

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL  
CAMPUS DE CHAPADÃO DO SUL  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**PLANO DE NEGÓCIO DO DIVINO CUSCUZ**

KAMILA DA SILVA CHAVES

Chapadão do Sul - MS

2023

KAMILA DA SILVA CHAVES

## PLANO DE NEGÓCIO DO DIVINO CUSCUZ

Produção técnica - Plano de Negócios, apresentado como requisito parcial à aprovação do TCC para obtenção do grau de Bacharela em Administração, pelo Curso de Graduação em Administração, Campus de Chapadão do Sul da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Rocío Del Pilar Lopez Cabana

Chapadão do Sul - MS

2023

## **Agradecimentos**

Gostaria de expressar minha profunda gratidão a Deus pela oportunidade desta formação. Este projeto representa um marco importante em minha jornada acadêmica e não teria sido possível sem o apoio e encorajamento de muitas pessoas.

Em primeiro lugar, quero agradecer a minha orientadora Rocío del Pilar López Cabana, pela orientação excepcional, paciência e dedicação ao longo deste processo. Seu conhecimento e conselhos foram inestimáveis para o desenvolvimento deste trabalho.

À minha família, que sempre esteve ao meu lado, meu namorado Marcio e minhas amigas que essa formação me deu, quero expressar minha gratidão profunda. O amor e apoio incondicional de vocês me deu força para superar os desafios e alcançar este objetivo.

Também quero agradecer à Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, pelos recursos, oportunidades e ambiente de aprendizado que proporcionaram. Por último, mas não menos importante, quero expressar minha gratidão aos demais docentes do curso, que contribuíram para a minha formação. Agradeço do fundo do meu coração por terem compartilhado seu conhecimento, paixão pelo ensino e orientação ao longo da minha jornada acadêmica.

# PLANO DE NÉGOCIO DO DIVINO CUSCUZ

## Resumo

O presente trabalho teve como objetivo a elaboração de um plano de negócios para a cuscuzeria Divino Cuscuz na cidade de Chapadão do Sul - MS, com o propósito de avaliar sua viabilidade. Para atingir esse objetivo, foram seguidos diversos procedimentos e etapas metodológicas que incluíram: uma pesquisa de mercado que envolveu a coleta de dados através de uma pesquisa quantitativa e qualitativa, a análise das práticas dos concorrentes, além do estudo dos fornecedores, por meio de uma pesquisa de dados secundários. Foi possível a criação do plano de *marketing*, do plano operacional e o plano financeiro, abordando detalhes fundamentais do futuro negócio. Graças a esses métodos, foi possível criar um plano de negócios abrangente, fornecendo informações detalhadas sobre as principais áreas funcionais do empreendimento. Além disso, esse plano permitiu a análise dos indicadores de viabilidade do negócio. Assim, foi possível validar a viabilidade da cuscuzeria Divino Cuscuz no município de Chapadão do Sul – MS.

Palavras-chave: Cuscuzeria; Plano de Negócio; Chapadão do Sul-MS.

## **BUSINESS PLAN OF THE DIVINE COUSCOUS**

### **ABSTRACT**

The aim of this work was to develop a business plan for the Divino Cuscuz couscous shop in the city of Chapadão do Sul - MS, with the purpose of evaluating its viability. To achieve this objective, several procedures and methodological steps were followed, which included: market research that involved the collection of valuable data through quantitative and qualitative research, the analysis of competitors' practices, in addition to the study of suppliers, through a secondary data search. It was possible to create the marketing plan, the operational plan and the financial plan, covering fundamental details of the future business. Thanks to these methods, it was possible to create a comprehensive business plan, providing detailed information on the main functional areas of the enterprise. Furthermore, this plan allowed the analysis of business viability indicators. Thus, it was possible to confirm the viability of the Divino Cuscuz cuzcuzeria in the municipality of Chapadão do Sul – MS.

Keywords: Cuscuzeria; Business plan; Chapadão do Sul -MS.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2 MATERIAIS E MÉTODOS: .....</b>	<b>9</b>
<b>3 PRODUTO TÉCNICO: PLANO DE NEGÓCIOS.....</b>	<b>11</b>
3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	11
3.2 ANÁLISE DE MERCADO.....	13
3.2.1 Estudo dos Clientes.....	13
3.2.2 Estudos dos concorrentes.....	20
3.2.3 Estudo dos Fornecedores .....	21
3.3 PLANO DE MARKETING.....	26
3.3.1 Descrição dos principais produtos e serviços .....	26
3.3.2 Preço .....	28
3.3.3 Estratégias Promocionais.....	32
3.3.4 Estrutura de comercialização.....	34
3.3.5 Localização do negócio.....	35
3.4 PLANO OPERACIONAL.....	36
3.4.1 Layout ou arranjo físico.....	37
3.4.2 Capacidade produtiva/comercial/serviços.....	39
3.4.3 Processos operacionais.....	40
3.4.4 Necessidade de pessoal.....	42
3.5 PLANO FINANCEIRO.....	43
3.5.1 Estimativa dos investimentos fixos.....	43
3.5.2 Capital de giro.....	44
3.5.3 Investimentos pré-operacionais.....	47
3.5.4 Investimento total .....	47
3.5.5 Estimativa do faturamento mensal .....	48
3.5.6 Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas .....	48
3.5.7 Estimativa dos custos de comercialização .....	49
3.5.8 Estimativa dos custos com mão de obra .....	50
3.5.9 Estimativa do custo com depreciação .....	50
3.5.10 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais.....	51
3.5.11 Demonstrativo de resultados.....	52
3.5.12 Indicadores de viabilidade.....	52

3.5.12.1 Ponto de Equilíbrio - PE .....	52
3.5.12.2 Lucratividade .....	53
3.5.12.3 Rentabilidade.....	54
3.5.12.4 Prazo de Retorno do Investimento.....	54
3.6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS.....	56
3.7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	57
3.8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	58
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>59</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>61</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O cuscuz, também conhecido como kuz-kuz, alcuzcuz, é um prato originário da África Setentrional e possui uma história rica e diversificada. Inicialmente, o cuscuz era preparado com ingredientes como arroz, farinha de trigo, milheto ou sorgo, mas ganhou uma nova dimensão quando o milho americano (*Zea mays*) se irradiou pelo mundo a partir do século XVI. Durante a colonização do Brasil, os portugueses introduziram o cuscuz no país, adaptando-o com ingredientes locais e influências indígenas e africanas (CASCUDO, 2004).

Em 2022, o cuscuz foi reconhecido pelo Comitê de Patrimônio da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) como Patrimônio Imaterial da Humanidade, o que reforça sua importância cultural e histórica (CNN BRASIL, 2020).

Tendo em consideração este prato típico brasileiro, este trabalho teve como objetivo identificar a viabilidade de uma cuscuzeria no município de Chapadão do Sul – MS. Este município fica situado em uma região agrícola próspera, abriga uma comunidade eclética, e conta com uma população de 30.993 habitantes de acordo com o IBGE (2022). O município atualmente recebe muitos migrantes das regiões norte e nordeste do país, regiões essas que têm tradição de comer cuscuz em quase todas suas refeições.

É nesse cenário rico e cheio de oportunidades que surgiu a ideia de estruturar um plano de negócios para a cuscuzeria Divino Cuscuz, um empreendimento que será dedicado a proporcionar uma experiência única aos amantes dessa iguaria, valorizando a tradição nordestina e adaptando-a de maneira criativa e autêntica ao gosto do município de Chapadão do Sul. Assim, foi pensando nesse público que esse plano de negócio foi construído.

Um plano de negócios é um documento que descreve os objetivos de uma empresa e o caminho a ser seguido para alcançá-los. Ele serve como uma ferramenta para identificar e corrigir possíveis erros antes da abertura do negócio. Por meio deste documento, obtém-se informações detalhadas sobre o setor, produtos e serviços, público-alvo, concorrentes, fornecedores e, sobretudo, as forças e fraquezas do negócio, contribuindo para determinar se o empreendimento é mesmo viável (SEBRAE, 2022).

Ao longo deste plano, foram explorados os principais aspectos que o tornam uma proposta viável de negócio, sendo abordando a forma como a cuscuzeria irá atender às demandas dos consumidores locais e alavancar o sucesso do negócio.

## 2 MATERIAIS E MÉTODOS

A condução deste estudo envolveu uma pesquisa abrangente que seguiu uma abordagem em três etapas distintas: uma pesquisa bibliográfica, uma pesquisa de dados secundários e primários sobre os fornecedores e concorrentes, e uma pesquisa de mercado, com o uso de um questionário. Cada uma dessas etapas desempenhou um papel fundamental para a coleta de informações necessárias para a análise e desenvolvimento do plano.

A pesquisa bibliográfica foi desenvolvida tendo como referência principal o manual do SEBRAE (2013) “Como Elaborar um Plano de Negócios”, além do uso de artigos e livros da área de empreendedorismos e *marketing*.

Para o estudo dos fornecedores foi feita uma coleta de informações, tanto por meio de visitas presenciais quanto por contato telefônico. A seleção dos fornecedores foi definida através de alguns critérios como prazos de entrega, formas de pagamento, qualidade dos produtos e preços. A análise dos dados coletados permitiu a identificação e escolha dos fornecedores que melhor atenderiam às necessidades da cuscuzeria.

A análise de concorrentes foi feita através de uma pesquisa *online*, utilizando o aplicativo "Ai que fome" para coletar informações abrangentes sobre empresas que operam na mesma área. Tendo como foco a obtenção de dados que permitissem verificar o padrão de qualidade, preços e a relação custo-benefício oferecida por esses concorrentes. Isso fez com que fosse possível obter uma visão detalhada do cenário competitivo e identificar áreas de oportunidade para diferenciar o empreendimento.

Por sua vez, na pesquisa de mercado foi aplicado um questionário com questões fechadas e algumas questões abertas, por meio da ferramenta de formulários (*google forms*) disponibilizado na plataforma *Google Suite*, com o intuito de identificar o perfil dos possíveis clientes. Foi utilizado o aplicativo *WhatsApp* para divulgar o questionário, tendo conseguido obter respostas de 48 participantes.

Essas respostas permitiram coletar informações relevantes, como: faixa etária; gênero; renda média; preferências em relação aos recheios de cuscuz; meios pelos quais as pessoas costumam se informar sobre novos estabelecimentos; média de gastos com produtos semelhantes; bem como possíveis concorrentes na cidade. Esses dados foram essenciais para moldar a estratégia de negócios e atender às expectativas do público-alvo.

O *layout* completo da cuscuzeria foi realizado com o auxílio da ferramenta de *design Room Planner*. Além disso, o aplicativo Canva foi usado para a criação dos cardápios e organogramas, garantindo uma abordagem visualmente atraente e funcional para a apresentação do cardápio e estrutura organizacional. Essas ferramentas desempenharam um papel fundamental na criação do plano de negócio.

### 3 PRODUTO TÉCNICO: PLANO DE NEGÓCIOS

#### 3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

**Segmento empresarial:** O Divino Cuscuz é um estabelecimento no segmento alimentício e terá como produtos principais: cuscuz recheado e simples. O negócio ficará localizado na Rua Paranaíba – Bairro Espatódia – Chapadão do Sul, MS. Seu horário de funcionamento será dividido em dois turnos das 06h00min às 12h00min e das 18h00min às 22h00min.

**Produtos:** A cuscuzeria oferecerá cinco sabores variados de recheios, sendo eles: charque, frango desfiado, calabresa, bacon, carne moída, e ainda a opção de “monte o seu”, onde será possível a escolha de dois dos recheios que a cuscuzeria oferece na montagem. Também é possível escolher o acompanhamento de ovos no cuscuz tradicional.

**Dados dos empreendedores, atribuições e experiência profissional:**

Perfil do Sócio 1: Kamila da Silva Chaves, 24 anos.

Experiência Profissional: Estudante do 8º período de administração e, atualmente trabalha no serviço público na área da educacional. Tem experiência no ramo alimentício atuando um ano como atendente e caixa em uma lanchonete de *hot dogs*, além de possuir experiência com redes sociais e atendimento ao cliente.

Atribuições do sócio 1: Responsável por toda parte financeira do negócio, atendimento ao cliente, recebimento de pedido, pós venda, gerenciamento de colaboradores e toda a parte administrativa.

Perfil do Sócio 2: Maria da Piedade dos Santos Pedro, 40 anos.

Experiência Profissional: 20 anos de experiência em cozinhas de diversos restaurantes, de diversos segmentos desde o tradicional ao oriental.

Atribuições do Sócio 2: Responsável por toda a produção da cuscuzeria, compreendendo desde as compras de matérias primas até a preparação do cuscuz, controle de estoque e de qualidade dos produtos.

**Dados do Empreendimento:**

Razão Social: Chaves & Santos – Cuscuzeria Ltda – ME

Nome Fantasia: Divino Cuscuz

CNPJ: 30.901.480/0001-22 (fictício)

**Missão e Visão:**

A missão do Divino Cuscuz será oferecer por meio dos seus produtos uma experiência gastronômica única, saborosa e agradável, com foco em uma entrega ágil para o cliente.

A visão da empresa é tornar-se uma cuscuzeria de referência na região de Chapadão do Sul – MS.

**Organização jurídica**

Setor da Atividade: Comércio

LTDA - Sociedade Limitada

Enquadramento Tributário: Simples Nacional

**Fonte de recursos:**

As sócias irão utilizar suas economias pessoais, capital próprio como a fonte de recursos iniciais para o novo empreendimento.

**Capital Social:**

Quadro 1 - Distribuição de Capital

Nome dos Sócios	Valor (R\$)	% Da Participação
1 - Kamila da Silva Chaves	R\$ 13.538,36	50%
2 - Maria da Piedade Santos Pedro	R\$ 13.538,36	50%
<b>Total</b>	<b>R\$ 27.076,72</b>	<b>100%</b>

## 3.2 ANÁLISE DE MERCADO

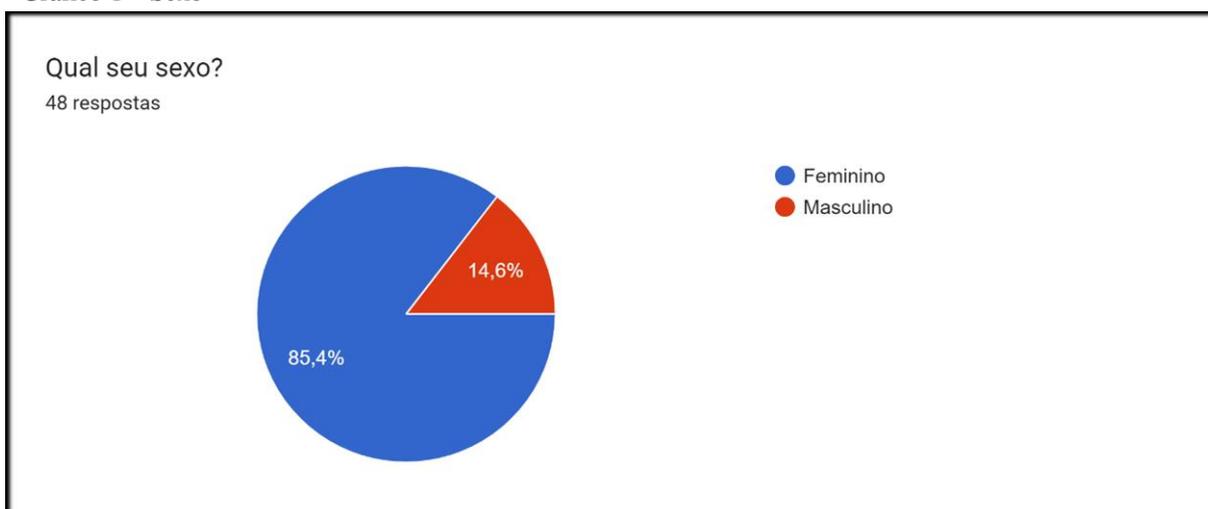
### 3.2.1 Estudo dos Clientes

De acordo com o SEBRAE (2020) a pesquisa de mercado é uma ferramenta essencial para coletar informações junto aos consumidores, proporcionando dados valiosos que orientam a tomada de decisões. A pesquisa empregada desempenha várias funções cruciais, como dimensionar o mercado, identificar os segmentos mais lucrativos, detectar novas tendências, avaliar o desempenho de produtos e serviços, além de auxiliar na definição de preços.

Neste caso, a pesquisa foi conduzida por meio da plataforma *Google Forms*, que possibilita a criação de formulários de pesquisa acessíveis pela Internet, tornando o processo de resposta conveniente para qualquer pessoa. A pesquisa resultou em um total de 48 respostas válidas, sendo feita somente com moradores de Chapadão do Sul-MS, onde foi possível coletar informações importantes dos potenciais clientes da cuscuzeria.

Como pode-se observar no gráfico 1, a maioria dos respondentes foram do sexo feminino, representando 85,4% ou 41 respostas. E em minoria teve-se 7 respondentes homens com 14,6%.

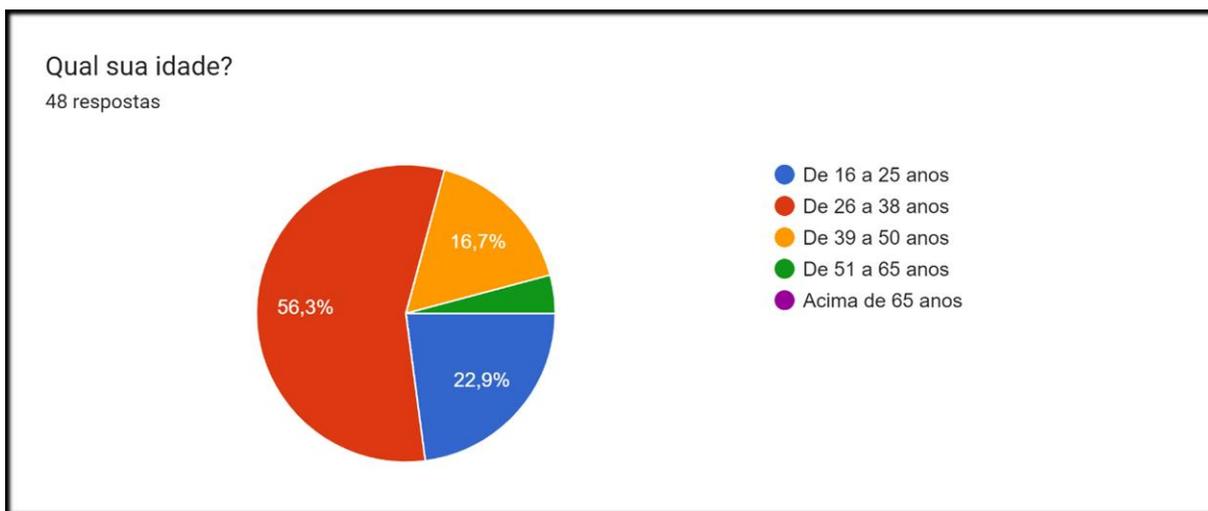
Gráfico 1 – Sexo



Fonte: Elaborado pela autora.

Como se pode observar no Gráfico 2, a maioria dos respondentes está na faixa etária de 26 a 38 anos, o que corresponde a 56% dos entrevistados. Vale ressaltar que é um público mais maduro e muitos podem ter família. Dessa forma, a cuscuzeria deve proporcionar um ambiente familiar aconchegante para esses possíveis clientes.

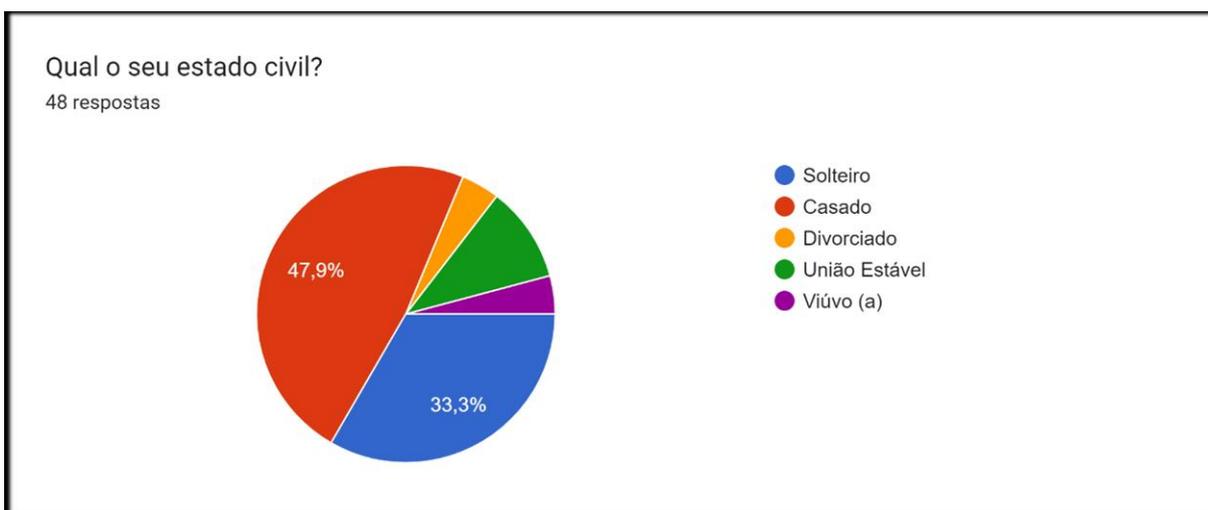
Gráfico 2 – Idade



Fonte: Elaborado pela autora.

O Gráfico 3 reforça as conclusões do Gráfico 2, evidenciando que 47,9% dos entrevistados são casados.

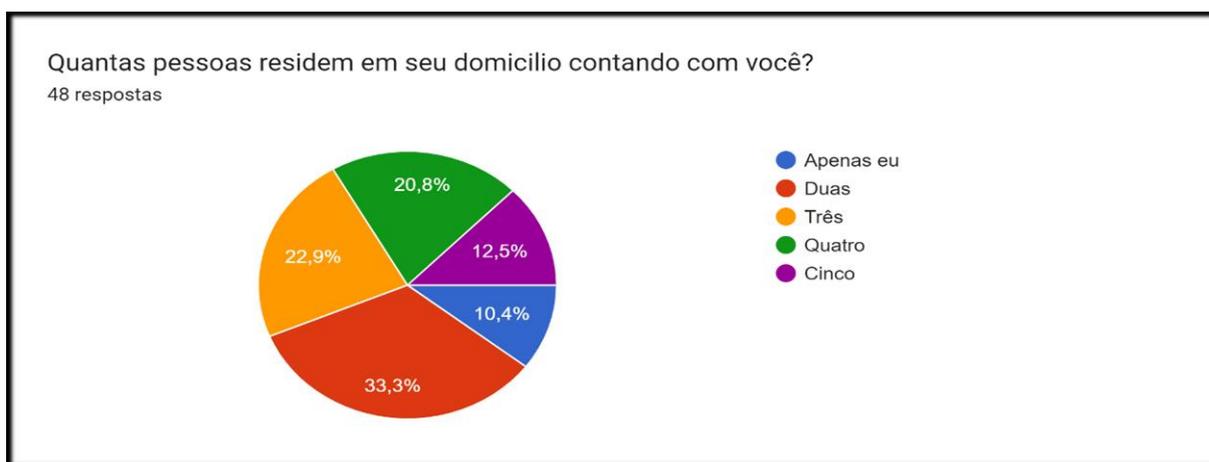
Gráfico 3 – Estado Civil



Fonte: Elaborado pela autora.

Além disso, o Gráfico 4 revela que a maioria das residências dos respondentes abriga duas pessoas, com uma porcentagem de 33,3%, seguido por aquelas com três pessoas, representando 22,9% das respostas.

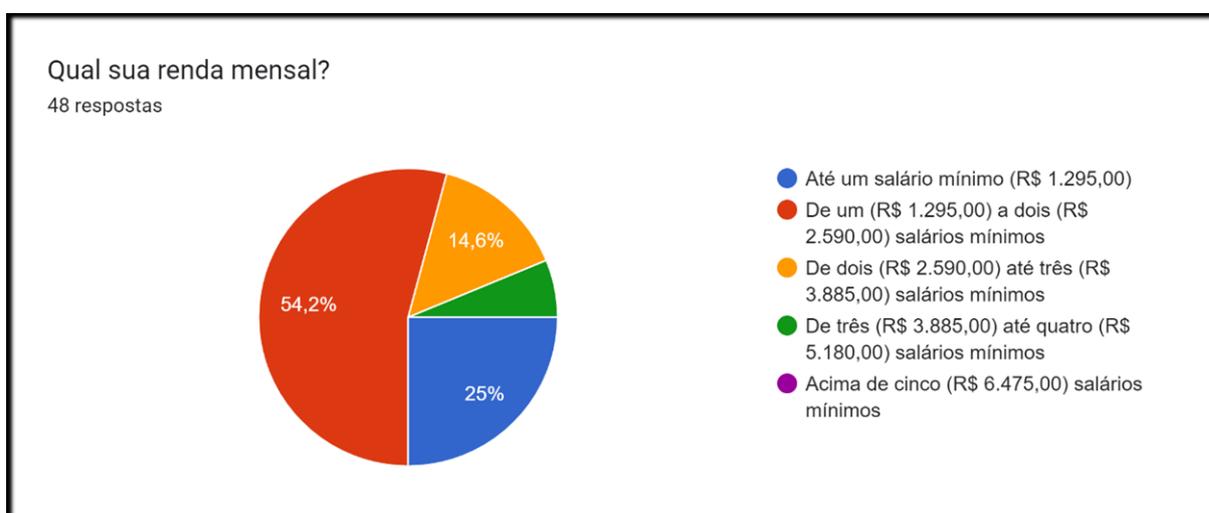
Gráfico 4 – Número de pessoas no domicílio



Fonte: Elaborado pela autora.

O Gráfico 5 indica que a maioria dos entrevistados possui uma renda mensal na faixa de R\$ 1.295,00 a R\$ 2.590,00, representando 54,2% do total, o qual tem implicações significativas para a estratégia financeira da empresa. Isso requer que a empresa ofereça produtos de qualidade a preços acessíveis a esse público, a fim de incentivar sua frequência no estabelecimento e, assim, gerar lucros para o negócio.

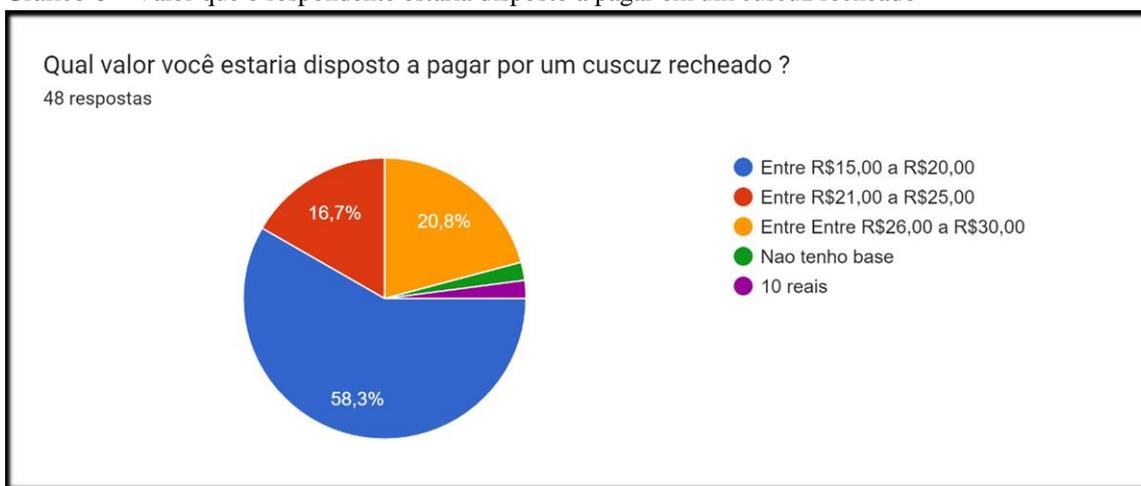
Gráfico 5 – Renda



Fonte: Elaborado pela autora.

O Gráfico 6 mostra claramente a influência da renda dos respondentes nas preferências de gastos com um cuscuz recheado. Nesse contexto, 58,3% dos entrevistados indicaram que estariam dispostos a gastar entre R\$ 21,00 e R\$ 25,00 em um cuscuz recheado. Essa informação é crucial para as decisões de preços e estratégias de vendas, pois permite que a empresa ajuste sua estratégia de forma a otimizar a aceitação do produto, aumentar a receita e atender às necessidades financeiras específicas dos clientes.

Gráfico 6 – Valor que o respondente estaria disposto a pagar em um cuscuz recheado



Fonte: Elaborado pela autora.

A análise do Gráfico 7 revela preferências significativas em relação ao horário das refeições fora de casa por parte dos respondentes. Os dados demonstram que, uma parcela expressiva, equivalente a 72,9% dos entrevistados, prefere jantar fora. Mesmo que o jantar seja a preferência dominante, o almoço ainda é uma escolha significativa para 29,2% dos respondentes.

Portanto, a estratégia da cuscuzeria de operar tanto no almoço quanto no jantar é uma decisão acertada. Essa abordagem permite atender a um segmento considerável de clientes, adaptando-se às suas preferências de horários de refeição e otimizando as oportunidades de negócios ao longo do dia.

Gráfico 7 – Preferência de horário por refeição fora de casa

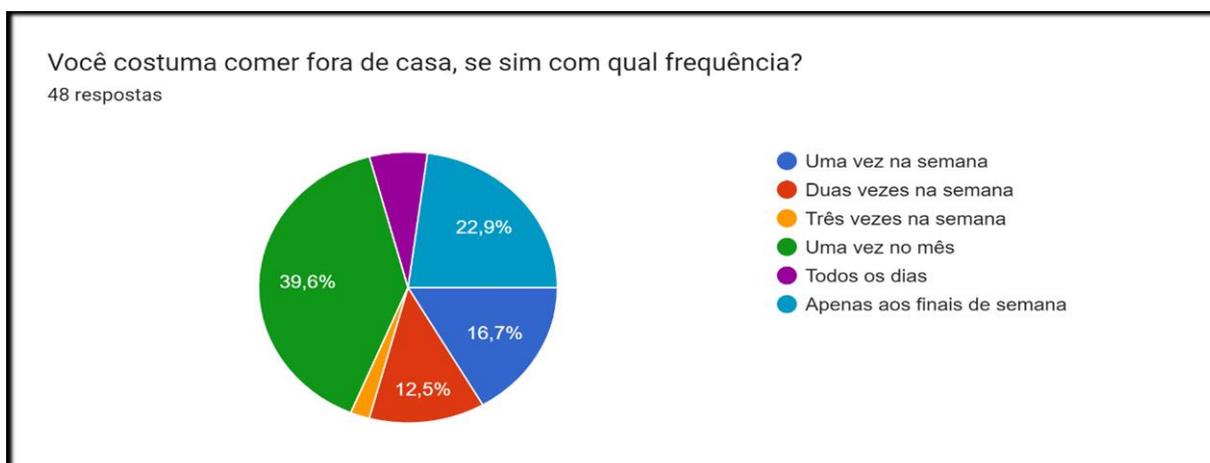


Fonte: Elaborado pela autora.

O gráfico 8 demonstra a frequência que os entrevistados realizam suas refeições fora de casa, tendo como índice de 22,9 % das pessoas que se alimentam apenas aos finais de semana, 12,5% que se alimentam duas vezes por semana e 16,7% uma vez. Assim, pode-se inferir que não serão todos os dias que existirá um fluxo grande de pessoas, mas em dias alternados.

Dessa maneira, conclui-se que o Divino Cuscuz abrirá de terça-feira a domingo, para que haja diminuição dos custos e despesas, proporcionando, dessa forma, um horário de funcionamento que atenda ao perfil e requisitos do público alvo da cuscuzeria.

Gráfico 8 – Frequência que comem fora de casa

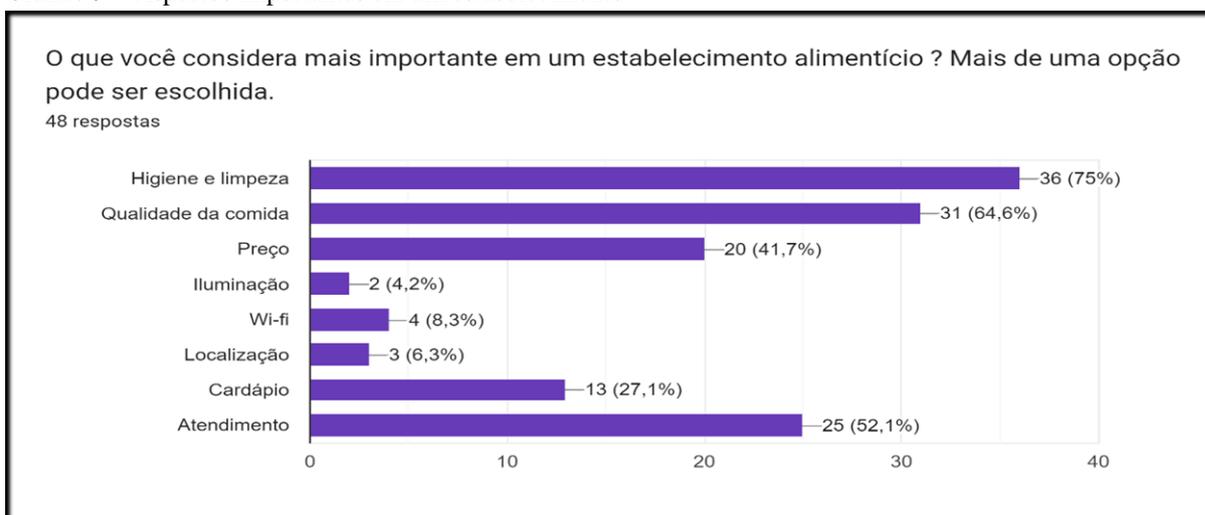


Fonte: Elaborado pela autora.

O gráfico 9 mostra aspectos importantes para a satisfação do cliente, tendo como destaque a higiene e limpeza do local com 75% das preferências dos participantes. Assim, o ambiente deve ser organizado e sempre estar limpo. E em segundo lugar se destaca a qualidade da comida com 64,6%, o que enfatiza que os pratos devem ser apresentados de modo adequado e com produtos de qualidade.

Ainda de acordo com o Gráfico 9, o terceiro lugar ressalta o atendimento com 52,1%, e em quarto o preço com 41,7%. Pode-se observar, a partir destes dados, que os clientes potenciais estão em busca de um local que esteja sempre limpo e arejado, um atendimento excelente e que tenha qualidade nos pratos apresentados e com preço melhor que o dos concorrentes.

Gráfico 9 – Aspectos importantes em um estabelecimento



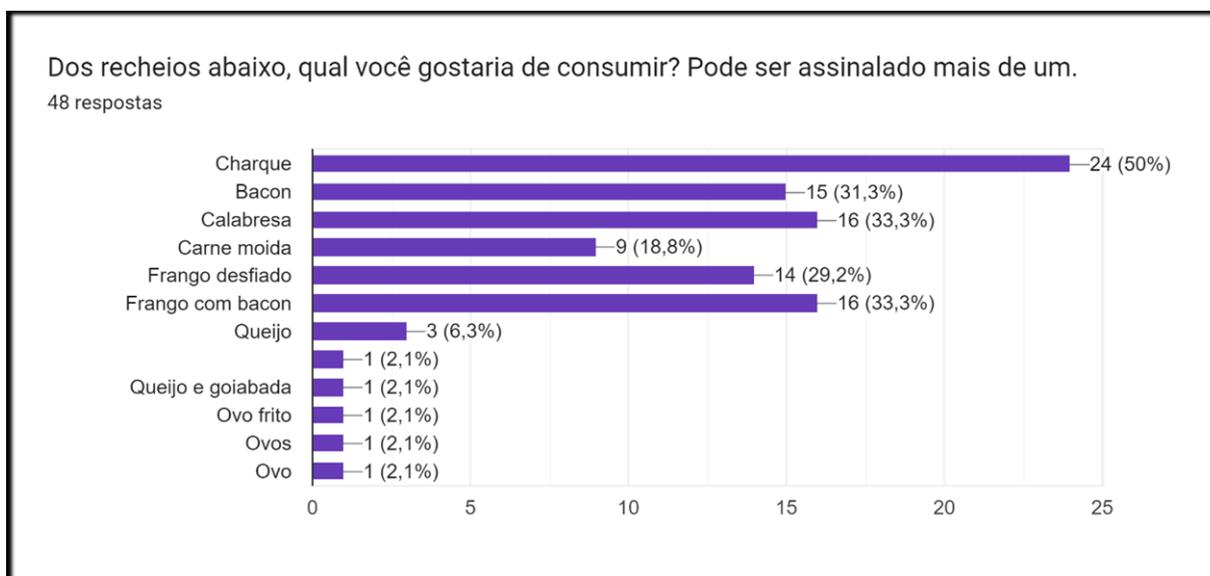
Fonte: Elaborado pela autora.

Também foi questionado aos entrevistados sobre quais recheios gostariam de consumir, como se observa no gráfico 10. Assim foi possível identificar que o carro-chefe seria o recheio de charque com 50% de respostas e logo em seguida frango com bacon e calabresa com 33,3%.

Isso indica que esses três sabores se destacam como os mais populares e desejados pelos clientes. No entanto, isso não significa que os outros sabores serão negligenciados, mas continuarão a ser oferecidos para proporcionar variedade aos clientes, o que pode levar a um aumento geral no faturamento da empresa, pois ao oferecer uma variedade de opções pode-se

atrair um público mais amplo e atender a diversas preferências de paladar, contribuindo para o crescimento do negócio.

Gráfico 10 – Preferência de Recheio



Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.2.2 – Estudo dos Concorrentes

No quadro 2, a continuação, são apresentados os principais concorrentes diretos, na cidade de Chapadão do Sul –MS, comparando estes com o empreendimento “Divino Cuscuz”.

Quadro 2: Estudos dos concorrentes do Divino Cuscuz

<b>Empresa</b>	<b>Qualidade</b>	<b>Preço</b>	<b>Condições de pagamento</b>	<b>Localização</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Serviços ao cliente</b>	<b>Garantias oferecidas</b>
<b>Divino Cuscuz</b>	Excelente	Justo	Cartão de crédito/Débito Dinheiro/ Pix	Localizado na Rua, N°. Bairro.	Excelente, pessoas treinadas para prestar o melhor atendimento possível, seja presencial ou virtual através do Ai que Fome e <i>WhatsApp</i> .	Serviço de entrega em embalagens adequadas para conservar o produto, devolução ou troca de pedidos, programa de fidelidade e ofertas personalizadas. Além de ambiente com <i>layout</i> inovador e com <i>wi-fi</i> no local.	Entrega garantida ou seu dinheiro de volta. Qualidade do produto oferecido. Higiene e limpeza. Atendimento de qualidade. Preparo adequado.
<b>Cuscuz Recheado da Mainha</b>	Excelente	Justo	Cartão de crédito/Débito Dinheiro/ Pix	<i>Delivery</i>	Virtual através do Ai que Fome e <i>WhatsApp</i> .	Serviço de entrega, serviço de troca ou devolução.	Entrega garantida ou seu dinheiro de volta.
<b>Oxente Cuscuz</b>	Boa	Justo	Cartão de crédito/Débito Dinheiro/ Pix	<i>Delivery</i>	Virtual através do Ai que Fome e <i>WhatsApp</i> .	Serviço de entrega, serviço de troca ou devolução.	Entrega garantida ao seu dinheiro de volta.

Fonte: Elaborado pela autora da pesquisa com base em: Como elaborar um plano de negócios – Sebrae – 2013.

O principal diferencial do Divino Cuscuz em relação aos seus concorrentes é o horário de atendimento e possuir um local físico, uma vez que os dois concorrentes analisados só atendem à noite e via *delivery*. Assim, é possível concluir que durante o dia a cuscuzeria Divino Cuscuz não teria concorrência direta, somente indireta, sendo as padarias, lanchonetes e cafeterias.

### 3.2.3 Estudos dos Fornecedores

Na tabela 1 são apresentados os possíveis fornecedores do empreendimento.

Tabela 1: Estudos dos fornecedores – Divino Cuscuz

Ordem	Fornecedor	Quantidade a ser adquirida	Itens a serem adquiridos (Matérias primas, insumos, mercadorias e serviços)	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado ou município)
1	Atacadista Mega	50 unidades	Flocão de milho	150,00	Cartão de crédito/Débito Dinheiro/ Pix	Imediata	Chapadão do Sul - MS
		5 unidades	Flocão de arroz	15,00			
		3 kg	Bacon	70,00			
		4 kg	Peito de Frango	56,00			
		4 kg	Carne Moída	120,00			
		3 kg	Calabresa	70,00			
		4 kg	Charque	200,00			
		30 unidades	Ovos	25,00			
		2 kg	Cebola	6,00			
		5 kg	Tomate	25,00			
		200 gramas	Alho	5,00			
1 kg	Requeijão cremoso	50,00					

		10 kg	Banana da terra	80,00			
		10 kg	Saco de Laranja	20,00			
		1 kg	Café	20,00			
		1kg	Margarina	17,00			
		1 kg	Manteiga	50,00			
		2 unidades	Óleo	12,00			
		3 pacotes	Pimenta do Reino, Açafrão, Colorau.	10,00			
<b>Valor total da compra no Atacadista Mega</b>				<b>R\$ 1.001,00</b>			
<b>Itens a serem adquiridos (Matérias primas, insumos, mercadorias e serviços).</b>							
<b>2</b>	Super Valle	50 unidades	Flocão de milho	150,00	Cartão de crédito/Débito Dinheiro/ Pix	Imediata	Chapadão do Sul - MS
		5 unidades	Flocão de arroz	15,00			
		3 kg	Bacon	70,00			
		4 kg	Peito de Frango	55,00			
		4 kg	Carne Moída	120,00			
		3 kg	Calabresa	70,00			
		4 kg	Charque	210,00			
		30 unidades	Ovos	25,00			
		2 kg	Cebola	8,00			
		5 kg	Tomate	25,00			
		200 gramas	Alho	5,00			
		1 kg	Requeijão cremoso	50,00			
		10 kg	Banana da terra	78,00			
		10 kg	Saco de Laranja	22,00			
		1 kg	Café	25,00			
		1kg	Margarina	16,00			

		1 kg	Manteiga	50,00			
		2 unidades	Óleo	11,00			
		3 pacotes	Pimenta do Reino, Açafrão, Colorau.	13,00			
<b>Valor total da compra no Super Valle</b>				<b>R\$ 1.018,00</b>			
<b>Itens a serem adquiridos (Matérias primas, insumos, mercadorias e serviços).</b>							
<b>3</b>	<b>Chimarrão Atacadista</b>	50 unidades	Flocão de milho	150,00	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	Imediata	Chapadão do Sul - MS
		5 unidades	Flocão de arroz	15,00			
		3 kg	Bacon	78,00			
		4 kg	Peito de Frango	54,00			
		4 kg	Carne Moída	120,00			
		3 kg	Calabresa	80,00			
		4 kg	Charque	200,00			
		30 unidades	Ovos	25,00			
		2 kg	Cebola	6,00			
		5 kg	Tomate	25,00			
		200 gramas	Alho	5,00			
		1 kg	Requeijão cremoso	50,00			
		10 kg	Banana da terra	84,00			
		10 kg	Saco de Laranja	20,00			
		1 kg	Café	20,00			
		1kg	Margarina	15,00			
		1 kg	Manteiga	53,00			
		2 unidades	Óleo	12,00			
		3 pacotes	Pimenta do Reino, Açafrão, Colorau.	12,00			
<b>Valor total da compra no Chimarrão Atacadista</b>				<b>R\$ 1.024,00</b>			

<b>Itens a serem adquiridos (Matérias primas, insumos, mercadorias e serviços).</b>							
4	Laticínios La Borges	4 kg	Queijo Muçarela	150,00	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	1 vez na semana	Cassilândia-MS
		3 kg	Queijo Coalho	150,00			
<b>Valor total da compra no laticínio La Borges</b>				<b>R\$ 300,00</b>			
<b>Itens a serem adquiridos (Matérias primas, insumos, mercadorias e serviços).</b>							
5	Dj Embalagens	100 unidades	Hamburgueira de Isopor	40,00	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	Imediata	Chapadão do Sul - MS
		1 pacote 500 Un	Guardanapos	50,00			
		100 unidades	Pote descartável com tampa	30,00			
<b>Valor total da compra</b>				<b>R\$ 120,00</b>			
<b>Itens a serem adquiridos (Matérias primas, insumos, mercadorias e serviços).</b>							
6	Personalizados	400 unidades	Etiquetas de embalagens	100,00	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	20 dias	São Paulo - SP
<b>Valor total da compra</b>				<b>R\$ 100,00</b>			
<b>Itens a serem adquiridos (Matérias primas, insumos, mercadorias e serviços).</b>							
7	DisBem Distribuidora de Bebidas	2 Packs de 350 ml 12 Un	Coca - Cola	R\$ 54,00	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	Imediata	Chapadão do Sul - MS
		2 Packs de 350 ml 12 Un	Guaraná Antártica	R\$ 50,00			
		2 Engradados de 11 - 12 Un	Coca – Cola Garrafa de vidro	R\$ 77,00			
		1 Fardo de 2 L 12 Un	Coca- Cola	R\$ 84,00			

		3 Packs de 500 ml com 12 Un	Água sem gás	R\$ 43,20			
		2 Packs 500ml com 12 Un	Água com gás	R\$ 44,00			
<b>Valor total da compra</b>				<b>R\$ 352,20</b>			

Fonte: Elaborado pela autora da pesquisa com base em (SEBRAE ,2013).

O estudo dos fornecedores foi realizado em dois atacarejos e um supermercado, para a compra dos itens básicos para a produção dos cuscuzes. Os preços entre os estabelecimentos não têm muita discrepância, porém, os atacarejos não possuem carne fresca, somente embaladas e congeladas, o que é um ponto forte para o supermercado que, dependendo da promoção, se torna mais favorável fazer toda a compra nele.

O fornecedor de laticínios “La Borges” é o mesmo que fornece para os supermercados e atacadistas da região. Então, com este fornecedor é possível atingir um preço abaixo do encontrado nos outros fornecedores estudados. Já com relação ao fornecedor de bebidas foi considerado obter os produtos diretamente de uma distribuidora grande, sendo possível negociar os melhores preços das bebidas. Com relação às embalagens do *delivery*, foram encontrados os melhores preços na DJ Embalagens.

### 3.3 PLANO DE MARKETING

#### 3.3.1 Produtos e serviços

O empreendimento Divino Cuscuz oferecerá cuscuzes recheados de sabores variados, o cliente poderá escolher aquele que mais agrade a seu paladar. Além dos cuscuzes também serão oferecidas uma variedade de bebidas para acompanhar os pratos. Os sabores de cuscuz que inicialmente serão oferecidos são:

- **Cuscuz de Charque:** é um prato tradicional da culinária nordestina, em que a carne de charque é dessalgada, desfiada e refogada com cebola, alho e outros temperos que darão um sabor diferenciado ao recheio. A carne será usada entre duas camadas de massa de cuscuz, que ao ser finalizado recebe uma fatia generosa de queijo muçarela ou coberto por requeijão cremoso, o que o consumidor preferir. De acompanhamento vai uma fatia de banana da terra frita, uma fatia de queijo coalho frito, cheiro verde e vinagrete.
- **Cuscuz de Frango Desfiado:** sendo um dos recheios mais usados na preparação de refeições, especialmente para aqueles que preferem a carne branca, o frango depois de cozido é desfiado e temperado, após é refogado ficando suculento e cremoso. Ao final do seu preparo é colocado entre duas camadas de cuscuz que ao ser finalizado recebe uma fatia generosa de queijo muçarela ou coberto por requeijão cremoso, segundo a preferência do consumidor. De acompanhamento vai uma fatia de banana da terra frita, uma fatia de queijo coalho frito, cheiro verde e vinagrete.
- **Cuscuz de Carne moída:** sendo uma excelente escolha para uma refeição completa e saborosa, a carne moída é preparada com tomates deixando-a mais suculenta. Após seu preparo a carne será usada entre duas camadas de massa de cuscuz, que ao ser finalizado recebe uma fatia generosa de queijo muçarela ou é coberto por requeijão cremoso, o que o consumidor preferir. De acompanhamento vai uma fatia de banana da terra frita, uma fatia de queijo coalho frito, cheiro verde e vinagrete.

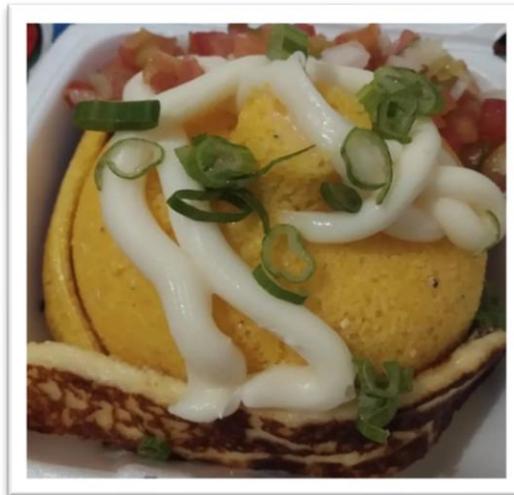
- **Cuscuz Tradicional:** uma ótima escolha para um café da manhã leve e balanceado. Este consiste na preparação da massa e seu cozimento, não sendo adicionado recheios, apenas manteiga ou margarina que o próprio cliente adiciona quando vai saborear este produto.
- **Cuscuz Tradicional com ovos:** uma ótima escolha para um café da manhã leve e balanceado. Consiste na preparação da massa e do ovo, não sendo incorporados recheios, somente de acompanhamento ovos e manteiga ou margarina que o próprio cliente adiciona.
- **Cuscuz de Bacon:** o cuscuz é preparado com uma base de massa leve e solta, o bacon é frito com temperos especiais para tornar seu gosto ainda mais irresistível. É uma ótima opção para o café da manhã. O bacon é usado entre duas camadas de massa de cuscuz, que ao ser finalizado recebe uma fatia generosa de muçarela ou pode ser coberto por requeijão cremoso, o que o consumidor preferir. De acompanhamento vai uma fatia de banana da terra frita, uma fatia de queijo coalho frito, cheiro verde e vinagrete.
- **Cuscuz de Calabresa:** A calabresa é frita com temperos especiais para tornar seu gosto ainda mais irresistível, sendo uma ótima opção para o café da manhã. A calabresa será usada entre duas camadas de massa de cuscuz, que ao ser finalizado recebe uma fatia generosa de muçarela ou pode ser coberto por requeijão cremoso, o que o consumidor preferir. De acompanhamento vai uma fatia de banana da terra frita, uma fatia de queijo coalho frito, cheiro verde e vinagrete.

Figura 1 – Cuscuz com Charque



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 2 – Cuscuz com acompanhamentos



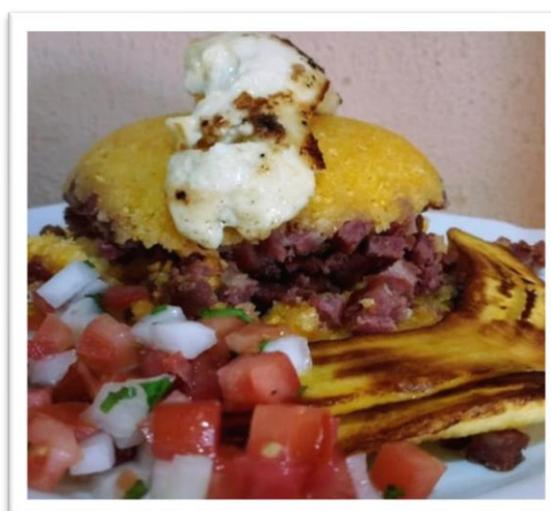
Fonte: Elaborado pela autora

Figura 3 – Cuscuz com muçarela



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 4 – Cuscuz de Calabresa



Fonte: Elaborado pela autora

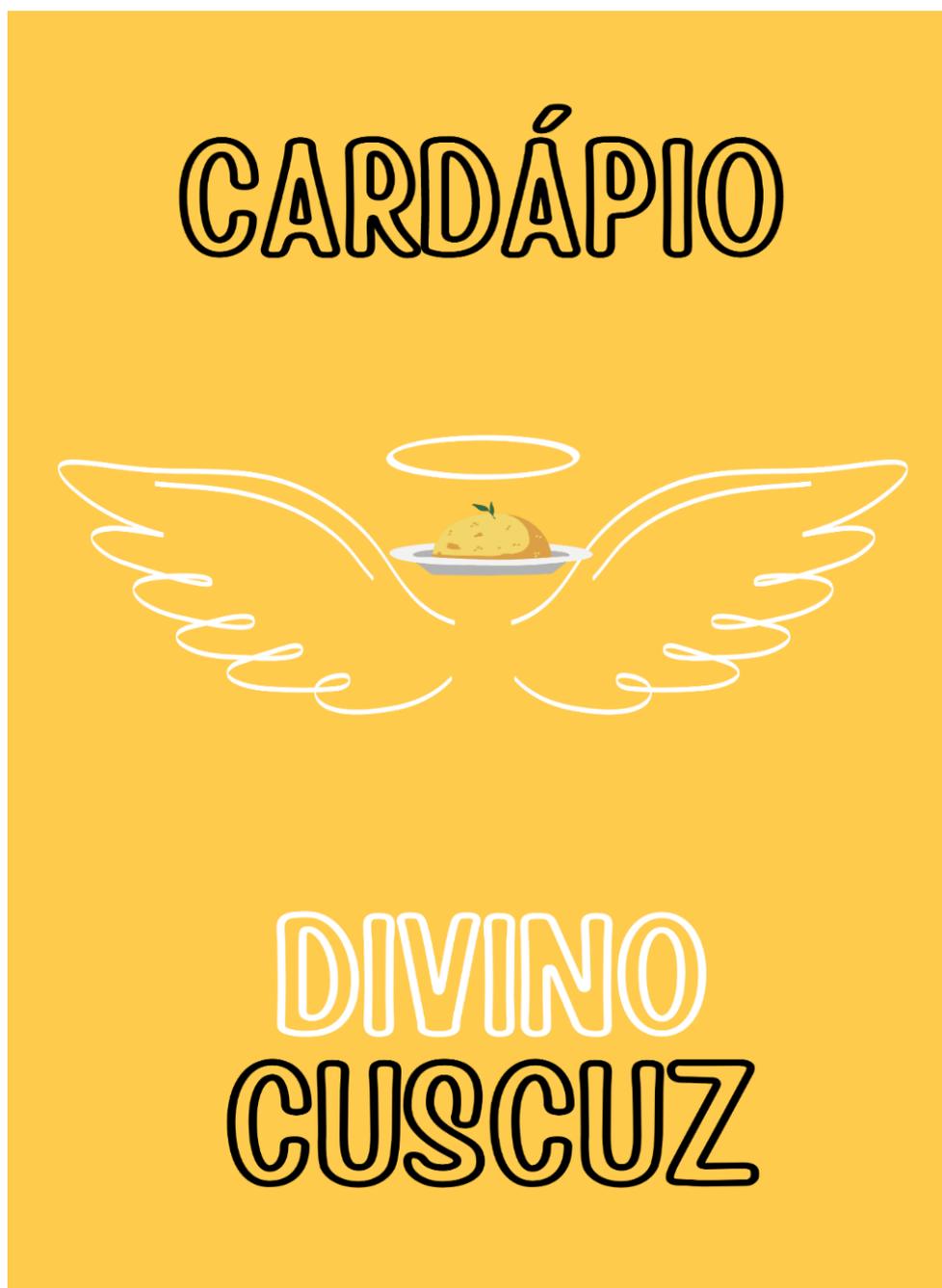
### 3.3.2 Preço

Para estabelecer os valores dos produtos, se realizou uma análise abrangente dos concorrentes diretos. Com o objetivo de compreender as diferentes faixas de preço praticadas entre produtos semelhantes. Com base nisso, optou-se em oferecer produtos de alta qualidade

alinhados a preços competitivos, abaixo dos oferecidos pelos concorrentes. Tendo como prioridade atender ao desejo do cliente, proporcionando uma experiência satisfatória em relação ao valor percebido.

A seguir, apresenta-se o cardápio do Divino Cuscuz, que reflete o compromisso em oferecer uma combinação única de qualidade acessível.

Figura 5 – Cardápio (Pagina Inicial)



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 6 – Cardápio (Cuscuz)

Nome do Prato	Descrição	Preço
<b>Chaque</b>	Massa de cuscuz, charque, muçarela ou requeijão cremoso Acompanhamentos: Vinagrete, Banana frita, queijo coalho.	R\$30,00
<b>Frango Desfiado</b>	Massa de cuscuz, frango desfiado, muçarela ou requeijão cremoso Acompanhamentos: Vinagrete, Banana frita, queijo coalho.	R\$25,00
<b>Calabresa</b>	Massa de cuscuz, calabresa frita, muçarela ou requeijão cremoso Acompanhamentos: Vinagrete, Banana frita, queijo coalho.	R\$23,00
<b>Carne Moída</b>	Massa de cuscuz, carne moída, muçarela ou requeijão cremoso Acompanhamentos: Vinagrete, Banana frita, queijo coalho.	R\$23,00
<b>Tradicional com ovo</b>	Massa de cuscuz de arroz ou milho Acompanhamentos: Ovo frito ou mechido	R\$10,00
<b>Tradicional</b>	Massa de cuscuz de arroz ou milho Acompanhamentos: Mantega ou Margarina	R\$ 8,00
<b>A moda do cliente</b>	Massa de cuscuz de arroz ou milho, até dois recheios da preferência do cliente.	R\$32,00
<b>Bacon</b>	Massa de cuscuz, calabresa frita, muçarela ou requeijão cremoso Acompanhamentos: Vinagrete, Banana frita, queijo coalho.	R\$23,00

Fonte: Elaborado pela autora

Figura 7 – Cardápio (Bebidas)

## Cardápio Bebidas

COCA COLA 2L -----	R\$12,00
COCA COLA VIDRO 1L -----	R\$ 8,00
GUARANA 2L-----	R\$10,00
COCA COLA 350ML -----	R\$ 4,00
FANTA UVA 350 ML-----	R\$ 4,00
GUARANA 350 ML-----	R\$ 4,00
COCA COLA 600ML-----	R\$ 6,00
AGUA COM GÁS 500ML-----	R\$ 3,50
AGUA SEM GÁS 500ML-----	R\$ 3,50



Fonte: Elaborado pela autora

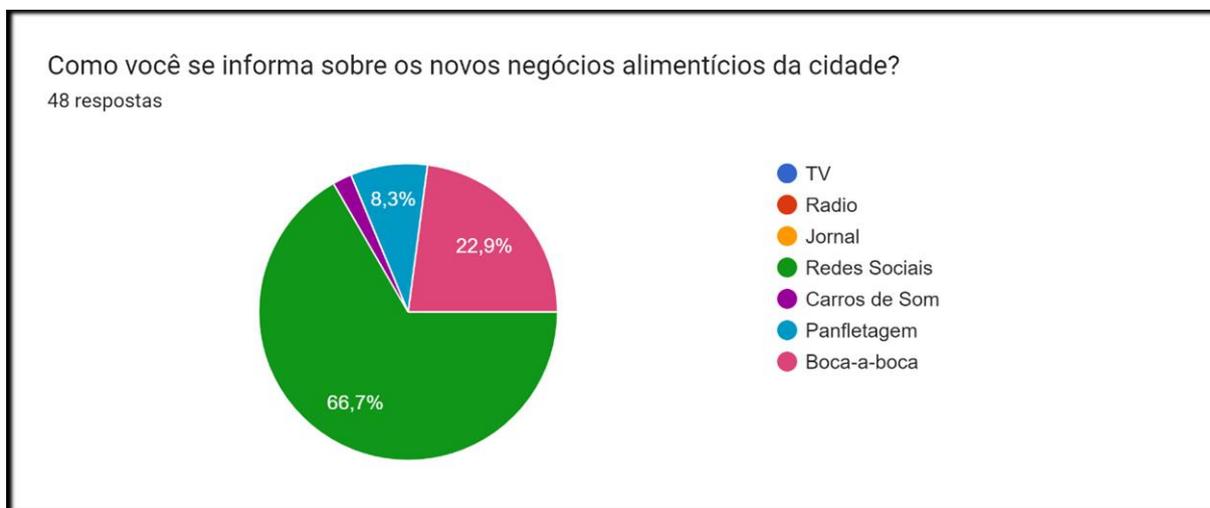
### 3.3.3 Estratégias promocionais

O marketing promocional é uma estratégia fundamental para impulsionar o reconhecimento da marca e aumentar as vendas de uma empresa. Ao utilizar promoções inteligentes, descontos bem planejados e campanhas direcionadas, as empresas podem alcançar um público mais amplo e ao mesmo tempo, incentivar a interação e fidelidade dos clientes (SEBRAE, 2023).

Essa abordagem estratégica não apenas atrai a atenção dos consumidores, mas também cria um senso de urgência e incentivo para que se envolvam mais com o empreendimento e realizem compras. Além disso, essa estratégia pode ajudar a diferenciar uma empresa da concorrência e fortalecer sua posição no mercado (SEBRAE, 2023).

Como pode ser observado no gráfico 12, os dados coletados revelaram que, a maioria dos respondentes, 66,7%, se informam sobre novos negócios por meio das redes sociais, seguido pela comunicação boca a boca, com uma parcela significativa de 22,9%. A panfletagem, embora representando uma parcela menor de 8,3%, também desempenha um papel importante na hora da divulgação.

Gráfico 11 – Meio pelo qual os respondentes se informam sobre novos negócios.



Fonte: Elaborado pela autora.

Esses resultados indicam a importância de aproveitar as redes sociais como uma poderosa ferramenta de divulgação. No entanto, não se deve subestimar o impacto da comunicação boca a boca, pois esta é uma ferramenta ainda relevante. Além disso, ao utilizar panfletos é possível causar uma curiosidade nas pessoas para conhecer o estabelecimento.

A seguir, serão apresentadas as estratégias que serão utilizadas pelo Divino Cuscuz, a partir dos resultados da pesquisa de mercado que foi realizada.

- Estratégia 1: Utilização de panfletos, especialmente direcionado para o dia de inauguração do local. Nestes estará estampado dia, hora e mês de inauguração do local constando o endereço, telefones, redes sociais do empreendimento. Ainda, alguns deles contarão com uma promoção escondida, “raspe e ganhe”. Assim ao raspar o panfleto a pessoa poderá ganhar descontos entre 5 a 15% em seu pedido.
- Estratégia 2: Sorteio no *Instagram*. Será feito um *Post* patrocinado, em que as pessoas que seguirem o Divino Cuscuz, marcarem três amigos e compartilharem nos seus *stories* poderão concorrer a um cuscuz de qualquer sabor. O *post* patrocinado é uma ótima estratégia para ganhar seguidores nas redes sociais.
- Estratégia 3: Datas comemorativas são ótimas para serem usadas para atrair o público. Pensando nisto o Divino Cuscuz irá realizar promoções em datas comemorativas como, Dia das mães, Dia dos Pais, Dia dos Namorados, Dia do Cuscuz, Páscoa, Dia do Aniversariante, entre outros. Para cada data terão promoções ou sorteios de brindes personalizados.
- Estratégia 4: O *marketing* digital, será um dos maiores aliados da cuscuzeria, tendo páginas e perfis em redes sociais, *Instagram*, *Facebook* e *Tik Tok*. Esses canais alinhados com boas estratégias podem alcançar muitas pessoas, que podem sentir vontade de comer ou somente curiosidade em conhecer o local. Nessas redes sociais serão postados diariamente fotos e vídeos, mostrando desde o dia a dia até o preparo dos produtos. *Post* para engajamento também serão ótimas opções para interação do público. Será desenvolvido também uma parede *Instagramável*, em que os clientes poderão tirar fotos e depois marcar o Divino Cuscuz nas redes sociais.
- Estratégia 5: Divulgação boca a boca, uma das mais importantes formas de publicidade, pois os clientes tomam decisões baseadas nas suas intenções e comportamentos anteriores. Os satisfeitos voltam à empresa, tornando-se leais e gerando mais lucro para a empresa. Esses clientes acabam fazendo comunicação boca a boca positiva, o que é uma forma de publicidade-propaganda gratuita, sendo importante a primeira impressão dos clientes sobre um negócio, ainda mais se tratando de ser algo novo. Caso gostem irão espalhar de forma positiva o empreendimento, caso não, irão espalhar de forma negativa.

Além disso, se o cliente voltar à loja, a empresa acaba gastando menos com propaganda e conhecendo mais profundamente seu público, o que faz com que a oferta de produtos e serviços seja mais assertiva. Isso pode levar a um ciclo virtuoso. São sinais de um bom serviço prestado, que gera satisfação ao cliente.

Figura 8 – Panfleto Inauguração



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 9 – Post promocional



Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.3.4 Estrutura de Comercialização.

De acordo com o SEBRAE (2013), a estrutura de comercialização diz respeito aos canais de distribuição, isto é, como seus produtos e/ou serviços chegam até os clientes finais. Na Divino Cuscuz serão utilizados vários canais de distribuição, como a venda direta, que representa a comercialização dos pratos feitos através do contato direto com os clientes, que poderão consumir a refeição na própria cuscuzeria ou levar para suas residências.

Outra forma de distribuição é a venda *online*, por meio de aplicativos de entrega de comida, os quais têm se tornado populares para pedidos de alimentos. Assim, será utilizado o aplicativo “Ai Que Fome” como o principal canal de vendas *online* da loja, facilitando a conveniência para os clientes que desejam encomendar e receber sua comida no conforto da sua casa.

Ainda, o *WhatsApp Business* será usado para a realização de pedidos e retirada no local. Este aplicativo também será utilizado para enviar as promoções para os clientes no dia a dia facilitando a comunicação direta entre a cuscuzeria e o consumidor. Essa abordagem diversificada de canais de distribuição permite que a Divino Cuscuz alcance uma ampla gama de clientes, atendendo às suas preferências de compra, seja presencialmente ou *online*.

### **3.3.5 Localização do Negócio**

ENDEREÇO: Rua Paranaíba

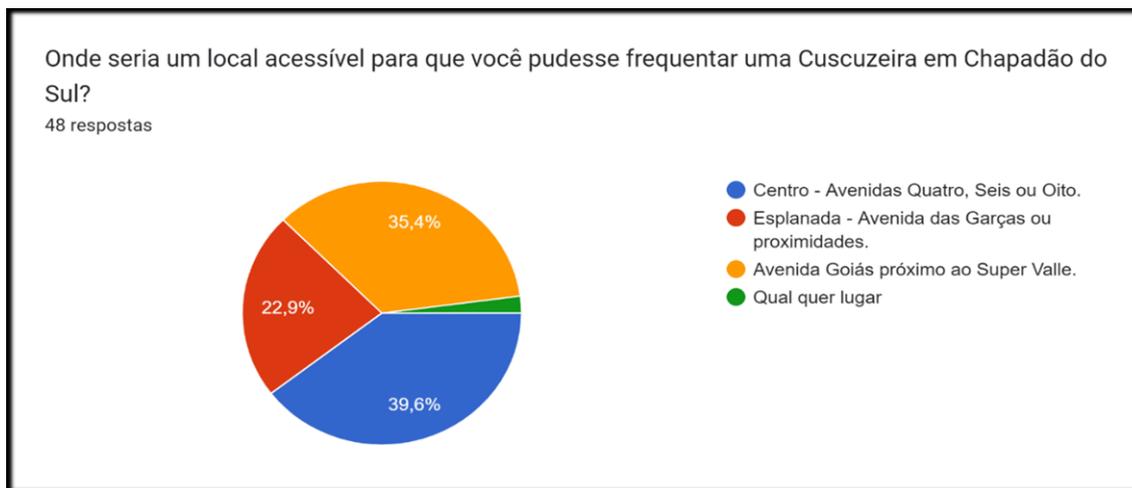
BAIRRO: Espatódia

CIDADE: Chapadão do Sul - Ms

Para determinar a melhor localização, foi questionado aos clientes potenciais, onde seria um local acessível para a instalação do negócio. Desta forma como pode ser observado no gráfico 11, 39,6% responderam que seria no Centro da cidade, 35,4% que seria na Avenida Goiás e outros 22,9% que seria no Bairro Esplanada.

Assim por ser um negócio novo o empreendimento será instalado no Bairro Espatódia próximo à Avenida Goiás, que é um local com praças, supermercados e escolas bem próximas, o que pode atrair futuros clientes.

Gráfico 12 – Local para instalação da cuscuzeria



Fonte: Elaborado pela autora.

### 3. 4 PLANO OPERACIONAL

O planejamento operacional, de acordo com Chiavenato (2020), é a parte do processo de planejamento que se concentra na implementação das estratégias e diretrizes e envolve a criação de uma série de planos operacionais que abrangem as várias áreas e funções de uma organização. Esses planos operacionais podem se desdobrar em uma infinidade de subplanos, cada um deles atendendo a diferentes aspectos e níveis de detalhes.

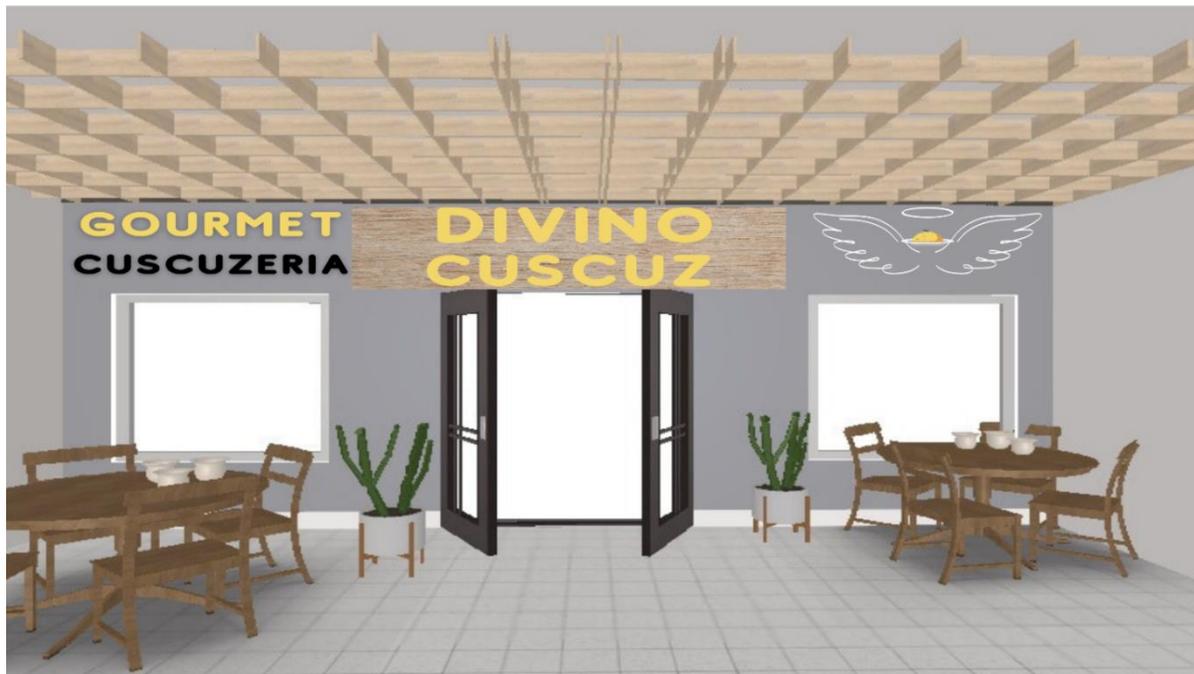
A seguir serão apresentados o *layout* do local, a capacidade produtiva do empreendimento, os principais processos operacionais e a necessidades de pessoal.

Tabela 2 – Metragem do Imóvel

Metragem do Imóvel (Área Construída)
68,36 M <sup>2</sup>

### 3.4.1 Layout ou Arranjo Físico

Figura 10 – Fachada



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 11 – Entrada – (Vista de Frente Salão)



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 11 – Vista Aérea (salão, cozinha, lavabo, banheiro)



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 12 – Cozinha (Vista de Fundo)



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 13 – Planta Baixa



Fonte: Elaborado pela autora

### 3.4.2 Capacidades Produtiva e de Atendimento

A capacidade Produtiva da Divino Cuscuz será baseada na quantidade de pratos que podem ser feitos por hora, estima-se que com dois fogões que totalizam dez bocas podemos produzir 25 pratos a cada uma hora. Podendo ser produzidos 250 cuscuzes no dia, durante às 10 horas que estaremos abertos de (terça a sábado) e 125 cuscuzes durante às 05 horas que funcionará aos domingos. Assim estimasse uma capacidade produtiva máxima semanal de 1.375 cuscuzes, totalizando uma capacidade produtiva máxima mensal de 5.500 unidades.

Já a capacidade de atendimento presencial será definida pela quantidade de lugares que poderão ser ocupados. A cuscuzeria contará com sete mesas com quatro lugares cada, totalizando 28 assentos disponíveis para os clientes.

### 3.4.3 Processos Operacionais

- Processo Operacional Administrativo.

O plano de gestão Operacional Administrativa define as áreas de responsabilidade dos sócios em atividades que abrangem o relacionamento com fornecedores, o gerenciamento das obrigações financeiras, as práticas de recursos humanos, o controle das finanças e contas bancárias, a supervisão do desempenho do negócio, e outras tarefas fundamentais para assegurar o funcionamento eficaz da empresa.

- Processo Operacional de Estocagem.

A pessoa responsável pela cozinha estará encarregada da gestão da estocagem. Quanto ao estoque, a empresa contará com um nível baixo, para garantir o fornecimento dos ingredientes frescos. Para o controle do estoque será elaborada uma planilha sempre atualizada, onde será registrada a entrada e saída dos produtos, constando a data de compra, vencimento e a estimativa de ressurgimento.

- Processo Operacional de Produção.

A produção da cuscuzeria se inicia com a higienização e corte das carnes e verduras usadas nos recheios. Logo estes são preparados e armazenados. Na sequência se realiza a hidratação da massa de cuscuz. Desta forma, ao receber os pedidos a montagem será mais rápida e prática.

Ao receber um pedido, este é analisado pela Chef, na sequência este é montado na cuscuzeira e levado ao fogo para cozimento, após o cozimento é servido em um prato ou na embalagem de entrega adicionando os acompanhamentos.

- Processo Operacional de Atendimento ao cliente.

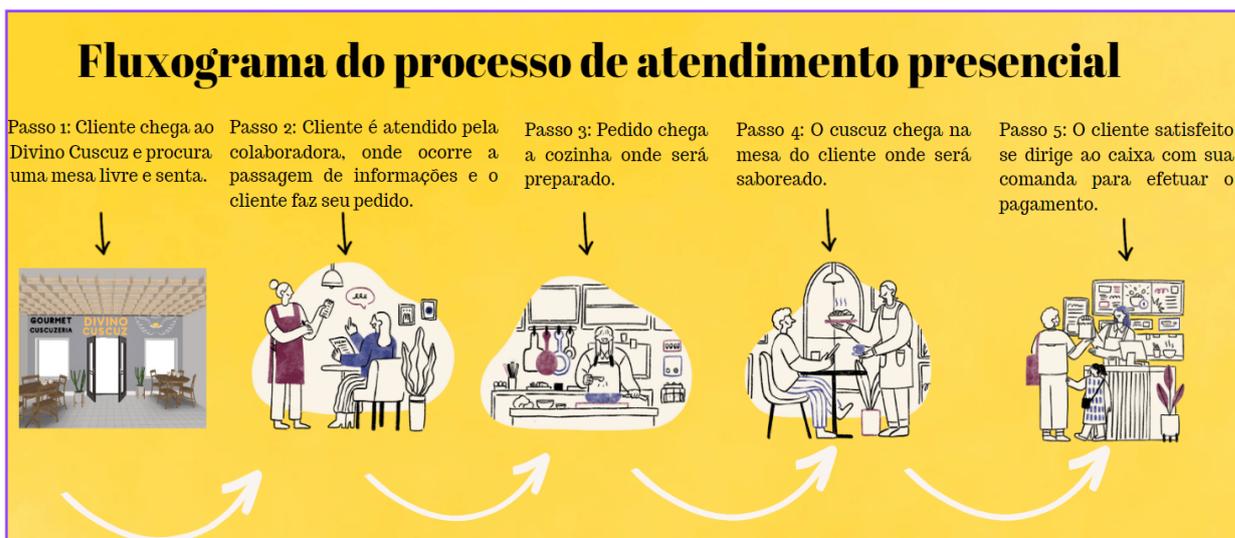
Segue o fluxograma em forma de figura que ilustra esse processo:

Figura 14 – Fluxograma do processo de atendimento por App Delivery



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 15 – Fluxograma do processo de atendimento presencial.



Fonte: Elaborado pela autora

Ambos os processos são de importância crucial para a empresa e por isso merecem uma atenção especial. Os profissionais que desempenham funções neste processo têm a tarefa de proporcionar aos clientes uma experiência de consumo de excelência. Isso inclui um atendimento personalizado, ágil e caloroso, com o intuito de construir laços de fidelidade com os consumidores.

### 3.4.4 Necessidade de Pessoal

Quadro 3 – Necessidade de Pessoal

<b>Quantidade</b>	<b>Cargo / Função</b>	<b>Qualificações Necessárias</b>
1	Atendente	Habilidades de Atendimento ao Cliente; Comunicação; Rapidez e Eficiência; Habilidade para Lidar com Dinheiro; Trabalho em Equipe; Flexibilidade de Horário; Atenção aos Detalhes; Ensino Médio.

Fonte: Elaborado pela autora

A cuscuzeria de início irá contratar somente uma atendente, esta trabalhará no turno noturno onde desempenhará a função de atendimento e caso necessário poderá ficar no caixa.

### 3.5 PLANO FINANCEIRO

#### 3.5.1 Estimativa de Investimentos Fixos

Tabela 3 – Máquinas e Equipamentos

Máquinas e Equipamentos				
Ordem	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Fogão 5 Bocas	2	R\$ 700,00	R\$ 1.400,00
2	Geladeira/ Refrigerador 2 Portas	1	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00
3	Liquidificador	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
4	Telefone Celular	1	R\$ 950,00	R\$ 950,00
5	Espremedor de Frutas	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
6	Impressora Colorida	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
7	Computador de Mesa Completo	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
8	Micro-ondas	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
9	Expositor de Bebidas	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
10	Televisor 43 Polegadas	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
11	Impressora Não Fiscal	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
<b>Total de Investimentos</b>		<b>17</b>		<b>R\$ 12.800,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 4 – Móveis e Utensílios

Móveis e Utensílios				
Ordem	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Jogo de Mesa	7	R\$ 350,00	R\$ 2.450,00
2	Balcão	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
3	Vasos de Plantas Decorativos	4	R\$ 100,00	R\$ 400,00
4	Vassoura	2	R\$ 12,00	R\$ 24,00
5	Lixeira	2	R\$ 75,00	R\$ 150,00
6	Rodo	2	R\$ 12,00	R\$ 24,00
7	Balde	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
8	Pano de chão	2	R\$ 5,00	R\$ 10,00
9	Armários	2	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00
10	Tábuas de preparo plástico	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
11	Cuscuzeira	10	R\$ 35,00	R\$ 350,00

12	Copos 300 ml	35	R\$ 4,00	R\$ 140,00
13	Jarra 500 ml	7	R\$ 16,00	R\$ 112,00
14	Conjunto de Garfos e Facas	50	R\$ 3,00	R\$ 150,00
15	Colheres	20	R\$ 3,00	R\$ 60,00
16	Pratos	35	R\$ 10,00	R\$ 350,00
17	Panela de pressão	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
18	Conjunto de Panelas	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
19	Bandejas de servir	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
20	Conjunto de Colheres de preparo	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
21	Potes de preparação 4l, 3l, 2l e 1l	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
22	Potes com tampa	3	R\$ 50,00	R\$ 150,00
23	Balança digital	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
24	Frigideira	2	R\$ 30,00	R\$ 60,00
<b>Total de Investimentos</b>		<b>196</b>		<b>R\$ 7.140,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 5 – Móveis e Utensílios

<b>Total de Investimentos Fixos</b>		
1	Máquinas e Equipamentos	R\$ 12.800,00
2	Móveis e utensílios	R\$ 7.140,00
Total		<b>R\$ 19.940,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Verificou-se que serão gastos R\$19.940,00 com investimentos fixos. Nota-se que o investimento em máquinas e equipamentos é superior aos móveis e utensílios.

### 3.5.2 Capital de Giro

- Estimativa de Estoque Inicial

Os itens relacionados a estimativa de estoque iniciais podem ser encontrados na tabela, com sua discriminação e preço por produto.

Tabela 6 – Estimativa de Estoque Inicial

Descrição	Quantidade	Valor Unitário(R\$)	Valor Total (R\$)
<b>Bebidas</b>	1	R\$ 352,20	R\$ 352,20
<b>Matérias Primas</b>	1	R\$ 1.301,00	R\$ 1.301,00
<b>Embalagens</b>	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
<b>Personalizados</b>	100	R\$ 25,00	R\$ 25,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 1.798,20</b>

Fonte: Elaborado pela autora

- Caixa Mínimo

O prazo médio de recebimento foi estabelecido conforme os prazos oferecidos pela maquininha, que possibilita a disponibilização do dinheiro em 30 dias. Sendo o valor da compra realizado tanto no crédito quanto no débito, a uma taxa de juros de 3,74% por venda. Já nas vendas por Pix ou dinheiro o pagamento é imediato.

Tabela 7 – Prazo médio de recebimento de vendas

Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média Ponderada (dias)
<b>À vista</b>	60%	0	0
<b>A prazo (1)</b>	40%	30 dias	12
Prazo médio de Recebimento			<b>12 dias</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 8 – Prazo médio de compras

Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média Ponderada (dias)
<b>À vista</b>	50%	0	0
<b>A prazo (1)</b>	50%	30 dias	15
Prazo total de compras			<b>15 dias</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Para comprar as mercadorias a empresa optará por usar cartão de crédito e pagamento à vista, sendo dividido em 50% de todas as compras. Tendo 15 dias de prazo para o pagamento dos seus débitos.

Tabela – 9 Necessidade Média de Estoque

	Número de Dias
<b>Necessidade Média de Estoque</b>	<b>7</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

A determinação da necessidade líquida de capital de giro de uma empresa envolve a análise dos prazos médios de recebimento, pagamento e rotação de estoque. Esses prazos são obtidos por meio de pesquisas de mercado, que incluem informações obtidas de fornecedores e concorrentes, conforme apresentado na tabela 10. Essa análise é essencial para a gestão financeira, pois ajuda a calcular a quantidade de capital de giro necessária para manter as operações funcionando de forma eficiente e garantir que a empresa possa honrar seus compromissos de pagamento e gerenciar o estoque de maneira adequada.

Tabela 10 - Necessidade líquida de capital de giro em dias.

	Número de dias
<b>Recursos da empresa fora do seu caixa</b>	
<b>1. Contas a receber – prazo médio de vendas</b>	12 dias
<b>2. Estoques – necessidade média de estoque</b>	7 dias
Subtotal 1 (item 1+2)	<b>19 dias</b>
<b>Recursos de terceiros no caixa da empresa</b>	
<b>3. Fornecedores – prazo médio de vendas</b>	15 dias
<b>Subtotal 2</b>	15 dias
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (subtotal 1 – subtotal 2)	<b>4 dias</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

Tabela 11 – Caixa mínimo

<b>1. Custo fixo Mensal</b>	<b>R\$ 10.497,46</b>
<b>2. Custo variável mensal</b>	R\$ 13.791,41
<b>3. Custo total da empresa (item 1 + 2)</b>	R\$ 24.288,87
<b>4. Custo total diário (item 3/30 dias)</b>	R\$ 809,63

<b>5. Necessidade líquida de capital de Giro em Dias</b>	4 dias
Total – Caixa mínimo (item 4 x 5)	<b>R\$ R\$ 3.238,52</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

Tabela 12 – Capital de giro

<b>Investimentos Financeiros</b>	<b>R\$</b>
<b>A – Estoque inicial</b>	R\$ 1.798,20
<b>B – Caixa Mínimo</b>	<b>R\$ 3.238,52</b>
<b>Total do Capital de giro (A+B)</b>	<b>R\$ 5.036,72</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.5.3 Investimentos Pré-operacionais

Tabela 13 – Investimentos pré-operacionais

<b>Descrição</b>	<b>R\$</b>
<b>Despesas com legalização</b>	R\$ 500,00
<b>Divulgação</b>	R\$ 300,00
<b>Outras Despesas</b>	R\$ 1.000,00
<b>Uniformes</b>	R\$ 300,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 2.100,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.5.4 Investimentos Total

Tabela 14 – Investimento total

<b>Descrição dos investimentos</b>	<b>Valor (R\$)</b>
<b>1. Investimentos Fixos</b>	R\$ 19.940,00
<b>2. Capital de Giro</b>	R\$ 5.036,72
<b>3. Investimentos Pré-Operacionais</b>	R\$ 2.100,00
<b>Total (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 27.076,72</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.5.5 Estimativa do Faturamento Mensal

Tabela 15 – Receita Mensal

Produto/serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de vendas Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
Cuscuz de Charque	150	R\$ 30,00	R\$ 4.500,00
Frango Desfiado	150	R\$ 25,00	R\$ 3.750,00
Calabresa	150	R\$ 26,00	R\$ 3.900,00
Bacon	130	R\$ 25,00	R\$ 3.250,00
Carne Moída	150	R\$ 26,00	R\$ 3.900,00
Cuscuz com ovo	200	R\$ 10,00	R\$ 2.000,00
Tradicional	160	R\$ 8,00	R\$ 1.280,00
A moda do cliente	130	R\$ 32,00	R\$ 4.160,00
Coca-Cola 2 Litros	150	R\$ 12,00	R\$ 1.800,00
Coca-Cola 1 Litro	100	R\$ 8,00	R\$ 800,00
Guaraná 350ml	50	R\$ 4,00	R\$ 200,00
Coca-Cola 350ml	50	R\$ 4,00	R\$ 200,00
Coca-Cola 600ml	60	R\$ 6,00	R\$ 360,00
Água com gás	50	R\$ 3,50	R\$ 175,00
Água sem gás	50	R\$ 3,50	R\$ 175,00
Guaraná 2 Litros	30	R\$ 10,00	R\$ 300,00
Fanta uva 350ml	30	R\$ 4,00	R\$ 120,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 30.870,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.5.6 Apurações dos Custos das Mercadorias Vendidas

Tabela 16 – Custo de mercadorias vendidos

Produto/serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Custo Unitário de fabricação ou aquisição	CMV
Cuscuz de Charque	150	R\$ 10,00	R\$ 1.500,00
Frango Desfiado	150	R\$ 8,30	R\$ 1.245,00
Calabresa	150	R\$ 8,30	R\$ 1.245,00
Bacon	130	R\$ 8,30	R\$ 1.079,00
Carne Moída	150	R\$ 8,50	R\$ 1.275,00
Cuscuz com ovo	200	R\$ 2,50	R\$ 500,00
Tradicional	160	R\$ 2,00	R\$ 320,00

<b>A moda do cliente</b>	130	R\$ 13,00	R\$ 1.690,00
<b>Coca-Cola 2 Litros</b>	150	R\$ 7,00	R\$ 1.050,00
<b>Coca-Cola 1 Litro</b>	100	R\$ 3,50	R\$ 350,00
<b>Guaraná 350ml</b>	50	R\$ 2,25	R\$ 112,50
<b>Coca-Cola 350ml</b>	50	R\$ 2,25	R\$ 112,50
<b>Coca-Cola 600ml</b>	60	R\$ 3,50	R\$ 210,00
<b>Água com gás</b>	50	R\$ 1,30	R\$ 65,00
<b>Água sem gás</b>	50	R\$ 1,20	R\$ 60,00
<b>Guaraná 2 Litros</b>	30	R\$ 6,50	R\$ 195,00
<b>Fanta uva 350ml</b>	30	R\$ 2,25	R\$ 67,50
<b>Total</b>			<b>R\$ 11.076,50</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.5.7 Estimativas dos Custos de Comercialização

Tabela 17 – Custo com comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
<b>Impostos</b>			
<b>Simplex Nacional</b>			
<b>Alíquota</b>	7,30%	<b>R\$ 30.870,00</b>	R\$ 2.253,51
<b>Subtotal 1</b>			<b>R\$ 2.253,51</b>
<b>Gastos com vendas</b>			
<b>Taxas de cartão de crédito</b>	3,74%	<b>R\$ 12.348,00</b>	R\$ 461,81
<b>Subtotal 2</b>			<b>R\$ 461,81</b>
<b>Total (Subtotal 1 + 2)</b>			<b>R\$ 2.714,91</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.5.8 Estimativa dos Custos com Mão de Obra

Tabela 18 – Custo com mão de obra

Função	Nº de funcionários	Salário mensal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
<b>Atendente</b>	1	R\$ 1.400,00	28,57%	R\$ 415,47	R\$ 1.800,00
<b>Total</b>	1	R\$ 1.400,00	28,57%	R\$ 415,47	R\$ 1.800,00

Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.5.9 Estimativa do Custo com Depreciação

Tabela 19 – Custos com depreciação

Nº	Descrição	Tempo de vida útil	Valor do bem	Depreciação anual	Depreciação mensal
1	Fogão 5 Bocas	5 anos	R\$ 700,00	R\$ 140,00	R\$ 11,66
2	Geladeira/ Refrigerador	10 anos	R\$ 4.500,00	R\$ 450,00	R\$ 37,50
3	Liquidificador	5 anos	R\$ 150,00	R\$ 30,00	R\$ 2,50
4	Telefone Celular	5 anos	R\$ 950,00	R\$ 190,00	R\$ 15,33
5	Espremedor de Frutas	5 anos	R\$ 150,00	R\$ 30,00	R\$ 2,50
6	Impressora Colorida	5 anos	R\$ 800,00	R\$ 160,00	R\$ 13,33
7	Computador de Mesa Completo	3 anos	R\$ 1.500,00	R\$ 500,00	R\$ 41,66
8	Micro-ondas	5 anos	R\$ 700,00	R\$ 140,00	R\$ 11,66
9	Expositor de Bebidas	10 anos	R\$ 1.500,00	R\$ 150,00	R\$ 12,50
10	Televisor 43 Polegadas	5 anos	R\$ 1.500,00	R\$ 300,00	R\$ 25,00
11	Impressora Não Fiscal	5 anos	R\$ 350,00	R\$ 70,00	R\$ 5,83
12	Jogo de Mesa	10 anos	R\$ 2.450,00	R\$ 245,00	R\$ 20,41
13	Balcão	10 anos	R\$ 1.000,00	R\$ 100,00	R\$ 8,33
14	Vasos de Plantas	5 anos	R\$ 400,00	R\$ 80,00	R\$ 6,66
15	Vassoura	3 meses	R\$ 24,00	R\$ 0,00	R\$ 8,00
16	Lixeira	1 anos	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 12,50
17	Rodo	3 meses	R\$ 24,00	R\$ 0,00	R\$ 8,00
18	Balde	1 anos	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 2,50

19	Pano de chão	3 meses	R\$ 10,00	R\$ 0,00	R\$ 3,33
20	Armários	10 anos	R\$ 1.000,00	R\$ 100,00	R\$ 8,33
21	Tábuas de plástico	3 meses	R\$ 100,00	R\$ 0,00	R\$ 33,33
22	Cuscuzeira	5 anos	R\$ 350,00	R\$ 70,00	R\$ 5,83
23	Copos 300 ml	10 anos	R\$ 140,00	R\$ 14,00	R\$ 1,16
24	Jarra 500 ml	10 anos	R\$ 112,00	R\$ 12,20	R\$ 1,01
25	Conjunto Garfos e Facas	10 anos	R\$ 150,00	R\$ 15,00	R\$ 1,25
26	Colheres	10 anos	R\$ 60,00	R\$ 6,00	R\$ 0,50
27	Pratos	10 anos	R\$ 350,00	R\$ 35,00	R\$ 2,91
28	Panela de pressão	5 anos	R\$ 100,00	R\$ 20,00	R\$ 1,66
29	Conjunto de Panelas	5 anos	R\$ 250,00	R\$ 50,00	R\$ 4,16
30	Bandejas de servir	5 anos	R\$ 50,00	R\$ 10,00	R\$ 0,83
31	Colheres de preparo	5 anos	R\$ 50,00	R\$ 10,00	R\$ 0,83
32	Potes de preparação 4l, 3l, 2l e 1l	1 ano	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 6,66
33	Potes com tampa	1 ano	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 12,50
34	Balança digital	1 ano	R\$ 50,00	R\$ 10,00	R\$ 0,83
35	Frigideira	5 anos	R\$ 60,00	R\$ 12,00	R\$ 1,00
<b>Total</b>				R\$3.359,20	R\$331,99

Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.5.10 Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais

Tabela 20 - Estimativa de custos fixos

Nº	Descrição	Valor total
1	Aluguel	R\$ 2.500,00
2	Água	R\$ 150,00
3	Energia	R\$ 200,00
4	Depreciação	R\$ 331,99
5	Encargos sociais sobre salários	R\$ 415,47
6	Honorários contábeis	R\$ 150,00
7	Materiais de limpeza	R\$ 100,00
8	Material de escritório	R\$ 100,00

<b>9</b>	Pró-labore	R\$ 5.000,00
<b>10</b>	Salários e benefícios	R\$ 1.400,00
<b>11</b>	Telefone e Internet	R\$ 150,00
<b>Total</b>		<b>R\$ 10.497,46</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.5.11 Demonstrativos de Resultados

Tabela 21 – Demonstração de Resultados do Exercício (DRE) – Ano 1

Descrição		Valor	Valor Anual	%
<b>1</b>	Receita total com vendas	R\$ 30.870,00	R\$ 370.440,00	100%
<b>2</b>	Custos variáveis totais	R\$ 13.791,41	R\$ 165.496,92	44,67%
<b>2.1</b>	(-) Custos com mercadorias vendidas	R\$ 11.076,50	R\$ 132.918,00	35,88%
<b>2.2</b>	(-) Impostos sobre vendas	R\$ 2.253,51	R\$ 27.042,12	7,3%
<b>2.3</b>	(-) Gastos com vendas	R\$ 461,81	R\$ 5.541,72	1,49%
<b>3</b>	Margem de contribuição (Subtotal 1-2)	R\$ 17.079,00	R\$ 204.948,00	55,32%
<b>4</b>	(-) Custos fixos totais	R\$ 10.497,46	R\$ 125.969,52	34%
<b>5</b>	<b>Resultado operacional</b>	<b>R\$ 6.581,54</b>	<b>R\$ 78.978,48</b>	<b>21,32%</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.5.12 Indicadores de Viabilidade

#### 3.5.12.1 Ponto de Equilíbrio – PE

PE =  $\frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice da Margem de Contribuição}}$

Valores mensal:

Receita Total: R\$ 30.870,00

Custo Variável Total: R\$ 13.791,41

Custo Fixo Total: R\$ 10.497,46

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{\text{R\$ } 30.870,00 - \text{R\$ } 13.791,41}{\text{R\$ } 30.870,00} = 0,55$$

$$\text{PE} = \frac{\text{R\$ } 10.497,46}{0,55} = \text{R\$ } 19.086,29$$

A análise do ponto de equilíbrio é uma ferramenta financeira importante para determinar o nível de vendas necessário para cobrir todos os custos fixos e variáveis e atingir o equilíbrio financeiro, ou seja, não ter lucro nem prejuízo. Isso significa que para alcançar o equilíbrio financeiro, a cuscuzeria precisará gerar R\$ 19.086,29 em vendas mensais. Isso cobriria todos os custos fixos e variáveis e resultaria em zero lucro e prejuízo.

Qualquer venda acima desse valor de R\$ 19.086,29 geraria lucro, enquanto vendas abaixo desse valor resultariam em prejuízo.

### 3.5.12.2 Lucratividade

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Receita Total}}$$

Receita Total: R\$ 370.440,00 /ano

Lucro Líquido: R\$ 78.978,48 /ano

$$\text{Lucratividade: } \frac{\text{R\$ } 78.978,48 \times 100}{\text{R\$ } 370.440,00} = 21,32\%$$

A lucratividade é uma medida importante para avaliar o desempenho financeiro de uma empresa em relação às suas receitas. Isso significa que a empresa está gerando um lucro líquido de 21,32% em relação à sua receita total. Em outras palavras, a cada R\$ 100 de receita, a empresa obtém um lucro líquido de aproximadamente R\$ 21,32. Uma lucratividade de 21,32% é uma métrica razoável e pode ser considerada saudável para um comércio do ramo alimentício.

### 3.5.12.3 Rentabilidade

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Investimento Total}}$$

Lucro Líquido: R\$ 78.978,48/ano

Investimento Total: R\$ 27.076,72

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{R\$ } 78.978,48 \times 100}{\text{R\$ } 27.076,72} = 291,68\%$$

De acordo com o SEBRAE (2013), a rentabilidade refere-se à capacidade de um negócio gerar lucro em relação ao capital investido e aos recursos utilizados. Dessa forma, o Divino Cuscuz irá gerar uma rentabilidade de 291,68% ao ano e 24,30% ao mês, uma rentabilidade de 291,68% é um indicador muito positivo e indica que o negócio irá gerar retornos substancialmente maiores do que o capital investido.

### 3.5.12.4 Prazo de Retorno de Investimento

$$\text{Prazo do Retorno do Investimento} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$$

Lucro Líquido: R\$ 78.978,48 /ano

Investimento Total: R\$ 27.076,72

$$\text{Payback} = \frac{\text{R\$ } 27.076,72}{\text{R\$ } 78.978,48} = 0,342 \text{ anos} \times 12 = 4 \text{ meses e } 11 \text{ dias}$$

O *Payback*, ou Prazo de Retorno do Investimento, é uma métrica que indica o período necessário para recuperar o investimento inicial a partir dos lucros gerados. Nesse caso, o cálculo do *Payback* é de 4 meses e 11 dias o que significa que o investimento de R\$ 27.076,72 será recuperado em aproximadamente 4 meses e 11 dias, o que indica uma recuperação rápida do investimento.

Tabela 22 – Indicadores de viabilidade

<b>Indicadores</b>	<b>Mensal</b>	<b>Ano 1</b>
<b>Ponto de equilíbrio</b>	R\$ 19.086,29	R\$ 229.035,48
<b>Lucratividade</b>	21,32%	21,32%
<b>Rentabilidade</b>	24,30%	291,68%
<b>Prazo de retorno do investimento</b>	4 meses e 11 dias	0,342

Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

A construção de cenários envolve a análise de dois extremos: o otimista, que projeta tendências ambientais de *marketing* superando as expectativas esperadas da empresa, e o pessimista, que considera as mesmas tendências não atingindo as expectativas esperadas. Esses cenários foram construídos aplicando variações de 20% a menos nas receitas, no pessimista, e 20% a mais nas receitas, no otimista, em relação ao cenário provável, para cada produto vendido, demonstrando que, as projeções são favoráveis à abertura da cuscuzeria, como pode ser visualizado na tabela 22. Em ambos os cenários, os resultados operacionais são positivos.

Tabela 23 – Construção de cenários

Receita (otimista) = 20,00% / Receita (pessimista) = - 20,00%				
Descrição		Cenário provável	Cenário pessimista - 20%	Cenário otimista + 20%
1	Receita total com vendas	R\$ 30.870,00	R\$ 24.696,00	R\$ 37.044,00
2	Custos variáveis totais	R\$ 13.791,41	R\$ 11.033,12	R\$ 16.549,69
2.1	Custos com mercadorias vendidas	R\$ 11.076,50	R\$ 8.861,20	R\$ 13.291,8
2.2	Impostos sobre vendas	R\$ 2.253,51	R\$ 1.802,80	R\$ 2.704,21
2.3	Gastos com vendas	R\$ 461,81	R\$ 369,44	R\$ 554,17
3	Margem de contribuição	R\$ 17.079,00	R\$ 13.663,20	R\$ 20.494,8
4	Custos fixos totais	R\$ 10.497,46	R\$ 10.497,46	R\$ 10.497,46
5	Resultado operacional	<b>R\$6.581,54</b>	<b>R\$R\$ 3.165,74</b>	<b>R\$ R\$ 9.997,34</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

Caso a cuscuzeria passe por quedas nas receitas algumas ações e atitudes podem ser aplicadas como: realizar pesquisas e receber *feedbacks* dos clientes para a introdução de mais sabores no cardápio; fazer pesquisas para identificar o motivo das quedas nas receitas e traçar um plano de recuperação; investir em *marketing* e em outros serviços que possam atrair mais clientes.

### 3.7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Em relação à análise SWOT, como forças, a cuscuzeria terá a flexibilidade de adaptação às preferências locais, contará com um ambiente físico para degustação e terá uma localização estratégica. Porém enfrentará desafios iniciais de estabelecimento de marca, assim como poderá apresentar o seu potencial de crescimento limitado, devido à oferta exclusiva de cuscuz. No entanto, existem oportunidades a ser exploradas que incluem: a expansão do cardápio, estratégias de *marketing* local e parcerias com a comunidade. Como ameaças se destacam: a concorrência, instabilidade econômica e custos variáveis. Entretanto, estratégias de *marketing* bem elaboradas podem ajudar a maximizar o sucesso do negócio.

Quadro 1 – Análise da Matriz SWOT

<b>Ambiente Interno</b>	<b>Forças</b>	<b>Fraquezas</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexibilidade: Poder de adaptar facilmente o cardápio e os produtos para atender às preferências dos clientes locais.</li> <li>• Ambiente aconchegante</li> <li>• Primeiro local físico de venda de cuscuz.</li> <li>• Boa localização.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitação na expansão do negócio;</li> <li>• Falta de reconhecimento de marca: Inicialmente, a cuscuzeria pode ter um desafio em estabelecer uma marca forte.</li> <li>• Venda exclusiva de cuscuz, sem outros tipos de comidas no cardápio.</li> </ul>
<b>Ambiente Externo</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expansão do cardápio: Inclusão de novos produtos relacionados ao cuscuz ou que complementem a oferta existente.</li> <li>• Marketing local: Desenvolver uma estratégia de marketing local eficaz e estabelecer uma presença sólida na comunidade.</li> <li>• Eventos e parcerias locais: Participar de eventos locais, como feiras e festivais, e estabelecer parcerias com outros negócios locais podem ajudar a aumentar a visibilidade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrentes com os mesmos produtos.</li> <li>• Instabilidade econômica;</li> <li>• Custos dos insumos.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

Através deste estudo foi possível determinar a viabilidade da abertura da cuscuzeria Divino cuscuz. Todos os fatores analisados foram de suma importância para chegar a tal conclusão, como: a pesquisa de mercado; plano operacional e o plano financeiro, em que foi detalhado o valor do investimento assim como os retornos que o negócio irá gerar.

Desta forma, com base em todos os elementos analisados, pode-se dizer que a cuscuzeria idealizada comporta todos os aspectos necessários para ser um empreendimento bem-sucedido, na cidade de Chapadão do Sul-MS. Isto pode ser observado nos indicadores de viabilidade do presente plano de negócios, que apontaram se tratar de um negócio lucrativo, com alta rentabilidade e com um curto prazo de retorno do investimento inicial.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A decisão de iniciar um negócio próprio pode ser muito recompensadora, mas também exige planejamento e cuidado. Um plano de negócios mal estruturado, ou a ausência deste, podem fazer com que decisões conflitantes ou erradas sejam tomadas, deixando a empresa vulnerável aos concorrentes. Saber onde se quer chegar e como alcançar esse objetivo é fundamental. Desta forma o plano de negócio do Divino Cuscuz foi minuciosamente escrito e planejado passando por todas as etapas do manual de plano de negócios do Sebrae (2013), que ajuda aos empreendedores na hora desse processo inicial.

No sumário executivo foi possível detalhar dados importantes sobre os sócios e sobre as questões jurídicas da cuscuzeria. Já a pesquisa de mercado foi dividida em três etapas: o estudo dos clientes, em que foi possível coletar dados importantes do perfil e preferências destes; o estudo dos concorrentes, em que foi possível fazer uma análise dos mesmos e encontrar os principais concorrentes do negócio, podendo elaborar estratégias para se sobressair diante destes; e o estudo dos fornecedores, em que foi possível identificar os melhores produtos, preços, prazos de pagamento e entrega, sendo esses dados usados como base para o plano financeiro.

No plano de *marketing* foram colocadas as estratégias promocionais que serão usadas no negócio, além de serem apresentados os produtos que serão oferecidos. Já no plano operacional foram descritos os processos operacionais mais importantes do negócio, foi calculada a capacidade produtiva e de atendimento, além de elaborar o *layout* da cuscuzeria.

O plano financeiro foi uma das etapas mais importantes do estudo, por meio dele foi possível determinar o objetivo inicial deste plano que era determinar a viabilidade ou não de abertura do empreendimento. Após a análise dos dados foi possível identificar que os indicadores financeiros do negócio são favoráveis à sua abertura, tendo um prazo de retorno de investimento de 4 meses em 11 dias.

Além disso, foi desenvolvida uma projeção para um cenário otimista e um pessimista, considerando possíveis instabilidades que podem surgir ao longo das operações, após a análise dos cenários foi possível identificar que o negócio em ambos os cenários apresenta resultados operacionais positivos.

Também foi utilizada a Matriz Swot, na qual foi possível determinar as forças e fraquezas do ambiente interno da empresa, juntamente com as oportunidades e ameaças do ambiente externo. Após todo este estudo, foi possível concluir que o empreendimento é promissor, com ótimos indicadores de viabilidade, tornando-se uma ótima oportunidade de negócio no município de Chapadão do Sul.

## REFERÊNCIAS

CASCUDO, L. C. **História da alimentação no Brasil**. 3 ed. São Paulo: Global, 2004.

CHIAVENATO, I. **Administracao nos novos tempos: os novos horizontes em administração**. Sao Paulo : Grupo GEN, 2020. *E-book*. Disponível em <<https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597025729/>>. Acesso em: 26 de nov.2023.

CNN Brasil. **UNESCO declara cuscuz como Patrimônio Imaterial da Humanidade**. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/unesco-declara-cuscuz-como-patrimonio-imaterial-da-humanidade/>. Acesso em: setembro de 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Município de Chapadão do Sul, MS**. 2022. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ms/chapadao-do-sul.html>>. Acesso em: outubro de 2023.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: SEBRAE, 2013.

SEBRAE. **Marketing Promocional: Saiba os Principais Tipos**. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/marketing-promocional-saiba-os-principais-tipos,f708b25785f07810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: agosto de 2023.

SEBRAE. **Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio**. 2022. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD#:~:text=O%20que%20é%20um%20plano,de%20cometê-los%20no%20mercado>>. Acesso em: 20 out. 2023