

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

JANICE MEZARI DE FARIAS

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA - FINANCEIRA PARA A ABERTURA DE
UMA SORVETERIA NO SUL DE SANTA CATARINA**

CRICIÚMA

2021

JANICE MEZARI DE FARIAS

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA - FINANCEIRA PARA A ABERTURA DE
UMA SORVETERIA NO SUL DE SANTA CATARINA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de bacharela no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Me. Sérgio Mendonça da Silva

CRICIÚMA

2021

JANICE MEZARI DE FARIAS

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA - FINANCEIRA PARA A ABERTURA DE
UMA SORVETERIA NO SUL DE SANTA CATARINA**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de bacharela, no Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Contabilidade Gerencial.

Criciúma, 25 de junho de 2021.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Sérgio Mendonça da Silva - Mestre - (UNESC) - Orientador

Prof. Ana Paula Silva dos Santos - Mestra - (UNESC)

Prof. Sérgio Bruchchen - Mestre - (UNESC)

Dedico este trabalho a Deus por não me deixar desistir ao longo desses anos e a mim mesma por toda força de vontade de realizar os meus sonhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me permitir chegar nessa etapa que todos almejam ao longo da vida acadêmica, por me dar saúde e me instruir com força de vontade, dedicação e sabedoria para poder concluir esse trabalho.

Segundamente, agradeço ao meu noivo Filipe Eleutério Possamai, por todo companheirismo, apoio, ajuda, incentivo, carinho e amizade, estando sempre ao meu lado me auxiliando nessa jornada de muito empenho.

Aos meus pais, Auzenir de Farias e Luciana Mezari de Farias pelo suporte e apoio fornecido para que pudesse concluir com maior tranquilidade essa etapa e principalmente pela ótima educação e valores ensinados no decorrer da vida.

Aos meus sogros, Dovelio Soares Possamai e Mirian Cristiane Eleutério Possamai, os quais foram muito importantes para a possível elaboração e coleta de informações para o desenvolvimento desse artigo, que me deram muito amparo e estímulo para concluir o mesmo.

Ao meu padrinho Anderson de Farias Machado por ter me dado uma calculadora HP12c como incentivo para iniciar o curso e por todo apoio e companheirismo.

Ao meu professor orientador Mestre Sérgio Mendonça da Silva, por toda dedicação, explicação, empenho, orientação e paciência, principalmente pela imensurável relação de parceria e amizade que tenho profundo carinho para poder executar esse trabalho da melhor forma possível.

E a Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, por ser a melhor universidade de ensino renomada no qual me orgulho de fazer parte.

**“Só se pode alcançar um grande êxito
quando nos mantemos fiéis a nós mesmos.”**

Friedrich Nietzsche

ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA - FINANCEIRA PARA A ABERTURA DE UMA SORVETERIA NO SUL DE SANTA CATARINA

Janice Mezari de Farias¹

Sérgio Mendonça da Silva²

RESUMO: O empreendedorismo trata-se de uma área na qual envolve oportunidades, relacionado a um processo de geração de valor levando em consideração riscos financeiros, sociais e psicológicos para gerir um negócio. Com base nesse contexto, esse trabalho se propõe a realizar um estudo para saber qual é a viabilidade econômica e financeira para a abertura de uma sorveteria no município de Criciúma/SC. Em relação aos procedimentos metodológicos a pesquisa se caracteriza com abordagem qualitativa e quantitativa. No que se refere aos objetivos está caracterizado como descritivo e no que tange aos procedimentos é destacado como documental e bibliográfico. De acordo com os resultados encontrados nesse estudo, percebe-se que há viabilidade na abertura da sorveteria. Analisando a projeção dos cinco anos percebe-se um prejuízo de aproximadamente 3,47% no Ano 1, que pode ter acontecido por conta dos investimentos e do baixo faturamento nos primeiros meses do ano. Já nos próximos anos da projeção dos indicadores são positivos e os números relacionados às receitas são crescentes.

PALAVRAS – CHAVE: Empreendedorismo. Indicadores financeiros. Sorveteria. Viabilidade.

AREA TEMÁTICA: Tema 06 – Contabilidade Gerencial

1 INTRODUÇÃO

O consumo de alimentos no Brasil vem mudando nos últimos anos, pois a população brasileira consome mais alimentos e aderiu com maior ênfase fazer refeições fora de casa, ou seja, comprar alimentos prontos e diversificar o cardápio intensificando o lazer. Entre as opções de lanches e refeições o sorvete é um dos mais procurados, devida à variedade de tipos e sabores (ABIS, 2019).

Pesquisa realizada pela Associação Brasileira das Indústrias e Setor de Sorvetes (ABIS), afirma que o consumo de alimentos destinado ao ramo de sorvetes tem obtido crescimento nos últimos anos, tendo como base o consumo per capita em milhões de litros por ano no Brasil passando de 5,27L em 2018 para 5,29L em 2019 com ascensão de crescimento (ABIS, 2019).

De acordo com Sebrae (2017), o empreendedorismo no ramo de sorvetes está crescendo devido à alta de consumo, pois se refere a um produto rico em nutrientes e com baixas calorias. Assim como os benefícios nutritivos do produto

¹Acadêmico do curso de Ciências Contábeis da UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil.

²Mestre, UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil.



comercializado, também se destaca as oportunidades para a evolução do negócio, sendo elas: a demanda de compra, o clima influenciando as vendas maiores no verão, porém no inverno também com vendas consideráveis de acordo com a sazonalidade, a segmentação do produto em diversas linhas (diet, light, intolerantes...) e também o marketing e publicidade promovendo o produto de maneira com que desperte nos consumidores a vontade de comprar. Sendo assim, pelos dados destacados pela ABIS e Sebrae, presume-se que empreender no ramo de sorveteria pode ser uma boa opção.

De acordo com Dornelas (2019), o empreendedorismo aborda a transformação de pessoas com ideias de um projeto para empreender algo novo que se desenvolve com os estudos. Assim, estuda as lacunas de oportunidades existentes no mercado, dando início à implantação no mundo dos negócios e tomando ciência de todas as possibilidades que possam ocorrer relacionados a custos, despesas, investimentos e principalmente resultados.

Segundo Dornelas (2019), para empreender um negócio, tem-se a necessidade de estudo para planejar e entender as estratégias para sobrevivência do mesmo e que não ocorra à extinção, assim a falta de informação não acontece com frequência e as possibilidades de obter sucesso são maiores, pois se torna visível se existe ou não potencialidades.

Diante disso, analisando o contexto acima, percebe-se que o ramo da gastronomia vem se destacando bastante na região do sul de Santa Catarina com restaurantes de comidas típicas da colonização da região, pizzarias, pubs, franquias de fast food e entre outros. Em função disso, surgem oportunidades e possibilidades de empreender em negócios voltados para a gastronomia e o ramo da sorveteria pode ser um desses empreendimentos, devido ao histórico, sendo bem aceito na sociedade.

Diante desse contexto surge a seguinte questão de pesquisa: qual é a viabilidade econômica e financeira para a abertura de uma sorveteria no município de Criciúma/SC?

Dessa forma, esse estudo terá como objetivo geral desenvolver um estudo de viabilidade econômica e financeira para a abertura de uma sorveteria no município de Criciúma/SC.

Para contemplar o objetivo geral, sugerem-se os seguintes objetivos específicos: calcular a previsão de vendas projetada em um ano para a sorveteria; realizar um estudo de investimento inicial para abertura do negócio; calcular e demonstrar a mensuração de custos e despesas iniciais e realizar análise através de cálculos referente aos resultados dos indicadores econômicos e financeiros.

Do ponto de vista teórico, esse estudo se justificará, pois apresentará fundamentos e dados estatísticos, econômicos e financeiros relacionados ao ramo de sorveteria com base em busca de autores através de pesquisa bibliográfica. Do ponto de vista prático o estudo contribuirá com o resultado de cálculos de viabilidade econômica e financeira para a abertura de um negócio e também como modelo para pesquisa de outros trabalhos. E do ponto de vista social, o empreendimento contribuirá com a geração de empregos diretos e indiretos, o que consequentemente ajudará no desenvolvimento socioeconômico da região.

A estrutura desse estudo se inicia com a introdução que explica o que será abordado no artigo, logo após, a fundamentação teórica sendo a segunda seção, a terceira tratando dos procedimentos metodológicos e as últimas seções sendo apresentadas as análises dos resultados obtidos e considerações finais.



2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo se destaca como uma área de obter capacidade de visualizar oportunidades e problemas a serem resolvidos, desenvolver habilidades e soluções, promover ascensão à inovação para colaborar com a sociedade, assim, podendo ser um projeto a ser criado, um negócio a ser desenvolvido ou um movimento que gere mudanças positivas (TAJRA, 2019).

Assim o empreendedorismo se trata de um processo de geração de valor, um fenômeno que desenvolve riscos financeiros, sociais e psicológicos, uma junção de questões relacionadas à conquista de algo novo ou modificação de algo que já existe (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Contudo, esse segmento cresce cada vez mais sendo uma grande oportunidade para abranger o projeto de um novo negócio, principalmente no ramo alimentício que conquista espaço no orçamento da sociedade.

2.1.1 Empreendedor

O nome dado como “empreendedor” tem origem da palavra francês *entrepreneur* que define como antigamente aventureiros ou pioneiros. Sendo assim, empreendedor é aquele que busca oportunidades, analisa as possibilidades, busca informações e planeja o que fazer para obter retorno principalmente financeiramente (JÚNIOR; PISA, 2019).

Nesse contexto o empreendedor não é só aquele que abre uma empresa ou cria algo diferente, mas sim aquele que põe seus objetivos e sonhos em práticas de acordo com seu projeto. Sendo assim, existem dois tipos de empreendedor, aquele por necessidade, que quando afastado da empresa, encontra a única saída em montar o próprio negócio, pois obtém dificuldades de encontrar um novo emprego e aquele que abre o próprio negócio por oportunidade e vontade, que se afasta dos empregos contratados para gerir o próprio negócio (AZZOLINI, 2007).

2.1.2 O perfil empreendedor

Considera como características do perfil empreendedor que para empreender, algumas das necessidades relevantes que ajudam no processo é a idade empreendedora, ou seja, a experiência existente com a vivência no mercado profissional. Outra, destaca-se em meio ao foco no objetivo, que procura identificar as oportunidades e colocar em prática seus planejamentos (VELHO, 2017).

O empreendedor tem a característica de identificar as necessidades existentes em seu negócio e no mercado de atuação e inovar processos existentes em algo diferente. Agrega valor, criar novos produtos, enxergar e assumir os riscos e ainda assim, procurar métodos para tornar seu negócio cada vez mais lucrativo (FRASSETTO, 2015).

Com isso, o perfil empreendedor está em constante mudança pois de acordo com as necessidades se molda e aperfeiçoa para melhor gestão do seu negócio.



2.2 MERCADO DO SORVETE

A história do sorvete deu início com os chineses há muitos anos atrás, na qual existe a mais de 3.000 anos, onde a elaboração do produto tratava-se de uma mistura da neve com frutas. Ao longo dos anos foram passados aos árabes que iniciaram a fabricação de caldas chamadas de *sharbet*, que se tornaram os sorvetes franceses sem leite (ABIS, 2015).

Com isso, a evolução do sorvete foi dando continuidade e em 1292, foi inserida uma técnica trazida por Marco Polo do Oriente da Itália para o preparo do sorvete. O consumo e fabricação do sorvete se espalharam por diversos lugares como Itália, França e Estados Unidos. Em 1834 ficou conhecido no Brasil, quando dois comerciantes compraram 217 toneladas de gelo para fabricação do sorvete. Esse que deveria ser consumido na hora da fabricação, pois não sabiam como conservá-lo, assim, um anúncio chamava a todos para a hora e local para consumo (ABIS, 2015).

2.2.1 O sorvete

O sorvete refere-se de uma mistura de leite, gorduras, açúcar, emulsificantes, estabilizantes e aromatizantes que podem ser incrementados de outros ingredientes e principalmente corante para diversificar os tipos de sorvetes. Essa mistura de ingredientes passa por um processo chamado de pasteurização, ou seja, um tratamento térmico para diminuição de microbiana, para homogeneizar as partículas de gordura antes de serem congelados e trazer melhor firmeza da textura. No processo de congelamento, a calda é agitada ganhando o ar com o intuito de atingir maciez e leveza ao produto (KATSUMIITO, 2015).

O produto sorvete obtém uma alta de consumo, pois se refere a um produto rico em nutrientes e com baixas calorias. Assim como os benefícios nutritivos do produto comercializado e também considerado pelos brasileiros como uma opção de sobremesa (SEBRAE, 2017).

2.2.2 Consumo de sorvetes

O consumo de sorvetes no Brasil tem nível elevado relacionado a outros países pois analisa-se as oportunidades para a evolução do negócio, sendo elas a segmentação do produto em diversas linhas (diet, light, intolerantes...) assim abrangendo a todos os gostos e tipos. Também se destaca o marketing e publicidade promovendo o produto de maneira com que desperte nos consumidores a vontade de comprar, sendo elas pela embalagem, publicidade, preço ou principalmente pelo sabor (SEBRAE, 2017).

No Brasil, o consumo de sorvetes durante as estações mais quentes, principalmente no verão, considera-se alto, pois as maiores vendas se dão devido à temperatura para refrescar-se. Também se tem o grande consumo em praias, utilizado também como sobremesa pelas famílias brasileiras e por ser um alimento que possui diversidade de tipos de sabores e classificações (KATSUMIITO, 2015).

2.2.3 Sazonalidade de sorvetes

A sazonalidade do clima gera a demanda de compra, ou seja, influencia as vendas maiores e consumo no verão, com uma considerável queda no inverno, porém



nas estações mais frias se mantém vendas consideráveis. Também se destaca em regiões com clima tropical, próximos as praias o consumo desse produto, levando em conta que a percepção de consumo apenas no verão está se esvaindo, pois nos países do exterior o consumo é constante em todas as estações do ano (KATSUNAMIITO, 2015).

As maiores vendas acontecem no verão devido ao clima quente e maior consumo, porém, a cultura de consumir apenas no verão está se desfazendo no Brasil, pois no inverno também tem demanda de compra e venda, além de consumir o sorvete propriamente dito, se utiliza esse produto para acompanhar diversas receitas como bolos, brownies, pizzas e até mesmo cafés (FINAMAC, 2018).

2.3 PLANO FINANCEIRO

De acordo com Lucion (2005) um plano financeiro trata de uma preparação para qualquer empreendimento que segue métodos e orientações. O plano refere a um processo que segue ações para tomadas de decisões, controlar e coordenar e o financeiro relacionado às finanças, gestão de números, capital envolvido, recursos líquidos e dinheiro. Com base nisso, o planejamento financeiro aborda esses conceitos para a elaboração de um plano empresarial com o intuito de atingir seus objetivos de curto a longo prazo.

2.3.1 Investimento

De acordo com Soldera (2018) para início de um negócio há necessidade de um total de investimentos, que se trata da soma dos recursos necessários para viabilizar o funcionamento e crescimento do empreendimento, podendo ser desmembrado em diversos tipos de investimentos.

Os investimentos são gastos que ajudam para a elaboração da receita do negócio, são aquisições que contribuem com a finalidade de gerar receitas e benefícios a curto, médio e longo prazo. Alguns exemplos de investimentos são as compras de máquinas e equipamentos, ações de marketing, compra de móveis etc. (SOLDERA, 2018).

2.3.2 Receitas

Segundo o que Padoveze (2017) explica, as receitas são as entradas de recursos que aumentam o ativo e patrimônio líquido e diminuem o passivo, abrangem os ganhos e são designadas de acordo com a principal atividade da empresa, ou seja, resultado das vendas. Com isso, não propriamente dito só as receitas referente a vendas, mas sim, também com os honorários, dividendos, aluguéis, juros e demais especificações.

As receitas abrangem o direito de receber da empresa referente aos seus fluxos monetários diretamente ligados ao objetivo e atividades da empresa, ou seja, são recursos relacionados principalmente às vendas e prestações de serviços (PADOVEZE, 2017).

2.3.3 Custos e Despesas



Os custos de uma empresa de acordo com Da Silva (2014) são classificados como algo necessário para a transformação das etapas da criação do produto ou serviço. Está relacionado ao processo de produção, ou seja, os gastos efetuados para a fabricação do produto, bens ou serviços. São diversas classificações de custos, sendo elas, diretos, indiretos, fixos e variáveis.

Custos diretos são aqueles destinados diretamente ao produto vendido, ou seja, usados na principal atividade da empresa ou na produção, como por exemplo, matéria prima, mão de obra direta dos operários, embalagem e entre outros (DA SILVA, 2014).

Já os custos indiretos são aqueles que não são identificados facilmente no produto vendido, sendo necessário o rateio dos custos para detectar quais são eles, ou seja, os materiais de escritório, gastos com manutenção, depreciação e diversos outros (DA SILVA, 2014).

No que tange os custos fixos, são aqueles que independente do desempenho do negócio, se teve boa lucratividade ou não, com alta ou baixa produção, serão os mesmos mensalmente. Pode-se citar como exemplos aluguel, energia, telefone, material de limpeza, salários de funcionários administrativos e entre outros (FRASSETTO, 2015).

E os custos variáveis são aqueles que alteram com a produção da empresa, quanto mais a empresa produz maior é o custo variável, pois varia de acordo com a demanda do negócio. Exemplos desse custo são as matérias primas, embalagens de produtos, tributos, comissões, mão de obra e entre outros (FRASSETTO, 2015).

As despesas ao contrário dos custos, não estão ligadas diretamente ao processo produtivo, são classificadas como um esforço para gerar receita, ou seja, são bens ou serviços consumidos direta ou indiretamente que ajudam na valoração da receita. Pode-se citar como exemplo de despesa a comissão de vendedores, aluguel de escritório, gastos com telefone, internet e ademais, podendo elas serem fixas ou variáveis (GALLINA, 2016).

2.3.4 Demonstrativos de Resultado

No demonstrativo do resultado é demonstrada a classificação das receitas e despesas da empresa de forma resumida em determinado período. Assim, trata-se dos valores acumulados que indica o resultado das atividades da empresa entre as datas destinadas (BENINI, 2014).

De acordo com Iudícibus e Marion (2019), para demonstrar de forma clara a estrutura do Demonstrativo do Resultado do Exercício – DRE, que se trata de um relatório contábil que abrange as transações financeiras da empresa, tem-se o seguinte modelo:



Quadro 1 – Demonstrativo do Resultado

RECEITA OPERACIONAL	\$\$\$\$
(-) Deduções de Vendas	(\$\$\$\$)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	\$\$\$\$
(-) Custo das Vendas	(\$\$\$\$)
LUCRO BRUTO	\$\$\$\$
Despesas e Receitas Operacionais	\$\$\$\$
(-) Despesas Operacionais	(\$\$\$\$)
(-) Outras Despesas Operacionais	(\$\$\$\$)
(-) Despesas com Equivalência Patrimonial	(\$\$\$\$)
(+) Receita com Equivalência Patrimonial	\$\$\$\$
(+) Outras Receitas Operacionais	\$\$\$\$
(=) RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO	\$\$\$\$
(-) Despesas Financeiras	(\$\$\$\$)
(+) Receitas Financeiras	\$\$\$\$
(=) RESULTADO ANTES DOS TRIBUTOS SOBRE O LUCRO	\$\$\$\$
(-) Contribuição Social	(\$\$\$\$)
(-) Imposto de Renda	(\$\$\$\$)
(=) RESULTADO LÍQUIDO DAS OPERAÇÕES CONTINUADAS	\$\$\$\$

Fonte: Adaptado Iudícibus e Marion (2019).

2.3.5 Indicadores de Viabilidade

De acordo com Soldera (2018) as análises dos indicadores de viabilidade econômica financeira, garantem uma redução de riscos e melhor visualização sobre o retorno do investimento, pois para os gestores e dirigentes do negócio facilita a percepção do mercado e assegura sobre a inserção no empreendimento.

Os indicadores de viabilidade podem adotar a análise com relação a vários elementos como o balanço patrimonial, demonstração de resultado, percentuais, índices e números que entregam a situação da empresa, se estão favoráveis ou não em relação aos lucros (SOLDERA, 2018).

2.3.5.1 Taxa Interna de Retorno – TIR

De acordo com Silva (2018) a Taxa Interna de Retorno – TIR, é um método essencial para verificar se tal projeto de investimento terá resultado positivo ou negativo, facilitando a tomada de decisão para investir ou não, tratando-se de um indicador de viabilidade econômica financeira, dentre vários outros métodos, porém



esse é um dos mais utilizados, pois permite de forma intuitiva a condução da escolha para o investimento.

Essa taxa vem da tradução de *internal rate of return* (IRR), que iguala a zero as saídas e entradas do fluxo de caixa, transformando o valor presente líquido (VPL) em zero. Outro elemento para análise é a taxa mínima de atratividade (TMA), que envolve custo, grau de liquidez e risco envolvido. Relacionado à TIR, a TMA é a taxa que possibilita maior visualização para verificar se o projeto de investimento valerá a pena (SILVA, 2018).

Essas duas taxas de verificação trabalham juntas, pois quando a comparação da TIR for maior que a TMA, significa que o projeto pode ser viável, pois a TMA é a taxa que tem como função descontar o VPL, e a TIR é a taxa que transforma o VPL em zero, ou seja, se a TIR for menor que a taxa TMA, o projeto de investimento se torna inviável, pois seu VPL será zero (SILVA, 2018).

Com isso, destaca a importância do fluxo de caixa em relação aos indicadores de viabilidade de investimentos, pois ele é uma ferramenta essencial para qualquer projeto de investimento que visa quantificar o ganho de capital de uma empresa, ou seja, o quanto de dinheiro em montante no caixa da empresa se tem (SILVA, 2018).

2.3.5.2 Valor Presente Líquido – VPL

O valor presente líquido tem como finalidade considerar o valor real no momento, ou seja, é a soma dos valores presentes no fluxo de caixa que ocorrem durante todo o período de fluxo do negócio (URTADO, 2009).

Com base no que Possetti (2019) explana, essa ferramenta de análise busca a projeção de valores futuros considerando as riquezas da empresa. Esse método consiste em trazer o fluxo de caixa da empresa para data zero e somar ao valor do investimento inicial para análise de projeto, ou seja, é possível verificar os valores necessários, descontando as taxas de juros e obter realmente o valor do dinheiro no futuro.

Assim, essa métrica calcula o valor de pagamentos futuros, descontando taxas e trazendo ao mais verdadeiro possível, a situação do dinheiro, que sofre constante mudança, somando ao montante de início do investimento e averiguando sua viabilidade (POSSETTI, 2019).

2.3.5.3 Período de Retorno de Investimento – Payback

Um indicador que utiliza o fluxo de caixa para sua eficiência é o Payback, que é um método utilizado que demonstra o tempo necessário para mensurar o retorno de investimento de um projeto, em outros termos, isso significa o quanto de tempo que a empresa leva para obter seu investimento inicial. Com isso, no fluxo de caixa é possível obter informações para calcular a viabilidade de uma determinada atividade, pois ele demonstra as entradas e saídas dos recursos financeiros (SOLDERA, 2018).

O Payback se destaca como um dos principais indicadores de viabilidade econômica financeira, que são utilizados pelos investidores, pois seu objetivo é quanto menor o tempo de retorno do investimento, menor será o risco do negócio. Assim, possui dois modelos de análise do payback, o simples e o descontado. O simples não leva em consideração a diferença do valor do dinheiro do fluxo de caixa e o descontado atualiza os valores a cada período de acordo com a taxa de atratividade.



Sendo assim, o descontado torna-se o mais eficiente, pois permite com mais precisão a avaliação do tempo de retorno (SOLDERA, 2018).

2.3.5.3 Ponto de equilíbrio

Como o próprio nome aponta, trata-se do ponto onde as despesas da empresa e as receitas, ficam em total equilíbrio, independentes se forem elas fixas ou variáveis, é o ponto onde não há lucro ou prejuízo, uma vez que esse ponto se iguala em ambos os lados, obtém-se o resultado zero, ou seja, saber em que momento o negócio começa a lucrar (DORNELAS, 2018).

O ponto de equilíbrio se adequa como um dos indicadores econômicos financeiros que representa o volume de vendas necessário para recuperar os custos do negócio, no qual, quanto menor for esse índice, melhor será devido ao rápido retorno para o investimento (DORNELAS, 2018).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Na presente seção será apresentada a metodologia utilizada para a realização do artigo, destacando a abordagem do problema, os objetivos e os procedimentos para fundamentar o contexto da explicação.

3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

Quanto à abordagem do problema, essa pesquisa caracteriza-se como qualitativa e quantitativa. A pesquisa qualitativa, segundo Martins (2004), privilegia uma análise intensiva dos resultados individuais e grupais, enquanto a pesquisa quantitativa, do ponto de vista de Patias e Hohendorff (2019), busca a generalização dos resultados obtidos para sua correta compreensão, baseada em números e gráficos.

Em relação aos objetivos, esse estudo é caracterizado como descritivo, pois busca analisar e descrever as características de uma população específica realiza-se o estudo, registra e analisa sem interferência do pesquisador, que apenas transcreve a estrutura, conceitos, métodos e processos do tema pesquisado. (MARKONI; LAKATOS, 2017)

Referente aos procedimentos, esse estudo se caracteriza como documental pois analisa documentos sobre o ramo do negócio que não foram tratados de maneira científica. Ainda quanto aos procedimentos a pesquisa também é caracterizada como bibliográfica, pois procurará explicar por meio de estudos teóricos e empíricos, um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos (BERTO, 1999)

3.2 PROCEDIMENTO DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Ao tocante do procedimento de coleta das informações para o presente artigo decorrem de pesquisa com base documental, ou seja, informações primárias com relação ao seguimento que foram interpretadas e analisadas com base no cálculo dos indicadores econômicos e financeiros.

A coleta das informações fora realizada de forma presencial em uma sorveteria na cidade de Criciúma/SC. Mediante contato com os donos do estabelecimento, foram fornecidos os dados para todo o estudo com base na conversa



informal e alguns documentos como notas fiscais e boletos disponibilizados pelos mesmos.

Diante disto, foram realizados cálculos e posteriormente elaborado uma média conforme fórmulas estudadas para chegar ao resultado de todos os dados demonstrados na próxima seção.

O presente estudo se adequa devido à sorveteria utilizada como referência ser da família e possuir uma sede, possibilitando a abertura de uma nova loja na localidade do bairro Pinheirinho conforme escolhido, onde inicialmente envolve uma sala pequena alugada.

Referente ao processo de compra e venda dos produtos dessa sorveteria destaca-se como disponibilização das notas fiscais que são emitidas pelo representante e distribuidor dos produtos, sendo assim, não utilizando a mão de obra direta de fábrica, mas sim, a compra dos produtos prontos para revender.

No que diz respeito à análise de dados foram interpretados através dos cálculos em fórmulas científicas no mundo dos negócios, de acordo com os indicadores de viabilidade econômica financeira e melhor interpretados por meio de planilhas, gráficos e estatísticas elaboradas pela autora deste artigo.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção serão apresentados os resultados obtidos na pesquisa que tem como objetivo geral desenvolver um estudo de viabilidade econômica e financeira para a abertura de uma sorveteria no município de Criciúma/SC. Para efeito de espaço, os quadros desenvolvidos com projeção para doze (12) meses serão apresentados como padrão em dois (2) meses para melhor visualização. E para que não haja prejuízo ao leitor serão demonstrados na íntegra na seção de Anexos os quadros completos. Para efeito de análise e entendimento serão considerados os meses numerados conforme calendário, como exemplo, mês 1 correlacionado ao mês de janeiro e mês 2 ao mês de fevereiro. Os dados dos quadros demonstrados nessa seção, no tocante à preço unitário e total são considerados como unidade de medida em reais (R\$).

4.1 PROJEÇÃO DE VENDAS E FATURAMENTO

Demonstra-se a seguir quadros sobre a base de previsão de vendas e demonstrativo de faturamento referente ao negócio.

Quadro 01 – Base de Previsão de Vendas (R\$)

Produto	Mês 1			Mês 2		
	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total
POTE DE SORVETE 2L NEVADO	288	12,50	3.600,00	416	12,50	5.200,00
POTE DE SORVETE 1,5L GOLDEN	32	13,50	432,00	32	13,50	432,00
POTE DE SORVETE 2L TRADICIONAL	730	14,50	10.585,00	1.440	14,50	20.880,00
POTE DE SORVETE 1,5L ZERO	72	15,90	1.144,80	96	15,90	1.526,40
PICOLÉ FRUTA	4.944	1,50	7.416,00	2.310	1,50	3.465,00
PICOLÉ CREME	2.070	2,00	4.140,00	6.660	2,00	13.320,00
PICOLÉ ESPECIAL	1.440	2,75	3.960,00	3.200	2,75	8.800,00
PICOLÉ SKIMO	1.210	3,00	3.630,00	850	3,00	2.550,00
PICOLÉ KIDS	228	3,50	798,00	432	3,50	1.512,00
PICOLÉ DIAMOND	432	3,90	1.684,80	534	3,90	2.082,60
PICOLÉ PALETA MEXICANA	1.220	5,00	6.100,00	180	5,00	900,00
PICOLÉ CORNETO	120	5,50	660,00	120	5,50	660,00
COPÃO	108	4,00	432,00	108	4,00	432,00
SUNDAE	224	3,50	784,00	224	3,50	784,00
CUPUAÇU 1KG	4	25,00	100,00	12	25,00	300,00
AÇAÍ 200G	48	8,00	384,00	24	8,00	192,00
AÇAÍ 220G	24	8,50	204,00	24	8,50	204,00
AÇAÍ 500G	24	15,00	360,00	15	15,00	225,00
AÇAÍ 1KG	18	29,00	522,00	48	29,00	1.392,00
Diversos (% s/vendas)	2%		714,77	2%		987,67
Total Vendas			47.651,37			65.844,67

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com os dados apresentados no Quadro 01 sobre a projeção de vendas, é possível visualizar a demonstração dos produtos que são comercializados por uma sorveteria com seus respectivos preços e projeção média de vendas que são calculados com base nos documentos fornecidos pela empresa, como exemplo, as notas fiscais dos últimos doze meses e diante de uma média utilizando fórmulas de cálculos financeiros. Através desta seção percebe-se que nos meses 2 e 3 destacam maior índice de vendas, conseqüentemente tendo uma queda nos próximos meses e posteriormente nos meses 10, 11 e 12 um aumento da projeção de vendas considerável devido a sazonalidade que o negócio se encontra. Para mais informações desse quadro, a versão completa mantém-se disponível no Apêndice 01.

Quadro 02 – Demonstrativo de Faturamento (R\$)

Mês	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	47.651,37	56.228,62	66.349,77	78.292,73	92.385,42
Fevereiro	65.844,67	77.696,71	91.682,12	108.184,90	127.658,18
Março	51.070,05	60.262,66	71.109,94	83.909,73	99.013,48
Abril	18.649,24	22.006,10	25.967,20	30.641,30	36.156,73
Maio	18.234,21	21.516,37	25.389,32	29.959,40	35.352,09
Junho	16.022,44	18.906,48	22.309,64	26.325,38	31.063,94
Julho	15.702,23	18.528,64	21.863,79	25.799,27	30.443,14
Agosto	21.014,47	24.797,07	29.260,54	34.527,44	40.742,38
Setembro	23.325,74	27.524,37	32.478,75	38.324,93	45.223,42
Outubro	37.708,83	44.496,42	52.505,78	61.956,82	73.109,05
Novembro	32.441,02	38.280,40	45.170,87	53.301,63	62.895,92
Dezembro	51.178,48	60.390,60	71.260,91	84.087,88	99.223,69
Total Faturamento	398.842,74	470.634,43	555.348,63	655.311,39	773.267,44

Fonte: Dados da pesquisa.



Em uma análise com os dados apresentados no Quadro 02, percebe-se que há uma tendência de crescimento no faturamento ao longo dos cinco (5) anos projetados. O Ano 1 se encerra com R\$ 398.842,74 e chega ao Ano 5 com uma previsão de R\$ 773.267,44 (aproximadamente 93% de crescimento) com base em uma Taxa Mínima de Atratividade definida pela pesquisadora de 10% a.a..

4.2 INVESTIMENTO PREVISTO PARA O NEGÓCIO

Nesta subseção tem-se o quadro sobre os investimentos iniciais previstos para o negócio com a análise logo abaixo.

Quadro 03 – Investimento Inicial (R\$)

Descrição	Quant.	Valor Unitário	Valor Total
Máquinas e Equipamentos (inclusive instalação)			16.000,00
Instalação	1	2.000,00	2.000,00
Freezer	8	1.500,00	12.000,00
Ar condicionado	1	2.000,00	2.000,00
Equipamentos de Informática e de Comunicação			1.200,00
Bandeiras e placas	1	1.200,00	1.200,00
Software			100,00
Localização Google	1	100,00	100,00
Móveis e Utensílios			2.110,00
Mesa caixa	1	700,00	700,00
Mesas consumo	10	60,00	600,00
Cortinas	4	90,00	360,00
Cestas	10	30,00	300,00
Utensílios diversos	1	150,00	150,00
Sub Total			19.410,00
Capital de Giro			12.800,00
Estoques Iniciais			8.000,00
Custos Fixos			2.800,00
Reserva de Capital			2.000,00
Total Investimentos			32.210,00

Fonte: Dados da pesquisa.

Já que a empreendedora desse negócio optou por alugar uma sala no bairro Pinheirinho da cidade de Criciúma (não construirá uma sala própria), logo, do total que será investido (Quadro 03), as máquinas e os equipamentos necessários para a operação da sorveteria se destacaram como a maior parte sendo dos investimentos (R\$19.410,00). Em segundo lugar aparece o capital de giro com o valor de R\$ 12.800,00 que serão utilizados para manter um estoque inicial de mercadorias. Inicialmente não será necessário a aquisição de um computador e software para gestão, pois devido ao negócio se enquadrar como Micro Empreendedor Individual – MEI, não possui a exigibilidade desse requisito, sendo feito a contabilidade das compras e vendas de forma manual.



4.3 CUSTOS E DESPESAS PREVISTAS DA SORVETERIA

Demonstrados a seguir os quadros que constam informações ao tocante dos custos e despesas previstas para a sorveteria, explanando sobre os custos de pessoal, custos fixos de forma mensal e anual e custos variáveis.

Quadro 04 – Custo de Pessoal (R\$)

Cargos	Setores	Mês 1			Mês 2		
		Qtde	Salário	Total	Qtde	Preço Unit	Total
Sócio	Direção	1	2.000,00	2.000,00	1	2.000,00	2.000,00
Vendedor	Comercial	1	1.400,00	1.400,00	1	1.400,00	1.400,00
			-	-		-	-
Total	-	2		3.400,00	2		3.400,00

Fonte: Dados da pesquisa.

No que se refere ao Quadro 04 observa-se as funções iniciais do sócio e de um vendedor para auxiliar nas vendas da sorveteria e seus respectivos salários destacados. O qual se mantém esse padrão com projeção nos 12 meses.

Quadro 05 – Despesas de Custos Fixos - Mensal (R\$)

Descrição	Mês 1	Mês 2
Salários	3.400,00	3.400,00
Encargos salariais	1.121,71	1.121,71
Depreciações	172,58	172,58
Água	50,00	50,00
Aluguel	1.500,00	1.500,00
Combustível	150,00	150,00
Energia Elétrica	2.000,00	2.000,00
Honorários contábeis	100,00	100,00
Internet	120,00	120,00
Material de escritório	30,00	10,00
Material de Limpeza/conservação	30,00	30,00
Seguros	100,00	100,00
Taxas e Impostos (Lixo, Iptu, Ipva, etc.)	350,00	
Total	9.124,30	8.754,30

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme os dados apresentados no Quadro 05, depara-se com os custos fixos existentes para uma sorveteria. É possível observar no primeiro mês um valor um pouco maior devido ao pagamento das taxas e impostos e o consumo de energia elétrica com relação à sazonalidade, considerando que nos demais meses os valores diminuem pelo mesmo motivo. Para acesso ao Quadro 05 completo mantém-se disponível no Apêndice 02.

Além da projeção dos custos fixos demonstrados por meses, fora calculado em uma linha de cinco (5) anos que segue no Quadro 06 a seguir:

Quadro 06 – Despesas de Custos Fixos – Anual (R\$)

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
Salários	40.800,00	42.432,00	44.341,44	46.558,51	49.119,23
Encargos salariais	13.460,57	13.999,00	14.628,95	15.360,40	16.205,22
Depreciações	2.071,00	2.071,00	2.071,00	2.743,19	2.071,00
Água	600,00	648,00	699,84	755,83	816,29
Aluguel	18.000,00	19.440,00	20.995,20	22.674,82	24.488,80
Combustível	1.800,00	1.944,00	2.099,52	2.267,48	2.448,88
Energia Elétrica	20.600,00	22.248,00	24.027,84	25.950,07	28.026,07
Honorários contábeis	1.200,00	1.296,00	1.399,68	1.511,65	1.632,59
Internet	1.440,00	1.555,20	1.679,62	1.813,99	1.959,10
Material de escritório	265,00	286,20	309,10	333,82	360,53
Material de Limpeza/conservação	360,00	388,80	419,90	453,50	489,78
Seguros	1.200,00	1.296,00	1.399,68	1.511,65	1.632,59
Taxas e Impostos (Lixo, Iptu, Ipvva, etc.)	350,00	378,00	408,24	440,90	476,17
Total	102.146,57	107.982,20	114.480,01	122.375,81	129.726,25

Fonte: Dados da pesquisa.

Considerando no decorrer dos anos um reajuste em todas as despesas de custos fixos, levando em conta maior elevação aos salários e encargos, analisa-se que se refere a um aumento razoável.

Com relação às despesas de custos variáveis foram calculados através do preço de compra/custo de cada produto comercializado com uma margem de percentual de lucro sobre os valores estabelecidos.

4.4 DEMONSTRATIVO DO RESULTADO

Neste momento demonstra-se abaixo o quadro de demonstrativo do resultado do exercício, considerando um dos mais importantes para verificação de análise do negócio.

Quadro 07 – Demonstração do Resultado do Exercício (R\$)

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
(+) Receita de Vendas	398.842,74	470.634,43	555.348,63	655.311,39	773.267,44
(-) Impostos	24.030,06	30.850,27	38.898,12	48.394,58	60.239,62
(-) Comissão	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Royalties	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Receita Líquida	374.812,68	439.784,16	516.450,51	606.916,80	713.027,82
(-) Custos Variáveis	286.386,53	315.025,18	346.527,70	381.180,47	419.298,52
(=) Margem de Contribuição	88.426,15	124.758,98	169.922,81	225.736,33	293.729,30
(-) Custos Fixos	102.146,57	107.982,20	114.480,01	122.375,81	129.726,25
(-) Despesas com Perdas Recebto Vendas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Despesas/Receitas Financeiras	99,93	2.888,42	0,00	0,00	0,00
(=) Lucro Antes do I. de Renda	-13.820,35	13.888,36	55.442,80	103.360,52	164.003,05
(-) Resultado Operacional Líquido	-13.820,35	13.888,36	55.442,80	103.360,52	164.003,05
(-) Imposto de Renda e CSSL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Resultado Líquido do Exercício	-13.820,35	13.888,36	55.442,80	103.360,52	164.003,05

Fonte: Dados da pesquisa.



Neste ponto é possível perceber no demonstrativo de resultado no Quadro 07 que no primeiro ano não houve lucro devido aos investimentos necessários para a abertura da sorveteria, considerando um prejuízo de R\$ 13.820,00, levando em consideração que não se trata de um valor expressivo, pois o investimento será pago no decorrer do segundo ano com um valor final de R\$ 13.888,36. Observa-se que nos seguintes anos de acordo com a projeção que os lucros aparecem de forma gradual, resultando no quinto ano um total de R\$ 164.003,00 de resultado líquido. Vale ressaltar no que diz respeito aos impostos, que foram calculados de forma geral não sendo desmembrados principalmente devido a sorveteria se enquadrar como Micro Empreendedor Individual – MEI.

4.5 ANÁLISES DE ÍNDICES DOS INDICADORES FINANCEIROS

Em último momento, destaca-se o quadro referente as análises de índices dos indicadores econômicos e financeiros que visam demonstrar os resultados para verificação da viabilidade do negócio.

Quadro 08 – Índices

Análises	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
a) Ponto de Equilíbrio - %	115,52%	86,55%	67,37%	54,21%	44,17%
- R\$	460.728	407.347	374.148	355.256	341.515
b) Lucratividade - Período	-3,47%	2,95%	9,98%	15,77%	21,21%
- Acumulada	-3,47%	0,01%	3,90%	7,64%	11,32%
c) Rentabilidade - Período	-42,91%	43,12%	172,13%	320,90%	509,17%
- Acumulada	-42,91%	0,21%	172,34%	493,24%	1002,40%
d) VPL - Valor Presente Líquido		169.268,52		163.946,02	
TMA-Taxa Mínima de Atratividade (Anual)	Fluxo de Caixa Total	10,00%	Fluxo de Caixa Operacional		
e) TIR - Taxa Interna de Retorno	Fluxo de Caixa Total	72,31%	Fluxo de Caixa Operacional	63,74%	
f) Período de Payback (1)		0,53		0,54	Anos
Período Médio de Payback (2)	Fluxo de Caixa Total	0,80	Fluxo de Caixa Operacional	0,82	Anos
Período Efetivo de Payback (3)		2,74		2,73	Anos

Fonte: Dados da pesquisa.

Pode-se perceber no Quadro 08, no que se refere ao ponto de equilíbrio, que o percentual destacado no primeiro ano de 115,52% é o volume de receita de vendas necessário para a recuperação das despesas e custos fixos de investimento, ou seja, quanto menor o índice, melhor será. Já no quinto ano reduzindo para 44,17%, sendo assim, nesse momento ela estará cobrindo com maior totalidade os custos e despesas do período.

No tocante ao índice de lucratividade quanto maior melhor, pois se trata do ponto positivo do retorno do investimento, considerando a informação do Quadro 08 no primeiro ano com um percentual de 3,47% negativo e evoluindo até o quinto ano para 21,21%.

Sobre a rentabilidade é possível observar a relação entre o resultado e o capital investido, considerando que quanto maior o índice, melhor. Ressaltando o índice no primeiro ano de 42,91% negativo, devido ao pagamento dos investimentos e evoluindo até o quinto ano para 509,17%, no qual se torna extremamente rentável.



Em relação ao Valor Presente Líquido, que afronta o investimento com relação ao valor atual de saldo em caixa, com base na Taxa Mínima de Atratividade definida pela pesquisadora de 10% a.a., que tem como base quanto maior o índice será melhor, considerando um total de R\$ 169.268,52 de fluxo de caixa total na projeção dos cinco anos.

Referente à Taxa Interna de Retorno que se trata da taxa de retorno efetiva do projeto, na qual o valor presente líquido é igual a zero e quanto maior o índice, será melhor, destaca-se o mesmo em 72,31%, considerando viável o investimento no negócio.

E sobre o índice Payback de maneira geral que define o tempo de retorno do investimento, pode-se perceber que quanto maior o índice, será pior, demonstrando os dois primeiros índices abaixo de 1 e referente ao terceiro índice que trata sobre o tempo efetivo para recuperação do investimento de 2,74, ou seja, no decorrer do segundo ano que o investimento se sustentará.

Conclui-se que o negócio é viável, pois apesar de alguns índices não favoráveis no primeiro ano, tem-se no segundo ano em diante conforme cálculo e análise retorno sobre os investimentos e rentabilidade.

Encontra-se no Apêndice 03 um resumo das explicações com as definições referentes aos índices calculados e analisados para melhor entendimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para empreender nos dias atuais requer estudo e coragem interligados com um perfil empreendedor, pois para que um negócio tenha êxito são necessários planejamentos e análises financeiras para moldar o negócio e torná-lo atrativo.

Esse estudo tem como objetivo geral fazer uma análise econômica e financeira para implantação de uma sorveteria na cidade de Criciúma/SC, e para atender e desenvolver esse objetivo, traçaram-se quatro (4) objetivos específicos: calcular a previsão de vendas projetada em um ano para a sorveteria; realizar um estudo de investimento inicial para abertura do negócio; calcular e demonstrar a mensuração de custos e despesas iniciais e realizar análise através de cálculos referente aos resultados dos indicadores econômicos e financeiros.

Percebe-se que o primeiro objetivo específico foi alcançado, pois na seção 4.1 deste estudo foram apresentados os dados que abrangeram os requisitos de cálculo da projeção de vendas e pode-se perceber ótimos números para contemplar esse objetivo.

Em relação ao segundo objetivo específico também alcançado conforme demonstrado na seção 4.2 que explana todos os investimentos iniciais para abertura do negócio.

No tocante do terceiro objetivo alcançado apresentado na seção 4.3 que aborda os gastos com pessoal, custos fixos e variáveis.

E por último, destacando o alcance do quarto objetivo que se encontra na seção 4.5 que aborda as análises econômicas financeiras com base nos indicadores destacados.

Diante desse contexto, conclui-se que de acordo com a análise dos indicadores econômicos financeiros estudados no presente trabalho, o estudo da viabilidade para abertura da sorveteria torna-se favorável, pois se demonstrou um negócio atrativo, que apesar do primeiro ano não apresentar índices favoráveis devido ao valor investido, nos anos subsequentes os índices seguem uma tendência de crescimento.



5.1 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

No decorrer da pesquisa do artigo não houve limitações, sendo assim, concluindo com êxito e sem maiores dificuldades no trabalho.

5.2 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Sugere-se para trabalhos futuros relacionados ao tema abordado a aplicação de uma pesquisa de mercado que envolva perguntas para contemplar sobre localização a ser instalado o negócio, público alvo, fluxo de pessoas, horário de atendimento e o que se procura em uma sorveteria a fim de concluir com maior ênfase.

REFERÊNCIAS



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS E SETOR DE SORVETES. **O setor de sorvetes**. 2019. Disponível em: <http://www.abis.com.br/mercado/>. Acesso em: 12 mar. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS E SETOR DE SORVETES. **Você conhece a história do sorvete?**. 2017. Disponível em: <http://www.abis.com.br/noticias/voce-conhece-a-historia-do-sorvete/>. Acesso em: 13 ago. 2020.

AZZOLINI, Tatiane. **Plano de negócio para a implantação de uma sorveteria no bairro Trindade em Florianópolis - SC** - Brasil. Florianópolis, out./2007. Disponível em: <http://tcc.bu.ufsc.br/Adm292301.PDF>. Acesso em: 16 set. 2020.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: conceitos e definições**. Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Rio Grande do Sul, v. 1, n. 1, p. 25-38, mai./2014.

BENINI, Giovani Ariotti. **Análise de alternativa de negócio durante período sazonal**. 2014. Disponível em: http://repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/5500/Giovani%20Ariotti%20Benini_.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 02 de fev. 2021.

BERTO, Rosa Maria Villares et al. **A produção científica nos anais do Encontro Nacional de Engenharia de Produção**: um levantamento de métodos e tipos de pesquisa. Production, v. 9, n. 2, p. 65-75, 1999. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/prod/v9n2/v9n2a05.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2020.

DA SILVA, Jandeson Dantas et al. **Gestão de custos como ferramenta de planejamento e controle**: um estudo no Jornal Gazeta do Oeste em Mossoró/RN. In: Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC. 2014. Disponível em: <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/3689>. Acesso em: 26 out. 2020.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018. p. 1-288.

FINAMAC. **Conheça a situação e perspectivas do mercado de sorvetes no Brasil**. Disponível em: <https://blog.finamac.com/conheca-a-situacao-e-perspectivas-do-mercado-de-sorvetes/>. Acesso em: 23 jan. 2021.

FRASSETTO, L. G. G. **Estudo de viabilidade econômica e financeira para abertura de uma franquia de produtos alimentícios no município de Criciúma/SC**. Criciúma, set./2015. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/3580/1/Luana%20Glenda%20Gon%c3%a7alves%20Frassetto.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2020.

GALLINA, D. A. *et al.* **Avaliação Econômica Comparativa De Investimentos Na Produção Industrial De Sorvetes Em Pequena Escala**. Informações Econômicas, São Paulo, v. 46, n. 6, p. 44-57, dez./2016. Disponível em:



<http://www.iea.sp.gov.br/ftpiea/publicacoes/IE/2016/tec4-1216.pdf>. Acesso em: 5 out. 2020.

HOHENDORFF, N. D. P. J. V. **Crítérios de qualidade para artigos de pesquisa qualitativa**. Psicologia em estudo. Disponível em: <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/PsicolEstud/article/view/43536/751375148997>. Acesso em: 26 nov. 2020

IUDÍCIBUS, Sergio De; MARION, José Carlos. **Contabilidade comercial**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2019. p. 1-468.

JÚNIOR, A. B. L; PISA, Beatriz Jackiu. **Administrando micro e pequenas empresas**: Empreendedorismo e gestão. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019. p. 2-348.

KATSUMIITO, Guilherme. **Análise de franqueabilidade de uma empresa no ramo de sorvetes do estado do Paraná**: um estudo introdutório. Medianeira, jun./2015. Disponível em: http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5472/1/MD_COENP_2015_2_06.pdf. Acesso em: 24 jul. 2020.

LUCION, C. E. R. **Planejamento financeiro**. Revista Eletrônica de Contabilidade, Rio Grande do Sul, v. 1, n. 3, p. 142-160, mai./2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/contabilidade/article/view/142/3955>. Acesso em: 24 abr. 2021.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARTINS, C. M. B. M. C. F. N. **Considerações sobre a metodologia qualitativa como recurso para o estudo das ações de humanização em saúde**. Saúde e sociedade. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/sausoc/v13n3/06.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2020

PADOVEZE, Clóvis Luíz. **Contabilidade Geral Facilitada**. 1. ed. São Paulo: Forense, 2017. p. 1-585.

POSSETTI, Luiz Fernando et al. **Análise de Viabilidade Econômica e Financeira no Ramo de Queijos para Inserção de Novos Produtos**. 2019. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/183510/possetti_If_me_jabo.pdf?sequence=3&isAllowed=y. Acesso em: 07 out. 2020.

SEBRAE. **Como se destacar no mercado de sorvetes**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-se-destacar-no-mercado-de-sorvetes,a49d99a5a995b510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 19 set. 2020.



SILVA, F. P. D; ALVES, Aline. **Análise de investimentos e fontes de financiamentos**. 1. ed. Porto Alegre: SAGAH, 2018. p. 2-109.

SOLDERA, Denis; KÜHN, Daniela Dias. Indicadores de viabilidade financeira: considerações sobre instrumentos de análise. **Gestão e planejamento de agroindústrias familiares**, Porto Alegre, dez./2018. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/185993/001083140.pdf?sequence=1>. Acesso em: 31 out. 2020.

TAJRA, Sanmya Feitosa. **Empreendedorismo: conceitos e práticas inovadoras**. 2. ed. São Paulo: Erica, 2019. p. 2-152.

URTADO, Edson Silva et al. **Aplicação do método do valor presente líquido (VPL) na análise da viabilidade econômica de projetos na indústria metal mecânica: um estudo de caso**. Encontro Latino Americano De Pós-Graduação, v. 9, p. 1-4, 2009. Disponível em: http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2009/anais/arquivos/0732_0960_01.pdf. Acesso em: 25 mai. 2021.

VELHO, Adriana Galli; GIACOMELLI, Giancarlo. **Empreendedorismo**. 3. ed. Porto Alegre: Sagah, 2017. p. 2-92.



Produto	Mês 1			Mês 2			Mês 3			Mês 4		
	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total
POTE DE SORVETE 2L NEVADO	288	12,50	3.600,00	416	12,50	5.200,00	382	12,50	4.775,00	64	12,50	800,00
POTE DE SORVETE 1,5L GOLDEN	32	13,50	432,00	32	13,50	432,00	32	13,50	432,00	32	13,50	432,00
POTE DE SORVETE 2L TRADICIONAL	730	14,50	10.585,00	1.440	14,50	20.880,00	1.240	14,50	17.980,00	420	14,50	6.090,00
POTE DE SORVETE 1,5L ZERO	72	15,90	1.144,80	96	15,90	1.526,40	96	15,90	1.526,40	24	15,90	381,60
PICOLÉ FRUTA	4.944	1,50	7.416,00	2.310	1,50	3.465,00	2.110	1,50	3.165,00	960	1,50	1.440,00
PICOLÉ CREME	2.070	2,00	4.140,00	6.660	2,00	13.320,00	3.120	2,00	6.240,00	540	2,00	1.080,00
PICOLÉ ESPECIAL	1.440	2,75	3.960,00	3.200	2,75	8.800,00	2.340	2,75	6.435,00	450	2,75	1.237,50
PICOLÉ SKIMO	1.210	3,00	3.630,00	850	3,00	2.550,00	870	3,00	2.610,00	456	3,00	1.368,00
PICOLÉ KIDS	228	3,50	798,00	432	3,50	1.512,00	352	3,50	1.232,00	144	3,50	504,00
PICOLÉ DIAMOND	432	3,90	1.684,80	534	3,90	2.082,60	534	3,90	2.082,60	576	3,90	2.246,40
PICOLÉ PALETA MEXICANA	1.220	5,00	6.100,00	180	5,00	900,00	180	5,00	900,00	180	5,00	900,00
PICOLÉ CORNETO	120	5,50	660,00	120	5,50	660,00	120	5,50	660,00	120	5,50	660,00
COPÃO	108	4,00	432,00	108	4,00	432,00	108	4,00	432,00	54	4,00	216,00
SUNDAE	224	3,50	784,00	224	3,50	784,00	112	3,50	392,00	112	3,50	392,00
CUPUAÇU 1KG	4	25,00	100,00	12	25,00	300,00	8	25,00	200,00	2	25,00	50,00
AÇAI 200G	48	8,00	384,00	24	8,00	192,00	24	8,00	192,00	24	8,00	192,00
AÇAI 220G	24	8,50	204,00	24	8,50	204,00	24	8,50	204,00	24	8,50	204,00
AÇAI 500G	24	15,00	360,00	15	15,00	225,00	10	15,00	150,00	4	15,00	60,00
AÇAI 1KG	18	29,00	522,00	48	29,00	1.392,00	24	29,00	696,00	4	29,00	116,00
Diversos (% s/vendas)	2%		714,77	2%		987,67	2%		766,05	2%		279,74
Total Vendas			47.651,37			65.844,67			51.070,05			18.649,24
Produto	Mês 5			Mês 6			Mês 7			Mês 8		
	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total
POTE DE SORVETE 2L NEVADO	128	12,50	1.600,00	64	12,50	800,00	64	12,50	800,00	128	12,50	1.600,00
POTE DE SORVETE 1,5L GOLDEN	64	13,50	864,00	42	13,50	567,00	32	13,50	432,00	32	13,50	432,00
POTE DE SORVETE 2L TRADICIONAL	420	14,50	6.090,00	336	14,50	4.872,00	336	14,50	4.872,00	320	14,50	4.640,00
POTE DE SORVETE 1,5L ZERO	24	15,90	381,60	24	15,90	381,60	24	15,90	381,60	24	15,90	381,60
PICOLÉ FRUTA	960	1,50	1.440,00	800	1,50	1.200,00	960	1,50	1.440,00	1.150	1,50	1.725,00
PICOLÉ CREME	540	2,00	1.080,00	540	2,00	1.080,00	540	2,00	1.080,00	585	2,00	1.170,00
PICOLÉ ESPECIAL	450	2,75	1.237,50	450	2,75	1.237,50	450	2,75	1.237,50	675	2,75	1.856,25
PICOLÉ SKIMO	456	3,00	1.368,00	456	3,00	1.368,00	456	3,00	1.368,00	684	3,00	2.052,00
PICOLÉ KIDS	144	3,50	504,00	144	3,50	504,00	144	3,50	504,00	516	3,50	1.806,00
PICOLÉ DIAMOND	144	3,90	561,60	280	3,90	1.092,00	144	3,90	561,60	576	3,90	2.246,40
PICOLÉ PALETA MEXICANA	180	5,00	900,00	180	5,00	900,00	180	5,00	900,00	180	5,00	900,00
PICOLÉ CORNETO	120	5,50	660,00	100	5,50	550,00	120	5,50	660,00	120	5,50	660,00
COPÃO	54	4,00	216,00	54	4,00	216,00	54	4,00	216,00	54	4,00	216,00
SUNDAE	112	3,50	392,00	112	3,50	392,00	112	3,50	392,00	112	3,50	392,00
CUPUAÇU 1KG	2	25,00	50,00	2	25,00	50,00	2	25,00	50,00	2	25,00	50,00
AÇAI 200G	24	8,00	192,00	24	8,00	192,00	24	8,00	192,00	24	8,00	192,00
AÇAI 220G	24	8,50	204,00	24	8,50	204,00	24	8,50	204,00	24	8,50	204,00
AÇAI 500G	5	15,00	75,00	4	15,00	60,00	4	15,00	60,00	4	15,00	60,00
AÇAI 1KG	5	29,00	145,00	4	29,00	116,00	4	29,00	116,00	4	29,00	116,00
Diversos (% s/vendas)	2%		273,51	2%		240,34	2%		235,53	2%		315,22
Total Vendas			18.234,21			16.022,44			15.702,23			21.014,47
Produto	Mês 9			Mês 10			Mês 11			Mês 12		
	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total	Qtde	Preço Unit	Total
POTE DE SORVETE 2L NEVADO	128	12,50	1.600,00	432	12,50	5.400,00	192	12,50	2.400,00	176	12,50	2.200,00
POTE DE SORVETE 1,5L GOLDEN	32	13,50	432,00	32	13,50	432,00	20	13,50	270,00	32	13,50	432,00
POTE DE SORVETE 2L TRADICIONAL	432	14,50	6.264,00	576	14,50	8.352,00	384	14,50	5.568,00	592	14,50	8.584,00
POTE DE SORVETE 1,5L ZERO	48	15,90	763,20	48	15,90	763,20	48	15,90	763,20	48	15,90	763,20
PICOLÉ FRUTA	820	1,50	1.230,00	1.210	1,50	1.815,00	1.230	1,50	1.845,00	5.670	1,50	8.505,00
PICOLÉ CREME	1.220	2,00	2.440,00	2.200	2,00	4.400,00	1.350	2,00	2.700,00	3.600	2,00	7.200,00
PICOLÉ ESPECIAL	945	2,75	2.598,75	1.620	2,75	4.455,00	2.700	2,75	7.425,00	2.340	2,75	6.435,00
PICOLÉ SKIMO	456	3,00	1.368,00	1.140	3,00	3.420,00	1.368	3,00	4.104,00	912	3,00	2.736,00
PICOLÉ KIDS	372	3,50	1.302,00	516	3,50	1.806,00	516	3,50	1.806,00	744	3,50	2.604,00
PICOLÉ DIAMOND	561	3,90	2.187,90	900	3,90	3.510,00	288	3,90	1.123,20	1.584	3,90	6.177,60
PICOLÉ PALETA MEXICANA	180	5,00	900,00	180	5,00	900,00	360	5,00	1.800,00	180	5,00	900,00
PICOLÉ CORNETO	120	5,50	660,00	120	5,50	660,00	120	5,50	660,00	120	5,50	660,00
COPÃO	54	4,00	216,00	54	4,00	216,00	108	4,00	432,00	108	4,00	432,00
SUNDAE	112	3,50	392,00	112	3,50	392,00	112	3,50	392,00	112	3,50	392,00
CUPUAÇU 1KG	2	25,00	50,00	2	25,00	50,00	2	25,00	50,00	12	25,00	300,00
AÇAI 200G	24	8,00	192,00	24	8,00	192,00	24	8,00	192,00	24	8,00	192,00
AÇAI 220G	24	8,50	204,00	24	8,50	204,00	24	8,50	204,00	24	8,50	204,00
AÇAI 500G	4	15,00	60,00	4	15,00	60,00	5	15,00	75,00	24	15,00	360,00
AÇAI 1KG	4	29,00	116,00	4	29,00	116,00	5	29,00	145,00	46	29,00	1.334,00
Diversos (% s/vendas)	2%		349,89	2%		565,63	2%		486,62	2%		767,68
Total Vendas			23.325,74			37.708,83			32.441,02			51.178,48



Descrição	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6
Salários	3.400,00	3.400,00	3.400,00	3.400,00	3.400,00	3.400,00
Encargos salariais	1.121,71	1.121,71	1.121,71	1.121,71	1.121,71	1.121,71
Depreciações	172,58	172,58	172,58	172,58	172,58	172,58
Água	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Aluguel	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Combustível	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Energia Elétrica	2.000,00	2.000,00	1.800,00	1.500,00	1.500,00	1.200,00
Honorários contábeis	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Internet	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Material de escritório	30,00	10,00	20,00	30,00	-	20,00
Material de Limpeza/conservação	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Seguros	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Taxas e Impostos (Lixo, Iptu, Ipva, etc.)	350,00					
Total	9.124,30	8.754,30	8.564,30	8.274,30	8.244,30	7.964,30

Descrição	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Salários	3.400,00	3.400,00	3.400,00	3.400,00	3.400,00	3.400,00
Encargos salariais	1.121,71	1.121,71	1.121,71	1.121,71	1.121,71	1.121,71
Depreciações	172,58	172,58	172,58	172,58	172,58	172,58
Água	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Aluguel	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Combustível	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Energia Elétrica	1.200,00	1.900,00	1.500,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Honorários contábeis	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Internet	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Material de escritório	25,00	-	-	30,00	50,00	50,00
Material de Limpeza/conservação	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Seguros	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Taxas e Impostos (Lixo, Iptu, Ipva, etc.)						
Total	7.969,30	8.644,30	8.244,30	8.774,30	8.794,30	8.794,30

APÊNDICE 03

Definições				
Identificação	O que representa	Cálculo	Interpretação	Obsevações
a) Ponto de Equilíbrio	Volume de vendas suficiente para recuperação dos custos fixos, variáveis e impostos s/venda.	$\frac{\text{Custos Fixos}}{\text{Margem de Contribuição}} \times 100$	Quanto menor, melhor	
b) Lucratividade	Determina o percentual do resultado em relação a Receita de Vendas	$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Faturamento Bruto}} \times 100$	Quanto maior, melhor	
c) Rentabilidade	Relação entre o resultado e o capital investido.	$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Inicial}} \times 100$	Quanto maior, melhor	
d) VPL - Valor Presente Líquido	Confrontação entre o investimento e o Valor Atual dos saldos de caixa, com base em uma TMA.	(-) Investimento Inicial (+) VP Líquido do Fluxo de Caixa (*)	Quanto maior, melhor	(*) Taxa de atratividade definida pelo investidor
e) TIR - Taxa Interna de Retorno	Taxa em que o VPL é igual a Zero. Taxa de retorno efetiva do Projeto	Taxa onde o valor presente líquido é igual a zero.	Quanto maior, melhor	
f.1) Retorno de Payback	Tempo do retorno do investimento. <u>Não considera</u> o VA do FC. <u>Não distingue</u> a grandeza dos Saldos de Caixa.	$\frac{\text{Investimento Inicial}}{\text{Média Saldo de Caixa} (*)}$	Quanto maior, pior	(*) Média do Saldo de Caixa do Período
f.2) Retorno Médio de Payback	Tempo do retorno do investimento. <u>Considera</u> o VA do FC. <u>Não distingue</u> a grandeza dos Saldos de Caixa.	$\frac{\text{Investimento Inicial}}{\text{Média Valor Atual Saldo de Caixa} (*)}$	Quanto maior, pior	(*) Média do Valor Atual do Saldo de Caixa do Período
f.3) Retorno Efetivo de Payback	Tempo do retorno do investimento. <u>Considera</u> o VA do FC. <u>Distingue</u> a grandeza dos Saldos de Caixa.	ano - Valores 0 (-) Investimento Inicial 1 (+) Saldo de Caixa 1 / (1+TMR) 2 (+) Saldo de Caixa 2 / (1+TMR) ² 3 (+) Saldo de Caixa 3 / (1+TMR) ³ ... (+) ... n (+) Saldo de Caixa n / (1+TR) ⁿ (*)	Quanto maior, pior	(*) em que momento preciso o investimento é recuperado