

UNifeob

PROJETO INTEGRADO

ESCOLA DE NEGÓCIOS

2020



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO

OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

PROJEÇÃO DE UMA DEMONSTRAÇÃO DO
RESULTADO DO EXERCÍCIO

Cacau Show

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO

OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

PROJEÇÃO DE UMA DEMONSTRAÇÃO DO
RESULTADO DO EXERCÍCIO

Cacau Show

MÓDULO FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO – Prof. Frederico F. Ribeiro

FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE – Prof. Max Streicher Vallim

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – Prof. Gilberto P. Carvalho Filho

FUNDAMENTOS DE FINANÇAS – Prof^ª. Renata E. de Alencar Marcondes

FUNDAMENTOS DE DIREITO – Prof. João Fernando A. Palomo

ESTUDANTES

Aissa Dayane Rabelo de Oliveira RA 20001324

Ana Clara Marques Castoldi RA 20001099

Giovanna de Cassia Francioli RA 20000525

Cristiane Gonçalves Cândido RA 20001895

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	5
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3. PROJETO INTEGRADO	7
3.1 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	7
3.1.1 VISÃO, MISSÃO E VALORES	7
3.1.2 CONCORRENTES	7
3.1.3 CLIENTES	11
3.1.4 ORGANOGRAMA EMPRESARIAL	11
3.2 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE	12
3.2.1 BALANÇO PATRIMONIAL (BP) E DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)	12
3.2.2 ANÁLISE DA LIQUIDEZ E ENDIVIDAMENTO	14
3.2.3 ANÁLISE DA RENTABILIDADE	16
3.2.4 CONCLUSÃO SOBRE A ANÁLISE FINANCEIRA	17
3.3 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	19
3.3.1 O MERCADO	19
3.3.2 CENÁRIO ECONÔMICO ATUAL	21
3.3.3 PROJEÇÃO DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)	22
3.4 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS	24
3.4.1 VALOR DO DINHEIRO NO TEMPO	24
3.4.2 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)	24
3.5 FUNDAMENTOS DE DIREITO	26
3.5.1 TIPOS DE EMPRESA	26
3.5.2 FORMAS DE TRIBUTAÇÃO	26
4. CONCLUSÃO	27
REFERÊNCIAS	29

1. INTRODUÇÃO

O projeto tem como objetivo apresentar a empresa **I.B.A.C. INDÚSTRIA BRASILEIRA DE ALIMENTOS E CHOCOLATES LTDA. - “CACAU SHOW”** cujo o propósito é de realizar uma projeção de Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), visando discutir a importância de todo contexto empresarial, envolvendo as unidades de estudo e todo conhecimento adquirido das mesmas.

Serão abordados no decorrer do projeto, as unidades de estudos de Fundamentos de Administração, que apresenta várias questões importantes como a missão, a visão e os valores, e também, a necessidade de conhecer quem são seus concorrentes, quem são os clientes, ou seja, mostrar qual é o principal público alvo da empresa, e por fim, classificar o organograma. Em Fundamentos de Contabilidade, está presente o Balanço Patrimonial, os índices de liquidez, endividamento e rentabilidade, concluindo com a análise financeira. No conteúdo de Fundamentos de Economia, analisou-se o atual mercado em que a CACAU SHOW, se encontra, apresentando a projeção do cenário futuro da empresa, concluindo com o conteúdo de Fundamentos de Finanças, com o cálculo da VPL, usando a taxa Selic.

Por fim, a parte de Fundamentos de Direito, que classifica qual tipo da empresa e também suas questões tributárias.

Desta forma, todos os conteúdos estão completamente ligados, assim sendo possível verificar fatores necessários para que a organização permaneça estável e estabilizada no mercado.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Cacau Show, a empresa escolhida para esse projeto, é uma empresa alimentícia brasileira, uma loja de chocolates finos, com um mix de produtos que atende aos mais variados públicos. O objetivo da empresa é a produção de chocolates finos com excelente qualidade e apresentação de produtos, no entanto, com preços competitivos, que oferece excelente relação custo e benefício ao consumidor, colocando na mão do franqueado um produto de ótima competitividade. Sua sede está localizada em Itapevi- SP, registrada no CNPJ 61.472.205/0001-64, seu segmento: 10.93-7-01 – Fabricação de produtos derivados do cacau e de chocolates é uma das maiores redes de chocolate do mundo. Foi fundada em 13/04/1988 por Alexandre Tadeu da Costa, aos dezessete anos, no bairro da Casa Verde, zona norte de São Paulo, com a ajuda de uma funcionária e quinhentos dólares, no momento eles estão em cerca de 182 unidades próprias e 1985 franquias por todo o Brasil.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

3.1.1 VISÃO, MISSÃO E VALORES

A Cacau Show tem como visão: “Ser a maior e melhor rede de chocolates finos do mundo.”

Missão: “Proporcionar experiências memoráveis e excelência em produtos e serviços.”

Valores: “ Paixão por realizar, mais com menos, inovação e atenção aos detalhes.”

Seu propósito é viver para, juntos tocar a vida das pessoas, através de experiências memoráveis, oportunidades e impactos relevantes.

3.1.2 CONCORRENTES

A Cacau Show utiliza o marketing de nicho como nível de segmentação uma vez que possui um produto específico, que atende diversos públicos e está focado nos desejos e nas necessidades dos consumidores. A segmentação de mercado com base nos consumidores é demográfica, pois o mercado se divide em variáveis como a renda dos consumidores. Os consumidores dos produtos da Cacau Show são a classe A, B e C, sendo que a classe C compra 65% para presente e 35% para consumo próprio. A classe B possui uma intenção de compra meio a meio. Já a classe A compra 65% para consumo próprio e 35% para presente.

Este nicho de mercado no qual a Cacau Show possui crescente potencial e a empresa tem um posicionamento estratégico diferenciado no seu segmento, no Brasil, o que possibilita que a marca tenha um elevado potencial competitivo perante seus concorrentes. Os produtos da marca Cacau Show custam, em média, um quinto dos produtos da concorrência, o que atrai uma massa imensa de consumidores, principalmente da classe C. Hoje, a Cacau Show busca inovação em seus produtos, seguindo as tendências do mercado e se utilizando de estratégias de marketing para agregar valor da marca e acompanhar as tendências de seus consumidores.

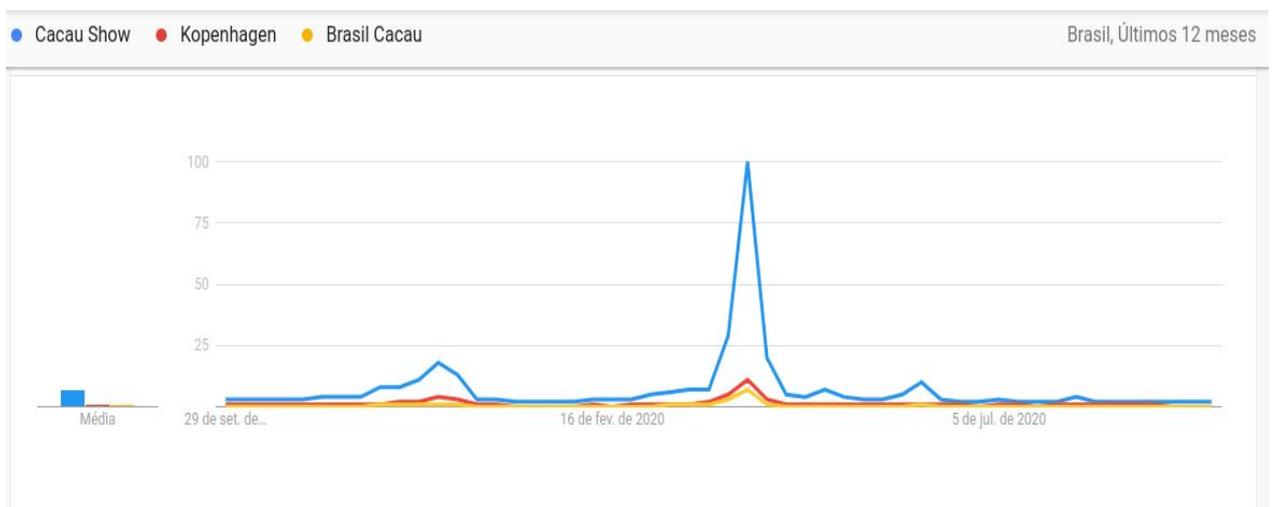
Todas as empresas possuem concorrentes, sejam eles diretos ou indiretos. Neste mercado cada vez mais inovador e competitivo, quanto maior o sucesso de uma empresa, maior número de concorrentes ela terá. Jamais uma empresa poderá ignorar a existência de concorrentes, ela deve estar atenta ao mercado e focar no diferencial como atrativo para os clientes (KOTLER, 2003, p. 33).

Pode-se dizer que o principal concorrente (indireto) da Cacau Show hoje é o grupo CRM, do qual faz parte a Copenhagen Seu propósito é viver para, juntos tocar a vida das pessoas, através de experiências memoráveis, oportunidades e impactos relevantes, que tem um público especificamente das

classes A e B. A partir do sucesso da Cacau Show o grupo CRM resolveu investir no mercado para competir efetivamente, lançando uma segunda marca, chamada Brasil Cacau, que disputa consumidores da classe C com a empresa, atuando com preços bem próximos aos da Cacau Show.

Além destas, que concorrem diretamente com a empresa no ramo de chocolates finos, existem marcas conceituadas do mercado de chocolates no Brasil, tais como Nestlé, Garoto e Lacta, as quais oferecem um mix variado de produtos, tendo como principal foco o chocolate em barra.

Para um melhor entendimento do mercado concorrencial da Cacau Show, apresenta-se o gráfico abaixo:



*Fonte: Google Trends

Pesquisa de concorrência das 3 marcas: Cacau Show, Kopenhagen e Brasil Cacau.

3.1.3 CLIENTE

Não existem restrições para consumir o chocolate. Crianças, jovens, adultos e idosos podem consumi-los das mais variadas maneiras; como chocolate ao leite, bombons, puro, amargo, chocolate em pó, barra, com castanhas, frutas, derretidos, gelados, entre outras.

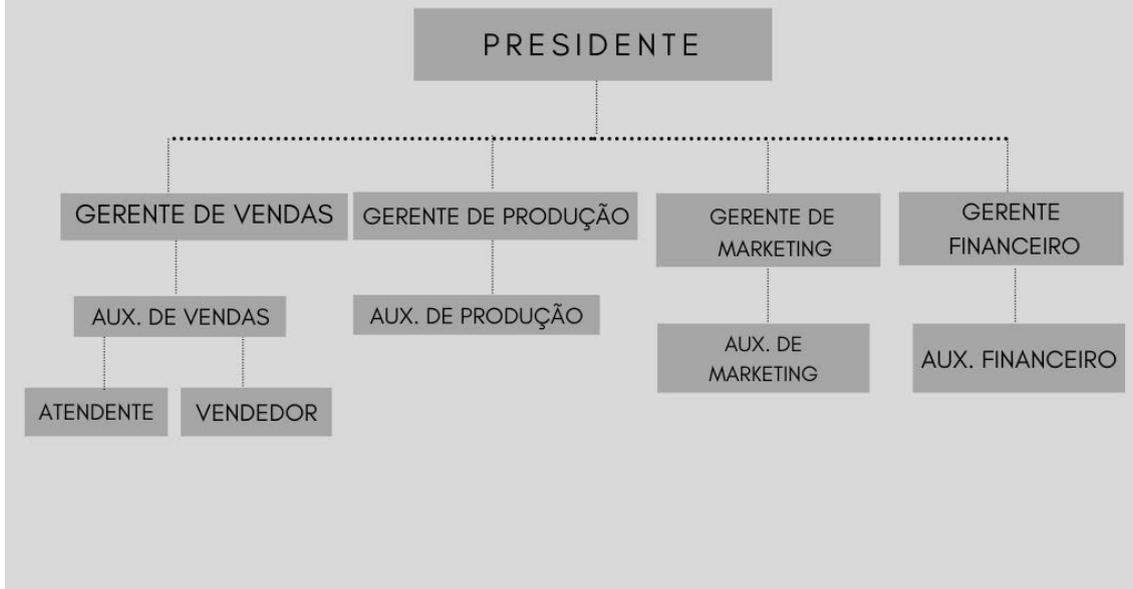
Pesquisa feita em 2002, pelo hospital das Clínicas de São Paulo, constatou que 63% das pessoas se referiam ao chocolate como uma independência, vício. As declarações obtidas demonstraram que para muitos é quase que impossível resistir até comer o último bombom da caixa. Há quem coma doce durante o banho, há quem sai de casa de madrugada para comprar e até mesmo quem coma escondido para não ter que dividir com ninguém. Há ainda, quem tenha conseguido largar o vício do álcool, drogas, mas não o do chocolate. (ROCHA; SILVA, 2008).

3.1.4 ORGANOGRAMA EMPRESARIAL

O organograma é a estrutura hierárquica da organização, nela é distribuído os setores, unidades funcionais e os cargos. Aqui está o organograma que fizemos com os principais cargos dentro da empresa Cacau Show:

ORGANOGRAMA

CACAU SHOW



No topo do organograma temos o presidente da organização, Alê Costa, ele é quem decide tudo dentro da empresa, é responsável também por toda a administração, logo abaixo vem os gerentes das principais áreas da empresa. O gerente de vendas que é responsável por dirigir e treinar sua equipe de auxiliares de vendas, atendentes e vendedores. O gerente de produção é encarregado de certificar o cumprimento de metas, qualidade e quantidade de seus auxiliares. O gerente de marketing junto com os auxiliares são responsáveis de realizar pesquisas de mercado e criar estratégias que aumentem os resultados da empresa. E por fim, o papel do gerente financeiro e seus auxiliares é o planejamento financeiro e também controlar as contas da empresa.

3.2 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE

3.2.1 BALANÇO PATRIMONIAL (BP) E DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)

O Balanço Patrimonial, é uma demonstração contábil com finalidade de apresentar uma posição econômica, financeira e contábil de uma empresa.

BALANÇO PATRIMONIAL (SIMULADO CACAU SHOW)						
DESCRIÇÃO	2018	AH	AV	2019	AH	AV
ATIVO CIRCULANTE	586.023	100	59,50%	706.154	120,49	64,50%
ATIVO NÃO CIRCULANTE	398.841	100	40,50%	388.606	97,43	35,50%
ATIVO TOTAL	984.864	100	100%	1.094.760	111,15	100%
PASSIVO CIRCULANTE	348.285	100	35,36%	738.814	212,12	67,50%
PASSIVO NÃO CIRCULANTE	489.513	100	49,70%	194.918	39,81	17,80%
PASSIVO TOTAL	984.864	100	100%	1.094.760	111,15	100%
TOTAL PATRIMÔNIO LÍQUIDO	147.066	100	14,94%	161.028	109,49	14,70%

Realizamos um Balanço Patrimonial com dados simulados de uma empresa do mesmo ramo de chocolate, a Garoto S.A, para que pudéssemos trabalhar com números semelhantes à Cacau Show. Nos dados que obtivemos podemos notar que o Ativo e o Patrimônio Líquido, principalmente, teve um crescimento considerável de 2018 para 2019. No Passivo é possível notar um aumento considerável alto, em alguns casos, por exemplo nesse caso é

positivo, pois o aumento foi em empréstimos, isso significa que no futuro, haverá retorno. Nesse caso pode ser considerado positivo, pois o aumento foi

A **DRE** é a Demonstração do Resultado do Exercício, ou uma representação estruturada da posição financeira da empresa, mostrando se a empresa teve lucro, prejuízo.

DRE (SIMULADO CACAU SHOW)	2018	AH %	AV %	2019	AH %	AV %
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	1.466.700	100	100	1.349.16	92	100
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-834.614	100	-57	-905.883	109	-67
Lucro Bruto	632.086	100	43,10	443.277	70,13	32,86
Despesas/Receitas Operacionais	-530.320	100	-36,16	-422.295	80	-31
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	101.766	100	6,94	20.982	20,62	1,56
Resultado Financeiro	-35.998	100	-2,45	-32.374	89,93	-2
Resultado Antes dos Tributos sobre o lucro	68.882	100	4,70	5.696	8,27	0
Imposto de Renda e Contribuição Social Sobre o Lucro	-20142	100	-1,37	-572	2,84	-0,04
Resultado Líquido das	48.740	100	3,32	5.124	10,51	0,38

Operações Continuadas						
-----------------------	--	--	--	--	--	--

Na DRE foi possível identificar nos anos de 2018 para 2019 algumas mudanças no financeiro da empresa, em alguns casos muito pouco, por exemplo, na Receita de Venda de Bens, já em outros podemos notar o tanto que decaiu.

3.2.2 ANÁLISE DA LIQUIDEZ E ENDIVIDAMENTO

	2018	2019
LIQUIDEZ IMEDIATA	0,03	0,07
LIQUIDEZ CORRENTE	1,68	0,95
LIQUIDEZ SECA	0,95	0,65
LIQUIDEZ GERAL	0,86	1,11

- A liquidez é importante dentro da empresa, pois ela mostra a facilidade que o ativo pode se transformar em caixa para ter o pagamento do passivo (dívidas).
- A liquidez imediata, se refere a quantidade de saldo disponível em caixa, que a empresa possui para quitar todas suas dívidas imediatamente.

Podemos observar que a liquidez imediata estava boa mas melhorou de 2018 para 2019.

- A liquidez corrente, é a quantidade de dinheiro disponível a curto prazo para quitar todas as dívidas da empresa. Na liquidez corrente, teve uma queda entre os anos, em 2018 estava muito bom, em 2019 teve queda mas ainda continuo bom.
- A liquidez seca é a diferença comparando os dois índices, porém ela subtrai todo o saldo presente no estoque. A liquidez seca também caiu um pouco, estava boa em 2018 mas piorou um pouco em 2019.
- A liquidez geral, apresenta o índice de pagamento de dívidas de acordo com os recebimentos de longo prazo. Em 2018 a liquidez geral estava um pouco ruim, mas melhorou em 2019.

ENDIVIDAMENTO

ENDIVIDAMENTO	2018	2019
Quociente de Participação de Capitais de Terceiros sobre os Recursos Totais (QUANTIDADE)	0,85	0,85
Quociente de Participação das Dívidas de Curto Prazo sobre o Endividamento Total (QUALIDADE)	0,41	0,79

- O endividamento, é um indicador financeiro da empresa, pois ele mede quanto a empresa tem de dívidas sobre seu patrimônio e ativo circulante.

- O endividamento de quantidade, é a porcentagem de saldo devedor total e também é a porcentagem do ativo total financiada com recursos de terceiros.
- O endividamento de qualidade, é o valor que vence a curto prazo, no endividamento total.

No endividamento da empresa, podemos notar algumas mudanças ao passar dos anos, em quantidade, a porcentagem subiu relativamente, mostrando que há algumas dívidas, e de curto prazo diminui ainda mais, mostrando que as dívidas estão praticamente controladas.

3.2.3 ANÁLISE DA RENTABILIDADE

A taxa de retorno sobre investimento (TRI) representa o valor que é ganho na empresa, quanto ela ganhou por real investido

$$\text{TRI} = \text{LUCRO} / \text{ATIVO TOTAL} * 100$$

A taxa de retorno do patrimônio líquido (TRPL), é o retorno com o investimento sobre o patrimônio líquido da empresa.

$$\text{TRPL} = \text{LUCRO LÍQUIDO} / \text{PATRIMÔNIO LÍQUIDO} * 100$$

Utilizamos os dados da DRE da Chocolates Garoto S.A como apoio para a construção do nossa P.I, abaixo os resultados da TRI e TRPL:

- **2018**

TRI: $48.740 / 984.864 * 100 = 4,95\%$

PAYBACK: $100\% / 4,95 = 0,20$

TRPL: $48.740 / 161.028 * 100 = 30,27\%$

PAYBACK: $100\% / 30,27 = 0,03$

- **2019**

TRI: $5.124 / 1.094.760 = 0,47\%$

PAYBACK: $100\% / 0,47 = 2,12$

TRPL: $5.124 / 984.864 = 0,52 \%$

PAYBACK: $100\% / 0,52 = 1,92$

3.2.4 CONCLUSÃO SOBRE A ANÁLISE FINANCEIRA

Podemos concluir que a Cacau Show, durante os anos que foi observado a situação financeira, tem seus altos e baixos, mas não necessariamente sendo apenas prejuízo, muito dinheiro foi investido em produtos, fora isso, a Cacau Show ainda continua sendo uma empresa que

fatura muito bem com a venda de seus produtos e com suas franquias por todo o Brasil, e vem buscando atualmente estratégias e objetivos para melhorar suas vendas cada vez mais, assim aumentando seu faturamento.

3.3 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

3.3.1 O MERCADO

A Cacau Show é uma empresa que teve como característica marcante em sua trajetória o seu rápido crescimento, é a marca registrada de uma empresa que busca transmitir afeto e trazer inovações ao setor para que se possa crescer de maneira consistente ao longo do tempo, a empresa em cada páscoa cria produtos novos com preços acessíveis, ela lucra mais no período da páscoa, pois existe uma procura maior de chocolates, seus produtos são comercializados a base de cacau com o objetivo de proporcionar ao maior número de pessoas uma experiência memorável, é importante que quando a empresa ao planejar o que vai comercializar, leve em consideração aspectos de qualidade verificando os atributos que o consumidor deseja em um produto ou serviço, além disso, ganha-se na exclusividade, na oferta de produtos com sabores diferenciados e na criação de embalagens criativas. No caso da Cacau Show, a empresa tem o intuito de oferecer novas experiências e sensações ao consumidor. Para isso, criou uma estratégia de marketing sensorial, por meio da utilização dos cinco sentidos que fazem parte do planejamento de marketing de todas as lojas da rede. As lojas da marca estimulam a visão, o tato, o paladar e o olfato, a diferenciação que a marca deseja passar para os seus clientes começa desde a vitrine da loja, passando pelo aroma e os sabores, até a seleção de produtos e a disposição nas prateleiras, recentemente, a rede conta com a rádio Cacau Show que pretende estimular a audição, a fim de conquistar um vínculo emocional com o cliente.

A Nestlé é a maior empresa de fabricação de chocolate, junto com o Arcor, Garoto entre outros, e a Cacau Show está em 2º em marca de

chocolate mais vendido no Brasil. Atualmente a Cacau Show ocupa um lugar abaixo da Nestlé, mostrando que é um forte concorrente, a Cacau Show vem buscando crescer cada vez mais para atingir o primeiro lugar desse tópico, assim, atingindo o patamar esperado pelo Alê Costa. Seu objetivo principal é ser a maior empresa de fabricação de chocolates e maior franqueador de lojas do Brasil, e ele se mostra muito focado para que isso aconteça, colocando seus planos em estratégias em ação, ele acredita que alcançará esse lugar tão esperado.

A cultura da Cacau Show pode ser analisada que ela não é meramente uma vendedora de chocolates, mas sim que a que cria momentos de carinho e felicidade entre as pessoas. Essa constatação de que a empresa tem essa afetividade como razão de ser é o ponto de partida para se entender os valores que permeiam toda a organização.

Com a pandemia que estamos enfrentando houve um impacto no mercado de chocolate, a produção nacional de chocolates no ano passado, incluindo achocolatado em pó, atingiu 756 mil toneladas, com queda de 3,1% sobre 2018 (761 mil toneladas), os números do primeiro trimestre de 2020, entretanto, ainda livres dos efeitos da covid-19, sinalizavam uma recuperação, com produção de 120,9 mil toneladas, alta de 2,84% em comparação ao mesmo período do ano passado (117,6 mil toneladas). Mesmo com a quarentena dada por conta da pandemia global o mercado de chocolate se adaptou rapidamente à nova situação e optaram por entregas, vendas online, sendo assim eles estão otimista com o crescimento de venda, e com a volta da abertura dos comércios no final de 2020, a tendência é crescer mais.

3.3.2 CENÁRIO ECONÔMICO ATUAL

A Cacau Show, maior rede de franquias e de venda de chocolates finos do país, tem como principal concorrente a Kopenhagen (não é um concorrente direto). Com oito décadas de tradição, a Kopenhagen é uma espécie de referência nacional em chocolates refinados e caros. A empresa que atua no setor alimentício de chocolates oferece a seu público uma linha de mais de 300 produtos. A Kopenhagen possui mais de 250 lojas no país e se consolida como referência nacional no mercado de chocolates finos. No ano de 2008, obteve um faturamento de R\$ 154 milhões, um crescimento de 285% em relação aos números de uma década atrás. Fundada em 1928, a Kopenhagen oferece uma variedade de produtos que já conquistou três gerações de brasileiros, como a Nhá Benta, bombons Cherry Brandy, Língua de Gato e os famosos Marzipan. Sua visão consiste em semear um mundo mais doce, oferecendo um chocolate único de sabor mágico e irresistível. Sua missão tem como principal alvo, fabricar produtos de altíssima qualidade, preservando seu sabor com sofisticação e originalidade. A Kopenhagen lançou em janeiro de 2009 Brasil Cacau, voltada principalmente para a classe C. Se tornou referência para os consumidores das classes B e C, que apresentam novos hábitos de consumo. Prova desta mudança é que a taxa de crescimento do mercado de chocolates no Brasil é de 12% contra 6% em todo o mundo, segundo a Abicab (Associação Brasileira da Indústria de Chocolate, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados). A Brasil Cacau nasceu com DNA brasileiro e este é o principal ingrediente e diferencial de seus produtos. A proposta não é diferente das grandes redes e a marca planeja pacientemente a abertura de cada loja. Tanto nas ruas como nos shoppings, a escolha dos endereços anda junto ao trabalho de branding da Brasil Cacau. Segundo Adriane Ura, gerente de marketing da Brasil Cacau, a brasilidade e a diversidade são os principais elementos dos mais de 120 itens que a marca oferece no mercado. De olho nos novos consumidores, a Brasil Cacau busca um público-alvo que tende a experimentar

produtos novos e que são abertos a novas experiências, “Nossos consumidores são formados por pessoas que recentemente experimentaram novos hábitos de consumo e tiveram acesso a produtos diferentes dos que consumia antes”, aponta Adriane. A Cacau Show também tem Nestlé como sua concorrente indireta, assim como outras marcas que são oferecidas em mercados, essas marcas são de fácil acesso aos consumidores, e acabam tendo uma procura maior por esses chocolates por conta da sua praticidade e facilidade.

3.3.3 PROJEÇÃO DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)

A Cacau Show tem um crescimento contínuo todos os anos desde o seu início. Hoje é a quarta maior rede de franquia do Brasil, de acordo com a ABF. São 2.322 lojas abertas, entre franquias e megastores. A páscoa representa cerca 25% do faturamento anual da marca, que chegou em 15 milhões de ovos em 2020.

Durante esse momento de crise a empresa focou nas vendas E-commerce que passaram de 200 para 30 mil durante a pandemia, o valor investido pela companhia em logística, neste ano, é de 2 milhões. Outros 20 milhões foram aplicados em tecnologia, como em equipamentos suíços que utilizam robôs para fabricar chocolates. Além de continuar investindo no marketing, merchandising e na sua marca digital que no momento vem crescendo cada vez mais.

A Cacau Show se mantém em destaque, em setembro ficou em 1º lugar em satisfação do cliente no segmentos alimentos e bebidas e 9º lugar no

ranking de satisfação geral. Em março doou 1 milhão a São Paulo para a compra de respiradores e em abril doou cerca de 1 milhão de unidades de chocolates para comunidades carentes e hospitais públicos em forma de agradecimento pelo trabalho que estão fazendo por nós.

Através da DRE de 2013 da Chocolates Garoto S.A, que pegamos como base para fazer uma simulação de acordo com os dados obtidos e pensando no cenário atual, pesquisamos sobre o crescimento do mercado para os próximos anos, e fizemos a projeção abaixo:

Conta	Descrição (Simulado Cacau Show)	2019	*2020	*2021	*2022
3.01	Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	1.349.160	1.214.244	1.335.668	1.469.234
3.02	Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-905.883	-815.296	-896.825	-986.507
3.03	Resultado Bruto	443.277	398.948	438.843	482.727
3.04	Despesas/Receitas Operacionais	-422.295	-380.065	-418.071	-459.878
3.05	Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	20.982	18.883	20.772	22.849
3.06	Resultado Financeiro	-32.374	-29.136	-32.049	-35.253
3.07	Resultado Antes dos Tributos sobre o lucro	5.696	5.126	5.638	6.201
3.08	Imposto de Renda e Contribuição Social Sobre o Lucro	-572	-514	-565	-621
3.09	Resultado Líquido das Operações Continuadas	5.124	4.612	5.073	5.580

3.4 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS

3.4.1 VALOR DO DINHEIRO NO TEMPO

O conceito do valor do dinheiro no tempo surge da relação entre juro e tempo, porque o dinheiro pode ser remunerado por certa taxa de juros num investimento, por um período de tempo, sendo importante o reconhecimento de que uma unidade monetária recebida no futuro não tem o mesmo valor que uma unidade monetária disponível no presente. Assim, um dólar hoje vale mais que um dólar amanhã. Como também, um real hoje tem mais valor do que um real no futuro, independentemente da inflação apurada no período.

3.4.2 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)

O Valor Presente Líquido (VPL) é um método que consiste em trazer ao zero todos os fluxos de caixas de um investimento e somá-los ao valor do investimento inicial, deduzindo uma taxa de custo capital, ou seja, ele trás ao valor presente um valor futuro. O VPL é um dos métodos mais conhecidos para analisar a viabilidade de projetos de investimento, com esse cálculo é possível fazer ajustes, descontando as taxas para obter a noção do valor do dinheiro no futuro. Ou seja é uma análise mais sofisticada para determinar o valor Presente de pagamentos futuros.

Neste trabalho vamos utilizar a taxa Selic é a taxa básica de juros da economia brasileira. A taxa Selic é usada para trazer o valor futuro, para o valor presente, utilizando a o cálculo da VPL. Basicamente, a taxa selic influencia todas as demais taxas de juros do Brasil. É a sigla para Sistema Especial de

Liquidação e Custódia Taxa, é a taxa básica de juros da economia, basicamente é usada por bancos, público e privados para o cálculo de juros.

Um principais objetivos é regular a inflação e garantir o controle da emissão da compra e venda de títulos públicos. Apesar da principal forma de arrecadação ser por meio dos impostos, outra forma de arrecadar dinheiro é com empréstimos – como por meio dos títulos do Tesouro Nacional. A Taxa Selic hoje está em 2% ao ano. Ela foi definida no dia 5 de agosto de 2020 pelo Copom, que decidiu abaixar a taxa de 2,25% para 2%.

2020	2021	2022
FV= 4.612	FV= 5.073	FV= 5.580
N= 1	N= 2	N= 3
i= 2%	i= 2%	i= 2%
PV= 4.521	PV= 4.876	PV= 5.258

$$\mathbf{VPL = 5.124+4.521+4.876+5.258 = 9.531}$$

De acordo com os valores projetados trazendo para os dias de hoje com o calcula da VPL, chegamos no valor de 9.531.

3.5 FUNDAMENTOS DE DIREITO

3.5.1 TIPOS DE EMPRESA

A empresa Cacau Show é uma sociedade empresária do tipo limitada (LTDA). É quando na empresa cada sócio responde legalmente somente pelo capital social prometido para o negócio, ou seja, o tudo da empresa é separado do proprietário. O capital é fechado, significa que o capital é dividida em ações entre os sócios, pessoas interessadas e convidados, ela não passa pela bolsa de valores, mas não quer dizer que as ações não podem ser vendidas, porém só podem ser vendidas para sócios que tenha outras empresas.

3.5.2 FORMAS DE TRIBUTAÇÃO

Encontramos várias formas de tributação dentro das empresas, como o lucro real, que é mediante a apuração contábil dos resultados, com os ajustes determinados pela legislação fiscal, cobra-se o tributo de acordo com o lucro obtido que é a base de cálculos do imposto a ser pago. Temos o lucro presumido, que a empresa que tem o faturamento de 78 milhões por ano. Entre eles seguimos com o simples nacional que é um regime compartilhado de arrecadação, cobranças e fiscalização de tributo aplicáveis. Ao analisarmos essas formas chegamos a conclusão que a Cacau Show faz parte do lucro real, pois a empresa determina por meio da diferença entre a receita total e o custo

total para descobrir qual o lucro líquido de sua empresa. Para se chegar a esse número, devem ser subtraídos os custos variáveis e também os fixos.

4. CONCLUSÃO

A Cacau Show é inscrita como LTDA, portanto é uma empresa de capital fechado, o que dificultou um pouco quando estamos em busca de dados da empresa. E por ela ser uma empresa de capital fechado muitos dados são confidenciais, por esse motivo utilizamos dados de uma empresa do mesmo ramo (chocolates) para a construção do nosso P.I.

Este trabalho procurou demonstrar como a empresa Cacau Show se tornou em poucos anos a maior fábrica de chocolates finos do Brasil. Sempre investindo em inovação e tecnologia de ponta, fazendo altos investimentos em campanhas publicitárias, a empresa é uma referência nacional neste segmento.

Apresentamos a estrutura atual, apontamos alguns fatores de impacto e discutimos os potenciais estruturados do empreendedorismo. Tendo em conta que a empresa cresceu em um ambiente de forte concorrência e tradição, precisou ser diferente para garantir seu espaço em um primeiro momento, e para disputar a liderança em uma segunda etapa. Sua realização, portanto, é digna de nota, face aos resultados obtidos nesse contexto. Outra evidência é a qualidade dos seus produtos, sempre oferecendo aos seus clientes uma ampla variedade e inovações nos serviços prestados. Ao mesmo tempo, sua publicidade tem sido muito bem dirigida, inteligente e discreta de modo a chamar a atenção do público.

Seu fundador, o Sr. Alexandre Tadeu da Costa teve acertos no que se refere à associação com empresários de porte, permitindo o surgimento e

consolidação de seu negócio. Outra importante etapa que teve de superar foi à aprovação de suas atividades junto ao seu público alvo, a Classe C.

Concluimos que a organização considera a qualidade um de seus principais objetivos estratégicos, fazendo com que haja sempre melhoria contínua de seu desempenho nos negócios onde atua. Desta maneira está comprometida em atender as necessidades de seus clientes buscando oferecer produtos com um alto nível de qualidade. Percebemos que Sr. Alexandre Tadeu da Costa entende que todos os seus colaboradores são responsáveis pela qualidade, e, portanto, se compromete em treiná-los e fornece ferramentas, recursos e autoridade necessária para o cumprimento desta política, cultivando princípios de atuação participativa que reconheçam a dignidade e o valor de cada um.

REFERÊNCIAS

ARTIGOS LINKEDIN. Cacau Show prevê crescimento de 16% nas vendas de Páscoa Disponível em: <https://mercadoeconsumo.com.br/2019/03/20/cacau-show-preve-crescimento-de-16-nas-vendas-de-pascoa/>. Acesso em: 25 out. 2020.

CUNHA, Julio Carneiro da. Cacau Show e seus pilares de crescimento: inovação e competitividade: a cacau show cresceu muito nos últimos anos, devido ao olhar atento de seu fundador, alexandre costa, para o mercado. A Cacau Show cresceu muito nos últimos anos, devido ao olhar atento de seu fundador, Alexandre Costa, para o mercado. Disponível em: <https://meusuccesso.com/artigos/inovacao-e-tecnologia/cacau-show-e-os-seus-pilares-de-crescimento-afetividade-inovacoes-e-competitividade-1481/>. Acesso em: 25 out. 2020.

GANDRA, Alana. Indústria de chocolate mantém otimismo, apesar da pandemia: fabricantes comemoram hoje o dia mundial do chocolate. Fabricantes comemoram hoje o Dia Mundial do Chocolate. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/industria-de-chocolate-mantem-otimismo-apesar-da-pandemia>. Acesso em: 20 out. 2020.

MARKETING, Mundo do. Cacau Show doa chocolates e 300 mil ovos de Páscoa em todo o Brasil 03/04/2020. Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/promocoes/1083/cacau-show-doa-chocolates-e-300-mil-ovos-de-pascoa-em-todo-o-brasil>. Acesso em: 10 out. 2020.

MERCADO & CONSUMO. Para o dono da Cacau Show, pandemia ajudou a entender o quanto a marca é querida. Disponível em: <https://mercadoeconsumo.com.br/2020/07/29/para-o-dono-da-cacau-show-pandemia-ajudou-a-entender-o-quanto-a-marca-e-querida/>. Acesso em: 05 nov. 2020.

MIOZZO, Julia. O que é a Taxa Selic e como ela afeta seu dinheiro?: ela aparece em investimentos, nos jornais, tem um papel importante na economia brasileira e afeta (muito!) sua vida financeira. Saiba mais sobre a taxa selic.. Ela aparece em investimentos, nos jornais, tem um papel importante na economia brasileira e afeta (muito!) sua vida financeira. Saiba mais sobre a Taxa Selic.. 2020. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/taxa-selic/>. Acesso em: 05 nov. 2020.

PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS. Cacau Show. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/franquias/cacau-show/>. Acesso em: 14 out. 2020.

REIS, Tiago. Empresa de capital fechado tem características próprias. Saiba quais são: você já deve ter ouvido falar que algumas companhias são empresas de capital fechado. e o que seria isso? não é difícil entender.. Você já deve ter ouvido falar que algumas companhias são empresas de capital fechado. E o que seria isso? Não é difícil entender.. 2018. Disponível em: <https://www.sunoresearch.com.br/artigos/empresa-capital-fechado/>. Acesso em: 25 out. 2020.

VAZ, Tatiana. As 7 maiores empresas de chocolate do país: você pode até não saber quem elas são, mas já deve ter provado algumas de suas marcas. Você pode até não saber quem elas são, mas já deve ter provado algumas de suas marcas. Disponível em: <https://exame.com/negocios/as-7-maiores-empresas-de-chocolate-do-pais/>. Acesso em: 20 out. 2020.