



CENTRO UNIVERSITÁRIO DO PARÁ - CESUPA
ARGO-ESCOLA DE NEGÓCIOS
CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

BRENO MELO DOS SANTOS
EVELIM CRISTINA MENDES SOARES

**PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA CONFEITARIA DE
BOLOS PERSONALIZADOS SONHOS COMESTÍVEIS**

BELÉM – PARÁ
2018

BRENO MELO DOS SANTOS
EVELIM CRISTINA MENDES SOARES

**PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA CONFEITARIA DE
BOLOS PERSONALIZADOS SONHOS COMESTÍVEIS**

Pré-projeto de trabalho de conclusão de curso apresentado à Área de Ciências Exatas e Tecnológicas do Centro Universitário do Estado do Pará como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de Produção.

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Luciano da Rocha Conde

BELÉM- PARÁ

2018

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a Deus que me capacitou e me deu forças para chegar até aqui e a quem devo minha vida e tudo que tenho. Dedico também a minha mãe que sempre esteve ao meu lado e ao meu Pai que faz parte de tudo isso.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho em primeiro a Deus, por ser primordial em minha vida, meu guia, minha segurança, eu meu suporte em horas difíceis, ao meu pai que sempre esteve ao meu lado, a minha mãe que sempre me apoiou em minha jornada, ao meu irmão, a minha companheira que me deu forças para vencer essa etapa da minha vida, ao meu orientador que sempre esteve ao nosso lado nos apoiando.

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos são primeiramente a Deus, que me capacitou a trilhar essa jornada acadêmica, me dando saúde e força para cada desafio. Agradeço a minha mãe, que incansavelmente esteve ao meu lado, em todos os sentidos e que é a pessoa mais importante em minha vida. Ao meu Pai que desde o início me proporcionou essa oportunidade de realizar um sonho, a ele minha gratidão e admiração. Aos meus familiares, em especial minha tia, Ana, a quem tenho como referência de força e alegria no meu dia a dia. Também agradeço aos meus amigos, que me dão forças nos dias difíceis e que tornam o fardo mais leve, especialmente a Mariana que é uma das minhas melhores amigas e uma das minhas maiores referências. Ao meu Pastor que é uma fonte de inspiração e em quem eu me espelho muito, minha gratidão a ele. Ao meu orientador e professor Claudio Conde que se dispôs a nos ajudar e tornar esse sonho em realidade, sem ele não seria possível. E por fim, não menos importante, a minha dupla que sonhou comigo e que desejo todo sucesso.

Evelim Cristina Mendes Soares

AGRADECIMENTOS

Acima de tudo agradeço a Deus por me proporcionar essa oportunidade, e pelo dom da vida; por jamais me abandonar e ter dado a mim força e fé. Agradeço a minha mãe em ter sido incansável para dar a mim o melhor, por ter me ensinando a como conduzir minha vida. Agradeço ao meu pai por todo apoio moral e financeiro, pois sem a ajuda dele não teria a oportunidade de concluir. Ao meu irmão, por ter compartilhado comigo todos os momentos de felicidades e tristezas durante esses anos. Agradeço também a minha companheira pela força e auxílio dados a mim nesta reta final. Aos meus colegas de curso pelas ajudas durante essa trajetória. Em especial ao meu orientador e professor Conde, que compartilhou seus conhecimentos e sabedorias, me dando o suporte e inspiração necessária para a construção desse trabalho.

Breno Melo Dos Santos

RESUMO

A população paraense está cada vez mais exigente e em busca de produtos que satisfaçam suas necessidades e expectativas. Um dos segredos para um bom negócio é a criatividade, inovação, personalização e credibilidade ao entregar um serviço. Desse modo, este plano de negócio visa validar a viabilidade econômica e financeira para a implantação da empresa Sonhos Comestíveis na cidade de Belém do Pará. O bolo ocupa um lugar central na mesa e por isso é um dos artigos principais da festa; eles estão presentes em aniversários, casamentos e outros eventos sempre fazendo parte de momentos especiais na vida das pessoas. Pensando nisso, surgiu a ideia de criar a empresa “Sonhos Comestíveis” produzirá bolos personalizados, onde o cliente escolherá o tema da realização do seu Sonho. Os bolos da empresa Sonhos Comestíveis serão direcionados ao público B-C, visando da mais acessibilidade deste produto a essas classes, não deixando a qualidade de lado. De acordo com o levantamento do mercado realizado, o cenário é bem favorável e com oportunidades de crescimento e além disso proporcionará realização pessoal para o empreendedor.

Palavras-Chaves: Empreendedorismo. Confeitaria. Plano de negócios.

ABSTRACT

The population of the State of Pará is increasingly demanding and looking for products that meet their needs and expectations. One of the secrets of a successful business is creativity, innovation, personalization and when delivering a service. Thus, this business plan aims to validate the economic and financial viability for the implementation of the Sonhos Comestíveis Company in the city of Belem, state of Pará. The cake is one of the most important items in any celebration, they are present at birthdays, weddings and other events always being part of special moments in people's life. So, the idea of creating the company " Sonhos Comestíveis" came up to produce personalized cakes, where the client will choose the theme of the cake related to their celebration and dream -The cakes of Sonhos Comestíveis company will be directed to the public B-C, aiming at the more accessibility of this product by these classes, not leaving the quality aside. According to the market survey carried out, the scenario is very favorable and with opportunities for growth and in addition will provide personal fulfillment for the entrepreneur.

Key-words: Entrepreneurship. Confectionery. Business plan.

LISTA DE ILUSTRÇÕES

Figura 1-Qual é seu sexo.....	18
Figura 2-Qual a sua faixa etária.....	19
Figura 3-Onde você costuma comprar bolos personalizados.....	19
Figura 4-Você gosta de bolos temáticos/personalizados.....	20
Figura 5-Você prefere a comodidade do seu lar ou prefere ir até o local onde se encontram estes produtos.....	21
Figura 6-Qual sua renda familiar mensal.....	21
Figura 7-Localização do empreendimento.....	25
Figura 8-Slogan da empresa.....	25
Figura 9-Bolo de um andar.....	26
Figura 10-Bolo de dois andares.....	26
Figura 11-Bolo de três andares.....	27
Figura 12-Proposta de Layout.....	28
Figura 13-Fluxograma dos processos dos produtos.....	30

LISTA DE TABELAS

Tabela 1-Lista de produtos.....	23
Tabela 2-Investimentos Iniciais.....	33
Tabela 3-Prazo médio de recebimento de vendas.....	34
Tabela 4-Cálculo de pagamento aos fornecedores.....	35
Tabela 5-Cálculo do total do caixa mínimo.....	35
Tabela 6-Estoque Inicial.....	36
Tabela 7-Capital de giro.....	36
Tabela 8-Investimento total.....	37
Tabela 9-Faturamento Total.....	37
Tabela 10-Cálculo dos custos de comercialização.....	37
Tabela 11-Depreciação.....	38
Tabela 12-Custos fixos.....	38
Tabela 13-Construção de um cenário.....	40

LISTA DE QUADROS

Quadro 1-Estudo dos Concorrentes.....	22
Quadro 2-Descrição das instalações da empresa.....	29
Quadro 3- Matriz SWOT.....	32

SUMÁRIO

1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	14
1.1 MISSÃO DA EMPRESA.....	14
1.2 VISÃO DA EMPRESA.....	14
1.3 VALORES DA EMPRESA.....	14
1.4 OBJETIVO.....	15
1.5 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO.....	15
1.6 CAPITAL SOCIAL.....	15
1.7 DADOS DOS EMPREENDEDORES.....	15
2 ANÁLISE DE MERCADO.....	17
2.1 ESTUDOS DOS CLIENTES.....	18
2.2 ESTUDOS DOS CONCORRENTES.....	22
2.3 FORNECEDORES.....	23
3 O PLANO DE MARKETING.....	24
3.1 A LOCALIZAÇÃO.....	24
3.2 SLOGAN DA EMPRESA.....	25
3.3 PRODUTOS OFERTADOS.....	26
4 PLANO OPERACIONAL.....	28
4.1 LAYOUT.....	28
4.2 CAPACIDADE DE PRODUÇÃO.....	29
4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS.....	30
4.4 DISTRIBUIÇÃO.....	30
4.5 PLANEJAMENTO OPERACIONAL.....	31
4.6 ANÁLISE DE SWOT.....	31
5 PLANO FINANCEIRO.....	33
5.1 INVESTIMENTOS INICIAIS.....	33
5.2 CAIXA MÍNIMO.....	34
5.3 CONTAS A RECEBER.....	34
5.4 PAGAMENTO DE FORNECEDORES.....	34
5.5 ESTOQUES.....	35
5.6 TOTAL DE CAIXA MINIMO.....	35

5.7 ESTOQUE INICIAL.....	35
5.8 CAPITAL DE GIRO.....	36
5.9 INVESTIMENTO TOTAL.....	37
5.10 ESTIMATIVA DE FATURAMENTO TOTAL.....	37
5.11 ESTIMATIVA DE CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO.....	37
5.12 CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO.....	38
5.13 ESTIMATIVA DOS CUSTOS MENSAIS.....	38
5.14 PONTO DE EQUILIBRIO.....	39
5.15 RENTABILIDADE.....	39
5.16 PRAZO DE RETORNO (PAYBACK)	40
5.17 CENÁRIO.....	40
6 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS.....	42
REFERÊNCIAS.....	43
APENDICE.....	44

1.SUMÁRIO EXECUTIVO

O presente estudo tem como objetivo elaborar um Plano de negócios para a criação da Confeitaria de Bolos Personalizados “Sonhos Comestíveis” que atuará no ramo alimentício e tem como propósito fazer parte de momentos especiais na vida de seus clientes, proporcionando qualidade e inovação em seus produtos, oferecendo-lhe a oportunidade de personalizar seu Bolo do seu jeito. Dessa forma, a implantação da empresa sonhos comestíveis proporciona aos clientes a realização de um momento especial com produtos especiais. A confeitaria “Sonhos comestíveis” irá explorar a imaginação para reproduzir de forma criativa seus Bolos. O atual crescimento desse ramo na região despertou a ideia de investir e tomar a iniciativa de fazer este plano de negócios. Os produtos ofertados serão os Bolos de um andar, dois andares e 3 andares, que variam de preço e de acordo com a personalização.

1.1 MISSÃO DA EMPRESA

Entregar produtos exclusivos e personalizados, levando alegria e satisfação aos clientes com experiências inesquecíveis.

1.2. VISÃO DA EMPRESA

Se tornar uma das referências em Bolos personalizados, com serviço de excelência na região metropolitana de Belém em 5 anos. Além disso, se estabilizar no mercado, ser reconhecida no ramo e em 5 anos ter o retorno do investimento vendas de bolos por semana.

1.3 VALORES DA EMPRESA

Os valores da empresa estão pautados em Pontualidade: proporcionar ao cliente a certeza que seu pedido estará pronto no dia e hora combinada, ganhando assim credibilidade do serviço. Confiança: o cliente irá saber que ao adquirir o produto saberá da qualidade e que não terá prejuízos

Vale ressaltar a dedicação ao cliente demonstrando o quanto é gratificante saber que os colaboradores estão empenhados em oferecer o melhor de si. Ser transparente com o cliente, concluindo que todos os processos de fabricação e financeiro são de total confiança.

1.4-OBJETIVO

O objetivo da empresa Sonhos comestíveis é proporcionar aos seus clientes um serviço de personalização, oferecendo um produto de qualidade e confiança. Além disso, proporcionando-lhe conforto através da entrega à domicílio.

1.5-ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

O empreendimento se enquadra no simples nacional. O faturamento anual de até R\$ 3,6 milhões anuais. É o regime tributário que unifica oito impostos em uma única guia e engloba encargos previdenciários, que normalmente são arcados pelos empresários separadamente (IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, COFINS, IPI, CPP, ICMS, ISS).

1.6-CAPITAL SOCIAL

O capital social, proveniente dos sócios ou acionistas de um empreendimento, é o valor dos recursos que serão utilizados para o início e manutenção do negócio. O capital social da Sonhos Comestíveis será de 22.249,72 capex, os demais recursos de terceiros serão através de financiamentos. Este capital será formado para a aquisição do CAPEX inicial e para a formação do capital de giro necessário.

1.7 -DADOS DOS EMPREENDEDORES

Sócio 1:

Breno Melo dos Santos

RG 5555555

CPF: 444.444.444-44

Endereço: Rodovia Tapanã, condomínio Itapuã

Telefone- 88888888

Graduando em Engenharia de Produção

Sócio 2:

Evelim Cristina Mendes Soares

RG 7777777

CPF: 888.888.888-88

Endereço: Avenida José Bonifácio, passagem arco-íris.

Telefone- 99999999

Graduando em Engenharia de Produção

2-ANÁLISE DE MERCADO

Para definir quais são as necessidades do cliente e quais suas perspectivas, é necessário conhecer o público em que o produto será consumido. Através de uma pesquisa de mercado pode-se analisar o perfil e as necessidades dos clientes. A análise foi feita a partir de um questionário composto por 10 perguntas, onde buscava conhecer o cliente e suas características. O estudo foi realizado 50% através de um formulário *online* e 50% por um formulário presencial. Obteve-se uma coleta de 120 pessoas que residem na cidade de Belém do Pará. As perguntas foram sobre o sexo, idade, grau de escolaridade, renda familiar mensal, bairro onde reside, onde mais costuma comprar estes produtos, se tem interesse por bolos temáticos, se prefere a comodidade do lar ou ir até o local qual shopping frequenta e se tem preferência por preço baixo ou qualidade. O estudo foi realizado em outubro de 2018. Segundo um Estudo de Tendências feito pelo SEBRAE (2018) a análise e compreensão dos dados por meio de pesquisas, fornecem diretrizes para balizamento do mercado de consumo.

Ainda que o cenário atual não seja tão empolgante, é possível encontrar oportunidades para investir e identificar quais as necessidades de consumos dos clientes. Segundo Bernardi (2004) A quantidade e a velocidade das mudanças na atualidade e as profundas transformações nos ambientes, social, cultural e empresarial, com padrões indefinidos, mostram a necessidade de buscar caminhos e alternativas na forma de planejar, organizar e operacionalizar a empresa. De acordo com um estudo da ABIP (Associação Brasileira da indústria de panificação e

confeitaria), a tendência é que neste ano a indústria de panificação e confeitaria tenha um crescimento favorável.

A correta interpretação dos comportamentos, atitudes dos sistemas de valores, modos de vida, permitem compreender o consumidor de hoje. Analisar as tendências dos consumidores significa abrir os olhos para determinados segmentos do mercado, pois elas projetam o caminho a ser seguido. Na empresa Sonhos Comestíveis a análise de mercado também está pautada no levantamento de pesquisa citado acima, pois, para fixar a empresa no mercado é necessário realizar e analisar todos os processos compactados em um plano de negócio. De acordo com o resultado da pesquisa, pode-se perceber a grande demanda de bolos na região.

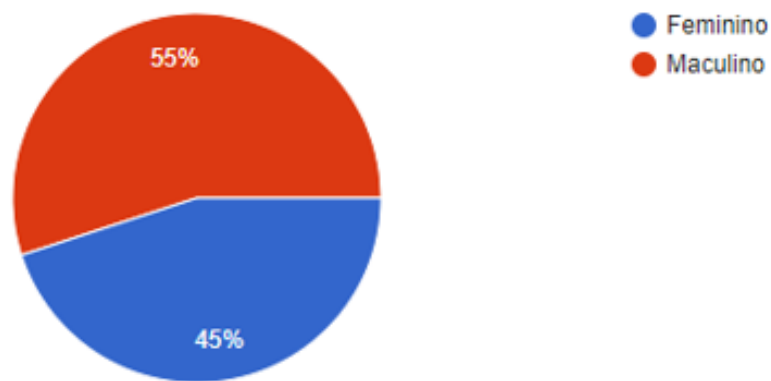
2.1-ESTUDOS DOS CLIENTES

A empresa “Sonhos Comestíveis” tem como público alvo pessoas em busca de bolos personalizados, com design diferenciado na região metropolitana de Belém. Os produtos mais convidativos são os bolos de dois andares e massa de pão de ló com recheio de cupuaçu. Além disso, a empresa busca oferecer diversidades nos seus produtos proporcionando a personalização do bolo. Foi feita uma coleta de 120 pessoas para identificar suas principais necessidades.

Analisar o público alvo de um determinado produto é primordial quando se envolve lucro e capital; portanto saber o que agrada e desagrade a clientela torna o empreendedor seguro do que oferece, pois, reconhece os gostos e de como deverá executar sua função em direcionar produtos de qualidade e fornecer bom atendimento.

Outra pergunta foi de gênero, e como pode-se observar na figura 01, cerca de 55% do público é do sexo feminino, dado que é importante na criação dos produtos.

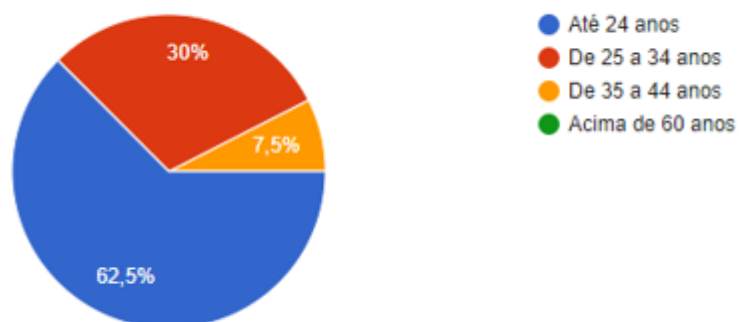
Figura 1 – Qual é seu sexo?



Fonte: Os autores (2018)

Em seguida, na figura 02, observa-se que 62,5% possui a faixa etária de até 24 anos. Dessa forma, podemos concluir que o público jovem também está em busca desses produtos.

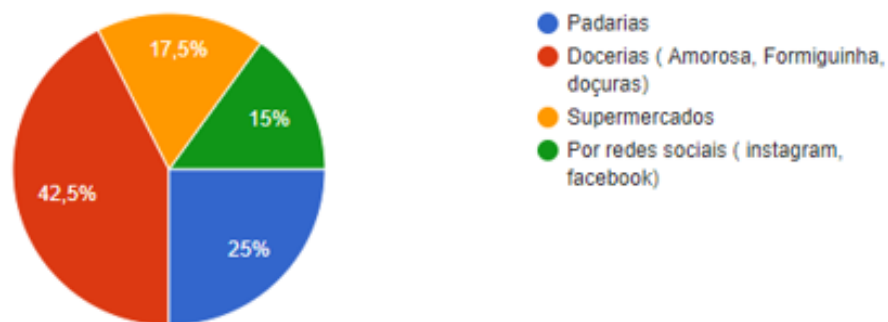
Figura 2- Qual a sua faixa etária?



Fonte: Os autores (2018)

Pode-se ver também através do questionário, onde as pessoas se direcionavam para comprar bolos personalizados, na figura 3, concluímos que 42,5% tem a intenção de comprar bolos em docerias. Sendo assim, a busca por olhos em lugares específicos é maior e nos dar mais viabilidade para a abertura da confeitaria.

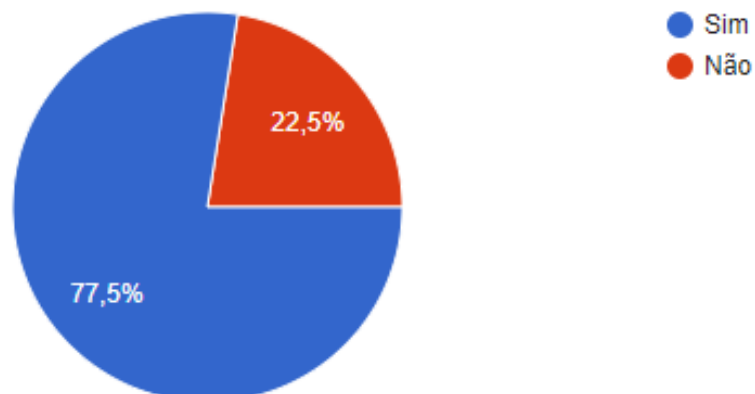
Figura 3- Onde você costuma comprar bolos personalizados?



Fonte: Os autores (2018)

Para identificar o gosto de busca por esses produtos, na figura 4 podemos visualizar que o público se interessa por esses tipos de bolos. Concluímos que 77,5% das pessoas tem interesse nesses tipos de produtos.

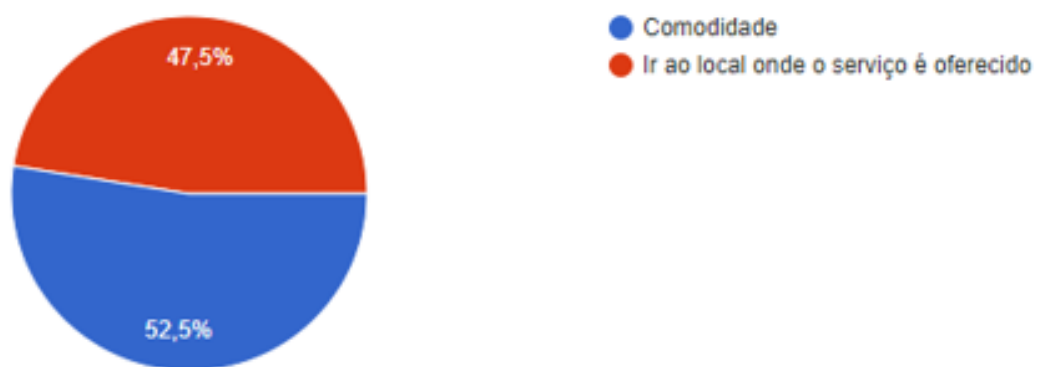
Figura 4- Você gosta de bolos temáticos/personalizados?



Fonte: Os autores (2018)

A Confeitaria sonhos comestíveis também irão dispor do serviço de Delivery, com isso para se certificar dessa necessidade, foi feita a seguinte pergunta da figura 5. Podemos identificar que a maioria prefere comodidade, embora maior parte também preferiu se deslocar até o local para ter acesso aos produtos. Concluimos que há essa necessidade e que as pessoas optam por comodidade.

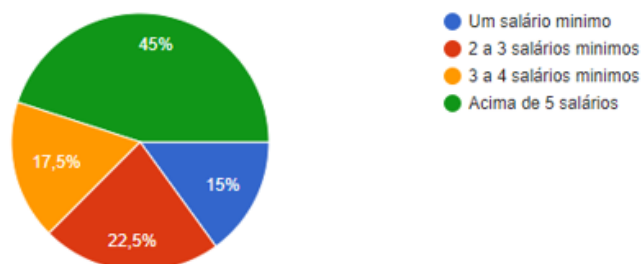
Figura 5- Você prefere a comodidade do seu lar ou prefere ir até o local onde se encontram estes produtos?



Fonte: Os autores (2018)

Uma das perguntas foi acerca da renda familiar mensal, houve a necessidade dessa pergunta para ter um norte sobre qual público iremos nos direcionar. Sendo assim, o resultado foi 45% obtém acima de 5 salários mínimos que está disposto a pagar os valores dos produtos ofertados. Pode-se visualizar esses dados a partir da figura 6 abaixo.

Figura 6- Qual sua renda familiar mensal?



Fonte: Os autores (2018)

2.2. ESTUDOS DOS CONCORRENTES

É a área de seu plano de negócio onde irá identificar quais são seus concorrentes e seus pontos fortes e fracos, canais de distribuição, custos e preços de venda praticados, políticas de crédito e formas de divulgação.

Quadro 1: Estudo dos Concorrentes

	Qualidade	Preço	Condições de pagamento	Atendimento	Serviços ao cliente
Doceria amorosa	Qualidade no atendimento, nos produtos e nos serviços, diversidade dos produtos ofertados.	De R\$180,00 a R\$480,00	A vista, Cartões de Crédito e Débito	08:00hr às 20:00 h	Entrega a domicilio
Doçuras	Qualidade no atendimento, nos produtos.	De R\$190,00 a R\$450,00	A vista, Cartões de Crédito e Débito	08:00h às 21:00h	Produtos feitos a partir de encomendas
Supermercados	Diversidade de produtos.	De R\$ 100,00 a R\$ 300,00	A vista, Cartões de Crédito e Débito	09:00h às 22h	Produtos feitos a partir de encomendas
Doceria em Planejamento	Alta qualidade no atendimento, personalização dos produtos, flexibilidade de pagamento.	De R\$ 160,00 a R\$ 400,00	A vista, Cartões de Crédito e Débito	09:00h às 18:00h	Produtos feitos a partir de encomendas

Fonte: Os autores (2018)

O primeiro critério usado para a análise dos concorrentes foram os preços dos produtos ofertados, em seguida foram determinadas as confeitarias que detém maior parte do público. Ao observarmos verificamos que há grande concorrência nesse ramo, todavia, o preço será um atrativo para os clientes se fidelizarem e o serviço delivery. Depois de analisar 3 concorrentes, foi estipulada a média de R\$ 150,00 para bolos mais comuns. Quanto aos diferenciais, o primeiro concorrente possui grande estabilidade no mercado e muitas diversidades nos produtos. Os principais concorrentes da empresa Sonhos Comestíveis são as confeitarias de maior porte e que já possuem uma clientela maior e um mix de produtos diversificado.

2.3 FORNECEDORES

Para o estudo dos fornecedores, foi realizada pesquisas de preço para analisar quais seriam os melhores fornecedores de matéria prima da Região Metropolitana de Belém, tendo como foco uma análise do binômio qualidade-preço. Neste sentido, as premissas principais são, nesta ordem de importância: 1. Qualidade, 2. Relação custo benefício, 3. Confiabilidade no fornecimento.

Deste modo, foram relacionados alguns fornecedores primários como: Assai e Casa do Sorveteiro; e fornecedores secundários como a feira do Ver-o-Peso e os supermercados, tais como, o Líder, Nazaré e Formosa. Também foram visitados atacadistas como o Belemzão, Preço Baixo, Comercial Brandão, Meio a meio Marambaia e Meio a Meio Gama Lopes.

Tabela 1: Lista de produtos

Nº	Lista de compra (mercadoria e matéria-prima)	Lista de fornecedor	Valor
1	Trigo 1kg	Assai	R\$ 2,95
2	Manteiga 1kg	Assai	R\$14,45
3	Margarina 1kg	Assai	R\$ 5,20
4	Açúcar 1kg	Assai	R\$ 2,70
5	Ovos unidade	Assai	R\$ 0,40
6	Leite de coco 1L	Assai	R\$ 2,62
7	Baunilha 1kg	Assai	R\$ 9,80
8	Fermento em pó 1kg	Assai	R\$17,50
9	Pasta Americana 1kg	Casa do sorveteiro	R\$17,80
10	Leite condensado 1L	Assai	R\$ 8,10
11	Crema de leite 1L	Assai	R\$10,75
12	Chocolate em pó 32% 1kg	Casa do sorveteiro	R\$14,50

Fonte: Autores (2018)

3. O PLANO DE MARKETING

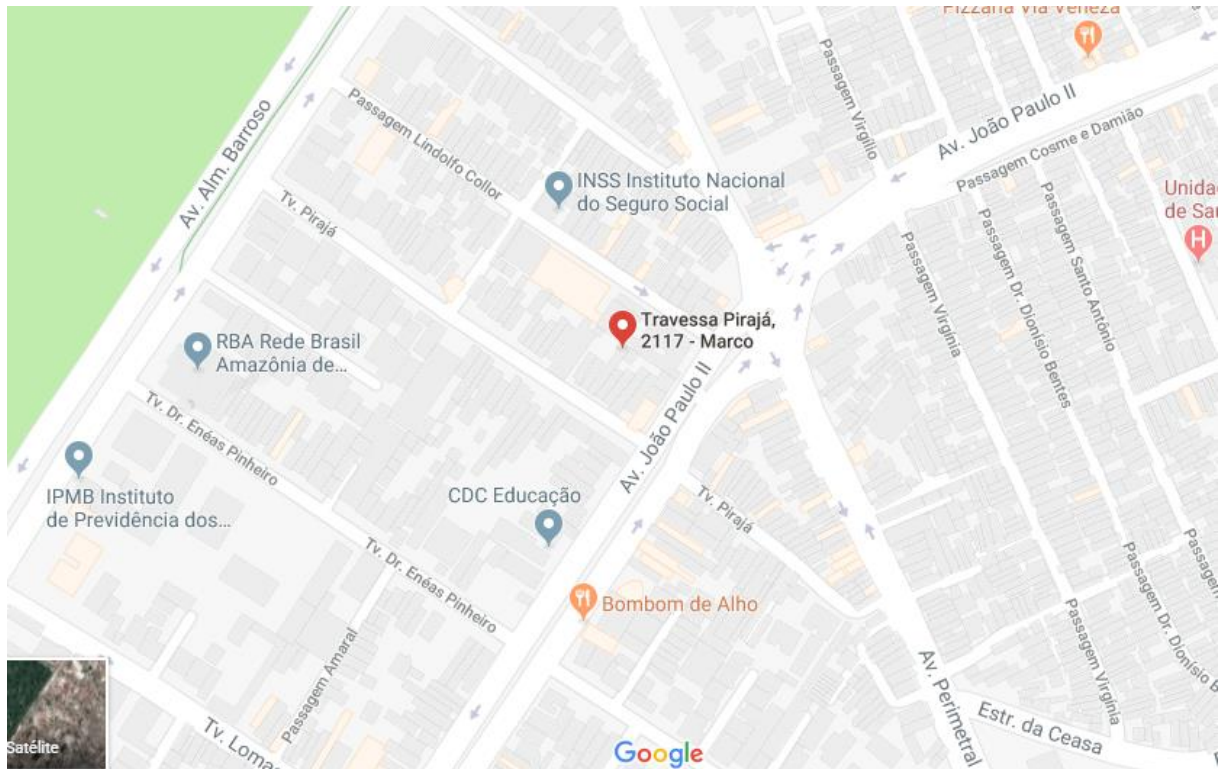
Segundo ROGER GATES (2004) O papel da pesquisa de marketing faz parte das tomadas de decisões com dados sobre a eficiência do mix de marketing atual e fornece percepções para as mudanças necessárias. Além disso, a pesquisa de marketing é a principal ferramenta para explorar novas oportunidades no mercado.

A Confeitaria Sonhos Comestíveis fornecerá bolos temáticos de pasta americana confeccionados conforme o desejo do cliente (personalização). A finalidade é que nossos produtos sejam de fácil acesso a classe “B e C” e nossos serviços proporcionem aos eventos de nossos clientes um toque de charme, diferenciação, personalização e bom humor, impressionando, encantando e oferecendo prazer aos seus convidados. Quanto as estratégias de divulgação, serão feitas através de panfletos e divulgação via redes sociais (Instagram, Facebook, WhatsApp), além disso a contratação de uma empresa de marketing permanente que faça a divulgação. A empresa pretende divulgar seus produtos, principalmente em datas comemorativas, onde a demanda é mais elevada, como: Dia das Mães, Páscoa, Dia dos Pais e no Natal. O preço irá ser de acordo com o produto escolhido pelo cliente, irão ser ofertados três tipos de bolos de pasta americana, de um andar, dois andares e 3 andares, ficando a critério do cliente a personalização do seu produto. Além disso, também irá oferecer bolos comerciais com recheios de cupuaçu e doce de leite. As principais estratégias de Marketing será o atendimento dado pela empresa, os cartões de fidelização de desconto a cada compra, degustação dos produtos, realização de promoções, entrega a domicilio, inovação dos produtos.

3.1 A LOCALIZAÇÃO

A empresa Sonhos Comestíveis irá se localizar no bairro do Marco, na cidade de Belém do Pará, na Trav. Pirajá n 2117 no bairro do Marco, entre almirante Barroso e João Paulo.

Figura 7- Localização do empreendimento



Fonte: Google Maps (2018)

3.2 SLOGAN DA EMPRESA

O slogan da empresa foi criado para transmitir a mensagem da empresa e qual seu segmento. Com o propósito de realizar sonhos através de seus produtos, cada item é produzido com o intuito de cativar o cliente.

Figura 8- Slogan da empresa



Fonte: Autores (2018)

3.3 PRODUTOS OFERTADOS

Os bolos das imagens acima foram feitos pela confeitadeira da empresa ainda informal. Estes produtos serão ofertados no local do empreendimento após a formalização.

Figura 9- Bolo de um andar



Fonte: Autores (2018)

Figura 10- Bolo de dois andares



Fonte: Autores (2018)

Figura 11- Bolo de três andares



Fonte: Autores (2018)

4-PLANO OPERACIONAL

O plano operacional formaliza como o empreendedor irá realizar seus processos e suas atividades na sua empresa. Dessa forma, através dele é demonstrado como será produzido, fornecido seus produtos e serviços detalhando quem irá compor sua empresa, qual a capacidade técnica do empreendimento e quais as perspectivas também. Sendo assim, foi realizado um Plano operacional para definir as diretrizes que cercam a Sonhos Comestíveis.

Quadro 3: Descrição das instalações da empresa

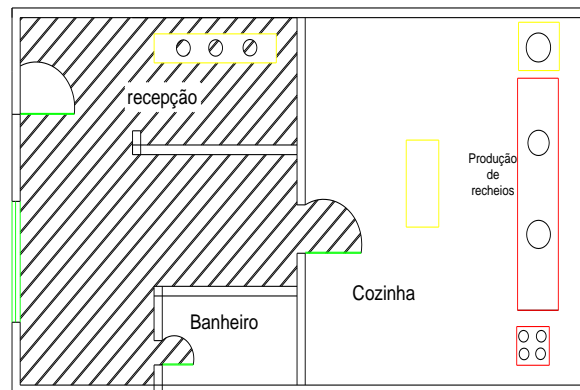
Item	Descrição
Localização	Trav. Pirajá n 2117 no bairro do Marco, entre almirante Barroso e João Paulo.
Iluminação	A luz artificial da cozinha será obtida por lâmpadas fluorescentes de 150W. Na área de recepção, a lâmpada é do mesmo tipo 150W. No banheiro também terá a mesma iluminação. A luz natural será obtida por janelas que contém no espaço.
Paredes, Portas, janelas e pintura	As paredes serão de lajotas. As portas são de mdf, revestidas de material lavável. As janelas são de alumínio com vidro transparente e liso. A pintura do teto de da parte alta das paredes é de cor branca. Os pisos são de lajotas brancas.
Instalações elétricas	As instalações elétricas já estão inseridas no local e cada equipamento terá uma tomada.
Sistema de esgoto	Há sistema de esgoto apropriado.
Ventilação/Temperatura	As ventilações são asseguradas pela janela da cozinha e uma na sala de atendimento.
Outros	Há drenagem de água no local.

Fonte: Os Autores

4.1-LAYOUT

O layout proposto contém recepção para os clientes que irão fazer encomendas no local. Além disso, um banheiro no mesmo compartimento. A entrada da cozinha será ligada a recepção, separada por uma parede. Na cozinha contém a mesa para a fabricação dos bolos, um fogão, uma geladeira, um balcão com os utensílios para a produção dos bolos. Esta área possui uma janela para a ventilação do local, para atender as exigências da vigilância sanitária.

Figura 12- Proposta de Layout



Fonte: Autores (2018)

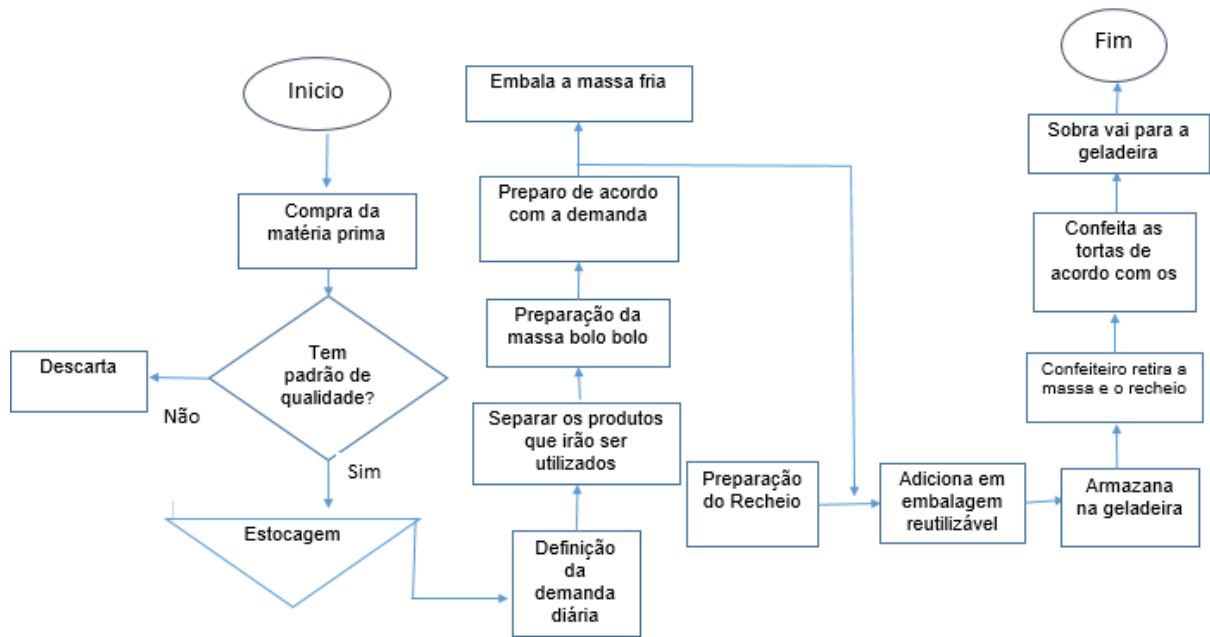
4.2 -CAPACIDADE DE PRODUÇÃO

Para realizar os serviços faz-se necessário a análise da capacidade operacional e prestação desses serviços. Desse modo, produzirá seus bolos em uma casa no Centro de Belém, onde o local terá a recepção para receber os clientes e a cozinha para a produção dos bolos. A produção será diária por se tratar de um produto perecível e de fácil contaminação. Estão previstos até 2 bolos em média por dia. As instalações das lojas atenderão as exigências da Vigilância Sanitária. A cozinha será ventilada e revestidas com lajotas para atender as exigências sanitárias, os pisos, bancadas e predes também serão compostos por materiais laváveis e impermeáveis.

4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS

Marshall (2008) defende fluxograma como uma realização de desenhos gráficos que tem o objetivo de facilitar a visualização dos processos de uma empresa. Diante disso, todas as etapas do bolo, desde a entrada da matéria prima até a finalização do produto serão apresentadas através de um fluxograma do processo produtivo.

Figura 13 – Fluxograma dos processos dos produtos



Fonte: Autores (2018)

4.4-DISTRIBUIÇÃO

A forma de destruição dos produtos será feita através de encomendas pelas redes sociais e na própria casa comercial. Com isso, o estoque será feito conforme a quantidade demandada pela produção, evitando assim, a perda de produtos perecíveis e ônus.

4.5-PLANEJAMENTO OPERACIONAL

A equipe será formada pelo gerente e um funcionário que irá trabalhar uniformizado de cor clara, mãos higienizadas, sapato fechado, avental, touca. Dessa forma, estando adequado as exigências da vigilância. A equipe fará avaliação dos seus produtos por meio de fidelização dos clientes e análise de mercado

4.6-ANÁLISE DE SWOT

Segundo CHIAVENATO E SAPIRO (2009), sua função é cruzar as oportunidades e as ameaças externas à organização com seus pontos fortes e fracos. A análise feita a partir da matriz SWOT permite identificar quais estratégias podem ser utilizadas no ambiente interno e externo.

Entre os seus principais objetivos estão a criação de um resumo detalhado de todas as análises da empresa; saber onde investir (melhorar as fraquezas da empresa); fomentar estratégias para resoluções de possíveis dificuldades e realizar o diagnóstico da empresa contribuindo para os pontos positivos da mesma, elevando dessa forma as oportunidades favoráveis e se mantendo atenta aos riscos que poderão ser encontrados. A partir da análise SWOT pode-se identificar os pontos fortes, superar ou eliminar os pontos fracos, tomar ciência das oportunidades e se defender das ameaças. Com isso, foi elaborado uma análise SWOT da empresa para analisar esses 4 pilares.

Quadro 3: Matriz SWOT

<p>Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envolvimento do cliente na criação estética do bolo • Preço competitivo e justo • Atendimento personalizados • Disponibilidade para crescer (pelo Local e conhecimento técnico) 	<p>Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiência na administração de empresa • Produto dito como supérfluo em momentos de crises • Equipe de produção insuficiente • Marca a ser consolidada
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento da demanda de bolos temáticos • Boas taxas de financiamento • Apoio do Governo para Microempreendedor individual 	<p>Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grande concorrência nesse ramo • Crise no cenário atual • Marca desconhecida • Sazonalidade dos produtos

Fonte: Autores (2018)

5- PLANO FINANCEIRO

5.1-INVESTIMENTOS INICIAIS

O ponto comercial do imóvel, onde funciona o empreendimento, apresenta seu interior em boas condições de instalação elétrica, portas e janelas, cozinha, banheiro, recepção (todos espaços aprimorados com azulejos). No entanto, o dispêndio a ser gasto nas reformas previstas em R\$ 800,00 (reais), será utilizado na instalação de uma pia e de um vaso sanitário e na pintura da fachada do estabelecimento, recepção e banheiro do mesmo. Tal orçamento fora proposto pelo engenheiro consultado.

O investimento inicial está apresentado na tabela abaixo, totalizando R\$ 6.942,22.

Tabela 2: Investimentos Iniciais

Investimentos Fixos	Valor
	R\$ 3.026,60
Máquinas e Equipamentos	
Fogão	R\$ 562,00
Impressora	R\$ 474,05
Geladeira	R\$ 1.661,55
Batedeira	R\$ 329,00
	R\$ 2.814,62
Móveis e utensílios	
Mesa Recepção	R\$ 370,40
Vaso Sanitário	R\$ 259,90
Pia Banheiro	R\$ 299,99
Cadeira Recepção	R\$ 164,99
Balcão de cozinha	R\$ 243,70
Pia Cozinha c/ Gabinete	R\$ 404,15
Porta de Giro	R\$ 106,50
Cadeira Recepção	R\$ 164,99
Utensílios de Cozinha	R\$ 800,00
	R\$ 1.101,00
Instalações	
Ar Condicionado	R\$ 1.101,00

Total dos Investimentos Fixos	R\$ 6.942,22
--------------------------------------	---------------------

Fonte: Autores (2018)

Como demonstra o quadro, pode-se visualizar os custos fixos para a implantação da estrutura física da confeitaria, com o investimento necessário em máquinas e equipamentos de R\$ 3.026,60 em móveis e utensílios no valor de R\$2.814,62 e com instalações de R\$ 1.101,00. Sendo total de investimentos fixos no Valor de R\$ 6.942,22.

5.2-CAIXA MÍNIMO

É uma “proteção” que uma empresa precisa dispor em saldo, para exercer a funcionalidade do estabelecimento até que a mesma obtenha os pagamentos de sua clientela.

5.3-CONTAS A RECEBER

Por se tratar do ramo de alimentos e de confecção manual, dependendo do tipo do bolo o valor da matéria prima e do valor ao cliente pode se tornar um pouco mais elevado, levando à estratégia de venda como possibilidade de pagamento parcelado, sendo 50% de entrada no pedido da encomenda e o outro restante a ser pago no recebimento do produto; outra possibilidade se refere na compra a prazo onde o cliente determina a melhor possibilidade de pagamento no cartão de crédito.

Tabela 3 – Prazo médio de recebimento de vendas

Prazo Médio de Recebimento das Vendas			
Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Á vista	50%	0	0
A prazo (1)	30%	30	9
A prazo (2)	15%	60	15
A prazo (3)	5%	90	4,5
PMRV			28,5

Fonte: Os autores (2018)

5.4-PAGAMENTO DE FORNECEDORES

Em relação ao pagamento dos fornecedores será utilizada a estratégia dos fornecedores, sendo a melhor opção a de parcelamento sem juros em duas prestações. Essa medida foi aplicada por não haver necessidade de prolongamento ao prazo de pagamento referentes aos produtos comprados em grandes lojas e por não apresentar custo financeiro de juros.

Tabela 4: Cálculo de pagamento aos fornecedores

Prazo Médio de Pagamento das Compras			
Prazo médio de Pagamento	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Á vista	50%	0	0
A prazo (1)	50%	30	15
	PMPC		15
	PMRE		5

Fonte: Os autores (2018)

5.5-ESTOQUES

Foi estabelecida a estratégia de compras por períodos mensais para a realização da montagem e confecção dos bolos e doces, por se tratar de produtos com baixa durabilidade e para evitar grandes estoques que venham ocasionar perdas e por consequência prejuízos.

5.6-TOTAL DE CAIXA MINIMO

Representa o valor em dinheiro que o empreendimento precisa ter disponível para cobrir os custos até que as contas a receber de clientes entrem no caixa. Com isso, foi realizado os cálculos para prever quais são os custos estimados.

Tabela 5: Cálculo do total do caixa mínimo

Cálculo do total do caixa mínimo		
1. Custo fixo mensal	R\$	6.752,90
2. Custo variável mensal	R\$	1.206,00
3. Custo total da empresa (1+2)	R\$	7.958,90
4. Custo total diário (Custo total da empresa/30)	R\$	265,30
5. Ciclo Financeiro ou Necessidade Líq. De Capital de Giro em dia (PMRE+PMRV-PMPC)		18,5

B - Total do Caixa Mínimo	R\$	4.907,99
----------------------------------	------------	-----------------

Fonte: Autores (2018)

5.7-ESTOQUE INICIAL

Os produtos do estoque inicial foram avaliados tendo como suporte a pesquisas de valores referentes aos fornecedores e a quantidade de produto a ser utilizado irá ser monitorado por uma doceira que possui mais de 15 anos nas práticas de confecções de montagem de bolos, doces e salgados, ela irá assessorar como se deve proceder em relação ao material que será utilizado nas primeiras encomendas (isso ocorrerá nos meses iniciais da abertura da loja).

Tabela 6: Estoque Inicial

A) Estimativa de Estoque Inicial						
	Descrição	Quantidade kg/L	Valor Unitário		Total	
1	Trigo	133	R\$	2,95	R\$	392,35
2	Manteiga	26,6	R\$	14,45	R\$	384,37
3	Margarina	33,4	R\$	5,20	R\$	173,68
4	Açúcar	77	R\$	2,70	R\$	207,90
5	Ovos	884	R\$	0,40	R\$	353,60
6	Leite de coco	35,4	R\$	2,62	R\$	92,75
7	Baunilha	1,56	R\$	9,80	R\$	15,29
8	Fermento em pó	1,32	R\$	17,50	R\$	23,10
9	Pasta Americana	137,6	R\$	17,80	R\$	2.449,28
10	Leite moça	75,05	R\$	8,10	R\$	608,00
11	Creme de leite	37	R\$	10,75	R\$	397,75
12	Chocolate em pó 32%	15,48	R\$	14,50	R\$	224,46
A - Total do Estoque Inicial			R\$	106,77	R\$	5.322,53

Fonte: Os autores (2018)

5.8-CAPITAL DE GIRO

O capital de giro irá ser utilizado tendo como referências o estoque inicial e o caixa mínimo contabilizando o valor da soma dos mesmos.

Tabela 7: Capital de giro

Cálculo do Capital de Giro		
A - Total do Estoque Inicial	R\$	5.322,53
B - Total do Caixa Mínimo	R\$	4.907,99
Total do Capital de Giro (1+2)	R\$	10.230,51

Fonte: Autores (2018)

5.9-INVESTIMENTO TOTAL

Tabela 8: Investimento total

Investimentos Totais	Valor	
1. Investimentos Fixos	R\$	6.942,22
2. Capital de Giro	R\$	10.230,51
3. Investimentos pré-operacionais	R\$	5.000,00
Total dos Investimentos Totais	R\$	22.249,72

Fonte: Os autores (2018)

5.10-ESTIMATIVA DE FATURAMENTO TOTAL

A estimativa de vendas foi calculada com base em um mix de vendas dos bolos por tamanho, tomando como base a experiência neste setor dos autores. Vale ressaltar que esta quantidade apresenta folga operacional para uma produção maior, conforme demanda.

Tabela 9: Faturamento Total

Produtos	DADOS DA RECEITA			50%	
	Quantidade	Preço	Receita	A Vista	A prazo
<i>1</i>	24	R\$250,00	6.000,00	3.000,00	3.000,00
<i>2</i>	12	R\$350,00	4.200,00	2.100,00	2.100,00
<i>3</i>	8	R\$400,00	3.200,00	1.600,00	1.600,00
TOTAL		R\$600,00	R\$ 13.400,00	R\$ 6.700,00	R\$ 6.700,00

Fonte: Os autores (2018)

A estimativa de vendas foi calculada com base em um mix de vendas dos bolos por tamanho, tomando como base a experiência neste setor dos autores. Vale ressaltar que esta quantidade apresenta folga operacional para uma produção maior, conforme demanda.

5.11-ESTIMATIVA DE CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Esse custo representa a quantidade de impostos pagos sobre o produto, ele é classificado como um custo variável; o empreendimento “sonhos comestíveis” está enquadrado no simples nacional (que é um acrônimo de Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte) onde possui faturamento de 13.400,00 por mês, sobre esse valor é taxado 8 tributos sendo eles (IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, COFINS,IPI, ICMS, ISS e CPP) em uma única formula somando 4% e ISS de 5%; dessa forma o total de impostos é de 9% resultando em 1.206,00 mensal de custo de comercialização.

Tabela 10: Cálculo dos custos de comercialização

Descrição	Receita estimada	%	Custo Total	
1. Impostos				
1.1 Impostos Federais				
Simples	13.400,00	4,00%	R\$	536,00
1.2 Impostos Estaduais				
1.2 Impostos Municipais				
ISS	13.400,00	5,00%	R\$	670,00
Subtotal 1	-	-	R\$	1.206,00
2. Despesas Variáveis				
Comissões	13.400,00		R\$	-
Propaganda	13.400,00		R\$	-
Taxa de administração do cartão de crédito	13.400,00		R\$	-
	13.400,00		R\$	-
Subtotal 2	-	-	R\$	-
Total (Subtotal 1 e 2)			R\$	1.206,00

Fonte: Os autores (2018)

5.12-CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO

Esse custo refere-se ao desgaste de máquinas e equipamentos; moveis; utensílios e instalações da empresa ao longo de 10 anos. Para o cálculo desse custo foram utilizados os valores de cada aquisição somando um total, depois foram subtraídos cada valor pelo que irá valer de acordo com seu valor residual, ou seja o valor do material no final da sua durabilidade, e após foi feito a divisão do resultado pelo longo de 10 anos, o tempo foi estipulado de acordo com a taxaço da receita federal. Desta forma encontrando depreciação anual, após o valor foi dividido em 12 meses para ser obter a depreciação mensal e estão disponíveis a baixo na tabela 11.

Tabela 11: Depreciação

Estima de Custo com Depreciação					
Itens	Custo De Aquisição	Vida Útil	Valor Residual	Depreciação Acumulada anual Anual	Depreciação Acumulada mensal Mensal
Máquinas e equipamentos	R\$ 3.026,60	10	R\$ 302,66	R\$ 272,39	R\$ 22,70
Móveis e Utensílios	R\$ 2.814,62	10	R\$ 281,46	R\$ 253,32	R\$ 21,11
Instalações	1.101,00	10	R\$ 110,10	R\$ 99,09	R\$ 8,26
Total	R\$ 6.942,22	*****	*****	R\$ 624,80	R\$ 52,07

Fonte: Autores (2018)

5.13-ESTIMATIVA DOS CUSTOS MENSAIS

São os custos referentes as atividades que não sofrem alteração pela a quantidade produzida, ou seja, os gastos para manter a estrutura da empresa, na tabela 12 a baixo, estão identificados os custos fixos mensais projetado para o negócio de acordo com suas necessidades de funcionamento.

Tabela 12: Custos fixos

Estima de Custo Fixos Mensais	
Descrição	Custo Total Mensal
IPTU	R\$ 80,00
Água	R\$ 150,00
Energia Elétrica	R\$ 500,00
Gás de cozinha	R\$ 200,00
Telefone + Internet	R\$ 100,00
Honorários do Contador	R\$ 700,00
Pró-labore sócio 1	R\$ 1.500,00
Pró-labore sócio 2	R\$ 1.500,00
Salários + Encargos Sociais	R\$ 1.280,83
Material de limpeza	R\$ 150,00
Material de escritório	R\$ 40,00
Combustível	R\$ 300,00
Marketing	R\$ 200,00
Taxas Diversas	R\$ 0,00
Serviços de terceiros	R\$ 0,00
Depreciação	R\$ 52,07
Outras despesas	0,00
Total	R\$ 6.752,90

Fonte: Os Autores (2018)

Vale ressaltar que a utilização de um dos imóveis dos autores será importante para a redução dos custos operacionais conforme apresentado na planilha acima.

5.14-PONTO DE EQUILÍBRIO

O ponto de equilíbrio é uma medida de segurança para empresa para mostra o quando e vender para que as receitas ser iguaem aos custos.

Fórmula do ponto de equilíbrio:

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = (\text{Custo Fixo} / (\text{Receita} - \text{Custo Variável})) \times 100$$

$$\text{Margem de Contribuição} = \text{Receita} - \text{Custo Variável}.$$

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = (6.752,90/9.220,57) \times 100$$

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = 73,23 \text{ bolos-tipo}$$

5.15-RENTABILIDADE

A rentabilidade é o resultado do investimento feito sobre o empreendimento. Demonstra o retorno do capital de investimento e em quanto tempo o lucro é obtido. A seguir um exemplo do cálculo de rentabilidade.

$$\text{RENTABILIDADE} = \frac{\text{LUCRO LÍQUIDO MENSAL}}{\text{INVESTIMENTO TOTAL}} \times 100$$

$$\text{RENTABILIDADE} = \frac{2.467,67}{22.172,73} \times 100$$

$$\text{RENTABILIDADE} = 11,13\% \text{ para o primeiro ano}$$

Dessa forma, pode-se observar através dessa análise que o retorno é breve e isso torna o cenário otimista para o empreendedor.

5.16-PRAZO DE RETORNO (PAYBACK)

Para saber o retorno do investimento depositado no empreendimento, foi utilizada esse indicador para visualizar qual tempo de retorno do negócio.

$$\text{PAYBACK} = \frac{\text{INVESTIMENTO TOTAL}}{\text{LUCRO LIQ. ANUAL}}$$

$$\text{PAYBACK} = \frac{22.172,73}{2.467,67} = 9 \text{ meses.}$$

Conforme o Cálculo do Payback, podemos analisar que o retorno tem prazo de aproximadamente 6 meses.

5.17-CENÁRIO

Em um crescimento econômico houve um aumento nas vendas, e o cenário criado foi com a previsão de crescimento de 100% na venda dos bolos de dois andares, onde, o lucro bruto aumentou para R\$ 17.600,00 e o lucro líquido de R\$ 7.045,67. Dessa forma, foi possível identificar um retorno sobre as vendas de 40% no mês. A rentabilidade sobre o investimento aumentou 18% em comparação à situação atual da empresa. O prazo de retorno investimento, foi de 3 meses e 15 dias. O ponto de equilíbrio calculado nesse cenário é de 49 bolos por mês-tipo.

Retorno sobre as Vendas	
Dados	
Receitas Totais	R\$ 17.600,00
Lucro Líquido	R\$ 7.045,67
Retorno sobre as Vendas	40% por mês
Rentabilidade sobre o Investimento	
Dados	
Lucro Líquido	R\$ 7.045,67
Investimentos Totais	R\$ 24.352,35
Retorno sobre o Investimento	29% ao mês
Prazo de Retorno do Investimento	
Dados	
Gastos Totais	
Lucro Líquido	R\$ 7.045,67
Investimentos Totais	R\$ 24.352,35
Prazo de Retorno do Investimento	3 meses e 15 dias
Dados	
Custo Fixo	R\$ 6.752,90
Margem de Contribuição	R\$ 13.798,57
Ponto de Equilíbrio	49 bolos-tipo

Fonte: Os autores (2018)

6. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

A elaboração do plano de negócios da confeitaria de bolos personalizados e doces denominada de “Sonhos Comestíveis” é, como foi dito, um projeto de formalizar 2 iniciativas familiares já implantadas de produção informal.

Apesar dos custos da formalização, sejam eles, tributários e regulatórios (Bombeiros, Vigilância Sanitária e etc) serem elementos inibidores do processo de formalização de pequenos negócios, o presente plano provou ser viável a sua implantação, com retorno previsto para tempo inferior a 1 (um) ano.

Entretanto, dois fatores ajudam na obtenção desses resultados positivos, sendo o 1º, a utilização de valores baixos de pró-labore inicial aos empreendedores (R\$ 1.500,00/cada) e, em 2º lugar, a utilização de imóvel próprio para sediar a empresa.

Por outro lado, existe folga operacional para uma expansão na oferta de produtos que denominamos de “kits festa”. Estes incluem a oferta de doces, salgados, cupcakes e outros elementos que devem compor uma 1ª expansão do negócio ainda antes de um ano de operação.

REFERÊNCIAS

ABIP (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA). **Tendências do mercado e indicadores (2018)**. Disponível em <<http://www.abip.org.br/site/tendencias-de-mercado-e-indicadores-2018/>> Acesso em: 19 de novembro de 2018.

CHIAVENATO E SAPIRO (2009). **Planejamento estratégico, fundamentos e aplicações**. 2º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

DA CRUZ, Bruna Carolina; DA SILVA, Rafael Victor Ostetti; VENDRAME, Francisco César. **Plano de negócio e planejamento: sua importância para o empreendimento**. V ENCONTRO CIENTÍFICO E SIMPÓSIO DE EDUCAÇÃO UNISALESIANO. A pesquisa frente à inovação e o desenvolvimento sustentado. De 06 a 09 de out. Lins-SP. 2015

DE OLANDA, Isaque Pedro e FROTA, Jonas. **MINI CURSO ESTRATÉGIA PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS**. Sobral-CE. 2011

ROGER GATES (2004). **Pesquisa de Marketing**. 1º ed. Itaipu.

Matriz S.W.O.T

Disponível em

<https://www.google.com.br/url?url=http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%2520Sebrae/Anexos/ME_Analise-Swot.PDF&rct=j&sa=U&ved=2ahUKEwi86a3S0-XaAhVCEZAKHQAZCmcQFjAbegQIBBAB&q=SWOT&usg=AOvVaw32hYzVg2ZWta236KJH6m6HA> Acessado em: 01. Mai. 2018

APENDICE

Pesquisa de mercado para a abertura de uma Doceria

Este formulário serve para a criação de um Plano de negócios do Centro universitário do Estado do Pará, especificamente para a abertura de uma confeitaria . Sua ajuda será de grande valia.

Sexo?

- Feminino
- Maculino

Faixa etária

- Até 24 anos
- De 25 a 34 anos
- De 35 a 44 anos
- Acima de 60 anos

Qual seu grau de escolaridade?

- Fundamental
- Médio
- Superior
- Não alfabetizado
- Opção 5

Renda Familiar Mensal

- Um salário mínimo
- 2 a 3 salários mínimos
- 3 a 4 salários mínimos
- Acima de 5 salários

Bairro onde mora

Texto de resposta curta

Onde costuma comprar Bolos para eventos especiais?

- Padarias
- Docerias (Amorosa, Formiguinha, doçuras)
- Supermercados
- Por redes sociais (instagram, facebook)

Você gosta de bolos temáticos/personalizados?

- Sim
- Não

Voce prefere a comodidade do seu lar para utilizar algum serviço ou prefere ir até o local onde é oferecido ese serviço?

- Comodidade
- Ir ao local onde o serviço é oferecido

Qual o shopping que você frequenta?

Texto de resposta curta
.....

Em relação ao valor pago ao bolo, você é atraído pela qualidade ou preço baixo?

- Qualidade
- Preço baixo