrada no trigo e em outros alimentos é pelo fato que os nutricionistas restringem o consumo de tais ingredientes nas dietas. Tem sido cada vez mais comum a dieta sem glúten.

A demanda de alimentos sem glúten vem aumentando a cada ano, segundo o Conselho Nacional de Saúde (CNS), 2017. O mercado atende dois tipos de públicos: Pessoas que sofrem da doença celíaca e os que seguem dietas que restringem consumo da proteína. Com o aumento de pessoas que vem descobrindo ter alergia ao glúten isso influencia na necessidade das pessoas em procurar se alimentar por comida que não tenha o glúten, sendo assim aumenta a curva de demanda, aumentando a quantidade e o preço dos alimentos no mercado. De acordo com a Associação Brasileira de Franchising 2017, há mais de 6.000 franquias relacionadas à vida saudável, como academias, restaurantes, vestuários e calçados.

Aumenta cada vez mais o número de pessoas que buscam uma alimentação saudável e praticar mais atividades físicas. Um dos fatores que contribuem para esse crescimento da busca pela atividade física é a ciência comprovar os benefícios que ela traz. E essas pesquisas vem sendo divulgadas em todos os meios de acessos da população. Dessa forma cresce o número de consumidores por alimentação saudável,

aumentando a demanda de alimentos sem glúten. Sendo assim, a Glúten Free precisa ter uma produção maior pois a demanda tem aumentado cada vez mais.

De acordo com nossa capacidade produtiva serão produzidas até 50 pizzas por dia. Considerando assim o funcionamento de segunda à sexta, o total ao mês será 1.500 unidades, sendo uma quantidade estimada de venda ao dia, de acordo com a análise de demanda que foi feita.

Dessa forma a previsão de venda ao mês será de $R\$39,90 \times 1.500 = R\$ 59.850,00$.

E ao ano $R\$ 718.200,00$.

6.7 – Impostos sobre faturamento

De acordo com seu faturamento a empresa se enquadra no Simples Nacional. A alíquota será de 9,5% no primeiro mês pois o faturamento é de até $R\$720.000,00$ e 10,7% a partir do segundo mês pois corresponde a valores acima de $R\$720.000,00$.

Considerando um acréscimo de 5% no faturamento a cada ano, a tabela a seguir mostra o valor a ser pago de acordo com a alíquota.

Tabela 12 – Impostos sobre faturamento

Período	Faturamento	Alíquota	Imposto a pagar
Ano 1	R\$ 718,200.00	9,5%	R\$ 68,229.00
Ano 2	R\$ 754,110.00	10,7%	R\$ 80,689.77
Ano 3	R\$ 791,815.50	10,7%	R\$ 84,724.26
Ano 4	R\$ 831,406.28	10,7%	R\$ 88,960.47
Ano 5	R\$ 872,976.59	10,7%	R\$ 93,408.50

Fonte: Autores (2020)

Na tabela 11 pode-se verificar que a partir do segundo ano houve um aumento na alíquota, de 9,5% passou a ser 10,7% pois o faturamento nesse ano atingiu um valor maior que o teto.

6.8 – Projeções financeiras

A projeção financeira é uma ferramenta muito importante para desenvolver metas e prevê os riscos do negócio. Ela pode ser a curto prazo, médio prazo e a longo prazo, que será o caso da Glúten Free pois será estimada para os próximos 5 anos.

De acordo com os dados encontrados da receita bruta no período de 5 anos teremos uma média de R\$793.701,67 ao ano. A média total de despesas e custos ao ano será de R\$508.101,13.

Para realizar essa projeção é muito importante uma análise do fluxo de caixa que será apresentada no próximo tópico e o demonstrativo de resultados na sequência.

6.8.1 – Fluxo de caixa

O fluxo de caixa mostra todas entradas e saídas do caixa da empresa em determinado período. Será feito o fluxo no período de 5 anos. A receita no primeiro ano corresponde a R\$718.200,00 e com um aumento de 5% nas vendas nos anos seguintes.

Para calcular o fluxo de caixa iremos fazer o cálculo de custo de mercadoria vendida, depreciação e valor residual:

6.8.1.2 – Custo de Mercadoria Vendida

O Custo de Mercadoria Vendida é igual à equação do estoque inicial (EI), mais compras (C), mais devoluções de compras (DC), menos devoluções de vendas (DV), menos estoque final (EF).

$$\text{CMV} = \text{EI} + \text{C} + \text{DC} - \text{DV} - \text{EF}$$

O estoque inicial será no primeiro dia 10 unidades, sendo o valor do custo unitário de pizzas 12,95. Total = R\$129,50.

As compras serão de 40 unidades por R\$12,95, totalizando em R\$518,00. As devoluções de compras supondo que 5% dos produtos sejam devolvidos em média, resultara o valor de R\$25,90. O valor de mercadoria devolvida ao fornecedor será zero. E subtrai o estoque final sendo a quantidade de 10 unidades, o valor será de R\$129,50. Resultando o valor de:

$$\text{CMV} = \text{R}\$129,50 + \text{R}\$518,00 + \text{R}\$25,90 - \text{R}\$0,00 - \text{R}\$129,50$$

$$\text{CMV} = \text{R}\$543,90 \text{ por dia.}$$

Esse valor corresponde ao dia, no mês o total será: R\$16.317,00.

No ano R\$195.804,00.

6.8.1.3 – Depreciação

Para calcular a depreciação será feito o cálculo do valor investido em bens subtraindo o valor residual e dividindo pela vida útil deles.

O valor total de bens que se depreciam é de R\$9.341,90.

A vida útil = 5 anos

$$(V_0 - V_r) / \text{Vida útil}$$

$$\text{R}\$ 9.341,90 - 0 / 5 = \text{R}\$ 1.868,38$$

Dessa forma encontrasse o valor da depreciação igual a R\$ 1.868,38.

6.8.1.4 – Valor Residual

O valor residual não irá existir pois o período corresponde ao mesmo tempo depreciado que equivale a 5 anos.

Dessa forma já se tem todos os valores para calcular. Segue tabela do fluxo de caixa em 5 anos.

Tabela 13 – Fluxo de caixa

ITENS	0	1	2	3	4	5
Investimento	R\$56,416.17					
Capital de giro	R\$95,452.92					
(=) Receita Bruta		R\$718,200.00	R\$754,110.00	R\$791,815.50	R\$831,406.28	R\$872,976.59
(-) Imposto/deduções		-R\$68,229.00	-R\$80,689.77	-R\$84,724.26	-R\$88,960.47	-R\$93,408.50
(-) CMV		-R\$195,804.00	-R\$199,720.08	-R\$203,714.48	-R\$207,788.77	-R\$211,944.55
(=) Receita líquida		R\$454,167.00	R\$473,700.15	R\$503,376.76	R\$534,657.03	R\$567,623.54
(-) Despesas		-R\$17,280.00	-R\$17,625.60	-R\$17,978.11	-R\$18,337.67	-R\$18,704.43
(-) Custo fixo		-R\$217,643.75	-R\$221,996.63	-R\$226,436.56	-R\$230,965.29	-R\$235,584.59
(-) Custo variável		-R\$233,124.36	-R\$237,786.85	-R\$242,542.58	-R\$247,393.44	-R\$252,341.30
(=) Lucro operacional		-R\$13,881.11	-R\$3,708.92	R\$16,419.50	R\$37,960.64	R\$60,993.22
(-) Depreciação		-R\$1,868.38	-R\$1,868.38	-R\$1,868.38	-R\$1,868.38	-R\$1,868.38
(=) Lucro tributável		-R\$15,749.49	-R\$5,577.30	R\$14,551.12	R\$36,092.26	R\$59,124.84
(-) IR 30%		R\$0.00	R\$0.00	R\$0.00	R\$0.00	R\$0.00
(=) Lucro líquido		-R\$15,749.49	-R\$5,577.30	R\$14,551.12	R\$36,092.26	R\$59,124.84
(+) Depreciação		R\$1,868.38	R\$1,868.38	R\$1,868.38	R\$1,868.38	R\$1,868.38
(+) Saldo residual						
(+) Recuperação Capital de giro						R\$95,452.92
	0	1	2	3	4	5
(=) Fluxo de caixa operacional	-R\$151,869.09	-R\$13,880.11	-R\$3,706.92	R\$16,422.50	R\$37,964.64	R\$156,451.14

Fonte: Autores (2020)

O fluxo de caixa na tabela 12 mostra o resultado de uma projeção de 5 anos da Glúten Free, obtendo a partir do terceiro ano um caixa positivo.

6.8.2 – Projeção de resultados

O demonstrativo de resultado é um documento contábil, no qual apresenta as receitas e despesas de uma empresa. Na tabela abaixo mostra a lucratividade e rentabilidade com base nos dados informados na tabela.

Tabela 14 – Projeção de resultados

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Vendas brutas	R\$718,200.00	R\$754,110.00	R\$791,815.50	R\$831,406.28	R\$872,976.59
(-) deduções e abatimentos	-R\$68,229.00	-R\$80,689.77	-R\$84,724.26	-R\$88,960.47	-R\$93,408.50
(-) Comissão sobre vendas	R\$0.00	R\$0.00	R\$0.00	R\$0.00	R\$0.00
(=) Vendas líquidas	R\$649,971.00	R\$673,420.23	R\$707,091.24	R\$742,445.81	R\$779,568.09
(-) Custo de mercadorias vendidas	-R\$195,804.00	-R\$199,720.08	-R\$203,714.48	-R\$207,788.77	-R\$211,944.55
(=) Lucro bruto operacional	R\$454,167.00	R\$473,700.15	R\$503,376.76	R\$534,657.03	R\$567,623.54
(-) despesas administrativas	-R\$17,280.00	-R\$17,625.60	-R\$17,978.11	-R\$18,337.67	-R\$18,704.43
(-) depreciação	-R\$1,868.38	-R\$1,868.38	-R\$1,868.38	-R\$1,868.38	-R\$1,868.38
(=) Lucro líquido operacional	R\$435,018.62	R\$454,206.17	R\$483,530.27	R\$514,450.98	R\$547,050.73
Lucratividade (%)	60.57%	60.23%	61.07%	61.88%	62.66%
Rentabilidade (%)	286.44%	299.08%	318.39%	338.75%	360.21%

Fonte: Autores (2020)

A lucratividade representa o lucro operacional sobre a receita bruta e rentabilidade é lucro operacional sobre investimento. Dessa forma resulta o valor em percentual do ganho sobre os valores que entraram mais o valor investido.

6.9 – Análise de Investimento

De acordo com os cálculos do fluxo de caixa e projeção de resultados, pode-se verificar que o valor do capital que foi investido tem um retorno a partir do terceiro mês, sendo assim, a partir desse ano a empresa começara a obter lucro.

Para analisar o investimento também serão calculados os indicadores: valor presente líquido, payback, taxa interna de retorno, ponto de equilíbrio, lucratividade e rentabilidade.

6.9.1 – Valor Presente Líquido (VPL)

Para calcular o VPL será utilizado a taxa Selic (2020) que está 3,75% a.a. mais 1% como risco para o investimento. Totalizando em 4,75% a.a.

Segue abaixo tabela com o valor encontrado.

Tabela 15 – VPL

Período	Fluxo de caixa	Fórmula VPL	Fluxo de caixa atualizado
0	-R\$ 151,869.09	$-151,869.09/(1+0,0475)^0$	-R\$ 151,869.09
1	-R\$ 13,880.11	$-13,880.11/(1+0,0475)^1$	-R\$ 13,250.70
2	-R\$ 3,706.92	$-3,706.92/(1+0,0475)^2$	-R\$ 3,378.22
3	R\$ 16,422.50	$16,422.5/(1+0,0475)^3$	R\$ 14,287.89
4	R\$ 37,964.64	$37,964.64/(1+0,0475)^4$	R\$ 31,532.09
5	R\$ 156,451.14	$156,451.14/(1+0,0475)^5$	R\$ 124,049.43
			R\$ 1,371.40

Fonte: Autores (2020)

O valor do VPL é de R\$1.371,40 dessa forma o projeto é viável pois resulta em um valor maior que 0.

6.9.2 – Prazo de Retorno do Investimento (Payback)

O payback se refere ao tempo que o valor investido será recuperado. Na tabela a seguir mostrara o cálculo referente ao período de 5 anos.

Tabela 16 – Payback

	0	1	2	3	4	5
(=) Fluxo de caixa operacional	-R\$151,869.09	-R\$13,880.11	-R\$3,706.92	R\$16,422.50	R\$37,964.64	R\$156,451.14
PAYBACK	-R\$151,869.09	-R\$165,749.20	-R\$169,456.12	-R\$153,033.62	-R\$115,068.98	R\$41,382.16

Fonte: Autores (2020)

$$\text{Payback} = - R\$115.068,98 \div R\$41.382,16 + 4$$

$$\text{Payback} = 0,7355 + 4$$

$$\text{Payback} = 4,736 \text{ anos}$$

O tempo para o retorno do investimento é de **4,736 anos**.

6.9.3 – Taxa Interna de Retorno (TIR)

A Taxa Interna de Retorno iguala o valor que foi investido com o valor que será recebido em um determinado período.

Na tabela 16 mostrara o cálculo que foi feito pela Hp12c com o valor do investimento inicial e os valores respectivos de cada período do fluxo de caixa para encontrar a TIR.

Tabela 17 – TIR

TIR				
HP12C	-R\$151,869.09	CHS	G	CFO
	-R\$13,880.11	CHS	G	CFJ
	-R\$3,706.92	CHS	G	CFJ
	R\$16,422.50		G	CFJ
	R\$37,964.64		G	CFJ
	R\$156,451.14		G	CFJ
		F	IRR	

TIR = 4,94% a.a

Fonte: Autores (2020)

Dessa forma encontramos a taxa de 4,94% a.a.

6.9.4 – Ponto de Equilíbrio (PE)

Será calculado nesse tópico o ponto de equilíbrio contábil, financeiro e econômico.

O ponto de equilíbrio contábil é quando a empresa atinge um ponto que seu lucro será nulo, ou seja, quando a receita total se iguala ao valor das despesas e dos custos.

Para fazer o cálculo dele é preciso calcular antes a margem de contribuição.

A margem de contribuição é um indicador econômico financeiro. Ela possibilita o empregador saber se a receita de sua empresa é capaz de pagar os custos e despesas fixas e obter o lucro.

Para o cálculo da margem de contribuição usasse a seguinte fórmula: Margem de Contribuição = Valor das Vendas – (Custos Variáveis + Despesas Variáveis).

O cálculo será feito de acordo com a quantidade produzida de 1.500 unidades no mês.

A receita mensal será a quantidade multiplicada pelo preço de venda no valor de R\$39,90.

Para custo unitário variável de um produto temos R\$12,95 e despesa variável R\$0,96.

Dessa forma calculamos a margem de contribuição unitária, global e em percentual a seguir:

Tabela 18 – Margem de contribuição unitária e global em percentual

	Unitária	Total
(+) Receita operacional	R\$ 39.90	R\$ 59,850.00
(-) CV	R\$ 12.95	R\$ 19,425.00
(-) Despesas variáveis	R\$ 0.96	R\$ 1,440.00
(=) Margem de contribuição	R\$ 25.99	R\$ 38,985.00
(=) Margem de contribuição %	65.14%	65,14%

Fonte: Autores (2020)

Esses foram os resultados da margem de contribuição.

6.9.4.1 – Ponto de Equilíbrio Contábil

(Custos fixos + despesas fixas) / margem de contribuição unitária.

$$R\$217,643.75 + R\$17,280.00 / 25,99 = 9.039 \text{ unidades}$$

Dessa forma, o ponto de equilíbrio contábil será na venda de 9.039 unidades.

6.9.4.2 - Ponto de Equilíbrio Financeiro

O ponto de equilíbrio financeiro é aquele que não considera a amortização, depreciação e exaustão.

Ponto de Equilíbrio Financeiro = (Custos fixos e despesas fixos - depreciação, amortização e exaustão) / margem de contribuição unitária.

$$R\$234,923.75 - R\$1,868.38 / R\$25,99 = 8.967 \text{ unidades}$$

Dessa forma, descontando o valor de depreciação, amortização e exaustão, o ponto de equilíbrio financeiro será de 8.967 unidades.

6.9.4.3 – Ponto de equilíbrio econômico

O ponto de equilíbrio econômico considera o custo de oportunidade.

Ponto de equilíbrio econômico = custos fixos e despesa fixos + custo de oportunidade / margem de contribuição

$$R\$217,643.75 + R\$17,280.00 / 25,99 = 9.039 \text{ unidades}$$

Dessa forma, sem o valor do custo de oportunidade teremos o ponto de equilíbrio econômico de 9.039 unidades.

Com isso conclui-se que a Glúten Free precisa chegar a vender as unidades encontradas nos pontos de equilíbrio para chegar no zero a zero, e a partir de então começara a lucrar.

6.9.5 – Lucratividade

A lucratividade é o ganho em percentual que uma empresa consegue ter em determinado período.

Na tabela 17 mostra a lucratividade de cada período no fluxo de caixa. Para encontrar o valor percentual da lucratividade foi utilizada a fórmula: Lucratividade = Lucro líquido / Receita Total x 100.

Tabela 19 – Lucratividade

	0	1	2	3	4	5
(=) Fluxo de caixa operacional	-R\$151,869.09	-R\$13,880.11	-R\$3,706.92	R\$16,422.50	R\$37,964.64	R\$156,451.14
LUCRATIVIDADE		-2,19 a.a	-0,74% a.a	1,84% a.a	4,34% a.a	6,77% a.a

Fonte: Autores (2020)

Diante o cálculo de lucratividade considera-se viável o negócio a partir do terceiro ano, pois a porcentagem é considerável uma vez que o valor é positivo, concluindo dessa forma que a empresa no final do mês terá um caixa positivo.

6.9.6 – Rentabilidade

A rentabilidade é o valor em percentual do retorno que terá do investimento.

Na tabela 18 mostra a rentabilidade de cada ano do fluxo de caixa. Para calcular, utiliza-se a fórmula:

Lucro Líquido / Investimento x 100

Tabela 20 – Rentabilidade

	0	1	2	3	4	5
(=) Fluxo de caixa operacional	-R\$151,869.09	-R\$13,880.11	-R\$3,706.92	R\$16,422.50	R\$37,964.64	R\$156,451.14
RENTABILIDADE		-10,37% a.a	-3,67% a.a	9,58% a.a	23,77% a.a	38,93% a.a

Fonte: Autores (2020)

Dessa forma encontramos o percentual de retorno sobre o investimento, chegando à conclusão que o investimento passa ser viável, pois conclui-se que o investimento terá o retorno entre 4 a 5 anos e que a empresa passa ter um caixa positivo a partir do terceiro mês. O ponto de equilíbrio corresponde a uma média de nove meses de venda para se igualar os custos com a receita, obtendo lucro a partir disso.

Sendo assim analisando os indicadores o negócio torna viável a partir do momento em que a empresa possui sua taxa interna de retorno maior que sua taxa interna de atratividade, onde o valor presente líquido é maior que zero e seu payback é menor que cinco anos.

7 – ELEVATOR PITCH

Olá a todos, viemos apresentar o modelo de negócio da Glúten Free.

A Glúten Free é um fast food que busca ofertar um produto diferenciado, comercializamos pizzas de uma forma diferente, oferecemos ao cliente duas opções de massa, uma a base de mandioca e outra a base de batata, em seguida o cliente escolhe o recheio pré estabelecido pela empresa de acordo com sua preferência.

Nosso intuito é proporcionar uma alimentação saudável, se preocupando com a saúde do cliente, garantido satisfação total no atendimento de seus serviços, no menor tempo de espera possível.

O investimento total é de R\$ 151.869,09 e o tempo de recuperação desse investimento gira em torno de 4,736 anos, nossa taxa interna de retorno é 4,94% a.a. possuímos indicadores atrativos que torna o empreendimento viável.

O projeto foi desenvolvido pela Dyen, Kátlen e Lucas. Somos a equipe Glúten Free e agradecemos à atenção dispensada.

8 – BUSINESS MODEL CANVAS

O modelo canvas de negócio é uma ferramenta de planejamento estratégico utilizado para esboçar e desenvolver novos protótipos de negócio.

Tabela 21 – Canvas

Modelo Canvas de Negócio				
Parcerias	Atividades	Proposta de Valor	Relacionamento com Clientes	Segmento de Clientes
Pequenos agricultores Influenciadores digitais Lojas de produtos fitness	Produção Venda Marketing	Proporcionar uma alimentação saudável sem abrir mão do sabor	Redes Sociais SAC Atendimento Pessoal	Público Fitness Celiacos Amantes de Pizza
	Recursos		Canais	
	Produtos Orgânicos Funcionários Fornecedores		Instagram Facebook Landing Page	
Estrutura de Custos			Fonte de Receita	
Custo com mão de obra Custo com matéria prima Despesas administrativas			Venda das pizzas produzidas pela empresa	

Fonte: Autores (2020)

9 – CONCLUSÃO

Como foi mencionado ao longo do trabalho, o mercado de alimentos saudáveis é uma área de crescimento exponencial no nosso país e no mundo, pois as mudanças de hábito e o fator alimentação das pessoas tem convergido para o seguimento dos alimentos saudáveis, sendo assim, a empresa acredita que o investimento que for feito nesse setor ira se transformar em lucro.

Levando em consideração os resultados obtidos pelo planejamento financeiro, desenvolve-se por parte da empresa um mix de sentimentos que mistura a certeza que o negócio trara lucro e a empolgação de participar de um seguimento em constante crescimento.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. Cap. 1, pág. 09-24, 8ª Edição.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. Cap. 2, pág. 29-45, 8ª Edição.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 8ª.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2014.

MAGALDI, Sandro. NETO, José Salibi. **Gestão do amanhã: tudo o que você precisa saber sobre gestão, inovação e liderança para vencer na 4ª revolução industrial**. 1. ed., São Paulo: Editora Gente, 2018.

PEZZOTTI, Renato. **Brasileiros buscam produtos mais saudáveis, aponta estudo**. Disponível em: < <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/08/27/brasileiros-buscam-produtos-mais-saudaveis-aponta-pesquisa.htm> > Acesso em 3 mar. 2020

APÊNDICE

1 – Apresentação do TCC

O TCC foi apresentado em forma de vídeo e pode ser acessado no link a seguir:
<https://youtu.be/iNvquAgL534>