

CAMILA MACHADO

PLANO DE NEGOCIOS COFFEE THRU – PADARIA DRIVE THRU

**Trabalho apresentado ao Curso MBA, Turma
GEE 2/15, em Gestão Estratégica de Empresas,
ISAE/FGV.**

Orientador: DENISE BASGAL

CURITIBA

2017

Frase de personagem histórico, exemplo:

“A leitura após certa idade distrai excessivamente o espírito humano das suas reflexões criadoras. Todo o homem que lê demais e usa o cérebro de menos adquire a preguiça de pensar.”

Albert Einstein.

SUMÁRIO

LISTA DE ILUSTRAÇÕES	VI
1 INTRODUÇÃO	7
2 ANÁLISE E LEVANTAMENTO DE DADOS.....	8
2.1 FUNDAMENTAÇÃO.....	8
2.2 MERCADO	8
2.3 ESTRATÉGIA DE PENETRAÇÃO NO MERCADO.....	14
2.4 EMPREENDIMENTO	15
2.4.1 Estrutura Jurídica e Documentação	15
2.4.1.1 Identificação da empresa	15
2.4.1.2 Localização e estrutura física.....	15
2.4.1.3 Documentação	17
2.4.1.4 Enquadramento Tributário.....	18
2.5 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	18
2.6 ANÁLISE ESTRATÉGICA	22
2.6.1 Princípios da empresa.....	22
2.6.1.1 Missão.....	22
2.6.1.2 Visão	22
2.6.1.3 Valores.....	22
2.6.2 Análise SWOT.....	23
2.7 DESCRIÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO OFERTADO.....	24
2.8 ANÁLISE DA DEMANDA POTENCIAL	26
2.8.1 Levantamento de Dados – Bairro Santa Felicidade	26
2.8.2 Método e Cálculo da Demanda.....	27
2.9 ANÁLISE DA CONCORRENCIA.....	29
2.10 ANÁLISE DOS FORNECEDORES	29
2.11 VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA	30
2.11.1 Investimento Inicial.....	30
2.11.2 Despesas Fixas e Variáveis	32
2.11.3 Composição do Preço de Venda.....	34
2.12 PROJEÇÃO DE RESULTADOS (DRE) DOS 3 PRIMEIROS ANOS.....	35
2.12.1 Payback.....	39
2.12.2 Análise de Rentabilidade.....	39

2.12.2.1 Margem de Lucro	39
2.12.3 Análise de Lucratividade	40
2.12.3.1 Margem Bruta	40
2.12.3.2 Margem Líquida	40
3 CONCLUSÃO	42
REFERÊNCIAS.....	43

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - FATURAMENTO SETOR DE PANIFICAÇÃO NO BRASIL.....	9
GRÁFICO 1 - EVOLUÇÃO TICKET MEDIO X FUNCIONÁRIOS X CLIENTES 2007 - 2014	10
GRÁFICO 2 - NUMERO DE FUNCIOÁRIOS POR EMPRESA DO SETOR	11
GRÁFICO 3 - ITENS MAIS VENDIDOS POR PADARIAS NO CAFÉ DA MANHÃ	11
GRÁFICO 4 - ITENS MAIS VENDIDOS POR PADARIAS NO LANCHE DA TARDE	12
FIGURA 2 - LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA	16
FIGURA 3 - EXEMPLO DA ESTRUTURA INTERNA DO CONTAINER	17
TABELA 1 - INPC ACUMULADO DOS ULTIMOS 12 MESES.....	20
FIGURA 4 - CUSTO SALÁRIOS NOS 3 PRIMEIROS ANOS.....	21
FIGURA 5 - CARDÁPIO COFFEE THRU.....	26
TABELA 2 - POPULAÇÃO SANTA FELICIDADE	27
TABELA 3 - VALOR DO RENDIMENTO MÉDIO E MEDIANO MENSAL	27
TABELA 4 - APURAÇÃO TICKET MÉDIO.....	28
TABELA 5 - APURAÇÃO CRESCIMENTO MEDIO DO SETOR DE PANIFICAÇÃO.....	28
TABELA 6 - INFLAÇÃO ACUMULADA NOS ULTIMOS 12 MESES	29
TABELA 7 - DEMANDA POTENCIAL	29
FIGURA 6 - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCICIO – ANO 1....	36
FIGURA 7 - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCICIO – ANO 2....	37
FIGURA 8 - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCICIO – ANO 3....	38
TABELA 8 - PAYBACK DESCONTADO	39
TABELA 9 - MARGEM DE LUCRO ANO 1/ ANO 2	40
TABELA 10 - MARGEM BRUTA ANO 1/ ANO 2	40
TABELA 11 - MARGEM LÍQUIDA ANO 1/ ANO 2	40

1 INTRODUÇÃO

Um ponto favorável ao empresário de panificação e confeitaria é o fato de que este é um mercado em crescimento, de grande apelo junto ao público. As padarias e confeitarias são negócios que participam ativamente da comunidade, das nossas vidas.

Neste cenário, a Coffee Thru foi idealizada para ser fácil, eficiente e sustentável, oferecendo produtos saudáveis e de qualidade para aquelas pessoas que, quando precisam comprar uma bebida, lanche ou simplesmente garantir seu pãozinho fresco no início da manhã ou fim de tarde, possam fazê-lo de maneira simples e sem precisarem sair do carro. Simplificar ao máximo é o nosso objetivo.

A proposta de padaria drive thru utilizando o sistema de containers é novidade em Curitiba e dá ao negócio um apelo ecologicamente correto. Nosso público alvo são famílias, com filhos ou não, que possuam carro, que querem comodidade e rapidez e que buscam tirar o maior proveito do seu tempo.

2 ANÁLISE E LEVANTAMENTO DE DADOS

2.1 FUNDAMENTAÇÃO

O mercado de padarias em Curitiba é sólido, com grande demanda e lucratividade, além de não existir sazonalidade pela busca de seus produtos. O desenvolvimento do setor de panificação no Brasil remonta o período da primeira guerra mundial, quando surgiu a primeira Cooperativa do setor - União Cooperativa dos Proprietários de Padarias de São Paulo. Porém somente por volta dos anos 30 o setor começa a se reestruturar e amadurecer, com grande contribuição do recém-criado Sindicato dos Industriais de Panificação e Confeitaria de São Paulo nos anos que se seguiriam.

A padaria reconhecida como a mais antiga do Brasil, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria, é a Confeitaria Colombo. Fundada em 1894, no coração do Rio de Janeiro, ela faz parte do patrimônio cultural e artístico da cidade. Em Curitiba, segundo o Livro “Padaria América e o pão das gerações curitibanas”, da autora Juliana Reinhardt, a padaria mais antiga é a padaria América Fundada em 1913 por Eduardo Engelhardt, filho de imigrante alemão.

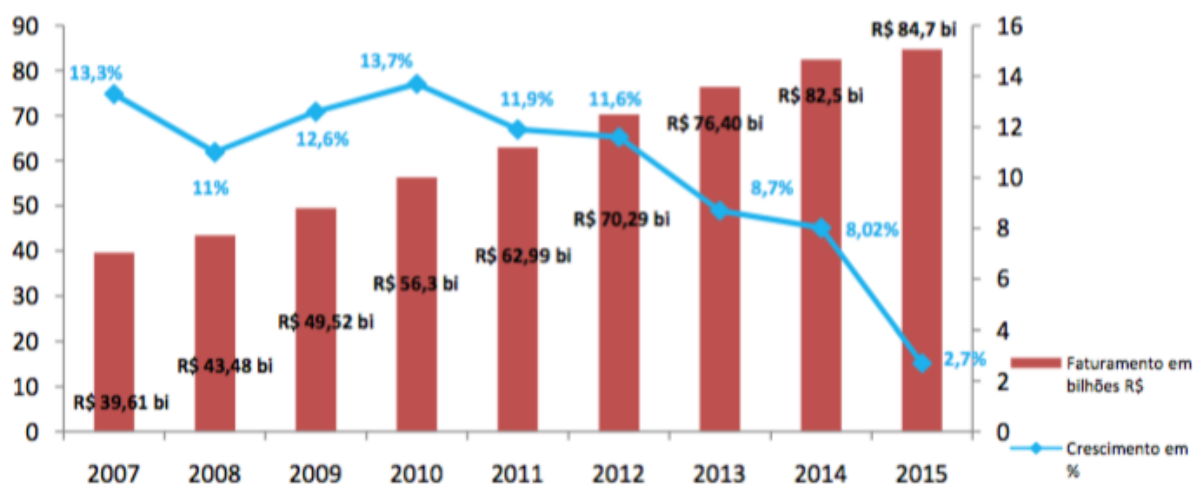
Já o Drive-Thru, segundo a revista Superinteressante, surgiu no ano de 1931 em Dallas, no Texas. Conceito elaborado e desenvolvido pelo, na época, jovem gerente da Lanchonete Pig Stands Royce Hailey, desafiado pelos duros anos da recessão, depois da quebra da bolsa em 1929. Apesar de disruptiva, a ideia custou a se espalhar. A primeira rede de lanchonetes a aderir ao sistema foi a Wendy's, quase 40 anos mais tarde. O primeiro McDonald's com drive-thru só foi aberto em 1975. Em contrapartida, hoje 90% das lojas americanas de fast food têm caixas expressas de drive-thru.

2.2 MERCADO

Segundo o levantamento realizado pelo Instituto Tecnológico de Panificação e Confeitaria (ITPC) em parceria com a Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP), o segmento de Panificação e Confeitaria brasileiras registraram um crescimento de 2,7%, com o faturamento chegando a R\$84,7 bilhões

em 2015. Apesar da clara tendência de desaceleração, o resultado do ano foi o menor registrado desde 2007.

FIGURA 1 - FATURAMENTO SETOR DE PANIFICAÇÃO NO BRASIL

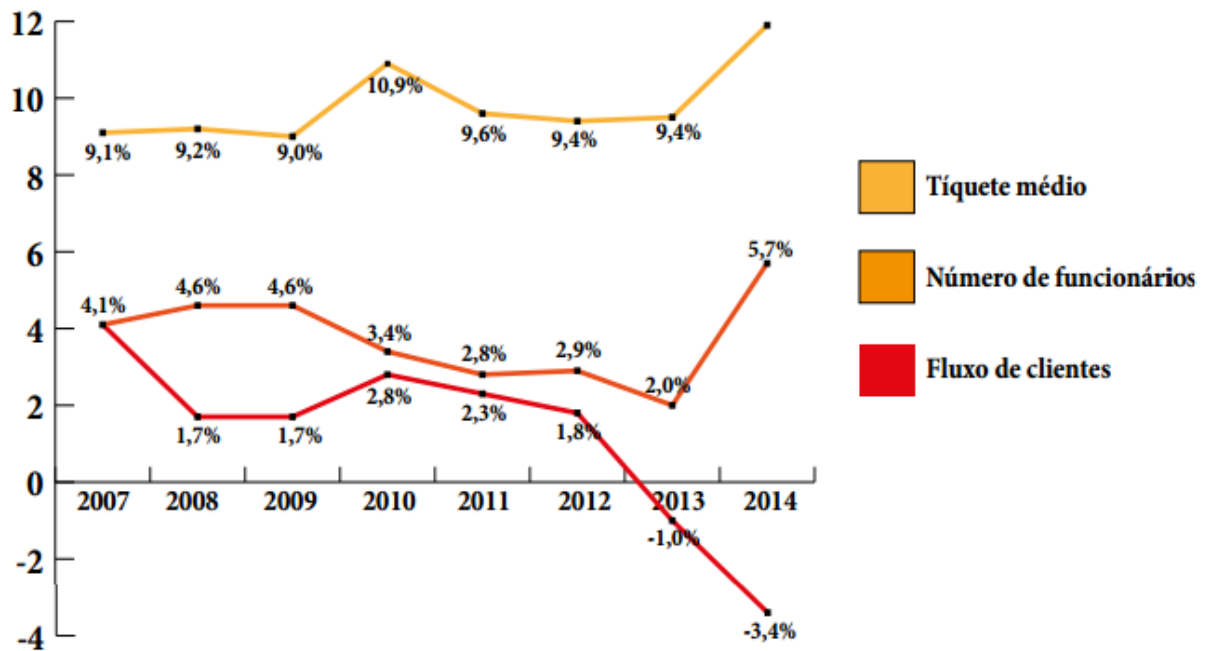


FONTE: ITPC (2015)

Levando em consideração que o número de empresas que compõem o setor se manteve estável, 63,2 mil segundo o relatório, as principais dificuldades apresentadas pelo setor se mostraram ser: a redução de 3,4% no número de clientes; o aumento de 6,8% nas despesas operacionais; além da inflação de 10,67% medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), que dificultou a vida dos empresários de diversos setores.

No entanto, apesar da redução do fluxo nas lojas, a pesquisa mostra que os clientes estão consumindo cada vez mais. O ticket médio, valor médio que cada cliente compra em seu estabelecimento - calculado a partir da soma de suas vendas e dividido pelo número de clientes que fizeram essas compras - teve a maior taxa de crescimento dos últimos oito anos, aumentando 5,7% no setor.

GRÁFICO 1 - EVOLUÇÃO TICKET MEDIO X FUNCIONÁRIOS X CLIENTES 2007 - 2014



Fonte: ABIP/ITPC (2015)

Em 2014 o setor faturou 82,5 bilhões. As empresas do setor receberam cerca de 41,5 milhões de clientes diários no último ano.

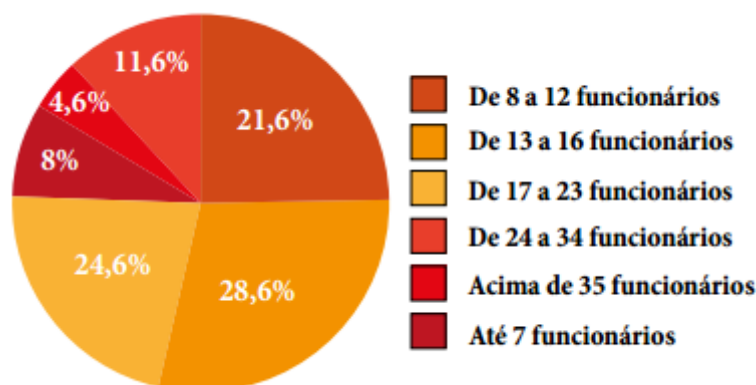
As empresas que trabalham com varejo, em especial, devem avaliar constantemente o valor do ticket médio para planejar suas futuras vendas e lucros cada vez maiores. Sabendo qual é o valor do seu ticket médio, pode-se avaliar o que os clientes estão comprando e preparar suas prateleiras e vitrines de acordo com os interesses do público. Utilizar dessas informações é estratégico, à medida que se aproveita da estimulação da compra de produtos preferidos, para chamar a atenção dele para outros itens que não estavam previstos em suas compras. A efetividade dessa prática se veria no aumento do valor do ticket médio.

A Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (ABIA) destaca que o setor de alimentação fora do lar tem crescido a uma média anual de 14,2%. Somente em 2014, a ampliação foi de 32,9% em comparação ao último ano, faturando 140 bilhões no Brasil, valor que corresponde a 2,4% do PIB nacional.

O setor representa cerca de 850 mil empregos diretos e 1,85 milhão de forma indireta. Em comparação com 2013, houve um aumento de 5,7% no número de postos de trabalhos gerados. Ainda de acordo com o levantamento do Instituto, o

faturamento por funcionário aumentou 2,5%, enquanto o salário médio cresceu 44,2%, em média, entre 2010 e 2014.

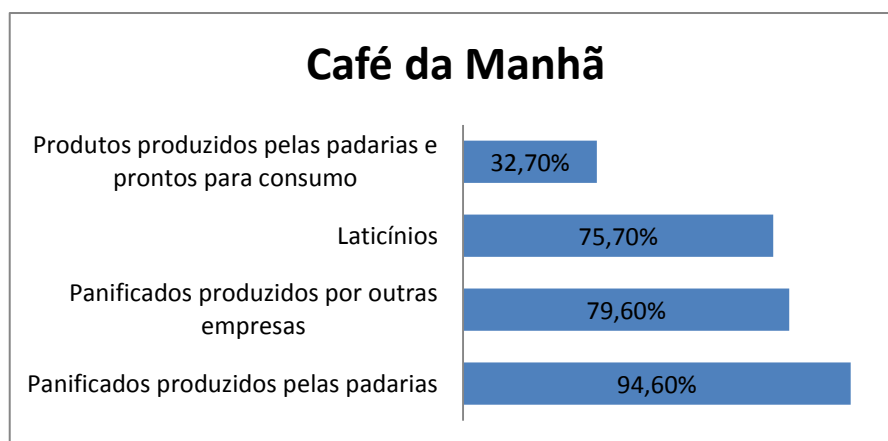
GRÁFICO 2 - NUMERO DE FUNCIONÁRIOS POR EMPRESA DO SETOR



Fonte: ABIP/ITPC (2015)

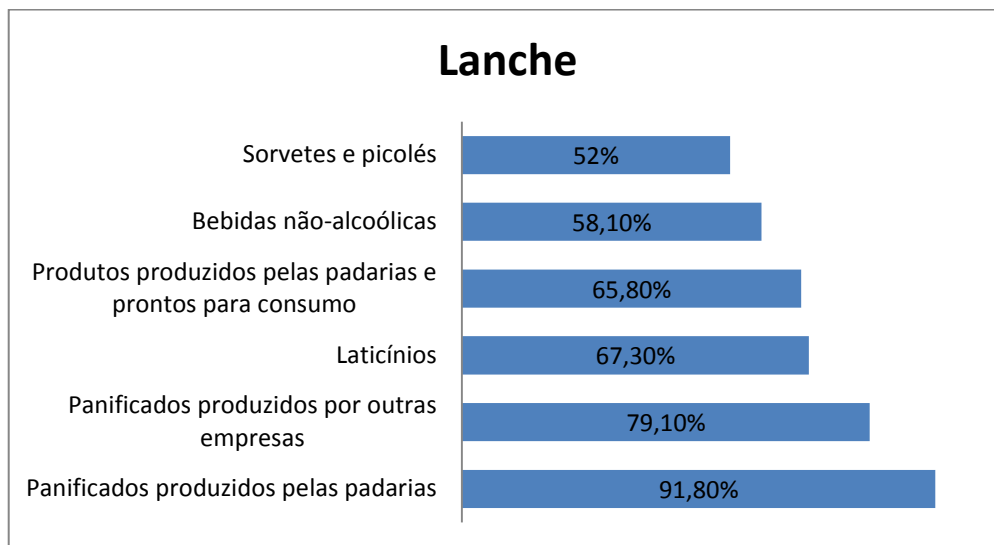
De acordo com pesquisa realizada pelo Dataconsumer (2014), As vendas de produção própria representam 55% do volume de faturamento o que representou R\$45,37 bilhões, seguido pelas bebidas, produtos de mercearia e laticínios. Isso mostra que as padarias estão cada vez mais se configurando como local de consumo não só de pães, embora estes liderem as buscas dos consumidores.

GRÁFICO 3 - ITENS MAIS VENDIDOS POR PADARIAS NO CAFÉ DA MANHÃ



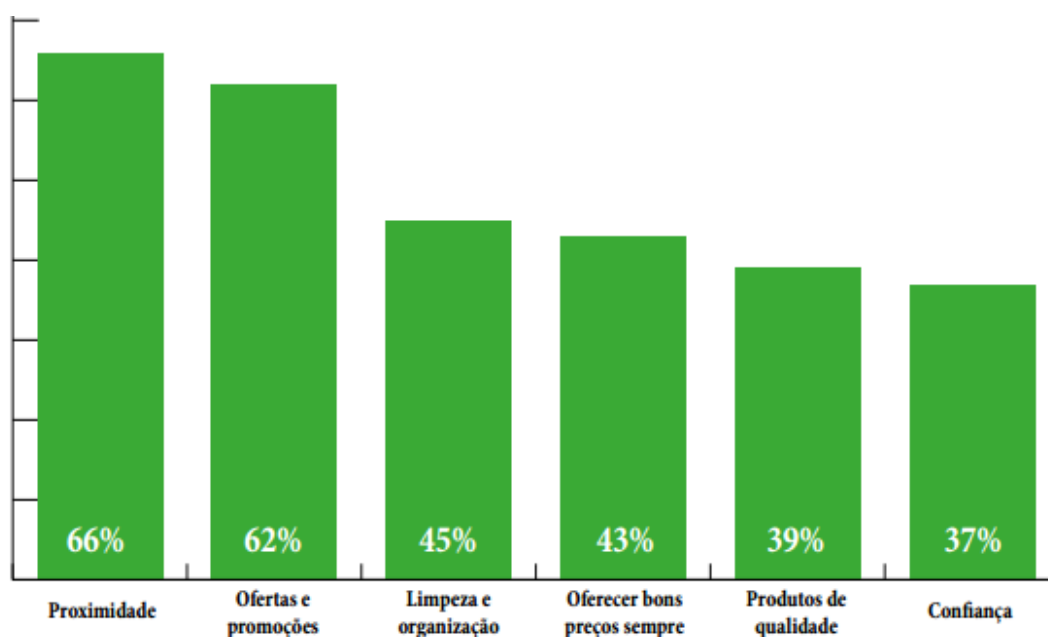
Fonte: Dataconsumer 2014 (Adaptado pelo Autor)

GRÁFICO 4 - ITENS MAIS VENDIDOS POR PADARIAS NO LANCHE DA TARDE



Fonte: Dataconsumer 2014 (Adaptado pelo Autor)

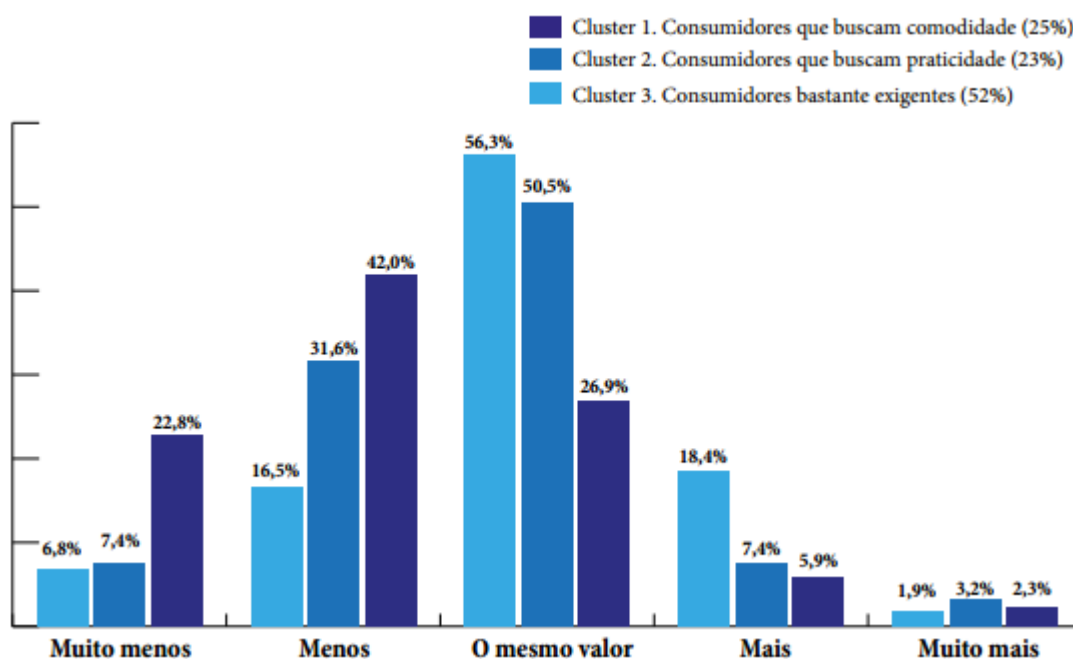
Depois da proximidade, a variedade de itens no mix e promoções no local vêm na sequência como os itens mais importantes na escolha dos canais pelos brasileiros, de acordo com um estudo da Kantar. Mais abaixo ficou a limpeza e organização do canal, oferecer bons preços sempre, produtos de qualidade, confiança, entre outros.



Fonte: Kantar World Panel (2015)

O consumidor também está mais exigente. As pessoas cada vez mais se preocupam com a saúde e bem-estar, com a qualidade dos produtos, se aquilo que consomem foi fabricado de forma menos agressiva ao meio ambiente. As padarias devem estar atentas a esse comportamento, refletindo essa atenção nos produtos e serviços que oferecem.

Também é possível perceber que o grau de exigência não impede a vontade de reduzir custos, de pagar menos pelos produtos. Entre os clientes mais exigentes o ideal é ter um produto com preço convidativo e alta qualidade. De acordo com dados do Dataconsumer (2013), os perfis de clientes que prezam a comodidade se satisfazem com os preços atuais e até pagariam mais um pouco.



Fonte: Dataconsumer (2013)

Por outro lado, a própria ABIP, em seu plano estratégico de desenvolvimento do setor lançado em 2013, já vislumbrava um futuro em mutação no mercado brasileiro de panificação.

De acordo com a associação, a visão de futuro contemplava, por exemplo, a existência de apenas quatro tipos de padarias até 2023:

1ª) as padarias gourmet, caracterizadas por padarias com mais de 300 m² de loja ou casas completas

2ª) as padarias com espaço entre 100m² / 300m² de loja, com forte tendência para padaria pequenas 40-50 m².

4ª) boulangeries ou boutiques de pão

Para isso, as padarias tendem a se utilizar cada vez mais da tecnologia da informática, redes sociais e acesso ao mercado pela internet, além de desenvolver padarias mais profissionais e ágeis, com a utilização em larga escala da tecnologia do frio, no qual grandes indústrias, que hoje são fornecedoras de matéria prima, venderão para as padarias pães congelados e pré-assados congelados, assim como produtos e confeitaria.

2.3 ESTRATÉGIA DE PENETRAÇÃO NO MERCADO

Para a penetração no mercado, será feito um investimento em outdoors localizados em pontos bem movimentados dos bairros vizinhos da cidade. Ao mesmo tempo se iniciará a divulgação da empresa através de panfletagem, que serão entregues em vários eventos, como nas próprias feiras, informando aos clientes da localização da Coffee Thru, a facilidade de pedido antecipado que poderão ser feitos através do aplicativo Coffee Thru, e também das novidades disponibilizadas nas redes sociais.

No mês seguinte entraremos com as chamadas em rádios, pulverizando a ideia entre os potenciais clientes.

De acordo com Ginesi, Camilla (2013, Revista Exame) um dos 7 passos de fidelização dos clientes é através do cartão de fidelidade, portanto em paralelo a este cenário de divulgação externa, será criado a partir do primeiro mês estratégias de fidelização, como o cartão fidelidade. Além disso, no dia do aniversário, apresentando um documento que o identifique, o cliente poderia escolher uma opção de doce disponível em cardápio.

2.4 EMPREENDIMENTO

A proposta de padaria drive thru utilizando o sistema de containers dá ao negócio um apelo ecologicamente correto, além de ser da facilidade de mobilidade da estrutura caso seja necessário. Nosso publico alvo são famílias, com filhos ou não, que possuam carro, que querem comodidade e rapidez e que buscam tirar o maior proveito do seu tempo. Projeta-se comercializar aproximadamente 500 pães/dia.

Qualidade, produtividade e sustentabilidade são os itens que norteiam o desenvolvimento da Coffee Thru.

2.4.1 Estrutura Jurídica e Documentação

2.4.1.1 Identificação da empresa

Razao social: Cwbpn Comercio e Fabricação de paes Ltda.

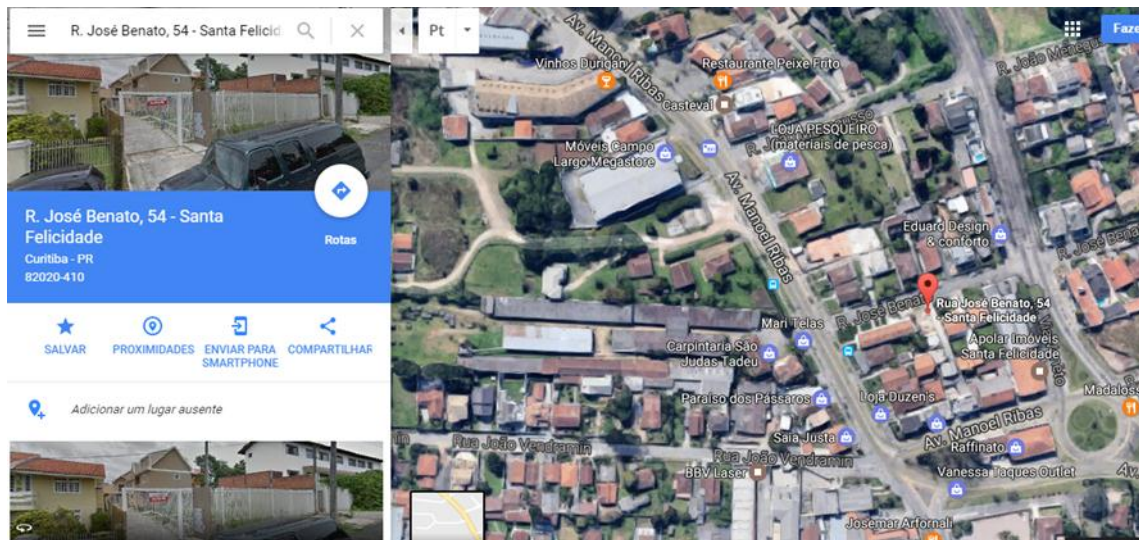
Nome fantasia: Coffee- Thru

2.4.1.2 Localização e estrutura física

Endereço: R JOSE BENATO, 54, Santa Felicidade, Curitiba.

Localização escolhida considerando-se o grande trânsito de pessoas na região, além da proximidade com Universidades e diversos condomínios residenciais.

FIGURA 2 - LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA



Fonte: Google Maps

A unidade será constituída em modalidade container. O container de 40 pés, terá 29 metros quadrados (12 metros de comprimento x 2,45 metros de largura). Capacidade para um volume aproximado de 200 a 500 cafés por dia, incluindo café gelado e café frozen. Acomodando de três colaboradores.

A produção de panificados congelados é o mesmo da padaria convencional, mas requer alguns investimentos de infraestrutura. O principal é climatizar o ambiente e o processo de congelar esses produtos com ultracongeladores e o processo de estocagem com câmaras ou locais apropriados. Também são necessários investimentos em logística. É preciso ter condições de realizar o transporte, a entrega e a estocagem deste produto no seu destino sem interromper a cadeia fria. Além disso, são necessários cuidados com o descongelamento dos produtos.

FIGURA 3 - EXEMPLO DA ESTRUTURA INTERNA DO CONTAINER



Fonte: Pão Container - SP, Padaria Drive Thru

2.4.1.3 Documentação

O primeiro passo para abertura da empresa será a verificação de nome empresarial idêntico ou semelhante ao escolhido. Por lei, não pode haver duas empresas com nomes idênticos no mesmo ramo de atividade dentro do Estado.

Para o requerimento de empresário, são necessárias:

- Requerimento da junta comercial - Capa de Processo;
- 04 vias requerimento de empresário;
- CPF e Carteira de Identidade do titular, autenticada pelo cartório;
- DARF em 02 vias;

Normalmente, as prefeituras exigem, para funcionamento da empresa, a pertinente inspeção e vistoria técnica, bem como a respectivo Alvara de Licença do

Corpo de Bombeiros. O Alvara de licença e funcionamento e retirado na Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano.

Como próximo passo para o registro da empresa industrial ou comercial, há a obrigatoriedade de se obter a inscrição no Cadastre Geral de Contribuintes da Secretaria de Estado da Fazenda. Toda empresa deve se inscrever também no INSS, que pode ser feito simultaneamente com a inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), ou perante o INSS no prazo de 30 dias contados do início de suas atividades.

Depois de formalizada, a empresa deve retornar à Agência da Receita Estadual, a qual esteja subordinada, para obter a Autorização para Impressão de Documentos Fiscais - AIDF (para confecção de boletos de Notas Fiscais).

2.4.1.4 Enquadramento Tributário

Com a projeção de faturamento anual da Coffee Thru, identificou-se que o mesmo será inferior a R\$ 2.400.000,00, o que a caracteriza como empresa de pequeno porte, possibilitando o enquadramento no simples. Neste regime

Os seguintes impostos são cobrados sobre o faturamento:

- IRPJ Simples (Imposto de Renda Pessoa Jurídica - cobrado através da Receita Bruta Acumulada)
- ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadoria - cobrado através da receita bruta mensal).

A empresa não possuirá incentivos fiscais.

2.5 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A Coffee Thru possuirá um quadro de funcionários conforme regime da CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas) e o proprietário receberá Pro-labore.

O estabelecimento funcionará todos os dias, das 6:30 as 20:00 inclusive aos sábados, domingos e feriados. Ao total, a unidade terá 6 funcionários, que trabalharão em escalas.

- Operador de Caixa

Descrição da função: Recebe valores de vendas de produtos e serviços, atende público em estabelecimentos comerciais, realiza a abertura e fechamento de caixa e emite notas fiscais.

- Auxiliar de Produção:

Descrição da função Prepara, separa e abastece materiais para as linhas de produção. Faz montagem de equipamentos, operação, manutenção e limpeza de máquinas e presta assistência aos operadores.

- Balconista/Atendente

Descrição da função Atende clientes em lojas, telefone e realiza coleta de pedidos e encomendas. Demonstra produtos e efetua vendas internas. Confere, armazena, vende, cobra e organiza mercadorias.

A organização optará por escala de revezamento 6 x 1, ou seja, trabalhar-se seis dias e folga-se um, respeitando a Jornada de trabalho de 176 horas mensais.

(*) Descrição de horários das escalas:

Atendente/Caixa/Auxiliar de Produção

Das 06:00h as 13:20h com 1 Folga semanal

Das 12:40h as 20:00h com 1 Folga semanal

Abaixo, observa-se o modelo de escala que será utilizado na organização estudada.

QUADRO 1 - MODELO DE ESCALA UTILIZADO NA ORGANIZAÇÃO.

ESCALA DE REVEZAMENTO																	Visto Fiscalização							
Empresa: <u>Coffee Thru</u> Município: <u>Curitiba</u> UF: <u>Paraná</u>																								
Endereço: _____ Mês/Ano: _____																								
Setor/Depto: <u>Panificação</u>																								
Seq.	Colaboradores	Horário	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
			S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S
1	Atendente	A							F						F						F			
2	Atendente	B						F						F						F				
3	Caixa	A							F						F						F			
4	Caixa	B						F						F						F				
5	Auxiliar de Produção	A							F						F						F			
Obs:																								
Legenda: Folga (F)																								

Fonte: O Autor

Os salários serão reajustados de acordo ao estipulado na Cláusula Sexta da CONVENÇÃO COLETIVA DE TRABALHO 2014/2016 do SINDICATO DA

INDUSTRIA DE PANIFICACAO E CONFEITARIA NO ESTADO DO PARANA (STIP).

CLÁUSULA SEXTA - REAJUSTE SALARIAL 2015 VIGÊNCIA DA CLÁUSULA: 01/05/2015 a 30/04/2016 Os salários dos empregados serão aumentados a partir do dia 1º de maio de 2015, pela aplicação do INPC acumulado entre 1º de maio de 2014 a 30 de abril de 2015, acrescido de 2,06% (dois vírgula zero seis por cento) sob o título de aumento real. O percentual resultante (INPC + 2,06%) deverá ser aplicado sobre os salários vigentes em 1º de maio de 2014, já reajustados conforme a cláusula terceira do presente instrumento coletivo.

TABELA 1 - INPC ACUMULADO DOS ULTIMOS 12 MESES

Mês/ano	Índice do mês (%)	Índice acumulado no ano (%)	Índice acumulado nos últimos 12 meses (%)
dez/16	0,14	6,58	6,58

Fonte: IBGE/ <http://www.portalbrasil.net/inpc.htm>. Adaptado pelo Autor

FIGURA 4 - CUSTO SALÁRIOS NOS 3 PRIMEIROS ANOS

SALÁRIOS FUNCIONÁRIOS - ANUAL															
2															
FUNÇÃO	Nº Funcionários	SALÁRIO	Vale-Transporte	Vale-Alimentação	INSS Patronal	FGTS	IRRF	INSS Empregado	Férias	Provisão de Férias 33,33%	Provisão 13º	Encargos Férias	Encargos 13º	ENCARGOS	TOTAL MÊS
Atendente	2	R\$ 2.368,50	R\$ 231,89	R\$ 98,30	R\$ 634,76	R\$ 189,48	R\$ -	R\$ 260,54	R\$ 197,38	R\$ 65,79	R\$ 197,38	R\$ 68,69	R\$ 68,69	R\$ 1.682,68	R\$ 4.051,18
Caixa	2	R\$ 2.136,76	R\$ 122,90	R\$ 144,65	R\$ 572,65	R\$ 170,94	R\$ -	R\$ 235,04	R\$ 178,06	R\$ 59,35	R\$ 178,06	R\$ 61,97	R\$ 61,97	R\$ 1.518,04	R\$ 3.654,80
Auxiliar de Produção	2	R\$ 2.377,72	R\$ 115,67	R\$ 96,46	R\$ 637,23	R\$ 190,22	R\$ -	R\$ 261,55	R\$ 198,14	R\$ 66,04	R\$ 198,14	R\$ 68,95	R\$ 68,95	R\$ 1.689,23	R\$ 4.066,95
Total Mês	6	R\$ 6.882,98	R\$ 470,46	R\$ 339,40	R\$ 1.844,64	R\$ 550,64	R\$ -	R\$ 757,13	R\$ 573,58	R\$ 191,17	R\$ 573,58	R\$ 199,61	R\$ 199,61	R\$ 4.889,96	R\$ 11.772,94
Total Ano 1	6	R\$ 82.595,76	R\$ 5.645,47	R\$ 4.072,85	R\$ 22.135,66	R\$ 6.607,66	R\$ -	R\$ 9.085,53	R\$ 6.882,98	R\$ 2.294,10	R\$ 6.882,98	R\$ 2.395,28	R\$ 2.395,28	R\$ 58.679,47	R\$ 141.275,23

FUNÇÃO	Nº Funcionários	SALÁRIO	Vale-Transporte	Vale-Alimentação	INSS Patronal	FGTS	IRRF	INSS Empregado	Férias	Provisão de Férias 33,33%	Provisão 13º	Encargos Férias	Encargos 13º	ENCARGOS	TOTAL MÊS
Atendente	2	R\$ 2.573,14	R\$ 242,08	R\$ 91,74	R\$ 689,60	R\$ 205,85	R\$ -	R\$ 283,05	R\$ 214,43	R\$ 71,47	R\$ 214,43	R\$ 74,62	R\$ 74,62	R\$ 1.828,06	R\$ 4.401,20
Caixa	2	R\$ 2.321,38	R\$ 257,19	R\$ 142,09	R\$ 622,13	R\$ 185,71	R\$ -	R\$ 255,35	R\$ 193,45	R\$ 64,48	R\$ 193,45	R\$ 67,32	R\$ 67,32	R\$ 1.649,20	R\$ 3.970,58
Auxiliar de Produção	2	R\$ 2.583,16	R\$ 241,48	R\$ 89,73	R\$ 692,29	R\$ 206,65	R\$ -	R\$ 284,15	R\$ 215,26	R\$ 71,75	R\$ 215,26	R\$ 74,91	R\$ 74,91	R\$ 1.835,18	R\$ 4.418,34
Total Mês	6	R\$ 7.477,67	R\$ 740,75	R\$ 323,56	R\$ 2.004,02	R\$ 598,21	R\$ -	R\$ 822,54	R\$ 623,14	R\$ 207,69	R\$ 623,14	R\$ 216,85	R\$ 216,85	R\$ 5.312,45	R\$ 12.790,12
Total Ano 2	6	R\$ 89.732,03	R\$ 8.889,00	R\$ 3.882,76	R\$ 24.048,19	R\$ 7.178,56	R\$ -	R\$ 9.870,52	R\$ 7.477,67	R\$ 2.492,31	R\$ 7.477,67	R\$ 2.602,23	R\$ 2.602,23	R\$ 63.749,38	R\$ 153.481,41

FUNÇÃO	Nº Funcionários	SALÁRIO	Vale-Transporte	Vale-Alimentação	INSS Patronal	FGTS	IRRF	INSS Empregado	Férias	Provisão de Férias 33,33%	Provisão 13º	Encargos Férias	Encargos 13º	ENCARGOS	TOTAL MÊS
Atendente	2	R\$ 2.795,46	R\$ 252,56	R\$ 83,70	R\$ 749,18	R\$ 223,64	R\$ -	R\$ 307,50	R\$ 232,95	R\$ 77,64	R\$ 232,95	R\$ 81,07	R\$ 81,07	R\$ 1.986,01	R\$ 4.781,47
Caixa	2	R\$ 2.521,94	R\$ 268,97	R\$ 138,41	R\$ 675,88	R\$ 201,76	R\$ -	R\$ 277,41	R\$ 210,16	R\$ 70,05	R\$ 210,16	R\$ 73,14	R\$ 73,14	R\$ 1.791,69	R\$ 4.313,64
Auxiliar de Produção	2	R\$ 2.806,34	R\$ 251,91	R\$ 81,53	R\$ 752,10	R\$ 224,51	R\$ -	R\$ 308,70	R\$ 233,86	R\$ 77,95	R\$ 233,86	R\$ 81,38	R\$ 81,38	R\$ 1.993,74	R\$ 4.800,08
Total Mês	6	R\$ 8.123,74	R\$ 773,45	R\$ 303,64	R\$ 2.177,16	R\$ 649,90	R\$ -	R\$ 893,61	R\$ 676,98	R\$ 225,64	R\$ 676,98	R\$ 235,59	R\$ 235,59	R\$ 5.771,44	R\$ 13.895,18
Total Ano 3	6	R\$ 97.484,88	R\$ 9.281,34	R\$ 3.643,69	R\$ 26.125,95	R\$ 7.798,79	R\$ -	R\$ 10.723,34	R\$ 8.123,74	R\$ 2.707,64	R\$ 8.123,74	R\$ 2.827,06	R\$ 2.827,06	R\$ 69.257,32	R\$ 166.742,20

2.6 ANÁLISE ESTRATÉGICA

2.6.1 Princípios da empresa

2.6.1.1 Missão

Fornecer produtos de qualidade com maior conveniência e rapidez tendo como comodidade o nosso foco principal.

2.6.1.2 Visão

Ser referencial em praticidade e rapidez no atendimento, proporcionando ao cliente conveniência, segurança e conforto.

2.6.1.3 Valores

Respeito ao cliente e ao meio ambiente;

Simpatia e bom atendimento;

Melhorar continuamente e de forma sustentável.

2.6.2 Análise SWOT

QUADRO 2 - ANALISE SWOT

	Fatores Positivos	Fatores Negativos
	Forças	Fraquezas
Fatores Internos	Tornar-se um atrativo pelo modelo de negócios e serviço inovador; Baixo custo operacional; Atendimento diferenciado; Layout moderno e Local estratégico; Produtos padronizados.	Falta de experiência dos proprietários no ramo panificação; Falta de controle na qualidade de produtos; Demora na reposição o de produtos com fluxo intenso; Necessidade de capital.
	Oportunidades	Ameaças
Fatores Externos	Oferecer comodidade, sem necessidade de procurar estacionamento; Inovação na oferta de produtos de panificação pelo sistema drive thru; O cliente estará protegido contra as ações do clima; Praticidade e rapidez na compra dos produtos.	Resistência à novidade por parte dos clientes; Penetração de novas concorrentes além de serviços substitutos.

Fonte: O Autor, 2017

Poder de barganha dos fornecedores • Os principais insumos utilizados nas empresas de panificados ficam restritos a poucos fornecedores. Insumos estes que representam aproximadamente 27% dos custos totais das padarias. A logística também se apresenta como um problema, o que encarece a distribuição que é repassada para os insumos.

Ameaça de novos entrantes • O mercado está em processo de saturação, o número de empresas de panificados já ultrapassou o limite ideal em várias regiões do país. O investimento para iniciar um negócio em panificação é considerado baixo e permite que novos empreendedores invistam no segmento.

Poder de barganha dos clientes • Com o alto número de empresas de panificados, os clientes têm um significativo poder de escolha do estabelecimento no

momento do consumo. Conforme estudo realizado pela consultoria Nielsen, identificou-se que dependendo da missão de compra, o cliente pode dar mais preferência à conveniência, variedade, qualidade, experiência, preços baixos, promoções, lançamentos ou outros fatores. A alimentação delivery é preocupante.

Concorrência com super e hipermercados Super e hipermercados é acirrada com as padarias de todo o país, já que os varejistas, geralmente, oferecem custos menores em um diversificado leque de produtos.

Ampliação do mix de produtos, foodservice e produtos on-the-go. As empresas potenciais devem estar atentas à mudança de mercado. De acordo com estudos da Abrasel (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes), um terço dos brasileiros faz refeições fora de casa.

2.7 DESCRIÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO OFERTADO

A Coffee Thru terá um portfólio de 30 itens, entre eles: refrigerantes, sucos, cafés orgânicos, chás, águas, frios e laticínios, pães, lanches e sanduíches. Os pães são produzidos por fornecedores que os entregam congelados em sacos, possibilitando a dispensa mão de obra especializada e redução dos custos operacionais. O forno médio de três prateleiras, comportando 25 pães cada, terá capacidade para assar 75 pães por fornada. Cada fornada levando em torno de 7,5 minutos para sair. Na estrutura, um funcionário trabalharia nos fornos e organização dos estoques. O atendimento ao público seria feito por dois funcionários no menor tempo possível (desafio de dois minutos por veículo).

Algumas padarias já adotaram o pão congelado, que permite uma redução no espaço e no trabalho para a fabricação do pãozinho. O pão congelado reduz em até 70% o espaço necessário para o processamento do pão, fazendo com que a padaria tenha apenas um forno e um freezer.

Ainda há uma redução do tempo de preparo do produto. Enquanto no processo convencional o pão demora quatro horas para ficar pronto, o produto congelado leva apenas 7,5 minutos.

O setor de alimentos em geral, incluindo a Panificação e Confeitaria, vem passando por um processo de adequação motivado pela publicação da Norma Regulamentadora 12 (NR 12), em 2011, que traz a obrigatoriedade da utilização de

equipamentos que privilegiem a segurança do operador das máquinas. A Coffee Thru se adequará às normas vigentes e aplicáveis ao seu segmento. Conforme Corpo de Bombeiros e exigido extintores em locais adequados.

Pela ANVISA, órgão que fiscaliza a vigilância sanitária e exigido que todos os funcionários trabalhem uniformizados e que sigam as normas e procedimentos constantes no manual sobre a manipulação de alimentos e higiene. Todas as lixeiras devem possuir pedais e tampas, janelas com telas de proteção, sabonete líquido, uso de papel toalha e proteção nas luminárias.

Os clientes frequentes, participarão do “Programa Fidelidade”, no qual a frequência de visitas será registrada em cartão personalizado e acumularão bônus para futuras trocas em produtos.

A Coffee Thru projeta também o lançamento de um aplicativo de celular que possibilitará a seus clientes encomendar seus pedidos, se identificando pelo nome e uma numeração gerada pelo app, e apenas passar pela localização para a retirada do mesmo, diminuindo ainda mais as filas e otimizando o tempo de atendimento.

A distribuição física dos produtos funcionará da seguinte forma:

Através de atendimento ao público. Através do serviço de drive thru, o cliente entrará com seu carro no circuito drive thru panificadora, então primeiramente parará em uma cabine de atendimento onde será feito o seu pedido e realizará o pagamento, então seguirá para a cabine de expedição, onde receberá o produto solicitado. Para agilizar o atendimento, haverá painéis luminosos mostrando os principais produtos da panificadora.

FIGURA 5 - CARDÁPIO COFFEE THRU

<i>Coffee Thru</i>	
PADARIA	FRIOS
1 Pão francês - Pacote com 4 unidades	14 Queijo Fatiado (200g)
2 Pão francês Integral - Pacote com 4 unidades	15 Presunto Fatiado (200g)
3 Pão de Queijo - Unidade	16 Peito de Peru Fatiado (200g)
4 Pão de queijo - Pacote com 10 unidades	17 Mortadela Fatiada (200g)
5 Pão de forma - Pacote	CAFETERIA
6 Pão de forma Integral- Pacote	18 Café Gelado (300ml)
LANCHES RÁPIDOS	19 Café Expresso Tradicional (Pequeno)
7 Sanduiche Natural	20 Café Expresso duplo (Grande)
8 Sanduiche Frango com Requeijão	21 Copo de leite
9 Misto Quente	22 Café com leite
10 Bauru	23 Capuccino
11 Cookie - Unidade (Chocolate Preto/Chocolate Branco/ M&M's)	24 Mocaccino
11 Brownie - Unidade	BEBIDAS
12 Bolo Fatia (Chocolate/Cenoura com chocolate/Coco/Laranja)	25 Coca-Cola /Guaraná/Soda
13 Bolo Unidade 300g (Chocolate/Cenoura/Coco/Laranja)	26 Água com gás/Água com gás
CONVENIÊNCIA	27 Ice tea
29 Leite (1 litro)	28 Vitaminade frutas
30 Cigarro	

O Autor, 2017.

2.8 ANÁLISE DA DEMANDA POTENCIAL

2.8.1 Levantamento de Dados – Bairro Santa Felicidade

Segundo o Censo de Transito 2010, do Instituto de Pesquisa Planejamento Urbano de Curitiba IPPUC, Curitiba tem uma população de 1.751.907 habitantes, segundo o IBGE - Censo 2010. Destes, 906.929 ou 51,2% são condutores - têm carteira de habilitação - em Curitiba. Há mais condutores do sexo masculino - 561.543 - do que do sexo feminino - 345.385. Dos 1.271.974 veículos, 894.390 ou 70% são automóveis.

De acordo com dados do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba – IPPUC de 2015, verificou-se que Santa Felicidade ocupa uma área de 434,67km², representando 2,8% do território de Curitiba, com uma população 31.572 habitantes – 52,24% mulheres e 47,76% homens. Do total da população de

Santa Felicidade, 72,75% está em idade ativa - entre 15 e 64 anos - e tem um índice de envelhecimento (razão entre o grupo de idosos e o grupo infanto-juvenil) menor que a média curitibana.

TABELA 2 - POPULAÇÃO SANTA FELICIDADE

Localidade	População Dependente			População em Idade Ativa 15 a 64 anos	Razão de Dependência			Índice de Envelhecimento
	0 a 14 anos	65 anos e mais	Total		Jovens	Idosos	Total	
Curitiba	349.960	132.296	482.256	1.269.651	27,56	10,42	37,98	37,8
Santa Felicidade	6.274	2.330	8.604	22.968	27,32	10,14	37,46	37,14

Fonte: IBGE, Censo Demografico 2010/ Elaboração IPPUC – Banco de dados

Já a renda média, de acordo com o Censo Demográfico 2010, está em R\$ 1.652,06 para o Bairro de Santa Felicidade, contra 1.424,60 levantado no município de Curitiba.

TABELA 3 - VALOR DO RENDIMENTO MÉDIO E MEDIANO MENSAL

Localidade Rendimento (Reais)	Domicílios		Pessoas com 10 anos ou mais de idade	
	Médio	Mediano	Médio	Mediano
Curitiba	3.774,19	2.300,00	1.424,60	700,00
Santa Felicidade	4.590,33	2.900,00	1.652,06	800,00

Fonte: IBGE, Censo Demografico 2010/ Elaboração IPPUC – Banco de dados

2.8.2 Método e Cálculo da Demanda

Para calcularmos a demanda potencial de vendas no ano 1 utilizamos a seguinte formula:

Publico alvo x Frequência de compras mensal x Ticket Médio do Setor

O Ticket Médio (valor médio que cada cliente compra em seu estabelecimento) foi resultado do Faturamento Total do Setor em 2014 dividido pelo numero aproximado de clientes recebidos nas panificadoras neste mesmo ano.

TABELA 4 - APURAÇÃO TICKET MÉDIO

Ticket Médio		
Numero de clientes (2014)	Faturamento (2014)	Ticket Médio
15.147.500.000	R\$ 82.500.000.000,00	R\$ 5,45

Fonte: ABIP/ITPC (2015), adaptado por Coffee Thru

A frequência estimada é de 10 vezes ao mês por cliente, ou seja, estes visitariam a Coffee Thru aproximadamente 2 a 3 vezes por semana.

O publico-alvo sendo a população em idade ativa total do Bairro de Santa Felicidade, onde está instalada a panificadora, multiplicada pela porcentagem de participação de mercado projetada pela Coffee Thru nos 3 anos. Espera-se alcançar novos clientes gradativamente, pelo diferencial drive thru, uma novidade no mercado.

TABELA 5 - APURAÇÃO CRESCIMENTO MEDIO DO SETOR DE PANIFICAÇÃO

Ano	Crescimento Setor
2012	11,60%
2013	8,70%
2014	8,02%
2015	0,27%
Total	28,59%
Média	7,15%

Fonte: ABIP/ITPC (2015), adaptado pelo Autor

Posteriormente multiplicou-se a população pela taxa de crescimento do Setor e o resultado por 12 para encontrar as vendas no ano 1. Em seguida multiplicamos o ticket médio anual pelo índice de inflação acumulado nos últimos 12 meses, segundo site do Valor Econômico, e o resultado pela média do índice de crescimento do setor nos últimos 4 anos.

TABELA 6 - INFLAÇÃO ACUMULADA NOS ULTIMOS 12 MESES

Inflação					
Variação no período - em %					
	jan/17	dez/16	Acumulado em		
			2017*	2016	12 meses*
IPCA (IBGE)	-	0,3	-	6,29	6,29

Fonte: Valor Economico/Inflação

TABELA 7 - DEMANDA POTENCIAL

	População Bairro	População em Idade Ativa	Percentual de Mercado	Público Alvo	Frequencia de compras Mensal	Ticket Médio	Total Mês	Total Ano
ANO 1	31.572	22.968	8%	1.837	10	R\$ 5,45	R\$ 100.075,13	R\$ 1.200.901,53
ANO 2			10%	2.297	10	R\$ 5,79	R\$ 133.057,35	R\$ 1.596.688,22
ANO 3			13%	2.986	10	R\$ 6,15	R\$ 183.854,66	R\$ 2.206.255,88

Fonte: o Autor, 2017

2.9 ANALISE DA CONCORRENCIA

A pesquisa com a concorrência possibilitou a identificação dos principais concorrentes diretos, localizados na região onde será instalada a panificadora.

Há escassez da modalidade DRIVE-THRU nesse mercado, sendo as maiores franquias a Pão to Go e a Pão Express, ambas de São Paulo. Hoje há em Curitiba duas unidades de padarias Drive Thru em funcionamento. O projeto modelo da Curitibaana Pani Express, em teste no Bairro Santa Felicidade e a Paulista Pão to Go, no Bairro Xaxim.

Outros concorrentes foram identificados e classificados como indiretos, sendo estes supermercados e hipermercados da região.

2.10 ANALISE DOS FORNECEDORES

Através de pesquisa do mercado fornecedor concluiu-se que para a realização da compra dos produtos, podem ser utilizados fornecedores que possuem

características semelhantes quanto a forma de pagamento e o prazo de pagamento varia de 7 a 21 dias.

Os produtos utilizados para a compra são fáceis de serem encontrados. A maioria deles está disponível em supermercados, hipermercados e atacadistas. O que permite a pesquisa e a escolha do fornecedor com preços mais baixos. Por se tratar de produtos bastante comuns, com disponibilidade em diversos estabelecimentos, não foram encontradas dificuldades quanto a pesquisa. Os fornecedores escolhidos disponibilizam serviços de entrega para Curitiba, sem cobrar frete, com exceção dos supermercados.

2.11 VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA

2.11.1 Investimento Inicial

Para toda e qualquer empresa nova entrando no mercado, o principal fator que rege e estrutura o projeto inicial é o planejamento financeiro, pois, sem este, os custos, despesas e receitas da empresa seriam desorganizados, ficando assim muito vulnerável a perdas desnecessárias, que poderiam ter sido controladas com este planejamento inicial.

O valor de capital de terceiros que a empresa terá que investir será de R\$ 200.000,00. R\$ 50.000,00 será capital próprio das sócias e R\$ 100.000,00, o restante, será capital de terceiros e deverá ser financiado em uma instituição financeira.

Capital Próprio R\$ 50.000,00

Capital de Terceiros R\$ 100.000,00

Total do Investimento: R\$ 150.000,00

Para isto, foi feita uma análise de qual é o melhor financiamento para pequenas empresas que almejam abrir seu negócio. Após este estudo, a taxa de juros que melhor se enquadrava ao investimento foi a 'BNDES AUTOMÁTICO' o qual financia investimento para a estabilização do ciclo financeiro das empresas que estão em fase inicial de projeto ou que precisam de evolução/ instalação de novo maquinário e infraestrutura. Essa taxa foi acertada por intermédio do banco Caixa Econômica, o qual proporcionou a menor taxa dentre as demais instituições

financeiras. O parcelamento foi feito em dois anos (24 Meses), conforme dados abaixo:

- Custo Financeiro TJLP (taxa de juros de longo prazo) de 6%a.a. – Fixo pelo BNDES + Remuneração da Instituição Financeira Credenciada, Caixa Econômica, de 6,5%a.a.= Totalizando: 12,5%a.a. - 1,041%a.m.

BNDES Automático MPME - Capital de Giro					
Valor Total: R\$ 100.000,00			Prazo de 24 meses		
Valor Financiado: R\$ 100.000,00			Taxa de Juros	1,04%	
Parcela	Valor do Débito	Juros	Valor Corrigido	Amortização	Prestação
1ª (prestação)	R\$ 100.000,00	R\$ 1.041,00	R\$ 101.041,00	R\$ 4.166,67	R\$ 5.207,67
2ª (prestação)	R\$ 95.833,33	R\$ 997,62	R\$ 96.830,95	R\$ 4.166,67	R\$ 5.164,29
3ª (prestação)	R\$ 91.666,66	R\$ 954,25	R\$ 92.620,91	R\$ 4.166,67	R\$ 5.120,92
4ª (prestação)	R\$ 87.499,99	R\$ 910,87	R\$ 88.410,86	R\$ 4.166,67	R\$ 5.077,54
5ª (prestação)	R\$ 83.333,32	R\$ 867,50	R\$ 84.200,82	R\$ 4.166,67	R\$ 5.034,17
6ª (prestação)	R\$ 79.166,65	R\$ 824,12	R\$ 79.990,77	R\$ 4.166,67	R\$ 4.990,79
7ª (prestação)	R\$ 74.999,98	R\$ 780,75	R\$ 75.780,73	R\$ 4.166,67	R\$ 4.947,42
8ª (prestação)	R\$ 70.833,31	R\$ 737,37	R\$ 71.570,68	R\$ 4.166,67	R\$ 4.904,04
9ª (prestação)	R\$ 66.666,64	R\$ 694,00	R\$ 67.360,64	R\$ 4.166,67	R\$ 4.860,67
10ª (prestação)	R\$ 62.499,97	R\$ 650,62	R\$ 63.150,59	R\$ 4.166,67	R\$ 4.817,29
11ª (prestação)	R\$ 58.333,30	R\$ 607,25	R\$ 58.940,55	R\$ 4.166,67	R\$ 4.773,92
12ª (prestação)	R\$ 54.166,63	R\$ 563,87	R\$ 54.730,50	R\$ 4.166,67	R\$ 4.730,54
TOTAL Ano 1		R\$ 9.629,25		R\$ 50.000,04	
13ª (prestação)	R\$ 49.999,96	R\$ 520,50	R\$ 50.520,46	R\$ 4.166,67	R\$ 4.687,17
14ª (prestação)	R\$ 45.833,29	R\$ 477,12	R\$ 46.310,41	R\$ 4.166,67	R\$ 4.643,79
15ª (prestação)	R\$ 41.666,62	R\$ 433,75	R\$ 42.100,37	R\$ 4.166,67	R\$ 4.600,42
16ª (prestação)	R\$ 37.499,95	R\$ 390,37	R\$ 37.890,32	R\$ 4.166,67	R\$ 4.557,04
17ª (prestação)	R\$ 33.333,28	R\$ 347,00	R\$ 33.680,28	R\$ 4.166,67	R\$ 4.513,67
18ª (prestação)	R\$ 29.166,61	R\$ 303,62	R\$ 29.470,23	R\$ 4.166,67	R\$ 4.470,29
19ª (prestação)	R\$ 24.999,94	R\$ 260,25	R\$ 25.260,19	R\$ 4.166,67	R\$ 4.426,92
20ª (prestação)	R\$ 20.833,27	R\$ 216,87	R\$ 21.050,14	R\$ 4.166,67	R\$ 4.383,54
21ª (prestação)	R\$ 16.666,60	R\$ 173,50	R\$ 16.840,10	R\$ 4.166,67	R\$ 4.340,17
22ª (prestação)	R\$ 12.499,93	R\$ 130,12	R\$ 12.630,05	R\$ 4.166,67	R\$ 4.296,79
23ª (prestação)	R\$ 8.333,26	R\$ 86,75	R\$ 8.420,01	R\$ 4.166,67	R\$ 4.253,42
24ª (prestação)	R\$ 4.166,59	R\$ 43,37	R\$ 4.209,96	R\$ 4.166,67	R\$ 4.210,04
TOTAL Ano 2		R\$ 3.383,24		R\$ 50.000,04	
TOTAL		R\$ 13.012,49		R\$ 100.000,08	

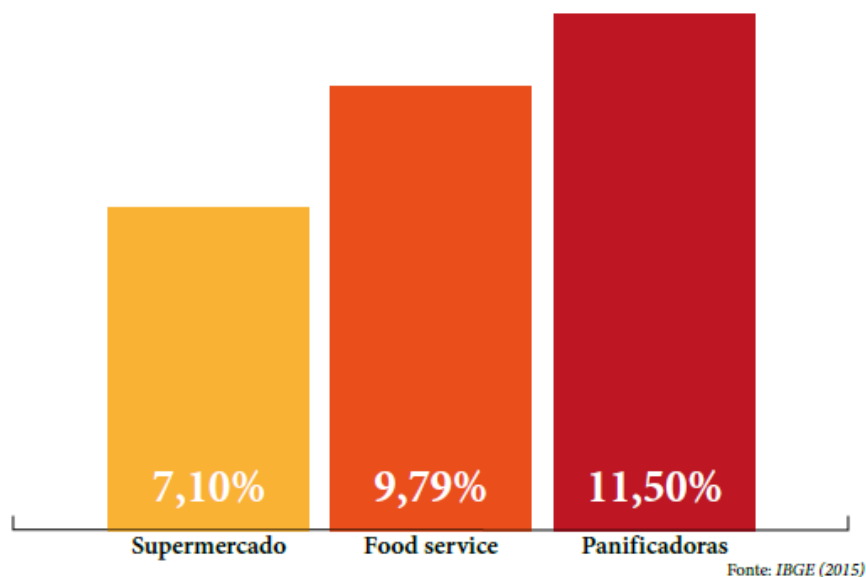
Fonte: Coffee Thru

2.11.2 Despesas Fixas e Variáveis

Na composição dos custos operacionais nas padarias e confeitarias, excetuando-se os custos variáveis, como farinha de trigo, por exemplo, os grandes custos que impactam são:

- Gastos com pessoal: 42%
- Energia: 11%
- Impostos: 15%
- Embalagens: 7%
- Outros: 25%

No apanhado geral, o reajuste de preço praticado pelo setor fechou o ano com media de 11,5%, enquanto supermercados fecharam com reajuste de 7,1%, repassando para o consumidor 32% menos em comparação com empresas de panificação.



Fonte: Coffee Thru

Os custos fixos apresentados na formulação de preço são todos baseados em dados de mercado, por exemplo, os gastos de água, luz e telefone resultaram em uma média mensal.

Todos os valores mencionados serão reajustados ao longo dos anos. Para as despesas com aluguel, foi considerada a taxa de 6,6608% segundo o IGPM acumulado dos últimos 12 meses. Para os salários dos funcionários foi determinado um reajuste anual de 8,64% de acordo ao estipulado na Cláusula Sexta da

CONVENÇÃO COLETIVA DE TRABALHO 2014/2016 do SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA NO ESTADO DO PARANÁ (STIP). Para a previsão demais despesas nos próximos 2 anos foi considerado o índice de inflação acumulado nos últimos 12 meses, segundo site do Valor Econômico, resultante em 6,29%a.a.

Segundo a diretora da Costa Container, o valor médio do metro quadrado das casas de container na empresa é de 1.500 reais. Esse valor inclui o preço do container, os recortes feitos, o acabamento, como o assentamento de piso e forro de gesso, instalações elétricas e hidráulicas e o frete. De acordo com cotações, a Coffee Thru optará por um container adaptado para Cafeteria, medindo 29,5m².

QUADRO 3 - CUSTOS FIXOS

ANO 1	
4. CUSTOS/DESPESAS FIXAS	R\$
4.1 REMUNERAÇÕES	10.882,98
. Salários	6.882,98
. Pró-labore	4.000,00
4.2 ENCARGOS SOCIAIS	4.012,90
. INSS	1.844,64
. FGTS	550,64
. Vale Transporte	470,46
. 13º Salário	573,58
. Férias	573,58
4.3 BENEFÍCIOS SOCIAIS	339,40
. Alimentação - Vale-refeição	339,40
4.4 OCUPAÇÃO	1.200,00
. Aluguel	1.200,00
4.5 MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	90.000,00
. Equipamentos / Móveis	90.000,00
4.5 TARIFAS PÚBLICAS	1.420,00
. Luz	1.000,00
. Água	300,00
. Telefone	120,00
. Contador	500,00
4.6 SEGUROS	0,00
. Seguro de Veículos	0,00
4.7 FINANCIAMENTO/ LOCAÇÃO	0,00
. Financiamento Veículos	0,00
4.8 MANUTENÇÃO E REPAROS	200,00
. Manut. Reparo	50,00
. Taxa de Manut.de Informática	150,00
4.9 DEPRECIÇÃO DE EQUIPAMENTOS	1.000,00
4.10 DESPESAS GERAIS	400,00
. Material de limpeza/escritório	100,00
. Promoção e Publicidade	300,00
. Locomoção	0,00
TOTAL CUSTOS FIXOS	109.455,28

Fonte: O Autor

2.11.3 Composição do Preço de Venda

Pelo fato dos produtos oferecidos pela Coffee Thru não serem exclusivos, e com a existência de substitutos, a política de preços adotada pela empresa será de

manter a media dos aplicados pelos concorrentes, além de dados relevantes referentes aos custos financeiros.

2.12 PROJEÇÃO DE RESULTADOS (DRE) DOS 3 PRIMEIROS ANOS

A demonstração do Resultado do Exercício (DRE) é fundamental e de grande importância para os administradores das empresas e para qualquer interessado nos seus resultados. Através do DRE, pode-se analisar a capacidade da empresa, esta define a sua situação real perante as receitas e despesas/custos.

Abaixo se apresentam as Tabelas representando a Demonstração do Resultado do Exercício da Coffee Thru durante os três anos projetados.

FIGURA 6 - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO – ANO 1

Contas de Resultado	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL
(=) Receita Bruta de Vendas	R\$ -	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 1.101.281,50
Receita Bruta	R\$ 0,00	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	R\$ 100.116,50	
(-) Impostos sobre vendas	R\$ -	R\$ 61.721,82	R\$ 61.721,82	R\$ 61.721,82	R\$ 61.721,82	R\$ 61.721,82	R\$ 61.721,82	R\$ 61.721,82	R\$ 61.721,82	R\$ 61.721,82	R\$ 61.721,82	R\$ 61.721,82	R\$ 678.940,04
ICMS 18%	RS -	RS 18.020,97	RS 18.020,97	RS 18.020,97	RS 18.020,97	RS 18.020,97	RS 18.020,97	RS 18.020,97	RS 18.020,97	RS 18.020,97	RS 18.020,97	RS 18.020,97	R\$ 198.230,67
IPI 40%	RS -	RS 40.046,60	RS 40.046,60	RS 40.046,60	RS 40.046,60	RS 40.046,60	RS 40.046,60	RS 40.046,60	RS 40.046,60	RS 40.046,60	RS 40.046,60	RS 40.046,60	R\$ 440.512,60
PIS 0,65%	RS -	RS 650,76	RS 650,76	RS 650,76	RS 650,76	RS 650,76	RS 650,76	RS 650,76	RS 650,76	RS 650,76	RS 650,76	RS 650,76	R\$ 7.158,33
COFINS 3,0%	RS -	RS 3.003,50	RS 3.003,50	RS 3.003,50	RS 3.003,50	RS 3.003,50	RS 3.003,50	RS 3.003,50	RS 3.003,50	RS 3.003,50	RS 3.003,50	RS 3.003,50	R\$ 33.038,45
(=) Receita Líquida de Vendas	R\$ 0,00	R\$ 38.394,68	R\$ 38.394,68	R\$ 38.394,68	R\$ 38.394,68	R\$ 38.394,68	R\$ 38.394,68	R\$ 38.394,68	R\$ 38.394,68	R\$ 38.394,68	R\$ 38.394,68	R\$ 38.394,68	R\$ 422.341,46
(-) Custo dos Produtos Vendidos	R\$ -	R\$ 20.023,30	R\$ 20.023,30	R\$ 20.023,30	R\$ 20.023,30	R\$ 20.023,30	R\$ 20.023,30	R\$ 20.023,30	R\$ 20.023,30	R\$ 20.023,30	R\$ 20.023,30	R\$ 20.023,30	R\$ 220.256,30
(=) Resultado Bruto	R\$ 0,00	R\$ 18.371,38	R\$ 18.371,38	R\$ 18.371,38	R\$ 18.371,38	R\$ 18.371,38	R\$ 18.371,38	R\$ 18.371,38	R\$ 18.371,38	R\$ 18.371,38	R\$ 18.371,38	R\$ 18.371,38	R\$ 202.085,16
(-) Despesas Operacionais	20.276,74	20.233,36	20.189,99	20.146,61	20.103,24	20.059,86	20.016,49	19.973,11	19.929,74	19.886,36	19.842,99	19.799,61	R\$ 240.458,07
A. Vendas	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -
Comissões de vendas	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -
B. Administrativas	R\$ 18.935,74	R\$ 18.935,74	R\$ 18.935,74	R\$ 18.935,74	R\$ 18.935,74	R\$ 18.935,74	R\$ 18.935,74	R\$ 18.935,74	R\$ 18.935,74	R\$ 18.935,74	R\$ 18.935,74	R\$ 18.935,74	R\$ 227.228,83
Pro Labore	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 36.000,00
Salários e encargos	R\$ 10.895,88	R\$ 10.895,88	R\$ 10.895,88	R\$ 10.895,88	R\$ 10.895,88	R\$ 10.895,88	R\$ 10.895,88	R\$ 10.895,88	R\$ 10.895,88	R\$ 10.895,88	R\$ 10.895,88	R\$ 10.895,88	R\$ 130.750,51
Depreciação e Amortização	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00
Energia Elétrica	R\$ 830,00	R\$ 830,00	R\$ 830,00	R\$ 830,00	R\$ 830,00	R\$ 830,00	R\$ 830,00	R\$ 830,00	R\$ 830,00	R\$ 830,00	R\$ 830,00	R\$ 830,00	R\$ 9.960,00
Água e esgoto	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Telefone e internet	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Manutenção	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Despesas Gerais	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
Vale-Alimentação	R\$ 339,40	R\$ 339,40	R\$ 339,40	R\$ 339,40	R\$ 339,40	R\$ 339,40	R\$ 339,40	R\$ 339,40	R\$ 339,40	R\$ 339,40	R\$ 339,40	R\$ 339,40	R\$ 4.072,85
Vale-Transporte	R\$ 470,46	R\$ 470,46	R\$ 470,46	R\$ 470,46	R\$ 470,46	R\$ 470,46	R\$ 470,46	R\$ 470,46	R\$ 470,46	R\$ 470,46	R\$ 470,46	R\$ 470,46	R\$ 5.645,47
Aluguel	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 14.400,00
Seguro do Veículo	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -
D. Financeiras	R\$ 1.041,00	R\$ 997,62	R\$ 954,25	R\$ 910,87	R\$ 867,50	R\$ 824,12	R\$ 780,75	R\$ 737,37	R\$ 694,00	R\$ 650,62	R\$ 607,25	R\$ 563,87	R\$ 9.629,25
Juros sobre Financ. BNDES	R\$ 1.041,00	R\$ 997,62	R\$ 954,25	R\$ 910,87	R\$ 867,50	R\$ 824,12	R\$ 780,75	R\$ 737,37	R\$ 694,00	R\$ 650,62	R\$ 607,25	R\$ 563,87	R\$ 9.629,25
E. Marketing	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
(=) Resultado Operacional antes do IRPJ e CS	-R\$ 20.276,74	-R\$ 1.861,98	-R\$ 1.818,61	-R\$ 1.775,23	-R\$ 1.731,86	-R\$ 1.688,48	-R\$ 1.645,11	-R\$ 1.601,73	-R\$ 1.558,36	-R\$ 1.514,98	-R\$ 1.471,61	-R\$ 1.428,23	-R\$ 38.372,92
(-) Impostos	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -
(-) IRPJ 15%	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -
(-) Adicional 10%													RS -
(-) CSLL 9%	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -	RS -
(=) Lucro ou Prejuízo Líquido do Exercício	-R\$ 20.276,74	-R\$ 1.861,98	-R\$ 1.818,61	-R\$ 1.775,23	-R\$ 1.731,86	-R\$ 1.688,48	-R\$ 1.645,11	-R\$ 1.601,73	-R\$ 1.558,36	-R\$ 1.514,98	-R\$ 1.471,61	-R\$ 1.428,23	-R\$ 38.372,92

FIGURA 7 - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO – ANO 2

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO - ANO 2													
Contas de Resultado	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL
(=) Receita Bruta de Vendas	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 1.710.894,88
Receita Bruta	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	R\$ 142.574,57	
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 87.897,22	R\$ 87.897,22	R\$ 87.897,22	R\$ 87.897,22	R\$ 87.897,22	R\$ 87.897,22	R\$ 87.897,22	R\$ 87.897,22	R\$ 87.897,22	R\$ 87.897,22	R\$ 87.897,22	R\$ 87.897,22	R\$ 1.054.766,69
ICMS 18%	R\$ 25.663,42	R\$ 25.663,42	R\$ 25.663,42	R\$ 25.663,42	R\$ 25.663,42	R\$ 25.663,42	R\$ 25.663,42	R\$ 25.663,42	R\$ 25.663,42	R\$ 25.663,42	R\$ 25.663,42	R\$ 25.663,42	R\$ 307.961,08
IPI 40%	R\$ 57.029,83	R\$ 57.029,83	R\$ 57.029,83	R\$ 57.029,83	R\$ 57.029,83	R\$ 57.029,83	R\$ 57.029,83	R\$ 57.029,83	R\$ 57.029,83	R\$ 57.029,83	R\$ 57.029,83	R\$ 57.029,83	R\$ 684.357,95
PIS 0,65%	R\$ 926,73	R\$ 926,73	R\$ 926,73	R\$ 926,73	R\$ 926,73	R\$ 926,73	R\$ 926,73	R\$ 926,73	R\$ 926,73	R\$ 926,73	R\$ 926,73	R\$ 926,73	R\$ 11.120,82
COFINS 3,0%	R\$ 4.277,24	R\$ 4.277,24	R\$ 4.277,24	R\$ 4.277,24	R\$ 4.277,24	R\$ 4.277,24	R\$ 4.277,24	R\$ 4.277,24	R\$ 4.277,24	R\$ 4.277,24	R\$ 4.277,24	R\$ 4.277,24	R\$ 51.326,85
(=) Receita Líquida de Vendas	R\$ 54.677,35	R\$ 54.677,35	R\$ 54.677,35	R\$ 54.677,35	R\$ 54.677,35	R\$ 54.677,35	R\$ 54.677,35	R\$ 54.677,35	R\$ 54.677,35	R\$ 54.677,35	R\$ 54.677,35	R\$ 54.677,35	R\$ 656.128,19
(-) Custo dos Produtos Vendidos	R\$ 28.514,91	R\$ 28.514,91	R\$ 28.514,91	R\$ 28.514,91	R\$ 28.514,91	R\$ 28.514,91	R\$ 28.514,91	R\$ 28.514,91	R\$ 28.514,91	R\$ 28.514,91	R\$ 28.514,91	R\$ 28.514,91	R\$ 342.178,98
(=) Resultado Bruto	R\$ 26.162,43	R\$ 26.162,43	R\$ 26.162,43	R\$ 26.162,43	R\$ 26.162,43	R\$ 26.162,43	R\$ 26.162,43	R\$ 26.162,43	R\$ 26.162,43	R\$ 26.162,43	R\$ 26.162,43	R\$ 26.162,43	R\$ 313.949,21
(-) Despesas Operacionais	23.232,36	23.188,98	23.145,61	23.102,23	23.058,86	23.015,48	22.972,11	22.928,73	22.885,36	22.841,98	22.798,61	22.755,23	R\$ 275.925,54
A. Vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Comissões de vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
B. Administrativas	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 272.542,30
Pro Labore	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 36.000,00
Salários e encargos	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 171.914,12
Depreciação e Amortização	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00
Energia Elétrica	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 10.022,65
Água e esgoto	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 3.622,64
Telefone e internet	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 3.622,64
Manutenção	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 2.415,10
Despesas Gerais	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 4.830,19
Vale-Alimentação	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 3.882,76
Vale-Transporte	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 8.889,00
Aluguel	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 15.343,20
Seguro do Veículo	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
D. Financeiras	R\$ 520,50	R\$ 477,12	R\$ 433,75	R\$ 390,37	R\$ 347,00	R\$ 303,62	R\$ 260,25	R\$ 216,87	R\$ 173,50	R\$ 130,12	R\$ 86,75	R\$ 43,37	R\$ 3.383,24
Juros sobre Financ. BNDES	R\$ 520,50	R\$ 477,12	R\$ 433,75	R\$ 390,37	R\$ 347,00	R\$ 303,62	R\$ 260,25	R\$ 216,87	R\$ 173,50	R\$ 130,12	R\$ 86,75	R\$ 43,37	R\$ 3.383,24
E. Marketing	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=) Resultado Operacional antes do IRPJ e	R\$ 2.930,08	R\$ 2.973,45	R\$ 3.016,83	R\$ 3.060,20	R\$ 3.103,58	R\$ 3.146,95	R\$ 3.190,33	R\$ 3.233,70	R\$ 3.277,08	R\$ 3.320,45	R\$ 3.363,83	R\$ 3.407,20	R\$ 38.023,67
(-) Impostos	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) IRPJ 15%	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) Adicional 10%	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) CSLL 9%	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=) Lucro ou Prejuízo Líquido do Exercício	R\$ 2.930,08	R\$ 2.973,45	R\$ 3.016,83	R\$ 3.060,20	R\$ 3.103,58	R\$ 3.146,95	R\$ 3.190,33	R\$ 3.233,70	R\$ 3.277,08	R\$ 3.320,45	R\$ 3.363,83	R\$ 3.407,20	R\$ 38.023,67

FIGURA 8 - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO – ANO 3

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO - ANO 3													
Contas de Resultado	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL
(=) Receita Bruta de Vendas	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 2.533.008,90
Receita Bruta	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	R\$ 211.084,08	
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 130.133,33	R\$ 130.133,33	R\$ 130.133,33	R\$ 130.133,33	R\$ 130.133,33	R\$ 130.133,33	R\$ 130.133,33	R\$ 130.133,33	R\$ 130.133,33	R\$ 130.133,33	R\$ 130.133,33	R\$ 130.133,33	R\$ 1.561.599,99
ICMS 18%	R\$ 37.995,13	R\$ 37.995,13	R\$ 37.995,13	R\$ 37.995,13	R\$ 37.995,13	R\$ 37.995,13	R\$ 37.995,13	R\$ 37.995,13	R\$ 37.995,13	R\$ 37.995,13	R\$ 37.995,13	R\$ 37.995,13	R\$ 455.941,60
IPI 40%	R\$ 84.433,63	R\$ 84.433,63	R\$ 84.433,63	R\$ 84.433,63	R\$ 84.433,63	R\$ 84.433,63	R\$ 84.433,63	R\$ 84.433,63	R\$ 84.433,63	R\$ 84.433,63	R\$ 84.433,63	R\$ 84.433,63	R\$ 1.013.203,56
PIS 0,65%	R\$ 1.372,05	R\$ 1.372,05	R\$ 1.372,05	R\$ 1.372,05	R\$ 1.372,05	R\$ 1.372,05	R\$ 1.372,05	R\$ 1.372,05	R\$ 1.372,05	R\$ 1.372,05	R\$ 1.372,05	R\$ 1.372,05	R\$ 16.464,56
COFINS 3,0%	R\$ 6.332,52	R\$ 6.332,52	R\$ 6.332,52	R\$ 6.332,52	R\$ 6.332,52	R\$ 6.332,52	R\$ 6.332,52	R\$ 6.332,52	R\$ 6.332,52	R\$ 6.332,52	R\$ 6.332,52	R\$ 6.332,52	R\$ 75.990,27
(=) Receita Líquida de Vendas	R\$ 80.950,74	R\$ 80.950,74	R\$ 80.950,74	R\$ 80.950,74	R\$ 80.950,74	R\$ 80.950,74	R\$ 80.950,74	R\$ 80.950,74	R\$ 80.950,74	R\$ 80.950,74	R\$ 80.950,74	R\$ 80.950,74	R\$ 971.408,92
(-) Custo dos Produtos Vendidos	R\$ 42.216,82	R\$ 42.216,82	R\$ 42.216,82	R\$ 42.216,82	R\$ 42.216,82	R\$ 42.216,82	R\$ 42.216,82	R\$ 42.216,82	R\$ 42.216,82	R\$ 42.216,82	R\$ 42.216,82	R\$ 42.216,82	R\$ 506.601,78
(=) Resultado Bruto	R\$ 38.733,93	R\$ 38.733,93	R\$ 38.733,93	R\$ 38.733,93	R\$ 38.733,93	R\$ 38.733,93	R\$ 38.733,93	R\$ 38.733,93	R\$ 38.733,93	R\$ 38.733,93	R\$ 38.733,93	R\$ 38.733,93	R\$ 464.807,13
(-) Despesas Operacionais	24.320,31	23.188,98	23.145,61	23.102,23	23.058,86	23.015,48	22.972,11	22.928,73	22.885,36	22.841,98	22.798,61	22.755,23	R\$ 277.013,49
A. Vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Comissões de vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
B. Administrativas	R\$ 23.799,81	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 22.711,86	R\$ 273.630,25
Pro Labore	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 36.000,00
Salários e encargos	R\$ 15.304,76	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 14.326,18	R\$ 172.892,70
Depreciação e Amortização	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00
Energia Elétrica	R\$ 840,47	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 835,22	R\$ 10.027,90
Água e esgoto	R\$ 303,79	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 3.624,54
Telefone e internet	R\$ 303,79	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 301,89	R\$ 3.624,54
Manutenção	R\$ 202,52	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 201,26	R\$ 2.416,36
Despesas Gerais	R\$ 405,05	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 402,52	R\$ 4.832,72
Vale-Alimentação	R\$ 303,64	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 323,56	R\$ 3.862,84
Vale-Transporte	R\$ 773,45	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 740,75	R\$ 8.921,69
Aluguel	R\$ 1.362,35	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 1.278,60	R\$ 15.426,95
Seguro do Veículo	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
D. Financeiras	R\$ 520,50	R\$ 477,12	R\$ 433,75	R\$ 390,37	R\$ 347,00	R\$ 303,62	R\$ 260,25	R\$ 216,87	R\$ 173,50	R\$ 130,12	R\$ 86,75	R\$ 43,37	R\$ 3.383,24
Juros sobre Financ. BNDES	R\$ 520,50	R\$ 477,12	R\$ 433,75	R\$ 390,37	R\$ 347,00	R\$ 303,62	R\$ 260,25	R\$ 216,87	R\$ 173,50	R\$ 130,12	R\$ 86,75	R\$ 43,37	R\$ 3.383,24
E. Marketing	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=) Resultado Operacional antes do IRPJ e	R\$ 14.413,62	R\$ 15.544,94	R\$ 15.588,32	R\$ 15.631,69	R\$ 15.675,07	R\$ 15.718,45	R\$ 15.761,82	R\$ 15.805,20	R\$ 15.848,57	R\$ 15.891,95	R\$ 15.935,32	R\$ 15.978,70	R\$ 187.793,64
(-) Impostos	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) IRPJ 15%	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) Adicional 10%	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) CSLL 9%	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=) Lucro ou Prejuízo Líquido do Exercício	R\$ 14.413,62	R\$ 15.544,94	R\$ 15.588,32	R\$ 15.631,69	R\$ 15.675,07	R\$ 15.718,45	R\$ 15.761,82	R\$ 15.805,20	R\$ 15.848,57	R\$ 15.891,95	R\$ 15.935,32	R\$ 15.978,70	R\$ 187.793,64

2.12.1 Payback

Payback é o tempo necessário para a equalização das entradas de caixa da empresa com o investimento inicial, ou seja, pode ser determinado como o tempo de recuperação do investimento inicial realizado.

TABELA 8 - PAYBACK DESCONTADO

PAYBACK		
	Resultado	Saldo
Investimento	R\$ 150.000,00	-
Ano 1	-R\$ 38.372,92	-R\$ 188.372,92
Ano 2	R\$ 38.023,67	-R\$ 150.349,25
Ano 3	R\$ 187.793,64	R\$ 37.444,39

Fonte: O Autor, 2017

Com as entradas de caixa da Coffee Thru calculadas mensalmente, obteve-se que o prazo de Payback é de 2,8, ou seja, em 2 anos e 8 meses as entradas de caixa se igualarão ao investimento inicial.

2.12.2 Análise de Rentabilidade

A partir da análise das demonstrações financeiras é possível fornecer uma série de dados sobre a empresa, para que possam ser transformados em informações que auxiliarão na tomada de decisão. Tais informações proporcionam uma visão clara do desempenho da empresa.

2.12.2.1 Margem de Lucro

Demonstra qual o grau de lucratividade líquida da empresa depois de serem deduzidos os gastos da organização, comparando com as vendas líquidas. Revela o sucesso da empresa em termos de lucratividade sobre vendas. É o lucro líquido obtido para cada R \$ 1,00 de receitas líquidas.

$$ML = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Vendas}}$$

TABELA 9 - MARGEM DE LUCRO ANO 1/ ANO 2

Ano1	Ano 2
-3,48%	2%

Fonte: O Autor, 2017

O resultado da Margem de lucro da Coffee Thru para o ano um e dois são satisfatórios, visto que estes são os primeiros anos de atividade da empresa. Este índice tende a aumentar nos próximos anos, visto que os custos de abertura da empresa estão sendo liquidados e as receitas aumentando.

2.12.3 Análise de Lucratividade

2.12.3.1 Margem Bruta

Mede a porcentagem de cada unidade monetária de venda que restou, após a empresa ter pagado seus produtos. Indica quanto a empresa obtêm de lucro, quanto maior melhor.

$$\text{Margem Bruta} = \frac{\text{Lucro Bruto} \times 100}{\text{Vendas}}$$

TABELA 10 - MARGEM BRUTA ANO 1/ ANO 2

Ano1	Ano 2
18,35%	18%

Fonte: O Autor, 2017

2.12.3.2 Margem Líquida

Este índice mede a porcentagem de cada unidade monetária de venda que restou, depois da dedução de todas as despesas.

$$\text{Margem Líquida} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Vendas}}$$

TABELA 11 - MARGEM LÍQUIDA ANO 1/ ANO 2

Ano1	Ano 2
0,23%	1%

Fonte: O Autor, 2017

A margem líquida é uma medida bastante citada para indicar o sucesso da empresa em termos de lucratividade.

A partir de todas as análises financeiras e demonstrações elaboradas ao longo do espelho financeiro, pode-se concluir que a abertura da Coffee Thru e os investimentos são viáveis. Os retornos esperados são positivos e satisfatórios e em um prazo razoavelmente bom.

3 CONCLUSÃO

O levantamento de todas essas informações, dados e questões quanto à realidade da panificação brasileira indica a necessidade de uma mudança no comportamento dos empreendedores. As empresas de panificação enfrentam um acirramento do mercado que, combinado com outros fatores, que incluem a falta de capacitação de mão-de-obra, elevação de custos, as levaram a essa queda de produtividade.

Através da pesquisa de mercado observa-se que o mercado de panificação está passando por grande reestruturação, com as panificadoras investindo em layouts modernos, novos modelos de negócios, facilidades de pagamento e tecnologia de ponta.

Em conclusão, a Coffee Thru e outras franquias presentes no país são a materialização da tendência já observada pelos analistas da área. Consideramos como oportunidades para este modelo de negócios o aumento do número de famílias com carro próprio e a escassez de tempo das famílias frente às demandas do trabalho e do cotidiano. Em Curitiba é possível ainda considerar como vantagem a instabilidade climática e frequência de chuvas, o que incita as pessoas a buscarem soluções mais práticas e fisicamente menos dispendiosas.

REFERÊNCIAS

PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DO SETOR DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA COM ATUAÇÃO NA QUALIDADE, PRODUTIVIDADE E SUSTENTABILIDADE. Convênio ABIP/ITPC/SEBRAE. Agosto 2015.

Junta Comercial do Paraná. Disponível em: <<http://portalservicos.jucepar.pr.gov.br/viabilidade>>. Acesso em 15 de Outubro de 2016.

Sociedade Nacional de Agricultura. Disponível em: <<http://sna.agr.br/pesquisa-revela-o-desempenho-do-setor-de-panificacao/>>. Acesso em 11 de Junho de 2016.

Localização Google Maps. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps/place/Rua+Jo%C3%A3o+Batista+Dallarmi,+1+-+Santo+Inacio,+Curitiba+-+PR,+82010-610>>. Acesso em 15 de Outubro de 2016.

Pesquisa Imóveis em Chaves na Mão. Disponível em: <<http://www.chavesnaao.com.br/imoveis/imovel/ver/terreno-para-locacao-em-curitiba-pr---santa-felicidade/391461>>. Acesso em 6 de Janeiro de 2017.

Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria. Disponível em: <<http://www.abip.org.br/>>. Acesso em 10 de Setembro de 2016.

Como elaborar um plano de negócios. [Brasília]: Sebrae, 2013. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/>>. Acesso em 11 de Junho de 2016.

KOTLER, P.&ARMSTRONG, Gary Princípios de Marketing. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

PORTER, Michael E. Estratégia Competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

Valor Economico. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/valor-data/tabela/5800/inflacao>>. Acesso em 7 de Janeiro de 2017.

Sindicato dos Trabalhadores na Indústria de Panificação e Confeitaria. Disponível em: <<http://www.stip.org.br/site/files/personalizado/337.pdf>>. Acesso em 7 de Janeiro de 2017.

Portal Small Business. Disponível em: <<http://smallbusiness.chron.com/start-own-coffee-drivethru-12169.html>>. Acesso em 9 de Setembro de 2016.

Portal Coffee Drive Thru Plans. Disponível em: <<http://www.coffeedrivethrups.com/designs.php>>. Acesso em 9 de Setembro de 2017.

Portal Ecopreneurist. Disponível em: <<http://ecopreneurist.com/2014/03/06/green-business-ideas-drive-thru-coffee-stand-espresso-shop/>>. Acesso em 24 de Setembro de 2016.

Portal Rede Pão Express. Disponível em: <<http://www.redepaoexpress.com.br/portal/o-negocio>>. Acesso em 8 de Setembro de 2016.

Publicação UOL. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/08/06/franquia-lanca-drive-thru-de-paozinho-no-interior-de-sp-veja-negocio.htm>>. Acesso em 10 de Novembro de 2016.

Portal Pão to Go. Disponível em: <<http://www.portalpaotogo.com/>>. Acesso em 9 de Setembro de 2016.

Publicação Revista Digital Exame. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/noticias/containers-viram-casas-com-apelo-moderno-e-precos-atraentes>>. Acesso em 23 de Setembro de 2016.

Portal Metálica. Disponível em: <<http://www.metalica.com.br/container-city-um-novo-conceito-em-arquitetura-sustentavel>>. Acesso em 24 de Setembro de 2016.

Simulador de Financiamentos. Disponível em: <<http://www.officinaprojetos.com.br/simulador-fco-bndes-proger/>>. Acesso em 7 de Janeiro de 2017.