

CENTRO PAULA SOUZA

ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO

Técnico em Administração

ALICE DOS SANTOS SOUSA

BRENO ANTONIO SOARES DE OLIVEIRA

DAIANE FERNANDA SALLES

GEOVANA SILVA DA CRUZ

MARCIA APARECIDA SANCHES FERRANTI

MARCIO ROBERTO SCARPANTE FILHO

SUSPIRANDO

Tupã-SP

2024

ALICE DOS SANTOS SOUSA
BRENO ANTONIO SOARES DE OLIVEIRA
DAIANE FERNANDA SALLES
GEOVANA SILVA DA CRUZ
MARCIA APARECIDA SANCHES FERRANTI
MARCIO ROBERTO SCARPANTE FILHO

SUSPIRANDO

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico de Administração da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pela Profª Roseli Aparecida Viscardi, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

Menção do Trabalho: MB

Tupã-SP

2024

ETEC PROF. MASSUYUKI KAWANO

Técnico em Administração

ALICE DOS SANTOS SOUSA

BRENO ANTONIO SOARES DE OLIVEIRA

DAIANE FERNANDA SALLES

GEOVANA SILVA DA CRUZ

MARCIA APARECIDA SANCHES FERRANTI

MARCIO ROBERTO SCARPANTE FILHO

SUSPIRANDO

Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Profª. Roseli Aparecida Viscardi
Orientadora

Prof. Natalia Trocoli Marques da Silva
Avaliador

Prof.
Avaliador

Tupã, 25 de junho de 2024

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O(A) Professor(a) orientador(a), a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos nossos familiares por apoiar e caminhar junto a nos, também agradecemos as nossas orientadoras Karen Cristina de Andrade Pereira e Roseli Aparecida Viscardi que sempre estavam nos auxiliando e incentivando durante essa jornada, aos professores que ajudaram no desempenho e construção do nosso trabalho. Aos nossos colegas pela ajuda e esforço de cada um de não deixar o outro desistir e acima de tudo agradecemos a Deus por ter dado a oportunidade de chegarmos até aqui.

“Os Suspiros são a linguagem
da alma, expressões silenciosa
dos desejos mais profundos.”

Anônimo

RESUMO

O diferencial, em produzir um suspiro simples inovador, leve e com base em produtos orgânicos, a sua versão gourmet é aprimorada e sofisticada do suspiro clássico, por utilizar ingredientes de alta qualidade, como o açúcar impalpável e claras de ovos orgânicos frescos, o que confere uma textura leve e crocante. Aprimorar o produto, considerando simples, agregando qualidade, valor e formas diferentes. O tema da pesquisa foi baseado em metodologia de pesquisa literária e bibliográfica, agregando receitas testadas e comprovadas. A pesquisa mostrou que o suspiro gourmet, agradou ao público por se tratar de um produto diferenciado, agregando sabores e formas variados, tornado atrativo para diversos segmentos de eventos. Na questão do plano financeiro foi proposto o investimento total no valor de R\$73.878,00 reais divididos entre os 6 sócios e tendo um faturamento inicial anual de R\$86.060,00 dando uma viabilidade positiva no lucro operacional. Conclui-se que os Suspiros Gourmet, chegou com a missão de agradar ao público consumidor, fazendo que a produção cresça e o cliente mostre sua satisfação.

Palavras-chaves: Suspiro, Doce, Gourmet, Sobremesa

Abstract

The difference is in producing an innovative, light simple meringue based on organic products, its gourmet version is improved and sophisticated of the classic meringue, by using high quality ingredients, such as powdered sugar and fresh organic egg whites, which gives a light and crunchy texture. Improve the product, considering it simple, adding quality, value and different ways. The research theme was based on literary and bibliographical research methodology, bringing together tested and proven recipes. The research showed that the gourmet meringue pleased the public because it is a differentiated product, adding varied flavors and shapes, making it attractive for different event segments. Regarding the financial plan, a total investment of R\$73,878.00 was proposed, divided between the 6 partners and with an initial annual revenue of R\$86,060.00, giving a positive viability in operational profit. It is concluded that Suspiros Gourmet arrived with the mission of pleasing the consumer public, making production grow and the customer showing their satisfaction.

Key words: Sigh, Sweet, Gourmet, Dessert

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Síntese da estruturação do método científico	20
Quadro 2 – Cronograma	22
Quadro 3 – Fundador 1	23
Quadro 4 – Fundador 2	23
Quadro 5 – Fundador 3	23
Quadro 6 – Fundador 4	23
Quadro 7 – Fundador 5	24
Quadro 8 – Fundador 6	24
Quadro 9 – Capital social da empresa	24
Quadro 10 – Análise dos Concorrentes	27
Quadro 11 – Análise dos Fornecedores	28
Quadro 12 – Localização da Empresa	37
Quadro 13 – Capacidade produtiva	38
Quadro 14 – Necessidades de pessoal	39

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Máquinas e equipamentos	40
Tabela 2 - Móveis e utensílios	40
Tabela 3 -Estimativa de Investimentos pré-operacionais	40
Tabela 4 - Estimativa do faturamento da empresa no primeiro ano	41
Tabela 5 - Estimativa do estoque inicial	43
Tabela 6 - Prazo médio de vendas	43
Tabela 7 - Prazo médio de compra	44
Tabela 8 - Necessidade média de estoque.....	44
Tabela 9 - Capital de giro.....	44
Tabela 10 - Descrição dos investimentos	45
Tabela 11 - Fonte de recursos.....	45
Tabela 12 – Produto 1 – Suspiro Recheado	45
Tabela 13 – Produto 2 – Chocopingos	46
Tabela 14 – Produto 3 – Pingos.....	46
Tabela 15 - Custos de comercialização	47
Tabela 16 - Custos de materiais diretos	48
Tabela 18 – Estimativa de mão de obra	48
Tabela 18 - Estimativa do custo com depreciação.....	49
Tabela 19 - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	49
Tabela 20 - Demonstrativo de resultados do exercício - DRE	50
Tabela 21 – Ponto de Equilíbrio	51

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Layout da empresa	39
---	-----------

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Questão 1: Qual sua idade?	30
GRÁFICO 2 – Questão 2: Em que cidade você reside?	31
GRÁFICO 3 – Questão 3: Qual seu sexo?	31
GRÁFICO 4 – Questão 4: Com que frequência você consome doce?	32
GRÁFICO 5 – Questão 5: Você teria interesse em degustar um suspiromrecheado?	33
GRÁFICO 6 – Questão 6: Quanto você pagaria em um suspiro recheado? (Equivalente ao tamanho de um ovo)	33
GRÁFICO 7 – Questão 7: Em quais locais você teria facilidade em comparar o nosso suspiro?.....	33
GRÁFICO 8 – Questão 8: Aprova o nosso produto, você recomendaria para festas?.....	34
GRÁFICO 9 – Questão 9: Você usa o sistema de delivery?	35
GRÁFICO 10 – Questão 10: Já tinha ouvido falar no suspiro recheado? Caso não, desejaria conhecer?	35

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 REVISÃO DE LITERATURA	17
2.1 Plano de Negocio	17
2.2 História do Suspiro	18
2.3 Tendências de comercialização do suspiro no Brasil e no mundo	19
3 METODOLOGIA DE PESQUISA	20
3.1 CRONOGRAMA	22
4 PLANO DE NEGÓCIOS	22
4.1 Descrição da Empresa	22
4.2 Enquadramento tributário	23
4.3 Dados dos fundadores	23
4.4 Capital social	24
4.5 Fontes de recurso	24
4.6 Análise de mercado	25
4.6.1 Análise dos clientes	25
4.6.2 Análise de concorrentes	27
4.6.3 Análise dos fornecedores	28
4.7 Pesquisa de mercado	30
4.8 Plano de marketing	36
4.8.1 Descrição dos principais produtos e serviços	36
4.8.2 Preço	36
4.8.3 Estratégias promocionais	36
4.8.4 Estrutura de comercialização	37
4.8.5 Localização da empresa	37
4.9 Plano operacional	37
4.9.1 Layout ou Arranjo físico	38
4.9.2 Capacidade produtiva	38
4.9.3 Necessidades de pessoal	40
4.10 Plano financeiro	39
4.10.1 Estimativa dos investimentos fixos	40
4.10.2 Estimativa do faturamento da empresa	41
4.11 Capital de giro	43
4.11.1 Estimativa do estoque inicial	43

4.11.2 Prazo médio de vendas	43
4.11.3 Prazo médio de compra	44
4.11.4 Necessidades média de estoque	44
4.12 Estimativa de custo variável	45
4.12.1 Custo unitário de matéria-prima	45
4.12.2 Estimativa dos custos de comercialização (custo variável)	47
4.12.3 Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas	48
4.13 Estimativa de custo fixo	48
4.13.1 Estimativa de mão de obra	48
4.13.2 Estimativa do custo com depreciação	49
4.13.3 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	59
4.14 Demonstrativo de resultado do exercício – DRE	50
4.14.1 Ponto de equilíbrio	51
5 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	51
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS	53
APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL	54
APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO	58
APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS	60

1 INTRODUÇÃO

O simples e delicioso suspiro surgiu há alguns séculos e tem encantado o paladar de todos pelo mundo. Inicialmente chamado de merengue, na região da Galícia, na Espanha, o doce era uma sobremesa que se costumava comer no café da tarde (CARVALHO, 2019).

Sua origem pode ter sido em mais de um lugar do mundo, mas a teoria mais difundida é que ele surgiu por volta do século XVII, sendo criação de um confeiteiro italiano chamado Gasparini, que morava no povoado suíço de Meiringen. O doce teria ganhado visibilidade a partir da fama que conquistou na corte de reis e rainhas de diversos lugares da Europa, principalmente na França e Polônia (JANE QUINTELA, 2019).

No começo do século XIX, os cozinheiros começaram a moldar o merengue com uma colher antes de ir ao forno, ganhando assim o formato conhecido até hoje e, a partir de então, na Espanha começaram a chamá-los de suspiros (JANE QUINTELA, 2019).

Basicamente a receita para o suspiro leva de ingredientes claras de ovos e açúcar e depois é assada no forno. Porém, existem três diferentes tipos de suspiros: o italiano que tem uma textura mais macia e é ótima para usar em sobremesas e coberturas de bolo, o suíço que tem uma consistência mais cremosa, sendo assim também utilizado em coberturas de bolo, e o francês que utiliza dois tipos de açúcar, sendo eles o refinado e o impalpável (JANE QUINTELA, 2019).

A versão gourmet foi aprimorada e sofisticada do suspiro clássico, por utilizar ingredientes de alta qualidade, como o açúcar impalpável e claras de ovos orgânicos frescos, o que confere uma textura leve e crocante. Além disso, pode apresentar uma variedade de sabores, como baunilha, limão e amêndoas, que elevam a experiência de degustação. Sua preparação envolve muita atenção aos detalhes, resultando em suspiros que são frequentemente moldados de formas artísticas (CONFETEIRA DE SUCESSO, 2023).

Hoje são produzidos suspiros artesanais para várias ocasiões: chás da tarde, aniversário, cerimônia de casamento, batizado e presente. A delícia é tradicionalmente usada em sobremesas como tortas, bolos e mousses, mas a nova

tendência é ser consumida sozinha. Outra tendência é recheá-lo com sabores gourmets diversos (CONFETEIRA DE SUCESSO, 2023).

As pessoas têm amado tanto a ideia de suspiros em festas que ele se transforma até em lembrancinha. Casamentos têm inovado e servido suspiro recheado. O suspiro é um doce tão lúdico que conquista diversos públicos-alvo, desde crianças a adultos (CONFETEIRA DE SUCESSO, 2023).

Por conta da simplicidade e da sua versatilidade, o suspiro é um doce que nunca sai de moda. A simplicidade também está associada ao processo produção que se caracteriza por ser de baixo custo, afinal, a receita é básica e de fabricação caseira.

Esse cenário facilita o início de um negócio de muita procura e que pode render lucros satisfatórios. Lindos e delicados, os suspiros têm se gourmetizado e conquistado status de “nuvem comestível”. O sucesso é tanto que você não precisa ter um grande negócio para comercializar suspiros. De consumidor final a festas e eventos especiais, a encomenda de suspiros apresenta uma grande demanda (CONFETEIRA DE SUCESSO, 2023).

Diante desse cenário, a pesquisa apresenta a seguinte problemática: qual a viabilidade da comercialização do produto Suspiro Gourmet no município de Tupã/SP?

Para responder tal problemática, o seguinte objetivo geral foi proposto: analisar a viabilidade da comercialização nos estabelecimentos do município de Tupã/SP do Suspiro Gourmet. Além disso, alguns objetivos específicos foram necessários, sendo eles:

- Inserir nosso produto em estabelecimentos comerciais na cidade de Tupã e região;
- Apresentar um novo formato de servir nosso produto de forma artesanal;
- Identificar os potenciais clientes, concorrentes e fornecedores da organização;
- Desenvolver planos estratégicos e ações de marketing que auxiliem no desenvolvimento da empresa;
- Estruturar o plano operacional da empresa, no que se refere ao layout físico, capacidade produtiva e projeção do pessoal necessário para o funcionamento do negócio;

- Analisar a viabilidade financeira do negócio, por meio de índices financeiros e da estimativa do investimento total, capital de giro, custos e faturamento da empresa;
- Identificar os aspectos favoráveis e desfavoráveis do negócio por meio da análise S.W.OT.

Justifica-se o trabalho, pois a proposta do negócio “Suspirando” apresenta um diferencial competitivo no mercado, por meio do fornecimento de suspiros gourmets fabricados a partir de ingredientes de excelente qualidade agradando aos mais finos paladares. Elaboramos os suspiros com ovos orgânicos, açúcar impalpável e aromas natural.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Plano de negócio

O plano de negócio tem como objetivo orientar a expansão da empresa em sua tomada de decisões estratégicas com o intuito de diminuir fatores de risco e permitindo avaliar a viabilidade de novas ideias (MENDONÇA NETO, 2011).

É necessário, que seja formulada todos os aspectos da operação da empresa, o que acaba exigindo uma pesquisa bem aprofundada e preparação. A principal vantagem ou benefício do desenvolvimento de uma estratégia de negócios pode estar muito mais relacionada ao processo do que ao produto final.

O que normalmente acontece é que quando se abre um negócio e se coloca em prática uma ideia, nos distraímos com o que estamos prestes a construir, o que acaba confundindo nosso julgamento (NETO, 2023).

A ideia parece tão boa que acabamos ignorando riscos potenciais, ignorando falhas ou falhas e, em alguns casos, sem sequer considerar a possibilidade de as coisas não saírem como planejado. Isso é normal, mas pode ter um custo alto na administração de empresas. Como resultado, o processo de desenvolvimento de um plano de negócios é crítico. Este processo exige tanta pesquisa e explicação de

detalhes relacionados a objetivos, organização e estratégias que se torna extremamente difícil permanecer nesse estado de adorar o projeto (NETO, 2023).

Um plano de negócio é uma das coisas mais importantes que qualquer empresário deve ter em mente antes de iniciar um e-commerce ou qualquer outro tipo de negócio. Sua importância é tão grande já que você, são responsáveis por determinar a viabilidade da empresa e auxilia-lo na visualização da empresa e na visualização de quais lacunas de mercado sua empresa poderá explorar e quais desafios enfrentará. A razão pela qual é tão importante investir em um bom plano de negócios é porque todas as pesquisas necessárias para torna-lo realidade nos ajudam a ver tudo com olhos mais calmos, focados e confiantes. Isso sem falar na transparência que este documento nos ajuda a ter ao facilitar a comunicação. Como já afirmado, será necessária uma extensa pesquisa sobre o ambiente de negócios ao longo do desenvolvimento da estratégia de negócios (NETO, 2023).

Seria necessária uma pesquisa minuciosa ao mercado em que você está entrando, quem são seus fornecedores, quem é seu mercado-alvo, quem são seus concorrentes quais vantagens eles apresentam e o que sua empresa pode fazer para se diferenciar deles, entre outras coisas, isso sem falar na importância de estudar o lado jurídico e as regulamentações do setor, essenciais para evitar problemas jurídicos (NETO, 2023).

Apesar disso, o principal benefício é que o proprietário da empresa terá uma compreensão muito completa possuindo um conhecimento profundo de sua empresa, significando que quando se trata de implementação a probabilidade de ocorrência de erros é significativamente reduzida (NETO, 2023).

2.2 História do suspiro

A origem do suspiro pode ter sido em mais de um lugar do mundo, mas a teoria mais difundida é que ele surgiu por volta do século XVII, em que foi criado por um confeitiro italiano chamado Gasparini que morava no povoado suíço de Meiringen. O doce teria ganhado visibilidade a partir da fama que conquistou na corte de reis e rainhas de diversos lugares da Europa, principalmente na França e Polônia. (LES BISOUS, 2019)

Inicialmente chamado de merengue, e hoje conhecido como suspiro. E para ninguém ficar com água na boca, receitas que mostram como o merengue é versátil e pode ser usado para dar um toque especial a diversos doces e sobremesas: como suspiros recheados, pavlova, pingos e chocopingos (DOCEPEDIA, 2023).

O doce que já foi quitute de reis e rainhas da Europa ganhou as mesas dos brasileiros. Hoje são produzidos suspiros artesanais para várias ocasiões (CONFEITARIA DE SUCESSO, 2023).

Com o tempo, a receita do suspiro foi levada para outros países europeus e também chegou a outras regiões do mundo assim como no Brasil, através de trocas culturais, migração e comércio. Cada cultura adaptou a receita conforme seus ingredientes e técnicas culinárias locais, resultando em variações regionais da sobremesa. Hoje em dia, o suspiro é apreciado em todo o mundo em diversas formas e sabores, e é frequentemente utilizado como ingrediente em outras sobremesas, como tortas e bolos. A sua popularidade perdura, tornando o suspiro uma das sobremesas mais adoradas e versáteis da culinária internacional (DOCEPEDIA, 2023; LES BISOUS, 2019).

2.3 Tendências de comercialização do suspiro no Brasil e no mundo

A receita do suspiro é muito simples de se fazer, é possível criar sabores e texturas únicas que captam a atenção do paladar do cliente. Atualmente confeccionados para diversas ocasiões como chás de tarde, aniversário, chá bebê, casamentos, batizados, lembrancinhas e assim por diante. a tendência é consumi-lo sozinho além de possível criar sabores e texturas únicas que captam a atenção do paladar do cliente (EDUK CONFEITARIA, 2017).

Á sua simplicidade e adaptabilidade a uma variedade de sabores. é barato, afinal a receita é simples e requer poucos ingredientes, sendo necessários apenas alguns minutos para ser preparada em casa. sobre fazer aqueles suflês lindos e deliciosos? precisa de um grande negócio para começar a vender. Os Suspiros são uma segura aposta para quem faz compras de última hora em festas e eventos (EDUK CONFEITARIA, 2017).

O mercado de sobremesas está em constante inovação e busca trazer novas tendências tanto para os confeitores quanto para os clientes. O que está em alta no momento são os suspiros tradicionais, mas com uma cara nova e texturas, até os formatos são diferentes. possível trabalhar com seu recibo e fazer negócio um sucesso, especialmente durante a temporada de férias (EDUK CONFEITARIA, 2017).

Engana-se quem acredita que só existe um tipo de merengue. O tradicional mais comum é o suíço, que leva apenas açúcar e água e é feito no banho-maria. também o francês, que utiliza os mesmos ingredientes, mas nem sempre nas mesmas proporções. significa que você mistura o açúcar no sorvete até ficar firme. ser consumido cru, normalmente é usado em outras formas (EDUK CONFEITARIA, 2017).

O italiano, que tem base a calda de açúcar. resultado, você deve bater as claras em neve e fazer uma calda em ponto de fio, ele é o mais estável dos tipos de suspiro, com consistência mais quebradiça e seca que pode ser aproveitado da mesma forma que o suíço (EDUK CONFEITARIA, 2017).

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Quadro 1- Síntese para estruturação do método científico

Síntese para estruturação do método científico	
Critérios de classificação	Atributos metodológicos
Tipo de conhecimento	O conhecimento para a realização do projeto é o científico.
Natureza da pesquisa	A natureza do projeto é aplicada, pois tem como finalidade desenvolver um produto que busca inovar no mercado de doces gourmet.
Objetivo	O objetivo é exploratório e descritivo. Exploratório pois se buscará compreender o mercado em que a proposta de negócio está inserida. E descritiva porque será apresentado de maneira detalhada as estratégias da empresa por meio do plano de negócio.

Abordagem	A abordagem do projeto é quali-quantitativa, pois iremos utilizar dados qualitativos obtidos por meio da pesquisa bibliográfica e realizar análise subjetiva das informações. E quantitativa pois será utilizado dados quantitativos, por meio da análise financeira. E também análise dos dados da pesquisa de mercado por meio de estatística descritiva.
Técnicas e ferramentas de coleta de dados	A técnica utilizada para coleta de dados foi uma pesquisa bibliográfica para compor a justificação do trabalho, o plano de negócios e a pesquisa de campo. A pesquisa de campo foi realizada por meio de um questionário do Google Forms (pesquisa de mercado).
Amostra	A pesquisa teve um total de 140 participantes, que foram escolhidos aleatoriamente.
Objeto de análise	Analisar a viabilidade da abertura de uma empresa.
Foco de análise	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizar a análise da viabilidade da abertura da empresa Suspirando;
	<ul style="list-style-type: none"> ● Aplicar pesquisa de campo para análise de mercado;
	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizar avaliação estratégica por meio de análise S.W.O.T e CANVAS;
	<ul style="list-style-type: none"> ● Elaborar modelagem de negócios.
Sujeito de análise	Clientes.
Forma de análise dos dados obtidos	<ul style="list-style-type: none"> ● Análise dos dados da pesquisa de mercado por meio da estatística descritiva;
	<ul style="list-style-type: none"> ● Análise das estratégias por meio das ferramentas S.W.O.T e CANVAS;
	<ul style="list-style-type: none"> ● Análise financeira;
	<ul style="list-style-type: none"> ● Descritiva.
	<ul style="list-style-type: none"> ● Subjetiva.

Fonte: elaborado pelos autores.	•
---------------------------------	---

Fonte: elaborado pelos autores

3.1 Cronograma

Quadro 2- Cronograma

Etapas	fev	mar	abr	maio	jun
Introdução					
Revisão de Literatura					
Plano de Negócios					
Fonte de Recursos					
Análise de Mercado					
Pesquisa de Mercado					
Plano de Marketing					
Plano Operacional					
Plano Financeiro					
Avaliação Estratégica					
Apresentação					

Fonte: elaborado pelos autores.

4 PLANO DE NEGÓCIOS

4.1 Descrição da Empresa

Nome da Empresa: UniSeis Participações LTDA.

Nome Fantasia: Suspirando

CNPJ: 21.280.783/0001-23

Missão da empresa: Transformar o ordinário em extraordinário

Visão da empresa: ser inspiração no universo do suspiro, oferecendo aos clientes variedades de suspiros gourmet com responsabilidade, tendo um foco em uma relação duradoura com o cliente para o crescimento e rentabilidade da empresa.

Setor de Atividade: o setor tem como foco principal de atuação a produção e o fornecimento de alimentos preparados para consumo em eventos em geral.

Forma Jurídica: a empresa irá se enquadrar na Sociedade Limitada Ltda – ME.

4.2 Enquadramento Tributário: o enquadramento tributário será Simples Nacional, que é um regime tributário diferenciado, simplificado e previsto na Lei Complementar n123 de 14.12.2006.

4.3 Dados dos fundadores:

Quadro 3- Fundador 01

Fundador 01	
Nome: Alice Dos Santos Sousa	
Endereço: Bezerra De Menezes, 215	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: alicesousa20@gmail.com	Telefone: 14 99887-7665

Fonte: elaborado pelos autores.

Atribuição e Formação do Fundador 01: Financeiro - Auxiliar Administrativo

Quadro 4- Fundador 02

Fundador 02	
Nome: Breno Antonio Soares de Oliveira	
Endereço: Bezerra De Menezes, 215	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: soaresbrenooliv.12@gmail.com	Telefone: 14 99845-8934

Fonte: elaborado pelos autores.

Atribuição e Formação do Fundador 02: Expedição - Auxiliar Administrativo
Setor

Quadro 5- Fundador 03

Fundador 03	
Nome: Daiane Fernanda Salles	
Endereço: Bezerra De Menezes, 215	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: sallesfernanda@gmail.com	Telefone: 14 99887-5664

Fonte: elaborado pelos autores.

Atribuição e Formação do Fundador 03: Compras - Auxiliar Administrativo

Quadro 6- Fundador 04

Fundador 04	
Nome: Geovana Silva Da Cruz	
Endereço: Bezerra De Menezes, 215	Cidade/Estado: Tupã/SP

E-mail: gigi.cruz@hotmail.com	Telefone: 14 99123-5776
-------------------------------	-------------------------

Fonte: elaborado pelos autores.

Atribuição e Formação do Fundador 04: Produção - Auxiliar Administrativo

Quadro 7- Fundador 05

Fundador 05	
Nome: Marcia Aparecida Sanches Ferranti	
Endereço: Bezerra De Menezes, 215	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: marcia_ferra@hotmail.com	Telefone: 14 99854-3562

Fonte: elaborado pelos autores.

Atribuição e Formação do Fundador 05: Produção - Auxiliar Administrativo

Quadro 8- Fundador 06

Fundador 06	
Nome: Marcio Roberto Scarpante Filho	
Endereço: Bezerra De Menezes, 215	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: scarp_filho2000@hotmail.com	Telefone: 14 98123-5719

Fonte: elaborado pelos autores.

Atribuição e Formação do Fundador 06: Marketing - Auxiliar Administrativo

4.4 Capital Social

Quadro 9- Capital Social da Empresa

Nomes do Fundador	Valor do Capital Integralizado
Alice Dos Santos Sousa	R\$ 12.313,00
Breno Antonio Soares de Oliveira	R\$ 12.313,00
Daiane Fernanda Salles	R\$ 12.313,00
Geovana Silva Da Cruz	R\$ 12.313,00
Marcia Aparecida Sanches Ferranti	R\$ 12.313,00
Marcio Roberto Scarpante Filho	R\$ 12.313,00

Fonte: elaborado pelos autores.

4.5 Fonte de Recursos

Os recursos que nossa empresa irá utilizar serão obtidos por meio de capital próprio, ou seja, os próprios recursos dos sócios da empresa. De início o investimento

total será de R\$ 7.500,00 (sete mil e quinhentos reais), com isso poderemos adquirir os equipamentos para produção sendo eles: maquinário, matéria-prima, utensílios, embalagens e insumos para a administração e um saldo para capital de giro.

4.6 Análise de Mercado

4.6.1 Análise dos Clientes

A empresa Suspirando inicia as atividades tendo um cuidado especial para com seus clientes. Certificamos que a faixa etária de consumo está entre 30 e 60 anos, sendo a maioria um público feminino, os mesmos convivem em famílias e também em ambientes de trabalho. Observamos que o consumo maior acontece no período do pagamento mensal, e com um público que assiduamente consome doces em geral e faz uma reserva financeira para este fim. Entretanto, analisamos que os consumidores residem em Tupã e cidades vizinhas e cursando Ensino Técnicos e Bacharelado. A frequência de consumo acontece com o desejo e a ansiedade de consumir doce, pois os clientes que já conhecem o nosso produto poderão sacia-lo, encontrando-o com facilidade em mercados, padarias, docerias e também nos aplicativos de delivery. Os suspiros recheados e de linha gourmet têm um valor variado no mercado de R\$ 5,00 a R\$ 10,00. Conforme mencionamos acima o nosso suspiro é um produto diferenciado que desperta à vontade de quem já provou e a curiosidade de quem não provou. Sua qualidade artesanal, sem conservantes com toque diferenciado de qualquer outro doce. O suspiro recheado por ter um prazo de validade curto, trabalhamos somente com encomendas e eventos pré-confirmados e temos produtos da mesma linhagem com validade alongada, podendo colocarmos em mercados, padarias, docerias e conveniências de nossa cidade. Para os clientes localizarem nossa empresa, será divulgada em redes sociais e também pelos próprios consumidores fazendo a divulgação para familiares e amigos próximos.

A compreensão do perfil e comportamento dos clientes é essencial para o sucesso de qualquer empreendimento no setor de confeitaria, e o mercado de suspiros não é exceção. Esta seção apresenta uma análise dos clientes do negócio de suspiros. Foi realizado um levantamento para os principais atributos demográficos dos clientes. Os dados coletados indicam uma ampla faixa etária com destaque para

o público jovem-adulto (18-60 anos), representando aproximadamente 93% do total de consumidores. A distribuição por gênero demonstrou uma ligeira predominância feminina, com 83% das compras realizadas por mulheres. Desta forma, o propósito da empresa Suspirando é oferecer um produto de qualidade e diferenciado, para atender o consumidor como: docerias, eventos (aniversários, casamentos, comemorações em geral)

4.6.2 Análise dos Concorrentes

Quadro 10- Análise dos Concorrentes

Empresas	Qualidade do Produto/Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
Marlene Bolos - TUPÃ	Bom	Acessível	Cartão, Pix ou À Vista	Presencial, Delivery	Doces em Geral
Ana Trufas - TUPÃ	Ótima	Alto	Cartão, Pix ou À Vista	Presencial, Delivery	Doces em Geral
Confeitaria Ki-Pão - TUPÃ	Bom	Acessível	Cartão, Pix ou À Vista	Presencial, Delivery	Doces em Geral
Amor de Merengue- SC	Ótimo	Alto	Cartão, Pix ou À Vista	Delivery, Encomendas	Suspiraria
Supiropolitano- BA	Ótimo	Acessível	Cartão, Pix ou À Vista	Delivery, Encomendas	Suspiraria
Suspiros Doce encanto- PRESIDENTE PRUDENTE	Ótimo	Acessível	Cartão, Pix ou À Vista	Encomendas	Suspiraria
Rapa Nui Chocolates – ARGENTINA	Ótimo	Alto	Cartão, À Vista	Presencial	Doces em Geral
Havanna - ARGENTINA	Ótimo	Alto	Cartão, À Vista	Presencial	Doces em Geral
Fabi Eats- FRANÇA	Ótimo	Alto	Cartão, À Vista	Presencial	Doces em Geral
Priscila Cantinho - FORTALEZA	Ótimo	Alto	Cartão, Pix ou À Vista	Encomendas	Suspiraria
Doce Suspiro – MATO GROSSO	Ótimo	Alto	Cartão, Pix ou À Vista	Encomendas	Doces em Geral
Gula Art Suspiros - CUIABÁ	Ótimo	Acessível	Cartão, Pix ou À Vista	Encomenda	Suspiraria

Fonte: elaborado pelos autores.

Conclusão da Análise dos Concorrentes: A maioria das docerias e suspirarias oferece uma ampla variedade de produtos, incluindo bolos, tortas, cupcakes, suspiros e outros doces. Isso indica uma demanda consistente por uma variedade de opções de sobremesa. Algumas concorrentes investem em estratégias ativas nas redes sociais e promoções sazonais para aquecer o mercado. Essas táticas ajudam a aumentar a visibilidade e atraem uma base de clientes mais ampla. A precificação dos produtos varia, mas a maioria das docerias e suspirarias busca manter preços competitivos, levando em consideração a qualidade e exclusividade dos produtos oferecidos. Em conclusão final, o sucesso no setor de doceria e suspirarias dependerá da capacidade de oferecer produtos de alta qualidade, proporcionar uma experiência excepcional ao cliente e se destacar de forma única no mercado.

4.6.3 Análise dos Fornecedores

Quadro 11- Análise dos Fornecedores

Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	Granja St Barbara	Ovos	\$21,00	Dinheiro ou Pix	1 dia	Tupã-SP
2	Ovos Gema Caipira	Ovos	\$21,00	Dinheiro ou Pix	Imediato	Tupã-SP
3	Supermercado Gaspar	Açúcar refinado União, Açúcar impalpável, baunilha, leite condensado, manteiga e achocolatado	\$24,90 \$4,90 \$8,90 \$5,10 \$6,00 \$15,00	Cartão, pix ou dinheiro	Imediato	Tupã-SP
4	Atacadão (atacadista)	Açúcar refinado, Açúcar impalpável, baunilha, leite condensado, manteiga e achocolatado	\$22,00 \$3,85 \$7,90 \$4,80 \$5,20 \$12,00	Cartão, pix ou dinheiro	5 dias	Marília-SP
5	Mufatto (atacadista)	Açúcar refinado, Açúcar impalpável, baunilha, leite condensado, manteiga e achocolatado	\$21,50 \$3,95 \$7,50 \$4,90 \$5,80 \$13,20	Cartão, pix ou dinheiro	5 dias	Marília-SP
6	Atacadão das Embalagens	Folha e saquinho de celofane, lacres	\$18,50 \$10,00 \$2,80	Cartão, pix ou dinheiro	5 dias	Marília-SP

		e fitas, embalagens personalizadas (unidade)				
7	Doces Andrellas	Folha e saquinho de celofane, lacres e fitas, embalagens personalizadas (unidade)	\$22,00 \$13,20 \$3,50	Cartão, pix ou dinheiro	imediato	Tupã-SP

Fonte: elaborado pelos autores.

4.7 Pesquisa de mercado

Foi realizada uma pesquisa de mercado por meio do Google Forms, para verificar a viabilidade do suspiro gourmet, produto este oferecidos pela empresa Suspirando, além disso, buscou-se com a pesquisa entender qual a preferência do público-alvo. A pesquisa contou com a participação de 140 pessoas, sendo elas do município de Tupã e também da região

Gráfico 1 – Questão 1: A primeira questão que consta no formulário aplicado, diz respeito a idade dos participantes. Por meio do Gráfico 1, observou-se que a maior parte corresponde a faixa etária de 30 a 59 anos.

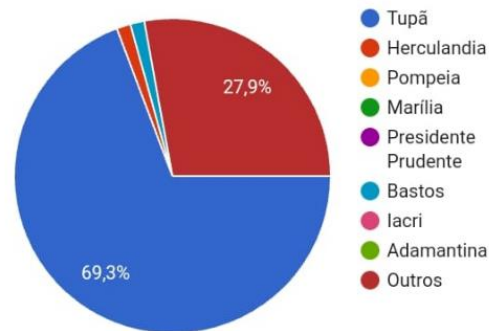


Fonte: elaborado pelos autores.

Gráfico 2 – Questão 2: A próxima questão diz respeito a cidade em que os participantes residem. Por meio do Gráfico 2, constatou-se que a maioria do público reside na cidade de Tupã.

2) Em que cidade você reside?

140 respostas

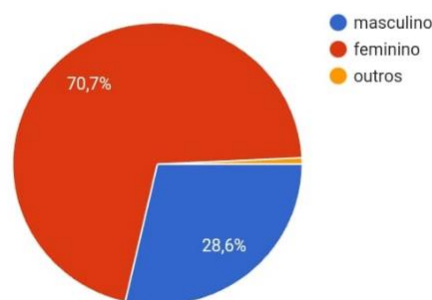


Fonte: elaborado pelos autores.

Gráfico 3 – Questão 3: Na terceira questão foi constatado por meio do gráfico 3 qual o sexo dos participantes, verificou-se que o sexo predominante é o feminino.

3) Qual sexo?

140 respostas

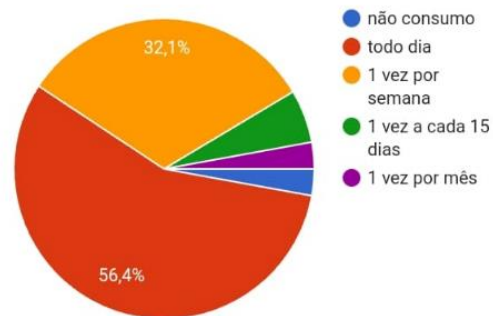


Fonte: elaborado pelos autores.

Gráfico 4 – Questão 4: No gráfico 4, analisou-se com qual frequência o público envolvido consome doces, comprovou-se que 56,4% das pessoas pesquisadas consomem doces todos os dias.

4) Com que frequência
você consome doce?

140 respostas

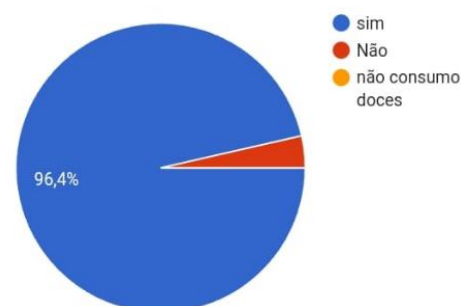


Fonte: elaborado pelos autores.

Gráfico 5 – Questão 5: Já no gráfico 5, apurou-se qual o interesse o público tem em degustar um suspiro recheado, constatou-se que 96,4% das pessoas tiveram a curiosidade de experimentar o suspiro.

5) Você teria interesse em
degustar um suspiro
recheado?

140 respostas



Fonte: elaborado pelos autores.

Gráfico 6 – Questão 6: Observou-se no Gráfico 6 qual o valor mais ideal a se pagar em um suspiro recheado, verificou-se que o preço que mais agradou o público seria de R\$5,00 à R\$10,00.

6) Quanto você pagaria em um suspiro recheado? (equivalente ao tamanho de um ovo)

140 respostas

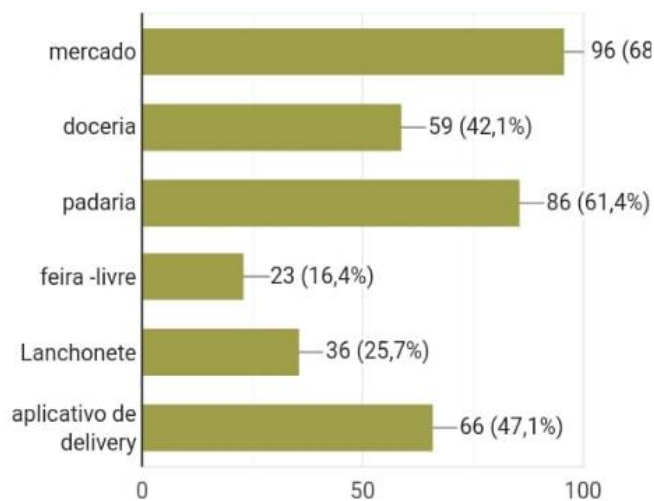


Fonte: elaborado pelos autores.

Gráfico 7 – Questão 7: Na questão apresentada pelo gráfico 7, analisou-se em qual local mais facilitaria a compra do produto, e constatou-se que o local de mais fácil em buscar seria em um mercado ou padaria.

7) Em quais locais você teria facilidade em comprar o nosso suspiro?

140 respostas

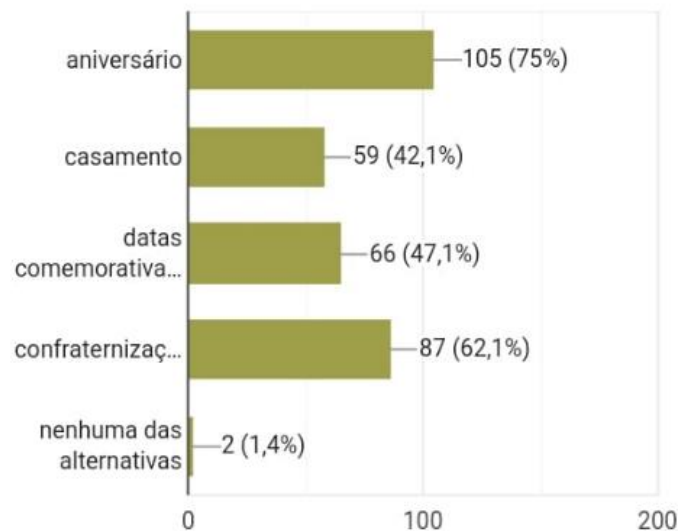


Fonte: elaborado pelos autores.

Gráfico 8 – Questão 8: Na questão representada pelo Gráfico 8, foi questionado em que tipo de evento o público mais recomendaria o produto e demonstrou-se que o produto seria mais recomendado pelo público em festas de aniversário.

8) Aprovando o nosso produto, você recomendaria para festa?

140 respostas

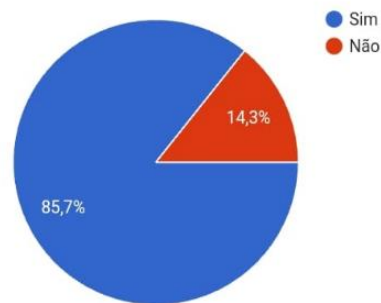


Fonte: elaborado pelos autores.

Gráfico 9 – Questão 9: Na questão representado pelo Gráfico 9, constatou-se que a maior parte do público utiliza aplicativos de delivery por ser um sistema mais rápida e prático de se conseguir um produto.

9) Você usa o sistema de delivery ?

140 respostas

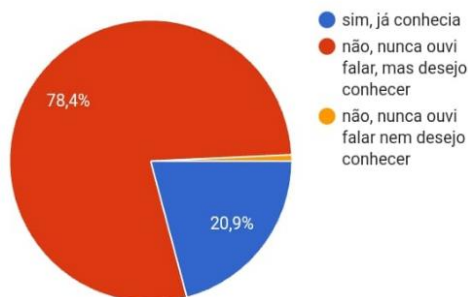


Fonte: elaborado pelos autores.

Gráfico 10 – Questão 10: Na última questão representando pelo Gráfico 10, nota-se que muitas pessoas nunca ouviram falar do suspiro se tratar de um produto gourmet, mas desejam conhecê-lo.

10) Já tinha ouvido falar no suspiro recheado? Caso não, desejaria conhecer?

139 respostas



Fonte: elaborado pelos autores.

Pode-se observar por meio da pesquisa de mercado que houve uma aprovação de mais de 90% do público pesquisado, que mesmo não conhecendo teriam interesse

de provar e teríamos um ótimo retorno não só financeiro como também satisfazendo nosso cliente.

4.8 Plano Marketing

4.8.1 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

Suspirando é um suspiro gourmet, com recheio de brigadeiro feito artesanalmente é um produto que veio para inovar e satisfaz a vontades de as pessoas que gostam de doce. O suspirando pode ser consumido por todas as faixas etárias, principalmente para quem gosta de experimentar uma versão diferente de suspiro. No processo de produção é utilizado produtos de qualidade, com embalagens de solo fones.

4.8.2 Preço

O preço foi variado em relação aos gastos no processo de produção, com base na concorrência o valor do produto está equilibrado.

4.8.3 Estratégias Promocionais

Suspirando terá como estratégia a divulgação em redes sociais, com propagandas e posts do produto e a loção onde o produto pode ser encontrado. Em datas comemorativas, o produto seguirá com embalagens temáticas. Para eventos como aniversario, casamentos, confraternização encomendas em grande quantidade o produto terá um desconto. Para os clientes consumidores a empresa disponibilizará um cartão fidelidade. De início a nossa empresa, não terá uma locação fixa, apenas distribuição do produto em diferentes lugares. A empresa trabalhara com a loja on-line e delivery com parcerias em restaurantes da cidade.

4.8.4 Estrutura de Comercialização

O nosso suspiro pode ser encontrado em diversos ambientes de alimentação como as padarias, mercado, doceiras, praças de alimentação e pelos aplicativos de delivery.

4.8.5 Localização da Empresa

Quadro 12- Localização da Empresa

Endereço da Empresa: Cherentes, 09	
Bairro: Centro	Cidade/Estado: Tupã-SP
Telefone/Fax: (14) 3491-1206	

Fonte: elaborado pelos autores.

Descrição do ponto (localização), considerações que justifica a escolha do local:

A localização foi definida pelos sócios por se tratar de ser um imóvel centralizado, próximo de alguns fornecedores, instalação segura e também próximo de vários outros pontos de comércio para agregar na venda de varejo.

4.9 Plano Operacional

4.9.1 Layout ou Arranjo Físico

Figura 1 – Layout da Empresa



Fonte: elaborado pelos autores.

4.9.2 Capacidade Produtiva

A empresa Suspirando funcionara de terça a sexta das 08:00 as 17:00 e nos sábados das 08:00 às 15:00, sendo totalizado uma carga horária de 09 horas de segunda a sexta e 07 horas aos sábados, sendo 1h 30 meia destinada ao horário de almoço dos funcionários (a empresa não irá fechar para horário de almoço, sempre tendo um funcionário disponível para substituição do mesmo), todos os produtos que serão produzidos será através de encomendas.

Quadro 13- Capacidade produtiva

Serviços	Suspiro Recheado	Chocopingo	Pingos
Capacidade produtiva diária por encomenda	50	70 (embalagens com 40 gramas)	100 (embalagens com 30 gramas)

Capacidade produtiva mensal por encomenda	200	280	400
---	-----	-----	-----

4.9.3 Necessidade de Pessoal

Quadro 14- Necessidade de pessoal

Cargo	Função	Qualificação Necessária
Confeiteira	Produzir Suspiros	Cursos específicos para produção, modelagem
Recepcionista	recepcionar os clientes	
Auxiliar de produção	Ajudar o confeitoiro na produção e limpeza	Ensino fundamental completo
Marketing	Desenvolver estratégias de comunicação e vendas e divulgar os produtos da empresa	Marketing Digital
Expedição	Qualificar o produto, separar os pedidos, embalar e deixar disponível para o cliente retirar	Ensino Médio Completo, Qualificação com Cursos de curta duração, Profissionalizantes ou Técnicos.
Administrador		Ensino Superior e Técnico.
Compras	Comprar matéria prima para produção	Ensino Médio Completo ou Técnico em Administração

Fonte: elaborado pelos autores

4.10 Plano Financeiro

4.10.1

Estimativa dos investimentos fixos

Tabela 1- Máquinas e equipamentos – Produção / Prestação de serviço

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Forno Elétrico	2	2.950,00	5.900,00
2	Batedeira	2	700,00	1.400,00
3	Fogão Cooktop	1	350,00	350,00
4	Geladeira	1	7.000,00	7.000,00
5	Notbook	2	3.200,00	6.400,00
6	Celular Empresarial	1	800,00	800,00
7				
Sub-Total				21.850,00

Fonte: elaborado pelos autores

Tabela 2- Móveis e utensílios

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Sacos para modelagem	1(100 unid.)	65,00	65,00
2	Bicos para confeitaria	15	7,00	105,00
3	Armário	1	590,00	590,00
4	Armário nicho	3	190,00	570,00
5	Mesa ilha	2	1.250,00	2.500,00
6	Mesa com 4 cadeiras	1	680,00	680,00
7	Jogo de panela Inox	1	250,00	250,00
8	Espátulas de silicone	6	25,00	150,00
9	Tesoura	2	39,00	78,00
10	Tapete de silicone para forno	12	35,00	420,00
11	Lixeiro	2	120,00	240,00
	Ar condicionado	2	2.030,00	4.060,00
	Ventilador de teto	2	160,00	320,00
Sub-Total				10.028,00

Fonte: elaborado pelos autores

Tabela 3 - Estimativa dos investimentos pré-operacionais

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$
Despesas de legalização	R\$3.500,00
Divulgação	R\$250,00
Cursos e treinamentos	R\$350,00

Outras despesas	R\$400,00
TOTAL	R\$4.500,00

Fonte: elaborado pelos autores

4.10.2 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO DA EMPRESA

Tabela 4 - Estimativa do faturamento da empresa no primeiro ano

A N O	MESES	Suspiro Recheado		Chocopingo		Pingos		QUAN TIDAD E VENDI DA	FATURAM ENTO
		Ven das	preço	ven das	preço	ven das	preço		
			R\$ 8,00		R\$ 8,00		R\$ 5,00		
2 0 2 4	Janeiro	200	R\$ 1.600,00	280	R\$ 2.240,00	400	R\$ 2.000,00	880	R\$ 5.840,00
2 0 2 4	Fevereiro	200	R\$ 1.600,00	280	R\$ 2.240,00	400	R\$ 2.000,00	880	R\$ 5.840,00
2 0 2 4	Março	200	R\$ 1.600,00	280	R\$ 2.240,00	400	R\$ 2.000,00	880	R\$ 5.840,00
2 0 2 4	Abril	200	R\$ 1.600,00	280	R\$ 2.240,00	400	R\$ 2.000,00	880	R\$ 5.840,00
2 0 2 4	Maio	400	R\$ 3.200,00	420	R\$ 3.360,00	800	R\$ 4.000,00	1.620	R\$ 10.560,00
2 0	Junho	280	R\$ 2.240,00	400	R\$ 3.200,00	400	R\$ 2.000,00	880	R\$ 7.440,00

2 4									
2 0 2 4	Julho	200	R\$ 1.600,00	280	R\$ 2.240,00	400	R\$ 2.000,00	880	R\$ 5.840,00
2 0 2 4	Agosto	200	R\$ 1.600,00	280	R\$ 2.240,00	400	R\$ 2.000,00	880	R\$ 5.840,00
2 0 2 4	Setemb ro	200	R\$ 1.600,00	280	R\$ 2.240,00	400	R\$ 2.000,00	880	R\$ 5.840,00
2 0 2 4	Outubro	400	R\$ 3.200,00	350	R\$ 2.800,00	700	R\$ 3.500,00	1.450,0 0	R\$ 9.500,00
2 0 2 4	Novem bro	200	R\$ 1.600,00	280	R\$ 2.240,00	800	R\$ 4.000,00	1.280,0 0	R\$ 7.840,00
2 0 2 4	Dezem bro	500	R\$ 4.000,00	480	R\$ 3.840,00	400	R\$ 2.000,00	1.380,0 0	R\$ 9.840,00
TOTAL		500	R\$ 1.500,00	500	R\$ 3.000,0 0	200	R\$ 400,00	1200	R\$ 86.060,00

Fonte: elaborado pelos autores

4.11 CAPITAL DE GIRO

4.11.1 Estimativa do estoque inicial

Tabela 5 – Estimativa do estoque inicial

	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1	Ovo Orgânicos	90	R\$0,70	R\$63,00
2	Açúcar Refinado União	3 (1k)	R\$4,50	R\$13,50
3	Açúcar impalpável	3 (1k)	R\$3,40	R\$10,20
4	Essência de Baunilha	1 (30ml)	R\$6,99	R\$6,99
5	Leite condensado	2	R\$4,95	R\$9,90
6	Margarina	1 (500g)	R\$5,99	R\$5,99
7	Achocolatado	1 (400g)	R\$12,80	R\$12,80
8	Limão siciliano	5	R\$2,40	R\$12,00
9	Essência de limão	1(30ml)	R\$7,50	R\$7,50
10	Gotas de chocolate fornável	1 (1k)	R\$27,50	R\$27,50
TOTAL DE ESTOQUE				R\$169,38

Fonte: elaborado pelos autores

4.11.2 Prazo médio de vendas

Tabela 6 – Prazo médio de vendas

PRAZO MÉDIO DE VENDAS	%	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS
À VISTA	90%	0	0
À PRAZO	10%	29	29
À PRAZO	0%	60	0
À PRAZO	0%	90	0
PRAZO MÉDIO TOTAL			29

Fonte: elaborado pelos autores

4.11.3 Prazo médio de compra

Tabela 7 – Prazo médio de compra

PRAZO MÉDIO DE COMPRAS	%	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS
À VISTA	50%	0	0
À PRAZO	50%	30	15
À PRAZO	0%	0	0
À PRAZO	0%	0	0
PRAZO MÉDIO TOTAL			15

Fonte: elaborado pelos autores

4.11.4 Necessidade média de estoque

Tabela 8 – Necessidade média de estoque

NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUE (em dias)	5
---	---

Fonte: elaborado pelos autores.

Assim, o capital de giro necessário é de R\$ XXXX, conforme tabela abaixo.

Tabela 9 – Capital de giro

CAPITAL DE GIRO	
1. CUSTO FIXO MENSAL	R\$ 14.585,07
2. CUSTO VARIÁVEL MENSAL	R\$ 6.970,86
3. CUSTO TOTAL DA EMPRESA	R\$ 21.555,93
3. CUSTO TOTAL DIÁRIO	R\$ 718,53
5. NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS (VIDE RESULTADO DO QUADRO ANTERIOR)	5
TOTAL	R\$ 3.880,07

Fonte: elaborado pelos autores.

Portanto, para a manutenção do negócio nos 12 primeiros meses será necessário investimento de R\$ 40.258,07, provenientes de 90% de recursos próprios. E 10% de recurso de terceiros.

Tabela 10 – Descrição dos investimentos

DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS	VALOR (R\$)	(%)
INVESTIMENTOS FIXOS	R\$ 31.878,00	59%
CAPITAL DE GIRO	R\$ 3.880,07	34%
INVESTIMOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$ 4.500,00	7%
TOTAL	R\$ 40.258,07	100%

Fonte: elaborado pelos autores.

Tabela 11 – Fontes de recursos

FONTES DE RECURSOS	VALOR (R\$)	(%)
RECURSOS PRÓPRIOS	R\$ 73.878,00	90%
RECURSOS DE TERCEIROS	R\$ 18.122,00	10%
OUTROS	-	0
TOTAL	R\$92.000,00	100%

Fonte: elaborado pelos autores.

4.12 Estimativa de custos variáveis

4.12.1 Custo unitário de matéria-prima

Tabela 12 - PRODUTO 1 – SUSPIRO RECHEADO

Suspiro Recheado			
MATERIAL	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
Ovos (Clara)	5	R\$ 0,70	R\$ 3,50
Açúcar Impalpável	1(150g)	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Açúcar Refinado	1(150g)	R\$ 0,74	R\$ 0,74
Essência	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Leite Condensado	1	R\$ 4,95	R\$ 4,95
Achocolatado	1(100g)	R\$ 1,80	R\$ 1,80
Margarina	1(50g)	R\$ 0,60	R\$ 0,60
Forno	1 (3hs)	R\$ 0,60 (á hora)	R\$ 1,80
Embalagens (folha de celofane)	1 (28 unid.)	R\$ 0,09	R\$ 2,52
Etiqueta adesiva com logo	1(28unid.)	R\$ 0,25	R\$ 7,00
Etiqueta adesiva informação validade	1(28unid.)	R\$ 0,03	R\$ 0,84
TOTAL			R\$ 25,20

Fonte: elaborado pelos autores.

O valor total da tabela acima é o custo total para elaborar 28 unidades de suspiro recheado, sendo assim o custo unitário para cada suspiro é de R\$0,90

Tabela 13 - PRODUTO 2 – CHOCOPINGOS

Chocopingos			
MATERIAL	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
Ovos (Clara)	5	R\$ 0,70	R\$ 3,50
Açúcar Impalpável	1(150g)	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Açúcar Refinado	1(150g)	R\$ 0,74	R\$ 0,74
Essência	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Gotas de chocolate forneado	1(500g)	R\$ 13,25	R\$ 13,25
Forno	1 (3hs)	R\$0,60 (á hora)	R\$ 1,80
Embalagens (Saquinho de celofane)	1(10unid.)	R\$ 0,03	R\$ 0,30
Lacre	1(10unid.)	R\$ 0,04	R\$ 0,40
Etiqueta adesiva com logo	1(10unid.)	R\$ 0,25	R\$ 2,50
Etiqueta adesiva informação validade	1(10unid.)	R\$ 0,03	R\$ 0,30
TOTAL			R\$ 24,24

Fonte: elaborado pelos autores.

O valor total da tabela acima é o custo total para elaborar 10 saquinhos com 40 gramas cada, sendo assim o custo unitário para cada saquinho é de R\$2,42

Tabela 14 - PRODUTO 3 – PINGOS

Pingos			
MATERIAL	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
Ovos (Clara)	5	R\$ 0,70	R\$ 3,50
Açúcar Impalpável	1(150g)	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Açúcar Refinado	1(150g)	R\$ 0,74	R\$ 0,74
Essência	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Forno	1 (3h)	R\$0,60 (á hora)	R\$ 1,80

Embalagens (Saquinho de celofane)	1(10unid.)	R\$ 0,03	R\$ 0,30
Lacre	1(10unid.)	R\$ 0,04	R\$ 0,40
Etiqueta adesiva com logo	1(10unid.)	R\$ 0,25	R\$ 2,50
Etiqueta adesiva informação validade	1(10unid.)	R\$ 0,03	R\$ 0,30
TOTAL			R\$ 10,99

Fonte: elaborado pelos autores.

O valor total da tabela acima é o custo total para elaborar 10 saquinhos com 30 gramas cada, sendo assim o custo unitário para cada saquinho é de R\$1,09

4.12.2 Estimativa dos custos de comercialização (custo variável)

Tabela 15 – Custos de comercialização

DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL R\$
1. IMPOSTOS			
IMPOSTOS FEDERAIS			
SIMPLES	4%	R\$ 86.060,00	R\$ 3.442,40
IRPJ	0%	R\$ 86.060,00	
PIS	0%	R\$ 86.060,00	
COFINS	0%	R\$ 86.060,00	
CSLL	0%	R\$ 86.060,00	
IMPOSTOS ESTADUAIS			
ICMS	0%	R\$ 86.060,00	
IMPOSTOS MUNICIPAIS			
ISS- IMPOSTO SOBRE SERVIÇO	0%	R\$ 86.060,00	
SUBTOTAL 1			
2. GASTOS COM VENDAS			
COMISSÕES	0%	R\$ 86.060,00	
PROPAGANDA	0,5%	R\$ 86.060,00	R\$ 430,00
TAXA DE ADM. DO CARTÃO	3,60%	R\$ 86.060,00	R\$ 3.098,16

SUBTOTAL 2			
TOTAL (SUBTOTAL 1 + 2)			R\$ 6.970,86

Fonte: elaborado pelos autores.

4.12.3 Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

Tabela 16 – Custos de materiais diretos

PRODUTO/ SERVIÇO	ESTIMATIVA DE VENDAS (UNIDADES)	CUSTO UNITÁRIO DE MATERIAIS/ AQUISIÇÃO R\$	CMD/CM R\$
Suspiro Recheado	2.080	R\$0,90	R\$1.872,00
Chocopingo	2.780	R\$2,42	R\$6.727,60
Pingo	4.000	R\$1,80	R\$7.200,00
		TOTAL	R\$15.799,60

Fonte: elaborado pelos autores.

4.13 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS

4.13.1 Estimativa de mão de obra

Tabela 17 – Estimativa de mão de obra

FUNÇÃO	Nº DE EMPR EG.	SALÁRIO MENSAL (R\$)	% DE ENCARGOS SOCIAIS	ENCARGOS SOCIAIS (R\$)	TOTAL (R\$)
Confeiteira	1	R\$ 1.412,00	11%	R\$ 155,32	R\$ 1.256,68
Auxiliar de Produção	1	R\$ 1.412,00	11%	R\$ 155,32	R\$ 1.256,68

Marketing	1	R\$ 1.412,00	11%	R\$ 155,32	R\$ 1.256,68
Expedição	1	R\$ 1.412,00	11%	R\$ 155,32	R\$ 1.256,68
Finanças	1	R\$ 1.412,00	11%	R\$ 155,32	R\$ 1.256,68
Compras	1	R\$ 1.412,00	11%	R\$ 155,32	R\$ 1.256,68
TOTAL					R\$7.540,08

Fonte: elaborado pelos autores.

4.13.2 Estimativa do custo com depreciação

Tabela 18 – Estimativa do custo com depreciação

ATIVOS FIXOS	VALOR DO BEM (R\$)	VIDA ÚTIL EM ANOS	DEPRECIÇÃO ANUAL (R\$)	DEPRECIÇÃO MENSAL (R\$)
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 18.650,00	5	R\$ 3.730,00	R\$ 310,00
COMPUTADORES	R\$ 3.200,00	3	R\$ 1.066,67	R\$ 88,89
MÓVEIS E MÁQUINAS	R\$ 10.028,00	10	R\$ 1.002,80	R\$ 83,56
OUTROS				
TOTAL	R\$ 31.878,00		R\$	R\$ 482,45

Fonte: elaborado pelos autores.

4.13.3 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Tabela 19 – Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

DESCRIÇÃO	CUSTO TOTAL MENSAL (R\$)
Aluguel	R\$1.500,00
Condomínio	R\$
IPTU	R\$960,00
Água	R\$146,00
Energia Elétrica	R\$350,00
Telefone	R\$249,99
Honorário do contador	R\$348,00

Pró- Labore	R\$8.472,00
Encargos Pró Labore	R\$931,92
Manutenção dos equipamentos	R\$220,00
Salários + Encargos	R\$
Material de limpeza	R\$255,00
Material de escritório	R\$158,00
Combustível	R\$
Taxas Diversas (alvará/Vigilância Sanitária)	R\$450,00
Serviços de terceiros (Manutenção predial)	R\$180,00
Depreciação (Maquinas e equipamentos)	R\$364,16
Outras despesas	R\$
TOTAL	R\$14.585,07

Fonte: elaborado pelos autores.

4.14 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO – DRE

Tabela 20 – Demonstra de resultados do exercício - DRE

DESCRIÇÃO	R\$
RECEITA TOTAL COM VENDAS	R\$ 86.060,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS	R\$ 6.970,86
(-) CUSTOS COM MATERIAIS DIRETOS E/OU CMV (*)	R\$ 15.799,60
(-) IMPOSTOS SOBRE VENDAS	R\$ 3.442,40
(-) GASTOS COM VENDAS	R\$ 3.528,16
SUBTOTAL	R\$ 79.089,14

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 79.089,14
CUSTOS FIXOS TOTAIS	R\$ 14.585,07
RESULTADO OPERACIONAL (LUCRO/PREJUÍZO)	R \$ 64.504,07

Fonte: elaborado pelos autores.

4.14.1 PONTO DE EQUILÍBRIO

Tabela 21 – Ponto de Equilíbrio

Ponto de Equilíbrio	
Receita Total	R\$ 86.060,00
Custos variáveis totais	R\$ 6.970,86
Custo Fixo	R\$ 14.585,07
Total	R\$ 64.504,07

Fonte: elaborado pelos autores.

Isso quer dizer que é necessário que a empresa tenha uma receita total de R\$ 64.504,07 ao ano para cobrir todos os seus custos.

5 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Quadro 15 – Análise SWOT

	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Pontos Fortes	Forças -Suspiro gourmet -Preço acessível -Loja on-line	Oportunidades -Mercado em crescimento -Parcerias (padarias, docerias)

Po nt os Fr ac os	Fraquezas -Concorrências -Número de compradores -Falta de locação	Ameaças -Concorrência -Mercado emergente (copias)
--	---	--

Fonte: elaborado pelos autores.

Podemos analisar que a nossa empresa, tem seus pontos positivos e negativos. Porém o nosso produto tem um grande potencial no mercado, analisando pelas nossas forças e oportunidades

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta principal deste estudo era analisar a viabilidade da abertura desta empresa no Município de Tupã/SP. Para atingir este objetivo foi realizado uma pesquisa para entendermos as preferências e melhores locais de acesso para o consumidor.

Essa empresa pretende atuar na área de comércio de doces oferecendo seu produto para festas em geral e sendo uma área que possibilita uma grande leva expansões além de ter um grande espaço a ser percorrido.

Foi realizado uma pesquisa de campo em que pode ser notado que o público teve uma maior preferência em experimentar o suspiro recheado e que os locais de preferências para se buscar estes produtos são as padarias.

Sobre a concorrência foi observado que é muito pequena pois nota-se que a maioria dos locais não oferece um produto feito de maneira caseira.

Na questão do plano financeiro foi proposto o investimento total no valor de R\$12.500,00 reais entre os e tendo um faturamento inicial anual de R\$86.060,00 dando uma viabilidade positiva no lucro operacional.

Com isso conclui-se que o negócio é viável pois a maioria dos dados apontados acima que foram citados possuem resultados positivos e diferenciados como por exemplo, adotar a seguinte estratégia fornecerá aos clientes serviços de qualidade igual ou superior com responsabilidade, comprometimento, iniciativa e agilidade no Atendimento, esses projetos irá se destacar na empresa.

REFERÊNCIAS

SÓLIDES. **Passo a passo para criar um plano de negócios de sucesso**. 2021. Disponível em: <https://blog.solides.com.br/plano-de-negocios/>. Acesso em: 24 nov. 2023.

CONFEITEIRA DE SUCESSO (Brasil). **Suspiro Gourmet: tendência para investir e lucrar**. 2023. Disponível em: <https://www.confeiteiradesucesso.com/suspiro-gourmet/>. Acesso em: 24 nov. 2023.

EDUK CONFEITARIA. **Suspiros recheados e decorados viram tendência**. 2017. Disponível em: <https://blog.eduk.com.br/post/suspiros-recheados-e-decorados-viram-tendencia/>. Acesso em: 24 nov. 2023.

NETO, Antenor. **O que é um plano de negócio, sua importância e como criar o seu!** 2023. Disponível em: <https://www.tray.com.br/escola/plano-de-negocios/>. Acesso em: 24 nov. 2023.

MENDONÇA NETO, Mario T. **PLANO DE NEGÓCIOS**. 2011. Disponível em: <https://www2.unifap.br/mariomendonca/files/2011/05/PLANO-DE-NEG%25C3%2593CIOS-AULA-TEXT0.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2023.

LES BISOUS. **Começando pelo começo. De onde surgiram os Suspiros?** 2019. Disponível em: <http://www.lesbisous.com.br/2019/10/10/comecando-pelo-comeco-de-onde-surgiram-os-suspiros/#:~:text=Doces%20de%20ovos%20com%20a%C3%A7%C3%BAcas,hoje%20no%20leste%20da%20Alemanha>). Acesso em: 29 set. 2023.

DOCEPEDIA. **MERENGUE**. 2023. Disponível em: <https://docepedia.com/abcdoce/merengue/>. Acesso em: 29 set. 2023.

CARVALHO, Jane Quintela de. **O DOCE SUSPIRO**. 2019. Disponível em: <https://jmisturinhas.blogspot.com/2019/02/o-doce-suspiro.html>. Acesso em: 29 nov. 2023.

APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL SOCIEDADE LIMITADA

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE UNISEIS PARTICIPAÇÕES LTDA

1. Alice Dos Santos Sousa, brasileira, solteira, 09 de novembro de 1.999, Empresária, do CPF 090.890.123-12, cédula de identidade com RG sob o nº 16.000.754- SSP/SP, domiciliado na cidade de Tupã/SP, à Avenida Tabajaras nº1.080, Centro, CEP 17603-061, e

2. Breno Antonio Soares De Oliveira, brasileiro, solteiro, 25 de outubro de 2.001, Empresário, do CPF 345.098.765-00, cédula de identidade com RG sob o nº 78.432.654- SSP/SP, domiciliado na cidade de Tupã/SP, à Avenida Tamoios nº980, Centro, CEP 17605-987, e

3. Daiane Fernanda Salles, brasileira, solteira, 04 de junho de 1.996, Empresária, do CPF 456.347.777-09, cédula de identidade com RG sob o nº 12.765.321- SSP/SP, domiciliado na cidade de Tupã/SP, à rua Tapajos nº598, Centro, CEP 17605-480, e

4. Geovana Silva Da Cruz, brasileira, solteira, 13 de maio de 2.003, Empresária, do CPF 654.548.877-33, cédula de identidade com RG sob o nº 87.200.087- SSP/SP, domiciliado na cidade de Tupã/SP, à rua Aimorés nº930, Centro, CEP 17605-250, e

5. Márcio Roberto Scarpante Filho, brasileiro, solteiro, 28 de junho de 2001, Empresário, do CPF 354.654.222-12, cédula de identidade com RG sob o nº 23.765.333- SSP/SP, domiciliado na cidade de Tupã/SP, à rua Caingangs nº1.765, Centro, CEP 17604-543, e

6. Márcia Aparecida Sanches Ferranti, brasileira, solteira, 28 de dezembro de 1.961, Empresário, do CPF 354.654.222-12, cédula de identidade com RG sob o nº 23.765.333- SSP/SP, domiciliado na cidade de Tupã/SP, à rua Caingangs nº1.765, Centro, CEP 17604-543, constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Uniseis Participações Ltda e terá sede e domiciliado na Rua Cherentes, nº 09, Bairro: Centro, TUPÃ/SP, CEP: 17600-090.

2ª O capital social será de R\$ 73.878,00 (setenta e três mil, oitocentos e setenta e oito reais) sendo capital próprio, dividido em 10 quotas de valor nominal R\$ 1.231,30 (um mil duzentos e trinta e um reais e trinta centavos), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Alice Dos Santos Sousa, 10 quotas de R\$ 1.231,30, totalizando R\$ 12.313,00

Breno Antonio Soares De Oliveira, 10 quotas de R\$ 1.231,30, totalizando R\$ 12.313,00

Daiane Fernanda Salles, 10 quotas de R\$ 1.231,30, totalizando R\$ 12.313,00

Geovana Silva Da Cruz, 10 quotas de R\$ 1.231,30, totalizando R\$ 12.313,00

Márcio Roberto Scarpante Filho, 10 quotas de R\$ 1.231,30, totalizando R\$ 12.313,00

Márcia Aparecida Sanches Ferranti, 10 quotas de R\$ 1.231,30, totalizando R\$ 12.313,00

3ª O objeto será comércio no seguimento de suspiro gourmet

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 01/07/2024 e seu prazo de duração é indeterminado.

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade caberá a Alice Dos Santos Sousa com os poderes e atribuições de administrador autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso.

10ª A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11ª Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pro labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12ª Falecendo ou interdito qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

13ª O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

14ª Fica eleito o foro de Tupã – São Paulo para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 7 vias.

Tupã, 20 de Julho de 2024

Alice Dos Santos Sousa

Breno Antonio Soares De Oliveira

Daiane Fernanda Salles

Geovana Silva Da Cruz

Márcio Roberto Scarpante Filho

Márcia Aparecida Sanches Ferranti

Visto: _____ (OAB/SP) Nome

APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO**1. Qual sua idade?**

- Até 18 anos
- 19 a 30 anos
- 30 a 59 anos
- Acima de 60 anos

2. Em que cidade você reside?

- Tupã
- Herculândia
- Pompeia
- Marília
- Presidente Prudente
- Bastos
- Iacri
- Adamantina
- Outros

3. Qual seu sexo?

- Masculino
- Feminino
- Outros

4. Com que frequência você consome doce?

- Não consumo
- Todo dia
- 1 vez por semana
- 1 vez a cada 15 dias
- 1 vez por mês

5. Você teria interesse em degustar um suspiro recheado?

- Sim
- Não
- Não consumo doce

6. Quanto você pagaria em um suspiro recheado? (Equivalente ao tamanho de um ovo)

- R\$3,00 a R\$8,00
- R\$8,00 a 12,00

Acima de R\$13,00
Não consumiria

7. Em quais locais você teria facilidade em comparar o nosso suspiro?

Mercado
Doceria
Padaria
Feira-livre
Lanchonete
Aplicativo de delivery

8. Aprova o nosso produto, você recomendaria para festas?

Aniversário
Casamento
Datas comemorativa
Confraternização
Nenhuma das alternativas

9. Você usa o sistema de delivery?

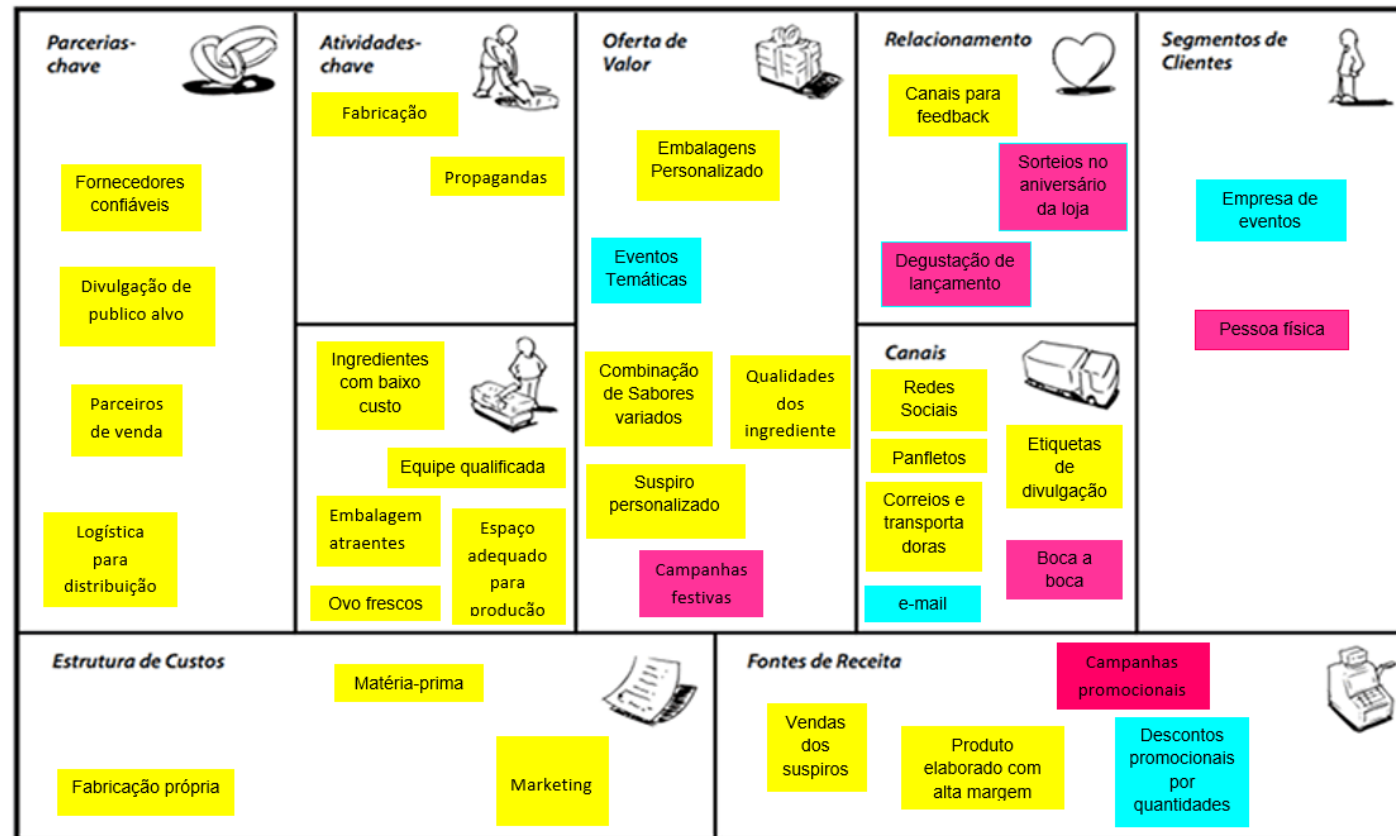
Sim
Não

10. Já tinha ouvido falar no suspiro recheado? Caso não, desejaria conhecer?

Sim, já conhecia
Não, nunca ouvi falar, mas desejo conhecer
Não, nunca ouvi falar nem desejo conhecer

APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS

Figura 2 – CANVAS



Fonte: elaborado pelos autores.