



**PLANO DE NEGÓCIO:**

**Tudo Di Bombom**

**BELO HORIZONTE**

**2020**

**Franciele Ferreira da Costa**

**PLANO DE NEGÓCIO:**

**Tudo Di Bombom**

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

Orientador: Maximiliano F. de Oliveira.

**BELO HORIZONTE**

**2020**

## SUMÁRIO

<b>1 - SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>4</b>
1.1 – PRINCIPAIS PONTOS DO NEGÓCIO .....	4
1.2 – EMPREENDEDORES E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL .....	5
1.3 – DADOS DO EMPREENDIMENTO .....	5
1.4 – MISSÃO .....	6
1.5 – VISÃO .....	6
1.6 – FORMA JURÍDICA .....	6
1.7 – ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO .....	6
1.8 – CAPITAL SOCIAL .....	6
1.9 – FONTE DE RECURSOS .....	6
<b>2 – ANÁLISE DE MERCADO .....</b>	<b>8</b>
2.1 – CLIENTES .....	8
2.2 – CONCORRENTES .....	9
2.3 – FORNECEDORES .....	9
<b>3 – PLANO DE MARKETING .....</b>	<b>11</b>
3.1 – PRODUTOS E SERVIÇOS .....	11
3.2 – PREÇO .....	14
3.3 – DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO .....	15
3.4 – DISTRIBUIÇÃO E VENDAS .....	16
3.5 – LOCALIZAÇÃO .....	16
<b>4 – PLANO ESTRATÉGICO .....</b>	<b>18</b>
4.1 – ANÁLISE DE SWOT .....	18
4.2 – BSC .....	19
<b>5 – PLANO OPERACIONAL .....</b>	<b>20</b>
5.1 – LAYOUT .....	20
5.2 – CAPACIDADE PRODUTIVA .....	21
5.3 – PROCESSOS OPERACIONAIS .....	21
5.4 – PLANO DE PESSOAL .....	23

<b>6 – PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>25</b>
6.1 – INVESTIMENTO INICIAL.....	25
6.2 – GASTOS COM PESSOAL.....	30
6.3 – REMUNERAÇÃO DOS SÓCIOS .....	31
6.4 – PROJEÇÃO DE CUSTOS E DESPESAS .....	31
6.5 – CUSTOS DO PRODUTO OU SERVIÇO.....	32
6.6 – PREVISÃO DE VENDAS.....	36
6.7 – IMPOSTOS SOBRE FATURAMENTO.....	37
6.8 – PROJEÇÕES FINANCEIRAS .....	37
6.9 – ANÁLISE DE INVESTIMENTO.....	38
<b>7 – ELEVATOR PITCH.....</b>	<b>44</b>
<b>8 – BUSINESS MODEL CANVAS .....</b>	<b>45</b>
<b>9 – CONCLUSÃO.....</b>	<b>46</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>47</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>51</b>

## **1 - SUMÁRIO EXECUTIVO**

### **1.1 – Principais pontos do Negócio**

A Tudo Di Bombom é uma empresa do ramo alimentício que comercializa bombons e trufas artesanais, tradicionais e exóticas. Os produtos que serão comercializados são eles, Bombom Trufado de Brigadeiro, Bombom trufado de morango, Bombom Trufado de Coco, Bombom Trufado de Maracujá, Trufa Vegana, Trufa de Caipirinha, Trufa sem glúten e lactose.

Neste negócio está retratado a forma de como a empresa se posiciona diante do mercado, as estratégias a serem utilizadas para atingir o público alvo desejado e a forma de como são gerenciados e direcionados todos os investimentos feitos pela empresa.

A criação do projeto da Tudo Di Bombom surge inicialmente de uma conversa entre amigos, uma vez que, a proprietária já fabricava bombons caseiros, a partir daí decidiu-se então expandir a atividade de forma elaborada e em um grau de escala maior, o que resultou na origem deste plano de negócio.

O objetivo do negócio é a comercialização de bombons e trufas artesanais de qualidade, levando os sabores tradicionais e também diferenciados aos clientes mais exigentes, servindo sempre com excelência e valorizando o trabalho artesanal. Se tornar referência nesse seguimento de negócio é um dos objetivos principais da empresa.

A Tudo Di Bombom quer atender todo o tipo de público, entre homens, mulheres, idosos e crianças, com exceção aos produtos de teor alcoólico que será permitida a venda somente para maiores de dezoito anos. Será praticado preços competitivos, para atingir todas classes sociais e atrair consumidores fiéis para a empresa.

O investimento será de R\$ 37.655,14 (trinta e sete mil e seiscentos e cinquenta e cinco reais e quatorze centavos) para dar início a operação do negócio. O capital de giro será de R\$ 71.871,92 (setenta e um mil e oitocentos e setenta e um reais e noventa e

dois centavos) para começar o negócio sem a necessidade de retirada de receitas pelo período de seis meses. Espera-se o retorno do investimento em um ano e nove meses.

A capacidade máxima produtiva é de 485 (quatrocentos e oitenta e cinco) bombons mês, o esperado é que tenha um volume de vendas em torno de 5830 (cinco mil e oitocentos e trinta) bombons no primeiro ano, o que resultará uma receita bruta no valor de R\$ 291.844,55 (duzentos e noventa e um mil e oitocentos e quarenta e cinco reais e cinquenta e cinco centavos) e um lucro líquido que gira em torno de 19%(dezenove por cento) do volume total de vendas no valor de R\$ 57.445,59 (cinquenta e sete mil e quatrocentos e quarenta e cinco reais e cinquenta e nove centavos).

## 1.2 – Empreendedores e experiência profissional

A empresa fundada pela diretora administrativa Franciele Ferreira da Costa, formada em Administração pela Faculdade FAMIG – Faculdade Minas Gerais, com ampla experiência nos setores administrativo, logística, e gestão de relacionamento com o cliente, capacidades que contribuirão para a gestão eficaz do negócio.

## 1.3 – Dados do empreendimento

Nome do empreendedor: Franciele Ferreira da costa

Nome empresarial: FFC Bomboniere ME

Nome fantasia: Tudo Di Bombom ME

Local: Barro Preto/Belo Horizonte – MG

Figura 1 - Logo.



Fonte: Autora (2020).

#### 1.4 – Missão

Ser a empresa que leva amor e sabor a vida dos nossos clientes através de nossos bombons trufados gourmet.

#### 1.5 – Visão

Se tornar uma rede líder no segmento de bombons trufados gourmet em Minas Gerais.

#### 1.6 – Forma jurídica

Empresário Individual (não possui sócios) – faturamento anual máximo R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) sendo considerado ME (Microempresa).

#### 1.7 – Enquadramento tributário

Enquadramento tributário – anexo I, faixa I do Simples Nacional, faturamento de 180.000,01 (cento e oitenta mil reais e um centavo) a 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais), uma alíquota de 7,30% com dedução de impostos de R\$5.940,00 (cinco mil e novecentos e quarenta reais). No enquadramento pelo Simples nacional todos os impostos são cobrados na mesma guia de pagamento.

#### 1.8 – Capital social

Os recursos aplicados no negócio pela proprietária, somam o total de R\$109.527,06 (cento e nove mil e quinhentos e vinte e sete reais e seis centavos) como mostra a tabela abaixo.

Tabela 1 - Capital Social.

	<b>Nome do Sócio</b>	<b>Valor (R\$)</b>	<b>% de participação</b>
Sócio 1	Franciele Ferreira da Costa	R\$109.527,06	100%
<b>Total</b>		<b>R\$109.527,06</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Autora (2020).

#### 1.9 – Fonte de recursos

A fonte de recursos da Tudo Di Bombom é composta por 100% de Capital próprio.

## 2 – ANÁLISE DE MERCADO

### 2.1 – Clientes

O público alvo da Tudo Di Bombom são homens e mulheres de qualquer faixa etária, renda média de um salário mínimo, localizados na cidade de Belo Horizonte. A empresa preza por qualidade, ofertando um mix de produtos que atendem a públicos distintos.

Para aquele público refinado que ama degustar um saboroso bombom trufado, encontra-se no cardápio uma linha de bombons tradicionais com variados sabores, fabricados com frutas frescas e chocolate de qualidade. Para aqueles que procuram algo diferente, que gostam de experimentar, que apreciam um bom chocolate agregado de bebida alcóolica ou optam por um estilo de alimentação mais saudável como, por exemplo, os intolerantes ao glúten e a lactose é ofertado no cardápio uma linha de bombons exóticos, tais como, a trufa sem glúten e sem lactose e a trufa vegana.

Segundo um estudo da Euromonitor sobre alimentação saudável apresentado na feira de produtos orgânicos Bio Brazil Fair, realizada em 8 de junho. Entre todas as categorias de alimentos funcionais, naturais ou de perfil saudável, como os orgânicos, diet e light, os produtos sem glúten têm a maior previsão de crescimento no país até 2022, com aumento nas vendas estimado entre 35% e 40% ao ano. Outra tendência de aumento do consumo no país é o leite sem lactose, com alta anual estimada entre 10% e 15% nos próximos cinco anos.

Segundo pesquisa divulgada em 2018 pelo IBOPE - Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, encomendada pela Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), 14% da população brasileira se declara vegetariana, índice que chega aos 16% em regiões metropolitanas como São Paulo, Rio de Janeiro, Recife e Curitiba. Onde houve um crescimento de quase 100% desde 2012, ou seja, é um mercado de aproximadamente 30 milhões de pessoas. Segundo a pesquisa pode se esperar também um futuro próximo próspero dentro do segmento: 55% dos respondentes afirmaram que consumiriam mais produtos veganos se esses tivessem uma

identificação mais clara ou o mesmo preço em relação aos que consomem tradicionalmente (60%), índice que alcança os 65% nas capitais.

Este é um mercado amplo, para aqueles que preferem comprar chocolates diferenciados e personalizados para presentear, ou mesmo para festas particulares. E também um mercado em expansão, segundo reportagem do Estado de Minas publicada em julho de 2018, produtos de chocolate gourmet estão sendo supervalorizados, apesar de que possa ser afetado pela sazonalidade, há formas de se manter estável no mercado, já que se trata de bombons trufados e que não são consumidos apenas no período de páscoa, além do fato de que a empresa trabalhará com encomendas.

## **2.2 – Concorrentes**

Os concorrentes diretos da Tudo Di Bombom são outras bombonieres, profissionais autônomos do seguimento de confeitaria, vendedores ambulantes, confeitarias, docerias. Entre os concorrentes indiretos bufês, supermercados, mercearias. Ambos concorrentes localizados na cidade de Belo Horizonte - MG.

O número de principais comércios do ramo na cidade, que segundo o levantamento realizado somam aproximadamente 163 (cento e sessenta e três) lojas. O número de autônomos e ambulantes que comercializam bombons não pôde ser mensurado.

Quanto à qualidade e preço do produto da concorrência há uma variedade muito grande, como mencionado acima, existe a questão da qualificação. Com concorrentes que variam de Cacau Show a trabalhadores autônomos que fabricam seu produto em casa, ou um estudante que vende bombons na faculdade. O preço médio de mercado é de R\$4,00 (quatro reais) a unidade.

## **2.3 – Fornecedores**

Os principais fornecedores da Tudo Di Bombom são:

Loja Marabraz - loja de móveis: fornece equipamentos, ferramentas, móveis, utensílios.

Americanas - varejo: fornece equipamentos, ferramentas, móveis, utensílios.

Mercado Livre - comércio eletrônico: fornece equipamentos, ferramentas, móveis, utensílios.

Extra - supermercado: fornece matéria-prima.

Supermercados BH - supermercado: fornece matéria-prima.

Ceasa - fornece matéria-prima.

1001 Festas - lojas de embalagens: fornece embalagens.

### 3 – PLANO DE MARKETING

#### 3.1 – Produtos e serviços

A empresa comercializa bombons trufados de sabores tradicionais variados, como o bombom de brigadeiro, que é feito com uma cobertura de chocolate meio amargo e recheado com brigadeiro cremoso.

Figura 2 - Bombom trufado de brigadeiro.



Fonte: <https://www.vanessadoce.com.br> (2020)

O bombom de morango é feito com uma cobertura de chocolate meio amargo e recheado com um creme feito à base de chocolate branco, leite condensado, creme de leite e morangos.

Figura 3 -Bombom trufado de Morango.



Fonte: <https://www.vanessadoce.com.br> (2020).

O bombom de coco é feito com uma cobertura de chocolate meio amargo recheado com leite condensado, creme de leite e coco em flocos.

Figura 4 -Bombom trufado de coco.



Fonte: <https://www.vanessadoce.com.br> (2020)

O bombom de maracujá é feito com uma cobertura de chocolate meio amargo e recheado com um creme feito à base de chocolate branco, leite condensado, creme de leite e polpa de maracujá.

Figura 5 -Bombom trufado de Maracujá.



Fonte: <https://www.vanessadoce.com.br> (2020).

A linha de bombons exóticos trás as deliciosas trufas vegana no copinho, trufa sem glúten/lactose e a excêntrica trufa de caipirinha. A trufa vegana é feita com chocolate

com alta porcentagem de cacau (sem leite e com menos açúcar), abacate e açúcar não refinado.

Figura 6 -Trufa Vegana.



Fonte: <https://www.vanessadoces.com.br> (2020).

A trufa sem glúten/lactose é feita de chocolate meio amargo sem glúten e sem leite, leite de coco integral, margarina sem leite (no mínimo 50% gordura), nela pode ser acrescentada bebida alcóolica, nozes, amêndoas e pistache.

Figura 7 -Trufa sem glúten e sem lactose.



Fonte: <https://www.vanessadoces.com.br> (2020).

A trufa de caipirinha é feita de chocolate branco com cachaça (ou água que passarinho não bebe) e limão tahiti, passada no açúcar com raspinhas de limão. A cachaça fica suave, e o sabor é refrescante.

Figura 8 -Trufa de caipirinha.



Fonte: <https://www.vanessadoces.com.br> (2020).

Todas as trufas possuem peso médio de 60g (sessenta) e embalagens transparentes com a logo da empresa, as forminhas e amarração alteram a cor de acordo com o sabor e textura de cada uma. As trufas com teor alcoólico (trufa de caipirinha) possuem restrição de idade, podendo ser vendidas apenas para maiores de dezoito anos. As demais opções do cardápio podem ser consumidas sem moderação.

Figura 9 - Embalagem.



Fonte: Autora (2020).

### 3.2 – Preço

O preço de venda deve cobrir todos os custos e despesas referentes do produto e ainda permitir a obtenção de lucro. Este preço varia para cada bombom trufado ou

trufa, isto porque, existe uma variedade na quantidade e tipo de insumos utilizados para a fabricação. Para definir o preço de venda foram realizados cálculos do custo de cada receita que rende 30 (trinta) unidades de bombons.

Quadro 1 - Preço de venda.

<b>VALOR DE VENDA</b>		
<b>PRODUTO</b>	<b>CUSTO (R\$)</b>	<b>VL.VENDA</b>
Bombom Trufado de Morango	R\$2,33	R\$4,21
Bombom Trufado de Brigadeiro	R\$2,27	R\$4,09
Bombom Trufado de Coco	R\$2,27	R\$4,06
Bombom Trufado de Maracujá	R\$2,27	R\$4,06
Trufa de Caipirinha	R\$2,25	R\$4,05
Trufa Vegana	R\$2,63	R\$4,81
Trufa s/ glúten e s/ lactose	R\$2,19	R\$3,93

Fonte: Autora (2020).

O cliente poderá realizar o pagamento por dinheiro, cartão de débito ou crédito no momento da compra ou no recebimento. Para compras acima de 100 unidades o cliente terá direito a 5% (cinco por cento) de desconto no valor total da compra.

### **3.3 – Divulgação e promoção**

As ações de divulgação e promoção da empresa se darão através de panfletagem, placa na entrada do estabelecimento e por meio das redes sociais mais comuns utilizando os aplicativos do Instagram e Facebook, que possuem inclusos em seus serviços ferramentas de promoção, impulsionamento de publicações para alcance em larga escala, onde se detalha características do público-alvo tais como: interesse pelo produto através de palavras chave, idade, gênero, local (cidade, estado, país), além de análise do desenvolvimento e interação com o público como, por exemplo, ações do alvo na página, visualizações, prévias, curtidas, alcance, recomendações, envolvimento com a publicação, seguidores, pedidos, etc.

O pagamento por este serviço ocorre da seguinte forma: realiza-se um fundo de um valor de interesse do contratante, o saldo deste fundo fica disponível para o uso e vai sendo descontado gradativamente de acordo com a com figuração de anuncio e promoção escolhida. A Tudo Di Bombom disponibilizará um saldo mensal de 300 reais

por mês para veiculação de anúncios nas páginas do Facebook e Instagram da empresa sendo, portanto, R\$10,00 (dez reais) diários que resultaram em um alcance que varia de 1.352 - 5.265 (mil trezentos e cinquenta e duas a cinco mil duzentas e sessenta e cinco) pessoas/dia por anúncio.

É importante ressaltar que as contas do Instagram e Facebook são vinculadas, portanto, qualquer anúncio ou promoção veiculado no Facebook também será veiculado no aplicativo do Instagram sem custo adicional. Esta ação faz com que a empresa seja melhor apresentada ao seu mercado e seus produtos divulgados em um nível de excelência e alcance maior de pessoas, com um investimento consideravelmente baixo.

A placa da fachada da loja custará R\$80,00 (oitenta reais), enquanto o valor de R\$120,00 (cento e vinte reais) será investido nos panfletos.

### **3.4 – Distribuição e vendas**

A comercialização dos bombons trufados da Tudo Di Bombom se dará na loja física localizada no bairro Barro Preto, na cidade de Belo Horizonte – MG, onde os clientes terão dispostas nas vitrines para venda todas as saborosas opções de Bombons ofertadas pela empresa. Além disso, poderão ainda adquirir os produtos por encomenda com a condição de dar um sinal de 50% (cinquenta por cento) do valor da compra, podendo cancelar o pedido em até 24 (vinte e quatro) horas antes do prazo de entrega e ter reembolso do valor pago, estes deverão também se deslocar até a loja para retirá-las ou recebe-las por entrega, neste último caso será cobrado um frete competente ao local de entrega. Para encomendas acima de 150 (cento e cinquenta) unidades é necessário que sejam feitas com pelo ao menos dois dias de antecedência.

### **3.5 – Localização**

A escolha da região central de Belo Horizonte para localização da loja se dá primeiro pelo grande fluxo de pessoas, depois pela facilidade de acesso vindo de qualquer bairro da cidade. A loja situada no bairro Barro Preto de 50m<sup>2</sup> (cinquenta metros quadrados) para disposição dos produtos, será alugada pelo valor de R\$800,00

(oitocentos reais) através de um contrato de locação pelo prazo de dois anos, podendo ser prorrogado mediante acordo entre as partes.

## 4 – PLANO ESTRATÉGICO

### 4.1 – Análise de SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta que permite um diagnóstico estratégico da empresa, analisando o ambiente interno e externo ao qual está inserida.

Quadro 2 - Matriz SWOT.

<b>Fatores Internos</b>	<b>S: Forças</b>	<b>W: Fraquezas</b>
	Variedade no cardápio (inclusive opções para intolerantes a lactose e veganos) Valor de venda competitivo Localização	Alto custo da folha de pagamento Loja física alugada
<b>Fatores Externos</b>	<b>O: Oportunidades</b>	<b>T: Ameaças</b>
	Mercado Gourmet em expansão. Aumento da demanda MP(matéria prima) a baixo custo no mercado Baixa capacidade de produção dos concorrentes	Concorrência acirrada Mudança de hábitos dos clientes Queda da demanda pelo produto Aumento do custo de MP Falta de MP por fatores externos (Economia, fornecedores, greves, pandemias)

Fonte: Autora (2020).

De acordo com a matriz acima, nota-se que o negócio precisa:

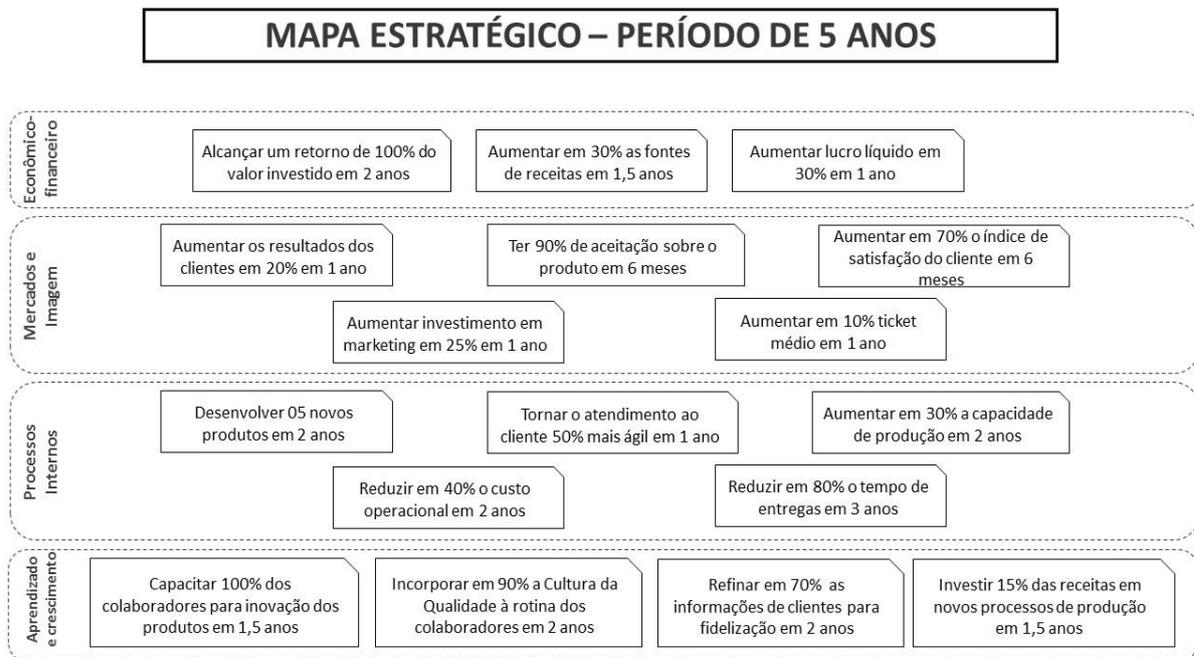
- ✓ Buscar formas de manter o público-alvo cativo através de uma estratégia de marketing bem estruturada, para que possa manter a rentabilidade do negócio;
- ✓ Elaboração de um plano estratégico de promoção em redes sociais e plano estratégico de fidelização de clientes – cartão fidelidade, para diminuir a influência de concorrentes.

✓ Realizar análises periódicas sobre a necessidade de estocagem de produtos.

## 4.2 – BSC

O BSC - (Balanced Scorecard) é uma ferramenta de controle estratégico que possibilita trabalhar os objetivos da empresa a longo prazo. Este controle é feito através do monitoramento dos indicadores previamente traçados pela empresa para o alcance de sua visão. Veja abaixo o mapa estratégico da empresa e que também pode ser visualizado no apêndice B, pag. 52.

Figura 10 - BSC.



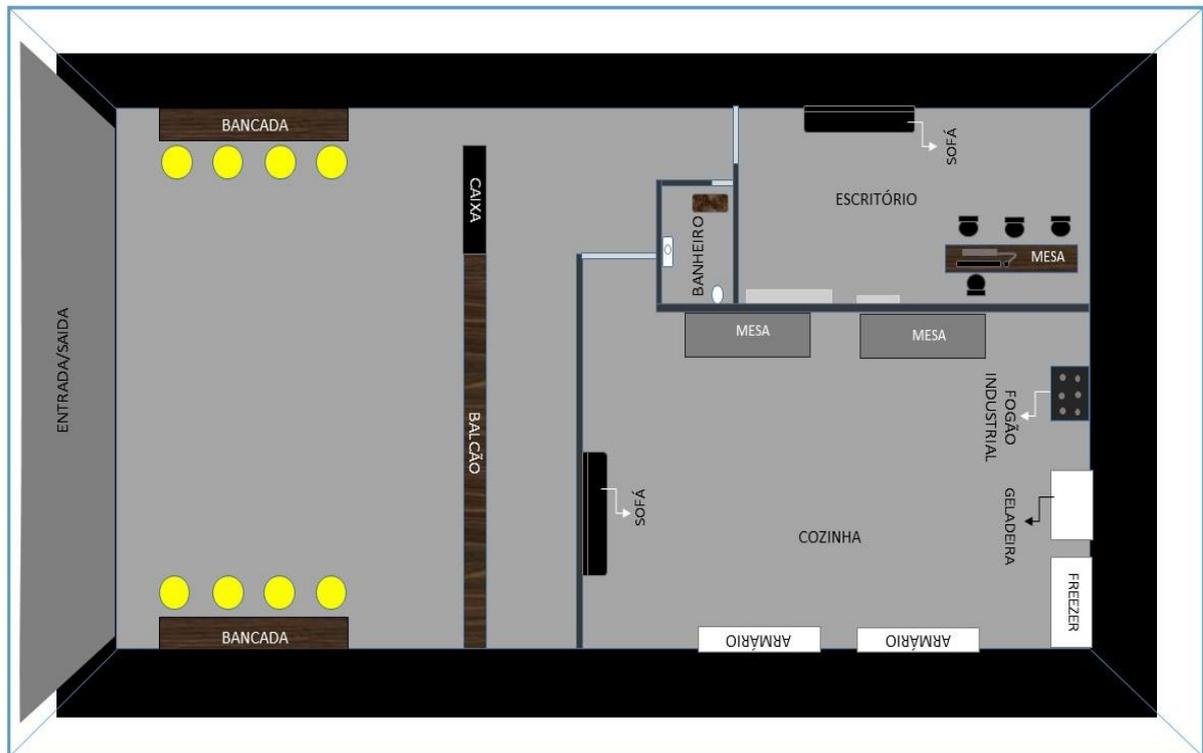
Fonte: Autora (2020).

## 5 – PLANO OPERACIONAL

### 5.1 – Layout

O estabelecimento não possui escadas, a porta de entrada é larga com acesso de pessoas portadoras de necessidades especiais. Possui um espaço com bancadas para os clientes que desejarem comer no local, balcão e caixa de atendimento, na parte interna (restrita a funcionários) um banheiro, escritório e a cozinha onde são produzidos os produtos.

Figura 11 - Layout.



Fonte: Autora (2020).

Equipamentos para produção e funcionamento: bancadas, caixa registradora, balcão de atendimento, fogão industrial, formas, freezer, geladeira, utensílios, mesa de aço inox, armários, exaustores.

Área do negócio: 80m<sup>2</sup> (oitenta metros quadrados), lugar amplo e arejado.

## 5.2 – Capacidade produtiva

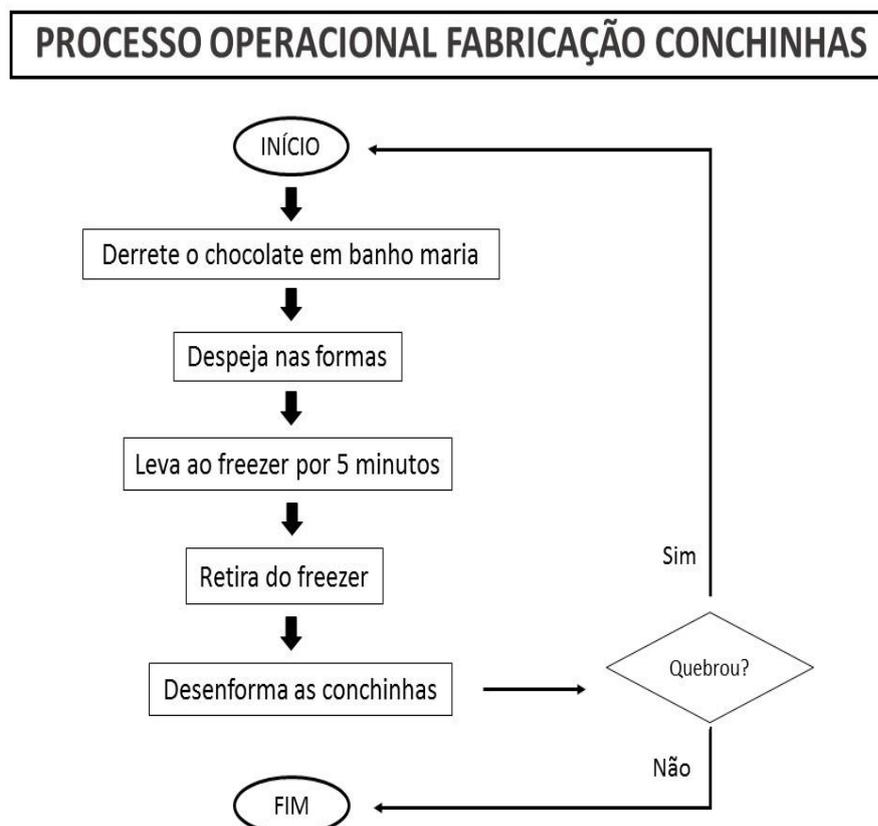
Capacidade produtiva instalada: produção de 3,75 (três vírgula setenta e cinco) bombons por hora durante 8 (oito) horas por dia e 20 (vinte) dias no mês a capacidade mensal é de 600 (seiscentos) bombons.

Capacidade produtiva disponível de acordo com a demanda: produção de 3,03 (três vírgula zero três) bombons por hora durante 8 (oito) horas por dia e 20 (vinte) dias no mês a capacidade mensal é de 485 (quatrocentos e oitenta e cinco) bombons, podendo sofrer alteração caso haja aumento da demanda.

## 5.3 – Processos operacionais

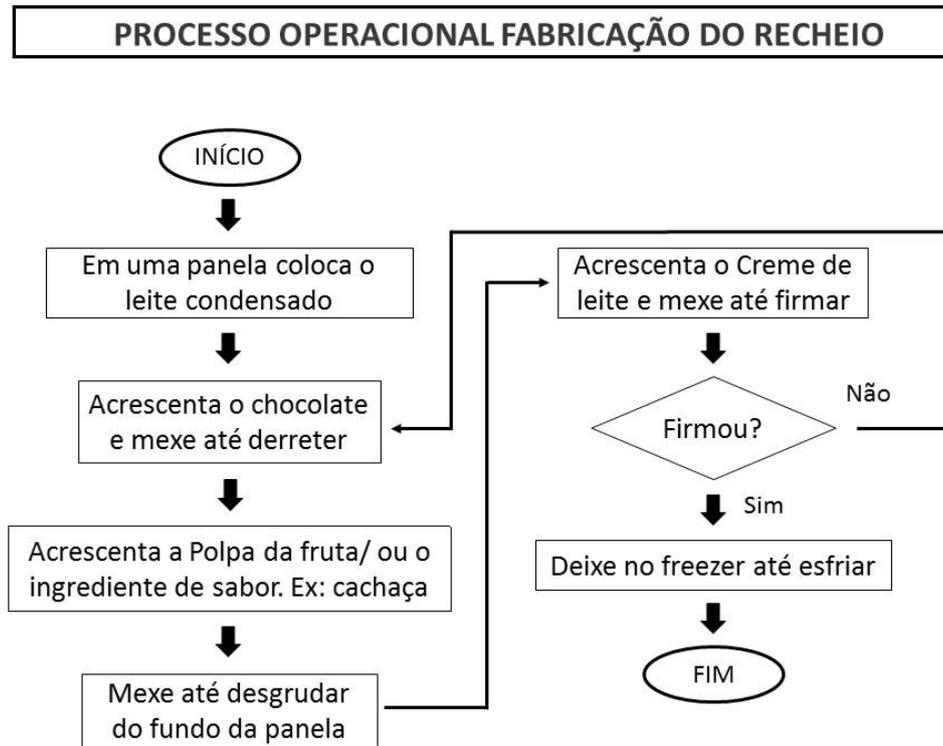
O processo de fabricação das trufas é totalmente manual. A seguir estão representados os fluxogramas do processo de fabricação dos bombons trufados.

Figura 12 - Processo de fabricação conchinhas de chocolate.



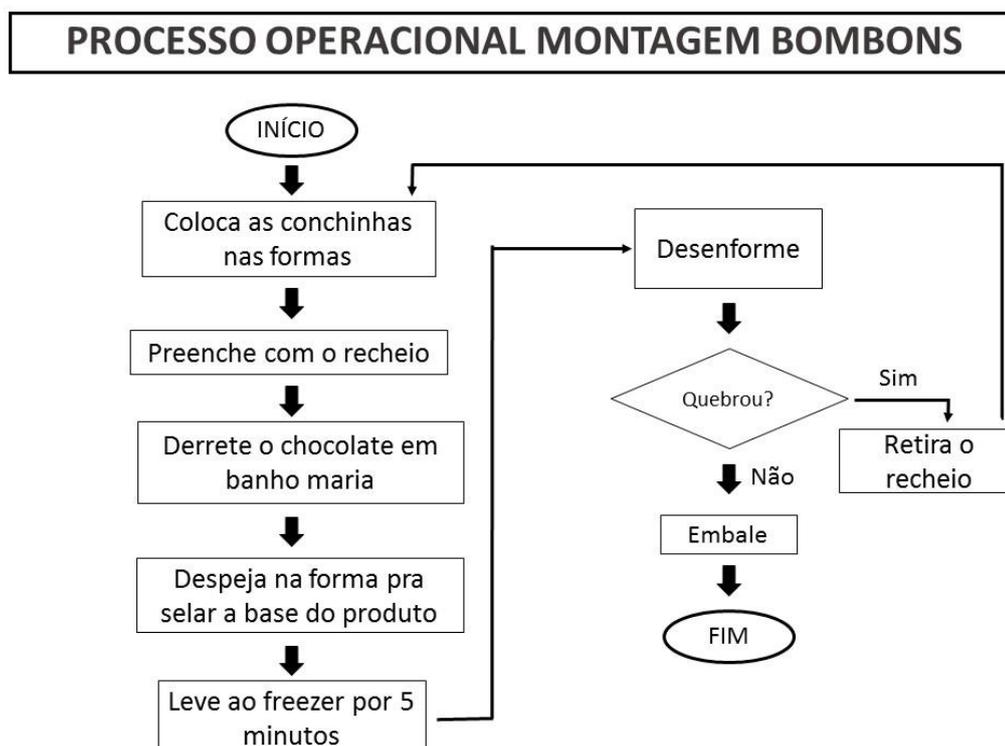
Fonte: Autora (2020).

Figura 13 - Fabricação do recheio.



Fonte: Autora (2020).

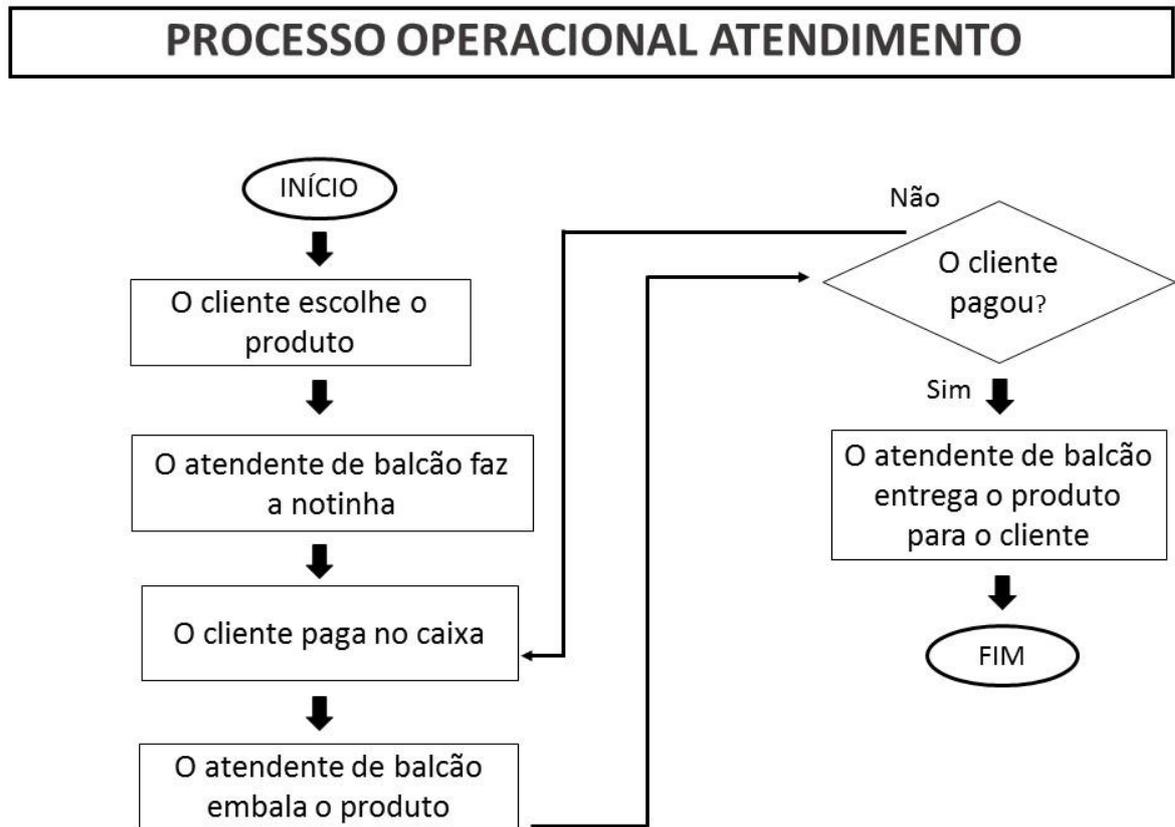
Figura 14 - Montagem dos bombons.



Fonte: Autora (2020).

Assim também foi descrito o processo de atendimento do cliente.

Figura 15 - Atendimento do cliente.



Fonte: Autora (2020).

## 5.4 – Plano de pessoal

### 5.4.1 – Atribuições dos sócios

Franciele Ferreira da Costa: responsável pela gestão dos setores administrativo, logística, financeiro e gestão de relacionamento com o cliente. Além de supervisão e acompanhamento dos funcionários.

### 5.4.2 – Pessoal

Para o funcionamento adequado da empresa será necessário a contratação de:

Um operador de caixa: para atuar no recebimento de valores, fechamento de caixa e emissão de notas fiscais.

Qualificações: ensino médio completo, um ano de experiência na função, conhecimento de informática.

Um atendente de balcão: para atuar no atendimento e venda dos produtos.

Qualificações: ensino médio completo, um ano de experiência na função.

Um confeitiro: para atuar na fabricação dos bombons trufados.

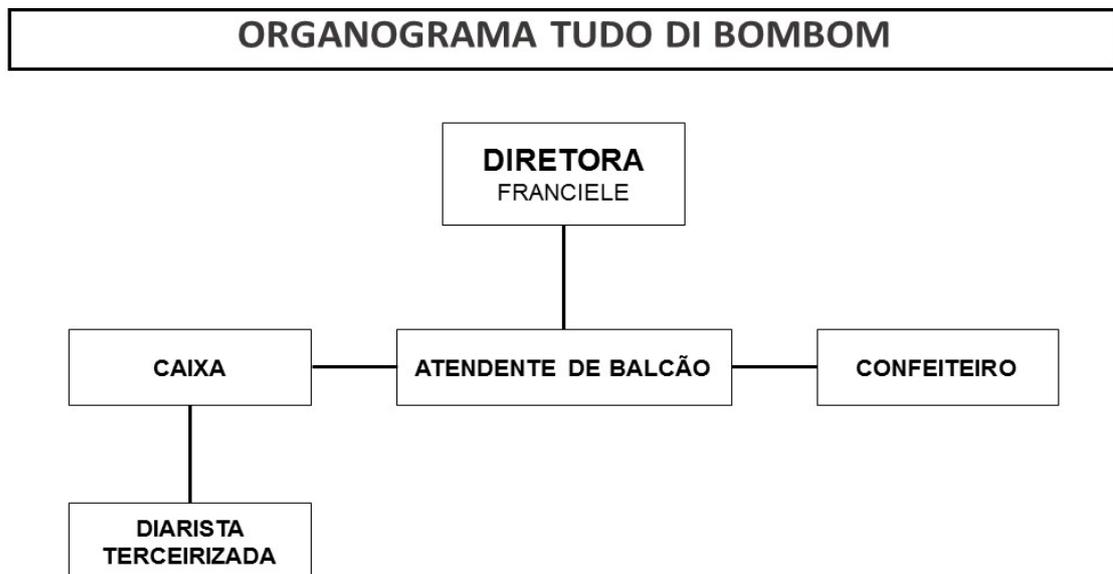
Qualificações: ensino médio incompleto, um ano de experiência na função, ser capacitado em gastronomia especializada em doces.

Uma diarista terceirizada: irá duas vezes por semana para manter a loja e escritório limpos.

Qualificações: ensino médio incompleto, um ano de experiência na função.

Veja abaixo o organograma:

Figura 16 - Organograma Tudo Di Bombom.



Fonte: Autora (2020).

Não haverá necessidade de treinamento prévio dos funcionários.

## 6 – PLANO FINANCEIRO

### 6.1 – Investimento inicial

O investimento inicial será de R\$109.527,06 (cento e nove mil quinhentos e vinte e sete reais e seis centavos), fonte de renda capital próprio. Montante este necessário para instalar e manter a empresa pelo período de seis meses sem a necessidade de retirada de receitas.

#### 6.1.1 – Investimentos fixos

Estes são gastos ativados em função de sua vida útil ou de benefícios atribuídos a períodos futuros.

Quadro 3 - Investimentos fixos.

INVESTIMENTOS FIXOS	
ITEM	PREÇO
2 NOTEBOOKS	R\$5.000,00
1 SMARTPHONE	R\$1.300,00
BALCÃO FRIGORÍFICO VITALIS	R\$2.933,46
FOGÃO SEMI INDUSTRIAL	R\$315,00
MESA AÇO INOX	R\$389,90
FREEZER CONSUL VERTICAL	R\$1.249,00
1 MESA PARA ESCRITÓRIO ME4109 TECNO MOBILI CARVALHO - AMERICANAS	R\$180,37
1 ESCRIVANINHA PARA ESCRITÓRIO EM L 2 GAVETAS OFFICE NOTÁVEL PRETO - SUBMARINO	R\$299,00
2 ARMÁRIO MULTIUSO SMART J&A MÓVEIS - MADEIRA MADEIRA	R\$275,38
KIT 3 ESTANTE C/ 6 PRATELEIRAS AÇO REFORÇADO MULTIUSO LOPES	R\$428,00
LONGARINAS E CADEIRAS PARA IGREJAS - 3 LUGARES - FABRICANTE	R\$232,50
LONGARINAS E CADEIRAS PARA IGREJAS - 4 LUGARES - FABRICANTE	R\$269,85
CADEIRA SECRETÁRIA CAIXA TECIDO CINZA	R\$179,99
2 CADEIRA DE ESCRITÓRIO LONDRES ISO FABONE MÓV	R\$187,98
1 VITRINE REFRIGERADA DE SOBREPOR EM AÇO INOX, PARA DOCES E BOLOS 1,00 C X 0,60 L X 0,60	R\$4.300,00
1 GAVETA DE DINHEIRO MANUAL C/PINO PRETA - INNAL1	R\$199,00
1 BALCÃO CAIXA ATENDIMENTO EXPOSITOR VITRINE GAVETA DINHEIRO PRETO	R\$660,00
2 KIT 4BANQUETAS BISTRÔ AÇO PRETO E ASSENTO AMARELO – R\$ 179,90 (MERCADO LIVRE	R\$359,80
2 BANCADA – R\$ 250,00 CADA	R\$500,00
1 JOGO DE PANELÃO CAÇAROLA INDUSTRIAL LINHA HOTEL Nº 26, 30 E 34 LOJA AMERICANAS	R\$169,90
4 COLHER GRANDE PARA ARROZ 36CM EM AÇO INOX LOJAS AMERICANAS	R\$119,56
2 KIT BACIA TIGELA EM INOX COM 5 PEÇAS LOJAS AMERICANAS	R\$179,80
<b>TOTAL</b>	<b>R\$19.728,49</b>

Fonte: Autora (2020).

Os investimentos fixos da Tudo Di Bombom para que a empresa possa dar início as suas atividades são: balcão frigorífico para exposição e conservação das trufas, fogão industrial para mistura e cozimento das matérias primas, mesa para manusear o produto, e freezer para resfriamento do produto e congelamento de matéria prima, balcão de atendimento, notebooks, smartphone, mesas para escritório, armários, cadeiras, vitrines refrigeradas, gaveta de dinheiro, balcão caixa de atendimento, bancadas e banquetas para atender aos clientes.

Todos os investimentos fixos somam o valor de R\$19.728,49 (dezenove mil e setecentos e vinte e oito reais e quarenta e nove centavos).

### 6.1.2 – Investimentos pré-operacionais

Os gastos pré-operacionais são todos os gastos pagos ou incorridos até o início da operação da empresa. Para a Tudo Di Bombom não houve necessidade de reforma do imóvel e treinamento de pessoal, todos os gastos com publicidade, aluguel do espaço e legalização da empresa somam o montante de R\$ 16.300,00 (dezesesseis mil e trezentos reais) e estão apresentados no quadro abaixo:

Quadro 4 -Investimentos pré-operacionais.

<b>INVESTIMENTOS PRÉ OPERACIONAIS</b>	
DESENVOLVIMENTO LOGOMARCA	R\$200,00
CONTRATAÇÃO DE ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE	R\$6.000,00
ALUGUEL	R\$9.600,00
PANFLETOS + PLACA	R\$200,00
DIVULGAÇÃO	R\$300,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$16.300,00</b>

Fonte: Autora (2020).

### 6.1.3 – Estoques iniciais

Para dar início ao funcionamento da empresa, foram gastos R\$ 1.626,65 (mil e seiscentos e vinte e seis reais e sessenta e cinco centavos) com matéria-prima para a produção. Insumos estes que estão descritos de acordo com a quantidade adquirida e local de compra no quadro abaixo.

Quadro 5 - Estoques iniciais.

ESTOQUE INICIAL	
DESCRIÇÃO DO ITEM	VALOR
2kg Abacate/ Mart Minas R\$ 6,89kg	R\$ 13,78
1 cx Açúcar de Confeiteiro1kg/ Caixa c/10 Mart Minas 35,50.	R\$ 35,50
1 FD Açúcar não refinado 5kg/ Mart Minas R\$6,59 fardo c/6:39,54.	R\$ 39,54
8 cx Barra Chocolate fracionado Top meio amargo 1,05kg – Harald/ caixa c/ 3 Mart Minas R\$56,40	R\$ 451,20
1 cx Barra Chocolate fracionado Top branco 1,05kg – Harald caixa c/ 3 Mart Minas R\$56,40	R\$ 56,40
1 Cx Barra Chocolate s/ leite e s/ glúten fracionado Top 1,05kg – Harald/ caixa c/ 3 Mart Minas R\$71,4	R\$ 71,40
1kg Cacau em pó 100% 1, kg / Mercado Central	R\$ 85,00
2 L Cachaça Curtida Alambique José Geraldo – Pitangui/MG	R\$ 6,00
1cx Coco em flocos Quaicy umedecido 1 kg/ caixa c/ 10 Mart Minas R\$45,00	R\$ 45,00
1 Cx Creme de Leite Itambé 2,5kg/ Mart Minas Caixa c/4 R\$91,20	R\$ 91,20
2 Cx Leite condensado Itambé 2,5kg/ Mart Minas Caixa c/4 R\$91,20	R\$ 182,40
5L Leite de coco integral Mart Minas	R\$ 30,00
2Kg Limão tahiti/ Mart Minas R\$ 6,69kg.	R\$ 13,18
3 kg Maracujá (AZEDO) / Mart Minas R\$ 6,59kg.	R\$ 19,77
1 cx Margarina Qualy 500g/ Caixa c/12 Mart Minas R\$ 57,36.	R\$ 57,36
1 Cx Margarina Qualy s/ leite 500g/ Caixa c/12 Mart Minas R\$ 57,36	R\$ 57,36
6 cx Morango/ Caixa c/4 Mart Minas R\$17,96	R\$ 107,76
1 cx Nozes/Mart Minas 600gr s/casca Caixa c/6 potes 298,80.	R\$ 298,80
5 Un. Forma de silicone para confecção de trufas - 1001 Festas	R\$ 50,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 1.626,65</b>

Fonte: Autora (2020).

#### 6.1.4 – Capital de Giro

O Capital de Giro são todos os recursos necessários a sobrevivência e pleno funcionamento da empresa. Para calcular a necessidade líquida de capital de giro foram somados todos os custos necessários para o funcionamento da empresa pelo período de trinta dias, como demonstrado no quadro abaixo:

Quadro 6 - Necessidade líquida de capital de giro.

NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO	
CUSTO DIARIO/ITENS	VALOR
PRÓ- LABORE	R\$ 1.045,00
SALÁRIO FUNCIONÁRIOS	R\$ 6.927,00
ALUGUÉL	R\$ 800,00
CONTRATAÇÃO DE ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE	R\$ 500,00
TERCEIRIZAÇÃO DIARISTA	R\$ 1.080,00
COMPRA DE INSUMOS	R\$ 1.626,65
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 11.978,65</b>

Fonte: Autora (2020).

Foram considerados os seguintes prazos:

Prazo Médio de Recebimento = 30 (trinta) dias

Necessidade Média de Estoques = 30 (trinta) dias

Prazo Médio de Pagamento = 60 (sessenta) dias

Cálculo da necessidade líquida de capital de giro.

$$NCG = 30 + 20 - 30 = 20 \text{ dias}$$

Para calcular o custo total diário da empresa foi dividido o custo total mensal por 30 (trinta) chegando ao montante de R\$399,29 (trezentos e vinte e nove reais) por dia.

$$\text{Total Mensal}/30 = \text{Total Diário}$$

$$11.978,65/30 = R\$399,29$$

Para calcular o caixa mínimo foi multiplicado a necessidade líquida de capital de giro pelo custo total diário da empresa. Sendo assim, o caixa mínimo que a empresa necessita é de R\$7.985,77 (sete mil e novecentos e oitenta e cinco reais e setenta e sete centavos) como mostra o cálculo abaixo.

$$\text{Caixa Mínimo} = NCG \times \text{Total Diário}$$

$$\text{Caixa Mínimo} = 20 \times 399,29 = 7.985,77$$

Foi considerado o capital suficiente para manter a empresa pelo período de seis meses sem a necessidade de retirada de receitas. Projetando todos os custos operacionais e administrativos para este período.

Assim, foi alcançada a necessidade de capital de giro inicial de R\$71.871,92 (setenta e um mil e oitocentos e setenta e um reais e noventa e dois centavos), considerando salário dos funcionários com valores já provisionados, como demonstrado no quadro abaixo:

Quadro 7 - Capital de giro.

<b>CAPITAL DE GIRO</b>	
PAGAMENTOS SEIS PRIMEIROS MESES	
PRÓ- LABORE	R\$6.270,00
SALÁRIO FUNCIONÁRIOS	R\$41.562,02
ALUGUEL	R\$4.800,00
CONTRATAÇÃO DE ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE	R\$3.000,00
TERCEIRIZAÇÃO DIARISTA	R\$6.480,00
COMPRA DE INSUMOS	R\$9.759,90
<b>TOTAL</b>	<b>R\$71.871,92</b>

Fonte: Autora (2020).

### 6.1.5 – Investimento total e fontes de recursos

Todos os investimentos necessários para o funcionamento da Tudo Di Bombom somam R\$109.527,06 (cento e nove mil e quinhentos e vinte e sete reais e seis centavos), como mostra o quadro abaixo.

Quadro 8 - Resumo dos investimentos.

<b>RESUMO DOS INVESTIMENTOS</b>	
INVESTIMENTOS FIXOS	R\$19.728,49
INVESTIMENTOS PRÉ OPERACIONAIS	R\$ 16.300,00
ESTOQUES INICIAIS	R\$ 1.626,65
CAPITAL DE GIRO	R\$ 71.871,92
<b>TOTAIS</b>	<b>R\$ 109.527,06</b>

Fonte: Autora (2020).

Definido isto, todo o capital necessário para o funcionamento da Tudo Di Bombom provirá de recurso próprio, como mostra o quadro 8 (oito).

Quadro 9 - Fontes de Recursos.

<b>FONTE DE RECURSOS</b>	
RECURSOS PRÓPRIOS	R\$ 109.527,06
RECURSOS DE TERCEIROS	R\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 109.527,06</b>

Fonte: Autora (2020).

## 6.2 – Gastos com pessoal

A seguir estão descritos os gastos com pessoal, brevemente descritos cargos, salários e projeção anual de gastos com encargos, provisões e despesa com pessoal.

Quadro 10 - Gastos com pessoal.

<b>QUADRO DE SALÁRIOS</b>			
<b>ITEM</b>	<b>FUNÇÃO</b>	<b>Nº EMPREGADOS</b>	<b>SALÁRIO MÊS</b>
1	Caixa	1	R\$ 1.228,00
2	Atendente balcão	1	R\$ 1.151,82
3	Confeiteiro	1	R\$ 1.402,91
4	Terceirização Diarista	1	R\$ 1.080,00
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>R\$ 4.862,73</b>

Fonte: Autora (2020).

Na projeção anual foram considerados os seguintes custos mensais do quadro de funcionários:

Quadro 11 - Custo mensal.

01 - Salário Contratual + Adicionais + Horas Extras (menos INSS e Vale Transporte descontados)
02 - FGTS Devido pela Empresa no mês
03 - INSS Devido pela Empresa no mês
04 - Contribuição para o Risco de Acidentes do Trabalho - RAT no mês
05 - Contribuição para Terceiros
06 - Vale Transporte
07 - Ticket Alimentação
08 - Provisão de 1/12 avos de 13º Salário Proporcional
09 - Provisão de 1/12 avos de Férias Proporcionalis
10 - Provisão de 1/3 Sobre Férias Proporcionalis
11 - Provisão de FGTS Devido pela Empresa sobre 13º Salário e Férias proporcionalis
12 - Provisão de INSS Devido pela Empresa sobre 13º Salário e Férias proporcionalis
13 - Provisão de Contribuição para o RAT sobre 13º Salário e Férias proporcionalis
14 - Provisão de Contribuição para Terceiros sobre 13º Salário e Férias proporcionalis

Fonte: Autora (2020).

O total mensal destes custos exceto a despesa com a diarista que é terceirizada soma R\$3.266,39 (três mil e duzentos e sessenta e seis reais e trinta e nove centavos) mensais, valor este já descontados o INSS e o Vale Transporte que multiplicado por doze (total meses no ano) somam R\$83.124,04 (oitenta e três mil e cento e vinte e quatro reais e quatro centavos) anuais em despesas com pessoal, como mostra o quadro 11 (onze).

Quadro 12 -Encargos, provisões e despesas com pessoal

PROJEÇÃO ANUAL SALÁRIOS, ENCARGOS, PROVISÕES E DESPESAS - 3 FUNCIONÁRIOS						
Descrição	Mês 1	Mês 2	Mês 3	...	Mês 12	Total
Salário Contratual + Adicionais (menos INSS e Vale Transporte descontados)	R\$ 3.266,39	39.196,65				
Encargos sociais	R\$ 1.392,04	16.704,54				
Provisão 13º	R\$ 450,57	5.406,78				
Provisão Férias	R\$ 905,21	10.862,52				
<b>Subtotal</b>	<b>R\$ 6.014,21</b>	<b>72.170,49</b>				
Desp. Alimentação	R\$ 599,76	7.197,12				
Desp. Transporte	R\$ 313,04	3.756,43				
<b>Total</b>	<b>R\$ 6.927,00</b>	<b>83.124,04</b>				

Fonte: Autora (2020).

### 6.3 – Remuneração dos sócios

Abaixo está descrita a remuneração (pró-labore) a ser recebida pela proprietária da empresa.

Na contabilização dos custos conta este valor sem dedução do FGTS.

Tabela 2 - Remuneração dos sócios

Item	Sócio	Valor
1	Franciele Ferreira da Costa	R\$1.045,00
	<b>Total</b>	<b>R\$1.045,00</b>

Fonte: Autora (2020).

### 6.4 – Projeção de custos e despesas

Os custos e despesas necessários para o funcionamento da empresa pelo período de um ano estão representados abaixo.

Quadro 13 - Custos e despesas fixos e variáveis.

<b>CUSTOS E DESPESAS FIXOS</b>	
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
PRÓ- LABORE	R\$ 12.540,00
SALÁRIO FUNCIONÁRIOS	R\$ 83.124,04
ALUGUEL	R\$ 9.600,00
CONTRATAÇÃO DE ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE	R\$ 6.000,00
TERCEIRIZAÇÃO DIARISTA	R\$ 12.960,00
<b>TOTAL ANO</b>	<b>R\$ 124.224,04</b>

<b>CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS</b>	
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>VALOR</b>
ENERGIA ELÉTRICA	R\$ 3.600,00
COMPRA DE INSUMOS	R\$ 19.519,80
ÁGUA	R\$ 1.800,00
GÁS DE COZINHA	R\$ 960,00
EMBALAGENS	R\$ 583,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 26.462,80</b>

Fonte: Autora (2020).

A seguir está representada a projeção anual pelo período de 5 (cinco) anos, foi considerado o crescimento anual dos custos fixos de 2,5% (dois e meio por cento) e dos custos variáveis de 1,5% (um e meio por cento) ao ano.

Quadro 14 - Projeção de despesas.

<b>PROJEÇÃO DE CRESCIMENTO DOS CUSTOS</b>					
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>ANO1</b>	<b>ANO2</b>	<b>ANO3</b>	<b>ANO4</b>	<b>ANO5</b>
Custos e despesas fixos	R\$ 124.224,04	R\$ 127.329,64	R\$ 130.512,88	R\$ 133.775,71	R\$ 137.120,10
Custos e despesas Variáveis	R\$ 26.462,80	R\$ 26.859,74	R\$ 27.256,68	R\$ 27.665,53	R\$ 28.080,52
<b>TOTAL</b>					<b>R\$ 165.200,62</b>

Fonte: Autora (2020).

## 6.5 – Custos do produto ou serviço

Para chegar CMV (custo de mercadoria vendida) foi necessário calcular o custo de cada receita. Nas tabelas abaixo estão descritas as receitas separadamente por sabores, medida necessária de cada ingrediente para fazer a receita, a quantidade e valor de cada ingrediente por unidade de bombom.

Cada receita rende 30 (trinta) unidades de bombom, estando descritos também o custo total por unidade e por receita.

Tabela 3 - Custo da Receita e unitário Bombom Trufado de Morango.

<b>Bombom Trufado de Morango - Rendimento 30 unidades</b>		
<b>Ingredientes</b>	<b>Qtd Un.</b>	<b>Valor un.</b>
500g Chocolate meio amargo	16,66g	R\$ 0,34
300g de morango	10g	R\$ 0,10
395g de leite condensado	13,16g	R\$ 0,13
100g creme de leite	6,66g	R\$ 0,07
62,5g de margarina	2,08g	-
100g de chocolate branco	3,33g	R\$ 0,07
<b>Custo Unidade</b>	<b>51,89g</b>	<b>R\$ 0,71</b>
<b>Custo Total Receita</b>		<b>R\$ 21,30</b>

Fonte: Autora (2020).

Tabela 4 - Custo da Receita e unitário Bombom Trufado de Brigadeiro.

<b>Bombom Trufado de Brigadeiro- Rendimento 30 unidades</b>		
<b>Ingredientes</b>	<b>Qtd Un.</b>	<b>Valor un.</b>
500g Chocolate meio amargo	16,66g	R\$ 0,34
395g de leite condensado	13,16g	R\$ 0,13
100g creme de leite	6,66g	R\$ 0,07
62,5g de margarina	2,08g	-
200g de chocolate meio amargo	6,66g	R\$ 0,14
<b>Custo Unidade</b>	<b>45,22g</b>	<b>R\$ 0,68</b>
<b>Custo Total Receita</b>		<b>R\$ 20,40</b>

Fonte: Autora (2020).

Tabela 5 - Custo da Receita e unitário Bombom Trufado de Coco.

<b>Bombom Trufado de Coco - Rendimento 30 unidades</b>		
<b>Ingredientes</b>	<b>Qtd Un.</b>	<b>Valor un.</b>
500g Chocolate meio amargo	16,66g	R\$ 0,34
350g de coco em flocos umidificado	11,66g	R\$ 0,05
395g de leite condensado	13,16g	R\$ 0,13
100g creme de leite	6,66g	R\$ 0,07
62,5g de margarina	2,08g	-
100g de chocolate branco	3,33g	R\$ 0,07
<b>Custo Unidade</b>	<b>53,55g</b>	<b>R\$ 0,66</b>
<b>Custo Total Receita</b>		<b>R\$ 19,80</b>

Fonte: Autora (2020).

Tabela 6 - Custo da Receita e unitário Bombom Trufado de Maracujá.

<b>Bombom Trufado de Maracujá - Rendimento 30 unidades</b>		
<b>Ingredientes</b>	<b>Qtd Un.</b>	<b>Valor un.</b>
500g Chocolate meio amargo	16,66g	R\$ 0,34
500g polpa de maracujá	6,66g	R\$ 0,05
395g de leite condensado	13,16g	R\$ 0,13
100g creme de leite	6,66g	R\$ 0,07
62,5g de margarina	2,08g	-
100g de chocolate branco	3,33g	R\$ 0,07
<b>Custo Unidade</b>	<b>48,55g</b>	<b>R\$ 0,66</b>
<b>Custo Total Receita</b>		<b>R\$ 19,80</b>

Fonte: Autora (2020).

Tabela 7 - Custo da Receita e unitário Trufa de Caipirinha.

<b>Trufa de Caipirinha - Rendimento 30 unidades</b>		
<b>Ingredientes</b>	<b>Qtd Un.</b>	<b>Valor un.</b>
500g Chocolate branco	16,66g	R\$ 0,34
200ml de suco de limão	6,66ml	R\$ 0,04
200ml de cachaça	6,66ml	R\$ 0,02
395g de leite condensado	13,16g	R\$ 0,13
100g creme de leite	6,66g	R\$ 0,07
62,5g de margarina	2,08g	-
100g de chocolate branco	3,33g	R\$ 0,07
<b>Custo Unidade</b>	<b>55,21g</b>	<b>R\$ 0,67</b>
<b>Custo Total Receita</b>		<b>R\$ 20,10</b>

Fonte: Autora (2020).

Tabela 8 - Custo da Receita e unitário Trufa Vegana.

<b>Trufa Vegana - Rendimento 30 unidades</b>		
<b>Ingredientes</b>	<b>Qtd Un.</b>	<b>Valor un.</b>
500g Chocolate meio amargo	16,66g	R\$ 0,34
1kg de polpa de abacate	6,66g	R\$ 0,05
150g de açúcar	5g	-
100g cacau em pó	6,66g	R\$ 0,17
100g de nozes	3,33g	R\$ 0,30
<b>Custo Unidade</b>	<b>38,31g</b>	<b>R\$ 0,86</b>
<b>Custo Total Receita</b>		<b>R\$ 25,80</b>

Fonte: Autora (2020).

Tabela 9 - Custo da Receita e unitário Trufa s/ glúten e s/ lactose.

<b>Trufa s/ glúten e s/ lactose - Rendimento 30 unidades</b>		
<b>Ingredientes</b>	<b>Qtd Un.</b>	<b>Valor un.</b>
500g Chocolate meio amargo s/ glúten e s/ lactose	16,66g	R\$ 0,41
200ml de leite de coco integral	6,66ml	-
30ml de xarope de milho	1ml	0,06
100g cacau em pó	6,66g	R\$ 0,17
30g de margarina s/ leite	1g	-
<b>Custo Unidade</b>	<b>31,98g</b>	<b>R\$ 0,64</b>
<b>Custo Total Receita</b>		<b>R\$ 19,20</b>

Fonte: Autora (2020).

A metodologia utilizada foi o custeio por absorção, que consiste na apropriação de todos os custos de fabricação diretos e indiretos, fixos e variáveis. Todos os gastos relativos ao esforço de fabricação são distribuídos para a quantidade de produtos produzidos chegando ao custo de produção unitário.

Quadro 15 - Custo de Produção.

<b>VALOR DE VENDA</b>	
<b>PRODUTO</b>	<b>CUSTO (R\$)</b>
Bombom Trufado de Morango	R\$2,33
Bombom Trufado de Brigadeiro	R\$2,27
Bombom Trufado de Coco	R\$2,27
Bombom Trufado de Maracujá	R\$2,27
Trufa de Caipirinha	R\$2,25
Trufa Vegana	R\$2,63
Trufa s/ glúten e s/ lactose	R\$2,19

Fonte: Autora (2020).

O preço de venda deve cobrir todos os custos e despesas referentes a fabricação e comercialização do produto e ainda permitir a obtenção de lucro. A margem de contribuição dos produtos da Tudo Di Bombom, possui uma base de lucro de 50% (cinquenta por cento) + Custo Unitário de cada bombom somada ao custo de produção, assim chegando ao o preço de venda.

Quadro 16 - Preço de venda.

<b>PREÇO DE VENDA</b>		
<b>PRODUTO</b>	<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (lucro+custo un.+custo produção)</b>	<b>VL.VENDA</b>
Bombom Trufado de Morango	1,17+0,71+2,33	R\$4,21
Bombom Trufado de Brigadeiro	1,14+0,68+2,27	R\$4,09
Bombom Trufado de Coco	1,13+0,66+2,27	R\$4,06
Bombom Trufado de Maracujá	1,13+0,66+2,27	R\$4,06
Trufa de Caipirinha	1,13+0,67+2,25	R\$4,05
Trufa Vegana	1,32+0,86+2,63	R\$4,81
Trufa s/ glúten e s/ lactose	1,10+0,64+2,19	R\$3,93

Fonte: Autora (2020).

## 6.6 – Previsão de vendas

O método utilizado para a previsão de demanda e vendas do negócio é a abordagem quantitativa, enriquecida com números coletados em uma pesquisa encomendada pela ABICAB – Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados para tomar conhecimento sobre o consumo do produto, no qual o estudo realizado pelo IBOP Inteligência mostra que 75% (setenta e cinco por cento) da população brasileira consomem chocolate.

Esse percentual foi reduzido à população da cidade de Belo Horizonte que possui atualmente segundo o IBGE 2.375.151 (dois milhões e trezentos e setenta e cinco mil e cento e cinquenta e um) habitantes, o que oferece uma margem de 1.781.363 (um milhão e setecentos e oitenta e um trezentos e sessenta e três) potenciais consumidores.

Em seguida, essa parcela foi dividida pelo número de principais comércios do ramo na cidade, que segundo o levantamento realizado somam 163 (cento e sessenta e três) lojas. Esse cálculo possibilitou uma margem de aproximadamente 10.928 (dez mil e novecentos e vinte e oito) clientes para cada loja.

A empresa espera atingir 53% (cinquenta e três por cento) desta demanda no primeiro ano, ou seja, um montante de 5.830 (cinco mil e oitocentos e trinta) clientes ano, uma média de aproximados 485 (quatrocentos e oitenta e cinco) clientes a cada mês.

Seguindo esta lógica se cada cliente consumir um produto possuímos a demanda produtiva de 5.830 (cinco mil e oitocentos e trinta) unidades de bombons por ano.

Com esta previsão o faturamento da empresa no primeiro ano é de R\$ 291.844,55 (duzentos e noventa e um mil e oitocentos e quarenta e quatro reais e cinquenta e cinco centavos). Foi realizada uma projeção com aumento de 5% (cinco por cento) da demanda ao ano, chegando aos valores demonstrados abaixo.

Quadro 17 - Projeção de crescimento das vendas.

PROJEÇÃO DE CRESCIMENTO DAS VENDAS					
DESCRIÇÃO	ANO1	ANO2	ANO3	ANO4	ANO5
RECEITA BRUTA	R\$ 291.844,55	R\$ 306.436,78	R\$ 321.758,62	R\$ 337.846,55	R\$ 354.738,88

Fonte: Autora (2020).

## 6.7 – Impostos sobre faturamento

A empresa se enquadra no anexo I, faixa II do Simples Nacional para empresas com faturamento de R\$180.000,00 (cento e oitenta mil reais) até R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais). Sendo assim, a alíquota de imposto sobre o faturamento de 7,30% (sete virgula trinta por cento) com dedução de R\$5.940,00 (cinco mil e novecentos e quarenta reais).

Foi realizada uma projeção da cobrança de impostos a partir do resultado da projeção de vendas.

Quadro 18 - Impostos sobre faturamento.

IMPOSTOS					
EMPRESA OPTANTE PELO SIMPLES NACIONAL					
PERÍODO	FATURAMENTO	ALÍQUOTA	VALOR	DEDUÇÃO	IMPOSTO A PAGAR
ANO 1	R\$ 291.844,55	7,30%	R\$ 21.304,65	R\$ 5.940,00	R\$15.364,65
ANO 2	R\$ 306.436,78	7,30%	R\$ 22.369,88	R\$ 5.940,00	R\$16.429,88
ANO 3	R\$ 321.758,62	7,30%	R\$ 23.488,38	R\$ 5.940,00	R\$17.548,38
ANO 4	R\$ 337.846,55	7,30%	R\$ 24.662,80	R\$ 5.940,00	R\$18.722,80
ANO 5	R\$ 354.738,88	7,30%	R\$ 25.895,94	R\$ 5.940,00	R\$19.955,94

Fonte: Autora (2020).

## 6.8 – Projeções financeiras

### 6.8.1 – Fluxo de caixa

A partir das projeções de vendas foi elaborado o fluxo de caixa operacional da empresa. O fluxo de caixa pode ser melhor visualizado no apêndice C, pag. 53.

Quadro 19 - Fluxo de caixa operacional.

FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL/ LUCRO LIQUIDO							
ITEM PERÍODO	ALÍQUOTAS/PERCENTUAIS	0	1	2	3	4	5
INVESTIMENTO		R\$ 37.655,14					
CAPITAL DE GIRO		R\$ 71.871,92					
RECEITA BRUTA			R\$ 291.844,55	R\$ 306.436,78	R\$ 321.758,62	R\$ 337.846,55	R\$ 354.738,88
IMPOSTOS DEDUÇÕES, DEVOLUÇÕES	7,30%		R\$ 21.304,65	R\$ 22.369,88	R\$ 23.488,38	R\$ 24.662,80	R\$ 25.895,94
DEDUÇÃO	10,00%		R\$ 5.940,00				
IMPOSTO A PAGAR			R\$ 15.364,65	R\$ 16.429,88	R\$ 17.548,38	R\$ 18.722,80	R\$ 19.955,94
RECEITA LÍQUIDA			R\$ 276.479,90	R\$ 290.006,90	R\$ 304.210,24	R\$ 319.123,75	R\$ 334.782,94
CPV			R\$ 68.347,47	R\$ 69.714,42	R\$ 71.108,70	R\$ 72.530,88	R\$ 73.981,50
CUSTOS OPERACIONAIS VARIÁVEIS			R\$ 26.462,80	R\$ 26.859,74	R\$ 27.256,68	R\$ 27.665,53	R\$ 28.080,52
<b>LUCRO BRUTO</b>			<b>R\$ 181.669,63</b>	<b>R\$ 193.432,74</b>	<b>R\$ 205.844,85</b>	<b>R\$ 218.927,34</b>	<b>R\$ 232.720,93</b>
CUSTOS OPERACIONAIS FIXOS			R\$ 124.224,04	R\$ 127.329,64	R\$ 130.512,88	R\$ 133.775,71	R\$ 137.120,10
<b>LUCRO OPERACIONAL EBTIDA</b>			<b>R\$ 57.445,59</b>	<b>R\$ 66.103,09</b>	<b>R\$ 75.331,97</b>	<b>R\$ 85.151,63</b>	<b>R\$ 95.600,83</b>
DEPRECIÇÃO			R\$ 7.145,70				
LUCRO TRIBUTÁVEL			R\$ 50.299,89	R\$ 58.957,40	R\$ 68.186,27	R\$ 78.005,94	R\$ 88.455,13
IRICS							
LUCRO ANTES DA DEPRECIÇÃO			R\$ 50.299,89	R\$ 58.957,40	R\$ 68.186,27	R\$ 78.005,94	R\$ 88.455,13
DEPRECIÇÃO			R\$ 7.145,70				
VALOR RESIDUAL							
RECUPERAÇÃO DO CAPITAL DE GIRO							R\$ 71.871,92
<b>FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL/ LUCRO LIQUIDO</b>		<b>-R\$ 109.527,06</b>	<b>R\$ 57.445,59</b>	<b>R\$ 66.103,09</b>	<b>R\$ 75.331,97</b>	<b>R\$ 85.151,63</b>	<b>R\$ 167.472,75</b>

Fonte: Autora (2020).

### 6.8.2 – Projeção de resultados

Através do demonstrativo de resultado do exercício foi possível avaliar a capacidade do negócio de gerar riqueza através do resultado líquido, ou seja, através do confronto das Receitas, Custos e Despesas apuradas.

Quadro 20 - DRE.

DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO					
Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Vendas brutas	R\$ 291.844,55	R\$ 306.436,78	R\$ 321.758,62	R\$ 337.846,55	R\$ 354.738,88
(-) deduções e abatimentos	R\$ 15.364,65	R\$ 16.429,88	R\$ 17.548,38	R\$ 18.722,80	R\$ 19.955,94
(-) Comissão sobre vendas					
<b>(=) Vendas líquidas</b>	<b>R\$ 276.479,90</b>	<b>R\$ 290.006,90</b>	<b>R\$ 304.210,24</b>	<b>R\$ 319.123,75</b>	<b>R\$ 334.782,94</b>
(-) Custo de mercadorias vendidas	R\$ 68.347,47	R\$ 69.714,42	R\$ 71.108,70	R\$ 72.530,88	R\$ 73.981,50
<b>(=) Lucro bruto operacional</b>	<b>R\$ 208.132,43</b>	<b>R\$ 220.292,48</b>	<b>R\$ 233.101,54</b>	<b>R\$ 246.592,87</b>	<b>R\$ 260.801,44</b>
(-) despesas administrativas	R\$ 150.686,84	R\$ 154.189,38	R\$ 157.769,57	R\$ 161.441,24	R\$ 165.200,62
(-) depreciação	<b>R\$ 7.145,70</b>				
<b>(=) Lucro líquido operacional</b>	<b>R\$ 50.299,89</b>	<b>R\$ 58.957,40</b>	<b>R\$ 68.186,27</b>	<b>R\$ 78.005,94</b>	<b>R\$ 88.455,13</b>

Fonte: Autora (2020).

### 6.9 – Análise de Investimento

### 6.9.1 – Valor Presente Líquido (VPL)

O VPL é utilizado para avaliar a viabilidade do negócio através de considerações feitas sobre o investimento inicial, tempo de investimento, o fluxo de caixa operacional e o retorno do investimento dentro desse período a uma taxa mínima de atratividade.

Para calcular o VPL da Tudo Di Bombom foi utilizada uma taxa de atratividade de 8% (oito por cento).

109.527,06 CHS G CF0

57.445,59 G CFJ

66.103,09 G CFJ,97

75.331,97 G CFJ

85.151,63 G CFJ

167.472,75 G CFJ

8 I

F NPV

**VPL = R\$ 236.737,53**

O valor do VPL é de R\$236.737,53 (duzentos e trinta e seis mil e setecentos e trinta e sete reais e cinquenta e três centavos).

### 6.9.2 – Prazo de Retorno do Investimento (*Payback*)

O Payback é indicador utilizado para calcular o tempo necessário para que o negócio recupere o investimento inicial.

Quadro 21 – Payback simples.

PAYBACK	-109527,06	R\$ 57.445,59	R\$ 66.103,09	R\$ 75.331,97	R\$ 85.151,63	R\$ 167.472,75	1,79
		-R\$ 52.081,47	R\$ 14.021,63	R\$ 89.353,59	R\$ 174.505,23	R\$ 341.977,98	

Fonte: Autora (2020).

Conforme projeção apresentada, o Payback indica que a empresa se paga com um ano e sete meses de operação. Também foi feito o cálculo do Payback descontado

para analisar em quanto tempo o retorno acumulado do negócio se iguala ao investimento trazendo esses valores ao valor presente.

Quadro 22 - Payback descontado.

	0	1	2	3	4	5	
PAYBACK DESCONTADO	-109527,06	R\$ 53.190,36	R\$ 56.672,75	R\$ 59.800,94	R\$ 62.588,99	R\$ 113.979,14	1,99
		-R\$ 56.336,70	R\$ 336,05	R\$ 60.137,00	R\$ 122.725,99	R\$ 236.705,13	

Fonte: Autora (2020).

Conforme demonstrado a empresa recupera o capital investido em um ano e nove meses de operação.

### 6.9.3 – Taxa Interna de Retorno (TIR)

O cálculo da TIR demonstra o percentual de rentabilidade do negócio, ou seja, qual a rentabilidade do negócio em comparação a taxa mínima de atratividade apresentada.

Calculo da TIR.

109.527,06 CHS G CF0

57.445,59 G CFJ

66.103,09 G CFJ,97

75.331,97 G CFJ

85.151,63 G CFJ

167.472,75 G CFJ

F IRR

**TIR = 59,75%**

O cálculo da TIR retornou 59,75% (cinquenta e nove virgula setenta e cinco por cento).

### 6.9.4 – Ponto de Equilíbrio (PE)

O ponto de equilíbrio indica o faturamento mínimo necessário para cobrir todos os gastos do negócio no período indicado, ou seja, o capital alcançado com vendas necessário para que a empresa não acumule lucro nem prejuízos.

Para alcançar o ponto de equilíbrio foi necessário calcular o índice de margem de contribuição (IMC), subtraindo o lucro bruto pela receita bruta chegando ao percentual de 62% (sessenta e dois por cento).

Quadro 23 - Margem de contribuição.

<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	
RECEITA	R\$291.844,55
LUCRO BRUTO	R\$181.669,63
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (%)</b>	<b>62,25</b>

Fonte: Autora (2020).

Isto significa que 37,75% (trinta e sete virgula setenta e cinco por cento) da receita com vendas é destinada para cobrir custos com impostos, CMV e despesas variáveis e 62,25% (sessenta e dois virgula vinte e cinco por cento) para cobrir custos e despesas fixos.

O ponto de equilíbrio econômico indica o valor necessário para igualar os gastos através dos custos e despesas fixas somados ao custo de oportunidade anual e dividido pela margem de contribuição.

Quadro 24 - Ponto de equilíbrio econômico.

<b>PONTO DE EQUILIBRIO ECONÔMICO</b>	
CUSTO E DESPESA FIXA	R\$124.224,04
CUSTO DE OPORTUNIDADE/ ANO	R\$29.959,21
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	0,62
<b>RESULTADO</b>	<b>R\$ 172.352,24</b>

Fonte: Autora (2020).

Para descobrir a quantidade de produtos a serem vendidos para alcançar este resultado, foi realizada a soma dos valores de venda de cada produto chegando ao valor de R\$29,20 (vinte e nove reais e vinte centavos) e então foi dividido o resultado do ponto de equilíbrio contábil por este valor.

$$PEE = 172.352,24/29,20$$

PEE = 5.902 unidades de bombons por ano.

### 6.9.5 – Lucratividade (lucro líquido sobre a receita total)

A partir deste resultado do fluxo de caixa foi calculado o índice de lucratividade do negócio para averiguar o retorno sobre as vendas, ou seja, se as vendas pagam os custos e as despesas e gerando lucro.

Quadro 25 - Índice de lucratividade.

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
<b>Lucratividade (%)</b>	19,68	21,57	23,41	25,20	47,21

Fonte: Autora (2020).

### 6.9.6 – Rentabilidade (lucro líquido sobre o investimento total)

A partir deste resultado foi calculado a rentabilidade do negócio para constatar o grau de sucesso do investimento feito e se será viável. A rentabilidade esperada para micro e pequenas empresas é de 2% (dois por cento) a 4% (quatro por cento) ao mês sobre investimento, a Tudo Di Bombom possui rentabilidade de 4,37% (quatro vírgula trinta e sete por cento) ao mês.

Quadro 26 - Índice de rentabilidade.

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
<b>Rentabilidade (%)</b>	52,45	60,35	68,78	77,74	152,91

Fonte: Autora (2020).

O custo de oportunidade é a análise do que se perde quando se deixa de fazer um investimento em detrimento de outro, como por exemplo se o capital investido fosse aplicado em um investimento de baixo risco como o tesouro direto a uma taxa pré-fixada de 6,93%(seis virgula noventa e três por cento) a.a. Na base de cálculo, o investimento de médio prazo de R\$109.527,06 (cento e nove mil e quinhentos e vinte e sete reais e seis centavos) com vencimento definido em 01/01/2026 (um de janeiro de dois mil e vinte e seis), onde o recebimento no futuro rende R\$ 1.000 (mil reais) por unidade de título, sem recebimentos antecipados de valores e com abatimentos de imposto de renda, o custo de oportunidade desta aplicação seria de R\$29.959,22 (vinte e nove mil e novecentos e cinquenta e nove reais e vinte e dois centavos) ao ano.

### Quadro 27 - Custo de oportunidade.

Soma dos valores investidos (nominal): 109.527,06						
Investimento	Valor bruto de resgate (R\$)	Rentabilidade bruta (a.a.)	Custos (R\$)	Valor do imposto de renda (R\$)	Valor líquido de resgate (R\$)	Rentabilidade líquida (a.a.)
Tesouro	159472,13	6,93%	1849,79	7491,76	149796,07	5,75%

Fonte: <https://www.tesourodireto.com.br/titulos/precos-e-taxas.htm#0> (2020).

Neste cenário, após a análise dos indicadores financeiros conclui-se que a empresa Tudo Di Bombom é viável, considerando o retorno positivo do VPL e tempo de recuperação do capital investido indicados nos cálculos de Payback (utilizando aqui a referência do Payback Descontado), onde a empresa se paga em um ano e nove meses.

O cálculo da TIR também retornou positivamente quando comparado com a taxa mínima de atratividade superando a proposta de 8% (oito por cento), o que solidifica a viabilidade do investimento quando analisado em conjunto com o Ponto de Equilíbrio Econômico, que leva em consideração o custo de oportunidade apresentado de aplicação do investimento inicial no tesouro direto. Aqui o resultado apresentado diz que a quantidade de produtos a ser produzida para cobrir o custo de oportunidade, custos e despesas operacionais e obter lucro deveria ser de 5.902 (cinco mil e novecentos e duas) unidades de bombons por ano.

Na projeção de vendas o primeiro ano a previsão é 5.830 (cinco mil e oitocentos e trinta) unidades, sendo que o capital de giro foi projetado para que a empresa não necessite fazer uso da receita com vendas durante os seis primeiros meses de operação da empresa. No primeiro ano o lucro líquido operacional da empresa será de R\$50.299,89 (cinquenta mil e duzentos e noventa e nove reais e oitenta e nove centavos).

Analisando os índices de Lucratividade e rentabilidade é possível verificar qual é o panorama financeiro da empresa, a Tudo Di Bombom possui uma rentabilidade de um pouco mais de 50% (cinquenta por cento) e uma lucratividade de 19,68% (dezenove virgula sessenta e oito por cento) que é um resultado positivo, essa lucratividade ainda pode ser aumentada usando a economia de escala, aumentando a capacidade produtiva os custos operacionais caem e o faturamento aumenta.

## 7 – ELEVATOR PITCH

Meu nome é Franciele e sou a proprietária da empresa Tudo Di Bombom apresentada neste plano de negócio.

A Tudo Di bombom é uma Microempresa que fabrica e comercializa bombons trufados gourmet. O mercado de chocolates gourmet é um mercado que está em expansão e atrai muitos amantes do chocolate.

O estudo de viabilidade realizado feito neste plano de negócios mostra que o empreendimento retorna o capital investido de R\$109.527,0606 (cento e nove mil e quinhentos e vinte e sete reais e seis centavos) em um ano e nove meses de operação, além de superar a taxa mínima de atratividade de 8% (oito por cento) e alcançar uma lucratividade de 19,68% (dezenove virgula sessenta e oito por cento) e rentabilidade de 52,45% (cinquenta e dois virgula quarenta e cinco por cento) no primeiro ano. A rentabilidade mínima esperada para micro e pequenas empresas é de 2% (dois por cento) a 4% (quatro por cento) ao mês sobre investimento, a Tudo Di Bombom possui rentabilidade de 4,37% (quatro virgula trinta e sete por cento) ao mês, 52,45% (cinquenta e dois virgula quarenta e cinco por cento) no primeiro ano, no ano cinco chegará a 12,74% (doze virgula setenta e quatro por cento) ao mês.

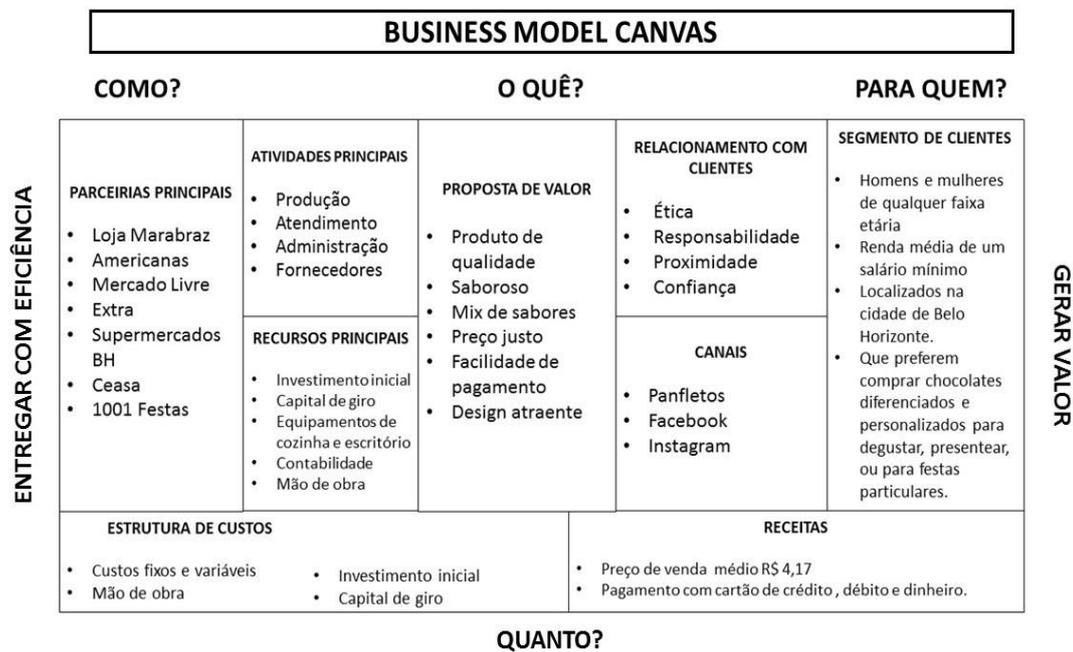
A previsão de crescimento de vendas é de 5% (cinco) ao ano, o que torna o negócio muito atrativo.

## 8 – BUSINESS MODEL CANVAS

O *Business Model Canvas* trouxe uma visão ampla do negócio, de maneira simples. O principal objetivo da utilização do *Canvas* foi ajudar a tirar a ideia do papel, planejando o negócio de forma simples, descrevendo a lógica de como poderia criar, distribuir e capturar valor para o negócio. Pode ser visto também no apêndice D, pag. 54.

Figura 17 - *Business Model Canvas*.

NOME DO NEGÓCIO: TUDO DI BOMBOM      CRIADO POR: FRANCIELE F. COSTA      DATA: 22/03/2020



Fonte: Autora (2020).

## 9 – CONCLUSÃO

Todas as informações tratadas nos tópicos deste plano de negócio consistem em formar base sólida para a aplicação de estratégias e tomadas de decisões assertivas.

Essas informações são de extrema relevância para comprovar que o negócio possui capacidade de atingir o resultado esperado, uma vez que estas informações, trazem concisão a proposta estabelecida, que é investir em um negócio lucrativo e rentável ainda que pudesse realizar essa aplicação em um fundo de investimento seguro.

Apresentado todos os aspectos e projeções do negócio atrelados aos indicadores financeiros fica determinada a viabilidade do negócio, com um retorno que cobre o custo de oportunidade apresentado, o que justifica o risco do investimento.

Faz-se aqui meu agradecimento aos professores e orientadores do curso de Administração de Empresas – Famig, que contribuíram com todo o conhecimento e base teórica para a conclusão deste trabalho.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Luisa. SiteWare. Metodologias. **BSC - Balanced Scorecard**. Disponível em: < <https://www.siteware.com.br/metodologias/bsc-balanced-scorecard/> > Acesso em: 13 de maio de 2020.

ANDRADE, Luisa. SiteWare. Metodologias. **Como calcular o índice de lucratividade: passo a passo sem segredos desses indicadores**. Disponível em: < <https://www.siteware.com.br/produtividade/indice-de-lucratividade-indicadores/> > Acesso em: 16 de maio de 2020.

Aoki. Thomas. Liga Insights. **Novos produtos: a ascensão dos mercados vegano e vegetariano**. Disponível em < <https://insights.liga.ventures/food-techs/novos-produtos-a-ascensao-dos-mercados-vegano-e-vegetariano/> > Acesso em: 06/07/2020.

BAHIA, Casas. **Eletrodomésticos**. Disponível em < [https://www.casasbahia.com.br/Eletrodomesticos/ExpositoresGeladeirasBalcao/balcao-refrigerado-gpdv-vitalis-2-placas-frias-cm-vidro-curvo-gelopar-12132920.html?utm\\_medium=Cpc&utm\\_source=GP\\_PLA&IdSku=12132920&idLojista=21568&s\\_kwcid=AL!427!3!267432193116!!!g!443310141104!&utm\\_campaign=Eldo\\_Shopping&ef\\_id=WxU0AQAAAI-2OWjc:20180606010552:s](https://www.casasbahia.com.br/Eletrodomesticos/ExpositoresGeladeirasBalcao/balcao-refrigerado-gpdv-vitalis-2-placas-frias-cm-vidro-curvo-gelopar-12132920.html?utm_medium=Cpc&utm_source=GP_PLA&IdSku=12132920&idLojista=21568&s_kwcid=AL!427!3!267432193116!!!g!443310141104!&utm_campaign=Eldo_Shopping&ef_id=WxU0AQAAAI-2OWjc:20180606010552:s) > Acesso em: 05 de junho de 2020.

BÔAS, Bruno Villas. **População brasileira sobe para 207,6 milhões de pessoas, aponta IBGE**. Disponível em < <http://www.valor.com.br/brasil/5100400/populacao-brasileira-sobe-para-2076-milhoes-de-pessoas-aponta-ibge> > Acesso em: 06 de março de 2020.

CONTABILIZEI. **Tabela do Simples Nacional**. Disponível em < <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/tabela-simples-nacional-completa/> > Acesso em: 18 de março de 2020.

DE PAULA, Gilles B. Treasy. **Análise de DRE (Demonstrativo de Resultados do Exercício): tudo que você precisa saber em um só lugar!** Disponível em: < <https://www.treasy.com.br/blog/dre-demonstrativo-de-resultados-do-exercicio/> > Acesso em: 16 de maio de 2020.

DE PAULA, Gilles B. Treasy. **Balanced Scorecard**. Disponível em: < <https://www.treasy.com.br/blog/balanced-scorecard-bsc/> > Acesso em: 6 de maio de 2020.

ÉPOCA NEGÓCIOS ONLINE. **Brasileiro aumenta consumo de alimentos sem glúten e lactose.** Disponível em < <https://epocanegocios.globo.com/Economia/noticia/2018/06/brasileiro-aumenta-consumo-de-alimentos-sem-gluten-e-lactose.html> / > Acesso em: 06 de julho 2020.

FERREIRA, Alexandre. Controle Financeiro. **O Que é Margem de Contribuição?** Disponível em: < <https://controlefinanceiro.granatum.com.br/dicas/o-que-e-margem-de-contribuicao/>> Acesso em: 20 de maio de 2020.

GUIAMAI.S.COM. **Lojas de chocolate.** Disponível em < <https://www.guiamais.com.br/belo-horizonte-mg/barro-preto/doces-e-sobremesas/lojas-de-chocolate?page=4> > Acesso: 18 de março de 2020.

HERRMANN, Vanessa. **Como fazer trufas: 26 receitas deliciosas para adoçar o seu dia.** Disponível em < <https://www.dicasdemulher.com.br/como-fazer-trufas/> > Acesso em: 31 de março de 2020.

HERRMANN, Vanessa. **29 receitas de trufas para se deliciar sem muito trabalho.** Disponível em < <https://www.receiteria.com.br/receitas-de-trufas/> > Acesso em: 31 de março de 2020.

IBGE. **População.** Disponível em < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/belo-horizonte/panorama> > Acesso em: 13 de março de 2020.

INTELIGÊNCIA, IBOPE. **IBOPE média traça mapa do consumo de chocolate.** Disponível em < <http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/ibope-midia-traca-mapa-do-consumo-de-chocolate/> > Acesso em: 06 de março de 2020.

LIVE CAPITAL. Blog. **Custo de oportunidade – Aprenda a fazer esse cálculo para ganhar mais dinheiro.** Disponível em: < <https://blog.livecapital.com.br/custo-de-oportunidade-aprenda-a-fazer-esse-calculo-para-ganhar-mais-dinheiro/> > Acesso em: 16 de maio de 2020.

LOGULLO, Flávio. **Saiba quanto cobrar pelo seu produto ou serviço.** Disponível em < <http://controlefinanceiro.granatum.com.br/dicas/saiba-quanto-cobrar-pelo-seu-produto-ou-servico/> > Acesso em: 18 de março de 2020.

LUZ. Blog. **O que é e Como Calcular o Valor Presente Líquido (VPL).** Disponível em: < <https://blog.luz.vc/o-que-e/o-que-e-e-como-calcular-o-valor-presente-liquido/> > Acesso em: 18 de maio de 2020.

MAGALHÃES, Isabella. **Facebook ou Instagram - qual a melhor rede social para o seu negócio?** Disponível em < <https://www.mirago.com.br/facebook-ou-instagram-qual-e-melhor-rede-social-para-seu-negocio/> > Acesso em: 31 de março de 2020.

MEU SUCESSO. COM. **Canvas: passo a passo para o modelo de negócios.** Disponível em: < <https://meusuccesso.com/artigos/gestao/canvas-passo-a-passo-para-o-modelo-de-negocios-1616/> > Acesso em: 20 de maio de 2020.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. Banco Central Do Brasil. **Calcular o valor futuro.** Disponível em: < <https://www3.bcb.gov.br/CALCIDADAOPublico/calcularValorFuturoCapital.do> > Acesso em: 31 de março de 2020.

MOURA. João Paulo. **11 técnicas de recrutamento e seleção.** Disponível em < <https://www.economias.pt/tecnicas-recrutamento-selecao/> > Acesso em: 31 março de 2020.

NEGÓCIO, Novo. **Previsão de demanda por produto: Como fazer e dicas para acertar.** Disponível em < <http://www.novonegocio.com.br/sem-categoria/previsao-de-demanda-por-produto/> > Acesso em: 03 de março de 2020.

NOTÍCIAS. **75% dos brasileiros consomem chocolate.** Disponível em < <http://www.ibope.com/pt-br/noticias/Paginas/75-dos-brasileiros-consomem-chocolate.aspx> > Acesso em: 06 de março de 2020.

PEREIRA, Paulo Teixeira do Valle. **Previsão de demanda dos consumidores: como fazer.** Disponível em < <http://blog.sebrae-sc.com.br/previsao-de-demanda/> > Acesso em: 31 de março de 2020.

RAMOS, Davidson. Blog Da Qualidade. **O que é BSC – Balanced Scorecard.** Disponível em: < <https://blogdaqualidade.com.br/o-que-e-bsc-balanced-scorecard/> > Acesso em: 6 de maio de 2020.

RH PORTAL. **O que é e qual a importância do salário emocional.** Disponível em < <http://www.rhportal.com.br/artigos-rh/salario-emocional/> > Acesso em: 18 de março de 2020.

RODRIGO, Oliveira. Endeavor. **Nunca mais fique perdido ao construir uma projeção financeira.** Disponível em: < <https://endeavor.org.br/financas/nunca-mais-fique-perdido-ao-construir-uma-projecao-financeira/> > Acesso em: 16 de maio de 2020.

ROPCK CONTENTE. Blog. **Entenda o que é Payback e como calcular o da sua empresa.** Disponível em: < <https://rockcontent.com/blog/payback/> > Acesso em: 20 de maio de 2020.

SOUZA, Thalita. **Guia para te ajudar a começar seu negócio de chocolates artesanais.** Disponível em < <https://escolachocolate.com/guia-para-te-ajudar-a-iniciar-o-seu-negocio-de-chocolates-artesanais/> > Acesso em: 31 de março de 2020.

SOUZA, Thalita. **Sabores de trufas mais vendidos: 12 receitas para lucrar.** Disponível em < <https://escolachocolate.com/sabores-de-trufas-mais-vendidos/> > Acesso em: 31 de março de 2020.

TESOURO DIRETO. **Confira a rentabilidade de cada título. Início / títulos / preços e taxas dos títulos ipca, pré e pós-fixados.** Disponível em: < <https://www.tesourodireto.com.br/titulos/precos-e-taxas.htm#0> > Acesso em: 16 de maio de 2020.

VALLE, Alberto. **Marketing nas redes sociais.** Disponível em < <https://www.academiadomarketing.com.br/marketing-nas-redes-sociais/> > Acesso em: 31 de março de 2020.

**APÊNDICES****APÊNDICE A – Logo Tudo Di Bombom.**

Fonte: Autora (2020).

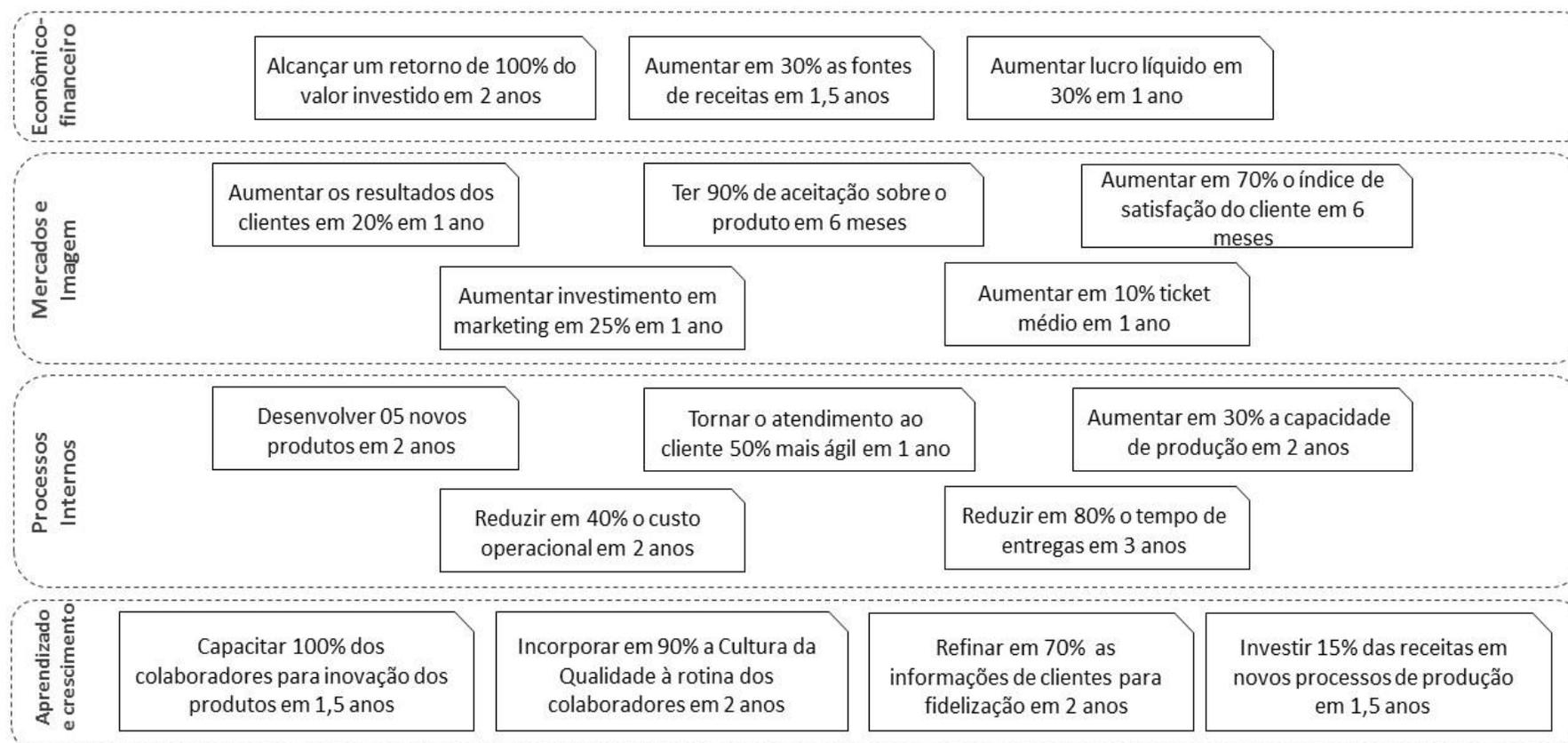
## APÊNDICE B - Fluxo de caixa operacional.

FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL/ LUCRO LIQUIDO							
ITEM PERÍODO	ALÍQUOTAS/PERCENTUAIS	0	1	2	3	4	5
INVESTIMENTO		R\$ 37.655,14					
CAPITAL DE GIRO		R\$ 71.871,92					
RECEITA BRUTA			R\$ 291.844,55	R\$ 306.436,78	R\$ 321.758,62	R\$ 337.846,55	R\$ 354.738,88
IMPOSTOS DEDUÇÕES, DEVOLUÇÕES	7,30%		R\$ 21.304,65	R\$ 22.369,88	R\$ 23.488,38	R\$ 24.662,80	R\$ 25.895,94
DEDUÇÃO	10,00%		R\$ 5.940,00				
IMPOSTO A PAGAR			R\$ 15.364,65	R\$ 16.429,88	R\$ 17.548,38	R\$ 18.722,80	R\$ 19.955,94
RECEITA LÍQUIDA			R\$ 276.479,90	R\$ 290.006,90	R\$ 304.210,24	R\$ 319.123,75	R\$ 334.782,94
CPV			R\$ 68.347,47	R\$ 69.714,42	R\$ 71.108,70	R\$ 72.530,88	R\$ 73.981,50
CUSTOS OPERACIONAIS VARIÁVEIS			R\$ 26.462,80	R\$ 26.859,74	R\$ 27.256,68	R\$ 27.665,53	R\$ 28.080,52
<b>LUCRO BRUTO</b>			<b>R\$ 181.669,63</b>	<b>R\$ 193.432,74</b>	<b>R\$ 205.844,85</b>	<b>R\$ 218.927,34</b>	<b>R\$ 232.720,93</b>
CUSTOS OPERACIONAIS FIXOS			R\$ 124.224,04	R\$ 127.329,64	R\$ 130.512,88	R\$ 133.775,71	R\$ 137.120,10
<b>LUCRO OPERACIONAL EBTIDA</b>			<b>R\$ 57.445,59</b>	<b>R\$ 66.103,09</b>	<b>R\$ 75.331,97</b>	<b>R\$ 85.151,63</b>	<b>R\$ 95.600,83</b>
DEPRECIÇÃO			R\$ 7.145,70				
LUCRO TRIBUTÁVEL			R\$ 50.299,89	R\$ 58.957,40	R\$ 68.186,27	R\$ 78.005,94	R\$ 88.455,13
IRICS							
LUCRO ANTES DA DEPRECIÇÃO			R\$ 50.299,89	R\$ 58.957,40	R\$ 68.186,27	R\$ 78.005,94	R\$ 88.455,13
DEPRECIÇÃO			R\$ 7.145,70				
VALOR RESIDUAL							
RECUPERAÇÃO DO CAPITAL DE GIRO							R\$ 71.871,92
<b>FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL/ LUCRO LIQUIDO</b>		<b>-R\$ 109.527,06</b>	<b>R\$ 57.445,59</b>	<b>R\$ 66.103,09</b>	<b>R\$ 75.331,97</b>	<b>R\$ 85.151,63</b>	<b>R\$ 167.472,75</b>

Fonte: Autora (2020).

## APÊNDICE C - BSC

## MAPA ESTRATÉGICO – PERÍODO DE 5 ANOS



Fonte: Autora (2020).

APÊNDICE D - *Business Model Canvas*.

NOME DO NEGÓCIO: TUDO DI BOMBOM

CRIADO POR: FRANCIELE F. COSTA

DATA: 22/03/2020

<b>BUSINESS MODEL CANVAS</b>					
<b>COMO?</b>		<b>O QUÊ?</b>		<b>PARA QUEM?</b>	
<b>ENTREGAR COM EFICIÊNCIA</b>	<b>PARCEIRIAS PRINCIPAIS</b>	<b>ATIVIDADES PRINCIPAIS</b>	<b>PROPOSTA DE VALOR</b>	<b>RELACIONAMENTO COM CLIENTES</b>	<b>SEGMENTO DE CLIENTES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loja Marabraz</li> <li>• Americanas</li> <li>• Mercado Livre</li> <li>• Extra</li> <li>• Supermercados BH</li> <li>• Ceasa</li> <li>• 1001 Festas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produção</li> <li>• Atendimento</li> <li>• Administração</li> <li>• Fornecedores</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética</li> <li>• Responsabilidade</li> <li>• Proximidade</li> <li>• Confiança</li> </ul>	
	<b>RECURSOS PRINCIPAIS</b>			<b>CANAIS</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investimento inicial</li> <li>• Capital de giro</li> <li>• Equipamentos de cozinha e escritório</li> <li>• Contabilidade</li> <li>• Mão de obra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produto de qualidade</li> <li>• Saboroso</li> <li>• Mix de sabores</li> <li>• Preço justo</li> <li>• Facilidade de pagamento</li> <li>• Design atraente</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Panfletos</li> <li>• Facebook</li> <li>• Instagram</li> </ul>	
	<b>ESTRUTURA DE CUSTOS</b>		<b>RECEITAS</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Custos fixos e variáveis</li> <li>• Mão de obra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investimento inicial</li> <li>• Capital de giro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preço de venda médio R\$ 4,17</li> <li>• Pagamento com cartão de crédito, débito e dinheiro.</li> </ul>		
	<b>QUANTO?</b>				

**GERAR VALOR**

Fonte: Autora (2020).

APÊNDICE E - Apresentação do TCC – Famig. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=sIZMplT7tPE>.



Fonte: Autora (2020).