

PLANO DE NEGÓCIOS: GELEIA DE GOIABA GROSSI & MARIANO

Bruno Rafael de Castro Grossi
bruno.grossi01@fatec.sp.gov.br
Prof.^a Dr.^a Flavia Cristina Cavalini
flavia.cavalini@fatec.sp.gov.br
FATEC Itapetininga

RESUMO: O trabalho consiste no estudo da viabilidade para abertura de uma agroindústria, que terá como produção geleia de goiaba de qualidade e diferenciada. O Plano de Negócio da empresa foi realizado por meio de documentação indireta, verificando as necessidades físicas para a criação da empresa, investimentos necessários e lucratividade. A empresa será implantada na cidade de Itapetininga-SP, e atenderá ao mercado local e regional. O público alvo é, em geral, apreciadores de doces e geleias. O empreendimento será gerido por dois sócios e, inicialmente, contará com mais dois colaboradores contratados. Os recursos provirão por parte dos proprietários e de terceiros, com previsão de retorno de investimento em até 11 meses. Como resultados do trabalho, obteve-se todos os valores estimados do investimento inicial (R\$30.330,06), estratégias adequadas de *marketing*, logística e produção, o que colabora diretamente com a perspectiva positiva frente aos consumidores da região, conforme comprovou a pesquisa com consumidor realizada neste, viabilizando a abertura e funcionamento da empresa.

Palavras-Chave: Agroindústria. Produto de frutas. Empreendimento.

BUSINESS PLAN: GROSSI & MARIANO GUAVA JELLY

ABSTRACT: The work consists in the study of the viability to open an agroindustry, which will produce quality and differentiated guava jelly. The company's Business Plan was carried out through indirect documentation, verifying the physical needs for the company's creation, necessary investments and profitability. The

company will be deployed in the city of Itapetininga-SP and will serve the local and regional market. The target audience is generally fond of sweets and jellies. The project will be managed by two partners and will initially have two other employees hired. The funds will come from the owners and third parties, with expected return on investment within 11 months. As a result of the work, we obtained all the estimated values of the initial investment (R \$ 30,330.06), adequate marketing, logistics and production strategies, which collaborates directly with the positive perspective towards the region's consumers, as evidenced by the research with consumer held in this, enabling the opening and operation of the company.

Keywords: Agroindustry. Fruits Products.

Undertaking.

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, doces e geleias (SEBRAE, 2018). No interior do estado de São Paulo, o cenário não é diferente. Iniciar uma empresa na região de Itapetininga é

adequado não apenas pelos valores estruturais (aluguel, locomoção, mão de obra, etc.), mas pela localização física da região, interligando grandes rodovias como a Castello Branco e Raposo Tavares, facilitando a logística do produto oferecido.

Ainda segundo SEBRAE (2018), “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% ao ano.”

As cooperativas, associações e iniciativas individuais já lançaram 585 empreendimentos solidários, distribuídos em mais de 300 cidades em 27 estados, garantindo a ocupação de quase 20 mil pessoas e contabiliza um faturamento anual superior a R\$ 25 milhões.

As geleias de goiaba também fazem parte do sucesso desse setor, principalmente pelo sabor e importância nutricional da fruta. Segundo Zanin (2015), a goiaba branca ou vermelha é rica em vitamina C, facilita absorção de ferro e ajuda tratar a anemia. Além disso, comer goiaba vermelha é bom para a pele porque é rica em licopeno, que é um antioxidante responsável por manter a saúde da pele e prevenir o envelhecimento das células e até alguns tipos de câncer, como o de próstata, por exemplo; na dieta, a goiaba pode ser consumida como sobremesa, possuindo apenas 73 calorias.

A criação de uma empresa necessita de inovações que são importantes porque permitem aumentar receita, visão de mercado e parcerias, além de agregar valor ao produto por meio de melhorias e mudanças nos aspectos considerados comuns em um ramo. Tal ideia instigou dois empreendedores à criação de uma nova empresa na região de Itapetininga.

Desta forma, o presente trabalho visa analisar a viabilidade de criação, abertura e implantação de uma agroindústria voltada à produção e comercialização de geleia de goiaba de alta qualidade, mais concretamente voltado aos consumidores de doces, frutas e geleias da cidade de Itapetininga - SP e região. Para a efetivação de tal objetivo, tornou-se necessário a definição do investimento inicial, especificações do produto, mensuração de preço, busca, pesquisa e atendimento às expectativas dos clientes e, por fim, analisar a receita final do empreendimento, observando a rentabilidade e lucratividade.

2 METODOLOGIA

O presente trabalho foi realizado por meio de documentação indireta, o qual foi extraído informações prévias sobre o campo de interesse de mercado em diversas fontes de pesquisa, como sites, revistas, estudos de campo (entrevistas) e questionários eletrônicos. De modo geral, tal material foi útil não só por trazer conhecimento que serve de

base aos sócios, como também para evitar possíveis duplicações e/ou esforços desnecessários (MARCONI; LAKATOS, 2010, p.48).

A partir dessas informações, foi desenvolvido um Plano de Negócios para a implantação da agroindústria “Grossi & Mariano”. Para a verificação da viabilidade técnica do plano, foram elaborados o fluxograma de produção e as operações unitárias, verificando o que é necessário para montar a empresa; para verificar a viabilidade financeira, foram pesquisados e documentados todos os investimentos necessários, permitindo o cálculo da rentabilidade, a lucratividade e o tempo de retorno da atividade.

O Plano de Negócio, ferramenta utilizada neste trabalho e elaborada pelo SEBRAE-MG, contemplou uma análise de mercado adequada, pois realizou a Pesquisa do Consumidor, permitindo traçar o perfil do público-alvo, como o comportamento (o que os levam a comprar produtos do gênero) e aceitação do produto. O plano trouxe também um estudo mais detalhado dos concorrentes e fornecedores, ilustrando o cenário atual da venda de geleias de goiaba na região.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 O PLANO DE NEGÓCIOS

Segundo SEBRAE (2016) o Plano de Negócios é a formalização de uma ideia, é

planejar o futuro de um novo empreendimento ou a expansão de um já existente. É uma ferramenta administrativa que serve de apoio aos novos e experientes empreendedores, e serve para identificar diversos indicadores de mercado como conhecimento melhor dos clientes, reduzindo riscos e assim aumentando a probabilidade de sucesso do negócio. Salim et al. (2005, p. 03) definem que:

Plano de Negócios é um documento que contém as características do negócio e suas estratégias, analisando o *market share* para conquistar uma fatia maior do mercado e até mesmo a conquista de uma nova. As suas projeções de despesas, receitas e resultados financeiros.

Segundo Filion; Dolabela (2000), Plano de Negócios é, antes de tudo, o processo de validação de uma ideia, que o empreendedor realiza através do planejamento detalhado da empresa. Dornelas (2008, p. 84) relata que “o Plano de Negócios é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa”. Lacruz (2008) ajuda na definição acrescentando que “planejar detalhadamente significa antever nos mínimos detalhes o resultado futuro de ações que se pretendem tomar acerca de um empreendimento, objetivando indicar sua viabilidade ou inviabilidade de um empreendimento”. De acordo com o assunto exposto pode-se dizer que fazer um Plano de Negócios é o mesmo que colocar no papel ideias, objetivos e sonhos, mas tudo isso de maneira organizada e planejada, possibilitando verificar a

viabilidade ou não de abrir um novo negócio ou expandir um já existente.

No entendimento de Dornelas (2008, p.85) a elaboração de um Plano de Negócios permite: criar caminhos e diretrizes balizadoras para o seu negócio; gerenciar de forma mais eficiente, eficaz e efetiva a empresa e tomar decisões mais acertadas; monitorar o cotidiano da empresa ao tomar ações corretivas quando necessário; conseguir financiamentos e recursos junto a bancos, governo, órgãos como o Sebrae, investidores, capitalistas de risco, e outros meios; identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo para o empresário; estabelecer uma comunicação interna eficaz na empresa e convencer o público externo chamados de *stakeholders* (fornecedores, parceiros, clientes, bancos, investidores, associações, etc.).

Ao fazer o Plano de Negócios, o empreendedor diminui ou elimina esforços desnecessários, investimentos improdutos, gastos sem sentido, aumentando sua chance de permanecer no mercado.

O Plano de Negócios serve para a apresentação da empresa tanto para órgãos públicos em busca de financiamento quanto para os próprios clientes internos como funcionários e fornecedores em busca de consolidação dos processos. De acordo com Dolabela (2006, p. 77) “o principal usuário do Plano de Negócios é o próprio empreendedor, pois é uma ferramenta que o faz mergulhar profundamente na análise de seu negócio,

diminuindo sua taxa de risco e subsidiando suas decisões.”

Segundo uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2012) depois de três anos de entrada no mercado, 48,2% das empresas não sobrevivem e a razão para o alto índice de fracasso está vinculada ao planejamento.

O Plano de Negócios tem um público alvo bem amplo, por isso precisa ser elaborado de maneira que contenha informações relevantes para todos.

O Plano de Negócios engloba diversos aspectos relevantes em sua construção, como a análise de mercado, plano de marketing, plano operacional e financeiro, os quais serão brevemente apresentados ao longo deste trabalho.

3.2 FABRICAÇÃO E COMPOSIÇÃO DE GELEIA DE FRUTA

De acordo com SEBRAE Agronegócios (2018), “a geleia é o produto obtido da combinação de suco de frutas com açúcar, que depois de cozido e frio tem consistência branda, compacta e trêmula”. Além disso, as geleias são ricas fontes de energia, vitaminas e sais minerais das frutas utilizadas para sua fabricação. A goiaba vermelha, especificamente, é rica em vitamina C, fósforo e cálcio, além de ser fonte das vitaminas A, B1, B2, B3 e ferro.

Tal produto pode ser comercializado em diferentes mercados e estabelecimentos. Por

se tratar de um produto de baixo risco, é indicado para um amplo público apreciador de frutas, doces e geleias em geral.

Ainda segundo o mesmo autor, o processo produtivo de geleias de frutas passa pelo processo de seleção de frutas, limpeza, separação em pequenas porções, extração do suco da fruta, mistura do caldo com açúcar e fervura até o ponto da geleia. Os processos são simples, mas demandam cuidado, tempo e dedicação, já que são produtos que podem passar do ponto facilmente.

Segundo a empresa Conservas Olé (2015), os ingredientes para a produção da geleia de goiaba são: goiaba, açúcar, acidulante ácido cítrico, estabilizante pectina e conservador sorbato de potássio. O valor energético de um pote de 230g, considerando uma dieta de 2.000 kcal, é de 51 kcal (3%) proveniente de 13g de carboidratos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.3 ANÁLISE DE MERCADO

A análise de mercado é um dos componentes do Plano de Negócios que está relacionado ao marketing da organização. Ela 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 seguir, serão apresentados os resultados da análise realizada para a viabilização da empresa “Grossi & Mariano”: o público-alvo (perfil dos clientes) são pessoas com hábito de consumir

geleia de todas as faixas etárias ambos o sexo, com predominância para o público feminino; o comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar), baseado na pesquisa, mostrou que o consumidor se preocupa com sabor, textura e saúde, não se preocupando com a embalagem, mas sim com o preço do produto, buscando um produto com valor acessível; e, por fim, a área de abrangência (que mostra onde estão os clientes) da comercialização do produto será na região de Itapetininga-SP.

4.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES

Na região de Itapetininga, mais especificamente nas cidades de Tatuí e Tietê, há duas empresas consolidadas no mercado, quais sejam a “Pingo Doce” e “Anhembí Doces”, respectivamente. Tais empresas já atuam no ramo de comercialização de geleia de goiaba e oferecem produtos de qualidade a preço acessível aos clientes; apesar disso, é possível instalar uma empresa do ramo no município de Itapetininga, já que não há empresas do ramo na cidade, facilitando a logística interna e de cidades próximas, fidelizando os clientes e oferecendo um produto diferenciado e com excelente qualidade.

4.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES

A empresa “Grossi & Mariano” possui, até o momento, contato com 3 grandes

fornecedores de goiaba para a produção de geleia, são elas: CEAGESP/CEASA, Cooperativa Agroindustrial de Holambra e MF Rural. Todos os fornecedores contatados realizam a entrega de caixas contendo 25 Kg da fruta, custando, respectivamente, R\$35,00, R\$33,00 e R\$40,00.

Orçamentos, negociações e contatos serão realizados constantemente, visando a qualidade e lucratividade. Acredita-se ser importante possuir mais de um fornecedor, evitando-se assim a falta do produto e a não dependência de apenas uma empresa parceira.

4.4 PLANO DE MARKETING

O Plano de Marketing é a documentação específica do que vai ser a estratégia de Marketing, com todas as variáveis, implicações e informações necessárias para que se alcance o objetivo principal, que é a fidelização e satisfação dos clientes da “Grossi & Mariano”. A empresa comercializará geleia de goiaba com enfoque em sua embalagem (Figura 1) e terá, inicialmente, como opções de pagamento, dinheiro e cartões de crédito (débito e a prazo) ou transferência bancária. Além disso, o produto será oferecido pelo site da empresa, redes sociais, comerciais em TVs, indoor, rádios e supermercados, o que reforçará o contato da empresa com seus clientes.

Como estrutura de comercialização, a empresa realizará a venda através de

supermercados, mercearias, padarias e estabelecimentos do ramo.

Figura 1 – Rótulo e Embalagem da Geleia de Goiaba “Grossi & Mariano”



Fonte: Criação Própria

4.5 PLANO OPERACIONAL E ESTRUTURA DA EMPRESA

O planejamento operacional está relacionado ao cumprimento de objetivos e nele se define quem serão os responsáveis pela sua execução. Na empresa “Grossi & Mariano”, já se possui a estimativa de produção, processos e funções dos colaboradores a serem contratados, quais sejam: a capacidade máxima de produção inicial de 1500 potes de 100g de geleia de goiaba por mês; recebimento da matéria prima, cozimento das polpas, resfriamento, embalagem, armazenagem, venda, logística e a contratação de 1 auxiliar de limpeza com experiência na área (salário mensal de R\$ 1.198,00) e 1 cozinheira com experiência na área e especialidade em doces (salário mensal de R\$ 1.259,00).

4.6 PLANO FINANCEIRO

O planejamento financeiro consiste em uma projeção de receitas e despesas para determinado período, análise do cenário projetado e determinação de metas com base nestas informações. Para a viabilização de criação da empresa “Mariano & Grossi”, foi elaborado o Plano Financeiro com base nos gastos previstos de infraestrutura, impostos e pagamentos de colaboradores, identificando assim o valor de investimento inicial.

4.6.1 Investimentos Fixos

Os cálculos de investimentos fixos foram realizados por meio de pesquisas *online* e visitas até as lojas, empresas de fornecimento de energia, e outros. Os orçamentos tiveram como base o melhor custo benefício.

Não haverá custos com imóveis, pois já é de posse de um dos sócios o local ideal para a instalação da empresa. Os equipamentos iniciais serão o *Freezer* (R\$ 2.500,00), um dosador (R\$ 6.900,00), um fogão industrial (R\$ 1.500,00) e uma envasadora (R\$ 2.980,00), totalizando R\$13.880,00.

Serão adquiridos móveis e utensílios de cozinha, quais sejam: 2 mesas inox (R\$ 850,00 a unidade), 1 panela industrial (R\$ 300,00) e 2 prateleiras (R\$600,00 a unidade), totalizando R\$ 3.200,00.

Todos os valores de investimentos fixos iniciais foram somados em R\$ 17.000,00.

Pensando que haverá depreciação das máquinas, a empresa realizou os cálculos conforme segue: as máquinas e

equipamentos, que somam um valor total de R\$ 13.800,00, possuem vida útil de 10 anos, com depreciação mensal de R\$ 115,67 e anual de R\$ 1.388,00; os móveis e utensílios, que somam um valor total de R\$ 3.200,00, também possuem vida útil de 10 anos, com depreciação mensal de R\$ 26,67 e anual de R\$ 320,00. Sendo assim, a depreciação anual total das máquinas será de R\$ 1.708,00

4.6.2 – Estoque Inicial

O estoque inicial representa toda a matéria prima necessária para iniciar a produção do produto, em específico, 1500 potes de geleia de goiaba. Para tal, foram calculadas as quantidades, valor unitário e total do preço de investimento inicial. Serão necessários 1 fardo de açúcar com 50kg, custando R\$ 45,00, 2 barris contendo 205kg cada de polpa de goiaba, custando R\$ 153,75 a unidade e totalizando R\$ 307,50, 2 caixas contendo 1kg de canela cada uma, custando R\$19,90 a unidade e totalizando R\$ 39,80, 1500 potes de vidro de 100g para armazenamento, custando R\$ 2,50 a unidade e totalizando R\$ 3,750,00, 2 embalagens contendo 10 unidades de papelão, custando R\$ 9,80 e totalizando R\$ 19,60 e, por fim, 2 botijões de gás de cozinha tipo “p45”, custando R\$ 245,00 a unidade e totalizando R\$ 490,00. O valor total do estoque inicial será de R\$ 4.651,90.

4.6.3 - Caixa Mínimo

Considerando todos os gastos somados no que se refere ao caixa mínimo da empresa, foi obtido o valor total deste conforme ilustra o Quadro 1.

Quadro 1 – Descrição dos Valores do Caixa Mínimo

Descrição	Valor
1. Custo fixo mensal	R\$ 5.821,31
2. Custo variável mensal	R\$ 6.375,00
3. Custo total da empresa	R\$ 12.196,31
4. Custo total diário	R\$ 406,54
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	15 dias
TOTAL (B)	R\$ 6.098,16

4.6.4 - Capital de Giro

O capital de giro, responsável pelo financiamento das operações da empresa, foi calculado com base na soma do valor total do Estoque Inicial (R\$ 4.651,90) e o Caixa Mínimo (R\$ 6.098,16), totalizando R\$ 10.750,06.

4.6.5 – Investimentos pré-operacionais

O Plano Financeiro também exige o cálculo dos investimentos pré-operacionais, que envolvem fatores burocráticos e internos da empresa, como legalização do estabelecimento, obras, treinamentos e etc. A despesa de legalização foi calculada em R\$ 500,00; a despesa de divulgação e lançamento foi calculada em R\$ 2.000,00. Não foram registrados valores de obras civis, reformas, cursos e treinamentos ou despesas

adicionais. Totaliza-se, assim, o valor total de R\$ 2.500,00 em investimentos pré-operacionais.

4.6.6 – Investimento Inicial Total

Com base em todos os valores de investimento inicial calculados, obteve-se: R\$17.080,00 (56,31%) em valores de investimentos fixos, R\$ 10.750,06 (35,44%) em capital de giro e R\$ 2.500,00 (8,24%) em investimentos pré-operacionais, totalizando R\$ 30.330,06.

Deste total, R\$ 7.706,21 (26,50%) dos recursos provirão dos proprietários, e R\$ 22.623,85 (73,50%) provirão de empréstimo de bancos e terceiros.

4.6.7 - Cálculo do Custo Unitário

Com base nos custos de produção, foi possível identificar o preço unitário das respectivas matérias-primas, chegando em um total de R\$4,15.

4.6.8 – Demonstrativo de Resultados

Levando em consideração a pesquisa de mercado, os custos de produção e os investimentos iniciais, decidiu-se por colocar o valor da unidade (pote de 100g) da Geleia de Goiaba “Grossi & Mariano” fixo de R\$10,00.

Considerando tais dados, a empresa terá o seu retorno de investimento no prazo de 11 meses, conforme ilustra o Quadro 2.

Quadro 2 – Resultados Gerais do Plano Financeiro

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 15.000,00	R\$ 180.000,00	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV	R\$ 6.225,00	R\$ 74.700,00	41,50
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 67,50	R\$ 810,00	0,45
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 82,50	R\$ 990,00	0,55
Total de custos Variáveis	R\$ 6.375,00	R\$ 76.500,00	42,50
3. Margem de Contribuição	R\$ 8.625,00	R\$ 103.500,00	57,50
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 5.821,31	R\$ 69.855,72	38,81
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 2.803,69	R\$ 33.644,28	18,69
Prazo de Retorno de investimento	11 meses		

4.6.9 – Indicadores de Viabilidade – Ponto de Equilíbrio

Ponto de equilíbrio é o valor ou a quantidade que a empresa precisa vender para cobrir o custo das mercadorias vendidas, as despesas variáveis e as despesas fixas, já a rentabilidade é o grau de êxito econômico de uma empresa em relação ao capital nela aplicado. Por fim, a lucratividade é o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve.

Como ponto de equilíbrio da empresa, obteve-se um valor de R\$ 121.822,86, lucratividade de 18,69% e rentabilidade de 111,23% no primeiro ano.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pesquisas realizadas referente a um novo produto no mercado com sabor e embalagem atraente ganhou espaço entre os amantes de geleias de goiaba, o produto em sua

consistência traz um sabor diferenciado, pois em sua receita a canela ganha o espaço sem ultrapassar o sabor da goiaba.

Baseado na pesquisa de mercado referente ao consumidor, pode-se concluir que a produção de geleia será favorável se feita em grande escala (1500 unidades).

Tendo em mente os principais gargalos para a abertura de uma agroindústria como as legislações que devem ser praticadas, bem como os indicadores de viabilidade é possível afirmar que o mesmo é viável, sendo que os investidores terão o retorno de seus investimentos em 11 meses.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo. Transformando ideias em negócios**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FILION, L. J.; DOLABELA, F. **Boa ideia! E agora?** São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

IBGE, Fonte: DIEESE; NACIONAL, SEBRAE. **ECONOMIA E EMPREGO: Mapa das micro e pequenas empresas.** 2017. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/02/o-mapa-das-micro-e-pequenas-empresas>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

IBGE. Instituto de Geografia e Estatística. **Tipos de comércio.** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 19 jul. 2017.

PINHEIRO, Roosevelt. **Mapa das micro e pequenas empresas: Pequenas e médias empresas brasileiras representam 20% do PIB, são responsáveis por 60% dos 94 milhões de empregos no País.** 2012. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/02/o-mapa-das-micro-e-pequenas-empresas>>. Acesso em: 19 jul. 2017.

AGRONEGÓCIOS, SEBRAE. **Fabricação da Geleia de Fruta.** 2018. Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/fabricacao-de-geleia-de-fruta/>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

CONSERVAS, Olé. **Geleia de Goiaba – 230g.** 2015. Disponível em: <<http://conservasole.com.br/produtos/geleia-de-goiaba-230g/>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

ZANIN, Tatiana. **Benefícios da Goiaba.** 2015. Disponível em: <<https://www.tuasaude.com/beneficios-da-goiaba/>>. Acesso em: 24 jun. 2018.