



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
DEPARTAMENTO DE GASTRONOMIA
CURSO DE BACHARELADO EM GASTRONOMIA

ANA BEATRIZ BRITO DA SILVA

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA CONFEITARIA EM CACIMBA
DE DENTRO – PB.**

JOÃO PESSOA

2022

ANA BEATRIZ BRITO DA SILVA

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA CONFEITARIA EM CACIMBA
DE DENTRO-PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a conclusão do curso.

Orientadora: Profa. Dra. Valéria Saturnino

JOÃO PESSOA

2022

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S586p Silva, Ana Beatriz Brito da.

Plano de negócio para abertura de uma confeitaria em
Cacimba de Dentro - PB / Ana Beatriz Brito da Silva. -
João Pessoa, 2022.

48 f. : il.

Orientação: VALÉRIA LOUISE DE ARAÚJO MARANHÃO
SATURNINO SILVA.

TCC (Graduação) - UFPB/CTDR.

1. Empreendedorismo. 2. Confeitaria. 3. Plano de
negócio. I. Silva, Valéria Louise de Araújo Maranhão
Saturnino. II. Título.

UFPB/CTDR

CDU 664.143:658(813.3)

ANA BEATRIZ BRITO DA SILVA

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA CONFEITARIA EM
CACIMBA DE DENTRO – PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Bacharelado em Gastronomia do Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

RESULTADO: __ APROVADO __ NOTA: ____ 9,83 ____

João Pessoa, 09 de dezembro de 2022.

BANCA EXAMINADORA



Prof^ª. Dr^ª Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva
Orientadora (UFPB)



Prof^ª. Dr^ª. Maria dos Remédios Antunes Magalhães
1^ª Examinadora (UFPB)



Prof. Msc. Rogério Paodjuenas
2^º Examinador (UFPB)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por me permitir chegar até aqui, por ter me dado forças quando mais precisei e nunca ter me desamparado, por se fazer presente em todos os momentos da minha vida.

Diante de tantas pessoas que fizeram parte desta jornada, agradeço à minha família, especialmente aos meus pais, que sempre foram minha rede de apoio, que nunca mediram esforços, principalmente quando se trata de estudo, e pelos conselhos, pelas viagens de idas e vindas para o interior e por serem os que independente de qualquer coisa são os que sempre estão torcendo pelo meu sucesso. Minha eterna gratidão por se fazerem tão presente, por tanto amor oferecido a mim, saibam que se hoje estou concluindo mais uma etapa e tenham certeza que foi tudo por vocês.

Aos meus irmãos que tanto me apoiaram, à minha irmã Sara por todos os ensinamentos, por toda paciência, por toda a ajuda nos trabalhos acadêmicos e na minha estadia aqui em João Pessoa; à minha irmã Sayonara, que sempre me incentivou de alguma forma, que também me ajudou nas atividades da universidade, que sempre me apoiou, que participou comigo em todas as produções quando fazia algo para vender; ao meu irmão pelo apoio, pelas viagens e por ser cobaia das minhas receitas; e à minha sobrinha que mesmo tão pequena tornou os meus momentos mais felizes e especiais, sendo um dos motivos para não desistir.

Agradeço ao meu namorado Jackson pelo companheirismo, por sempre acreditar em mim, pelos puxões de orelha e por me ajudar a ser uma pessoa melhor, à minha sogra e ao meu cunhado, que são parte da minha família, por sempre me apoiarem, por me incentivarem a seguir em frente, por todo carinho e por tudo que fizeram e fazem por mim.

Ao meu cunhado Ivon que sempre esteve disposto a me ajudar, que cuidou de mim como uma filha, à minha cunhada Jéssica por todo apoio, à minha tia Dilma que me ofereceu moradia, amor e muita força durante esses anos, que fez papel de mãe enquanto estive longe da minha.

Às minhas avós que mesmo de longe sempre me apoiaram e que sempre torceram pelo meu sucesso. Aos meus clientes que despertaram ainda mais o meu amor pela confeitaria. A todos os meus familiares e amigos (a), que torcem sempre pelo meu sucesso. À Camila Cruz, que abriu as portas da sua confeitaria para que eu realizasse os estágios e a toda a sua equipe que me auxiliou, me ensinou e tornaram os dias mais leves.

Agradeço em especial à minha professora Valéria Saturnino por ter aceitado o meu projeto com tanto amor, por ter me apoiado tanto, por ter levantado a minha autoestima, por ter

desempenhado um excelente papel como orientadora, pela sua dedicação, por todos os ensinamentos e por ter me ajudado sempre quando precisei e por fazer florescer em mim a vontade de ser empreendedora.

Ao meu professor Rogério Paodjuenas que desde o início do curso sempre teve um carinho imenso por mim, que sempre me ajudou em tudo que precisei, por ter sido o meu orientador em todos os estágios, por toda disponibilidade e por todos os ensinamentos até mesmo quando eu já não mais cursava alguma disciplina que por ele era ministrada, minha eterna gratidão.

Aos meus colegas de turma que estiveram presente durante essa trajetória, por toda ajuda nos trabalhos acadêmicos, nas aulas práticas e pela amizade de cada um, em especial à minha amiga Sabrina que intermediou os meus estágios e que sempre me ajudou quando tive dúvidas, como também me ensinou bastante enquanto estive estagiando e por toda força e palavras de apoio nessa reta final. Não poderia deixar de agradecer às minhas amigas do interior que mesmo de longe sempre estiveram torcendo por mim.

Por fim, à Universidade Federal da Paraíba, a todos os professores que fizeram parte da minha caminhada como discente, que contribuíram com o meu crescimento, que tanto me ensinaram, tenham certeza de que os aprendizados serão levados por toda minha vida. A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, meu muito obrigada.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Respostas à Pergunta "Você Reside em Cacimba de Dentro"?	21
Figura 2 - Respostas à pergunta "Gênero do entrevistado"	22
Figura 3 - Respostas à pergunta "Idade dos entrevistados"	22
Figura 4 - Respostas à pergunta "Estado civil"	22
Figura 5 - Resposta a pergunta "Renda familiar mensal"	23
Figura 6 - Respostas à pergunta "Grau de Escolaridade dos entrevistados"	23
Figura 7 - Respostas à pergunta "Se os entrevistados têm o hábito de frequentar confeitarias e similares"	23
Figura 8 - Frequência de ida a confeitarias, lanchonetes e similares	24
Figura 9 - Respostas à pergunta "tipos de estabelecimentos que os entrevistados preferem frequentar"?	24
Figura 10 - Respostas a pergunta "tipos de comidas que os entrevistados costumam consumir"?	25
Figura 11 - Respostas a pergunta "tipo de bebidas que os entrevistados costumam consumir"?	25
Figura 12 - Respostas a pergunta "Caso não frequente confeitaria, qual o motivo"?	26
Figura 13 - Respostas à pergunta "Valor gasto pelos entrevistados quando vão a uma confeitaria"?	26
Figura 14 - Respostas à pergunta "Qualidades que os entrevistados esperam encontrar em uma confeitaria?"	27
Figura 15 - Se gostariam de frequentar uma confeitaria no bairro do Centro, em Cacimba de Dentro (PB)	27
Figura 16 - Respostas à pergunta "Qual o melhor horário para frequentar a confeitaria"?	28
Figura 17 – Logomarca do Empreendimento	32
Figura 18 - Layout e Arranjo da Doce Sorriso Confeitaria	34
Figura 19 – Perspectivas em 3D do Layout da Doce Sorriso Confeitaria	35
Figura 20 - Representação da Sazonalidade para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)	44

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados das Empreendedoras	17
Quadro 2 – Primeira Persona de Marketing	20
Quadro 3 – Segunda Persona de Marketing	20
Quadro 4 – Análise dos Concorrentes.....	28
Quadro 5 – Lista de Fornecedores.....	29
Quadro 6 – Análise SWOT ou Matriz FOFA	30
Quadro 7 – Procedimentos Operacionais	35

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Investimentos Fixos Projetados para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)	37
Tabela 2 - Estimativa de Prazos de Recebimento, Compras e Estoque para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)	38
Tabela 3 - Estimativa do Faturamento e dos Custos Mensais para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)	39
Tabela 4 - Detalhamento do Faturamento e dos Custos Mensais por Produto para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB).....	40
Tabela 5 - Estimativa dos custos com Mão-de-Obra e Retirada dos Sócios para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB).....	41
Tabela 6 - Estimativa dos Custos Fixos para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)	41
Tabela 7 - Estimativa dos Impostos e Outros Encargos (exceto de pessoal) para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB).....	42
Tabela 8 - Estimativa do Financiamento para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)	43
Tabela 9 - Estimativa da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB).....	43
Tabela 10 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Estimados para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)	45
Tabela 11 - Resumo do Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro Estimado para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB).....	45
Tabela 12 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Econômico-Financeira estimados para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB).....	46

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. OBJETIVOS	15
2.1 Objetivo geral	15
2.2 Objetivos específicos	15
3. METODOLOGIA	16
3.1. Delineamento da Pesquisa	16
3.2 Métodos	16
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	17
4.1 Sumário Executivo	17
4.1.1. Resumo	17
4.1.2. Dados dos empreendedores	17
4.1.3. Missão da empresa	18
4.1.4. Setores de Atividades	18
4.1.5. Forma Jurídica	18
4.1.6. Enquadramento tributário	18
4.2 Análise de Mercado	19
4.2.1. Identificação das necessidades de mercado	19
4.2.2. Segmentação de mercado	19
4.2.3. Perfil dos Consumidores	20
4.2.4. Resultados da Pesquisa de Mercado	21
4.2.5. Análise dos Concorrentes	28
4.2.6. Lista de Fornecedores	29
4.3 Avaliação Estratégica	29
4.4 Plano de Marketing	30
4.4.1 Estratégia de produto e valor ao cliente	30
4.4.2 Estratégia de preço	31
4.4.3 Estratégia de Promoção	32
4.4.4 Estratégia de Distribuição	33
4.4.5 Força de vendas	33
4.4.6 Localização do negócio	34
4.5 Plano Operacional	34

4.5.1 Layout ou arranjo físico	34
4.5.2 Capacidade Produtiva	35
4.5.3 Processos Operacionais	35
4.5.4 Necessidades de Pessoal	36
4.5.5 Planejamento do recrutamento, Seleção e Treinamento	36
4.6 Plano Financeiro	36
4.6.1 Investimentos fixos	37
4.6.2 Prazos e Estoques	38
4.6.3 Faturamento Mensal e Descrição dos Produtos e Custos	39
4.6.4 Custos com mão de obra e pró-labore	40
4.6.5 Custos fixos operacionais mensais	41
4.6.6 Cálculo dos Tributos	41
4.6.7 Financiamento Necessário	42
4.6.8 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)	43
4.6.9 Sazonalidade	44
4.6.10 Indicadores de Viabilidade	45
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
6. REFERÊNCIAS	48

PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA CONFEITARIA EM CACIMBA DE DENTRO-PB.

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso teve por objetivo elaborar um Plano de Negócio para avaliar a viabilidade mercadológica e financeira de abertura de uma confeitaria na Cidade de Cacimba de Dentro, no interior da Paraíba. Foram feitas as pesquisas bibliográficas e determinada a metodologia, e logo em seguida elaborados os resultados, o qual tem a estrutura de um plano de negócios. Também foi realizada uma pesquisa de mercado, a qual teve como resultado que a cidade tem público em potencial para a abertura da confeitaria, e que os residentes de Cacimba de Dentro (PB) só não frequentam mais confeitarias por não ter opções na própria cidade. Os investimentos fixos foram estimados, bem como os custos fixos e variáveis e a receita projetada com o cardápio diversificado, além do plano operacional e estimativa de equipe. O projeto se mostra plenamente viável financeiramente, com retorno do investimento dado em apenas 9 meses e lucratividade equivalente a 27,20% da receita do mês. Sendo assim, conclui-se pela viabilidade do investimento, tanto em termos mercadológicos como financeiros.

Palavras-chave: empreendedorismo; confeitaria; plano de negócio; Paraíba.

BUSINESS PLAN FOR OPENING A CONFECTIONERY IN CACIMBA DE DENTRO-PB.

ABSTRACT

This Course Completion Work aimed to elaborate a Business Plan to evaluate the market and financial viability of opening a confectionery in the City of Cacimba de Dentro, in the interior of Paraíba. Bibliographic research was carried out and the methodology determined, and soon after the results were elaborated, which has the structure of a business plan. A market survey was also carried out, which resulted in the city having a potential public for the opening of the confectionery, and that the residents of Cacimba de Dentro (PB) just don't go to confectionery anymore because they don't have options in the city itself. Fixed investments were estimated, as well as fixed and variable costs and projected revenue with the diversified menu, in addition to the operational plan and team estimation. The project proves to be fully financially viable, with a return on investment given in just 9 months and profitability equivalent to 27.20% of the month's revenue. Therefore, it is concluded that the investment is viable, both in marketing and financial terms.

Keywords: entrepreneurship; confectionery; business plan; Paraíba.

1. INTRODUÇÃO

O Empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal (D. HISRICH, 2004).

De acordo com Maciel (2019), ser empreendedor é encontrar oportunidades a partir de uma necessidade de um determinado público e criar novas ideias que possam solucionar um problema. O mesmo também se caracteriza como aquele que é capaz de gerar renda, trazendo benefícios para sociedade e para economia.

Empreender não é uma tarefa fácil, e ao se falar na abertura de um novo negócio é de suma importância utilizar ferramentas que auxiliem na execução de um bom projeto. Embora muitos queiram empreender, poucas são as pessoas que realmente fazem uso de uma das ferramentas mais importantes para a implantação de um negócio: a realização do seu planejamento.

Tal planejamento pode ser feito a partir do desenvolvimento de um plano de negócios, um documento que descreve os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que os objetivos do empreendedor sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio, por sua vez, permite identificar e restringir erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado. (SEBRAE, 2013).

Para que tanto o mercado quanto a economia possam crescer, as novas empresas precisam entender que é necessário buscar o conhecimento adequado, planejamento e informações para abertura do negócio em que se deseja investir e se qualificar o máximo para que não se tenha prejuízos no futuro (AFRÂNIO, 2013).

Realizar um plano de negócios é abrir uma empresa com consciência, estando preparado para encarar desafios, ter uma noção da sua viabilidade e ao mesmo tempo visualizar se o negócio solucionará um problema, trará benefícios e se atende às necessidades do seu público.

Desta forma, esse planejamento passa a ser um poderoso instrumento com o qual o empreendedor terá uma noção prévia de como a empresa irá funcionar. Além disso, um plano bem elaborado poderá ser utilizado também para a captação de novos sócios, assim como em financiamentos bancários, o que acaba auxiliando na implantação e/ou concretização do negócio (SEBRAE, 2013).

Além de disponibilizar os aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros, a preparação de um bom plano de negócios permite ao empresário analisar propostas e conduzir seu negócio, auxiliando a diminuir e a contornar situações problemáticas, evitando assim a morte precoce da empresa (AFRÂNIO,2013). Este instrumento possibilita também avaliar a viabilidade da empresa, ajudando o empresário no momento da tomada de decisões e na orientação de dificuldades/ obstáculos que poderão aparecer.

O plano de negócio é o instrumento ideal para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor, o que propicia segurança para quem quer iniciar uma empresa com maiores condições de êxito ou mesmo ampliar e/ou promover inovações em seu negócio. (SEBRAE,2013).

Desta forma, levando-se em consideração a importância dessa ferramenta, o presente trabalho busca desenvolver um plano de negócio para abertura de uma confeitaria e cafeteria na cidade de Cacimba de Dentro, no interior do Estado da Paraíba, e avaliar a sua viabilidade, tendo como objetivo oferecer produtos de qualidade, capazes de atenderem às demandas do público-alvo.

2. OBJETIVOS

A seguir serão apresentados os objetivos, os quais são divididos em objetivo geral e objetivos específicos.

2.1 Objetivo geral

Desenvolver um plano de negócio para abertura de uma empresa na área de confeitaria na cidade de Cacimba de Dentro – PB, utilizando conhecimentos adquiridos nas áreas de Administração aplicada à Gastronomia e a ferramenta de plano de negócios do SEBRAE 3.0, com foco na identificação de sua viabilidade mercadológica e financeira.

2.2 Objetivos específicos

- Avaliar o mercado de doceria no município de cacimba de dentro- PB;
- Analisar a viabilidade econômico-financeira de abertura da confeitaria;
- Realizar pesquisas de mercado direcionadas a opinião dos prováveis clientes.

3. METODOLOGIA

3.1. Delineamento da Pesquisa

O presente estudo se tratará de uma pesquisa descritiva, exploratória e quantitativa. Primeiramente, é descritiva pois terá como intuito obter informações sobre o setor em que a empresa atuará, ao realizar uma pesquisa aprofundada do seu objeto de estudo (consumidores, preços, fornecedores e custos para a análise), além de avaliar a viabilidade financeira e mercadológica, registrando os dados coletados.

Além disso, é exploratória, pois parte do fato de que será efetuada uma pesquisa de mercado com clientes em potenciais da futura empresa para analisar o nível de aceitação do público ao novo empreendimento. Por fim, é quantitativa, já que aplicará técnicas e estatísticas e se baseará em números para encontrar os resultados desejados, utilizando-se de gráficos e tabelas para ilustrar a viabilidade financeira e mercadológica do novo empreendimento (Moretti, 2018), o qual será implantado na cidade de Cacimba de Dentro – PB.

3.2 Métodos

Para a coleta e apresentação dos dados sobre a viabilidade da abertura de uma empresa na área de confeitaria na cidade de Cacimba de Dentro – PB, será utilizada a ferramenta de plano de negócio do SEBRAE 3.0.

Para se atingir os objetivos almejados, serão realizados os seguintes passos:

- Pesquisa de mercado com prováveis clientes, a fim de saber ao qual público a sua empresa será direcionada.
- Estudo dos concorrentes, como eles se comportam, qual o diferencial da empresa diante dos mesmos, quais os seus pontos fracos e fortes, os serviços disponibilizados e o que pode ser feito para que um novo negócio obtenha um maior destaque entre eles.
- Utilização de softwares: Excel e Word, questionário no *Google Forms* e outras ferramentas que facilitem os processos de coleta e análise de dados.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O Plano de Negócios em si é a análise e discussão dos resultados. Este capítulo está dividido em seis subseções, quais sejam: (1) o Sumário Executivo, que apresenta a síntese do plano de negócios; (2) a Análise de Mercado; (3) a Avaliação Estratégica; (4) o Plano de Marketing; (5) o Plano Operacional e (6) o Plano Financeiro.

4.1 Sumário Executivo

4.1.1. Resumo

A Doce Sorriso é uma confeitaria e cafeteria que será localizada na cidade de Cacimba de Dentro- PB, oferecendo produtos como cafés, tortas, salgados e sobremesas, em um ambiente agradável, confortável e instagramável, tendo um diferencial por ser a primeira confeitaria da cidade. Trata-se de uma microempresa individual, que se enquadra no simples nacional na categoria de lanchonetes e similares.

4.1.2. Dados dos empreendedores

A empresa contará com duas sócias (Quadro 1), uma das quais é Bacharelada em Gastronomia, com experiências no setor de confeitaria, o que será um diferencial para o uso de novas técnicas. A segunda sócia é Bacharelada em Administração, com experiência no setor de finanças, o que irá auxiliar bastante no desenvolvimento da empresa.

Quadro 1 – Dados das Empreendedoras

Nome:	Ana Beatriz Brito Da Silva
Endereço:	Sítio Barreiros, Cacimba de Dentro – PB
Perfil:	Finalizando o curso de Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba.
Atribuições:	Confeiteira Chef.

Nome:	Sayonara Brito Da Silva
Perfil:	Finalizando o curso de Administração da Universidade Federal da Paraíba.
Atribuições:	Administração Geral do Negócio

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

4.1.3. Missão da empresa

Nossa missão é oferecer produtos de qualidade em um ambiente super aconchegante, com um atendimento diferenciado, tornando os momentos dos clientes ainda mais especiais.

Para alcançar nossa missão, temos como destaques o fato da Chef de Cozinha ser formada em Gastronomia pela UFPB, a criação de um ambiente confortável e instagramável na confeitaria e oferecer aos funcionários treinamentos periódicos para excelência no atendimento.

4.1.4. Setores de Atividades

☐ Agropecuária

☒ Comércio

☐ Indústria

☐ Serviços

4.1.5. Forma Jurídica

☐ Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI

☐ Microempreendedor Individual – MEI

☒ Sociedade Limitada

☐ Outros:

4.1.6. Enquadramento tributário

No âmbito federal, Regime Simples, o qual inclui:

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS- Contribuição para os programas de Integração Social

COFINS- Contribuição para financiamento da Seguridade Social

CSLL- Contribuição Social sobre o Lucro líquido

ICMS- Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS- Imposto sobre Serviços

4.2 Análise de Mercado

4.2.1. Identificação das necessidades de mercado

As pessoas na cidade de Cacimba de Dentro (PB) buscam um lugar agradável para tomar um café ou drink, comer sobremesas diferentes e muitas vezes não tem, o que acaba fazendo com que se desloquem para outras cidades próximas. Portanto, a confeitaria irá proporcionar este serviço às pessoas da cidade, como também pretende atrair clientes das cidades vizinhas e turistas, que ao visitarem a cidade de Araruna devido ao seu turismo local, também possam se deslocar para Cacimba de Dentro a fim de conhecer a cidade e seus empreendimentos.

Desejos dos clientes: Buscam um local aconchegante com produtos de qualidade, para que desfrutem de suas tardes e noites de uma boa comida e um bom espaço, bom atendimento, além de não necessitar se deslocar para outras cidades.

Descrição dos produtos: Serão oferecidos produtos como **salgados** (croissant, empadas, pães recheados), **cafés** (expresso, cappuccino, chocolate quente), **bebidas** (sucos naturais, água e refrigerantes) e **sobremesas** (bolos, tortas, brownie, docinhos).

Ciclo de vida do Produto: em termos de ciclo de vida, se encaixa na fase de introdução, pois já sou conhecida na cidade e o local será conhecido por todos, com um ritmo lento de vendas.

4.2.2. Segmentação de mercado

Geográfica: Nossos clientes são pessoa físicas da cidade de Cacimba de Dentro e de cidades próximas, já que é um modelo inovador de negócio na região, o que atrairá clientes das cidades vizinhas;

Demográfica: geralmente são pessoas mais jovens, que já tem condições de pagar pelo seu consumo, bem como estudantes que procuram um lugar confortável;

Cultural: Pessoas que prezam pela qualidade dos produtos e que tem tradição de sair uma vez ou mais por semana para confraternizar com amigos ou familiares;

Psicográfica: Pessoas muito atentas às redes sociais que gostam de sair com a família ou amigos no final de semana.

4.2.3. Perfil dos Consumidores

Os consumidores são em sua maioria pessoas físicas. Os quadros 2 e 3 apresentam exemplos da persona de marketing do negócio, e logo em seguida são detalhadas as características desse perfil de consumo.

Quadro 2 – Primeira Persona de Marketing

	Ivaldete Empreendedora Classe média Possui 2 filhos Sempre procura um local para passear.
--	---

Fonte: Elaboração Própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Quadro 3 – Segunda Persona de Marketing

	Débora Estudante, 17 anos Finalizando o Ensino Médio Tem o sonho de passar no vestibular para Direito Estuda muito e não abre mão de sair com seus amigos do colégio para relaxar um pouco.
---	---

Fonte: Elaboração Própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Comportamento de consumo: Pessoas que procuram na internet locais para conhecer, pesquisam nas redes sociais, gostam das fotos dos produtos e querem consumir no local ou levar para casa.

Perfil dos clientes: São descritos dois tipos de cliente, onde o primeiro trata-se de pessoas adultas, que já tem condição de pagar pelo seu consumo, com renda familiar maior que dois

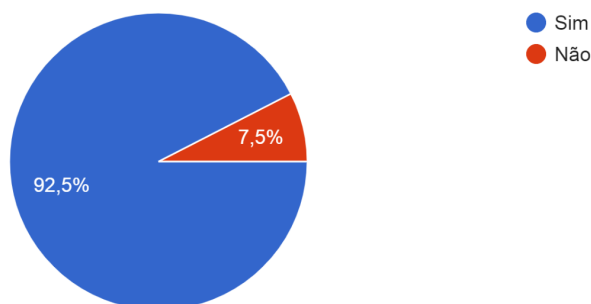
salários-mínimos e que costumam frequentar lanchonetes pelo menos uma vez na semana; já a segunda persona é representada por estudantes adolescentes, que ainda não possuem uma renda própria, mas que recebem de seus familiares recursos (como mesada) e podem decidir ir com seus amigos para alguma lanchonete, festa ou evento.

4.2.4. Resultados da Pesquisa de Mercado

Nesta seção serão apresentados os resultados obtidos com a pesquisa de mercado realizada com moradores da Cidade de Cacimba de Dentro (PB) e proximidades, no período de outubro a novembro de 2022, através de formulário online do *Google Forms*, tendo obtido o total de 53 respondentes em uma amostra por conveniência.

De acordo com a Figura 1, a seguir, de toda a amostra, 92,50% dos respondentes residem em Cacimba de Dentro (PB), cidade na qual se pretende abrir o negócio. Os 7,50% restantes (quatro respondentes) residem em Araruna, cidade vizinha à Cacimba de Dentro, sendo os residentes desta cidade um potencial de mercado devido à proximidade das duas.

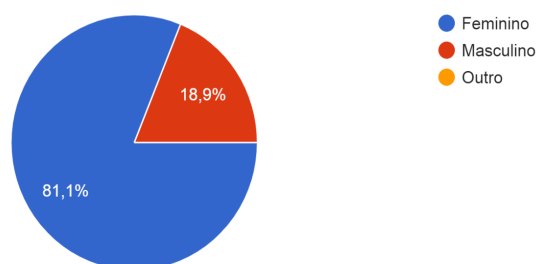
Figura 1 - Respostas à Pergunta "Você Reside em Cacimba de Dentro"?



Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

Em uma outra pergunta, a qual não é apresentado gráfico devido à diversidade de respostas, dos 49 respondentes que afirmaram morar em Cacimba de Dentro, 20 deles ou 37,74% da amostra informou morar no Centro da Cidade, bairro no qual pretende-se instalar a empresa. Depois deste, o destaque seguinte é o Sítio Barreiros, com quatro respostas. Na figura 2 é apresentado o gênero dos 53 entrevistados, no qual 81,1% responderam ser do gênero feminino e 18,9% do gênero masculino.

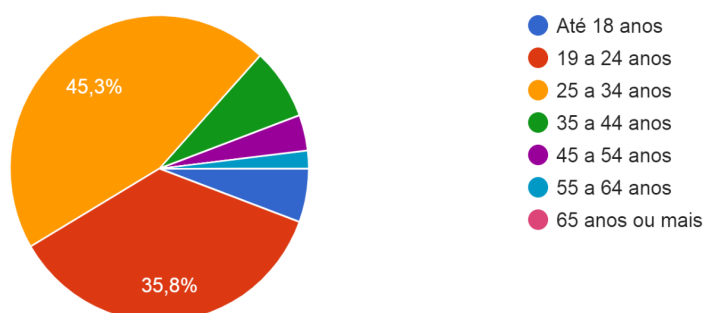
Figura 2 - Respostas à pergunta “Gênero do entrevistado”



Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

Já na figura 3 percebe-se a significativa participação de entrevistados com idade entre 25 e 34 anos com 45,3%, conseguinte da idade entre 19 e 24 anos, com 35,8% de participação.

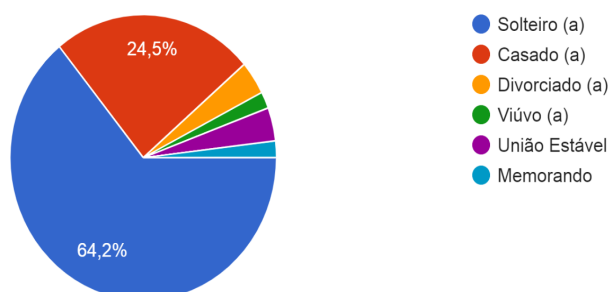
Figura 3 - Respostas à pergunta “Idade dos entrevistados”



Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

A Figura 4, a seguir, representa o estado civil dos entrevistados, onde 64,2% são solteiros (a) e 24,5% casados.

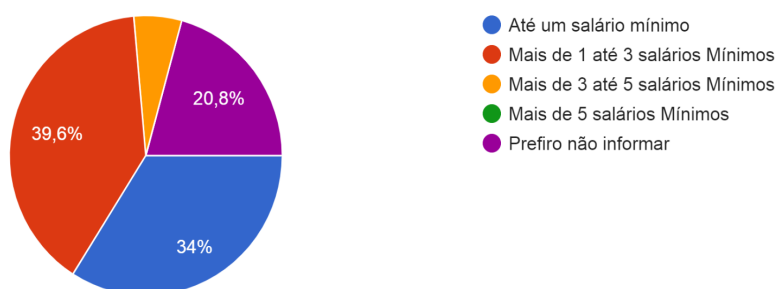
Figura 4 - Respostas à pergunta “Estado civil”



Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

Segundo a figura 5, a maior parte dos entrevistados têm renda de até 3 salários mínimos, enquanto 20,8% dos entrevistados preferiram não informar este dado.

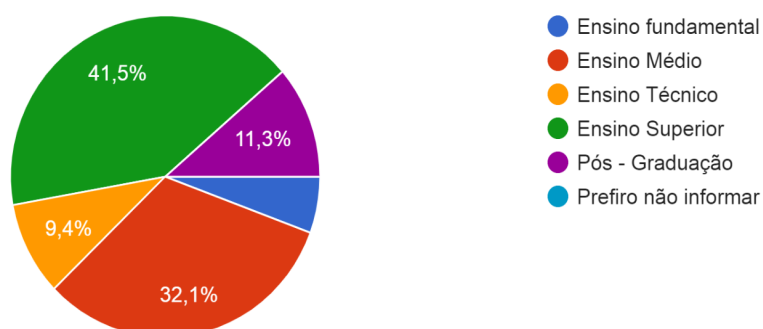
Figura 5 - Resposta a pergunta “Renda familiar mensal”



Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

A figura 6, a seguir, mostra o grau de escolaridade dos entrevistados, onde 41,5% deles possui o ensino superior e outra grande parte possui ou cursa o ensino médio.

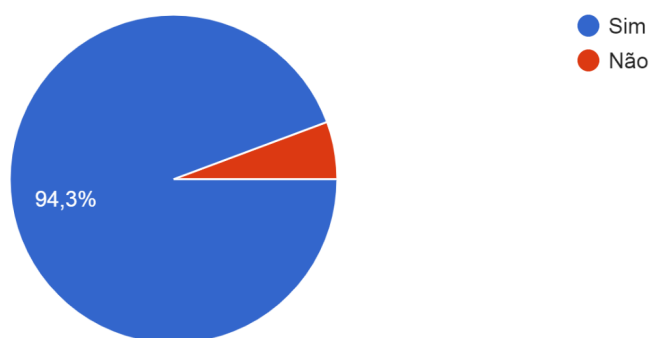
Figura 6 - Respostas à pergunta “Grau de Escolaridade dos entrevistados”



Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

A figura 7 informa que 94,3% dos entrevistados frequentam confeitarias, lanchonetes e similares e isso sugere o público em potencial da confeitaria que pretende-se abrir.

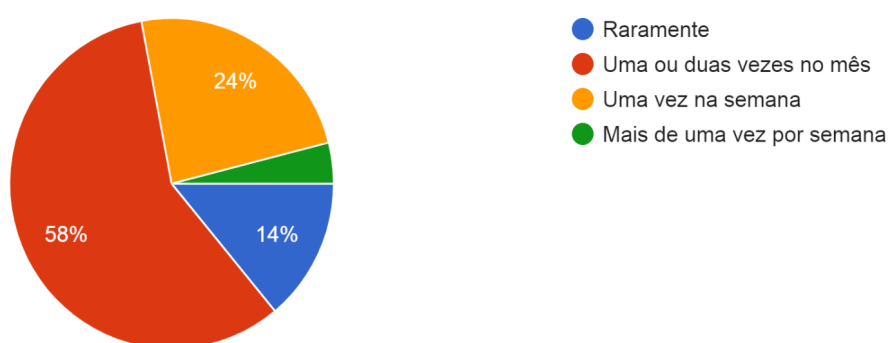
Figura 7 - Respostas à pergunta “Se os entrevistados têm o hábito de frequentar confeitarias e similares”



Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

Quando perguntados com qual frequência os entrevistados costumam ir a confeitarias, lanchonetes e similares, 58% dos entrevistados frequentam ao menos uma ou duas vezes no mês e 24% costumam frequentar uma vez na semana. As pessoas não frequentam confeitaria não porque não querem e sim porque não tem, conforme apresentado na figura 12, mais adiante. Os resultados da frequência de ida a esses ambientes estão apresentados na figura 8, a seguir.

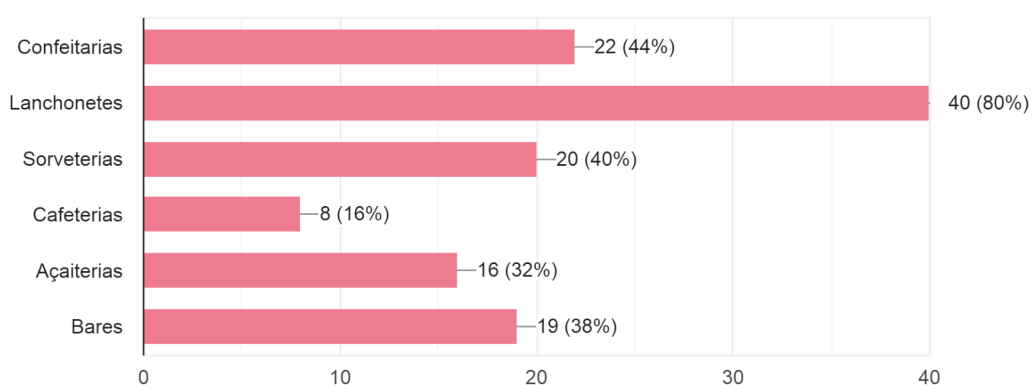
Figura 8 - Frequência de ida a confeitarias, lanchonetes e similares



Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

Na figura 9, a seguir, pode-se observar os tipos de estabelecimento que os entrevistados preferem frequentar, onde 80% optam por lanchonetes, 44% por confeitarias e a menor parcela pelos demais estabelecimentos.

Figura 9 - Respostas à pergunta “tipos de estabelecimentos que os entrevistados preferem frequentar”?

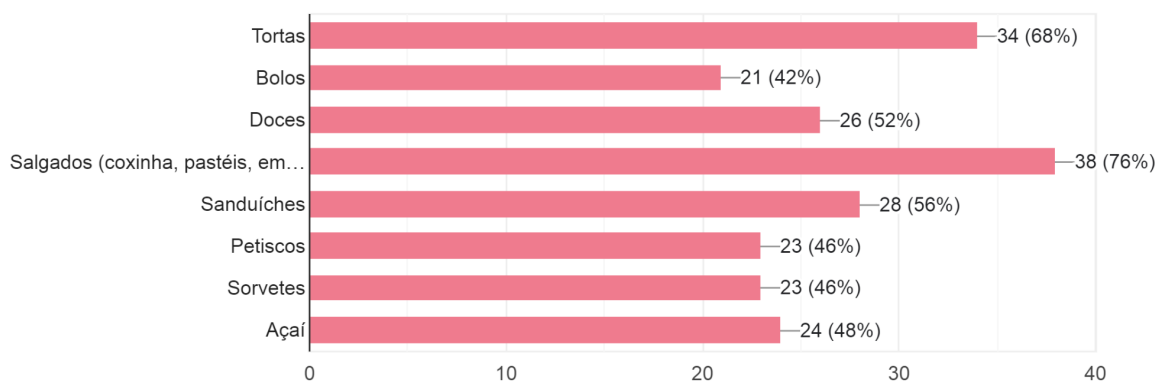


Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

A figura 10 a seguir mostra os tipos de comida que os respondentes mais consomem nesses estabelecimentos. Pode-se observar que os itens mais consumidos refere-se aos

salgados, sendo este com 76%, e tortas com 68%, itens que serão oferecidos na Doce Sorriso Confeitaria, ressaltando que disponibilizaremos de um cardápio diversificado para atender este público-alvo.

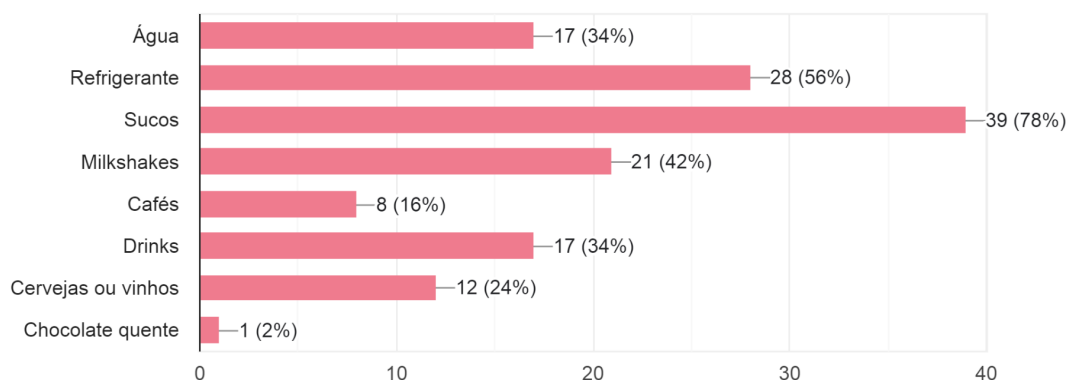
Figura 10 - Respostas a pergunta “tipos de comidas que os entrevistados costumam consumir”?



Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

A figura 11 a seguir mostra os tipos de bebidas que os entrevistados mais consomem nos estabelecimentos visitados, dentre os quais a grande maioria costuma consumir sucos, seguidos de refrigerante e água.

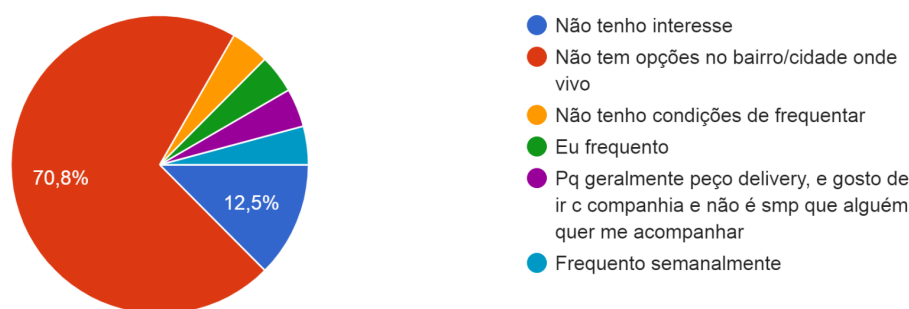
Figura 11 - Respostas a pergunta “tipo de bebidas que os entrevistados costumam consumir”?



Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

A figura 12 mostra a pergunta feita aos entrevistados caso não frequentem uma confeitaria, porque não frequentam, onde 70,8% responderam que o motivo de não frequentar se dá por não existir opções no bairro onde residem.

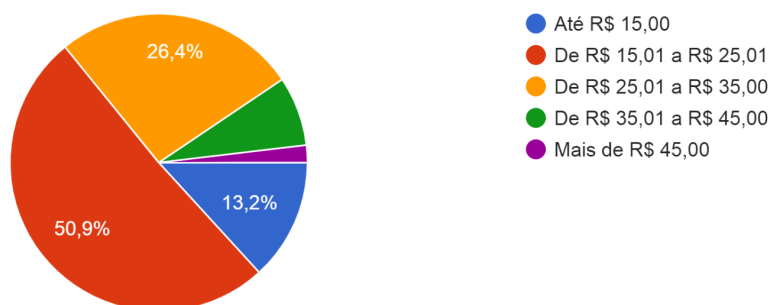
Figura 12 - Respostas a pergunta “Caso não frequente confeitaria, qual o motivo”?



Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

A figura 13 a seguir mostra o valor gasto pelos entrevistados, onde 50,9% gastam entre R\$ 15,00 e R\$ 25,00. Outra grande parte dos entrevistados 26,4% costumam gastar de R\$ 25,00 a R\$ 35,00 nessas ocasiões.

Figura 13 - Respostas à pergunta “Valor gasto pelos entrevistados quando vão a uma confeitaria”?

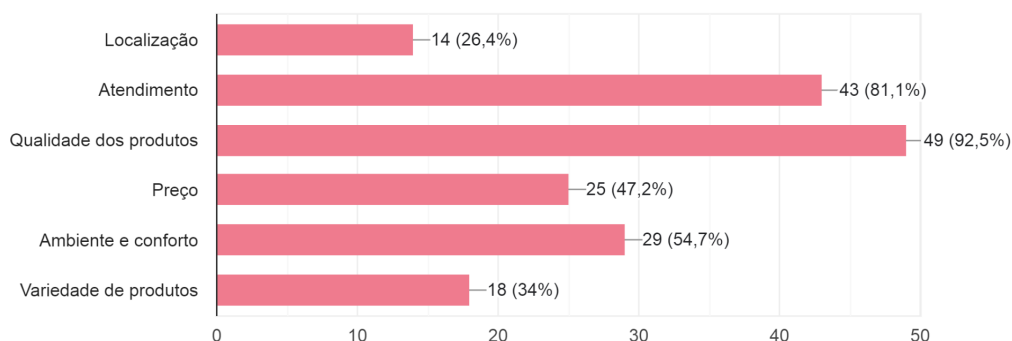


Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

Os entrevistados também foram perguntados sobre quais alimentos gostariam de encontrar em uma confeitaria. Também não é apresentado gráfico dos resultados devido a diversidade de respostas, mas 38,8% ou 21 deles responderam que gostariam de encontrar na confeitaria tortas, seguido de outros alimentos como bolos, salgados, doces, brownie.

A figura 14 constata que os clientes potenciais valorizam a qualidade dos produtos, atendimento, ambiente e conforto, bem como o preço. São qualidades que a Doce Sorriso valoriza e oferece.

Figura 14 - Respostas à pergunta “Qualidades que os entrevistados esperam encontrar em uma confeitaria?”

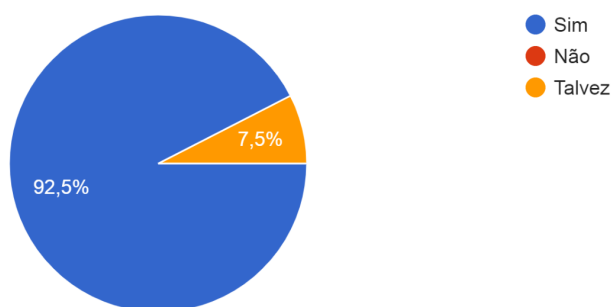


Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

Os locais que os entrevistados mais frequentam na cidade de Cacimba de Dentro – PB são identificados como nossos principais concorrentes. Esta é uma outra pergunta a qual não é apresentado gráfico devido à diversidade de respostas. Dos 53 respondentes, 13,4% informou não frequentar nenhuma confeitaria, 9,4% afirmaram que frequentam a Cascone Gelateria, e 3 deles ou 5,7% da amostra informou que frequentam a Mônica Lanches. Muitos disseram que não lembram.

A figura 15 demonstra a pergunta que foi feita aos entrevistados se gostariam de frequentar uma confeitaria no bairro do centro de Cacimba de Dentro, onde é possível observar que 92,5% dos entrevistados frequentariam a confeitaria no bairro.

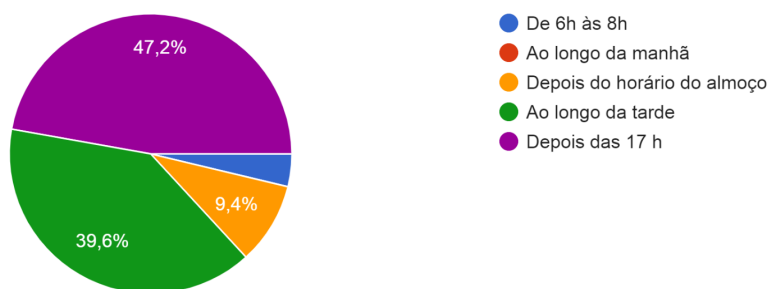
Figura 15 - Se gostariam de frequentar uma confeitaria no bairro do Centro, em Cacimba de Dentro (PB)



Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

Já a figura 16 mostra a preferência de horário que os entrevistados gostariam de frequentar a confeitaria no bairro do Centro, e nele pode-se observar que 47,2% preferem depois das 17h e 39,6 % ao longo da tarde.

Figura 16 - Respostas à pergunta “Qual o melhor horário para frequentar a confeitaria”?



Fonte: Pesquisa de Mercado própria realizada em Out/Nov 2022.

A pesquisa demonstrou os hábitos e preferências dos entrevistados, além de mostrar que o público-alvo da Doce sorriso é o público entrevistado. O questionário foi elaborado com base na pesquisa de mercado e no perfil de cliente da Doce Sorriso, com o objetivo de identificar os futuros clientes onde a confeitaria se instalará.

4.2.5. Análise dos Concorrentes

O Quadro 4 traz a síntese da análise dos principais concorrentes, sendo os mesmos considerados concorrentes indiretos, pois não há confeitaria na cidade.

Quadro 4 – Análise dos Concorrentes

Empresa	Cascone Gelateria	Mônica Lanches	Senhor Café
Qualidade	Produtos de qualidade, reconhecida na cidade uma das lanchonetes mais antigas.	Tem uma boa qualidade	Produtos de qualidade
Preço	Possui um preço adequado para a cidade	Possui um preço adequado para a cidade	Preços dos serviços mais elevados da cidade
Condições de Pagamento	à vista, crédito e débito e pix.	à vista, crédito e débito e pix.	à vista, crédito e débito e pix.
Localização	Rua Severino Câmara da Cunha – Centro, Cacimba de Dentro (PB)	Rua presidente João Pessoa – Centro, Cacimba de Dentro (PB)	Conjunto Frei Damião, Cacimba de Dentro (PB)
Atendimento	Excelente atendimento	Bom atendimento	Possui um bom atendimento
Serviços aos clientes	Serviços por encomenda, espaço aconchegante.	Serviços por encomenda.	Estão sempre inovando.

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

4.2.6. Lista de Fornecedores

O Quadro 5 traz a síntese dos principais fornecedores, por categorias de insumos que serão comprados para ofertar os produtos do cardápio.

Quadro 5 – Lista de Fornecedores

Nº	1	2	3	4
Descrição dos itens a serem adquiridos	Farináceos Leite e derivados	Chocolates Branco Meio amargo	Coco, granulados e embalagens	Ovos
Nome do Fornecedor	Depósito Araruna	Toque Foods	Casa Prática	Point do Ovo
Periodicidade de Compra	semanalmente	mensalmente	mensalmente	Semanalmente
Volumes mínimos	1 fardo/caixa	1 kg	1 unidade	1 bandeja
Condições de pagamento	À vista	À vista, cartão de débito, crédito e pix	À vista, cartão de débito, crédito e pix.	À vista
Prazo de Entrega	Apenas retirada	1 dia útil	1 dia útil	Apenas retirada
Localização	Araruna	João pessoa	João pessoa	Cacimba de Dentro

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Se os itens não forem encontrados, existem outros fornecedores onde a empresa possa realizar a compra em caso de urgência, porém não possuem a mesma qualidade e diversidade do seu fornecedor prioritário.

4.3 Avaliação Estratégica

No Quadro 6, a seguir, são apresentados os resultados da Análise SWOT ou Matriz FOFA, os quais representam as Forças e Fraquezas (aspectos do ambiente interno) e as Oportunidades e Ameaças (aspectos do ambiente externo).

A proposta é ter um diferencial na qualidade dos produtos, na criação de novos itens, que sejam itens diferenciados e que não tenha igual na cidade, mas para funcionar necessitará ter um custo fixo operacional mensal médio, comparado com as empresas da cidade, as quais

muitas vezes não seguem as regras contábeis e não pagam sequer um salário mínimo a seus funcionários.

Por outro lado, o crescimento deste tipo de serviço – potencializado pelo delivery – no interior é uma oportunidade para a empresa, que também tem como potencial ameaça os poucos clientes que possam existir.

Quadro 6 – Análise SWOT ou Matriz FOFA

FORÇAS	FRAQUEZAS
• Insumos de qualidade • Variedade de produtos • Preços competitivos • Boa localização • Capacitação técnica da chefe confeitadeira	• Custos operacionais • Limitação de fornecedores
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
• Setor de alimentação fora do lar após a pandemia • Crescimento de lanchonetes no interior • Busca por produtos a pronta entrega	• Poucos clientes • Baixo alcance da internet enquanto meio de marketing no interior

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Chega-se a uma orientação de que é necessário investir na divulgação a empresa para que todos saibam do diferencial e da unicidade existente nela na cidade de Cacimba de Dentro (PB).

4.4 Plano de Marketing

4.4.1 Estratégia de produto e valor ao cliente

Valor ao cliente

Será oferecido serviços superiores ao da concorrência como: qualidade dos produtos, ótimo atendimento, preço justo de modo que atenda as necessidades e os desejos dos clientes, padronização do bom atendimento.

Imagem

Identidade visual diferenciada, pois será feita com profissional especializado, com criação de logomarca, desenvolvimento de embalagens, ótima apresentação dos produtos e treinamento de funcionários na finalização dos produtos.

Inovação

Alguns dos produtos que serão oferecidos não tem na cidade, também serão ofertados produtos a pronta entrega.

Informação

Realizar propaganda nas redes sociais, fazer ação de promoção, delivery por aplicativo, com cupons de descontos e *lives* ao vivo nas redes ensinando as receitas.

Garantia

Alimentos seguros, garantia dos ingredientes utilizados nas preparações

Conveniência

Pronta entrega, delivery, encomendas e pontos de vendas, como os restaurantes e escolas da cidade, a fim de atender as necessidades dos clientes.

Serviços

Parceria com outros estabelecimentos (atendimento ao cliente / pós venda)

4.4.2 Estratégia de preço

Preços realizados através de fichas técnicas, com análise do público consumidor e de qual valor podem pagar pelo produto. Será possível realizar a personalização de produtos e os combos em datas comemorativas, a preços diferenciados.

Condições e prazos de pagamento

Aceitaremos pagamento à vista, cartão de crédito e débito e pix.

4.4.3 Estratégia de Promoção

A estratégia de promoção da Doce Sorriso Confeitaria se inicia com a criação de uma estratégia de imagem, sendo criada uma logomarca para o empreendimento (Figura 17).

Figura 17 – Logomarca do Empreendimento



Fonte: Elaboração Própria com o auxílio do aplicativo Canva.

Descontos

A depender da quantidade da encomenda, valor antecipado, cliente amigo, aniversariante.

Brindes

Em datas comemorativas, clientes do mês e sorteios.

Eventos

Evento de inauguração com convidados e digitais influencer.

Parcerias

Com restaurantes e escolas particulares.

Outros

Sorteios no instagram, concurso de fotos de clientes, foto fidelidade, pesquisa de satisfação, degustações gratuitas.

Estratégia de comunicação

Os veículos de mídia utilizados serão redes sociais, através de publicações dos produtos e campanhas no Instagram, Facebook e Whatsapp, como também anúncio em carro de som.

4.4.4 Estratégia de Distribuição

Os canais de venda da Doce Sorriso serão: Loja física, delivery através de aplicativo próprio da doce sorriso e encomendas via WhatsApp (telefone).

Características do ponto comercial

Será um estabelecimento alugado no centro da cidade de Cacimba de Dentro (PB). O local escolhido ficará próximo de outros estabelecimentos, com acessibilidade para todos os públicos, contando com estacionamento para maior comodidade dos clientes.

4.4.5 Força de vendas

Perfil dos vendedores

Mesmo que já possua experiência na área, serão oferecidos e realizados cursos de atendimento ao cliente.

Organização da equipe

A equipe será formada por um chefe de cozinha que será a própria dona do estabelecimento, um auxiliar de cozinha, um atendente e um caixa.

Remuneração da equipe

Serão remunerados com salários fixos, em média de um salário mínimo.

Treinamentos

Iremos treinar nossos colaboradores quanto a área de higiene e boas práticas e atendimento ao cliente.

Aptidões

Ser proativo, gostar de trabalhar com o público, ter bom relacionamento com os clientes, prestar um bom serviço, ser ágil.

4.4.6 Localização do negócio

Endereço: a definir, mas já definido o bairro e sendo em casa ou ponto comercial térreo com área externa.

Bairro: Centro

Cidade: Cacimba de Dentro – PB

Telefone: (83) 99814-4912

Ponto: a localização permite conforto, comércios próximos e estacionamento.

4.5 Plano Operacional

4.5.1 Layout ou arranjo físico

No layout apresentado na Figura 18, temos a planta da Doce Sorriso Confeitaria. A sala possui 39,2 m², e nela podemos observar no salão principal capacidade para 14 pessoas na área interna, sendo a mesma climatizada, contendo 3 mesas e 3 cadeiras altas na bancada. Além de um local para fotos, temos também a área do balcão em L juntamente com o caixa e a geladeira expositora e uma parede aberta para acesso à cozinha, como também um WC. Na área externa dispomos de uma área verde, tornando o ambiente mais despojado, um deck com iluminação natural e mesas com ombrelones com capacidade para 6 pessoas.

Figura 18 - Layout e Arranjo da Doce Sorriso Confeitaria



Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Figura 19 – Perspectivas em 3D do Layout da Doce Sorriso Confeitaria



Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

4.5.2 Capacidade Produtiva

A capacidade máxima é de 22 pessoas simultaneamente na loja, sendo 18 clientes e 4 funcionários.

4.5.3 Processos Operacionais

As entregas feitas pelos fornecedores serão na parte da manhã, enquanto a confeitaria não estiver em processo de produção. A produção de bolos, coberturas e recheios será diária para manter a qualidade, e os salgados terão dias específicos para sua produção. A finalização de alguns produtos será feita após o pedido do cliente, e os pedidos de encomendas serão feitos na parte da manhã antes da abertura da vitrine, os expositores serão abastecidos antes da abertura da loja e as matérias-primas serão armazenadas na cozinha.

Quadro 7 – Procedimentos Operacionais

ATIVIDADES	HORÁRIOS
Recebimento de mercadoria	7:00 h
Produção de bolos, coberturas e recheios	A partir das 8:00 h
Encomendas	8:00 h
Organização das vitrines	11:30 h
Produção de salgados (sábados)	8:00 h
Abertura da loja	14:00 h

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

4.5.4 Necessidades de Pessoal

A equipe será composta por:

- Sócia e Chefe de Cozinha – Graduação em Gastronomia, experiência na área de confeitaria;
- Sócia e Administradora – Graduação em Administração, responsável pelo financeiro da empresa, gestão de estoque, acompanhamento de fluxo de caixa, pagamentos de funcionários;
- Auxiliar de Cozinha – Ensino médio completo, experiência na área;
- Atendente/ garçom – Ensino médio completo, boa comunicação, gostar de lidar com o público, experiência na área.
- Caixa – Ensino médio completo, experiência na área.

4.5.5 Planejamento do recrutamento, Seleção e Treinamento

O recrutamento será feito através de anúncio nas redes sociais para divulgar todas as informações da vaga, e depois será realizado a análise de currículo dos interessados. A seleção será por meio de entrevista, e o treinamento na cozinha será realizado pela chefe e dos demais cargos o treinamento será feito por profissionais qualificados. Daremos preferência aqueles que já possuírem experiência e se destacarem na entrevista.

4.6 Plano Financeiro

Nesta seção são apresentados os resultados da elaboração do Plano Financeiro para análise da viabilidade econômico-financeira de abertura da confeitaria na cidade de Cacimba de Dentro (PB), divididos em dez subtópicos, quais sejam: (1) Investimentos Fixos; (2) Prazos para definição do capital de giro e dos estoques; (3) Faturamento Mensal e Descrição dos Produtos e Custos; (4) Custos com mão de obra e pró-labore; (5) Custos fixos operacionais mensais; (6) Cálculo de Tributos; (7) Simulação de Financiamento; (8) Demonstração do Resultado do Exercício (DRE); (9) Sazonalidade; e (10) Indicadores e Viabilidade.

O modelo dos resultados apresentados é o da Planilha de Plano de Negócios elaborada pelo SEBRAE (2018) do Estado do Paraná, e considera os resultados conforme apresentado no modelo citado.

4.6.1 Investimentos fixos

Os investimentos fixos trazem a estimativa dos itens necessários para o funcionamento do negócio. A tabela 1, a seguir, detalha os valores projetados da empresa em máquinas, equipamentos, móveis e utensílios, onde o produto mais caro corresponde ao freezer expositor, seguido dos ar-condicionado e as panelas mexedoras. Quanto aos móveis e utensílios, os itens de maior custo referem-se as mesas e cadeiras, seguido dos balcões expositores e a decoração do local. Além disso, há o investimento em um computador e duas maquinas de cartão. Os investimentos necessários para implementação do negócio totalizam R\$ 38.536,36.

Tabela 1 - Investimentos Fixos Projetados para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
Máquinas e Equipamentos	19.047,86
2 Panelas mexedoras	2.540,00
1 Geladeira; 1 freezer	4.965,07
1 Forno industrial, um fogão industrial	2.259,70
1 Microondas	531,00
2 Ar-condicionados	2.716,20
2 Liquidificadores, 3 batedeiras, 1 pipoqueira	1.970,90
1 Máquina de café + fritadeira	749,90
1 Freezer expositor	2.895,09
2 Botijões de gás + instalação	420,00
Móveis e Utensílios	16.236,80
5 mesas e 15 cadeiras	5.079,40
Itens de decoração (espelhos, arranjos, cenários para fotos, área externa)	3.402,84
2 Balcões	4.000,00
3 Bancos altos	329,70
1 Puff grande	200,00
1 Bancada	1.000,00
Louça para servir o salão	1.368,49
Conjunto de panelas, assadeiras e formas de bolo	806,37
2 Balanças	50,00
Computadores	3.251,70
1 Notebook	2.870,10
2 Maquinas de cartão	381,60
Total de Investimento Fixo	38.536,36

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

4.6.2 Prazos e Estoques

A tabela 2 a seguir representa respectivamente os dados referentes aos prazos de venda, compra e estoque adotados pela empresa, onde as vendas à vista correspondem a 30% e as vendas a prazo a 70%, trazendo uma média de 14 dias em termos de prazo de recebimento. Já o prazo médio de compras da empresa será de 40% com pagamento à vista e 60% a prazo, sendo 12 dias a média de prazo de pagamento aos fornecedores.

A maioria dos insumos necessários possuem alta vida de prateleira, com exceção dos itens de hortifrúti e ovos, sendo assim foi determinado que a necessidade de reposição de estoque será realizada a cada 7 dias. O valor do estoque inicial foi calculado de acordo com o custo direto dos produtos por mês, o qual dividido pela quantidade de semanas (quatro), estimou-se em R\$ 4.000,00.

Tabela 2 - Estimativa de Prazos de Recebimento, Compras e Estoque para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)

POLÍTICA DE VENDA		
Prazo médio de venda das mercadorias	%	Dias
Venda à Vista	30,00	0
Venda a Prazo	70,00	20
Prazo Médio - representa a média ponderada das vendas à vista e a prazo.		14
POLÍTICA DE COMPRA		
Prazo médio de compras	%	Dias
À Vista	40,00	-
A Prazo	60,00	20
Prazo Médio - representa a média ponderada das compras à vista e a prazo		12
POLÍTICA DE ESTOQUE		Dias
Necessidade média de estoques - define qual deve ser o estoque mínimo necessário em dias		7
ESTIMATIVA DE ESTOQUE INICIAL		R\$
Estoque Inicial		4.000,00

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

4.6.3 Faturamento Mensal e Descrição dos Produtos e Custos

O faturamento mensal detalha a estimativa de quanto a empresa irá faturar em um mês. Para estimar o faturamento mensal, foi considerado um período de 8 horas de funcionamento aberto ao público, durante 6 dias da semana (funcionando de terça a domingo) das 14 h às 22h. Para a projeção de vendas foi considerada a capacidade máxima de pessoas, a qual corresponde a 18 pessoas vezes a quantidade de vezes em que o assento é ocupado, multiplicado pela quantidade de dias de funcionamento do mês, sendo dividido entre os produtos em diferentes porcentagens de vendas. A tabela 3, a seguir, mostra os custos direto da empresa e o seu faturamento mensal, sendo respectivamente o custo direto de R\$ 16.275,17 e o faturamento mensal de R\$ 53.416,80.

Tabela 3 - Estimativa do Faturamento e dos Custos Mensais para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)

ESTIMATIVA DE FATURAMENTO E CUSTO DIRETO MENSAL	
Faturamento	R\$ 53.416,80
Custo Direto	R\$ 16.275,17

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Os produtos aos quais farão parte do cardápio da confeitaria são descritos abaixo, sendo detalhados a quantidade de vendas de cada um, o custo unitário, o custo da mercadoria para produzi-los, o preço de venda unitário e o faturamento mensal por produto.

Dentre os produtos foi definida uma média de venda, onde 25% estão voltadas para a venda de tortas, já que de acordo com a pesquisa de mercado foi o item mais citado pelos entrevistados, seguido pela venda de brownies e salgados. Dentre as bebidas, as que apresentam maior meta de vendas corresponde ao café, cappuccino e chocolate quente.

Dentre os produtos que compõem o faturamento, a fatia de torta recheada apresenta-se como o produto que detêm maior porcentagem do faturamento total correspondendo a (12,93%), seguido do chocolate quente e cappuccino (10,35%) e o brownie (8,08%).

Tabela 4 - Detalhamento do Faturamento e dos Custos Mensais por Produto para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)

Descrição do Produto	Estimativa de Custos			Estimativa de Vendas	
	Vendas Unitárias	Custo Unit. (R\$)	Custo da Mercad. (R\$)	Preço de Venda (R\$)	Faturamento (R\$)
Brownie	864	0,75	648,00	5,00	4.320,00
Cookies	432	0,54	233,28	4,00	1.728,00
Torta recheada fatia	864	1,75	1.512,00	8,00	6.912,00
Docinhos	216	0,38	82,08	1,50	324,00
Pipoca gourmet	216	0,84	181,44	5,00	1.080,00
Pudim Fatia	432	1,20	518,40	4,00	1.728,00
Empada grande	864	1,02	881,28	4,50	3.888,00
Pão delícia	346	0,75	259,20	3,00	1.036,80
Coxinha grande	864	1,42	1.226,88	4,50	3.888,00
Croissant	346	1,26	435,46	4,00	1.382,40
Pão de queijo	346	0,44	152,06	2,00	691,20
Tapioca tradicional	346	1,50	518,40	4,00	1.382,40
Tapioca recheada	346	4,09	1.413,50	8,00	2.764,80
Bolo de cenoura (fat.)	432	0,90	388,80	5,00	2.160,00
Suco da polpa	173	0,65	112,32	3,50	604,80
Suco da fruta	173	1,00	172,80	4,00	691,20
Café	691	1,82	1.257,98	5,00	3.456,00
Chocolate quente	691	4,05	2.799,36	8,00	5.529,60
Cappuccino	691	2,09	1.444,61	8,00	5.529,60
Água s/ gás	346	1,20	414,72	3,00	1.036,80
Água c/ gás	173	1,65	285,12	4,00	691,20
Refrigerante	518	2,58	1.337,47	5,00	2.592,00
CMV		16.275,17	TOTAL DE PRODUTOS		53.416,80

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

4.6.4 Custos com mão de obra e pró-labore

São os custos referentes a cada funcionário, onde além do salário são considerados os encargos previstos em lei como FGTS, INSS, provisão para férias, provisão para 13º salário e provisão para aviso prévio, dentre outros. Para o funcionamento do setor de cozinha e salão serão necessários três funcionários e a participação das duas sócias, sendo um auxiliar de cozinha, um garçom e um caixa, onde os 3 cargos irão receber um salário-mínimo, totalizando um custo para empresa de R\$ 5.000,95 com mão de obra de funcionários.

Já as sócias terão como pró-labore mensal o valor de R\$ 1.500,00 cada, calculado de acordo com o seu orçamento familiar, sendo aplicado 11% de tarifa do INSS sobre o total de R\$ 3.000,00, totalizando R\$ 3.330 de pagamento do pró-labore mensal. Na tabela seguinte

são apresentados a necessidade de pessoal e seus respectivos salários bem como a retirada do pró-labore dos sócios.

Tabela 5 - Estimativa dos custos com Mão-de-Obra e Retirada dos Sócios para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)

Cargo/Função	Nº	Salário	%*	Encargos	Total
Auxiliar de Cozinha	1	1.212,00	37,54%	454,98	1.666,98
Garçom	1	1.212,00	37,54%	454,98	1.666,98
Caixa	1	1.212,00	37,54%	454,98	1.666,98
Retirada da Sócia (Pró-Labore)	1	1.500,00	11,00%	165,00	1.665,00
Retirada da Sócia (Pró-Labore)	1	1.500,00	11,00%	165,00	1.665,00
TOTAL	5	6.636,00	-	1.694,95	8.330,95

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

4.6.5 Custos fixos operacionais mensais

Os custos fixos são gastos que não se alteram em função do volume de produção ou receita. Na tabela a seguir são discriminadas as estimativas dos custos fixos mensais da empresa, totalizando o valor de R\$ 11.701,19, onde as maiores despesas estão associadas a mão de obra e encargos, seguido do pró-labore, calculados na tabela anterior.

Tabela 6 - Estimativa dos Custos Fixos para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)

Discriminação	Valor (R\$)
Mão-de-Obra + Encargos	5.000,95
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.330,00
Água	300,00
Energia Elétrica	500,00
Telefone e Internet	60,00
Contador	1.212,00
Material de Expediente e Consumo	300,00
Aluguel	500,00
Propaganda e Publicidade	50,00
Depreciação Mensal	348,23
Manutenção	100,00
TOTAL	11.701,19

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

4.6.6 Cálculo dos Tributos

Diante da simulação do faturamento, o regime tributário definido foi o Simples Nacional, considerando que o faturamento anual ultrapassa o valor de R\$ 81.000,00, valor

máximo permitido para ser Microempreendedor Individual (MEI). A Tabela a seguir apresenta o cálculo dos tributos em cada um dos regimes tributários disponíveis, demonstrando ser a escolha mais econômica o Simples Nacional.

Tabela 7 - Estimativa dos Impostos e Outros Encargos (exceto de pessoal) para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)

IMPOSTOS	SIMPLES NACIONAL	LUCRO PRESUMIDO	LUCRO REAL
IR - Imposto de Renda	3.404,43	641,00	1.729,23
CSLL - Contribuição Social		576,90	1.037,54
COFINS - Contribuição Financeira Social		1.602,50	4.059,68
PIS - Programa de Integração Social		347,21	881,38
IPI - Imposto sobre Produtos Indust.		-	-
ICMS - Imposto de Circ. de Mercad. e Serviços		7.662,00	7.662,00
ISS - Imposto sobre Serviços		-	-
TOTAL DE IMPOSTOS	3.404,43	10.829,62	15.369,83
ENCARGOS			
INSS	-	1.393,20	1.393,20
SESI, SESC OU SEST	-	54,54	54,54
SENAI, SENAC OU SENAT	-	36,36	36,36
SEBRAE	-	21,82	21,82
INCRA	-	7,27	7,27
FGTS	290,88	290,88	290,88
Acidente de Trabalho	-	109,08	109,08
Salário Educação	-	90,90	90,90
TOTAL DE ENCARGOS	290,88	2.004,05	2.004,05
TOTAL GERAL DA TRIBUTAÇÃO	3.695,31	12.833,67	17.373,88

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Foi verificada que a atividade a ser realizada pela empresa é permitida pelo Simples Nacional, vinculada à Tabela 01 (Comércio), na Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE) no 5611203 – Lanchonetes, Casas de Chá, de Sucos e Similares, sendo este, portanto, o método tributário escolhido para a empresa.

4.6.7 Financiamento Necessário

De acordo com o valor total dos bens necessários para a implementação da Confeitaria, bem como do capital e giro que se precisa para operar, ficou estabelecido o financiamento de R\$ 50.000,00, que equivale a 80,95% do capital necessário. O financiamento considera uma taxa de juros de 0,90% ao mês, com período de 36 meses, sendo o tempo de carência de 6 meses, totalizando 36 parcelas de R\$ 1.909,22. Todos os dados foram estimados conforme os dados do Programa Empreender Paraíba, linha de financiamento para pequenas empresas.

Tabela 8 - Estimativa do Financiamento para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)

Valor a Financiar	50.000,00
Carência	6
Prazo (Incluso a carência)	36
Juros	0,90% ao mês
IOF	0,0%
Parcela	30 parcelas de R\$ 1.909,22 cada

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

4.6.8 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

O Demonstrativo de Resultado do Exercício é bastante satisfatório, pois o resultado líquido financeiro perfaz em R\$ 18.737,96 por mês. Permanecendo essa média, em um ano o resultado líquido atingirá R\$ 224.855,52. As distribuições das receitas se apresentam em 30% de vendas à vista e 70% a prazo para os pagamentos em cartão de crédito.

Tabela 9 - Estimativa da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)

DISCRIMINAÇÃO		VALOR R\$	%
1. Receita Total		53.416,80	100,00%
Vendas (à vista)		16.025,04	30,00%
Vendas (a prazo)		37.391,76	70,00%
2. Custos Variáveis Totais		(21.068,43)	(39,44%)
Previsão de Custos		(16.275,17)	(30,47%)
Impostos Federais (SUPER SIMPLES)		(3.404,43)	(6,37%)
Previsão de Inadimplência	0,50%	(267,08)	(0,50%)
Cartões de Crédito e Débito		(1.121,75)	(2,10%)
3. Margem de Contribuição		32.348,37	60,56%
4. Custos Fixos Totais		(11.701,19)	(21,91%)
Mão-de-Obra + Encargos		(5.000,95)	(9,36%)
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)		(3.330,00)	(6,23%)
Água		(300,00)	(0,56%)
Energia Elétrica		(500,00)	(0,94%)
Telefone e Internet		(60,00)	(0,11%)
Contador		(1.212,00)	(2,27%)
Material de Expediente e Consumo		(300,00)	(0,56%)
Aluguel		(500,00)	(0,94%)
Propaganda e Publicidade		(50,00)	(0,09%)
Depreciação Mensal		(348,23)	(0,65%)
Manutenção		(100,00)	(0,19%)
5. Resultado Operacional		20.647,18	38,65%
6. Investimentos		(1.909,22)	(3,57%)
Financiamento		(1.909,22)	(3,57%)
7. Resultado Líquido Financeiro		18.737,96	35,08%

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Diante a receita total, apresenta-se que 39,44% desta é consumida nos custos variáveis totais e 21,91% nos custos fixos totais, assim como o financiamento, que representa 3,57% do total da receita. Em resumo, 64,92% da receita total será consumida com custos e investimentos, restando 35,08% da receita em resultado líquido financeiro.

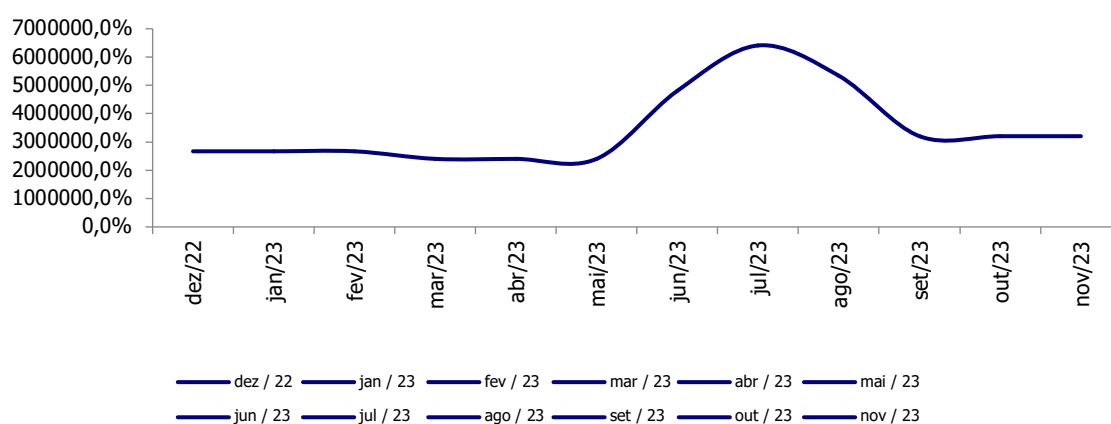
4.6.9 Sazonalidade

A previsão de sazonalidade foi feita em cima com os dados aqui já expostos, realizando uma análise detalhada mensal das fases de crescimento da atividade empresa, bem como a sazonalidade devida a festividades e férias.

Tendo em vista a abertura de uma nova empresa na cidade de Cacimba de Dentro (PB), foi considerado nos três primeiros meses de funcionamento uma produção equivalente a apenas 50% da sua capacidade. Do quarto ao sexto mês foi considerada uma produção equivalente a 75% da capacidade. Por fim, apenas a partir do 7º mês que foi considerado o funcionamento a plena capacidade, na qual todas as mesas estão ocupadas durante o período de funcionamento.

Além disso, em termos de sazonalidade, vale ressaltar que os meses que vão de fevereiro a maio e de setembro a novembro possuem menor nível de atividade, que se dá devido ao fluxo de pessoas que saem da cidade a estudo ou trabalho; já as épocas com maiores movimentações na cidade, nas férias de dezembro e janeiro e no período de junho a agosto, no qual há festividades e feriados, aumentam assim a capacidade de produção e consequentemente o faturamento.

Figura 20 - Representação da Sazonalidade para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)



Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

A figura acima demonstra a representação da sazonalidade para a empresa, indicando que os melhores meses no primeiro ano do negócio serão de junho a agosto de 2023. A tabela de simulação da sazonalidade não foi apresentada devido à sua extensão, a qual não caberia neste documento.

4.6.10 Indicadores de Viabilidade

Os indicadores de viabilidade são calculados pela própria planilha do SEBRAE-PR e foram separados para melhor observação e interpretação das tabelas. Na tabela 10 abaixo é apresentado o resumo financeiro, a qual demonstra que os recursos necessários tanto para investimento como para capital de giro somam R\$ 61.766,40.

Deste total, R\$ 50.000,00 serão obtidos através de financiamento, e o restante com o capital próprio, correspondente a R\$ 11.766,40. De acordo com os resultados, o faturamento mensal está estimado em R\$ 53.416,80, com custos variáveis que correspondem a 39,44% desse faturamento, e após os descontos da parcela do financiamento e dos custos fixos, o resultado do mês é previsto em R\$ 18.737,96 ou 35,08% do faturamento.

Tabela 10 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Estimados para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)

Indicadores Financeiros				
Investimento	42.536,36	Faturamento	53.416,80	100,00%
Capital de Giro	19.230,05	Custos Variáveis	(21.068,43)	(39,44%)
Total	61.766,40	Custos Fixos	(11.701,19)	(21,91%)
		Resultado Operacional	20.647,18	38,65%
Financiamento	50.000,00	Investimentos	(1.909,22)	(3,57%)
Capital Próprio	11.766,40	Resultado	18.737,96	35,08%

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Já acerca do indicador de ponto de equilíbrio operacional e financeiro, o qual mostra o valor diário a ser alcançado para conseguir cobrir todos os custos operacionais e o financiamento, é de R\$ 898,99 (considerando 25 dias úteis) ou R\$ 22.474,85 de forma mensal, estando dentro do previsto para a empresa.

Tabela 11 - Resumo do Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro Estimado para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)

Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro	
Mensal	R\$ 22.474,85
Diário	R\$ 898,99
Dias úteis	25

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Por fim, a tabela 12 apresenta os indicadores de viabilidade econômico-financeira, expondo resultados promissores para o empreendimento. Em apenas 9 meses será possível obter o retorno total dos investimentos realizados. Considerando a sazonalidade, a média mensal de lucratividade ainda é muito positiva, equivalente a 27,20% da receita do mês.

Tabela 12 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Econômico-Financeira estimados para a Implantação de uma Confeitaria em Cacimba de Dentro (PB)

Lucratividade	
Média mensal	27,20%
Indicadores de Viabilidade	
Payback - Prazo de Retorno do Investimento	9 meses
TMA- Taxa Mínima de Atratividade	13,75%
TIR – Taxa Interna de Retorno	186,46%
VPL – Valor Presente Líquido	383.148,67

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Além disso, para o cálculo do Valor Presente Líquido (VPL), foi colocada como taxa Mínima de Atratividade (TMA), que é o mínimo de retorno exigido do investimento, a Taxa Selic atual (novembro de 2022), de 13,75% ao ano. O empreendimento se mostra tão promissor que sua Taxa Interna de Retorno (TIR) foi muito superior à Selic, de 186,46% ao ano, demonstrando que ultrapassa os 100% ao ano de retorno, e que por isso o prazo de retorno do investimento é inferior a um ano.

Devido à alta taxa TIR, o Valor Presente Líquido (VPL) é positivo e significativo, no valor de R\$ 383.148,67, ou seja, após pagar todos os custos e todos o investimento inicial feito, os fluxos de caixa livres trazidos a valor presente somam este valor, concluindo-se pela viabilidade do investimento.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Doce Sorriso é um empreendimento que busca trazer produtos diferenciados, ótimo atendimento e conforto para os seus clientes. Diante da elaboração do plano de negócios, foi possível identificar o seu público alvo, as suas necessidades e as estratégias a serem adotadas, assim como os investimentos necessários para a sua implantação e toda a abordagem financeira de modo a evitar erros e um fechamento precoce da empresa.

O presente trabalho teve como proposta analisar a viabilidade de uma confeitaria na cidade de Cacimba de Dentro – PB, e de desenvolver detalhadamente o passo a passo para o seu planejamento. Os objetivos foram alcançados, e os resultados financeiros se demonstram satisfatórios, com um faturamento de aproximadamente 53 mil reais ao mês. Já nas análises mercadológicas, o público se mostrou bastante interessado na proposta da abertura de um novo negócio, mostrando aceitação ao empreendimento proposto.

A proposta de ter produtos a pronta entrega é um diferencial da empresa, o que consequentemente pode aumentar a sua quantidade de vendas. Pode-se concluir que o plano de negócio se torna indispensável quando se pretende abrir uma empresa, pois auxilia o empreendedor a entender melhor sobre a empresa, quais serão seus objetivos e possíveis desafios.

Por fim, conclui-se que a Doce Sorriso confeitaria é um empreendimento viável, onde segundo os dados obtidos sobre os investimentos, os mesmos mostram um retorno em um período de 9 meses.

6. REFERÊNCIAS

AFRÂNIO, C. **Como elaborar um plano de negócios**. In: Brasília, 2013. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>. Acesso em 08 de junho de 2022.

D.HISRIC, R. **Empreendedorismo**. 5ª edição. Editora Bookman. Fortaleza. 2004.

MACIEL, T. R. **Plano de negócio para abertura de uma confeitaria em Ferreiros – PE**. Monografia (Bacharelado em Gastronomia) – Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/15725> Acesso em: 08 de Junho de 2022.

MORETTI, I. **Metodologia de Pesquisa do TCC**. Via Carreira, 2018. Disponível em: <https://viacarreira.com/metodologia-de-pesquisa-do-tcc-110040/> Acesso em: 08 de Junho 2022.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS **Como Elaborar um Plano de Negócio**. SEBRAE, 2013. Disponível em: <https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/cartilha-manual-ou-livro/como-elaborar-um-plano-de-negocio>. Acesso em: 07 de junho de 2022.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Modelo de Plano de Negócios em Excel**. Paraná, 2018. Disponível em: <https://www.sebraepr.com.br/gratuitos/plano-de-negocios-sebrae/> Acesso em: 12 de jun. 2022.