

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC DE CARAPICUIBA
M-TEC ADMINISTRAÇÃO, 3º ANO**

**FELIPE GOMES DE OLIVEIRA
IGOR MASSONE MONTEIRO
KAWÃ FERNANDES DA SILVA MOREIRA
KAYNÃ MARQUES DA SILVA
PEDRO HENRIQUE ALMEIDA DIAS**

PROJETO SORVETERIA NEVE ENCANTADA

**CARAPICUÍBA
2025**

Felipe Gomes de Oliveira
Igor Massone Monteiro
Kawã Fernandes da Silva Moreira
Kaynã Marques da Silva
Pedro Henrique Almeida Dias

PROJETO SORVETERIA NEVE ENCANTADA

Este trabalho foi realizado no componente
de Administração da Produção e Serviços.
Orientador: Prof. Renato Fava Martelli.

CARAPICUÍBA
2025

SUMÁRIO

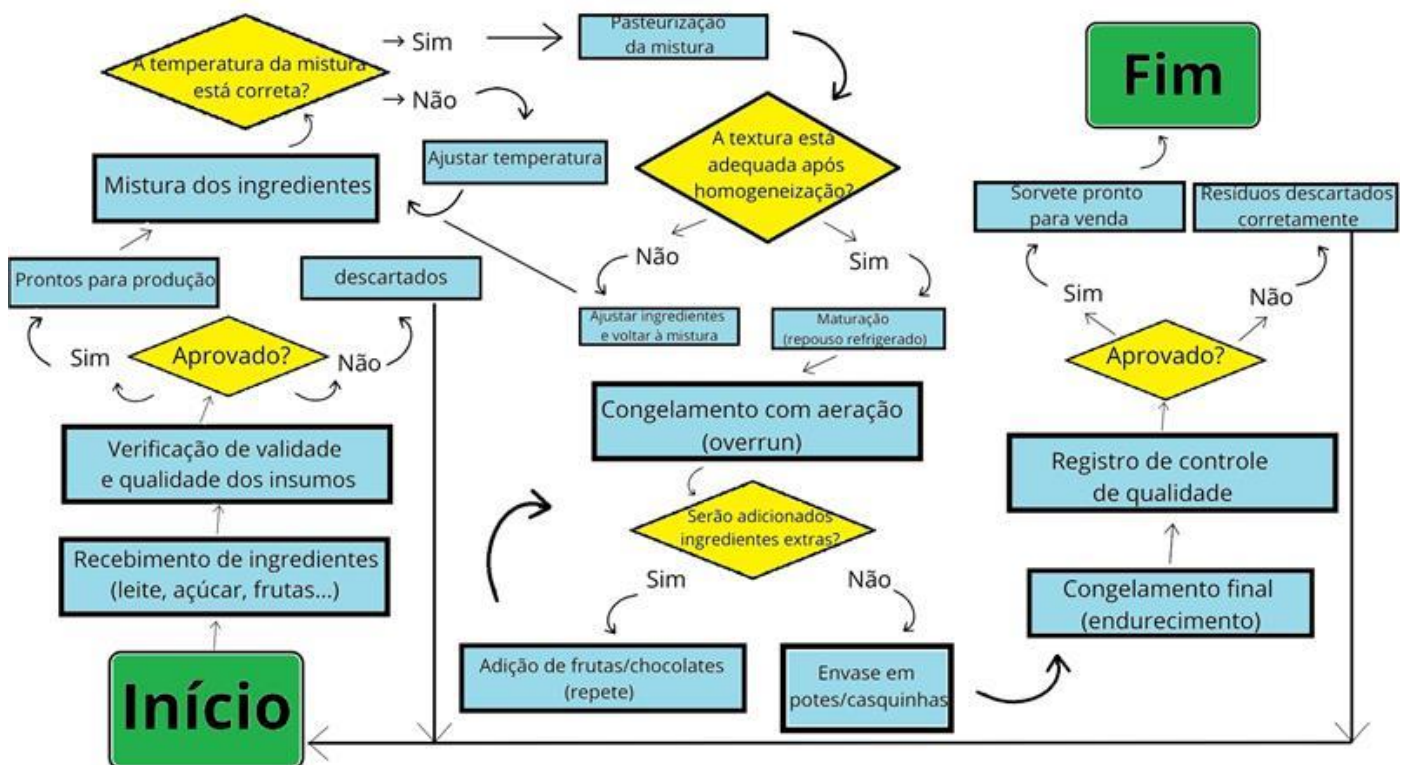
Descrição do projeto com o produto	4
Fluxograma do processo com nosso produto	4
Quem são nossos fornecedores	4
Quais os nossos produtos?	5
Sorvetes de Massa:	5
Sorvetes em Picolé:	5
Produtos Diversificados:	5
Quem são nossos clientes	6
QUEM É NOSSO PÚBLICO-ALVO?	6
Como nos conectamos com eles:	7
O que todos têm em comum:	8
Processos	9
SIPOC	9
Blueprint	10
KPIs	10
a) Tempo Médio de Atendimento	10
b) Nível de Satisfação do Cliente (NPS).....	11
c) Taxa de Retrabalho / Erros	11
Custos:	12
O custo dos investimentos:	13
Sorvetes:.....	16
Picolés:	16
Produtos Diversificados:	17
Vendas planejadas	18
Indicadores Financeiros	19
Outros	21
Desenvolvimento do Produto (Teoria)	21
Criação de Website	21
Panfletos / Banners	22

Descrição do projeto com o produto

A Neve Encantada é uma sorveteria criada para o projeto do componente Administração da Produção e Serviços, com o intuito de desenvolver as competências requeridas.

A Neve Encantada opera, de forma fictícia, com vários sabores de sorvete, incluindo morango, chocolate, abacaxi com vinho, flocos, entre outros. A empresa também conta com estratégias de marketing digital (principalmente visível pelo website que elaboramos para o projeto) e físico (de maneira fictícia, a partir dos nossos produtos).

Fluxograma do processo com nosso produto



Quem são nossos fornecedores

A Neve Encantada Gelatto possui diversos fornecedores, com matérias primas de alta qualidade, de diversos ramos diferentes como: Setor Industrial de

Alimentos e Bebidas , como a Duas Rodas Industrial S.A; Setor de Equipamentos e Utensílios Comerciais , com empresas conhecidas como a Polofrio; Setor de Embalagens e Descartáveis, por exemplo: Copobras, Nicopel, etc; Setor de Distribuição e Atacado Alimentício, além de nossos fornecedores mundialmente conhecidos pela qualidade e praticidade, Atacadão, Assai atacadista entre outros

Quais os nossos produtos?

Nossos produtos principais são sorvetes de sabores variados:

Sorvetes de Massa:

- Sorvete de Baunilha
- Sorvete de Chocolate
- Sorvete de Morango
- Sorvete de Frutas
- Sorvete com Pedacos (Flocos)
- Sorvete de Chocomenta

Sorvetes em Picolé:

- Morango
- Chocolate
- Maracujá
- Limão
- Amendoim

Porém, como na época do inverno, há uma recessão na venda de sorvetes, buscamos **algumas alternativas:**

Produtos Diversificados:

- Bebidas: Chás, Café e Chocolate Quente

- Sobremesas: waffles e brownies
- Sorvetes: Massa (pote)

Quem são nossos clientes

Nossos clientes são frequentadores da sorveteria, que devido à sazonalidade, aparecerão mais em épocas de calor, rendendo maior lucro neste período. Na época do frio, buscamos vender alternativas, para que não percamos nossa clientela em razão da sazonalidade.

QUEM É NOSSO PÚBLICO-ALVO?

Os clientes específicos que buscamos:

Desacelerados

Esses clientes querem desacelerar e simplificar suas vidas. Priorizam produtos que promovam calma, introspecção e desaceleração. Apreciam práticas e itens que os ajudam a viver de forma consciente.

Pessoas ocupadas

Esses clientes têm agendas lotadas e equilibram trabalho, família e responsabilidades. Priorizam a conveniência, buscando produtos e serviços que otimizem seu tempo e se integrem às suas rotinas.

Nostálgicos

Esses clientes apreciam produtos e experiências que evocam memórias do passado. São atraídos por itens que remetem à infância, adolescência ou épocas especiais. Gostam do charme do retrô.

Minimalistas

Esses clientes procuram simplicidade, funcionalidade e qualidade. Vivem conscientemente, focando no essencial e evitando excessos. Preferem produtos duráveis e multifuncionais.

Em nossa empresa, enxergamos quatro perfis de clientes que representam diferentes formas de viver, consumir e sentir o mundo: Desacelerados, Pessoas Ocupadas, Nostálgicos e Minimalistas. Cada um deles reflete um estilo de vida singular, mas todos compartilham algo essencial — o desejo de consumir com propósito, viver com equilíbrio e encontrar significado nas escolhas.

Desacelerados: Esses clientes nos inspiram a valorizar o tempo e o agora. Eles buscam simplificar a vida, desacelerar o ritmo e viver com mais presença. Priorizam produtos que transmitam calma, introspecção e bem-estar, apreciando tudo o que é feito com propósito e autenticidade. Sabemos que esse público compra com o coração — eles não querem apenas um produto, querem um ritual tranquilo.

Gostam de texturas naturais, cores suaves e histórias reais. São movidos pela emoção de viver com leveza.

Como nos conectamos com eles:

Usamos uma comunicação calma, com narrativas que respiram propósito. Falamos sobre qualidade, tempo e cuidado — tudo que os ajuda a viver de forma consciente.

Pessoas Ocupadas: Esses clientes representam o equilíbrio entre trabalho, família e autocuidado. Eles têm rotinas intensas e valorizam tudo que simplifica e otimiza. Procuram soluções que economizem tempo sem renunciar à qualidade — produtos e serviços que se integrem à vida corrida com praticidade.

Entendemos que esse público busca controle e eficiência. Eles não querem perder tempo, querem fazer o tempo render.

Como nos conectamos com eles:

Falamos de forma direta, mostrando resultados e conveniência. Nossos produtos precisam transmitir praticidade, confiabilidade e agilidade — sem complicação.

Nostálgicos: Esses clientes têm alma sensível. Eles se encantam com experiências que despertam lembranças boas — a

infância, o cheiro da casa dos avós, os momentos simples de outras épocas. Valorizam produtos com história, tradição e significado, e sentem prazer no charme do retrô.

Com eles, aprendemos que consumo pode ser um ato de memória afetiva. Não é sobre o novo, é sobre o que desperta sentimento.

Como nos conectamos com eles:

Usamos narrativas que evocam lembranças, com estética acolhedora e design inspirado no passado. Contamos histórias que fazem o cliente se sentir em casa — porque, no fundo, é isso que eles procuram.

Minimalistas: Esses clientes nos ensinam o valor da simplicidade consciente. Eles acreditam que menos é mais — vivem com propósito, priorizando qualidade, durabilidade e funcionalidade. Gostam de produtos multifuncionais, bem pensados e sustentáveis.

Para eles, cada compra é uma escolha de vida. Eles buscam ordem, clareza e tranquilidade mental através do essencial.

Como nos conectamos com eles:

Nossa linguagem é limpa, objetiva e honesta. Apostamos em design minimalista e mensagens que expressem transparência, durabilidade e propósito real.

O que todos têm em comum:

Apesar das diferenças, todos esses perfis têm algo que os une: eles rejeitam o consumo vazio e buscam propósito, conforto e autenticidade.

Desacelerados e Minimalistas compartilham o amor pela simplicidade — um pela emoção, outro pela razão.

Pessoas Ocupadas e Minimalistas valorizam a eficiência — um para *ganhar tempo*, o outro para *libertar-se do excesso*.

Nostálgicos e Desacelerados se unem pelo ritmo mais calmo e pela valorização da sensibilidade.

Já Desacelerados e Ocupados são opostos complementares — um quer frear o tempo, o outro quer aproveitá-lo ao máximo.

Também prestaremos atendimento rápido e garantiremos que nossa mercadoria (sorvetes) seja sempre suprida (logística eficiente). Conquistaremos nossos clientes através da flexibilidade de nossos serviços (por exemplo, oferecendo opções de customização, como coberturas e tamanhos variados), além dos outros critérios, em especial o marketing (podendo usar redes sociais para promover nossa sorveteria), criando uma confiabilidade em nossos produtos (sorvetes) por parte destes.

Processos

Os processos a serem visualizados na Sorveteria Neve Encantada são:

SIPOC

O SIPOC é a visão macro, a "fotografia aérea" do negócio. Ele responde: "O que precisa existir para o cliente sair daqui feliz com seu sorvete?"

S (Suppliers)	I (Inputs)	P (Process)	O (Outputs)	C (Customers)
Fornecedores de ingredientes (leite, frutas, coberturas) Fornecedor de embalagens Equipe de funcionários	Ingredientes frescos Equipamentos (freezer, batedeiras, vitrines) Sistema de caixa Energia elétrica	1. Cliente chega ao balcão 2. Escolhe sabor 3. Pedido é registrado no caixa 4. Sorvete é servido 5. Pagamento é feito e pedido entregue	Sorvete pronto e entregue Recibo Experiência de atendimento	Clientes presenciais Turistas Famílias e crianças
Fornecedores	Entradas	Processos/ Etapas	Saídas	Clientes

Blueprint

O “Mapa da Experiência” em relação aos processos na sorveteria:

Ações do Cliente	Frontstage (visível)	Linha de Visibilidade	Backstage (invisível)	Suporte
1. Entra na sorveteria 2. Observa vitrines e sabores 3. Faz o pedido no balcão 4. Realiza pagamento 5. Recebe o sorvete 6. Consume no local ou leva embora	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionário cumprimenta • Mostra sabores disponíveis • Anota o pedido e confirma • Serve o sorvete à vista do cliente • Processa pagamento no caixa 	<hr/> Linha de Visibilidade <hr/> Separa o que o cliente vê do que ele não vê	-> Equipe de apoio reabastece ingredientes -> Higienização de utensílios -> Controle de estoque -> Preparação antecipada de sorvetes no laboratório interno	-> Sistema de caixa -> Freezers -> Fabricação e maquinário -> Controle Financeiro -> Limpeza

KPIs

Alguns Key Performance Indicator (KPIs, Indicadores de Performance-Chave) que podemos utilizar são:

a) Tempo Médio de Atendimento

Este Mede o tempo desde o cliente fazer o pedido até receber o sorvete, indicando a eficiência do atendimento.

Para isso, fazemos a soma do tempo levado para o atendimento de cada pedido, e dividimos pela quantidade de pedidos. Assim encontramos a média de tempo levado.

Fórmula:

Tempo Médio = (Soma do tempo do atendimento por pedido)/número de pedidos

Ideia:

Meta diária ou semanal de 4 minutos ou menos por atendimento, podendo reduzir para 3 minutos em dias mais cheios de clientes.

b) Nível de Satisfação do Cliente (NPS)

Fazer a típica pergunta para o cliente responder, num formulário online ou físico: “Em uma escala de 0 a 10, qual a probabilidade de você recomendar nossa sorveteria a um amigo?”

Então, com NPS (Net Promoter Score), fazemos a média da pontuação obtida, podendo multiplicar-se por 100 para obter a porcentagem.

Fórmula:

$NPS = (Soma\ do\ valor\ das\ respostas) / Número\ de\ respostas$

Ou, em porcentagem:

$NPS\% = 100 * (Soma\ do\ valor\ das\ respostas) / Número\ de\ respostas$

Ideia:

Meta semanal ou mensal de 8.0 ou 80% ou acima.

c) Taxa de Retrabalho / Erros

Para garantir a eficiência do trabalho, é necessário que se ocorra o mínimo de erros possível.

Assim, medimos a taxa de retrabalho em porcentagem, vendo a proporção de erros em relação ao trabalho total.

Fórmula:

Taxa de retrabalho = $100 * (\text{n}^\circ \text{ de pedidos refeitos}) / \text{número de pedidos no total}$

Ideia:

Meta diária, menor de 2% de pedidos com erro.

Dessa maneira, buscamos responder às seguintes perguntas com os KPIs:

- a) "O atendimento foi rápido?";
- b) "Os clientes saíram felizes?";
- c) "E nós lucramos?".

Custos:

Quanto aos custos, temos o investimento na nossa sorveteria e o custo de nossos produtos.

O custo dos investimentos:

Investimento fixo

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Balcão de atendimento	1	1.850,00	1.850,00	2.73
Balcões refrigerados	3	3.700,00	11.100,00	16.40
Cadeiras	1	2.533,00	2.533,00	3.74
Computadores	2	2.000,00	4.000,00	5.91
Freezers	3	11.000,00	33.000,00	48.76
Liquidificador industrial	3	1.300,00	3.900,00	5.76
Máquina de milk-shake	3	1.400,00	4.200,00	6.21
Material de Escritório	1	1.000,00	1.000,00	1.48
Prateleiras	5	250,00	1.250,00	1.85
Sinalização interna e externa	1	50,00	50,00	0.07
Sistema de segurança (alarmes, câmeras)	1	1.800,00	1.800,00	2.66
Sistema de ventilação e ar condicionado	1	1.500,00	1.500,00	2.22
Telefone	1	1.000,00	1.000,00	1.48
Utensílios de servir (taças, colheres)	1	500,00	500,00	0.74
Total			67.683,00	100.00

Investimento pré-operacional

Descrição	Valor total (R\$)	%
Criação e registro da marca	142,00	0.23
Gastos de legalização	6.550,00	10.85
Marketing para inauguração	1.700,00	2.81
Reformas e obras	50.000,00	82.80
Softwares de gestão	1.350,00	2.24
Uniformes e crachás	645,00	1.07
Total	60.387,00	100.00

A receita dos sorvetes segue:

Sorvete de Baunilha

- Rendimento: 10 porções
- Fonte: Receita – Tudogostoso

Ingredientes e Custos:

- Essência de Baunilha – 1 colher de sopa
 - Custo das caixas: 15
 - Custo total: 12,5
 - Custo unitário: R\$ 1,25
- Leite – 250 ml
 - Custo das caixas: 5
 - Custo total: 1,25
 - Custo unitário: R\$ 0,13
- Creme de leite – 1 lata
 - Custo das caixas: R\$ 4,00
 - Custo total: 4
 - Custo unitário: R\$ 0,40
- **Total da Receita: R\$ 25,75**
 - **Custo por Porção: R\$ 2,58**
 - **Preço sugerido: R\$ 3,35**

Sorvete de Chocolate

- Rendimento: 5 porções
- Fonte: Receita – Tudogostoso

Ingredientes e Custos:

- Chocolate – 80 g

- Custo total: 5
 - Custo unitário: R\$ 1,00
- Leite (quente) – 300 ml
 - Custo total: 6
 - Custo unitário: R\$ 1,20
- Leite condensado – 1 caixa
 - Custo total: R\$ 4,00
 - Custo unitário: R\$ 0,80
- **Total da Receita: R\$ 15,00**
 - **Custo por Porção: R\$ 3,00**


Desse modo, os custos que temos com nossos produtos (aplicando margem de lucro 30% sobre o custo unitário para o preço de venda unitário para cada produto) são:

Sorvetes:

Massa					
	Ingredientes	Qtde.	Medida	Custo Total	Custo Unitário
Sorvete de Baunilha	Massa (Essência) Baunilha	1	colher de sopa	R\$ 12,50	R\$ 1,25
10 porções					
1300g	Leite	250	ml	R\$ 1,25	R\$ 0,13
	Creme de leite	1	lata	R\$ 4,00	R\$ 0,40
	Leite Condensado	2	caixas	R\$ 8,00	R\$ 0,80
			TOTAL	R\$ 25,75	R\$ 2,58
					Preço 3,35
Sorvete de Chocolate					
	Ingredientes	Qtde.	Medida	Custo Total	Custo Unitário
5 porções	Chocolate	80	g	R\$ 5,00	R\$ 1,00
650g	Leite (quente)	300	ml	R\$ 6,00	R\$ 1,20
	Leite Condensado	1	caixas	R\$ 4,00	R\$ 0,80
				R\$ 15,00	R\$ 3,00
					Preço 3,90
Sorvete de Morango					
	Ingredientes	Qtde.	Medida	Custo Total	Custo Unitário
10 porções	Morango	1	caixas	R\$ 15,00	R\$ 1,50
1300g	Creme de leite	2	caixas	R\$ 8,00	R\$ 0,80
	Leite Condensado	1	lata	R\$ 8,00	R\$ 0,80
				R\$ 31,00	R\$ 3,10
					Preço 4,03

Sorvete de Abacaxi com Vinho					
	Ingredientes	Qtde.	Medida	Custo Total	Custo 8 porções
8 porções	Leite	200	ml	R\$ 3,60	R\$ 1,80
1000g	Vinho tinto seco	30	ml	R\$ 50,00	R\$ 1,50
	Abacaxi em calda	500	g	R\$ 22,00	R\$ 11,00
	Creme de leite		caixas	R\$ 4,00	R\$ 2,00
	Leite Condensado	1	lata	R\$ 8,00	R\$ 4,00
					Custo Unitário
			TOTAL	R\$ 87,60	R\$ 20,30
					Preço 2,54
					3,30
Sorvete com Pedacos (Flocos)					
	Ingredientes	Qtde.	Medida	Custo Total	Custo Unitário
20 porções	Leite	100	ml	R\$ 5,00	R\$ 0,25
2600g	Creme de leite	2	caixas	R\$ 4,00	R\$ 0,20
	Leite Condensado	1	lata	R\$ 8,00	R\$ 0,40
	Chocolate meio amargo picado	100	g	R\$ 6,25	R\$ 0,31
			Total	R\$ 23,25	R\$ 1,16
					Preço 1,51
Sorvete de Chocomenta					
	Ingredientes	Qtde.	Medida	Custo Total	Custo Unitário
6 porções	Leite	100	ml	R\$ 0,50	R\$ 0,08
	Creme de leite	2	caixas	R\$ 4,00	R\$ 0,67
	Leite Condensado	1	lata	R\$ 8,00	R\$ 1,33
	Chocolate meio amargo picado	100	g	R\$ 6,25	R\$ 1,04
	Licor de menta	30	g	R\$ 2,08	R\$ 0,35
			Total	R\$ 20,83	R\$ 3,47
					Preço 4,51

Picolés:

 Picolé	Custo aquisição R\$ 1,50	Preço de venda R\$ 5,00	⋮
---	-----------------------------	----------------------------	---

(Produto de revenda, se trata de uma exceção. A margem de lucro é 333,33% sobre o preço original)

Produtos Diversificados:

Café coado						
(xícara 200ml)	Ingredientes	Qtde. usada	Qtde comprada	Custo Total	Custo Unitário	
	Café em pó (em gramas)	10	500	R\$ 30,00	R\$ 0,60	
	Água filtrada + energia	(proporcional)	(proporcional)	(proporcional)	R\$ 0,10	
	Copo descartável/xícara	1	(proporcional)	(proporcional)	R\$ 0,20	Preço
	TOTAL				R\$ 0,90	1,17
Chocolate Quente Cremoso						
(porção 250 ml)	Ingredientes	Qtde. usada	Qtde comprada	Custo Total	Custo Unitário	
	Leite integral (mL)	250	1000	R\$ 5,00	R\$ 1,25	
	Chocolate em pó (gramas)	30	1000	40	R\$ 1,20	
	Açúcar (gramas)	40	1000	6	R\$ 0,24	
	Creme de Leite (lata)	0,25	1	4	R\$ 1,00	
	Canela em pó (gramas)	1	100	5	R\$ 0,05	
	Copo descartável/xícara	1	(proporcional)	(proporcional)	R\$ 0,20	Preço
	TOTAL				R\$ 3,94	5,12
Chá						
(porção 300 ml)	Ingredientes	Qtde. usada	Qtde comprada	Custo Total	Custo Unitário	
	Saquinho de chá	10	500	R\$ 30,00	R\$ 0,60	
	Água filtrada + energia	(proporcional)	(proporcional)	(proporcional)	R\$ 0,10	
	Limão/fatias de mel	(proporcional)	(proporcional)	(proporcional)	R\$ 0,20	
	Copo descartável/xícara	1	(proporcional)	(proporcional)	R\$ 0,20	Preço
	TOTAL				R\$ 1,10	1,43

Sobremesa: Waffle de Chocolate						
10 porções/unidades de waffles	Ingredientes	Qtde. usada	Qtde comprada	Custo Total	Custo 10 porções	Custo Unitário
	Ovos (unidade)	3	12	R\$ 12,00	R\$ 3,00	R\$ 0,30
	Leite (mL)	350	1000	5	R\$ 1,75	R\$ 0,18
	Farinha de Trigo (gramas)	260	1000	8	R\$ 2,08	R\$ 0,21
	Amido de milho (maisena) (g)	120	1000	10	R\$ 1,20	R\$ 0,12
	Açúcar (g)	30	1000	6	R\$ 0,18	R\$ 0,02
	Manteiga (g)	60	200	10	R\$ 3,00	R\$ 0,30
	Chocolate em pó	40	1000	40	R\$ 1,60	R\$ 0,16
	Embalagem	1	(proporcional)	(proporcional)	R\$ 0,50	R\$ 0,05
	TOTAL				R\$ 13,31	1,33
					Preço	
					R\$ 17,30	1,73
Sobremesa: Brownies						
8 porções/unidades	Ingredientes	Qtde. usada	Qtde comprada	Custo Total	Custo 8 porções	Custo Unitário
	Ovos (unidade)	3	12	R\$ 12,00	R\$ 3,00	R\$ 0,30
	Energia/gás/forno	1	(proporcional)	(proporcional)	R\$ 4,00	R\$ 0,50
	Farinha de Trigo (gramas)	120	1000	8	R\$ 0,96	R\$ 0,10
	Açúcar (g)	72	1000	6	R\$ 0,43	R\$ 0,04
	Manteiga (g)	56	200	10	R\$ 2,80	R\$ 0,28
	Achocolatado em pó	240	1000	40	R\$ 9,60	R\$ 0,96
	Embalagem	1	(proporcional)	(proporcional)	R\$ 0,50	R\$ 0,05
	TOTAL				R\$ 21,29	2,23
					Preço	
					R\$ 27,68	2,90

Sorvete de Massa (Revenda)	Custo	Preço
Pote	R\$ 20,00	R\$ 26,00

Assim, utilizamos um estoque inicial de:

Estoque Inicial

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Cobertura: Fruta - Morango	50	35,99	1.799,50	16,00
Complemento: Casquinhas	100	3,00	300,00	2,67
Complemento: Confeitos M&M	40	6,00	240,00	2,13
Complemento: Fruta - Abacaxi	15	16,00	240,00	2,13
Complemento: Granulado	40	2,00	80,00	0,71
Complemento: Paçoca	24	12,00	288,00	2,56
Ingrediente: Cobertura (Chocolate)	100	16,00	1.600,00	14,22
Ingrediente: Cobertura (Morango)	100	16,00	1.600,00	14,22
Ingrediente: Creme (Baunilha)	50	20,00	1.000,00	8,89
Ingrediente: Creme (Chocolate)	50	30,00	1.500,00	13,34
Ingrediente: Creme (Morango)	50	50,00	2.500,00	22,23
Picolés Pré-Prontos	50	2,00	100,00	0,89
Total			11.247,50	100,00

Vendas planejadas

Devido à sazonalidade, é esperado que iremos vender mais na época do calor do que no frio, embora hajam alternativas utilizadas para minimizar os prejuízos, como a utilização de produtos diversificados em períodos de inverno. Desse modo, temos em mente as seguintes vendas projetadas:

Época Verão	
Custos Mensais	R\$ 59.223,00
Vendas Mensais	R\$ 87.000,00
Saldo Líquido	R\$ 27.777,00

Época Inverno	
Custos Mensais	R\$ 31.823,00
Vendas Mensais	R\$ 20.000,00
Saldo Líquido	-R\$ 11.823,00

Indicadores Financeiros

Com base na ferramenta PNBox, simulamos uma quantia de vendas mensais do nosso produto, com base em todas as informações anteriormente mencionadas. A própria ferramenta gerou indicadores financeiros simulados como resposta, tendo lucratividade estimada em 15,47%.

Seguem os indicadores financeiros:

Resumo Financeiro

Descrição	
Receita Anual	R\$ 657.775,00
Custos Variáveis	-R\$ 270.102,18
Margem de Contribuição	R\$ 387.672,82
Custos Fixos	-R\$ 285.925,44
Resultado	R\$ 101.747,00
Lucratividade Anual	15.47 %

Outros Indicadores

Descrição	
Payback Simples	25 meses
Rentabilidade Anual	51.84 %

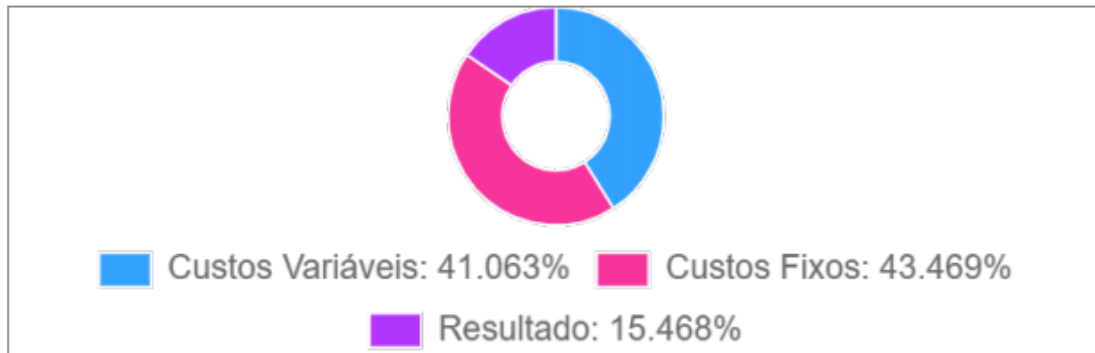
Pontos de Equilíbrio

Lucro Desejado: R\$ 150.000,00

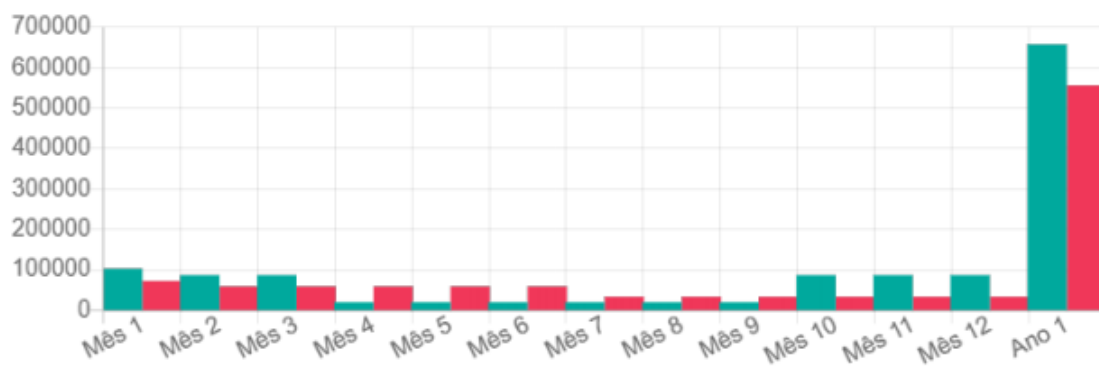
Descrição	
PE Contabil	R\$ 485.112,72
PE Financeiro	R\$ 478.656,31
PE Econômico	R\$ 739.608,82

Gráficos

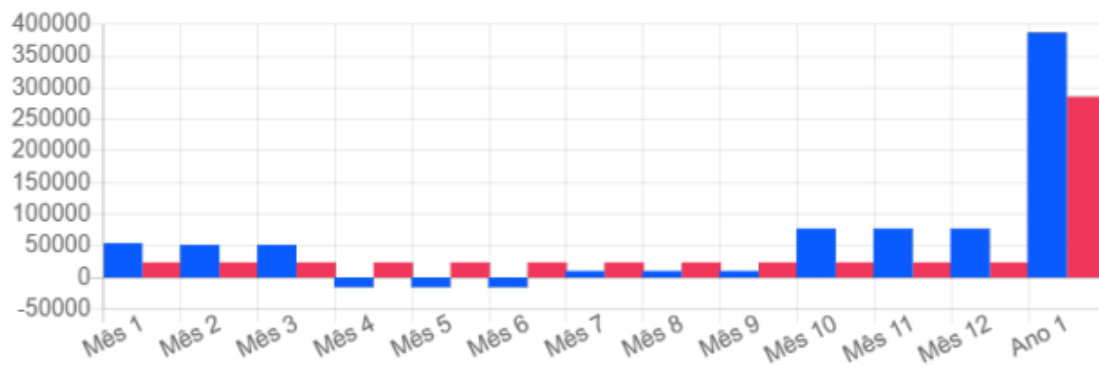
Indicador de Lucratividade



Receitas x Custos



Margem de Contribuição x Custos Fixos



Outros

Nesta seção estão reunidos os materiais complementares do projeto, responsáveis por apresentar o produto ao público e reforçar sua identidade visual e conceitual.

Desenvolvimento do Produto (Teoria)

Esse projeto foi desenvolvido com apoio da plataforma PNBOX, auxiliando na produção do nosso produto (sorvetes) acerca de sua viabilidade, isto é, o porquê e como funcionou o seu desenvolvimento.

Inicialmente, a proposta do nosso produto é simples: entregar um sentimento de infância aos consumidores, proporcionando uma vasta gama de sabores diferentes e um ambiente “retrô”, tornando-se o nosso diferencial em relação a outras sorveterias. Além disso, contamos com uma localização estratégica, dado que o nosso público-alvo (qualquer faixa etária) se encontra em situações movimentadas ou na tal “correria do dia a dia”. Contudo, a nossa sorveteria pretende atuar com todas as demandas que venham a ocorrer, com a melhor qualidade e velocidade possível.

Relacionado aos sabores, destacou-se uma pesquisa de campo entre a Etec e a Fatec, onde os alunos e funcionários votaram quais sabores seriam essenciais ou complementares em nossa loja. Além disso, impulsionou-se a ideia de que os dias tendem a ficar mais quentes em períodos sazonais (verão e primavera), sendo registrados altos picos de consumo.

Enfim, a ideia desse produto é atender a qualquer grupo social, independentemente de renda, prezando essencialmente por questões de qualidade, velocidade e um sentimento nostálgico a todos. Sendo assim, este é o conceito teórico desenvolvido pelo nosso grupo de sócios em relação à sorveteria.

Criação de Website

O objetivo do nosso website foi uma estratégia de marketing para aumentar o engajamento entre novas pessoas que ainda não conheceram a nossa sorveteria, apresentando o intuito de divulgar os nossos objetivos, produtos,

contatos e a história de como surgiu a ideia da nossa sorveteria (Neve Encantada Gelatto).

Para a elaboração do site, utilizamos a ferramenta denominada Canva, onde foi possível realizar toda a elaboração de nossas ideias de maneira mais simples, porém eficiente.

Finalizando, no site foram utilizadas as mesmas colorações que a nossa empresa visa passar: “refrescância, gelado, tranquilidade”, sendo assim, azul, branco, preto e novas colorações.

O website está disponível neste endereço web: <https://vestuarioaxel.my.canva.site/neve-encantada/>.

Panfletos / Banners

Os nossos panfletos abordavam as informações do nosso produto com o objetivo de instigar a curiosidade dos nossos possíveis clientes a visitarem a sorveteria. No entanto, a distribuição destes ocorreu dentro da unidade escolar, não podendo alcançar diferentes faixas etárias com sucesso. Foram utilizadas linguagens coloquiais, apresentando o nosso mascote, além de conter um QR Code que redirecionava ao nosso website.

A logo da nossa marca é:



Já o banner apresentava a proposta de reforçar o nosso produto, causando um impacto visual, sendo o mesmo utilizado em nossa logo e site.

O banner está disponível no seguinte endereço web:

<https://www.canva.com/design/DAGyBrMlo0Y/50wLZe6f5SD4CkVE2NHu3A/e_dit>.