



**ALINE FERREIRA DO PRADO**

**LOJA DE DONUTS**

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getulio Vargas, como pré-requisito para a obtenção do Título de Especialista.

**Jose Carlos Franco de Abreu Filho**

**Coordenador Acadêmico Executivo**

**Gianfranco Muncinelli**

**Orientador**

**Curitiba - PR**

**2015**

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso, **Loja de Donuts**, elaborado por Aline Ferreira do Prado e aprovado pela Coordenação Acadêmica, foi aceito como pré-requisito para a obtenção do certificado do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

Data da Aprovação: Curitiba, 18/11/2015.

---

Jose Carlos Franco de Abreu

Filho

Coordenador Acadêmico

Executivo

---

Gianfranco Muncinelli

Orientador

## **TERMO DE COMPROMISSO**

O aluno Aline Ferreira do Prado, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma GEE 1/14 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada ISAE, no período de 02/02/2014 a 01/11/2015, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Loja de Donuts é autêntico e original.

Curitiba, 18/11/2015.

---

Aline Ferreira do Prado

## **LISTA DE FIGURAS**

FIGURA 1 – Mapa da Região Escolhida

FIGURA 2 – Os Dez Bairros com Maior Densidade Demográfica em Curitiba

FIGURA 3 – Pesquisa por confeitarias no Google

FIGURA 4 – Pesquisas por donuts no Google

FIGURA 5 – Renda média dos responsáveis por domicílios em Curitiba, RMC, Paraná e Brasil

## **LISTA DE TABELAS**

TABELA 1 – Matriz Swot Loja de Donuts

TABELA 2 – Previsão Receita Mensal

TABELA 3 – Investimento Fixo

TABELA 4 – Demonstração Financeira de Resultado (DRE)

## Sumário

<b>1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....</b>	<b>10</b>
<b>2. A EMPRESA – DESCRIÇÃO GERAL.....</b>	<b>11</b>
<b>3. ANÁLISE DE MERCADO .....</b>	<b>13</b>
<b>3.1 ANÁLISE SETORIAL.....</b>	<b>14</b>
<b>3.2. ANÁLISE DA DEMANDA .....</b>	<b>17</b>
<b>3.3. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA.....</b>	<b>19</b>
<b>4. OFERTA DA EMPRESA.....</b>	<b>21</b>
<b>5. PLANO OPERACIONAL .....</b>	<b>23</b>
<b>5.1 RECURSOS HUMANOS .....</b>	<b>23</b>
<b>5.2 CAPACIDADE OPERACIONAL.....</b>	<b>24</b>
<b>5.3 CAPACIDADE INSTALADA.....</b>	<b>25</b>
<b>5.4 ASPECTOS LEGAIS .....</b>	<b>25</b>
<b>6. PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>27</b>
<b>6.1 INVESTIMENTO FIXO .....</b>	<b>27</b>
<b>6.2 INVESTIMENTO INICIAL .....</b>	<b>28</b>
<b>6.3 RESULTADO NO PRIMEIRO ANO .....</b>	<b>28</b>
<b>6.4 ANÁLISE DE VIABILIDADE .....</b>	<b>29</b>
<b>7. CONCLUSÃO.....</b>	<b>31</b>
<b>8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>32</b>



## 1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Este projeto apresentará uma oportunidade de negócio denominada Loja de Donuts, a qual atenderá uma necessidade local, onde há ausência de ofertantes e pouca diferenciação entre produtos, identificada por experiência própria na região escolhida.

A loja será localizada na cidade de Curitiba, no estado do Paraná, onde pretende atender a região do batel atraindo os estudantes dos cursos e colégios, mas também os trabalhadores do comércio local que representam um grande público a ser atraído por essa ideia. Ao decorrer deste projeto, serão demonstradas as condições de mercado.

O estudo focará, principalmente, no diferencial da loja e produto, bem como análises financeiras para confirmação da oportunidade como um investimento lucrativo aos investidores interessados. Serão utilizados os indicadores de lucratividade, payback e rentabilidade, este último representado por um número acima de 80%. E, ao fim das análises pertinentes, o projeto comprovará que o investimento na Loja de Donuts é um bom negócio e com rápido retorno.



## 2. A Empresa – Descrição Geral

A Loja de Donuts surge da ideia de atender um público-alvo específico da região do bairro Batel, carente de um rápido lanche ou café no intervalo da escola. Além de escolas, a região também é rica em lojas, prédios comerciais e residências, com grande número de passantes devido à Avenida Sete de Setembro com linha de biarticulado e outras ruas principais ao redor.

Com todo esse público, existem apenas duas opções de café e panificadora próximos ao ponto escolhido, que se encontra na Avenida Sete de Setembro esquina com Rua Pasteur, em frente a um curso pré-vestibular. Frequentando a região há sete anos, identifica-se a necessidade de mais opções para um café ao longo do dia acompanhado de uma nova opção de lanche.

O produto donuts vem também da necessidade de algo diferente para comer, seja no local ou para levar, fácil, rápido e com diferentes opções de sabores. Inspirado na famosa franquia norte americana, esse projeto tem por objetivo atender um público que experimentou no exterior e gostou e quem ainda não teve oportunidade de experimentar por falta de oferta do produto. Atualmente, o donuts é pouco oferecido na cidade de Curitiba, visto que existe apenas uma loja específica para o produto no bairro Rebouças. Em supermercados e panificadoras, é ofertado com apresentação simplória e pouco destaque entre os demais produtos.

Considera-se como um alimento de fácil produção, ou seja, exigindo baixa tecnologia e maquinário acessível. Assemelha-se a estrutura de uma confeitaria ou panificadora, tanto com relação a máquinas quanto a fornecedores. O principal investimento em estrutura está relacionado a um forno de qualidade e alta capacidade de produção. Pois, o acabamento do produto é o principal destaque e deve ser totalmente artesanal, para valorizar o produto e sempre mostrar-se diferente dos demais.

A Loja Donuts vem com a finalidade de dar destaque ao seu produto principal, apresentando sabores e estética diferenciados a todo tempo. Desta forma, a empresa terá como principais diretrizes:

Missão: Enfeitar a vida com sabores, cores e alegrias, através de produtos de qualidade feitos com cuidado e amor.

Visão: Ser reconhecida por despertar sensações maravilhosas a cada donuts.

Valores: Qualidade e seriedade.

As vantagens competitivas do projeto baseiam-se na baixa concorrência e localização. O ponto de venda pretendido é bastante estratégico, somando-se a modernidade nos sabores e estética, almeja-se atrair o público pelo conceito diferenciado da loja. O foco do negócio é traduzir em todos os elementos da loja o comprometimento com a missão e visão da empresa, garantindo que o produto final tenha características próprias para facilitar o reconhecimento da marca.

### 3. Análise de Mercado

O principal objetivo deste plano de negócios é ofertar o produto donuts em diversos sabores agradando desde os trabalhadores aos estudantes da região alvo. Mesmo com um produto único, a Loja de Donuts pretende atingir todas as necessidades dos clientes, com sabores doces e salgados, assemelhando-se aos produtos oferecidos pelas demais padarias da região. Porém, com produto diferenciado, de maior qualidade, com apelo gourmet e opções saudáveis. A loja pretende atender todas as refeições do dia.

O ponto escolhido encontra-se no bairro Água Verde de Curitiba, ao lado do bairro Batel, com objetivo de atender ao público empresarial e estudantil da região, conforme figura 1. Ambos os bairros possuem renda média do responsável pelo domicílio bem acima da média da cidade, segundo o Guia do Investidor 2012.

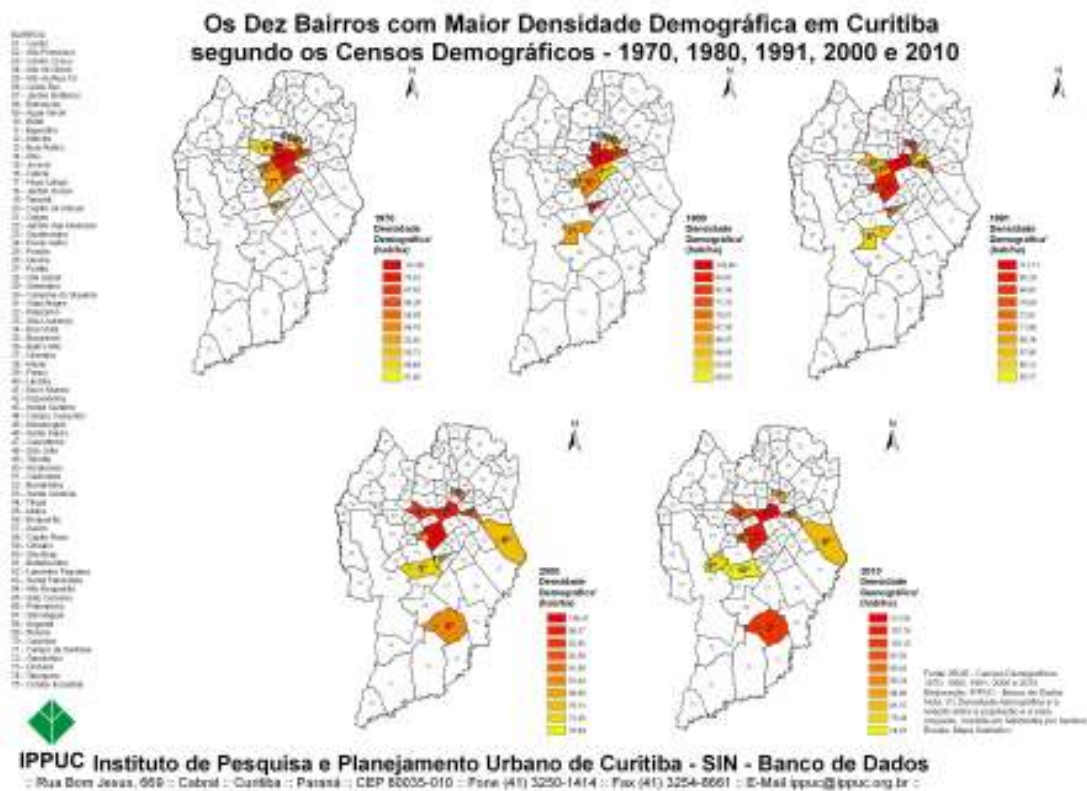
Figura 1 – Mapa da Região Escolhida



Fonte: Google Maps, 2015.

O bairro escolhido é um dos mais densos da cidade, segundo o IPPUC, e cresce dentro da média da cidade de 0,99% ano nos últimos anos. Observe no histórico de densidade demográfica que o bairro Água Verde é o segundo mais denso em 2010, conforme figura 2.

Figura 2 – Os Dez Bairros com Maior Densidade Demográfica em Curitiba



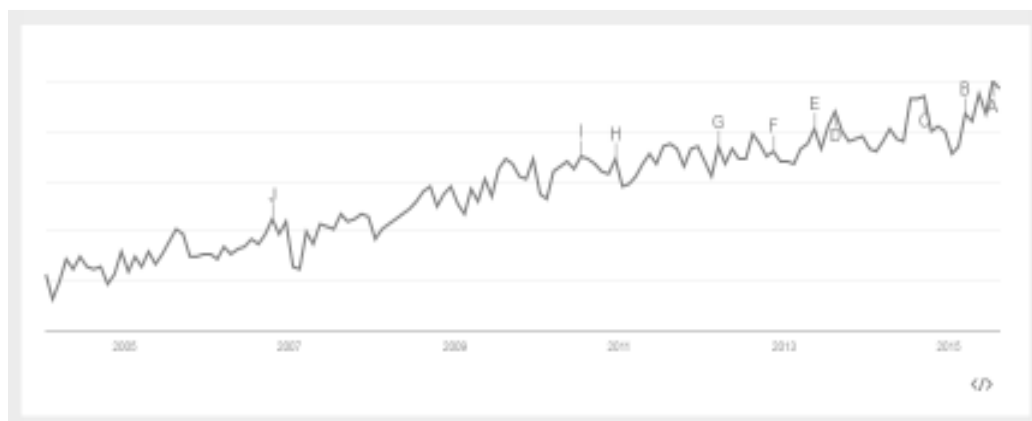
Fonte: IPPUC, 2015.

### 3.1 ANÁLISE SETORIAL

Considera-se que o produto donuts está inserido no setor de confeitarias ou panificação, visto que por ser um nicho de negócio não tem um setor

específico ou dados voltados para o produto. O plano deve explorar a especificidade do negócio e tomar inspiração no ramo de comidas gourmet, principalmente, de doces. Em pesquisa a seguir representada pela figura 3, pode-se notar a evolução do interesse por confeitarias do público em geral:

Figura 3 – Pesquisa por confeitarias no Google



Fonte: Google Trends, 2015.

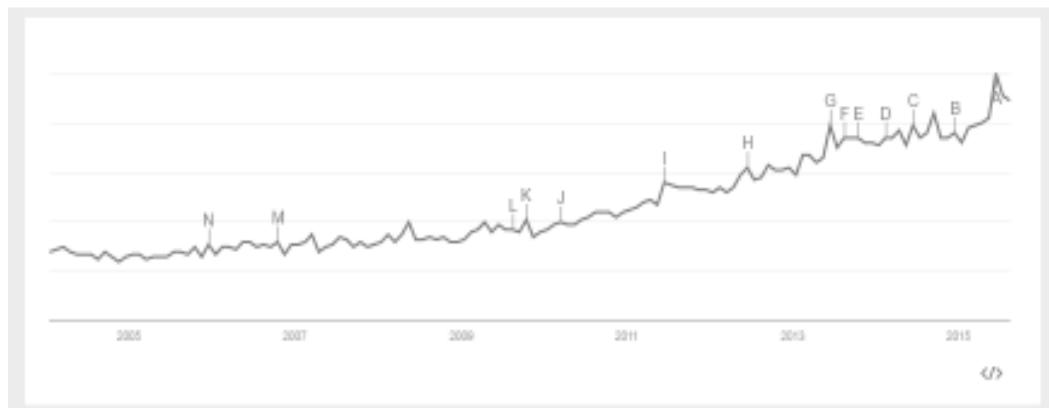
O donuts é um produto pouco popular no Brasil. A franquia norte americana Dunkin' Donuts esteve no país por 21 anos, mas encerrou suas atividades em 2005 por falta de aderência do produto no cardápio dos brasileiros. Com isso, a estratégia da marca para voltar ao Brasil e estabelecer-se definitivamente, é adaptar o cardápio ao gosto local com sabores típicos e outros produtos preferidos dos brasileiros, sem deixar os produtos servidos ao redor do mundo como símbolos da marca de lado. A primeira franquia já foi aberta em Brasília, em abril de 2015, e pretende-se expandir pelo país com mais de 60 lojas em um prazo de cinco anos.

Apesar da saída da marca do país, o interesse pelo produto aumentou nos últimos anos. Considerando o crescimento do setor de confeitaria e lojas específicas de doces, por exemplo, lojas apenas de cupcake e de brigadeiro, entende-se que existe um nicho a ser explorado nesse ramo voltado ao produto

donuts com um conceito gourmet, hoje bastante explorado por empresários e aceito pelos brasileiros em sua cesta de consumo.

A adesão do produto ao gosto brasileiro pode ser considerada uma barreira à entrada ao negócio proposto. Mas confirma-se o crescimento no interesse por donuts, através de pesquisa no Google Trends sobre a busca pelo assunto. Veja a imagem a seguir representando os últimos 10 anos de pesquisas realizadas pela palavra donuts na figura 4.

Figura 4 – Pesquisas por donuts no Google



Fonte: Google Trends, 2015.

Os fornecedores principais serão os mesmos dos negócios concorrentes de panificação e confeitaria, como por exemplo, os fornecedores de farinha e açúcar. É importante ressaltar a escolha dos fornecedores para garantir a qualidade do produto, principalmente, quando se pretende trabalhar em um nicho de negócio. Com isso, é preciso testar as principais marcas utilizadas na fabricação do produto junto ao confeito responsável para confirmar não aderência à receita proposta para o negócio. Além disso, é preciso manter bom relacionamento com os fornecedores visando atendimento rápido e negociação de preços. Segundo as forças competitivas de Porter, se o poder de barganha com os fornecedores é alto pode ajudar no sucesso dos negócios com relação ao controle de custos.

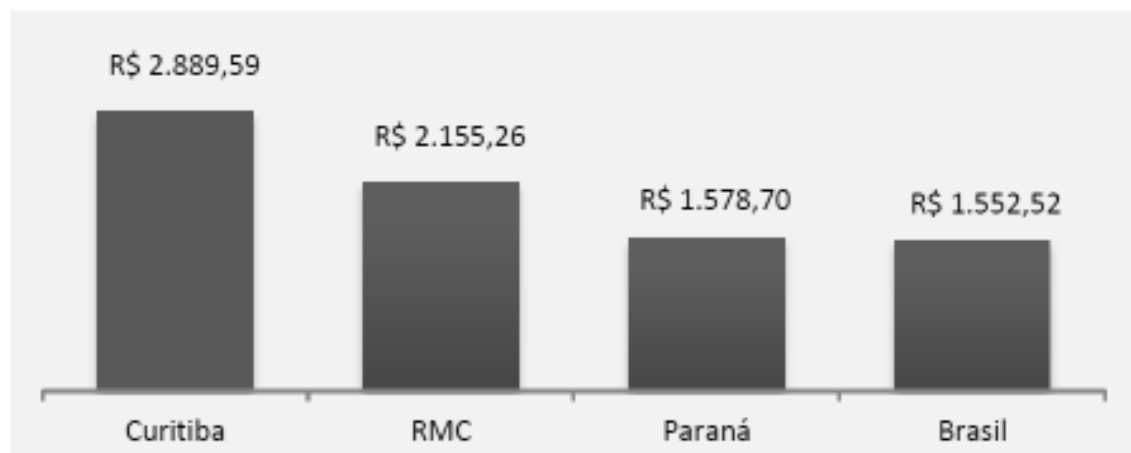
Na classificação de tamanho da empresa, por funcionários e por faturamento, o negócio estará inserido no ramo das microempresas. Pois, segundo o Sebrae, até 9 funcionários e receita bruta acima de R\$ 360.000,00 considera-se uma empresa de pequeno porte do setor de serviços pela Lei Complementar 123/2006.

O setor formal de Curitiba é composto por 96% de micro empresas, sendo quase metade das empresas atuando no setor de serviços. Nos bairros do Água Verde e Batel, somam mais de 8% dos estabelecimentos de serviços em Curitiba, com base em dados do Guia do Investidor e cadastros de alvarás em 2011.

### 3.2. ANÁLISE DA DEMANDA

Quanto ao perfil do cliente, a renda média do responsável pelo domicílio em Curitiba é acima da média do estado e do país. Já o mesmo valor para os bairros Água Verde e Batel está bem acima dessa média da capital, podendo ser quase quatro vezes maior nesse último bairro, segundo o Guia do Investidor. Com isso, considera-se que os clientes da região podem investir em um produto de maior qualidade e diferenciação, conforme figura 5.

Figura 5 - Renda média dos responsáveis por domicílios em Curitiba, RMC, Paraná e Brasil:



Fonte: Guia do Investidor 2012, dados IBGE.

Além dos domicílios, a região conta com prédios comerciais e um curso pré-vestibular bastante popular. Estima-se por pesquisa própria em um dos prédios da região em torno de 1.000 funcionários cadastrados. Já no colégio pré-vestibular mais 1.000 alunos ao longo do dia. Além disso, existem outros três colégios particulares na região, muito próximos ao ponto do negócio. Considerando-se que o público de passantes gira em torno de estudantes de escolas particulares e empregados de grandes empresas, entende-se que os mesmos também se encaixam na renda do bairro, em sua maioria.

Colocando como foco inicial o público do curso em frente à loja e o público total de um dos prédios comerciais, estima-se atender pouco mais de 12,5% destas pessoas. Isto é, 250 clientes por dia consumindo 1 donut. Por um preço de no mínimo R\$ 5,00 cada e considerando 22 dias úteis por mês, espera-se faturar em torno de R\$ 50 mil por mês.

Com o retorno da famosa franquia norte-americana para o Brasil em 2015, a tendência é de que o donuts se torne mais popular entre os brasileiros. Assim como ocorreu com os cupcakes há alguns anos atrás. Nesta linha voltada para nichos gastronômicos, espera-se aderir o produto a rotina do público-alvo.



### 3.3. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Na região escolhida para implantação da matriz do negócio, foram identificados quatro concorrentes para a Loja de Donuts. São eles:

- La Patisserie Panificadora
- Belle Café
- Lunes Lanches
- Pão e Arte Panificadora

Os concorrentes da região atuam, principalmente, no ramo de panificação e possuem mais produtos em seu portfólio. Apenas um deles atua de forma mais específica no ramo de sobremesas e café, que é o estabelecimento Belle Café. Com isso, entende-se que os quatro seriam fortes concorrentes por conta de já estarem consolidados na região e possuírem mais oferta que o negócio proposto neste trabalho.

Apesar do tempo de mercado e maior portfólio, os concorrentes apresentados possuem pontos fracos a serem considerados. Para a região, considera-se uma oferta ainda baixa de opções de lanches e café. O público é bastante diversificado, o que possibilita introdução de novos produtos e inovação de sabores. A presença de grande público jovem reforça essa necessidade de novidades na região e abertura para novos produtos, o que não é realizado pelas empresas atuais.

Especificamente com relação ao produto escolhido, o donuts é pouco ofertado na cidade de Curitiba. Existe apenas uma unidade voltada para o produto, franquia denominada Café Donuts nas instalações do Shopping Estação, no bairro Rebouças. Também é oferecido em supermercados e panificadoras em geral, mas sem destaque ou diferenciação que atraia os consumidores.

Portanto, a Loja de Donuts pretende aproveitar perfil e demanda da região para oferecer um produto diferente e um serviço que complete as necessidades dos consumidores, com ações ainda não realizadas pelos concorrentes identificados.

## 4. Oferta da Empresa

Inicialmente, a loja oferecerá dois tipos de massa, oito sabores doces e oito salgados com opção de personalizar o donut com os ingredientes disponíveis. As opções de bebidas serão o padrão de mercado para refrigerantes e sucos. Contudo, ofereceremos soda italiana e cafés personalizados, limitado a três tipos de cada.

O foco será ter opções de sabores e combinações diferenciadas de recheios para chamar a atenção do público. A realização de campanhas na rua para divulgar os produtos deve ser constante e sempre com um tema a ser explorado para envolver os passantes e valorizar os clientes já conquistados com a criatividade da empresa. Tudo com o intuito de reforçar a marca e transmitir nossa missão, visão e valores desde o início, colocando nossas características em evidência.

Dado o objetivo de diferenciação do produto como estratégia do plano de negócios, considera-se que o posicionamento da empresa, segundo estudos de Porter, está voltado para inovação, exclusividade e peculiaridade de um único produto. Ou seja, uma estratégia de diferenciação, que quando alcançada, permite lucros maiores, diminui a elasticidade ao preço e garante a fidelização de clientes que é o principal objetivo no primeiro momento do negócio.

Pretende-se ter um produto inovador, bastante diferenciado em formatos, tamanhos e sabores com o objetivo de atender café da manhã, lanches e almoço. Apesar de ser um produto único, existe a oportunidade de adequá-lo ao gosto do consumidor com opções integrais, doces e salgadas para comer no local ou para levar. Além dos estudantes e passantes, com opções de tamanho podemos atender empresas ou outras encomendas em grande número para festas, reuniões ou recepções.

A inovação e criatividade serão pontos principais da empresa, que devemos trabalhar constantemente para reforçar a marca através da diferenciação do produto. A diversidade de sabores e formatos é essencial para

introduzir o produto na rotina dos consumidores da região e para ganhar mercado dos concorrentes. As empresas da região do setor de panificação e café possuem mais opções de produtos, o que pode ser uma ameaça ao negócio e, por isso, as oportunidades desse nicho de negócio devem ser exploradas ao máximo para garantir o sucesso da loja.

As fraquezas verificadas no negócio estão relacionadas ao tipo de produto, pois o mesmo não está difundido na cultura brasileira. O fato de ser um produto único, uma loja específica para um nicho de mercado também pode ser uma ameaça, se não forem bem trabalhadas as forças e oportunidades do negócio. Segue matriz swot do negócio na tabela 1.

Tabela 1 – Matriz Swot Loja Donuts

FORÇAS		OPORTUNIDADES	
INOVAÇÃO CRIATIVIDADE DESIGN	Ações: 1) Reforçar marca 2) Inovar sempre 3) Diferenciação produto	DIVERSIFICAÇÃO PRODUTOS	Ações: 1) Ampliar cardápio 2) Ampliar opções de atendimentos 3) Produtos temáticos
FRAQUEZAS		AMEAÇAS	
PRODUTO ÚNICO	Ações: 1) Marketing 2) Ampliar cardápio	PRODUTOS SUBSTITUTOS PRÓXIMOS CONCORRENTES CONSAGRADOS	Ações: 1) Marketing 2) Ampliar cardápio

## 5. Plano Operacional

### 5.1 RECURSOS HUMANOS

A Loja de Donuts contará com cinco funcionários: dois atendentes com expedientes das 7h da manhã às 16h e das 10h às 19h; dois cozinheiros com turnos das 6h às 15h e das 10h00min às 19h00min; um gerente das 9h às 18h. Todos os funcionários terão intervalo de 1h para almoço, intercalado com seu par para cobrir todo o horário de expediente do estabelecimento.

A função dos atendentes é de abrir e fechar a loja, fazer a organização dos donuts na vitrine, manter o ambiente limpo e organizado, registrar e cobrar os pedidos, servir as mesas ou entregar os pedidos para viagem. As qualificações necessárias para exercer a função são: experiência com atendimento ao público e função de caixa, preferencialmente em outras panificadoras ou lanchonetes, conhecimentos básicos de informática, domínio de matemática e foco no trabalho em equipe.

Os cozinheiros terão como principal responsabilidade a produção dos donuts, controles de horário e quantidades produzidas, rotatividade de sabores, inovação periódica no cardápio, controle de estoque de matéria prima, limpeza e higienização da cozinha e materiais de trabalho. A partir desses controles, o gerente da loja fará as compras e manutenção de equipamentos. As qualificações requeridas abrangem diploma em curso de confeitaria ou gastronomia, experiência em outros restaurantes ou panificadoras, perfil organizado e comprometido com os resultados.

O gerente da loja supervisionará os funcionários e terceirizados da loja, a rotina diária de atendimento ao público, fará a validação dos controles de caixa, de produção e de estoque, o encaminhamento de pedidos de matéria-prima e manutenção de equipamentos. O gerente deve possuir mais de cinco anos de experiência no ramo alimentício e de atendimento ao público, formação em

administração de empresas, economia ou contabilidade, perfil de liderança e postura ética.

A Loja de Donuts terá sua contabilidade, recursos humanos e serventes terceirizados para contribuir com o bom funcionamento das rotinas e controle da operação.

## 5.2 CAPACIDADE OPERACIONAL

O projeto Loja de Donuts estima venda de 5.500 donuts por mês, desta forma, com um ticket médio de R\$ 9,00. Isto é, uma venda média de um donut e uma bebida por pessoa ou 20 atendimentos por hora. Considerando um atendimento de 3 minutos em média, entende-se que a loja estaria apta a atender no máximo 250 pedidos por dia para atingir a meta de faturamento mês, conforme tabela 2.

Tabela 2 – Previsão Receita Mensal

Clientes/dia		250
Ticket médio	R\$	9,00
Receita média	R\$	2.250,00
Total de dias		22
<b>Receita Mensal</b>	<b>R\$</b>	<b>49.500,00</b>

Para este fluxo, serão considerados dois horários de pico dos atendimentos: às 8h e 12h20, horários de intervalo e saída do cursinho localizado em frente à loja, mas também horário de trabalhadores da região de entrada e saída para almoço no trabalho. Para manter a qualidade e eficiência no atendimento nos momentos de pico, o gerente da loja auxiliará no caixa para que o atendente separe os pedidos entregando imediatamente ao cliente.

Após o horário do almoço o fluxo de vendas tende a diminuir, podendo o atendente se dedicar a organização e limpeza das mesas, balcão e vitrine. Por volta das 17h, o movimento deve aumentar por conta da saída do trabalho, mas

em menor número por conta da ausência dos estudantes de cursinho nesse período.

Com este plano operacional, a loja estará apta a atender com excelência a proposta de 5500 donuts por mês com as opções complementares do cardápio. Além disso, poderá facilmente aumentar a sua capacidade de atendimento com a contratação de um atendente adicional.

### 5.3 CAPACIDADE INSTALADA

O espaço físico total da loja será de 200 m<sup>2</sup>, conforme ponto disponível no endereço. A loja terá 100 m<sup>2</sup> para atendimento entre mesas, balcão e vitrine, caixa e banheiros. A cozinha ocupará 60 m<sup>2</sup> e os demais 40 m<sup>2</sup> ficarão com estoque, escritório, vestiário e banheiro dos funcionários.

Na área da cozinha, estarão instaladas as bancadas de produção e decoração dos donuts, pia para lavagem dos instrumentos, bancada com os eletrodomésticos necessários e espaço para os fornos. No estoque estarão disponíveis os ingredientes com o devido controle de quantidade e prazo de validade, em prateleiras e refrigerador.

O custo do aluguel é de R\$ 4.000,00 ao mês.

### 5.4 ASPECTOS LEGAIS

Para constituição da empresa, o contador terceirizado ficará responsável por dar andamento nos aspectos legais e o preenchimento dos formulários será supervisionado pelo sócio-diretor.

Dentre os processos e documentos para abertura, pode-se citar atendimento aos seguintes órgãos: Junta Comercial; Secretaria da Receita Federal; Secretaria Estadual da Fazenda; Prefeitura do Município; Sindicato da categoria; Corpo de Bombeiros; Agência Nacional de Vigilância Sanitária; Caixa Econômica, entre outros.

Através desses órgãos, o sócio e o contador providenciarão as licenças necessárias para abertura do negócio, como CNPJ, alvará, licença sanitária, liberação dos bombeiros e prefeitura para o local e equipamentos e demais exigências legais. Enquanto isso, o gerente da loja providenciará o recrutamento de funcionários junto à empresa de recursos humanos terceirizada, as promoções e eventos de marketing para propaganda do negócio, as regras de proteção ao consumidor e outros assuntos internos para inauguração da loja.



## 6. Plano Financeiro

### 6.1 INVESTIMENTO FIXO

O investimento fixo estará todo voltado a infra-estrutura da Loja de Donuts, para reforma do local de acordo com a ideia da marca customizando o ambiente para um atendimento rápido e de maior conforto aos clientes, além de adequação para um estabelecimento de produtos alimentícios conforme normas da ANVISA. Estima-se um investimento de aproximadamente R\$ 90.000,00 que já inclui gastos com equipamentos e mobília, conforme tabela 3 abaixo.

Tabela 3 – Investimento Fixo

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%*
<b>Construções</b>	<b>30.000,00</b>	33,80%
Reforma	30.000,00	
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>19.500,00</b>	21,97%
Ar Condicionado	5.000,00	
Fornos	6.000,00	
Eletrodomésticos	3.000,00	
Máquina de café	2.000,00	
TV Led 42"	2.000,00	
Telefones	300,00	
Impressora fiscal	1.200,00	
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>31.000,00</b>	34,93%
Mesas para escritório	1.000,00	
Cadeiras para escritório	500,00	
Balcão	3.000,00	
Banquetas Balcão	2.000,00	
Vitrines/Expositores	5.000,00	
Prateleiras	5.000,00	
Mesas e cadeiras	4.000,00	
Utensílios	1.500,00	
Refrigeradores	9.000,00	
<b>Computadores</b>	<b>8.250,00</b>	9,30%
Computadores	3.000,00	
Multifuncional	750,00	
Software	4.500,00	
<b>Taxa de Franquia</b>	-	0,00%
<b>Veículos</b>	-	0,00%
<b>Outros</b>	-	0,00%
<b>Total Investimento Fixo</b>	<b>R\$ 88.750,00</b>	<b>100%</b>

\*Percentual de depreciação por grupo.

## 6.2 INVESTIMENTO INICIAL

O investimento inicial estimado em R\$ 90.000,00 considera reforma predial, investimento em máquinas e equipamentos, móveis e utensílios, computadores, entre outras necessidades da loja.

Para um faturamento aproximado médio de R\$ 103.000,00 ao mês no primeiro ano, o investimento em estoques fica em torno de R\$ 50.000,00. Desta forma, para que o projeto tenha caixa suficiente é necessário que o sócio disponibilize um capital de R\$ 190.000,00.

Com o investimento realizado pelo sócio, isso tende a diminuir a despesa financeira impactando positivamente no fluxo de caixa do primeiro ano.

## 6.3 RESULTADO NO PRIMEIRO ANO

Com a projeção de vendas realizada para o projeto, avalia-se que as receitas do primeiro mês sejam de R\$ 49.500,00 e as mesmas cresçam e atinjam no 12º mês R\$152.826,00 de faturamento, totalizando R\$ 1.246.072,00 no primeiro ano de funcionamento. Utilizou-se vendas iniciais de 5.500 donuts mês com projeção de crescimento médio de 10% no primeiro ano.

A empresa enquadra-se no Simples Nacional, com uma alíquota de 9,03% incidente sobre a receita bruta. Quanto aos custos, foram estimados em 50% da receita bruta e demais despesas, como folha de pagamento, energia, água e outros estão evidenciados na demonstração financeira de resultado (DRE), tabela 4 a seguir.

Tabela 4 – Demonstração Financeira de Resultados (DRE)

Descrição		1ºano	2ºano	% 1º ano	% 2º ano
Receitas	R\$	1.246.072	R\$ 1.925.606	108,0%	110,7%
Simple Nacional	-R\$	92.156	-R\$ 186.126	-8,0%	-10,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>R\$</b>	<b>1.153.916</b>	<b>R\$ 1.739.480</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
C.P.V	-R\$	623.036	-R\$ 962.803	-54,0%	-55,4%
<b>Margem de Contribuição</b>	<b>R\$</b>	<b>530.880</b>	<b>R\$ 776.677</b>	<b>46,0%</b>	<b>44,6%</b>
Despesas	-R\$	484.560	-R\$ 511.788	-42,0%	-29,4%
Folha de Pagamento	-R\$	265.200	-R\$ 289.068	-23,0%	-16,6%
Aluguel	-R\$	48.000	-R\$ 51.360	-4,2%	-3,0%
Seguro	-R\$	12.000	-R\$ 12.000	-1,0%	-0,7%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	-R\$	39.960	-R\$ 39.960	-3,5%	-2,3%
Água	-R\$	30.000	-R\$ 30.000	-2,6%	-1,7%
Luz	-R\$	60.000	-R\$ 60.000	-5,2%	-3,4%
Telefone/TV	-R\$	3.000	-R\$ 3.000	-0,3%	-0,2%
Contador	-R\$	4.800	-R\$ 4.800	-0,4%	-0,3%
Material de Expediente e Consumi	-R\$	6.000	-R\$ 6.000	-0,5%	-0,3%
Manutenção	-R\$	6.000	-R\$ 6.000	-0,5%	-0,3%
Serviços de Terceiros	-R\$	9.600	-R\$ 9.600	-0,8%	-0,6%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>R\$</b>	<b>46.320</b>	<b>R\$ 264.889</b>	<b>4,0%</b>	<b>15,2%</b>

Conforme projeções, a margem de contribuição será de 46% no primeiro ano e 44% no segundo ano, com lucro líquido de 4% logo no primeiro ano de funcionamento da Loja de Donuts. No segundo ano, após consolidação da unidade, as receitas tendem a ficar mais estáveis atingindo faturamento total de R\$1.925.606,00 e lucro líquido de 15%.

#### 6.4 ANÁLISE DE VIABILIDADE

Verificamos que a lucratividade pula de 4% para 15% das receitas líquidas. Isto se deve principalmente ao crescimento gradual do faturamento nos primeiros meses.

Com investimentos iniciais de R\$ 190.000,00 o payback para este investimento se dará em cerca de 1,2 ano.

Já no segundo ano a operação se torna rentável, rentabilizando a 88% do capital investido.

## 7. Conclusão

Este projeto conclui que a Loja de Donuts é um plano de negócio rentável, ou seja, é um bom investimento a ser realizado. Segundo as análises realizadas neste plano, o cenário é bastante favorável tanto do ponto de vista mercadológico quanto financeiro, sendo uma oportunidade de negócio real.

A análise financeira apresenta um payback de apenas 1,2 anos, com um investimento de R\$190.000,00 e atingindo rentabilidade do capital investido de 88% já no segundo ano. Portanto, pode-se dizer que o retorno do projeto é alto e rápido.

Contudo, sabe-se também que para se fixar em um mercado já existente, o negócio deve ser muito atrativo e focado em seus potenciais consumidores, reforçando com frequência o seu diferencial perante os concorrentes. Por isso, este estudo reforça a ideia de personalização e inovação do produto visando fixação no mercado e perenidade do negócio.

Por fim, o projeto Loja de Donuts é considerado um excelente investimento.

## 8. Referências Bibliográficas

Japa Equipamentos. **Consulta de preços de equipamentos**. Disponível em: <<https://www.japaequipamentos.com.br/produtos-index/categorias/2021141/docerias.html>> Acesso em: 10/10/2015.

Google Trends. **Pesquisas sobre confeitarias**. Disponível em: <<https://www.google.com.br/trends/?hl=pt-BR>> Acesso em: 03/08/2015.

Google Trends. **Pesquisas sobre donuts**. Disponível em: <<https://www.google.com.br/trends/?hl=pt-BR>> Acesso em: 10/05/2015.

Porter, Michael E. **Vantagem Competitiva**, Campus, Rio de Janeiro, Campus, 1989.

Prefeitura de Curitiba. Agência Curitiba. **Guia do investidor**, 2012.

Prefeitura de Curitiba. Instituto de Pesquisa Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC). **Curitiba em dados**. Disponível em: <<http://www.ippuc.org.br/mostrarPagina.php?pagina=131>> Acesso em: 15/07/2015.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). **Critérios de classificação de empresas: MEI – ME – EPP**. Disponível em: <<http://www.sebraepr.com.br/sites/PortalSebrae>> Acesso em: 03/08/2015.