



PLANO DE NEGÓCIO: a viabilidade de uma indústria de geleia de goiaba

BUSINESS PLAN: the viability of a guava jelly industry

Diego Estevão Rocha – rochaneogeo@gmail.com

Marcos Alberto Claudio Pandolfi – marcos.pandolfi@fatectq.edu.br

Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (FATEC) – São Paulo – Brasil

RESUMO

Este artigo científico visa o estudo da viabilidade de uma indústria de geleia de goiaba na região de Matão/SP através de um plano de negócio. Com informações fictícias de uma indústria de doces e geleias. Para tal pesquisa e projeto, foi realizada uma revisão bibliográfica, a qual está baseada no Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), onde apresenta, em suas teorias e pesquisas, as informações objetivas para o desenvolvimento econômico e competitividade de toda micro e pequena empresa ou indústria. Essa pesquisa tem como objetivo mostrar e apontar a importância da goiaba para a realização da geleia de fruta e seu consumo, além é claro de apresentar o plano financeiro com o investimento viável ou não.

Palavras-chave: Desenvolvimento econômico. Plano financeiro. Pesquisa e projeto.

ABSTRACT

This scientific article aims to study the feasibility of a guava jelly industry in the Matão/SP region through a business plan. With fictitious information from a candy and jelly industry. For such research and project, a bibliographical review was carried out, which is based on the Brazilian Service of Support to Micro and Small Enterprises (SEBRAE), where it presents, in its theories and research, the objective information for the economic development and competitiveness of all micro and small business or industry. This research aims to show and point out the importance of guava for the realization of fruit jelly and its consumption, in addition it is clear to present the financial plan with the viable investment or not.

Keywords: Economic development. Financial plan. Research and project.



1 INTRODUÇÃO

O Brasil é reconhecido mundialmente como um país com características excelentes para a produção de alimentos, sendo um dos maiores exportadores do mundo. Dentre os gêneros alimentícios brasileiros, destaca-se a produção de frutas tropicais para consumo in natura, frutas secas e doces e geleias (SEBRAE, 2014).

De acordo com Formiga (2014) o Brasil é um país rico por sua variedade de doces, feitos a partir de diferentes tipos de frutas típicas. Mercado com possibilidades de crescimento, os nossos doces e geleias são apreciados em todos os estados e representam um item obrigatório da dieta do brasileiro. Contudo, as mudanças na sociedade alteraram os hábitos de consumo do brasileiro. Com a inserção da mulher no mercado de trabalho e a precoce saída de casa dos filhos, o doce da mamãe não é mais produzido e consumido com a mesma frequência. No vácuo desse mercado, milhares de pequenos fabricantes surgiram para suprir esta carência do setor de doces e geleias caseiras, ofertando produtos sem conservantes ou componentes químicos industrializados.

Além disso, a indústria de alimentos derivados de frutas e vegetais segue uma fase de crescimento, somente esse setor faturou R\$ 24 bilhões em 2013, de um total de R\$ 400 Bilhões de toda a Indústria de Alimentos que representa o equivalente a 10% do PIB nacional (SEBRAE, 2014).

Ainda segundo Sebrae (2014) o mercado específico de doces e geleias é responsável pela geração de 35 mil empregos formais e informais, com mais de 1000 empresas registradas. As micro e pequenas empresas respondem por 80% deste total, registrando um crescimento anual de 6% a 8%. A principal produção será a geleia de goiaba, o produto será produzido em grande escala e sairá pronto para o mercado consumidor. O principal foco de venda será o atacado e varejo.

A pesquisa se baseia em uma empresa localizada na região de Matão/SP, o capital investido pelos sócios é totalmente para a compra de máquinas e equipamento e insumos para a produção.

Esse artigo tem como objetivo mostrar a importância da goiaba para a realização da geleia de fruta e seu consumo, além é claro de caracterizar o investimento como viável ou não. É esperado com o plano de negócio um lucro maior ou igual a R\$ 5.000,00 (Cinco mil reais)



mensais, livre de todos os custos e despesas, atingindo essa meta obter-se-á retorno de todo o investimento em no máximo 36 meses.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 PLANO DE NEGÓCIO

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE):

Um plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado. (SEBRAE, 2013).

Com o investimento de aproximadamente R\$ 150.000,00 (Cento e cinquenta mil reais) através de recursos próprios, a empresa proposta é uma sociedade limitada composta por sócios de pessoas físicas, cada sócio é limitado ao valor de suas cotas, mas respondem solidariamente pela integralização do capital social. O setor de atividades é a Indústria, pois ocorre a transformação da goiaba (matéria prima) em geleia (produto acabado industrializado).

O enquadramento tributário é o Simples Nacional, a lei enquadra como microempresa (ME) a pessoa jurídica com receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360 mil. Se a receita bruta anual for superior a R\$ 360 mil e igual ou inferior a R\$ 3,6 milhões ela será classificada como Empresa de Pequeno Porte (EPP). Para as ME e EPP, o Simples Nacional abrange os seguintes tributos e contribuições: Imposto de Renda Pessoal Jurídica (IRPJ), Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL), Programa de Integração Social/Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/PASEP), Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS), Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), Imposto Sobre Serviços (ISS) e a Contribuição para a Seguridade Social Patronal (SEBRAE, 2013). O Empreendimento deve possuir uma Razão Social e Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) registrado junto à Receita Federal.

2.1.1 Análise de mercado



Segundo Dornelas (2014) a análise de mercado apresenta o entendimento do mercado da empresa, seus clientes, seus concorrentes e quanto a empresa conhece, em dados e informações, o mercado onde atua. A análise do mercado permite ainda se conhecer de perto o ambiente onde o produto ou serviço se encontra. O mercado está composto pelo ambiente onde a empresa e produto se localizam, pela concorrência e pelo perfil do consumidor.

As opções de fornecedores devem apresentar uma rigorosa escolha, é o primeiro passo para que a qualidade do produto seja reconhecida pelos clientes. Não será um desafio, pois os ingredientes são encontrados em feiras, ceasas, distribuidores, atacadistas e com os pequenos e médios agricultores da região que na maioria das vezes apresentam os melhores preços.

De acordo com Sebrae (2014) não podemos contar apenas com o nosso ponto próprio de venda para garantir a viabilidade do negócio. A parceria com canais de distribuição é de total importância para o sucesso. E é justamente neste aspecto que o empreendedor encontra as maiores dificuldades para a comercialização do produto.

Para o pequeno empreendedor os canais de início são: pequenas lojas, mercearias e bancas em feiras. Canais alternativos também podem ser utilizados, as redes sociais, como Facebook e Instagram são ferramentas importantíssimas e complementares para alavancar as vendas, principalmente pela facilidade de acesso e o baixo custo envolvido, como encomendas pela internet, telefone e venda direta.

Por fim, outro canal interessante é o contrato com supermercados e hipermercados para a produção de doces e geleias com a marca do próprio varejista. Esta opção diminui os custos de marketing, pois não exige maciços investimentos em propaganda para a divulgação da marca do fabricante, e garante o acesso a milhões de consumidores.

2.1.2 Plano de marketing

A indústria tem como razão social King Jelly Alimentos Limitada (LTDA), consiste em uma empresa no ramo alimentício, no segmento de Geleia de Goiaba e derivados.

A King Jelly apresenta uma linha de geleia no sabor de goiaba, no tamanho de 230g, em embalagem de vidro com tampa em metal, com a rotulagem da logomarca (Figura 1), quantidade em gramas, ingredientes, lote, código de barra, informações sobre atendimento ao consumidor, contraindicações a alergias, data de validade antes e após aberta e informação nutricional.



Figura 1 – Logomarca do produto



Fonte: Próprio autor (2019).

O produto terá o preço estimado de R\$ 4,79, com a intenção de revenda nos canais de distribuição de no máximo de R\$ 8,90. A fim de garantir competitividade com preço acessível e alta qualidade.

Segundo Sebrae (2014) alguns métodos são importantes para chamar atenção do consumidor no ponto de venda dentre eles a adequada exposição, uso de displays, totens, folhetos explicativos sobre a qualidade do produto, porém a possibilidade de visualizar e poder atestar a sua qualidade são essenciais para impulsionar o cliente a adquirir o seu serviço, além é claro que realizar promoções e descontos em compras combinadas (por exemplo: compre 1, leve 2).

2.1.3 Plano operacional

De acordo com Sebrae (2013) para uma fábrica de doces e geleias de pequeno e médio porte, sugere-se uma área de 80 m² (Figura 2), composta por cozinha, área de armazenagem, escritório e banheiro. A disposição dos equipamentos deve estar de acordo com o processo produtivo, reduzindo o trânsito desnecessário dos funcionários.

Figura 2 – Arranjo Físico



Fonte: Adaptado de “Como elaborar um plano de negócios” SEBRAE (2014, p. 59).

A capacidade produtiva estabelecida no plano de negócio foi de aproximadamente 540 unidades de 230g/dia, totalizando 124Kg de geleia comerciável. Sendo assim um montante de 12.500 unidades de geleias e 2.875Kg/mês. De acordo com Emprego e Renda (2012) sua fábrica deve possuir as seguintes instalações:

Área de recepção e seleção de frutas; Depósito para maturação e estocagem; Sala de preparo e seleção; Sala de processamento; Área para envase/embalagem; Área para armazenamento do produto; Pequeno laboratório; Depósito para insumos; Áreas externas como pátios de recebimento de matéria-prima, balança plataforma e expedição.

Os equipamentos necessários para o início das atividades ainda de acordo com Emprego e Renda (2012) são:

Mesas de seleção e preparo de frutas; Despulpadoras; Prensas; Refinadoras; Fogões industriais; Exaustores; Seladoras; Tanques; Baldes de inox dentre outros necessários para a produção.

Com as instalações e equipamentos preparados, no Quadro 1 você encontra uma breve definição do quadro de colaboradores que poderão integrar sua indústria.

**Quadro 1 – Necessidade de Pessoal**

Cargo/função	Qualificações necessárias
Auxiliar Administrativo	Técnico Administração.
Auxiliar de Produção	Curso Técnico/Superior.
Auxiliar de Limpeza	Ensino Médio.
Cozinheiras	Ensino Médio e Experiência na Área de Alimentos.
Ajudantes de Cozinha	Ensino Médio e Experiência na Área de Alimentos.
Gerente Administrativo	Ensino superior em Gestão.
Gerente de Produção	Ensino Superior em Gestão.
Gestor de Qualidade	Ensino Superior e Experiência na Área de Alimentos.
Gerente de Unidade	Ensino Superior em Gestão.
Nutricionista	Ensino Superior em Nutrição.
Operador de Máquina	Técnico em Mecânica.
Vendedor	Ensino Superior Publicidade e Propaganda.

Fonte: Adaptado de “*Como elaborar um plano de negócios*” SEBRAE (2014, p. 65).

2.1.4 Plano financeiro

Os investimentos necessários para uma indústria de pequeno e médio porte são aproximadamente:

Reformas e adaptações R\$ 10.000,00;

Móveis e Equipamentos de escritório R\$ 7.000,00;

Impressora Fiscal R\$ 1.000,00;

Balcão de recepção R\$ 2.000,00;

Expositores R\$ 5.000,00;

Equipamentos para cozinha R\$ 20.000,00;

Insumos para início da produção R\$ 10.000,00;

Mesas e cadeiras R\$ 5.000,00;

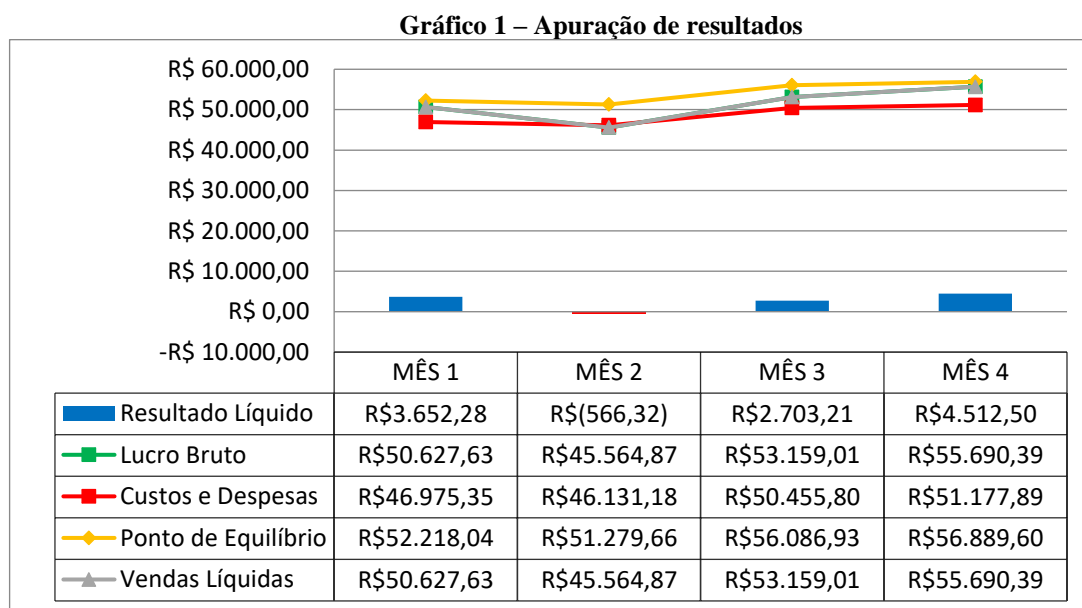


Móveis e utensílios para cozinha R\$ 10.000,00;
 Decoração R\$ 2.000,00;
 Administração e Vendas R\$ 10.000,00;
 Veículo Utilitário Seminovo R\$ 35.000,00;
 Computador e impressora R\$ 3.000,00;
 Mesas, cadeiras, arquivos, prateleiras R\$ 3.000,00;
 Capital de Giro R\$ 27.000,00;
 Total geral R\$ 150.000,00.

Valores para serem utilizados como referência para o investimento, podendo variar de acordo com as marcas dos equipamentos utilizados, mão de obra e tamanho da equipe. Pesquisa realizada por meio da internet, não foi levantada qualquer tipo de negociação com os fornecedores, sendo assim, considerar como aspecto especulativo para a viabilidade do plano de negócio

2.1.4.1 Ponto de Equilíbrio

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae (2013) o ponto de equilíbrio (Gráfico 1) representa o quanto sua empresa precisa faturar para pagar todos os seus custos em um determinado período.



Fonte: Adaptado de “Apuração de resultados Caderno de Gestão” SEBRAEMG, 2013.



Os valores do gráfico acima correspondem a apuração mensal de resultados baseados em possíveis situações mercadológicas, onde foram determinadas algumas situações em que as atividades da indústria se estabelecem no mercado a partir do seu quarto mês de atividade.

3 METODOLOGIA

Primeiramente, foi realizada a pesquisa bibliográfica, a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos e páginas de *web sites*.

Para Gil (2007, p. 44), os exemplos mais característicos desse tipo de pesquisa são sobre investigações sobre ideologias ou aquelas que se propõem à análise das diversas posições acerca de um problema.

Posteriormente foi realizado em estudo de caso na empresa King Jelly Alimentos Ltda, ramo alimentício, no segmento de Geleia de Goiaba e derivados.

De acordo com Yin (2005), geralmente, os estudos de caso representam a estratégia favorita quando se colocam questões do tipo “como” e “por que”. Isso ocorre quando o pesquisador tem pouco controle sobre os acontecimentos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O sucesso de qualquer Plano de negócio depende dos resultados projetados sob diversos pontos de vista de sustentabilidade, como social, ambiental e econômico. Assim, esta pesquisa utilizou dos dados levantados e suas estimativas para analisar a viabilidade econômica da empresa.

4.1 Lucratividade, Rentabilidade e Prazo de Retorno do Investimento

A lucratividade de acordo com Sebrae (2013) é um índice em porcentagem que demonstra o lucro líquido em relação às vendas. Sendo um dos principais indicadores econômicos, pois se relaciona à sua competitividade, podendo ser calculado da seguinte forma:

$$\text{Lucratividade} = \text{Lucro líquido} / \text{Receita Total} \times 100$$



Com a ferramenta de apuração de resultados disponibilizada pelo Sebrae pôde se alcançar valores referenciais como:

Receita Total: R\$ 61.905,72 (Valor referente a vendas líquidas do Gráfico 1, porém descontados impostos e comissões).

Lucro Líquido: R\$ 4.512,50 (Quarto mês de atividade segundo Gráfico 1).

Lucratividade = R\$ 4.512,50/R\$ 61.905,72 x 100, totalizando 7,30% ao mês.

Ainda de acordo com Sebrae (2013) a rentabilidade é outro índice de atratividade dos negócios, pois afere o retorno do capital investido. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo (mês ou ano), é calculada através da divisão do lucro líquido pelo investimento total. A rentabilidade deve ser comparada com índices praticados no mercado financeiro.

$\text{Rentabilidade} = \text{Lucro líquido (ano)} / \text{Investimento Total} \times 100$

Lucro Líquido (ano) de R\$ 54.150,00 (R\$ 4.512,50 x 12)

Investimento Total de R\$ 150.000,00

$\text{R\$ } 4.512,50 / \text{R\$ } 150.000,00 \times 100$, totalizando 36,10% ao ano. Isso significa que, a cada ano, o empresário recupera 36,10% do valor investido.

Assim como a rentabilidade, o retorno do investimento também é um indicador de atratividade. Indica o tempo necessário para recuperar o que foi investido no negócio (SEBRAE, 2013).

$\text{Prazo de retorno do investimento} = \text{Investimento total} / \text{Lucro líquido (ano)}$

Sendo assim R\$ 150.000,00/R\$ 54.150,00 é igual a 2,77. Significando que 2,77 anos após o início das atividades, pode-se recuperar, sob a forma de lucro tudo o que foi gasto com a montagem do negócio.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Devido aos riscos intrínsecos aos negócios, recomenda-se a realização de ações de pesquisa de mercado para avaliar a demanda e a concorrência e a elaboração de um plano de negócio a fim de seguir os passos para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Uma vez que se for para cometer erros que sejam no papel.



A partir das pesquisas realizadas foi possível concluir que a geleia de fruta é um produto importante nas indústrias de conservas, embora no país, o consumo não seja tão elevado. A goiaba é uma boa escolha para a fabricação da geleia, devido ao seu valor nutritivo e consumo *in natura*.

Com relação ao mercado e com base no plano de negócio elaborado vale a pena abrir e manter a indústria, onde os dados dos estudos apresentados confirmam a longevidade da empresa. Portanto concluímos como viável o investimento.

REFERÊNCIAS

AGROLINK. **Cotações**. 2019. Disponível em:

<<https://www.agrolink.com.br/cotacoes/ceasa/ceagesp/frutas/goiaba/goiaba-1kg>> Acesso em 28 de Set. 2019.

DORNELAS, Jose. **Artigos de PN Como fazer – Análise de Mercado**. 2014. Disponível em: <<http://www.josedornelas.com.br/wp-content/uploads/2014/02/Artigos-de-PN-Como-Fazer-An%C3%A1lise-de-Mercado.pdf>> Acesso em 28 de Set. 2019.

FORMIGA, Fabio de Oliveira Nobre. **Como montar uma fábrica de doces e geleias**.

Sebrae, 2014. 85p. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-fabrica-de-doces-e-geleias,be587a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>_Acesso em 28 de Set. 2019.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2007.

EMPREGO E RENDA. **Como montar uma pequena fábrica de doces e geleias. CURSOS**, 2012. Disponível em: < <http://www.empregoerenda.com.br/ideias-de-negocios/cursos/848-como-montar-uma-pequena-fabrica-de-doces-e-geleias>> Acesso em 28 de Set. 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS [SEBRAE].

Taxa de Sobrevivência das empresas no Brasil. 2013. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasildestaque15,01e9f925817b3410VgnVCM2000003c74010aRCRD> Acesso em 28 de Set. 2019.

_____. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília, 2013. 164p. Disponível em:

<[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf)> Acesso em 28 de Set. 2019.

_____. **Apuração Mensal de Resultados – MEI – MPE – Ferramenta – Caderno de Gestão**. Minas Gerais, 2013. Disponível em:

<<https://atendimento.sebraemg.com.br/biblioteca-digital/content/apuracao-mensal-de-resultados-mei-mpe-ferramenta-caderno-de-gestao>> Acesso em 28 de Set. 2019.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.