

CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

PATRICIA VICENTE DE SOUZA

**ANÁLISE DE VIABILIDADE DA INDUSTRIALIZAÇÃO DE CUSCUZ
INSTANTÂNEO**

Juazeiro do Norte-CE
2019

PATRICIA VICENTE DE SOUZA

**ANÁLISE DE VIABILIDADE DA INDUSTRIALIZAÇÃO DE CUSCUZ
INSTANTÂNEO**

Trabalho de Conclusão de Curso – Plano de negócio, apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, em cumprimento às exigências para a obtenção do grau de Bacharel.

Orientador: Me. Tharsis Cidália de Sá Barreto Diaz Alencar

ANÁLISE DE VIABILIDADE DA INDUSTRIALIZAÇÃO DE CUSCUZ INSTANTÂNEO

Patrícia Vicente de Souza¹
Tharsis Cidália de Sá Barreto Diaz Alencar²

RESUMO

O presente trabalho visa analisar a viabilidade da implantação de uma indústria de cuscuz instantâneo na cidade de Juazeiro do Norte — CE, foi observado à necessidade no seu cotidiano de uma alimentação de fácil preparo onde possa oferecer para o consumidor, satisfação com uma refeição saudável, praticidade e rapidez nos hábitos alimentares com boa qualidade de vida, além de suprir suas expectativas. Para tanto aplicado um questionário de acordo com o público alvo de 15 a 60 anos, que foi constituído no total de 400 questionários respondidos, com esse estudo mostrou uma vasta aceitação do produto devido há otimização do tempo e preço. E em seguida, analisado para verificar a implementação do negócio. Após a análise dos dados conclui-se que é financeiramente viável abrir a empresa, portanto, considerando uma grande possibilidade de ter um retorno do capital investido.

Palavras Chave: Hábitos alimentares, praticidade, otimização do tempo.

ABSTRACT

The present work aims to analyze the feasibility of implementing a business plan of an instant food industry in the city of Juazeiro do Norte - CE. a healthy meal, practicality and speed in foods with good quality of life, beyond your expectations. To do so, a questionnaire according to the target public of 15 to 60 years, which was not constituted by a total of 400 questionnaires answered, with the set of a series of studies on the update of time and price. and then analyzed to verify the implementation of the business. After analyzing the data, it is concluded that it is financially feasible to open a company, considering a market lack there is a great possibility of having a return on invested capital.

Keywords: Eating habits, practicality, optimization of time.

¹ Graduanda em Administração, Centro Universitário Unileão, pvicentedesouza@gmail.com

¹Professora Orientadora do Centro Universitário Unileão, Mestre em engenharia de produção tharsis@leaosampaio.edu.br

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Estrutura Funcional e Organizacional	18
Figura 02: Fluxograma da Produção	19

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Gênero	20
Gráfico 02: Idade	21
Gráfico 03: Percepção do produto	22
Gráfico 04: Estimativa de preço	22
Gráfico 05: Produto similar na concorrência	23
Gráfico 06: Qual dos produtos você mais consome	23
Gráfico 07: Classificação da ideia	24
Gráfico 08: Compraria o produto	25
Gráfico 09: A embalagem é decisiva na hora da compra	26
Gráfico 10: Se a embalagem é decisiva na hora na compra	26
Gráfico 11: Por que compraria o produto	27

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Descrição de cargos/funcionário	18
Quadro 02: Análise dos fornecedores	28
Quadro 03: Investimentos fixos	33
Quadro 04: Móveis e utensílios	33
Quadro 05: Estimativa do estoque inicial (Mensal)	33
Quadro 06: Caixa mínimo	34
Quadro 07: Prazo médio e entrega dos fornecedores	34
Quadro 08: Orçamento das operações	34
Quadro 09: Despesas de legalização	35
Quadro 10: Estimativa de receitas	35
Quadro 11: Custos de despesas variáveis	35
Quadro 12: Custos de despesas fixos	35
Quadro 13: Custos totais das despesas	36
Quadro 14: DRE	36
Quadro 15: Análises internas e externas	37

LISTA DE SIGLAS

DRE – Demonstração do Resultado do Exercício
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 Problemática	9
2.1 OBJETIVOS	10
2.2.1 Objetivo Geral	10
2.2.2 Objetivos Específicos	10
3 JUSTIFICATIVA	10
4 REFERENCIAL TEÓRICO	11
4.1 EMPREENDEDORISMO.....	11
4.2 O MERCADO DE PRODUTOS FEITOS Á BASE DE MILHO	12
4.3 PLANEJAMENTO DE ESTRATÉGICO	12
5 MÉTODOLOGIA	14
6 PLANO DE NEGÓCIO	15
6.1.1NEGÓCIO	16
6.1.1.1DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO	17
6.1.1.2 Estrutura Legal	17
6.1.1.3 Estrutura Funcional e Organizacional	17
6.1.1.5 Missão	20
6.1.1.6 Visão	20
6.6 PLANEJAMENTO DE MARKETING E VENDA	20
6.6.1. MERCADO DE CONSUMIDOR	20
6.6.2 MERCADO COMPETIDOR	28
6.6.3 MERCADO FORNECEDOR	28
6.6.4 ESTRATÉGIAS DE MARKETING	29
6.6.6.1 Produto	30
6.6.6.2 Preço	30
6.6.6.3 Prazo para pagamento	31
6.6.6.6 Políticas de desconto	31
6.6.6.5 Promoção	31
6.6.6.6 Condições de pagamento	31
6.6.6.7 Localização negócio	31
6.8 PLANO FINANCEIRO	32
6.8.2 Investimento financeiro iniciais necessários	33
6.8.3 Orçamento das operações	34
6.8.3.1 Estimativa de receitas	35
6.8.3.2 Custos e despesas variáveis	35
6.8.3.3 Custos de despesas fixos	35
6.4 Resultados operacionais	36
6.8.4.1 DRE	36

6.8.4.2 Ponto de equilíbrio	37
6.8.4.3 Lucratividade	37
6.8.4.4 Rentabilidade	37
6.8.4.5 Prazo de retorno do investimento	37
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERENCIAS	39
ANEXOS	41

1 INTRODUÇÃO

Com a globalização, as novas tecnologias e a inovação, mostra-se um cenário onde as organizações afetam diretamente a vida da população positiva ou negativamente, assim as pessoas em busca de melhorias de vida, crescimento profissional, estabilidade financeira, com maior qualidade de vida, contudo, a frenética época exigida atualmente Poderá gerar malefícios originando doenças. De acordo com os dados do IBGE (2018) Apesar de o Brasil estar passado pelo período de crise as pessoas buscam cada vez mais por alimentações rápidas, onde cerca de 20% da população brasileira gastam parte da sua renda com alimentação fora da casa pelo fato da praticidade e Poderá gerar que cada vez mais vem sendo incorporado na rotina dos brasileiros que estão adeptos a uma opção de alimentação saudável, pratica e rápida.

Segundo Cassol e Schneider (2015) a influência do modo de consumir e se alimentar são imprescindíveis para se incrementar os hábitos alimentares, tanto de produção quanto de consumo, onde a prática de comer bem é suficiente para gerar novos valores e modos de vida saudáveis.

Sendo assim para implementação da Indústria no ramo alimentício, se fez necessário a análise financeira no cenário de alimentos de preparo rápido e um estudo mercadológico que vise se há viabilidade e rentabilidade para abrir a indústria. Como um produto inovador o cuscuz instantâneo, levando em consideração que hoje as pessoas no corre-corre do seu dia busca um conforto maior nas suas atividades diárias principalmente em ter uma alimentação rápida, saudável e que atenda às suas expectativas e é em busca de suprir essa demanda no mercado que está sendo estudado através de levantamento de dados estatísticos se há viabilidade implementar a Indústria de cuscuz instantâneo na cidade de Juazeiro do Norte CE.

2. PROBLEMÁTICA

Os excessos de atividades se transformaram em um gargalo no ambiente familiar onde as pessoas não têm momentos para se alimentarem, surgindo, assim, ideia que visa facilitar a vida das pessoas, uma alimentação prática e fácil de fazer, considerando a

implementação de uma massa de milho pré-pronta, embalada e conservada para o consumo. Desta forma busca-se construir um projeto para implementar alimentos à base de milho pré-pronta na cidade de Juazeiro do Norte-CE, para facilitar a vida das pessoas no dia a dia.

Diante dessas constantes mudanças e da voracidade que o trabalho requer das pessoas, surge a necessidade da praticidade na alimentação pela falta de tempo devido as suas obrigações diárias, nesse contexto qual será a percepção da implementação de um alimento pré-pronto de fácil e rápido acesso na alimentação da população de Juazeiro do Norte?

Tendo como objetivo analisar a viabilidade da industrialização de cuscuz instantâneo pré-pronto à base de milho na cidade de Juazeiro do Norte-CE, contextualizando o setor de milho, verificando a viabilidade do negócio, analisando a demanda e investigar se há viabilidade de traçar o planejamento.

2.1 OBJETIVOS

2.2.1 Objetivo Geral

Analisar a viabilidade da industrialização de cuscuz instantâneo pré-prontos à base de milho na cidade de Juazeiro do Norte- CE.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Elaborar uma pesquisa mercadológica;
- Analisar o cenário financeiro;
- Verificar a viabilidade da Industrialização do cuscuz pré-pronto;
- Executar o plano de marketing

3. JUSTIFICATIVA

Diante do cenário atual, onde as pessoas estão cada vez mais atreladas às suas atividades diárias, busca-se por alimentos que ofereçam praticidade, qualidade e redução dos custos, para facilitar o seu cotidiano. O trabalho consiste no estudo da

viabilidade de um alimento de preparo rápido onde possa oferecer para o consumidor, satisfação com uma refeição saudável e saborosa, além de suprir suas expectativas esperadas (BORGES, 2014; FALCINI, 2011).

4 REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 EMPREENDEDORISMO

Segundo Bernardi (2015) O ato de empreender se constitui por modelos em ações de vendas ou compras, seja ela um produto ou negócio atual, com aspectos distintos visando melhorias e analisando as barreiras e ameaças inerentes ao mesmo.

Para Chiavenato (2012) O empreendedor é a pessoa que cria alguma coisa nova e reconhece seus riscos e ameaças do negócio, não é só um precursor de empresas, cria novos negócios, mas também motiva a força para toda economia, promove as mudanças, com novas ideias e atitudes, desenvolve empregos com característica, habilidades, analisando o ambiente de forma diferenciada.

No Brasil as maiorias dos empreendimentos são micro, pequena e médio porte. Mas a maioria deles passa pouco tempo no mercado uns não conseguem chegar um ano e outros passam dos cinco anos, isso quando conseguem desenvolver e planejar os processos e produtos com qualidade (OLIVEIRA, 2014).

O empreendedorismo traz diversas mudanças na sociedade como um todo, criando novas maneiras de executar atividades já existentes através da inovação, o empreendedor detém habilidades como líder e assume os riscos com iniciativa, de forma diferenciada, obtendo uma visão ampla do negócio, sempre em busca de reconhecimento, criatividade, reinventando e modificando os negócios (DORNELAS, 2016).

O empreendedor tem a sensibilidade de identificar oportunidade em um terreno fértil para mudanças de transforma algo simples em um objeto inovação com a sua criatividade, autoconfiança e astúcia para analisar os riscos financeiros, traçando o melhor caminho a ser percorrido (CHIAVENATO, 2007).

O termo empreendedorismo aponta para a execução de planos ou impulsos para continuar procurando soluções diante das barreiras, calculando os riscos de investimento, ser ousado, ter uma visão mercadológica que visem a necessidade do seu público alvo. (DOLABELA, 2010).

Para Baron (2014) o fato de empreender e abdicar o seu tempo para realizar propósitos avaliar o poder de visão crítica diante de uma oportunidade que até o momento é um campo de incerteza e que precisa ser estudado com cautela e criatividade que busque redes de contatos maiores que interligue a gestão de negócios e também atender a satisfação do cliente.

A sociedade se qualifica pelo surgimento de vários aspectos que desenvolvem no dia a dia com problema administrativo nas organizações, impossibilitando de agir com alterações de natureza econômica, organização, desenvolvimento os líderes empresariais agiram de maneira mais intensa, com melhoria e crescimento de planejamento e gestão. O planejamento estratégico é fundamental para facilitar os administradores na execução dos trabalhos e na tomada de decisão, e no controle das atividades na empresa, é relevante também para o crescimento e conquista pela organização (ANDRADE 2016).

O planejamento estratégico é relevante para a empresa por diversas razões entre elas oportunidade de compreender a si mesma, conhecer suas fraquezas e riscos que aparece. Consente entender sua competência e possibilidades de qual lugar vem o dinheiro que será investido. O planejamento define as divisões missão, visão e valores são tarefas principais e é a maior parte que orienta a gestão para um bom desempenho, um dos principais objetivos do planejamento é analisar a onde a gestão quer alcançar e quais são os objetivos para chegar ao futuro, com a economia globalizada a estratégia busca organizar as empresas para procurarem diferentes formas e analisar o futuro (CRUZ 2017).

A organização de um grupo que desenvolve suas tarefas e toma decisões para que o futuro seja diferenciado, porém a empresa tem oportunidade de variar os aspectos e causas que pode influenciar na organização, o planejamento é um crescimento coerente, um desempenho cognitivo efetuado pela empresa, pode ser determinado por evolução de crescimento, estratégias e práticas administrativas, as quais facilitam uma situação possível de analisar as consequências futuras de medidas presentes em serviço da finalidade que facilitam a tomada de decisão mais ágil com eficiência e eficaz (OLIVEIRA 2018).

4.2 PLANEJAMENTOS ESTRATÉGICOS

Planejamento estratégico é um desenvolvimento que favorece a sustentação metodológica para determinar o melhor caminho a ser seguindo na empresa, melhorando o grau de interação com os fatores externos, de forma inovadora e diferenciada. O planejamento estratégico é relevante nos níveis mais alto dentro da empresa. Além disso, considera as premissas básicas e políticas, para ter um bom desenvolvimento estratégico na organização (OLIVEIRA, 2018)

Cruz (2017) Ressalta que analisar os pontos fortes e fracos da empresa é importante, para alcançar os objetivos desejados, os pontos fortes são para projetar as estratégias e melhorar o crescimento da empresa, assim atingindo seus objetivos com sucesso. Os pontos fracos são para a empresa traçar estratégia de defesa, buscando diminuir as ameaças, que por acaso, pode ter por causa da concorrência.

Segundo Oliveira (2018) Diz que o crescimento e desenvolvimento dentro da empresa podem ser determinados por estratégias e práticas administrativas as quais facilitam uma situação possível de analisar as consequências futuras de medidas presentes em serviços favorecem na tomada de decisão para que o futuro seja diferenciado e que possa alcançar todos os objetivos traçados dentro da organização.

O planejamento é método administrativo que busca organizar as ideias das pessoas, com aspecto amplo que possa ter uma visão do caminho que vai seguir, além disso, são traçadas as ações que é a implementação do plano estratégico para caminhar na direção pretendida. Essa técnica não são milagre nas organizações mas vai facilitar nas ações e ajudará os profissionais a organizar suas ideias e ter melhores resultados nas atividades (ALMEIDA, 2010).

4.3 O MERCADO DE PRODUTOS FEITOS À BASE DE MILHO

Segundo SEBRAE (2016) O recurso nutricional e a qualidade favorecida pelo milho são considerados em vários produtos, utilizados por diferentes formas dos brasileiros. Os produtos mais importantes o milho-verde e seus derivados pamonhas, farinha de milho, canjica, fubá, bolos e mungunzá mais conhecidos pelos Brasileiros.

Por outro lado, Silva et al., (2015) ainda ressalta que o milho o grão mais utilizado em pratos tradicionais no Brasil além de ser comercializado devido a sua vasta derivação alimentícia como; espigas de milho, enlatados e subprodutos, curau, bolos e o tão famoso cuscuz. Com isso agregando um alto valor ao alimento e que pode haver alterações maiores em época de festas juninas.

No Brasil o consumo do milho aumentou devido ser um alimento muito utilizado nas refeições e também pelo desenvolvimento de novos subprodutos, aumentando assim a lucratividade no cenário do milho que segundo dados USDA (2010) o Brasil é um dos três países que abastecem o mercado do milho, sendo responsável por 7 milhões, toneladas de exportações em 2009 e dos Estados Unidos sendo 47 milhões, toneladas ficando atrás apenas da Argentina com 8,54 milhões de toneladas de exportações.

Quando se trata de exportação o Brasil segundo a CONAB (2016) destacam que é um dos principais produtores e exportadores de alimentos do mundo nos últimos anos, tendo destaque nas áreas de soja e milho, com estimadas em 119 e 90 milhões de toneladas. Diante desse estudo a perspectiva de lucratividade tende a aumentar a sua produção já que o milho é destinado para vários tipos culinários devido às suas ricas proteínas como o carboidrato, rico em vitaminas antioxidantes, rico em fibras etc...consolidando um mercado bem vantajoso, competitividade e Sustentável.

A alimentação é o processo pelo qual os organismos obtêm e assimilam alimentos ou nutrientes para as suas funções vitais, incluindo o crescimento, movimento, reprodução e manutenção da temperatura do corpo e considerado que o milho é um produto muito vantajoso no mercado, competitividade e sustentável agregado um alto valor para o consumo (LUZ et al., 2014).

5 METODOLOGIA

A presente pesquisa é de natureza básica, pois segundo Gil (2018) busca compreender um fenômeno de forma abrangente com aumento dos conhecimentos sobre determinado estudo. A pesquisa é exploratória, pois Marconi (2018) diz que são investigações de pesquisa empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com finalidade de aumentar a familiaridade do pesquisador com o ambiente, fato ou fenômeno para realização de uma pesquisa futura mais precisa.

Quanto à abordagem do problema classifica-se como qualitativa, onde Lakatos e Marconi (2017), dizem que a pesquisa quantitativa é um instrumento predeterminado dados numéricos, envolve análise estatística, e a qualitativa é um conhecimento das informações das pessoas e do grupo envolvidos. A pesquisa foi aplicada na cidade de Juazeiro do Norte, com a população de idade entre 15 a 60 anos, sendo de ambos os sexos. Para obter os resultados, utilizou-se um total de 400

questionários contendo questões abertas e fechadas com um total de treze perguntas, onde 100 foram respondidos pelo o google drive e 300 papéis A4, para verificar se há demanda para o negócio. Essa pesquisa se caracteriza como levantamento de campo, pois conforme Gil (2009) essa pesquisa é utilizada através uma solicitação de informações a um grupo de pessoas acerca do problema estudado, mediante a análise quantitativa, obter as conclusões dos dados coletados.

O questionário buscou identificar a viabilidade na implementação no setor alimentício do cuscuz instantâneo, com a população de Juazeiro do Norte, visando os aspectos econômicos da população, caracterizado os riscos e impactos do mercado, analisando os meios que possa beneficiar o negócio.

6 PLANO DE NEGÓCIO

6.1 CAPA



Cuscuz Instantâneo

Razão Social: C&P Indústria de alimento

CRISTIANA DE LIMA SILVA CPF: 600,457,583-60

PATRICIA VICENTE DE SOUZA CPF: 604,239,013-97

RUA: Coronel Francisco Filgueira Cruz nº571, Bairro: Timbaúba, Juazeiro do Norte-Ce

6.1.1.1 NEGÓCIO

O presente plano de negócio visa apresentar um produto inovador e de fácil preparo onde o cliente vai comprar o cuscuz instantâneo já no ponto de colocar no fogo ou no micro-onda e por 10 minuto já está pronto para o consumo, sendo assim facilitado a vida das pessoas que trabalham, e de quem não sabe o ponto certo de deixar para ir ao fogo, esse vai ser o diferencial do mercado e sobressair da concorrência. Com implementação da industrialização do cuscuz instantâneo localizada na cidade de Juazeiro do Norte - CE. Nele serão relatados os principais aspectos plano financeiro, operacional e marketing, além disso, uma pesquisa no mercado, com uma visão ampla no negócio.

Percebemos então a necessidade de abertura do negócio, vendo que as pessoas não têm tempo suficiente para trabalhar e fazer um alimento com qualidade e agilidade. Deste modo ao longo do conhecimento no curso de Administração de empresa, surgiu a ideia de criar a indústria de cuscuz instantâneo, criada pela as sócias: Sócia **A** Diretora Administrativa / Comercial, **CRISTIANA DE LIMA SILVA**, nascida na cidade de Juazeiro do Norte-Ce: Acadêmica de Administração de Empresas, cursando o 8º semestre. Com experiência profissional, auxiliar administrativa, Sócia **B**: Diretora Administrativa / Financeira, **PATRICIA VICENTE DE SOUZA**, nascida na cidade de Araripe-Ce: Acadêmica de Administração de Empresas, cursando o 8º semestre. Com experiência em administração, com curso de Assistente Administrativo.

O intuito do empreendimento é suprir a necessidade da região com o fornecimento de produtos inovador de fácil e rápido preparo, atendendo o público de categoria C e D. Dessa forma, este modelo de empreendimento pode ser considerado uma oportunidade que diante de uma necessidade pode-se nota a carência desse alimento no mercado.

Contudo, a ideia de se industrializar o cuscuz instantâneo veio para abrir um leque de vantagens competitivo devido o alimento já está pronto na embalagem e em questão de minutos já está pronto para o consumo, ocasionado assim a otimização do

tempo e a diminuição dos custos.

Quanto ao Setor, trata-se de uma indústria por se tratar de um cuscuz instantâneo que será industrializado com o intuito de atender as necessidades da população que precisa ter um alimento que não requer muito do seu tempo e que tenha qualidade um preço acessível.

Quanto à forma jurídica, é uma empresária individual (de circulação de bens ou serviços), já que a mesma será registrada no nome de somente uma pessoa. Para tanto, seu registro na Junta Comercial. Constituída com capital próprio de 80.000,00 reais.

Em se tratando de porte, a mesma será constituída na forma de Microempresa, para fins fiscais, receita bruta anual até R\$ 82.937,63. O regime de tributação é o simples nacional, no qual se trata de um regime diferenciado e simplificado.

Sendo assim, o estudo buscou encontrar respostas para quaisquer questionamentos quanto à oportunidade de negócio a fim de se captar todas as oportunidades de agregar valor e venda ao produto e eliminar os prováveis riscos que a empresa estará correndo. Por fim o plano ainda está sendo feito teste para verificar a viabilidade e está sendo consumindo na cidade de Juazeiro do Norte - CE, perto de onde a empresa estará situada. Nesta etapa é possível verificar a aceitabilidade tanto da organização que pretende ser aberta como dos produtos que por ela irão ser disponibilizados.

6.1.1.2 DESCRIÇÕES DO NEGÓCIO

O diferencial da indústria de cuscuz instantâneo é que a massa do cuscuz já está pronta e embalada no ponto de fazer onde o seu preparo leva em torno de 10 minutos no fogão ou 5 minutos no micro-ondas, o alimento já sai pronta para o consumo, melhorando na qualidade de vida e a redução no tempo de fazer um cuscuz por que vai ser rápido e prático.

6.1.1.3 Estrutura Legal

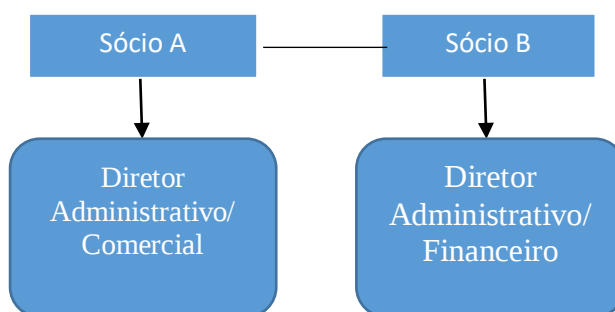
Para abertura da indústria de cuscuz instantâneo, primeiramente é fundamental fazer uma consulta para saber a disponibilidade do nome da razão social, depois fazer o cadastro na junta comercial para legalização como sociedade limitada, de pequeno porte com tributação simples, além disso, tem a inscrição dos órgãos: Receita federal para

emissão do CNP, inscrição ICMS, na Prefeitura para a liberação do alvará.

6.1.1.4 Estrutura Funcional e Organizacional

A indústria de cuscuz instantâneo funcionará com duas sócias seis funcionárias, uma sócia ficará responsável pela administração da loja, gerenciar o financeiro, emitir nota fiscal, entrar em contato com os fornecedores, fazer pedidos, a outra sócia é responsável pelo o setor comercial, com as vendas e o marketing. Haverá um funcionário para auxiliar a máquinas, um empacotador, dois na seladora, um para organizar os produtos já empacotado.

Figura 01: Estrutura Funcional



Sócio A: Diretora Administrativa / Comercial

CRISTIANA DE LIMA SILVA, CPF 600,457,583-60 data de nascimento 02/03/1986 na cidade de Juazeiro do Norte- CE; **Acadêmica** de Administração de Empresas, cursando o 8º semestre. Com experiência profissional, auxiliar administrativo.

Sócio B: Diretor Administrativo / Financeiro

PATRICIA VICENTE DE SOUZA, CPF 604,239,013,97 data de nascimento 19/01/1994 na cidade de Araripe-CE; **Acadêmica** de Administração de Empresas, cursando o 8º semestre. Com experiência em administração, com curso de Assistente Administrativo.

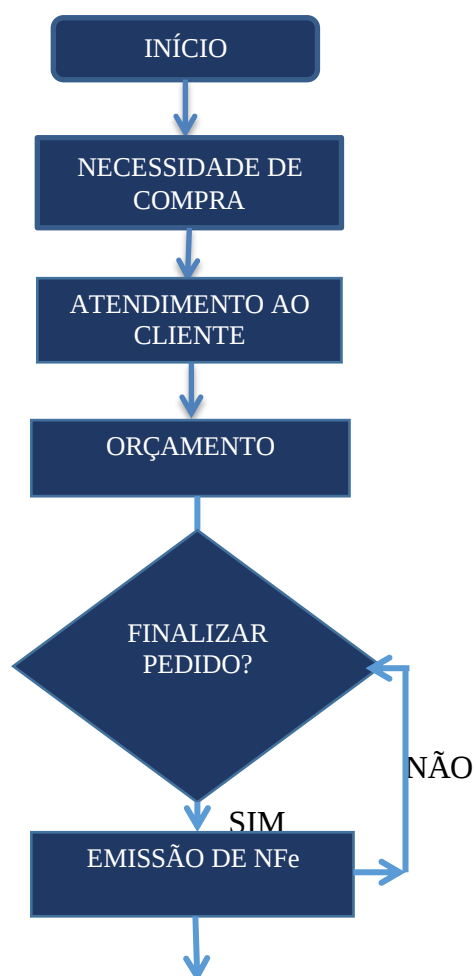
Quadro 1: DESCRIÇÃO DE CARGOS/FUNCIONÁRIOS

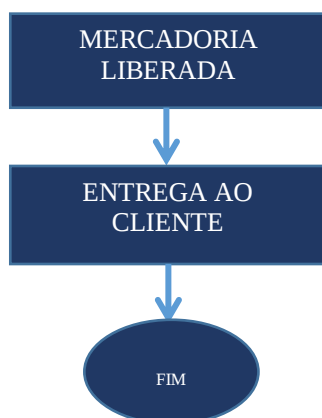
FUNÇÃO	DESCRIÇÃO DA FUNÇÃO	REQUISITOS MÍNIMOS	SALÁRIO

Funcionário 1	Auxiliar da maquina	Ter experiência em maquina	R\$ 998,00
Funcionário 2	Empacotador	Ter experiência em maquina	R\$ 998,00
Funcionário 3	Selador	Ter experiência em maquina	R\$ 998,00
Funcionário 4	Selador	Ter experiência em maquina	R\$ 998,00
Funcionário 5	Organiza os produtos já Empacotado	Ter experiência em maquina	R\$ 998,00

Fonte: Elaborado pela autora

Figura 02: Fluxograma de produção





Fonte: Elaborado pela autora

6.1.1.5 Missão

Desenvolver e fabricar com excelência alimentos de alta qualidade e praticidade modo que venha contribuir para o aumento do alimento sustentável.

6.1.1.6 Visão

Ser reconhecida como uma grande empresa no setor alimentício, sendo inovadora no segmento de massa de cuscuz instantâneo até 2025.

6.6 PLANEJAMENTO DE MARKETING E VENDA

O plano de marketing da indústria de cuscuz instantâneo se planeja por estratégia de inovação demonstrando fatores para ser o diferencial no mercado em relação a concorrência, com a finalidade de satisfazer o cliente.

6.6 .1 MERCADO DE CONSUMIDOR

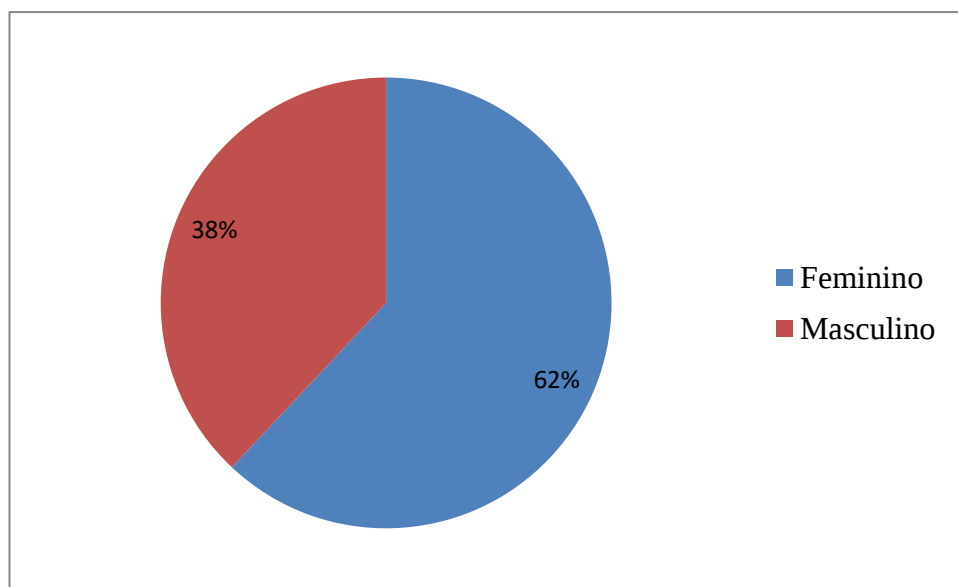
As indústrias no ramo alimentício sempre possibilitam uma grande rentabilidade no mercado ano a ano, em razão dessa demanda que as pessoas buscam por uma maior praticidade e qualidade na sua refeição e a industrialização de cuscuz instantâneo na cidade de Juazeiro do Norte-CE, tende só a contribuir para o desenvolvimento da Cidade onde estará localizada a Indústria, que possui grande fluxo de possíveis consumidores.

Para analisar o mercado consumidor, damos início a análise dos questionários, e o perfil dos entrevistados, a pesquisa foi executada na cidade de Juazeiro do Norte-CE,

em que o público alvo possuir uma população estimada em 2018 de 271.926 habitantes, segundo o instituto Brasileiro de Geografia e estatística IBGE (2018).

A partir dos questionários analisado foi possível identificar.

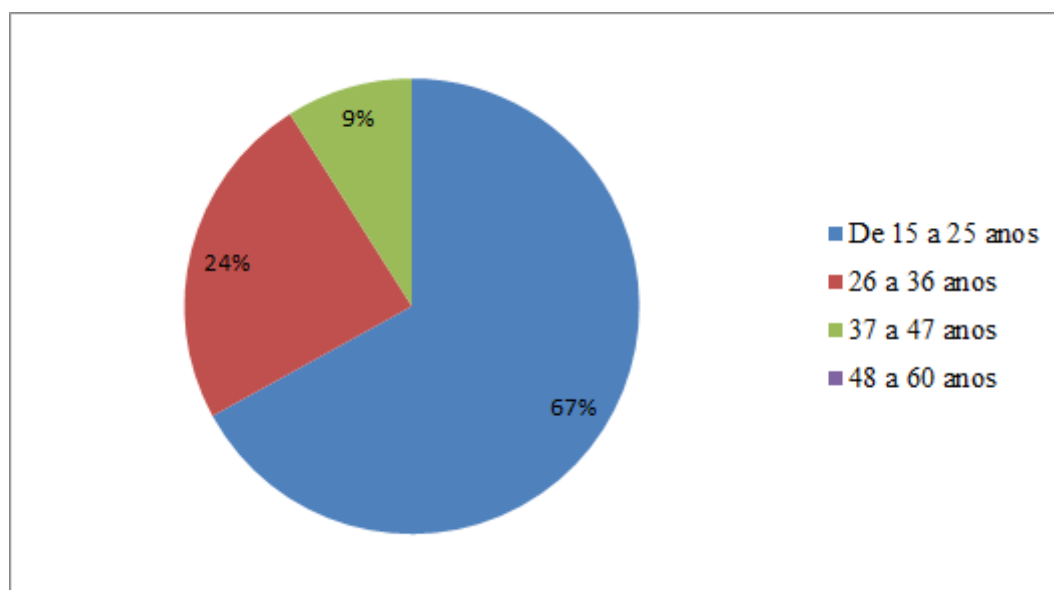
Gráfico 1: Gênero.



Fonte: Dados da Pesquisa 2019

Diante destes dados identificamos uma grande porcentagem do gênero feminino de 62% e 38% do gênero masculino, que buscam praticidade e rapidez em sua alimentação, enfatizando-se que a nossa indústria estará pronta para atender essa demanda com qualidade.

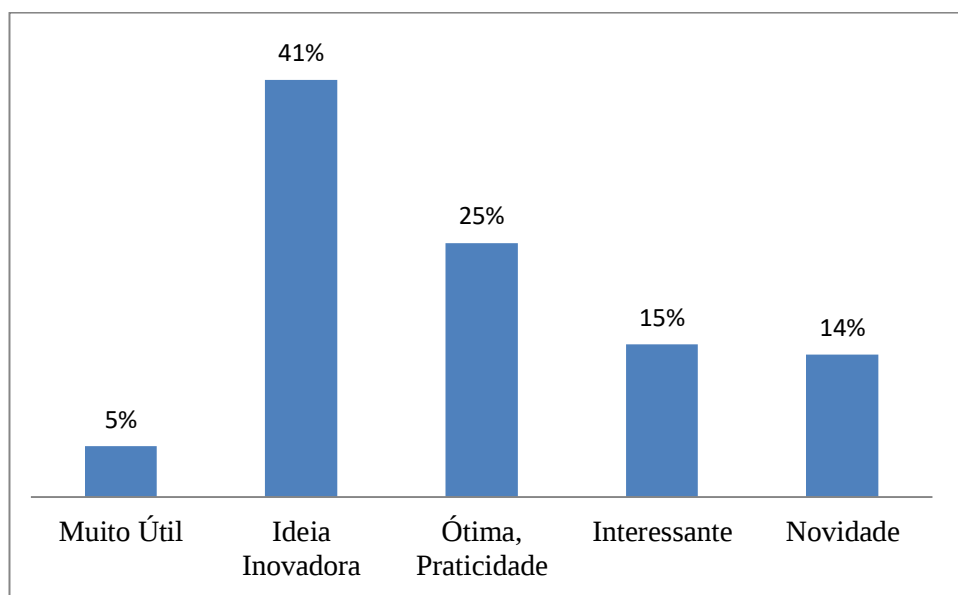
Gráfico 2: Idade.



Fonte: Dados da Pesquisa 2019

O quadro 2 indica que a demanda é relativamente do público entre 15 a 25 anos onde 67% das respostas eram deste perfil, ao analisar este público pode-se perceber que a maioria dos entrevistando estão estudando ou trabalhando e buscam por algo pratico, e é visando essa carência no mercado que planejamos inovar com produtos que traga praticidade para o dia a dia.

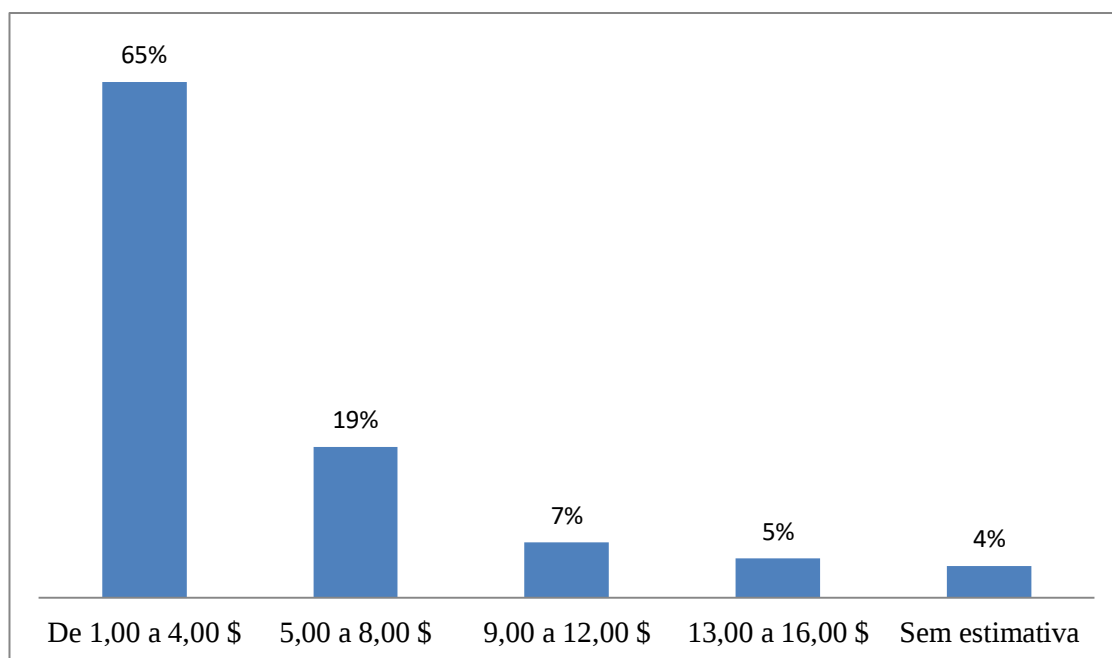
Gráfico 3: Percepção do produto



Fonte: Dados da Pesquisa 2019

Com esses dados podemos analisar que 41% das pessoas que responderam o questionário achou a ideia inovadora e que facilitaria muito a vida das pessoas em grande maioria das donas de casa, 25% apontaram a ideia como pratica por otimizar seu tempo e por não saber o ponto certo da massa.

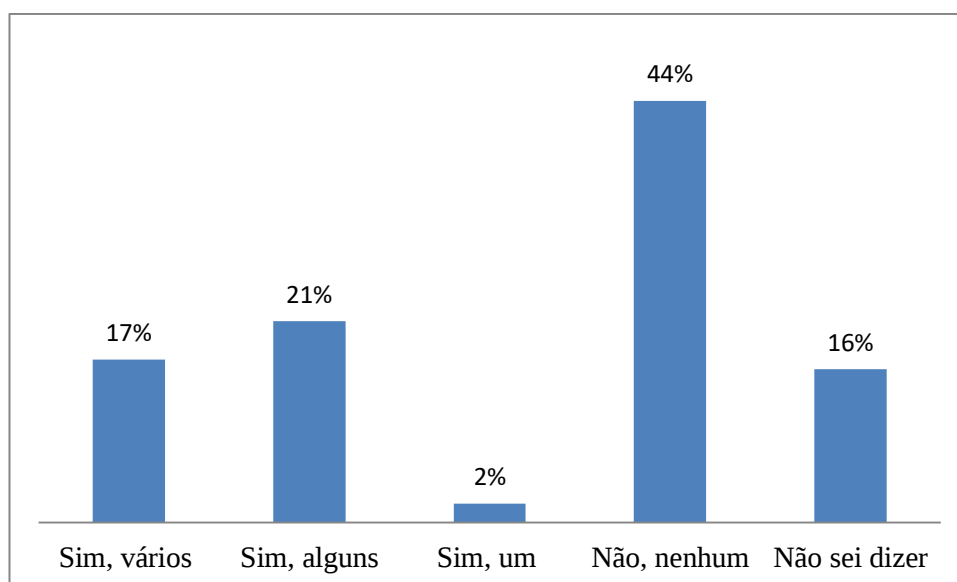
Gráfico 4: Estimativa de preço



Fonte: Dados da Pesquisa 2019.

Verificando o quadro 4, foi possível analisar que 65% das pessoas que responderam o questionário pagariam até R\$ 4,00, e apenas 5% pagariam até R\$ 16,00 ao analisar a estimativa de preço podemos perceber que o valor do produto seria acessível para grande maioria, pois o custo do produto traz lucratividade.

Gráfico 5: Produto similar na concorrência.

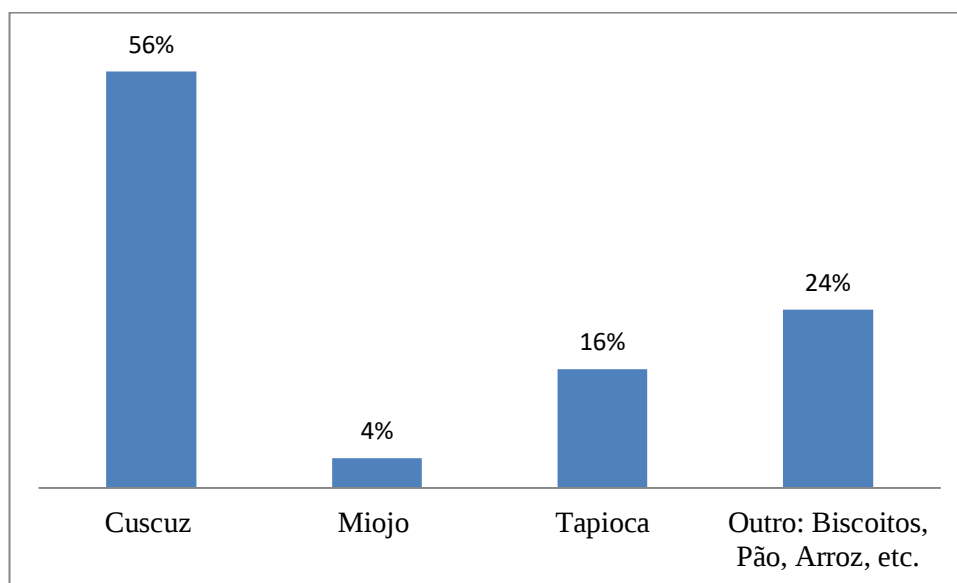


Fonte: Dados da Pesquisa 2019.

Diante dos dados levantados pode-se nota que no mercado 44% dos entrevistados não tem conhecimento de um produto similar ao que iremos implementar

que levando em consideração aos dados apurados anteriormente onde as pessoas estão em busca de inovação, qualidade e praticidade e que a maioria estão disposta a pagar um produto que traga mais comodidade, nossa empresa veio para suprir essa necessidade que o mercado está exigindo, onde apenas 21% responderam que tem conhecimento de produto similar que pra eles são os alimentos instantâneo.

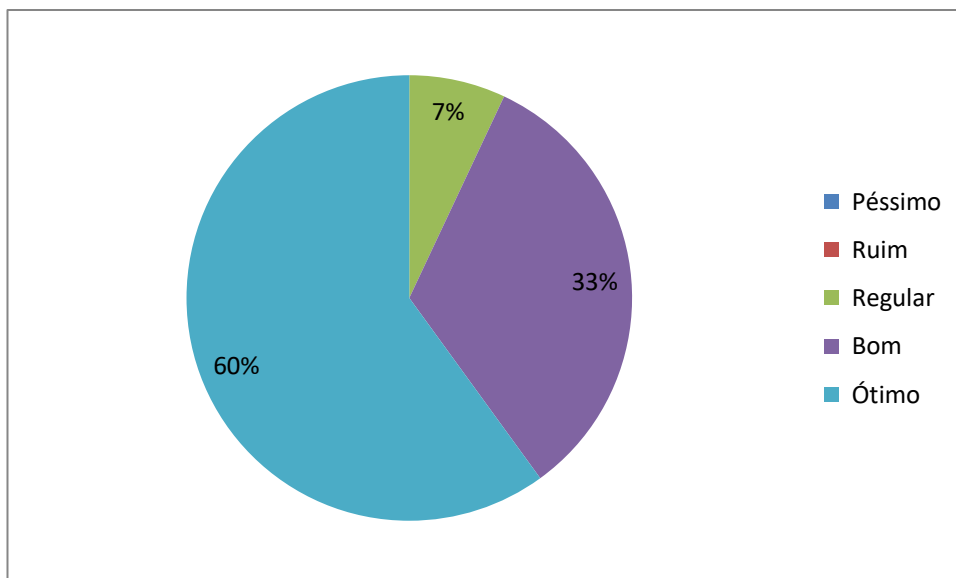
Gráfico 6: Qual desses produtos você mais consome.



Fonte: Dados da Pesquisa 2019.

Diante desses gráficos, concluímos que 56% dos entrevistados consome mais cuscuz no dia a dia e 24% preferem mais biscoito, pão e outros que seja mais fácil de preparar ou que já venha feito, 16% preferem tapioca por ser uns dos alimentos mais rápido e de fácil preparo, 4% optaram miojo por ser bem mais fácil e rápido de fazer, então podemos ver que as pessoas buscam por um alimento mais fácil e rápido de fazer e que seja de qualidade como o nosso produto além de ser cuscuz que é um dos alimento mais procurado pelo o brasileiro agora vai ser inovado sendo pré-pronto para o consumo.

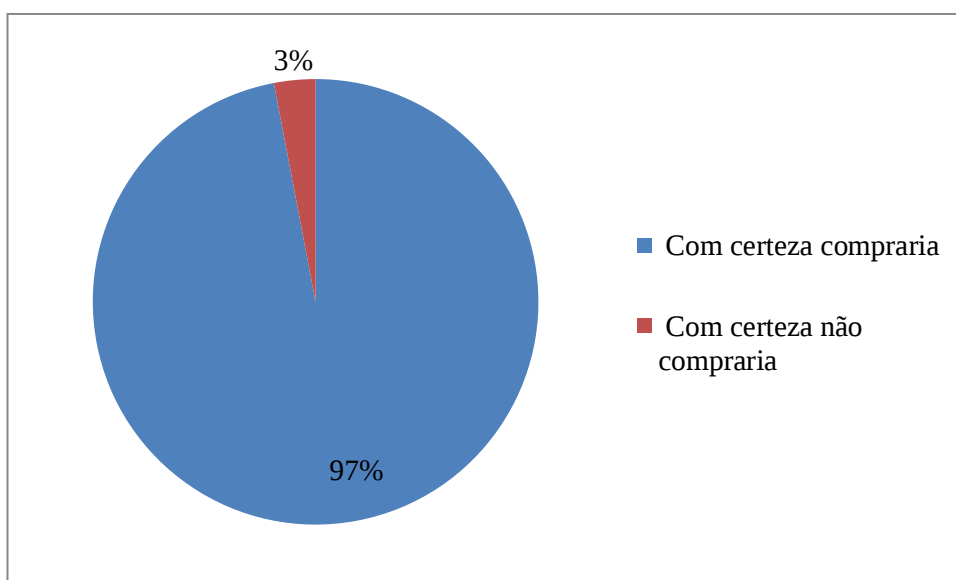
Gráfico 7: Classificação da ideia.



Fonte: Dados da Pesquisa 2019.

Podemos analisar 60% dos entrevistados acharam a ideia do cuscuz pré-pronto Ótima, 33% classificaram uma ideia boa e 7% regular. Ou seja, muitas pessoas aprovaram e gostaram do produto inovador onde vai facilitar a vida de muitas pessoas que não sabe fazer o preparar do cuscuz ou mesmo quem sabe fazer, mas na maioria das vezes não tem muito tempo para fazer.

Gráfico 8: Compraria o produto.

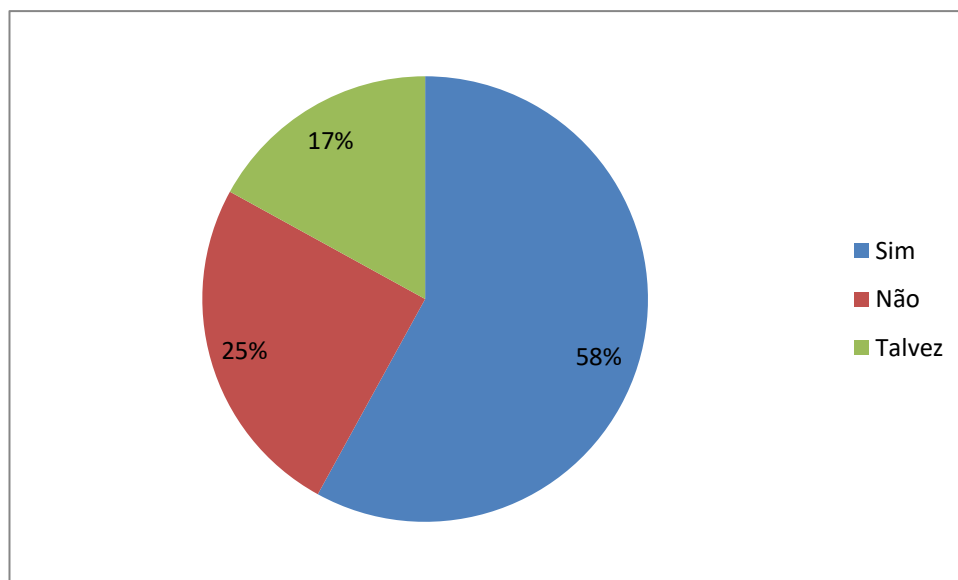


Fonte: Dados da Pesquisa 2019.

Com os dados da pesquisa percebe-se que 97% das pessoas entrevistada

compraria nosso produto e 3% não compraria, teve uma grande aceitação da população por ser um produto inovador de rápido preparo, as pessoas procuram mais por produto de qualidade e que seja fácil de fazer em menos tempo, com isso vem o cuscuz instantâneo visando o bem-estar da população.

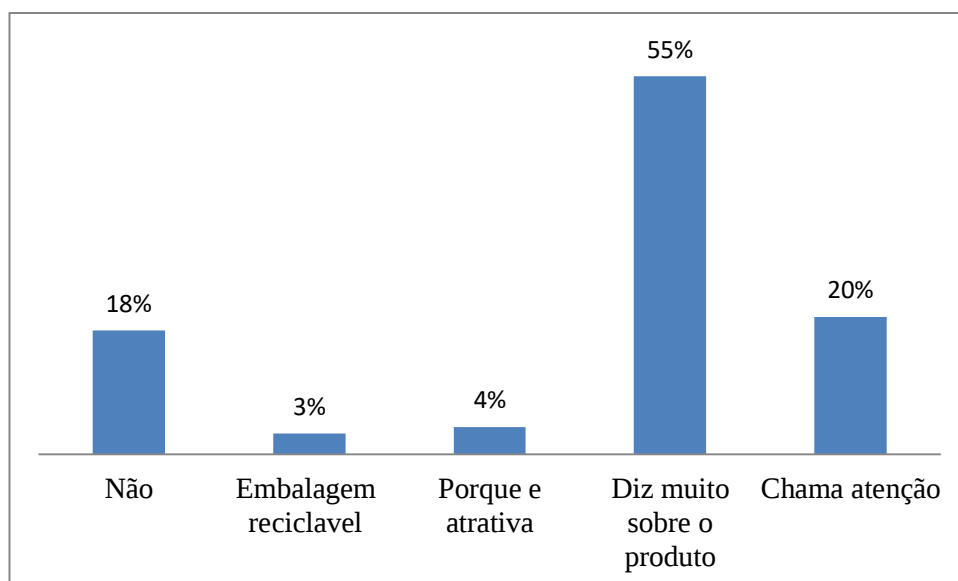
Gráfico 9: A embalagem é decisiva na hora da compra.



Fonte: Dados da Pesquisa 2019.

Podemos observar que 58% dos entrevistados a embalagem é um fator decisivo na hora da compra que uma embalagem que conserve bem o produto e que precisa tem um fácil manuseio, 25% responderam que a embalagem não decisiva e 17% responderam que talvez a embalagem fosse decisiva, desse modo demonstra que a grande maioria acha a embalagem muito importante na hora de comprar um produto, assim temos que investir bem na nossa embalagem para que seja bem atraente.

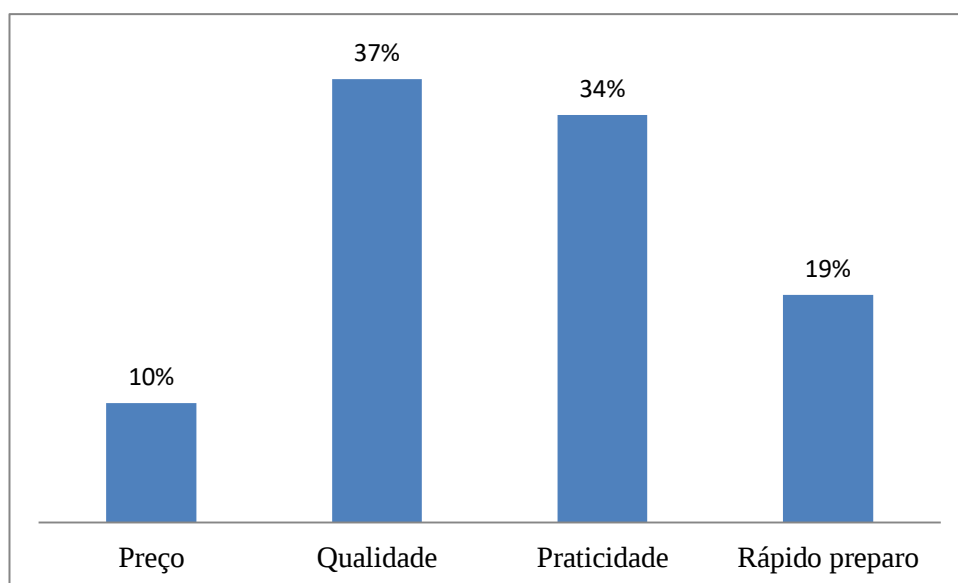
Gráfico 10: Se a embalagem é decisiva na hora da compra.



Fonte: Dados da Pesquisa 2019.

A partir dos dados pesquisados onde 58% das pessoas tem como fator crucial a embalagem na hora da compra, pois buscam sim por algo mais prático, porém não abrem mão de ter um produto sofisticado e principalmente uma embalagem que não agrida tanto a natureza, 20 % informaram que a embalagem não tem chama muita atenção e que na maioria das vezes por ter uma embalagem sofisticada recai sobre o preço do produto e 18% aponta que não se importa para a embalagem do produto.

Gráfico 11: Por que compraria o produto.



Fonte: Dados da Pesquisa 2019.

Considerando a análise dos dados coletadas acima onde 37% das pessoas na

cidade de Juazeiro do norte comprariam o cuscuz instantâneo pela a sua qualidade 34% analisam a praticidade do alimento ser pré -pronto o que facilitariam as suas atividades do dia-a-dia 19% optaram pela rapidez no preparo por ter um alimento que no máximo em 15 minutos está pronto para o consumo e apenas 10% mencionou o preço tendo em vista que as pessoas estão em busca de produtos que facilite a sua vida e na maioria pagaria para ter essa comodidade

6.6.2 MERCADO COMPETIDOR

Os concorrentes diretos são pequenas indústria ou distribuidoras de alimentos pré-prontos na cidade como: tapioca, miojo. No entanto o cuscuz instantâneo é um alimento muito apreciado na região sendo um produto diferenciado proporcionando uma grande oportunidade de mercado. Porém ainda há ameaça de novos entrantes, sendo que essa é uma possibilidade real de sucesso, devido a demanda de mercado.

6.6.3 MERCADO FORNECEDOR

A escolha dos fornecedores de matéria-prima ou de produtos tem grande importância no planejamento da empresa onde é preciso descobrir quem são, onde se localizam, e a maneira mais adequada para o negócio que está sendo planejado.

Nesta na análise dos fornecedores, para início terá 2 fornecedores que será o Assaí atacadistas e o atacadão localizado na cidade de Juazeiro do Norte, pois devido à grande variedade marcas e preço também vai proporcionar melhores condições de pagamentos.

Quadro 2: ANÁLISE DOS FORNECEDORES

EMPRESA	MIX DE PRODUTOS	FORMA DE PAGAMENTO	ENTREGA
FORNECEDOR 1 ATACADÃO	Massa de milho Vitamilho 500 g; Massa de milho Bono milho 500g; Massa de milho	Dinheiro; Cartão de débito; Cartão de Crédito da própria	Não tem

	Clara mil 500g	loja	
FORNECEDOR 2 ASSAÍ ATACADISTA	Floco de milho Coringa 500g; Flocos de milho Novo milho 500g	Dinheiro; Cartão de débito; Cartão de Crédito da própria loja e todo tipo.	Não tem
FORNECEDOR 3 AGROINDÚSTRIA PADRE CÍCERO	Massa de milho Padre Cícero		

6.6.4 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Considerando as diversas formas de divulgação dos produtos, o marketing abrange um conjunto de ideias que tem o objetivo importante para atrair os consumidores, isso é muito relevante para o desenvolvimento do negócio e tem a capacidade de aumentar a demanda pelo o produto. Com as estratégia utilizadas no mercado, são redes sócias Instragram, Facebook, WhatsApp, Radio, TV, Panfletos entre outros.

Distribuição do Produto: O produto estará armazenado na fábrica e a sua distribuição acontecerá da seguinte forma. O cliente entrará em contato para fazer o seu pedido, ou poderá encaminha-se até a fabrica para efetuar o seu pedido pessoalmente e o responsável pela entrega irá transportar o produto a seu destino final.

Vantagem Competitiva: A vantagem para o consumidor está na praticidade e qualidade, por ser um produto inovador e único no mercado, sendo pré-pronto e um preço mais atraente para os clientes.

Características dos produtos: Tem objetivo de beneficiar o cliente com o produto de alta qualidade e satisfazer a necessidade diária na alimentação de fácil preparo, com cuscuz instantâneo que irá lhe trazer melhoria na qualidade de vida.

Ciclo de vida dos produtos: O produto tem data de validade, por isso será implementado a ferramenta de controle de estoque PEPS (primeiro que entra é o primeiro que sai) assim tem que manter a qualidade do produto repassando o prazo de validade para os clientes em longo prazo.

Tecnologia: Investindo nas inovações e tecnologia, faz-se necessário possuir um contato próximos com os fornecedores, aperfeiçoar os estoques, além de usar novas tecnologias para atrair os clientes e tem outras divulgações do produto como as redes sócias, Instagram, WhatsApp e facebook.

Degustação de produto: será disponibilizado um pacote com 100g contendo um produto de qualidade e nutritivo para o cliente.

Relacionamento com os clientes: Nos dias de hoje as pessoas estão pesquisando para saber de mais informações quando vai comprar, por isso estamos atentos às novas tendências de mercado, buscando sempre satisfazer a necessidade dos clientes, com atendimento diferenciado com responsabilidade, respeito, educação e ética. A meta não é a pena vender o produto, mas garantir um momento agradável para os clientes. Estaremos sempre estudando as novas modalidades do mercado para melhorar cada vez mais e suprir as necessidades dos clientes.

Para melhor entendimento do processo, segue abaixo a análise do Marketing Mix dos 4Ps, e como a empresa irá se adequar a essa realidade conforme o passar do tempo e o surgimento de novas tendências.

6.6.6.1 Produto

O cuscuz instantâneo oferecerá a seus clientes uma alimentação saudável e rápida no seu dia-a-dia que atendem as necessidades dos clientes, pois o produto trata-se da massa de milho pré-pronta é embalada onde seu tempo de preparo leva apenas 10 minutos para o consumo, tudo isso para suprir os desejos dos consumidores, tendo em vista que o cliente está cada vez mais exigente por produtos que traga qualidade e praticidade devido à falta de tempo do seu dia, e estão à procura de novas informações antes de concluir uma compra. Diante dessas informações buscamos trabalhar com produto que traz um diferencial como a praticidade e rapidez e que causam o impacto visual nas pessoas, de modo que o produto fique na mente deles fazendo com que leve a consumo o produto, pois selecionamos sempre melhores ingredientes em parceria com

fornecedores de qualidade de modo que passamos segurança e confiabilidade aos nossos clientes.

6.6.6.2 Preço

A nossa estratégia de marketing é voltado para o preço, levará em consideração uma ferramenta muito útil na divulgação dos produtos as mídias sócias, com intuito de abranger uma grande dimensão, Dessa forma foi possível verificar através de levantamentos o preço que nosso cliente pagaria para ter o cuscuz instantâneo, nesse quesito foi analisado o mercado através da análise SWOT foi percebido que não temos concorrentes diretos apenas produtos similares, Diante disso foi visto que a venda do produto à R\$ 4,00 seria possível atrair o maior número possível de clientes, sem comprometer a margem de lucro da empresa, Também iremos trabalhar com cadastro e fidelização de através de divulgação e envio mensagens sobre futuras inovação e possíveis descontos que faça aumentar a demanda e lucro razoável por nossos produtos.

6.6.6.3 Prazo para Pagamento

A C&P Indústria de Alimentos, trabalhará com prazos da seguinte forma:

Preço de a vista = Valor Presente (R\$ 5,00)
Preço de desconto = 5 % em espécie
Preço de prazo 15 dias = Acréscimo de 5%
Preço de prazo 30 dias = Acréscimo de 10%

6.6.6.4 Políticas de Desconto

Após o cadastro do cliente e a realização das 3 compras anteriores o desconto será ofertado, sendo ele de 5% à vista em espécie.

6.6.6.5 Promoção

Será ofertada promoções com propaganda através das tecnologias virtuais (E-mail, WhatsApp, Facebook e Instagram), através de um planejamento que vise captar novos clientes e fidelizar- los, afim de expandir a marca da empresa.

6.6.6.6 Condições de pagamento

A forma de pagamento ofertada para nossos clientes poderá ocorrer através de transferência bancária ou cadastro para faturamento do boleto 15 dias com acréscimo de 5% no valor do produto e boleto para acima 30 dias com acréscimo de 10% no valor da venda, além de disponibilizar a opção de Cartão de Crédito parcelado em até 3 vezes com acréscimos de 10%.

6.6.6.7 Localização do negócio

A concentração da empresa e um fator crucial na hora de escolher da localização ideal para a fundação, onde deve-se averiguar 3 fatores A c&p indústria alimentícia trabalhará com as seguintes formas de pagamentos, que serão à vista em dinheiro com desconto de 5%, além de trabalhar com cartões débito e crédito em 30 dias valor do produto sem acréscimo e 60 dias, com acréscimo de 10%.principalmente se houve concorrente diretos, precisa estar atendo ao ponto comercial, o mercado consumidor e o mercado concorrente, estaremos localizados na Rua coronel Francisco Filgueira cruz 571, bairro Timbaúba na cidade de Juazeiro do norte-CE

6.8 PLANO FINANCEIRO

6.8.1 Fontes de recursos financeiros

De início, foi realizado um planejamento para identificar o valor para investir na abertura do negócio, concluiu-se que será necessário fazer um empréstimo bancário para cobrir o investimento com a compra de matérias e as despesas para o funcionamento da empresa.

6.8.2 Investimentos financeiros iniciais necessários.

- **Investimento Fixo**

Quadro 3: A Máquinas e equipamentos

Nº	Descrição	Qtde.	Vlt. Unitário	Total
1	Maquina para cartão de credito	1	R\$ 118,00	R\$ 118,00
2	Maquina Balança dosadora JC800	1	R\$ 21.000,00	R\$ 21.0000,00
3	Notebook de del intell	1	R\$ 1.189,00	R\$ 1.189,00
4	Impressora Tannca TP-509	1	R\$ 210,00	R\$ 210,00
5	Câmara Resfriamento	1	R\$ 13.494,12	R\$ 13.494,12
6	Seladora Rotativa JC650	2	R\$ 11.000,00	R\$ 21.000,00
7	Telefone k302 c/ identificador de chamada keo	1	R\$ 59,00	R\$ 59,00
8	Ventilador de coluna	1	R\$ 103,51	R\$ 103,51
	Total			R\$ 57.173,63

Quadro 4: B Móveis e utensílios

Nº	Descrição	Qtde.	Vlt. Unitário	Total
1	Mesa para computador de canto me 4116 – tecno mobili – tabaco	1	R\$ 360,05	R\$ 360,05
2	Cadeira Diretor Giratória TI-Cde-07-1 Trevalla	2	R\$ 179,99	R\$ 359,98
3	Longarina 3 lugares Secretaria Injetada	1	R\$ 197,61	R\$ 197,61
4	Lixeira com Tampa 5 Litros em Inox Carrefour Home HO36774	2	R\$ 29,90	R\$ 59,80
5	Bandeja	2	R\$ 29,30	R\$ 58,60
6	Bebedouro	2	R\$ 202,30	R\$ 404,60
	Total			R\$ 1.440,64

Capital de giro

Quadro 5: A Estimativa do estoque inicial (Mensal)

	Descrição	Qtde.	Vlt. Unitário	Total
1	Matéria Prima (500g)	210 p	R\$ 25,50	R\$ 5.355
2	Água	25m³	R\$ 100,00	R\$ 100,00
3	Sal	10unidade	R\$ 0,90	R\$ 9,00
4	Embalagem	5250 pacote	R\$ 2,00	R\$ 10500
	Total			R\$ 15.964

Quadro 6: B – Caixa mínimo

Contas a receber

Prazo Médio de Vendas	(%)	Número de Dias	Média Ponderada em Dias
a vista	50%	0	0 Dias
a prazo (1)	40%	15	6 Dias
a prazo (2)	10%	30	3 Dias
Prazo Médio Total			9 Dias

A empresa estimou-se para trabalhar com a seguinte politica de venda:

- 50% das vendas serão á vista;
- 40% das vendas com 15 dias;
- 10% das vendas com 30 dias.

Quadro 7: Fornecedores

Prazo Médio de Vendas	(%)	Número de Dias	Média Ponderada em Dias
a vista	60%	0	0 Dias
a prazo (1)	30%	30	9 Dias
a prazo (2)	10%	60	6
a prazo (3)	%	0	0
Prazo Médio Total			12 Dias

6.8.3 Orçamentos das operações

QUADRO 8: INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Despesas de Legalização	R\$ 2.500,00
Divulgação	R\$ 500,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 400,00
Identidade Visual	R\$ 4.000
TOTAL	R\$ 7.400

QUADRO 9: DESPESAS DE LEGALIZAÇÃO

Contador	R\$ 400,00
Vigilância Sanitária	R\$ 200,00
Licença Municipal (Alvará)	R\$ 400,00
Abertura da empresa	R\$ 1.400,00

TOTAL	R\$ 2.400
--------------	------------------

6.8.3.1 Estimativa de receitas

QUADRO 10: ESTIMATIVA DE RECEITAS

DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS	QTDE. ESTIMADA DE VENDAS	PREÇO DE VENDAS - R\$	FATURAMENTO TOTAL
Cuscuz instantâneo	R\$ 5.250 mês	R\$ 5,00	26.250,00

6.8.3.2 Custos e despesas variáveis

QUADRO 11: CUSTOS DE DESPESAS VARIÁVEIS

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
Impostos	R\$ 10%
Propaganda	R\$ 600,00
Total	R\$ 600,00

6.8.3.3. Custos e despesas fixos

QUADRO 12: CUSTO DE DESPESAS FIXOS

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
Aluguel	R\$ 2000,00
Telefone	R\$ 150,00
Água	R\$ 100,00
Energia elétrica	R\$ 1.000,00
Internet	R\$ 100,00
Honorários do contador	R\$ 400,00
Pró-labore	R\$ 1.996,00
Par. Banco	R\$ 583,00
Salario + embargos	R\$ 4.311,36
Material de limpeza	R\$ 50,00
Terceirização	R\$ 3.000
Total	R\$ 13.690.36

QUADRO 13: CUSTOS TOTAIS DAS DESPESAS

Custos totais das despesas	R\$ 14.290,36
----------------------------	---------------

(/) Matéria prima	R\$ 5,00
(/) Semanas	4
(/) Dias	5
(=) Insumos produzidos	R\$ 142,90
(x) Mês	R\$ 4.287,11
(x) Preço do produto	R\$ 21.435,54
(-) Custo total	R\$ 14.290,36
(=) Lucro (sem pró-labore)	R\$ 7.145,18

6.8.4 Resultados Operacionais

6.8.4.1 Demonstração do Resultado do Exercício (D.R.E)

QUADRO 14: DRE

QUADRO	DESCRIÇÃO	(R\$)	(%)
	1. Receita Total com Vendas	R\$ 26.250,00	
	2. Custos Variáveis Totais	R\$ 600,00	
	(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 15.964	
	(-) Impostos sobre vendas	5.512,50	18% ICMS+4% Simples
	(-) Custo com Depreciação mensal	520,75	
	4 (-) Custos fixos totais	R\$ 13.690,36	
	3. Margem de Contribuição (1 - 2)	R\$ 25.600,50	
	5(-) Resultado Operacional (3-4)	R\$ 11.959,64	
	Ponto de equilíbrio	R\$ 13.969,75	
	Índice de margem de contribuição	R\$ 0,98	
	Lucratividade	R\$ 45%	
	Rentabilidade	R\$14,4 %	
	Retorno do investimento	R\$ 6.934,8	

6.8.4.2 Ponto de equilíbrio

$$PE = R\$ \frac{R\$ 13.690,36}{0,98} = R\$ 13.969,75$$

$$\text{Índice da margem de contribuição} = \frac{R\$ 25.600,00}{26.250,00} = 0,98\%$$

6.8.4.3 Lucratividade

$$\text{Lucratividade} = \frac{R\$ 11.959,64}{26.250,00} \times 100 = 45\%$$

6.8.4.4 Rentabilidade

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{R\$ } 11.959,64}{82.937,63} \times 100 = 14,4\%$$

6.8.4.5 Prazo de retorno do investimento

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{R\$ } 82.937,63}{\text{R\$ } 11.959,64} = 7 \text{ mês}$$

QUADRO 15: ANÁLISES INTERNAS E EXTERNAS

ANÁLISES INTERNAS E EXTERNAS	
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
- Produtos de Qualidade - Localização Acessível - Preço Acessível - Atendimento total ao cliente	- Falta de recursos financeiros
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
- Aumento de produtividade por meio da otimização e automação. - Não tem concorrência.	- Aumento dos impostos dos produtos - Roubo ou assaltos

Com esta análise, concluiu-se que o negócio é viável, os pontos fortes e fracos, como fatores internos ameaças e oportunidade como fatores externos que são os que causam alguns impactos na empresa. Há demanda será suficiente para cobrir os custos e gerar lucro, para ser mais viável será negociado com fornecedor comprar uma grande quantidade para ter descontos e a forma de pagamento mais viável, assim passando um preço bem acessível para os clientes.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa apresentou um plano de negócio que teve como objetivo principal analisar a viabilidade da industrialização do cuscuz instantâneo á base de milho, sendo uma indústria do ramo alimentício situada na cidade de Juazeiro do Norte-CE. O fator determinante para abertura da empresa nesse segmento foi à carência de alimentos nutritivos que traga praticidade e rapidez no seu preparo, além de ter um baixo custo e ser acessível para todas as classes sociais.

Os dados considerados para elaboração do plano de negócio foram de Bernardi (2016) que conforme o autor o empreendedorismo tem se tornado um dos requisitos básicos para se gera renda e criar novas oportunidades, e é nesse intuito que surgiu a ideia diante de uma necessidade de incrementar um produto que já existia, só que com uma inovação que veio para agregar valor, onde o cuscuz instantâneo teve uma aceitação da população através de uma amostra de estudo de mercado com um público alvo B e C.

Para tanto, o mais eficaz de se aprofundar no mercado, é fazer um plano de negócio, a ferramenta mais importante na abertura de um plano de negócio é fazer a análise do plano financeiro e no marketing ele funciona como resumo da empresa, do pedido de compra com os fornecedores até o estudo da viabilidade, para verificar se o negócio é viável ou não.

Diante da análise dos resultados obtidos através do estudo mercadológico, conclui-se que o nível de investimento é alto por trata-se de máquinas de alta tecnologia, mas levando em consideração que o custo dos insumos é baixo e que o retorno do capital será de curto prazo.

Através do plano financeiro descobriu o investimento fixo, compram de maquina, móveis, equipamento e utensilio. Os investimentos pré-operacional: reformas, divulgação, treinamento e despesas com legalização. O capital de giro que é o somatório do estoque inicial com o caixa mínimo, e a soma dos três tópicos será o investimento total.

A proposta de investimentos no empreendedorismo e viável devido à existência de espaço no mercado tendo em vista que haverá demanda pelo o produto com um bom crescimento e desenvolvimento, no Brasil, pois não tem concorrentes diretos.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, A, R. **Planejamento estratégico**: formulação, implementação e controle. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2016.

ALMEIDA, I, R. **Manual de planejamento estratégico**: desenvolvimento de um plano estratégico com a utilização de planilhas Excel. 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

BERNARDI, L, A. **Empreendedorismo e armadilhas comportamentais**: causalidades, emoções e complexidade. São Paulo: Atlas, 2015.

CAMPOS, D,C. **Atuando em psicologia do trabalho, psicologia organizacional e recursos humanos**. 2. Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2017.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas**: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio / Idalberto Chiavenato. - 2.ed. rev. e atualizada. - São Paulo : Saraiva, 2017.

CUSTÓDIO, T, P. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio**. /Telma Padilha Custódio. Lins, 2011

CRUZ, T. Manual de planejamento estratégico: ferramentas para desenvolver, executar e aplicar. São Paulo: Atlas, 2017.

CONAB. Milho total (1ª e 2ª safra) Brasil - Disponível em:
<<http://www.conab.gov.br/conabweb/index.php?PAG=J31> >. Acesso em: 14 Maio de 2019.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

DOLABELA, Fernando. **Riscos Bem Calculados: o que é e o que faz o empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2010.

DRUCHER, P, F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo, 2014.

FALCINI, P. **Avaliação econômica de empresas**: técnica e prática: investimentos de risco, remuneração dos investimentos, geração de fundos de caixa, contabilidade por atividades e por fluxos de caixa. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

GIL, A, C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

GIL, A.C. **Método e técnica de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LUZ, J. M. Q.; CAMILO, J. S.; BARBIERI, V. H. B.; RANGEL, R. M.; OLIVEIRA, R. C. Produtividade de genótipos de milho doce e milho verde em função de intervalos

colheita. *Horticultura Brasileira*, v. 32, n. 2, p. 163-167, 2014. Disponível em: <<http://editor.horticulturabrasileira.com.br/index.php/HB/article/view/49>>. Doi: <https://doi.org/10.1590/hb.v32i2.49>. Acesso em: 08 abr. 2019.

MASEIRO, G. **Administração de Empresa**: Teoria e funções com exercício e casos. 3ed. ver. E atual. São Paulo: Saraiva, 2012.

OLIVEIRA, D, P, R. **Empreendedorismo**: vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios. São Paulo : Atlas, 2014.

OLIVEIRA, D, P. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. ed. – São Paulo : Atlas, 2018.

SILVA, G. C.; SCHMITZ, R.; SILVA, L. C.; CARPANINI, G. G.; MAGALHÃES, R. C. Desempenho de cultivares para produção de milho verde na agricultura familiar do sul de Roraima. Disponível em: <http://rbms.cnpms.embrapa.br/index.php/ojs/article/view/562/pdf_425>. doi: <http://dx.doi.org/10.18512/1980-6477/rbms.v14n2p273-282>. Acesso em: 20 abril. 2019.

SEBRAE. Disponível em: <http://sebraemercados.com.br/milho-tem-grande-potencial-de-comercializacao/>. Acesso em 15/02/2019.

SEBRAE. Disponível em: <http://sebraemercados.com.br/oportunidades-no-mercado-de-milho-e-derivados/>. Acesso em 15/02/2019.

ANEXOS



A pesquisa busca identificar a percepção das pessoas sobre a abertura da indústria do cuscuz instantâneo na cidade de Juazeiro do Norte - CE

ANÁLISE DE VIABILIDADE DA INDUSTRIALIZAÇÃO DE ALIMENTO A BASE DE MILHO

GRADUANDAS: Cristiana de Lima Silva
Patrícia Vicente de Souza

ORIENTADORA: Prof^ª Ms. Tharsis Cidália de Sá Barreto Diaz Alencar

1. Sexo

() Feminino

() Masculino

2. Idade

☐ De 15 a 25 anos☐ 26 a 36 anos☐ 37 a 47 anos☐ 48 a 60 anos

3. Qual a sua percepção sobre a abertura de uma indústria para produção de cuscuz pré-pronto? Por que?

4. Quanto você daria a um produto como este?

5. Você conhece algum produto similar a este na concorrência?

- ☐ Sim, vários
- ☐ Sim, alguns
- ☐ Sim, um
- ☐ Não, nenhum
- ☐ Não sei dizer

6. Qual destes produtos abaixo você mais consome no dia a dia?

☐ Cuscuz☐ Tapioca☐ Miojo☐ Outro _____

7. Como classificaria a ideia?

☐ Péssimo☐ Ruim☐ Regular☐ Bom☐ Ótimo

8. Você compraria este produto acima descrito?

☐ com certeza compraria☐ com certeza não compraria

9. A embalagem é fator decisivo na hora da compra?

() Sim () Não

10. Em relação a pergunta anterior se a embalagem for decisiva na hora da compra?
Por quê?

11. O que levaria você a comprar este produto?

() Preço () Qualidade
() Praticidade () Rápido preparo