



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

BÁRBARA LORENA GALDINO MALAQUIAS

PLANO DE NEGÓCIOS PARA A VIABILIZAÇÃO DE UMA PANIFICADORA
DRIVE THRU NA CIDADE DE JOÃO PESSOA- PB.

JOÃO PESSOA

2023

BÁRBARA LORENA GALDINO MALAQUIAS

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA A VIABILIZAÇÃO DE UMA PANIFICADORA
DRIVE THRU NA CIDADE DE JOÃO PESSOA- 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

2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

M237p Malaquias, Barbara Lorena Galdino.

Plano de negócios para a viabilização de uma
panificadora drive-thru na cidade de João Pessoa - PB /
Barbara Lorena Galdino Malaquias. - João Pessoa, 2023.
49 f. : il.

Orientação: Valéria Louise de Araújo Maranhão
Saturnino Silva.

TCC (Graduação) - UFPB/CTDR.

1. Empreendedorismo. 2. Plano de Negócio. 3.
Panificadora. 4. Drive-Thru. I. Silva, Valéria Louise
de Araújo Maranhão Saturnino. II. Título.

UFPB/CTDR

CDU 657.31:664.65(813.3)

BÁRBARA LORENA GALDINO MALAQUIAS

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA A VIABILIZAÇÃO DE UMA PANIFICADORA
DRIVE THRU NA CIDADE DE JOÃO PESSOA- 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 a obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

RESULTADO: _____Aprovado com Correções_____ NOTA: __9,50__

João Pessoa, 12 de junho de 2023.

BANCA EXAMINADORA



Profª. Dra. Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino da Silva
Orientadora (UFPB)



Profª. Dra. Maria dos Remédios Antunes Magalhães
1ª Examinadora (UFPB)



Profª. Dra. Samara Macedo Moraes
2ª Examinadora (UFPB)

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Respostas sobre se o entrevistado reside em João Pessoa.....	19
Figura 2 - Respostas dos entrevistados sobre o bairro que moram em João Pessoa	19
Figura 3 - Gênero dos entrevistados.....	20
Figura 4 - Idade dos entrevistados	20
Figura 5 - Estado civil dos entrevistados	21
Figura 6 - Entrevistados que possuem veículo próprio	21
Figura 7 - No de entrevistados que possuem veículos próprios <i>versus</i> bairro que moram	22
Figura 8 - Renda dos entrevistados	22
Figura 9 - Grau de escolaridade dos entrevistados.....	23
Figura 10 - Entrevistados que têm o hábito de frequentar padarias, confeitarias, cafeterias e similares	23
Figura 11 - Frequência em que os entrevistados vão á padarias, confeitarias, cafeterias e similares	24
Figura 12 - Frequência em que os entrevistados utilizam os serviços de <i>Drive-Thru</i>	24
Figura 13 - Tipos de estabelecimentos que os entrevistados preferem frequentar.....	25
Figura 14 - Resposta dos entrevistados que não tem o hábito de frequentar padarias, confeitarias, cafeterias e similares	25
Figura 15 - Entrevistados que já frequentaram uma panificadora <i>drive-trhu</i>	26
Figura 16 - Entrevistados que frequentariam uma panificadora <i>drive-trhu</i> na cidade de João Pessoa (PB)	26
Figura 17 - Apuração de qual o melhor horário para frequentar uma panificadora <i>drive-trhu</i> na cidade de João Pessoa – PB, segundo os entrevistados	27
Figura 18 - Tipos de alimentos que os entrevistados gostariam de encontrar em uma panificadora <i>drive-trhu</i> (<i>mais de uma opção</i>)	27
Figura 19 - Tipos de bebidas que os entrevistados gostariam de encontrar em uma panificadora <i>drive-trhu</i> (<i>mais de uma opção</i>)	28
Figura 20 - Principais qualidades que os entrevistados consideram importante para um estabelecimento de panificadora <i>drive-trhu</i> (<i>mais de uma opção</i>).	28
Figura 21 - Média que os entrevistados gastariam por pessoa a uma ida na panificadora.....	29
Figura 22 - Logomarca do Empreendimento	33
Figura 23 - Foto do Ponto Comercial que será reformado para o empreendimento	36
Figura 24 e Figura 25 - Layout e Arranjo da Trigo Express	36
Figura 26 - Representação da Sazonalidade para a Implantação de uma Panificadora <i>Drive-Thru</i> na Cidade De João Pessoa – (PB)	46

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados dos(as) Empreendedores(as)	15
Quadro 2 – Persona de Marketing.....	18
Quadro 3 – Análise dos Concorrentes.....	29
Quadro 4 – Lista de Fornecedores.....	30
Quadro 5 – Análise SWOT ou Matriz FOFA	31

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Investimentos Fixos Projetados para a Implantação de uma Panificadora Drive Thru na cidade de João Pessoa- (PB).....	39
Tabela 2 - Estimativa de Prazos de Recebimento, Compra e Estoque para a Implantação de uma Panificadora Drive Thru na cidade de João Pessoa- (PB).....	40
Tabela 3 - Estimativa do Faturamento e dos Custos Mensais para a Implantação de uma Panificadora <i>Drive-Thru</i> na cidade de João Pessoa- (PB)	41
Tabela 4 - Detalhamento do Faturamento e dos Custos Mensais por Produto para a Implantação de uma Panificadora <i>Drive-Thru</i> na cidade de João Pessoa- (PB).....	41
Tabela 5 - Estimativa dos custos com Mão-de-Obra e Retirada dos Sócios para a Implantação de uma Panificadora <i>Drive-Thru</i> na cidade de João Pessoa- (PB).....	42
Tabela 6 - Estimativa dos Custos Fixos para a Implantação de uma Panificadora <i>Drive-Thru</i> na cidade de João Pessoa- (PB)	43
Tabela 7 - Estimativa dos Impostos e Outros Encargos (exceto de pessoal) para a Implantação de uma Panificadora <i>Drive-Thru</i> na cidade de João Pessoa- (PB).....	43
Tabela 8 - Estimativa de Financiamento para a Implantação de uma Panificadora <i>Drive-Thru</i> na Cidade De João Pessoa – (PB)	44
Tabela 9 - Estimativa da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) para a Implantação de uma Panificadora <i>Drive-Thru</i> na Cidade De João Pessoa – (PB)	45
Tabela 10 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Estimados para a Implantação de uma Panificadora <i>Drive-Thru</i> na Cidade de João Pessoa – (PB).....	46
Tabela 11 - Resumo do Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro Estimados para a Implantação de uma Panificadora <i>Drive-Thru</i> na Cidade de João Pessoa – (PB)	47
Tabela 12 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Econômico-financeira Estimados para a Implantação de uma Panificadora <i>Drive-Thru</i> na Cidade de João Pessoa (PB)	47

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. METODOLOGIA.....	14
2.1. Delineamento da Pesquisa	14
2.2 Métodos	14
3. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	15
3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	15
3.1.1. Resumo	15
3.1.2. Dados dos empreendedores.....	15
3.1.3. Missão da empresa.....	15
3.1.4. Setores de Atividades.....	16
3.1.5. Forma Jurídica	16
3.1.6. Enquadramento tributário	16
3.2 ANÁLISE DE MERCADO.....	16
3.2.1. Identificação das necessidades de mercado	16
3.2.2. Segmentação de mercado.....	17
3.2.3. Perfil dos Consumidores	18
3.2.4. Resultados da Pesquisa de Mercado	18
3.2.5. Análise dos Concorrentes	29
3.2.6. Lista de Fornecedores	30
3.3 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	30
3.4 PLANO DE MARKETING	31
3.4.1 Estratégia de produto e valor ao cliente.....	31
3.4.2 Estratégia de preço.....	33
3.4.3 Estratégia de Promoção.....	33
3.4.4 Estratégia de Distribuição	34
3.4.5 Força de vendas	35
3.4.6 Localização do negócio.....	35
3.5 PLANO OPERACIONAL	36
3.5.1 Layout ou arranjo físico.....	36
3.5.2 Capacidade Produtiva	37
3.5.3 Processos Operacionais.....	37
3.5.4 Necessidades de Pessoal	38

3.5.5 Planejamento do recrutamento, Seleção e Treinamento	38
3.6 PLANO FINANCEIRO	38
3.6.1 Investimento Fixo	39
3.6.2 Prazos e Estoques.....	40
3.6.3 Faturamento Mensal	40
3.6.4 Mão de Obra e Pró-Labore	42
3.6.5 Custos Fixos.....	42
3.6.7 Financiamento.....	44
3.6.8 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)	44
3.6.9 Sazonalidade	45
3.6.10 Indicadores de Viabilidade	46
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
5. REFERÊNCIAS.....	49

PLANO DE NEGÓCIOS PARA A VIABILIZAÇÃO DE UMA PANIFICADORA DRIVE THRU NA CIDADE DE JOÃO PESSOA- PB.

RESUMO

O presente estudo pretende verificar a viabilidade financeira de uma panificadora *drive-trhu* na cidade de João Pessoa (PB). Tendo em vista a tradição brasileira de consumir pão e café nas manhãs e ao decorrer do dia, surgiu a curiosidade de juntar esse costume social com um tipo de serviço que vem tendo um crescimento muito grande, devido a globalização, pós pandemia e o aumento da procura de serviços mais práticos, rápidos e cômodos, o *drive-trhu* vem ganhando espaço no mercado e se adaptando a sociedade. A partir de uma pesquisa descritiva, explanatória e quantitativa, coletou-se informações dos dados através de uma pesquisa de mercado por meio de formulários, chegou ao resultado de uma empresa viável e lucrativa. O projeto também conta com um plano operacional, financeiro, avaliação estratégica e análise de mercado. O plano de negócios tem resultados favoráveis financeiramente para a implantação da panificadora na cidade de João Pessoa, com uma lucratividade líquida de aproximadamente 12 mil reais, sendo assim considerado um projeto viável financeiramente, além de ser um serviço inédito no mercado de panificação da cidade.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Plano de Negócios, Panificadora, *Drive-trhu*.

BUSINESS PLAN FOR THE FEASIBILITY OF A DRIVE THRU BAKER IN THE CITY OF JOÃO PESSOA- PB.

ABSTRACT

The present study intends to verify the financial viability of a drive-thru bakery in the city of João Pessoa (PB). Bearing in mind the Brazilian tradition of consuming bread and coffee in the mornings and throughout the day, the curiosity arose to combine this social custom with a type of service that has been experiencing a very large growth, due to globalization, post pandemic and the increase in In search of more practical, faster and more comfortable services, the drive-thru has been gaining space in the market and adapting to society. From a descriptive, explanatory and quantitative research, information was collected from the data through market research using forms, arriving at the result of a viable and profitable company. The project also includes an operational and financial plan, strategic assessment and market analysis. The business plan has financially favorable results for the implementation of the bakery in the city of João Pessoa, with a net profitability of approximately 12 thousand reais, thus being considered a financially viable project, in addition to being an unprecedented service in the bakery market in the city.

Keywords: Entrepreneurship, Business Plan, Bakery, Drive-thru.

1. INTRODUÇÃO

O surgimento do pão na civilização vem antes de Cristo, criando uma relação antiga e fiel com a população. Sendo um dos primeiros alimentos a ser consumido por qualquer classe econômica, seja na atualidade ou nos tempos remotos, o pão se fazia presente, não só de forma nutritiva, mas também de forma política, econômica e religiosa como é declamado no poema Seis mil anos de pão de JACOB (2003):

Por el pan sin pesarle trabaja el comerciante, por el pan va el mendigo puerta a puerta rogando, por el pan el marino abandona su casa y por el pan hay quienes darán la vuelta al mundo. Por el pan cae en la trampa el pájaro silvestre, por el pan todo hombre comete mil pecados, por el pan da su vida el soldado valiente, por el pan el juglar cantando pasa el día. Por el pan estudiamos todo lo conocido, la casa en la que él falta no es hogar sino infierno, el pan es lo que une en un haz la familia, y su falta enfrenta al padre con el hijo. Por el pan se hacen bodas y se dicen sermones, de todo lo que es bueno, el pan es lo mejor (JACOB,2003).

Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria ABIP (2022), o setor de panificação e confeitaria teve um crescimento de faturamento de R\$ 5,79 bilhões comparado com o mesmo período entre os meses de janeiro a maio no ano de 2021. Tendo em vista o período da pandemia, o mercado de panificação ainda conseguiu alcançar um faturamento de R\$ 91,94 bilhões em 2020, sendo a porcentagem de 61,65% dos itens vendidos de elaboração própria e 38,35% em itens de revenda (ABIP, 2021).

Com a globalização e a crescente demanda, os ramos dos mercados têm que seguir inovando e procurando sempre uma forma de estar à frente dos seus concorrentes. Apesar da pandemia e da crise econômica que o país enfrentou, o setor de panificação vem acompanhando o surgimento de novas ideias para o mercado. Comodidade e praticidade são fatores a serem considerados com o intuito de atrair o consumidor para a compra de um produto, como citado por COSTA (2011):

O serviço drive-thru permite que o consumidor não perca tempo saindo de seu veículo para fazer um pedido, aguardar o pedido e somente depois voltar para o carro e seguir caminho. Ele torna possível que se faça todo o processo descrito e o pagamento sem sair do veículo. É um processo que proporciona maior agilidade e mais comodidade (COSTA et al, pág2,2011).

Buscando maneiras de adaptar o setor da panificação com o estilo de vida da população pessoense, surgiu a ideia de fazer um plano de negócios visando a viabilidade de uma panificadora *drive-thru* na cidade de João Pessoa-PB, com o intuito de facilitar a vida do consumidor, prezando um atendimento rápido, cômodo e prático.

Desta forma, o objetivo geral desta pesquisa foi elaborar um plano de negócios para a viabilização de uma padaria *drive-thru* na cidade de João Pessoa – PB. São objetivos específicos do trabalho: (a) Estudar o mercado de panificação na cidade; (b) Fazer uma pesquisa dos possíveis públicos alvos do empreendimento; (c) Analisar a melhor localização para o negócio; (d) Estudar os fornecedores e distribuidores; (e) Estudar as plantas e projetos para realizar melhor o fluxo dos clientes, funcionários e recebimentos; e (f) Analisar a viabilidade econômica e financeira do novo empreendimento.

Este trabalho está dividido em cinco capítulos, quais sejam: (1) esta introdução; (2) os procedimentos metodológicos utilizados na elaboração do trabalho; (3) a análise dos resultados, que inclui a elaboração do plano de negócios; (4) as conclusões; e (5) as referências.

2. METODOLOGIA

2.1. Delineamento da Pesquisa

A atual pesquisa trata-se de um estudo descritivo, pois tem com o objetivo obter os resultados através de análises, pesquisas e resultados consequentes. Também é exploratória, pois usaremos os métodos de formulários e observação de campo. Por fim, também é quantitativo, e por ser um plano de negócios usaremos números, gráficos, imagens e símbolos para apresentar os resultados.

2.2 Métodos

O plano de negócios foi construído por meio da ferramenta em Planilha do Microsoft Excel denominada Plano de Negócios SEBRAE 3.0, disponibilizada pelo SEBRAE PR (2018). A planilha foi preenchida com base nas pesquisas realizadas sobre a viabilidade de uma panificadora *drive-thru* na cidade de João Pessoa-PB.

Visando os métodos cabíveis para a realização do plano de negócios, utilizamos os seguintes meios:

- Analisar o mercado da panificação e do *drive-thru* na cidade, através da internet, coletar informações a fim de ter um resultado mais próximo da realidade.
- Explorar os possíveis clientes em potencial com base na localização e no público-alvo das panificadoras e usuários de *drive-thru*;
- Realização de formulários e pesquisa de campo para a coleta de dados com as ferramentas do *google forms*.

3. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este capítulo está dividido em seis seções, quais sejam: (1) O Sumário Executivo; (2) Análise de Mercado; (3) Avaliação Estratégica; (4) Plano de Marketing; (5) Plano Operacional; e (6) Plano Financeiro.

3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

3.1.1. Resumo

O modelo de negócio da panificadora *drive-thru* visa atender as necessidades de uma sociedade que procura otimizar seu tempo e conciliar suas necessidades dentro do pouco tempo disponível do dia a dia. Com o objetivo de ofertar pães, salgados, café, sucos e outras opções de fácil preparo, a panificadora irá fornecer uma refeição rápida e fácil na cidade de João Pessoa (PB), com o intuito de vender para os clientes em potencial que não tenham tempo para preparar a sua refeição.

3.1.2. Dados dos empreendedores

A empresa irá contar com apenas uma gestora, a qual é bacharelanda em Gastronomia, com uma paixão pelo setor de gestão e panificação, que será um diferencial na hora de administrar e usar novas técnicas na área de panificação.

Quadro 1 – Dados dos(as) Empreendedores(as)

Nome: Bárbara Lorena Galdino Malaquias	
Endereço: Rua Bancário Antônio Macau, 117, Bancários, João Pessoa - PB.	
Perfil: Bacharel em Gastronomia pela UFPB;	
Atribuições:	Gestora do negócio.

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

3.1.3. Missão da empresa

Fornecer alimentos para o café da manhã com qualidade e praticidade, atendimento rápido e eficiente, com produtos de preparação rápida e otimizadas para um recebimento

seguro e prático para o cliente. A gestão do estabelecimento fica por conta da recém-formada em gastronomia pela Universidade Federal da Paraíba, Bárbara Lorena.

3.1.4. Setores de Atividades

- ☐ Agropecuária
- ☐ Comércio
- ☐ Indústria
- ☒ Serviços

3.1.5. Forma Jurídica

- ☒ Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- ☐ Microempreendedor Individual – MEI
- ☐ Sociedade Limitada
- ☐ Outros:

3.1.6. Enquadramento tributário

Como a projeção do faturamento é maior do que o permitido para o MEI, o enquadramento tributário esperado é o Simples Nacional, na Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE) 5611-2/01 - Restaurantes e Similares.

3.2 ANÁLISE DE MERCADO

3.2.1. Identificação das necessidades de mercado

Desejo dos clientes

Os clientes têm o perfil de ir para o trabalho cedo, e devido às demandas de trabalho e da família, geralmente não tem tempo de preparar um café da manhã adequado, indo para o trabalho muitas vezes sem se alimentar ou se alimentando com produtos pouco ou nada saudáveis. Sendo assim, é desejo dos clientes se alimentar de forma saudável, no caminho

para o trabalho, tendo a possibilidade de comprar no formato *drive-thru*, com praticidade, qualidade e saudabilidade.

Descrição dos produtos

Pães diversos (pão francês, pão integral, bisnaguinha, baguete, pão de hambúrguer, pão de cachorro quente, brioche, australiano), cafés (café preto, café expresso, café com leite, capuccino, café mocha e chocolate quente), lanches (Sanduíche Natural, misto quente, Queijo quente, Sanduíche com frango, Sanduíche com Carne de sol na nata, Pão de Queijo, Coxinha, Fatia de torta de Frango, Fatia de torta de Carne seca, Tapioca recheada e Tapioca tradicional), doces (Bolo fatia, Biscoitos amanteigados, Pudim, Croissant Chocolate, Sonho Creme, Sonho Doce de leite) e Bebidas (Refrigerante Lata, Chá, Iogurte, Suco polpa, Suco industrial).

Ciclo de vida do Produto

Proposta de serviços em fase inicial, pois não há outro empreendimento com esta proposta em João Pessoa - PB.

3.2.2. Segmentação de mercado

Geográfica

Por estar localizado no Bairro Jardim Oceania, os clientes em potencial são também os moradores do bairro de Manaíra, Bessa, Aeroclube, Tambaú, Cabo Branco, Intermares e Camboinha, além de moradores de outros Bairros que passem pela rota da panificadora.

Demográfica

Por ser um serviço *drive-thru*, os clientes em potencial têm que ter acima de 18 anos, automóvel e que buscam otimizar seu tempo durante o caminho aos seus afazeres.

Cultural

Atender aos que procuram praticidade e rapidez sem sair do seu veículo e sem perder tempo a caminho do trabalho ou outras atividades, aos que buscam se alimentar sem perder tempo fazendo em casa.

Psicográfica

Segundo Veiga-Neto (2007), o perfil psicográfico dos potenciais consumidores do negócio são os idealistas, pois são consumidores práticos, apreciadores de conforto, que buscam durabilidade, praticidade, funcionalidade e valor agregado nos produtos que compram.

3.2.3. Perfil dos Consumidores

O quadro 2 apresenta o exemplo da persona de marketing perfil de consumidor de uma panificadora *drive-thru*.

Quadro 2 – Persona de Marketing

	Louise Maranhão 36 anos, Casada, uma filha Professora Concursada Tem uma vida muito corrida, pois precisa deixar a filha na escola e ir dar a sua aula, então sempre sai de casa sem comer, e gostaria de tomar um café da manhã rápido na praticidade do seu carro.
--	---

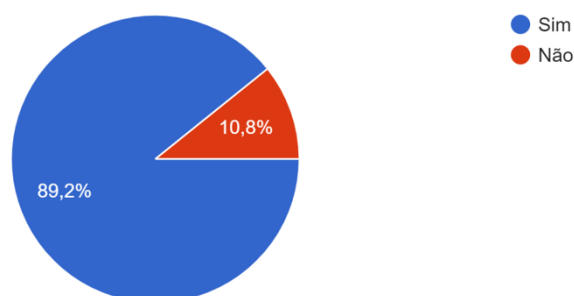
Fonte: Elaboração Própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Comportamento de consumo

Consumidores que trabalham muito, têm muitos compromissos e não tem flexibilidade de horário e estão à procura de praticidade e agilidade nas suas refeições. Geralmente consomem produtos alimentícios em *drive-thru* ou delivery, na maioria das vezes ultra processados. Sabem que precisam mudar sua alimentação, mas não conseguem devido à sua rotina.

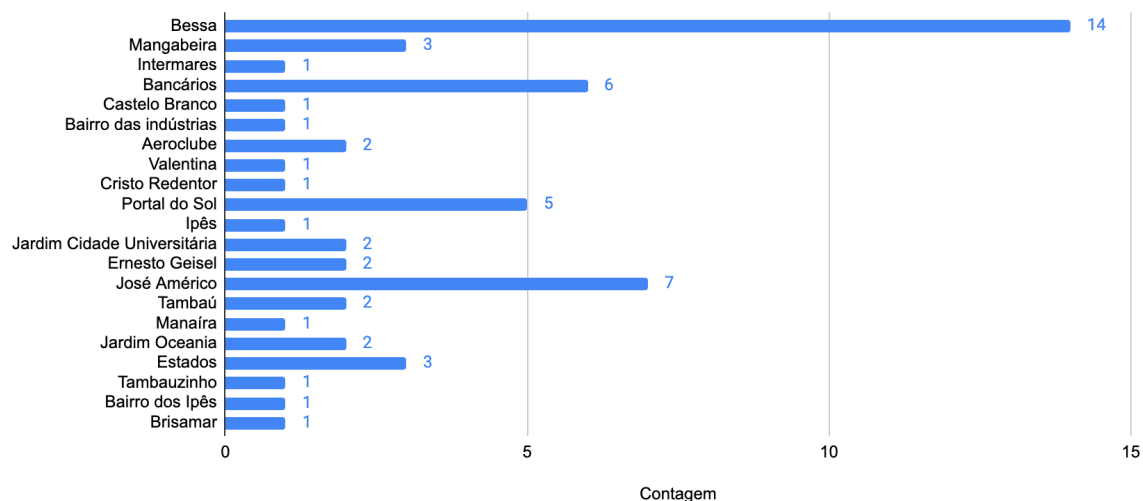
3.2.4. Resultados da Pesquisa de Mercado

Nesta seção serão apresentados os resultados obtidos com a pesquisa de mercado realizada entre 17-03 e 18-04 de 2023, resultando em uma amostra por conveniência de 65 entrevistados.

Figura 1 - Respostas sobre se o entrevistado reside em João Pessoa

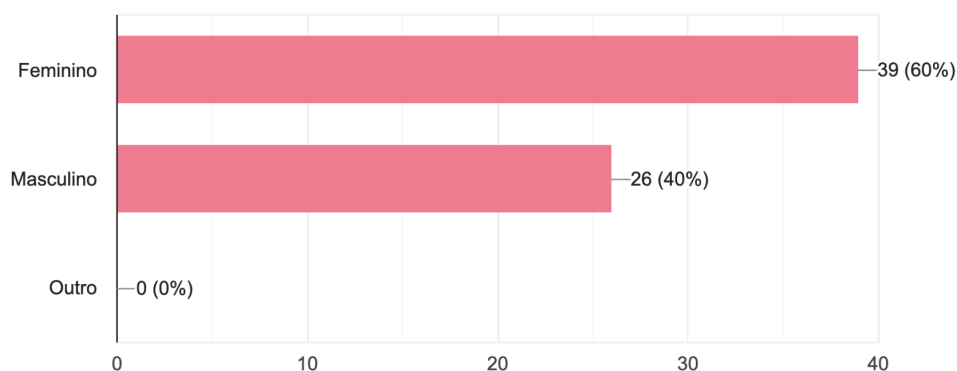
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

De acordo com a figura 1, 89,2% dos entrevistados residem na cidade de João Pessoa - PB, sendo, portanto, o público-alvo. Quando questionados sobre o bairro em que moram, 14 dos entrevistados responderam Bessa, 07 deles responderam José Américo, 06 deles responderam bancários e 05 Portal do Sol, totalizando 49,23% dos entrevistados que moram nestes quatro bairros, conforme a Figura 2. Em outra perspectiva de análise, 28 dos 65 entrevistados moram em bairros praianos, geralmente residenciais, dos quais as pessoas saem sentido centro para trabalhar.

Figura 2 - Respostas dos entrevistados sobre o bairro que moram em João Pessoa

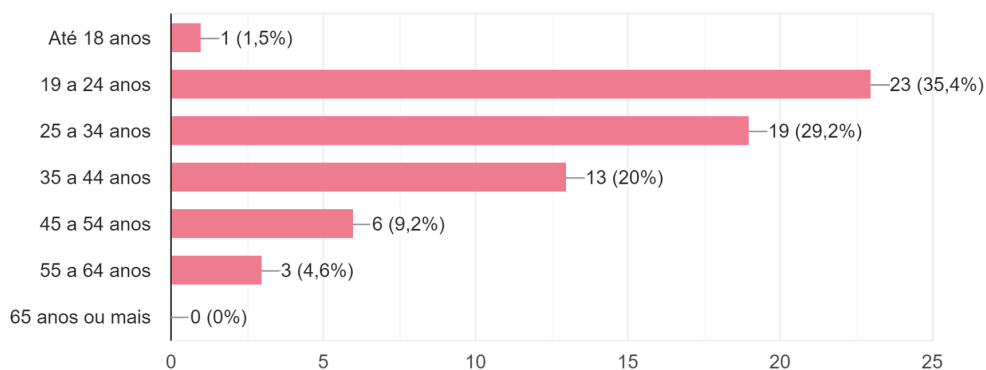
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

A Figura 3 demonstra as respostas dos entrevistados quando questionados acerca do gênero, sendo 60% feminino e 40% masculino.

Figura 3 - Gênero dos entrevistados

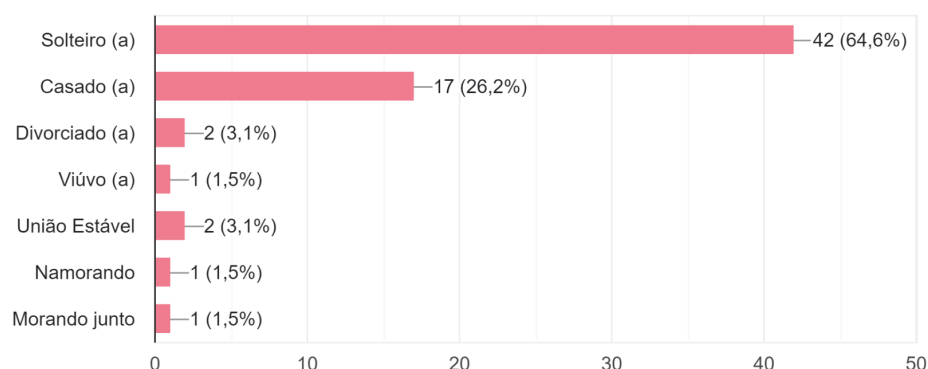
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

A figura 4 abaixo apresenta os resultados acerca da idade dos entrevistados, onde apenas 1,5% (1) apresentou ter até 18 anos de idade, 35,4% (23) apresentaram idades entre 19 à 24 anos, 29,2% (19) apresentaram idades entre 25 à 34 anos, 20% (13) relataram ter entre 35 a 44 anos de idade, 9,2% (6) relataram ter entre 45 à 54 anos de idade, 4,6% (3) apresentaram idades entre 55 a 64 anos e, por fim, não houve nenhum entrevistado que apresentasse idade igual ou superior a 65 anos de idade.

Figura 4 - Idade dos entrevistados

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

A figura 5 esboça o estado civil dos entrevistados. Foi obtido uma porcentagem de 64,6% (42) de pessoas que relataram ser solteiros, 26,2% (17) de pessoas que relataram ser casados, 3,1% (2) divorciados, 3,1% (2) união estável, 1,5% (1) namorando, morando junto e viúvo.

Figura 5 - Estado civil dos entrevistados

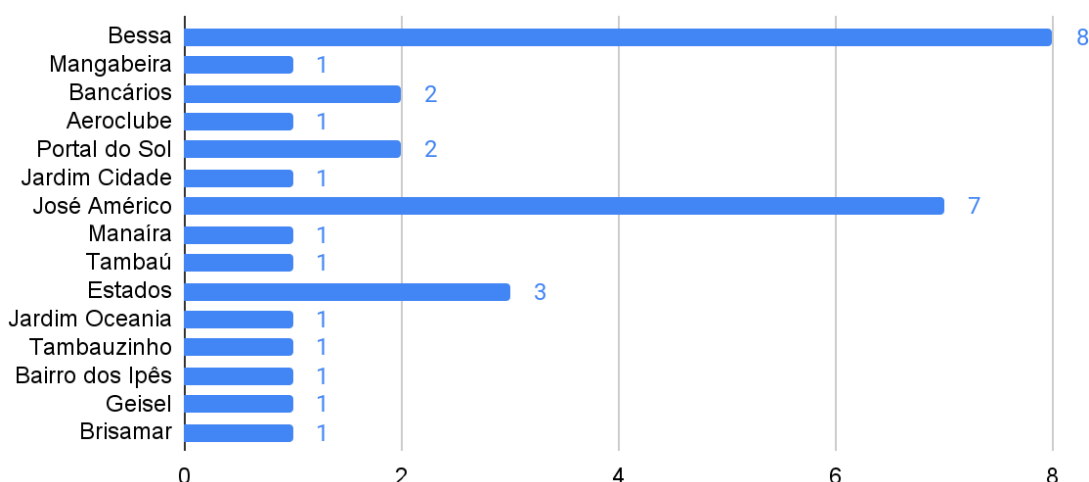
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

Acerca de possuir veículo próprio, 52,3% (34) dos entrevistados responderam que possuem um meio de transporte próprio, enquanto 47,7% (31) dos entrevistados relataram não possuir nenhum tipo de veículo próprio. Os resultados estão apresentados na Figura 6.

Figura 6 - Entrevistados que possuem veículo próprio

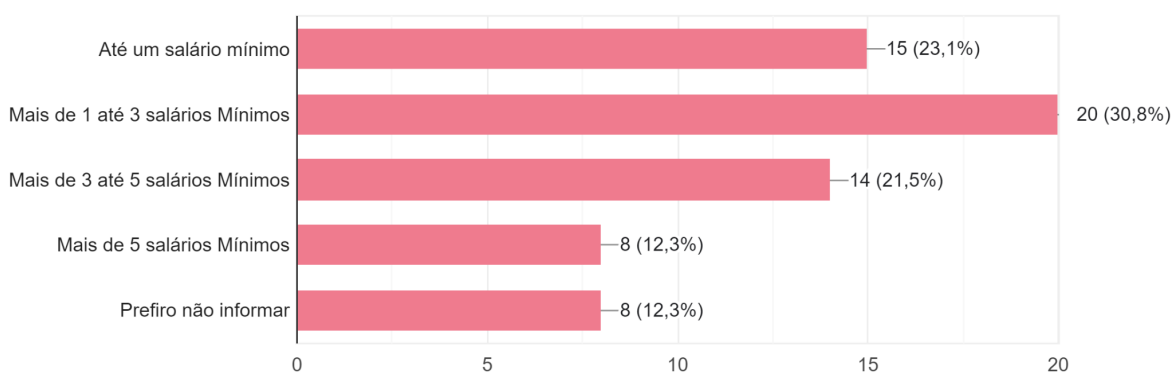
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

De acordo com o que foi apresentado na figura 7, 32 dos 65 entrevistados possuem veículo próprio, sendo 12 pessoas que moram na região praiana da cidade de João Pessoa, (8) Bessa, (1) Aeroclube, Manaíra, Tambaú, Jardim Oceania. Enquanto o restante é dividido em (7) José Américo, (3) Bairro dos Estados, (2) Portal do sol (1) morador para os bairros Tambauzinho, Bairro dos Ipês, Geisel e Brisamar, Mangabeira, Bancários e Jardim Cidade Universitária.

Figura 7 - No de entrevistados que possuem veículos próprios *versus* bairro que moram

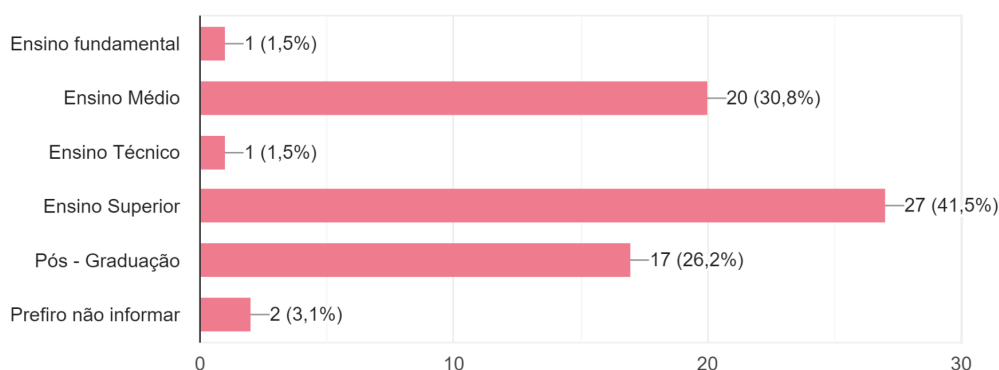
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

Sobre a renda dos entrevistados, apresenta-se na figura 8 que 23,1% dos entrevistados relataram ter uma renda de até um salário-mínimo, 30,8% (20) relataram ter uma renda que pode variar entre 1 e 3 salários-mínimos, 21,5% (14) apresentaram uma renda de 3 a 5 salários-mínimos, 12,3% (8) apresentaram uma renda superior a 5 salários-mínimos, enquanto 12,3% (8) preferiram não informar a sua renda mensal.

Figura 8 - Renda dos entrevistados

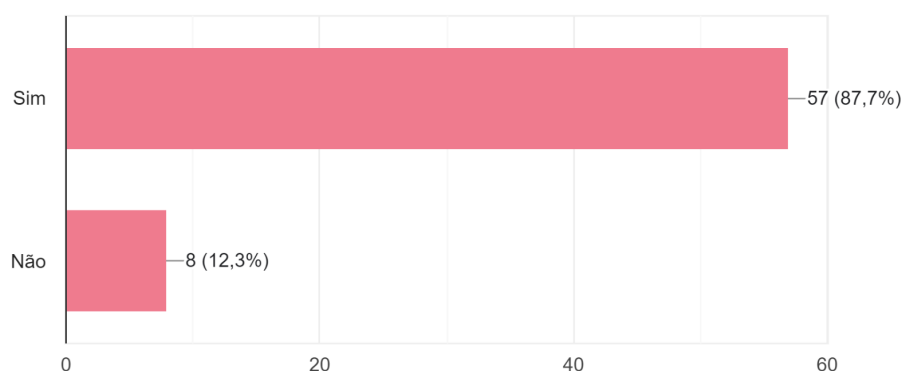
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

Sobre a educação dos entrevistados, de acordo com apresentado na figura 9, 41,5% dos entrevistados disseram ter ensino superior completo, 30,8% disseram ter o ensino médio completo, 26,2% pós-graduação e 3,1% dos entrevistados preferiram não informar o seu nível de escolaridade, 1,5% dos entrevistados disseram ter apenas o ensino fundamental completo, mesmo percentual que relatou ter concluído ensino técnico.

Figura 9 - Grau de escolaridade dos entrevistados

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

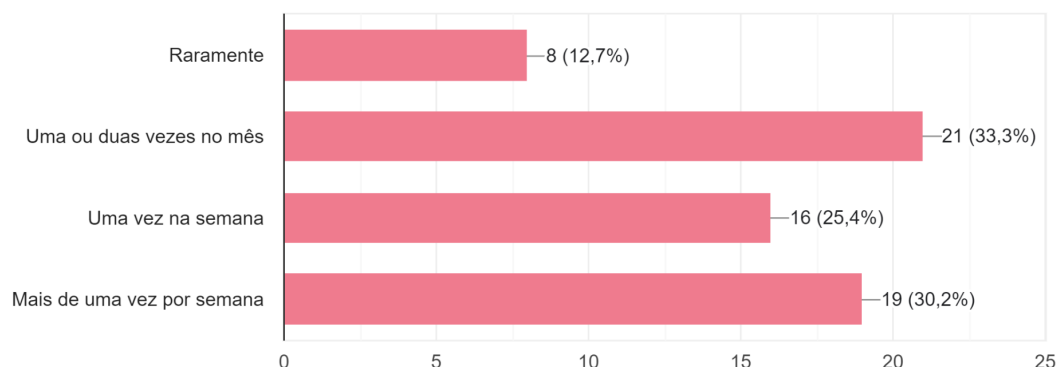
Sobre o hábito de frequentar padarias, confeitarias, cafeterias e similares, de acordo com o que é mostrado na figura 10 abaixo, 87,7% dos entrevistados relataram ter sim o costume de frequentar locais como padarias, confeitarias, cafeterias e similares, enquanto 12,3% disseram não ter esse mesmo costume.

Figura 10 - Entrevistados que têm o hábito de frequentar padarias, confeitarias, cafeterias e similares

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

O gráfico apresentado na figura 11 demonstra que, dos 63 entrevistados que responderam que frequentam tais locais, 33,3% (21) pessoas relataram frequentar uma ou duas vezes ao mês, 30,2% (19) pessoas mais de uma vez na semana, enquanto 25,4% (16) pessoas disseram frequentar pelo menos 1 vez na semana e 12,7% (8) disseram que frequentam raramente os locais citados no enunciado.

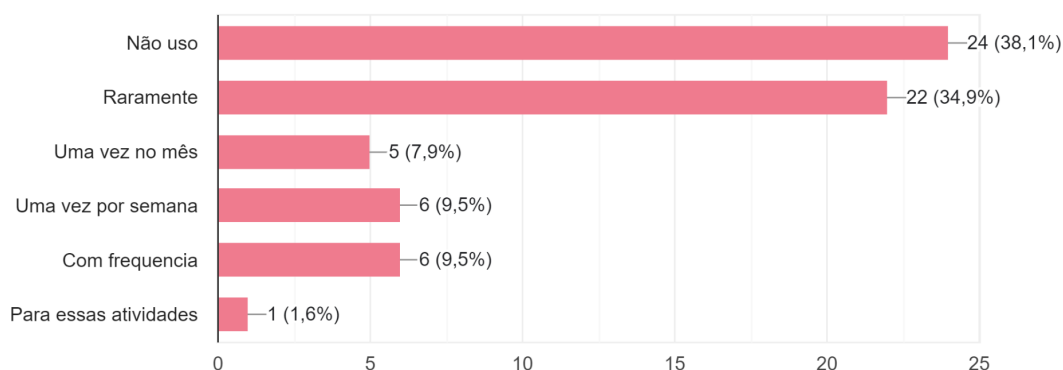
Figura 11 - Frequência em que os entrevistados vão á padarias, confeitarias, cafeterias e similares



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

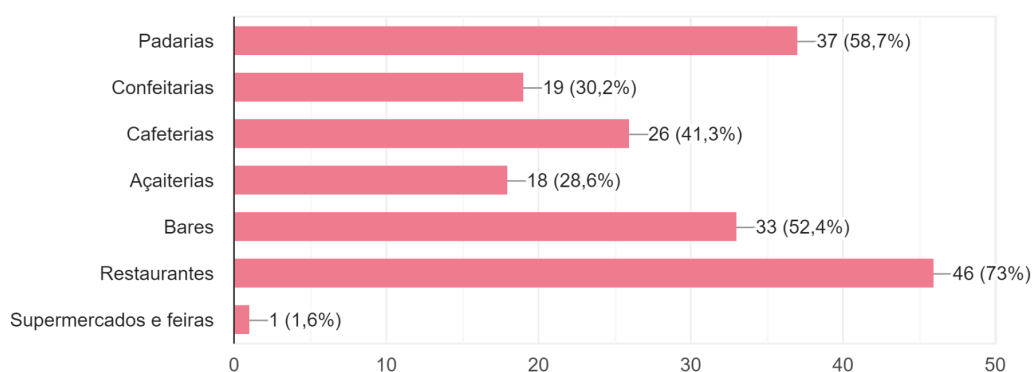
O gráfico apresentado na figura 12 diz respeito à frequência com que as pessoas entrevistadas utilizam os serviços de *Drive-Thru*, mostrando que, das 63 pessoas que responderam, 38,1% (24) pessoas relataram não utilizar tais serviços, 34,9% (22) pessoas relataram utilizar raramente, 9,5% (6) pessoas uma vez por semana, assim como 9,5% (6) pessoas relataram também utilizar com frequência os serviços de *Drive-Thru* e 7,9% (5) pessoas utilizam deste serviço pelo menos uma vez ao mês.

Figura 12 - Frequência em que os entrevistados utilizam os serviços de *Drive-Thru*



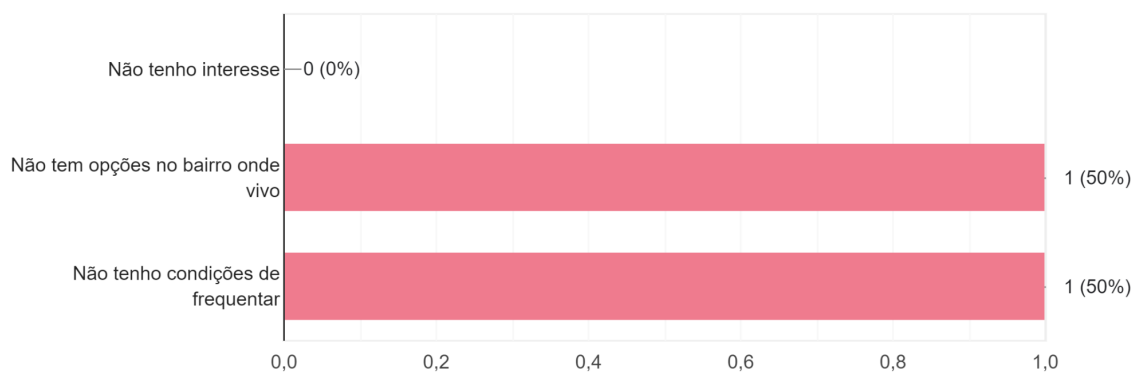
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

Na Figura 13 abaixo, é questionado quais tipos de estabelecimentos os entrevistados preferem frequentar, podendo escolher mais de um estabelecimento, obtendo então um quantitativo de 73% (46) restaurantes, 58,7% (37) pessoas que disseram preferir frequentar padarias, 52,4% (33) pessoas disseram que preferem frequentar bares, 41,3% (26) cafeterias, 30,2% 19 pessoas relataram preferir frequentar confeitarias, 28,6% (18) açaiterias, enquanto 1,6% (1) pessoa disse preferir frequentar supermercados e feiras.

Figura 13 - Tipos de estabelecimentos que os entrevistados preferem frequentar

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

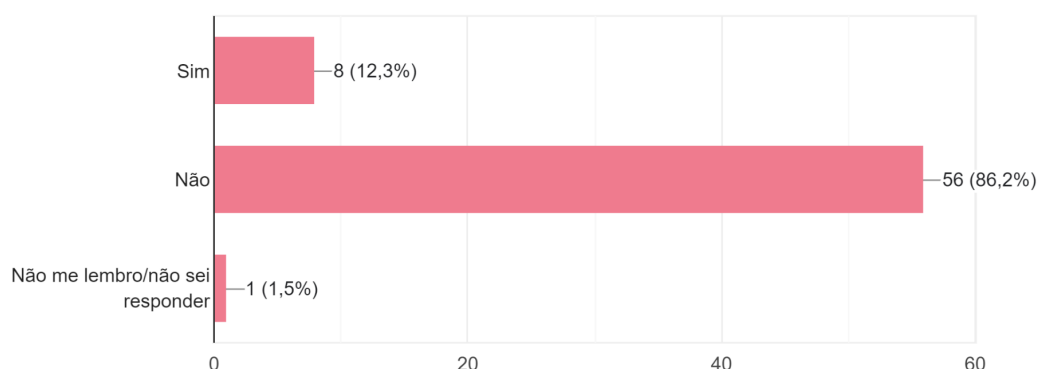
Na figura 14 mostra-se o motivo das pessoas que responderam essa questão não terem o hábito de frequentar estabelecimentos como padarias, confeitarias, cafeterias e similares, obtendo apenas 2 respostas, onde 50% (1) pessoa relatou não ter tais opções no bairro onde vive enquanto a outra 50% pessoa relatou não ter condições de frequentar tais locais.

Figura 14 - Resposta dos entrevistados que não tem o hábito de frequentar padarias, confeitarias, cafeterias e similares

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

O gráfico apresentado na Figura 15 mostra a quantidade de pessoas que já frequentaram alguma padaria com opção de *Drive-Thru*, podendo escolher, pagar e receber o produto em seu veículo, sendo 86,2% (56) pessoas que nunca frequentaram uma padaria deste tipo, 12,3% (8) pessoas que já passaram por essa experiência e 1,5% (1) pessoa que relatou não se lembrar ou não saber responder essa questão.

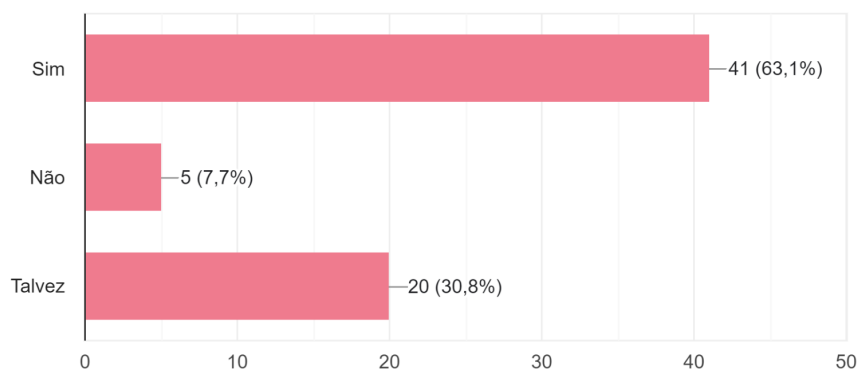
Figura 15 - Entrevistados que já frequentaram uma panificadora *drive-thru*



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

A Figura 16 abaixo mostra o resultado do questionamento sobre o interesse dos entrevistados em frequentar uma panificadora com a opção de *Drive-Thru* em João Pessoa, no qual 63,1% (41) pessoas relataram ter interesse em frequentar este tipo de estabelecimento na cidade, enquanto 30,8% (20) pessoas apresentaram dúvida se gostariam ou não de frequentar uma panificadora *Drive-Thru* e 7,7% (5) pessoas disseram não ter interesse.

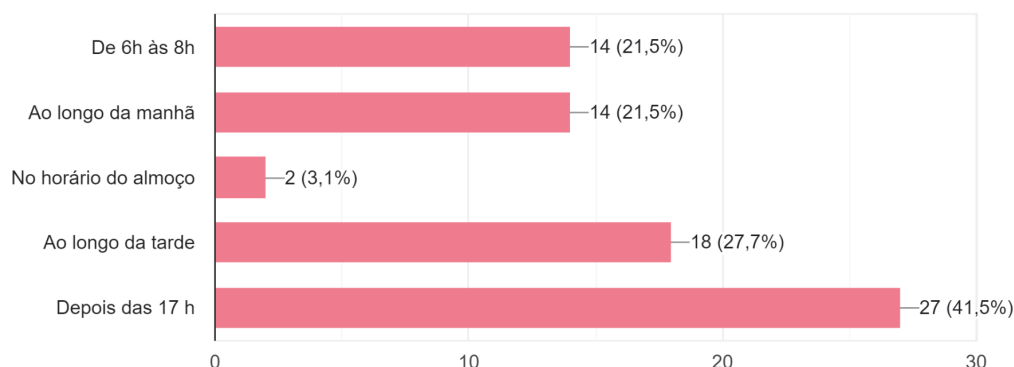
Figura 16 - Entrevistados que frequentariam uma panificadora *drive-thru* na cidade de João Pessoa (PB)



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

A figura 17 mostra os resultados do se refere ao melhor horário para frequentar uma panificadora *Drive-Thru* em João Pessoa de acordo com os entrevistados, onde 41,5% (27) pessoas disseram ser o melhor horário após às 17h, 27,7% (18) pessoas ao longo da tarde, 21,5% (14) indivíduos disseram ser entre 6h as 8h, 21,5% (14) indivíduos relataram ser o melhor horário ao longo da manhã e 3,1% (2) pessoas no horário do almoço.

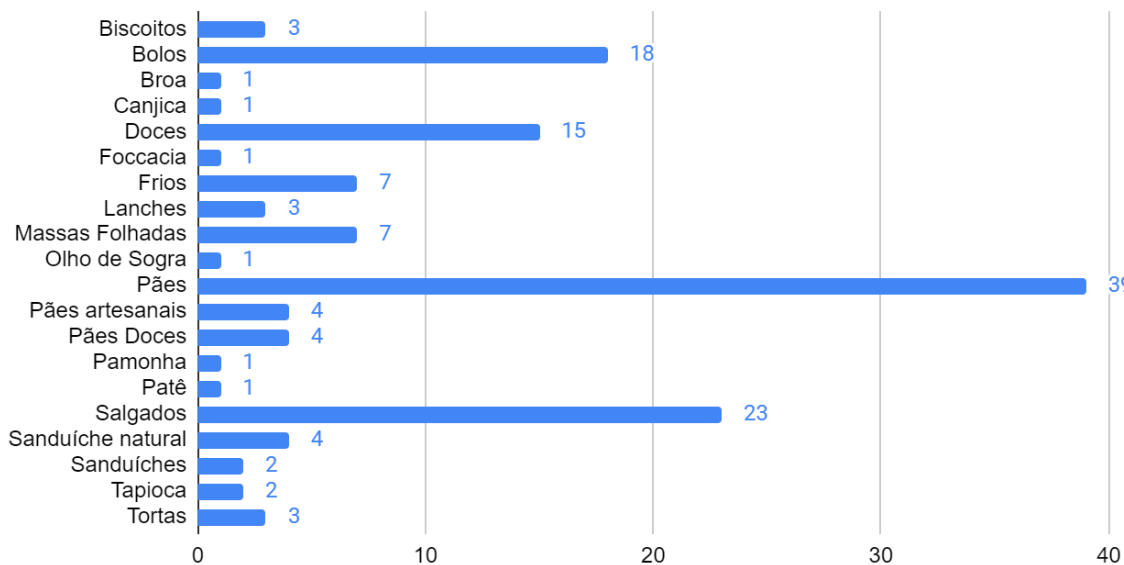
Figura 17 - Apuração de qual o melhor horário para frequentar uma panificadora *drive-thru* na cidade de João Pessoa – PB, segundo os entrevistados



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

A figura 18 apresenta os resultados dos entrevistados acerca de quais opções de alimentos eles gostariam de encontrar em uma padaria *Drive-Thru*, onde gostariam que a padaria oferecesse salgados, bolos, broa, canjica, focaccia, olho de sogra, pamonha, patê, doces, frios, massa folhada, pães artesanais, pães doces, sanduíches naturais, biscoitos, lanches, tortas, sanduíches e tapiocas.

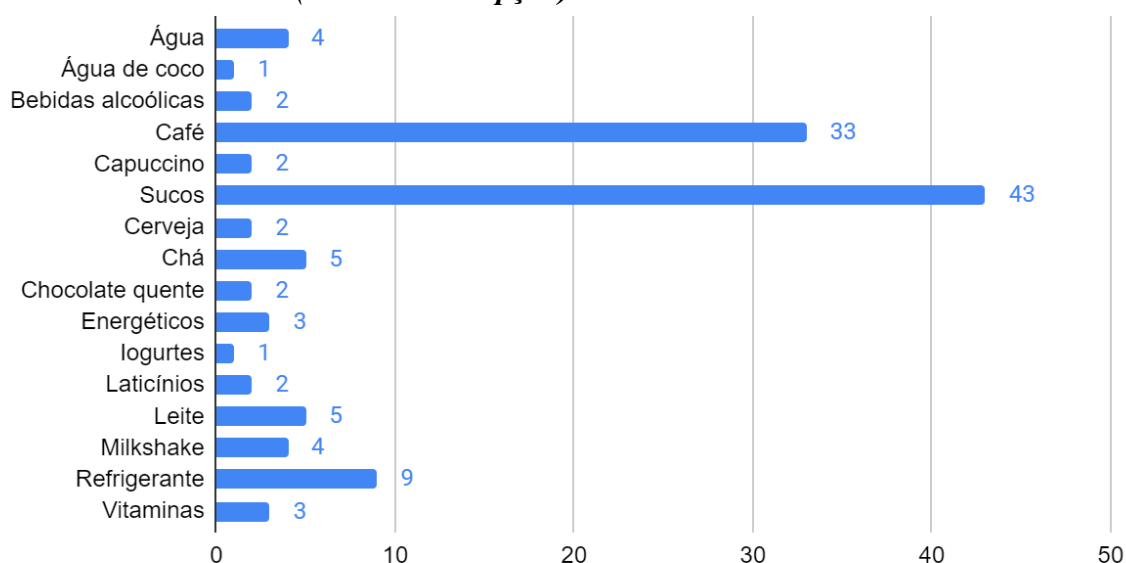
Figura 18 - Tipos de alimentos que os entrevistados gostariam de encontrar em uma panificadora *drive-thru* (mais de uma opção)



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

A figura 19 abaixo apresenta os resultados a respeito das opções de bebidas que os entrevistados gostariam de encontrar em uma padaria *Drive-Thru*, tendo sido as bebidas água, milkshakes, bebidas alcoólicas, água de coco, iogurtes, capuccino, chocolate quente, laticínios, chá, leite, energéticos, vitaminas, refrigerante, café e suco.

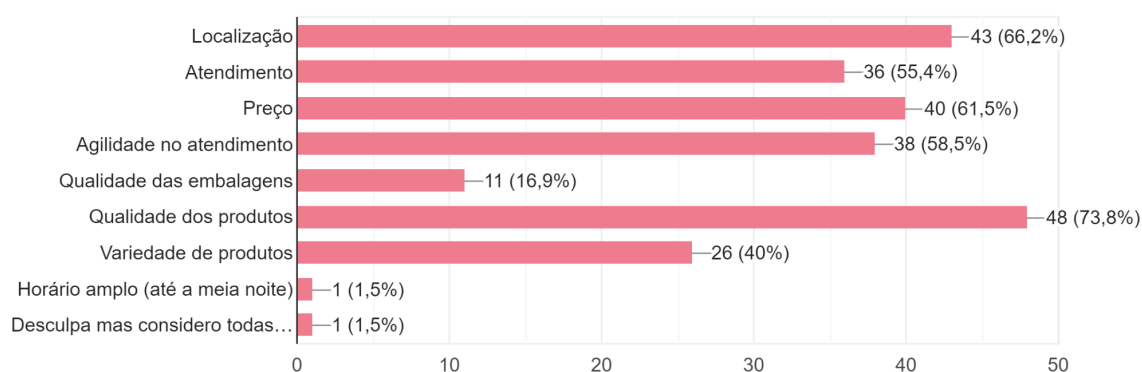
Figura 19 - Tipos de bidas que os entrevistados gostariam de encontrar em uma panificadora *drive-thru* (mais de uma opção)



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

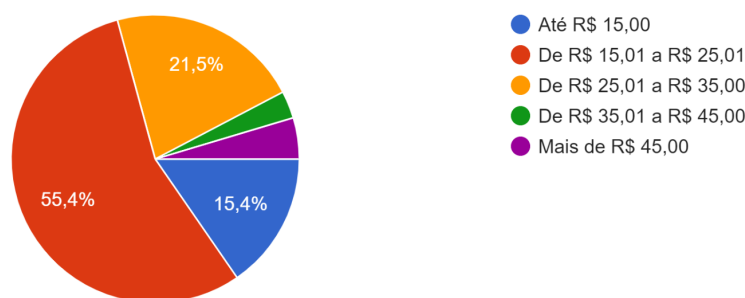
Na figura 20 são apresentadas as 3 principais qualidades que os entrevistados consideram importantes para um estabelecimento de panificadora *Drive-Thru*, onde a qualidade dos produtos foi mencionada por 73,8% (48) pessoas, 66,2% (43) pessoas relataram que o mais importante seria a localização, 61,5% (40) pessoas citaram o preço, 58,5% (38) a agilidade no atendimento, 55,4% (36) pessoas citaram o atendimento como um ponto importante, variedade dos produtos listada por 40% (26) pessoas, 16,9% (11) pessoas mencionaram a qualidade das embalagens do produtos, assim como , 1,5% (1) pessoa mencionou o horário amplo, que seria até meia noite e também 1,5 (1) pessoa que considerou todas essas opções com o mesmo nível de importância.

Figura 20 - Principais qualidades que os entrevistados consideram importante para um estabelecimento de panificadora *drive-thru* (mais de uma opção).



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

Figura 21 - Média que os entrevistados gastariam por pessoa a uma ida na panificadora



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa de mercado

Já a figura 21 apresenta uma média de quanto seria gasto por pessoa em uma ida a uma panificadora, mostrando que aproximadamente 55,4% deles gastariam em média entre 15,01 à 25,01 reais, 21,5% dos entrevistados relataram que gastariam entre 25,01 à 35 reais, 15,4% dos entrevistados gastariam em média até 15 reais, 4,6% dos entrevistados gastaram em média um valor a cima de 45 reais e 3,1% disseram que gastariam entre 35,01 à 45 reais.

3.2.5. Análise dos Concorrentes

O Quadro 3 traz a síntese da análise dos principais concorrentes, sendo os mesmos considerados concorrentes indiretos, pois não há panificadora *drive-thru* na cidade de João Pessoa-PB.

Portanto, para o quadro abaixo, foram escolhidos concorrentes indiretos no Bessa e proximidades (Manaíra, Tambaú), por ser o bairro mais mencionado entre os entrevistados na pesquisa de mercado, sendo este o bairro alvo para implantação do novo empreendimento.

Quadro 3 – Análise dos Concorrentes

Empresa	Moenda	Padaria Bessamar	Mc Donalds
Qualidade	Alta	Baixa	Baixa
Preço	Alto	Baixo	Alto
Condições	Débito e crédito	Débito e crédito	Débito e crédito
Localização	R. Bananeiras, 95 - Manaíra	Av. Fernando Luiz Henriques dos Santos, 839 - Jardim Oceania	Av. Pres. Epitácio Pessoa, 4550 - Cabo Branco
Atendimento	Bom	Médio	Médio
Serviços aos clientes	Presencial, Encomenda e Delivery	Presencial, Encomenda e Delivery	Drive Thru, Presencial e Delivery

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

3.2.6. Lista de Fornecedores

O Quadro 4 traz a síntese dos principais fornecedores, por categorias de insumos que serão comprados para ofertar os produtos do cardápio.

Quadro 4 – Lista de Fornecedores

Nº	Farináceos	Laticínios/Frios	Hortifruti	Bebidas
Descrição dos itens a serem adquiridos	Farinhas nacionais, sal, açúcar, óleo	Queijos, Leite, Manteiga, Iogurte, Mortadela, Presunto	Frutas, legumes e hortaliças	Refrigerantes, Água, Alcool, Sucos.
Nome do Fornecedor	Atacadão	Atacadão	Eco Várzea UFPB	Distribuidoras e Coca Cola
Periodicidade de Compra	7 dias	7 dias	7 dias	7 dias
Condições de pagamento	Crédito/ À vista	Crédito/ À vista	À vista	Crédito/ À vista
Prazo de Entrega	Retirada	Retirada	Retirada	Retirada e até 3 dias uteis.
Localização	João Pessoa	João Pessoa	João Pessoa	João Pessoa

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

3.3 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

No Quadro 5, 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).

Visando combater as ameaças e as fraquezas, será contratado um funcionário para dar suporte ao lado de fora quando necessário e fazer um treinamento com os funcionários para a saída rápida dos produtos; o uso de permuta com os principais blogueiros da região, para atingir o público pessoense; com base no aumento da demanda do salão será investido um espaço maior e com mais cadeiras e mesas, e por último, investir em embalagens instagramáveis e na decoração externa, para atrair e chamar atenção do público.

Quadro 5 – Análise SWOT ou Matriz FOFA

FORÇAS	FRAQUEZAS
• Única panificadora <i>drive-thru</i> na cidade de João Pessoa; • Atendimento a um perfil de consumidor muito específico que exige praticidade; • Comodismo de receber o seu alimento sem fazer esforço e sair do carro.	• Espaço muito pequeno para consumo no local, tendo em vista o foco do <i>drive-thru</i>;
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
• Crescimento da Cidade de João Pessoa com imigrantes de outras cidades vindo para trabalhar em home-office; • No Pós-covid as pessoas preferem evitar ao máximo filas e ambientes lotados;	• Perfil do consumidor pessoense de frequentar espaços gastronômicos com base em modismos; • Congestionamento em horários de pico pode atrapalhar a entrada e saída dos carros; • Perfil do público-alvo de não possuir automóvel reduz o alcance da empresa;

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

Para intensificar ainda mais os pontos positivos, é necessário que o estabelecimento mantenha tanto a qualidade dos produtos, quanto a agilidade e fluidez do atendimento, tendo em vista que o público que opta por frequentar o *drive-thru* tem como foco principal a praticidade e a agilidade em obter o seu produto, claro, sem perder qualidade e tempo, investindo assim em contratações de indivíduos qualificados e em treinamentos específicos (feitos por profissionais da área) para o serviço em questão.

3.4 PLANO DE MARKETING

3.4.1 Estratégia de produto e valor ao cliente

Valor ao cliente

O principal valor agregado desta empresa é oferecer produtos de padaria com foco em café da manhã e lanche no final da tarde de forma saudável e prática através do serviço *drive-thru*.

Imagem

Além de obter uma logo que chame a atenção, o nosso diferencial deverá contar com embalagens práticas, bonitas e de fácil manuseio que conserve o alimento e possa trazer segurança na hora de transportar, contando também com o espaço físico que contará com um design chamativo dentro e fora do estabelecimento, a fim de promover a marca de forma visual.

Inovação

Única panificadora com o formato de *drive-thru* na Cidade de João Pessoa.

Informação

Uso do *instagram* e *tiktok* como meio de exposição dos produtos, ambiente e produção, a fim de ter uma proximidade maior com os usuários; usar o tráfego pago para divulgar, anunciar e atrair novos clientes.

Garantia

Formação dos profissionais com as boas práticas de manipulação; seguir a Resolução RDC 216/2004; caso o produto volte ou haja reclamações, solicitar a preferência do cliente entre receber o dinheiro de volta ou outro produto no mesmo valor; seleção de ingredientes de qualidade e de procedência confiável; exposição pelas redes sociais das produções, manipulações e recebimentos, para demonstrar confiança para o cliente.

Conveniência

O próprio *drive-thru* já é uma conveniência em si, sendo o conceito de diferencial da empresa baseado nesta conveniência de obter produtos de panificadora de forma prática, rápida e no conforto do seu carro, disponibilização de cardápio digital e um expositor dos produtos na parte externa, para que o cliente veja as opções na hora de fazer o pedido.

Serviços

Disponibilizaremos um espaço para vendas de produtos de nossos parceiros, tanto na loja física como através de uma plataforma digital.

3.4.2 Estratégia de preço

Teremos uma estratégia de preço mediana, pois poderíamos até trabalhar um preço menor por ser *drive-thru*, porém a ideia de ter qualidade alta, com produtos saudáveis, reduz os custos com ambiente, mas tendo produto de alta qualidade.

Condições e prazos de pagamento

A vista; débito; *pix*; crédito - sem parcelamento.

3.4.3 Estratégia de Promoção

A estratégia de promoção da Trigo Express se inicia com a criação de uma estratégia de imagem, sendo criada uma logomarca para o empreendimento, conforme a Figura 22 a seguir.

Figura 22 - Logomarca do Empreendimento



Fonte: Elaboração Própria.

Descontos

Descontos em produtos perto do vencimento, a fim de evitar perda de mercadoria e atrair o cliente. Compra à vista acima de um valor a ser definido e cupons distribuídos pelo parceiro Club Hoje tem JP.

Brindes

Cadastrar os clientes, a fim de verificar a frequência com que o cliente usa os nossos serviços, identificando as compras feitas e revertendo através de pontos, que poderão ser trocados por algum dos nossos produtos.

Eventos

Conseguiremos atender a pequenos eventos fornecendo pacotes ou cestas com produtos variados para cafés com preços promocionais.

Parcerias

No tópico 6 dos termos de uso do Club Hoje Tem JP, Gabriel Hardman (dono da página) fornece um marketing colaborativo às empresas cadastradas, contribuindo para o desenvolvimento de vários estabelecimentos comerciais da cidade, como também viabilizando uma maior interação entre eles e os usuários.

Estratégia de comunicação

Os meios de comunicação usados para a comunicação e divulgação serão: *Instagram, WhatsApp, TikTok e Facebook*, além dos apps utilizados para o cardápio digital.

3.4.4 Estratégia de Distribuição

A estratégia de distribuição da Trigo Express contará com um pequeno espaço para atendimento presencial e o espaço maior voltado para o diferencial principal que é o atendimento por meio do *drive-thru*.

Características do ponto comercial

A Trigo Express estará localizada no bairro Jardim Oceania, contém 147 m², três ruas que antecede a praia, localizada perto de restaurantes, casas, farmácias, academias e outros pontos comerciais, além de conter um espaço que contará com um balcão de atendimento para pedidos fora do *drive-thru*, distribuição de 3 mesas no lado externo para acomodar os clientes que desejarem consumir no local.

3.4.5 Força de vendas

Organização da equipe

A equipe será dividida em apoio e cozinha, sendo a equipe de apoio composta pelo Caixa (que é quem irá comandar os pedidos no *drive-thru* e efetuar os recebimentos), pelo Atendente (que irá atender as poucas mesas presenciais, fazer comandas de pedidos na área externa, se necessário e irá embalar e entregar os pedidos aos clientes pela janela do (*drive-thru*)). Já a equipe de cozinha será composta por todos os profissionais necessários à elaboração do cardápio proposto, conforme especificações mais adiante e no financeiro.

Remuneração da equipe

Piso Salarial de acordo com o cargo fornecido, ganhando no mínimo um salário fixo mais a taxa de serviço e os encargos.

Aptidões

Ser proativo, ter experiência com *drive-thru*, ser simpático, agilidade, bom desenvolvimento com o público, trabalhar em equipe.

3.4.6 Localização do negócio

Endereço: Rua Mirian Barreto Rabelo, 188

Bairro: Jardim Oceania

Cidade: João Pessoa

Ponto: Ponto comercial próximo a restaurantes, shopping, mercados, upa, rotatórias, construção de um parque em frente e faz ligação com avenidas sentido Manaíra e Bessa.

Figura 23 - Foto do Ponto Comercial que será reformado para o empreendimento



Fonte: Google Maps e <https://shre.ink/Humo>

3.5 PLANO OPERACIONAL

3.5.1 Layout ou arranjo físico

As Figuras 24 e 25 abaixo representam um possível layout onde destaca-se os pontos de organização da *Trigo Express*: sendo composta por uma área externa para a circulação de veículo, ainda na área externa um mezanino com mesas para os clientes, acessos separados, um para os clientes, outro para mercadorias e funcionários e outro para o banheiro; o espaço ainda conta com um salão e um escritório compacto e uma ampla cozinha.

Figura 24 e Figura 25 - Layout e Arranjo da Trigo Express





Fonte: <https://upcontainers.com.br/produto/padaria-drive-thru-cascais/>

A capacidade máxima do *drive-thru* é de 6 carros na fila de espera, 12 pessoas nas mesas do lado externo e mais 14 pessoas dentro do estabelecimento, além dos 9 funcionários e a proprietária.

3.5.2 Capacidade Produtiva

Estima-se que a capacidade de pães da Trigo *Express* seja maior que 5000 unidades ao mês (mais de 200 por dia), sendo eles de várias variedades e aproximadamente 1000 unidades das opções doces (mais de 40 por dia). A produção poderá aumentar de acordo com a demanda do estabelecimento, exigindo um aumento nos maquinários, funcionários e entre outros. 40% dos pães serão feitos no dia anterior e congelados, o restante dos produtos serão feitos a partir das 5hrs da manhã do dia seguinte. Os funcionários responsáveis pela produção terão os horários das 5hrs às 9hrs e das 16hrs às 20hrs, enquanto os funcionários responsáveis pelos atendimentos e limpeza serão das 6hrs às 9hrs e das 15hrs às 20hrs.

3.5.3 Processos Operacionais

O recebimento da mercadoria será feito durante os horários que estiver fechado para os clientes e pela parte de trás do estabelecimento. A proprietária quem receberá e conferirá. Os funcionários ao chegarem farão as devidas distribuições do material de acordo com as regras de armazenamento. A abertura do estabelecimento será as 6hrs da manhã, com produtos já nas vitrines e prontos para a venda, tendo sempre produtos prontos para

reabastecer as vitrines. Serão aceitos pedidos feitos com no mínimo um dia de antecedência, para melhor organização da equipe.

3.5.4 Necessidades de Pessoal

A equipe será composta por:

- Caixa (2 pessoas): responsáveis pelo recebimento do pagamento;
- Atendente (2 pessoas): responsável por anotar os pedidos, encaminhar para a cozinha, auxiliar no salão e quando necessário anotar os pedidos indo diretamente ao carro.
- Padeiro (1 pessoa): responsável pela produção dos pães e demais produtos ofertados pelo estabelecimento.
- Auxiliar de cozinha (1 pessoa): responsável por auxiliar o padeiro na produção e organização da cozinha;
- Auxiliar de Serviços Gerais (1 pessoa): responsável por manter a cozinha organizada e limpa;
- Estagiário (2 pessoas): Aprender e colocar em prática os ensinamentos teóricos e práticos aprendidos durante os períodos.
- Proprietária: responsável por administrar e gerenciar o empreendimento.

3.5.5 Planejamento do recrutamento, Seleção e Treinamento

A divulgação das vagas será feita por meio da *linkedin*, *instagram* e indicações de pessoas do ramo; o candidato passará por uma triagem. A primeira etapa será a avaliação dos currículos, a segunda etapa será a entrevista e a última etapa será um teste prático que será avaliado pela proprietária e alguns profissionais da área, para poder selecionar o candidato adequado para a vaga prevista.

3.6 PLANO FINANCEIRO

Nesta etapa serão abordados os resultados obtidos da análise de viabilidade financeira para a implantação de uma panificadora *drive-thru* na cidade de João Pessoa, Paraíba.

3.6.1 Investimento Fixo

Os investimentos Fixos são os ativos físicos e duradouros necessários que as empresas adquirem para iniciar suas operações, tais como terreno, equipamentos, móveis, utensílios e entre outros, como mostra a tabela 1, a seguir.

Observa-se a média dos valores e a quantidade de ativos para a implantação, tais como as cafeteiras, forno, fermentadora, balcões, vitrines e ar-condicionado são os itens que custam um valor mais alto para o investimento, além da decoração, pavimentação e reformas do container que fica na parte de construções.

A estimativa do investimento inicial é de R\$ 119.767,36 com depreciação em torno de R\$1.000,00.

Tabela 1 - Investimentos Fixos Projetados para a Implantação de uma Panificadora Drive Thru na cidade de João Pessoa- (PB)

DISCRIMINAÇÃO	VALOR (R\$)
Construções	25.000,00
Compra de container, pavimento do terreno e Decoração	25.000,00
Máquinas e Equipamentos	84.205,57
Forno a Gás Turbo Venancio c/ 10 assadeiras, fermentadora	17.808,90
1 Amassadeira Esoiral Venancio 25kg	10.499,90
Balcão Condimentador p/ 11 cubas, 2 balcões inox	11.042,18
microondas, liquidificador, batedeira planetaria	945,51
1 Cafeteira Saeco Phedra Evo e 1 Cafeteira Industrial 8l Marchesoni	19.881,55
1 Geladeiras Frost Free, 2 freezers vertical	12.240,12
1 Vitrine quente/fria	5.039,98
1 Fogão industrial 4 bocas	967,43
1 coifa industrial, 2 Carrinho Armário Pão Esqueleto	2.790,00
2 Ar-condicionado	2.990,00
Móveis e Utensílios	4.532,19
4 conjuntos de mesas com cadeiras	900,00
1 Conjunto de 6 Panelas Inox, Kit 12 cubas GN Inox	1.219,10
12 caixas polipropileno	407,04
7 formas de bolo, 10 formas de pão, 10 esteira assadeira	612,25
Espátulas, cortadores	250,00
Conjunto com 24 copos, pratos e talheres	343,80
1 mesa e 1 cadeira para escritório	800,00
Computadores	6.029,60
2 Pdv Completo Desktop Intel P/ Mercados E Comércio + Nfe	2.698,00
2 maquinas de cartão	477,60
1 notebook	2.000,00
1 impressora	854,00
Total Investimento Fixo	119.767,36

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

3.6.2 Prazos e Estoques

A tabela 2, a seguir, detalha a estimativa dos prazos de recebimento, compra e estoque presente na panificadora. Considera-se que 20% das vendas serão à vista (débito, Pix e dinheiro) e 80% será a prazo (cartão de crédito), com estimativa de 17 dias para o recebimento do valor das vendas. Para as compras foi definido que 40% será à vista e 60% a prazo, tendo um prazo médio de até 13 dias. As compras à vista serão feitas para abastecer os alimentos mais perecíveis, que serão fornecidos por agricultores locais e para compras de urgência, já que a maior parte dos nossos fornecedores se encontram na cidade, possibilitando um fácil acesso a mercadorias e diminuição de perda de mercadoria. Por isso o prazo médio de 7 dias para repor o estoque, de acordo com as necessidades da produção. Somente as embalagens, que por ser não ser perecível e não ter fornecedores na região, precisará de um prazo maior de 15 dias para repor o estoque.

Tabela 2 - Estimativa de Prazos de Recebimento, Compra e Estoque para a Implantação de uma Panificadora Drive Thru na cidade de João Pessoa- (PB)

POLÍTICA DE VENDA		
Prazo médio de venda das mercadorias	%	Dias
Venda à Vista	20,00	-
Venda a Prazo	80,00	21
Prazo Médio de Venda		17
POLÍTICA DE COMPRA		
Prazo médio de compras	%	Dias
À Vista	40,00	-
A Prazo	60,00	21
Prazo Médio de Compra		13
POLÍTICA DE ESTOQUE		
Necessidade média de estoques	7	dias
Estoque Inicial	R\$ 6.105,70	

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

3.6.3 Faturamento Mensal

O faturamento mensal da empresa foi simulado com base nos possíveis valores das receitas geradas pela venda de produtos durante o mês, tendo em vista que a panificadora irá abrir 26 dias no mês, 6 dias por semana (segunda a Sábado), por 8hrs diária, com duração de 3 minutos cada atendimento (atendimento pelo *drive-thru*) e previsão de 150 clientes por dia. A tabela 3, mostra a simulação do custo direto dos produtos no valor de 15.808,60 e o Faturamento das receitas no valor de 74.832,00.

Tabela 3 - Estimativa do Faturamento e dos Custos Mensais para a Implantação de uma Panificadora *Drive-Thru* na cidade de João Pessoa- (PB)

ESTIMATIVA DE CUSTOS E FATURAMENTO MENSAL	
Custo Direto	15.808,60
Faturamento	74.832,00

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

A tabela 4 projeta os produtos a serem ofertados, a quantidade estimada e o faturamento mensal, com base na média de clientes que passarão no decorrer dos dias de funcionamento, chegando a um total de 2960 cafés, 5390 pães, 3570 lanches, 1190 doces e 1247 bebidas mensalmente.

Tabela 4 - Detalhamento do Faturamento e dos Custos Mensais por Produto para a Implantação de uma Panificadora *Drive-Thru* na cidade de João Pessoa- (PB)

Descrição do Produto	Estimativa de Custos			Estimativa de Vendas	
	Vendas Unitárias	Custo Unit. (R\$)	Custo da Mercadoria (R\$)	Preço de Venda Unitário (R\$)	Faturamento (R\$)
Cafê preto	750	0,30	225,00	4,00	3.000,00
Cafê Expresso	750	0,60	450,00	6,00	4.500,00
Cafê com Leite	750	0,50	375,00	6,00	4.500,00
Capuccino	300	0,80	240,00	10,00	3.000,00
Cafê Mocca	200	1,50	300,00	10,00	2.000,00
Chocolate Quente	210	1,50	315,00	10,00	2.100,00
Pão Francês	3.600	0,25	900,00	0,70	2.520,00
Pão Francês Integral	450	0,60	270,00	1,20	540,00
Bisnaguinha	540	0,40	216,00	1,00	540,00
Baguete	100	0,60	60,00	8,00	800,00
Pão de Hamburger	450	0,60	270,00	2,00	900,00
Pão Australiano	120	2,00	240,00	9,00	1.080,00
Brioche	130	1,10	143,00	6,00	780,00
Sanduíche Natural	300	3,50	1.050,00	16,00	4.800,00
Misto quente	480	1,50	720,00	8,00	3.840,00
Queijo quente	300	2,00	600,00	7,00	2.100,00
Sanduíche com frango	60	3,60	216,00	15,00	900,00
Sand. com Carne de sol nata	90	4,65	418,50	17,00	1.530,00
Pão de Queijo	270	0,50	135,00	2,00	540,00
Coxinha	450	1,75	787,50	8,00	3.600,00
Fatia de torta de Frango	360	2,00	720,00	10,00	3.600,00
Fatia de torta de Carne seca	360	3,00	1.080,00	14,00	5.040,00
Tapioca recheada	450	4,00	1.800,00	15,00	6.750,00
Tapioca tradicional	450	2,10	945,00	7,00	3.150,00
Bolo fatia	240	1,50	360,00	5,00	1.200,00
Biscoitos amanteigados	500	0,30	150,00	1,00	500,00
Pudim	60	1,50	90,00	8,00	480,00
Croissant Chocolate	90	1,86	167,40	10,00	900,00
Sonho Creme	150	1,75	262,50	8,00	1.200,00
Sonho Doce de leite	150	2,69	403,50	8,00	1.200,00

Refrigerante Lata	420	2,00	840,00	6,00	2.520,00
Chá	120	0,60	72,00	6,00	720,00
Iogurte	120	0,50	60,00	5,00	600,00
Suco polpa	467	1,60	747,20	6,00	2.802,00
Suco industrial	120	1,50	180,00	5,00	600,00

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

3.6.4 Mão de Obra e Pró-Labore

A Mão de obra refere-se os custos associados aos funcionários contratados pela empresa. Isso inclui os salários, encargos sociais e benefícios oferecidos aos colaboradores, enquanto o pró-labore é a remuneração destinada aos sócios ou proprietários da empresa. Para o funcionamento da Trigo Express, serão necessários 9 funcionários, sendo eles 2 atendentes de *drive-thru*, 1 auxiliar de serviços gerais, 1 auxiliar de cozinha, 1 padeiro, 2 estagiários e 2 caixas totalizando R\$ 14.606,75 e o pró labore um valor de R\$4.995,00, como mostra a tabela 5, a seguir.

Tabela 5 - Estimativa dos custos com Mão-de-Obra e Retirada dos Sócios para a Implantação de uma Panificadora *Drive-Thru* na cidade de João Pessoa- (PB)

Cargo/Função	Nº func.	Salário	%*	Encargos	Total
Atendente de Drive-Thru	2	1.320,00	37,54%	495,53	3.631,06
Auxiliar de serviços gerais	1	1.320,00	37,54%	495,53	1.815,53
Auxiliar de Cozinha	1	1.320,00	37,54%	495,53	1.815,53
Padeiro	1	1.700,00	37,54%	638,18	2.338,18
Estagiário	2	500,00	37,54%	187,70	1.375,40
Caixa	2	1.320,00	37,54%	495,53	3.631,06
Pró-Labore	1	4.500,00	11,00%	445,00	4.995,00
TOTAL					19.601,75

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

3.6.5 Custos Fixos

Os custos fixos são os gastos que não variam de acordo com o volume de produção ou vendas. Eles permanecem constantes em um determinado período, independentemente da atividade da empresa. Sendo assim, a tabela 6 descreve o valor total dos custos fixos, incluindo as despesas com água, energia, gás, aluguel, mão de obra, pró-labore, INSS, contador e entre outros, totalizando R\$ 35.144,06.

Tabela 6 - Estimativa dos Custos Fixos para a Implantação de uma Panificadora *Drive-Thru* na cidade de João Pessoa- (PB)

Discriminação	Valor (R\$)
Mão-de-Obra + Encargos	14.606,75
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	4.995,00
Água	300,00
Luz	900,00
Telefone	99,00
Contador	1.320,00
Despesas com Veículos	500,00
Material de Expediente e Consumo	300,00
Aluguel	5.000,00
Propaganda e Publicidade	100,00
Depreciação Mensal	923,31
Serviços de Terceiros	400,00
Gás	700,00
Embalagens	5.000,00
TOTAL	35.144,06

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

3.6.6 Tributos

Baseado na média do faturamento mensal e anual, o perfil da empresa se enquadrou no regime tributário do Simples Nacional. Com o faturamento mensal de quase 75 mil reais e anual acima de 800 mil, a alíquota será de 7,3%, descontando o valor de R\$ 5.954,04 sobre o faturamento que foi estimado.

Tabela 7 - Estimativa dos Impostos e Outros Encargos (exceto de pessoal) para a Implantação de uma Panificadora *Drive-Thru* na cidade de João Pessoa- (PB)

IMPOSTOS	SIMPLES NACIONAL	LUCRO PRESUMIDO	LUCRO REAL
IR - Imposto de Renda	5.954,04	897,98	459,62
CSLL - Contribuição Social		808,19	275,77
COFINS - Contribuição Financeira Social		2.244,96	5.687,23
PIS - Programa de Integração Social		486,41	1.234,73
IPI - Imposto s/ Produtos Industrializados		-	-
ICMS - Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços		11.572,73	11.572,73
ISS - Imposto sobre Serviços		-	-
INSS	-	3.123,00	3.123,00
SESI, SESC OU SEST	-	159,30	159,30
SENAI, SENAC OU SENAT	-	106,20	106,20
SEBRAE	-	63,72	63,72
INCRA	-	21,24	21,24
FGTS	849,60	849,60	849,60
Acidente de Trabalho	-	318,60	318,60
Salário Educação	-	265,50	265,50
TOTAL GERAL DA TRIBUTAÇÃO	6.803,64	20.917,43	24.137,24

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

A tabela 7 mostra o total geral de tributos a ser pagos, contando com o INSS, FGTS, Impostos, Sebrae e entre outros. O menor valor de tributação tanto dos impostos, quanto dos encargos é do Simples Nacional ao todo são R\$ 6.803,60 de tributos, comparado com Lucro presumido R\$20.917,43 e o lucro real R\$ 24.137,24.

3.6.7 Financiamento

O financiamento necessário para a abertura da Trigo *Express* será o valor máximo que o Programa Empreender Paraíba disponibiliza para pequenos empreendedores. O empréstimo será de R\$100.000,00, sendo 64% do investimento total, contando com o capital de giro, os outros 36% (R\$ 55.904,37) será desembolsado pela proprietária. A tabela 8 informa o prazo previsto para o pagamento total do empréstimo (36 meses, incluindo a carência), o valor da parcela (R\$3.819,01, sendo o valor final de R\$114.570,30) e o juros ao mês (0,80%).

Tabela 8 - Estimativa de Financiamento para a Implantação de uma Panificadora Drive-Thru na Cidade De João Pessoa – (PB)

Valor a Financiar	100.000,00
Carência	6
Prazo (Incluso a carência)	36
Juros	0,80% ao mês
IOF	1.500,00
Parcela	3.819,01

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

3.6.8 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) demonstrou-se positiva, com o percentual de lucro de 14,85% sobre a receita total de R\$74.832,00 (100%). Sobre o faturamento, 20% das vendas são à vista e 80% a prazo. O resultado líquido financeiro foi de R\$11.113,02 mensal, e se permanecer constante chegará a R\$133.356,24 anualmente. O restante do valor da receita será dividido entre os custos fixos totais (46,96%), custos variáveis totais (33,08%) e a parcela do financiamento (5,10%).

Tabela 9 - Estimativa da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) para a Implantação de uma Panificadora *Drive-Thru* na Cidade De João Pessoa – (PB)

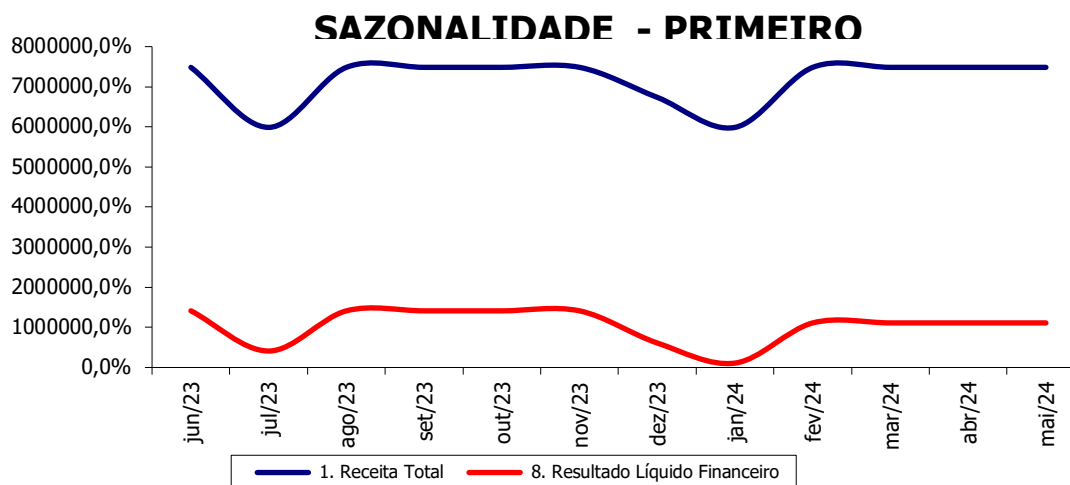
DISCRIMINAÇÃO			VALOR R\$	%
1. Receita Total			74.832,00	100,00%
Vendas (à vista)			14.966,40	20,00%
Vendas (a prazo)			59.865,60	80,00%
2. Custos Variáveis Totais			24.755,92	33,08%
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria + Custo do Serviço)			15.808,60	21,13%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)			5.954,04	7,96%
Previsão de Inadimplência		1,50%	1.122,48	1,50%
Comissões			0,00	0,00%
Cartões de Crédito e Débito			1.870,80	2,50%
Outros Custos Variáveis			0,00	0,00%
3. Margem de Contribuição			50.076,08	66,92%
4. Custos Fixos Totais			35.144,06	46,96%
Mão-de-Obra + Encargos			14.606,75	19,52%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)			4.995,00	6,67%
Água			300,00	0,40%
Luz			900,00	1,20%
Telefone			99,00	0,13%
Contador			1.320,00	1,76%
Despesas com Veículos			500,00	0,67%
Material de Expediente e Consumo			300,00	0,40%
Aluguel			5.000,00	6,68%
Seguros			0,00	0,00%
Propaganda e Publicidade			100,00	0,13%
Depreciação Mensal			923,31	1,23%
Serviços de Terceiros			400,00	0,53%
Outros Custos Fixos			5.700,00	7,62%
5. Resultado Operacional			14.932,02	19,95%
6. Investimentos			3.819,01	5,10%
Financiamento			3.819,01	5,10%
7. Resultado Líquido Financeiro			11.113,02	14,85%

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

3.6.9 Sazonalidade

A sazonalidade é a ocorrência de períodos de maior e menor demanda em determinados momentos do ano, que podem afetar o desempenho e as operações da empresa. No caso da *Trigo Express*, por ser uma panificadora *drive-thru* com foco em consumidores com pouco tempo disponível os meses de maiores demandas são de agosto a novembro e fevereiro a maio, período de aula e trabalho, já os meses de férias e festividades como julho, dezembro e janeiro, a demanda tende a diminuir devido à procura ser menor, como mostra a figura 26, a seguir.

Figura 26 - Representação da Sazonalidade para a Implantação de uma Panificadora Drive-Thru na Cidade De João Pessoa – (PB)



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

3.6.10 Indicadores de Viabilidade

Na tabela 10 apresenta-se os indicadores financeiros para a execução da Trigo Express, com o total investido de R\$155.904,37, sendo R\$30.031,31 voltado para o capital de giro. O financiamento será no valor de R\$100.000,00 e R\$55.904,37 será capital próprio. A tabela a seguir também detalha sobre os gastos gerais e o resultado líquido mensal de R\$11.113,02.

Tabela 10 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Estimados para a Implantação de uma Panificadora Drive-Thru na Cidade de João Pessoa – (PB)

Investimento	125.873,06	Faturamento	74.832,00	100,00%
Capital de Giro	30.031,31	Custos Variáveis	24.755,92	33,08%
Total	155.904,37	Custos Fixos	35.144,06	46,96%
		Resultado Operacional	14.932,02	19,95%
Financiamento	100.000,00	Investimentos	3.819,01	5,10%
Capital Próprio	55.904,37	Resultado	11.113,02	14,85%

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

A tabela 11, logo abaixo, informa o valor diário a ser perseguido para cobrir os custos operacionais e financeiro (Ponto de Equilíbrio) dentro dos 26 dias de funcionamento mensal. A estimativa do valor diário é de R\$2.329,00 e mensal R\$58.225,09.

Tabela 11 - Resumo do Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro Estimados para a Implantação de uma Panificadora *Drive-Thru* na Cidade de João Pessoa – (PB)

Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro	
Mensal	58.225,09
Diário	2.329,00

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

Por fim, a tabela 12 apresenta a média mensal de lucratividade da Trigo *Express* (14,57%). O tempo previsto para obter-se o retorno financeiro investido é de 16 meses. A tabela também mostra Taxa Mínima de Atratividade (TMA), a qual representa o mínimo de retorno esperado pelo investidor, sendo de 13,75% (Taxa Selic); Taxa Interna de Retorno (TIR), que representa a taxa de retorno que iguala o valor presente dos fluxos de caixa futuros gerados pelo projeto ao investimento inicial realizado, e significa que o projeto está gerando um retorno maior do que a taxa mínima exigida pelos investidores (72,96%).

Nesse caso, o projeto é considerado viável e atrativo, pois oferece um retorno acima da taxa mínima de atratividade. Já o Valor Presente Líquido (VPL) representa a diferença entre o valor presente dos fluxos de caixa futuros gerados pelo projeto e o investimento inicial realizado, ou seja, devido a TIR ser superior a TMA, o valor final estimado é cerca de R\$ 246.229,55, sendo assim um valor positivo após a quitação do investimento inserido na Trigo *Express*.

Tabela 12 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Econômico-financeira Estimados para a Implantação de uma Panificadora *Drive-Thru* na Cidade de João Pessoa (PB)

Lucratividade	
Média Mensal	14,57%
Prazo de Retorno do Investimento	
Resultado Operacional	13 meses
Resultado Final	16 meses
Taxa de Retorno	
TMA - Taxa Mínima de Atratividade	13,75%
TIR - Taxa Interna de Retorno	72,96%
VPL - Valor Presente Líquido	246.229,55

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

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O cotidiano das pessoas está diretamente conectado aos seus hábitos de consumo, e dentre eles destaca-se o consumo relacionado de produtos ligados à panificação, sendo assim considerado um ritual, um ato cultural, em todo o país ao decorrer do dia, o pão e o café são elementos essenciais nas vidas dos brasileiros. Diante disto, este trabalho foi desenvolvido considerando o mercado de panificação no Brasil e no mundo, assim como a presença constante dos produtos relacionados e a frequência de consumo diária da população.

A Trigo *Express* foi desenvolvida como objeto de estudo, a fim de estudar o ramo proposto e sua visando a sua viabilidade de aplicação no mercado atual. A pesquisa foi realizada para ser aplicada na cidade de João Pessoa (PB) e teve como metodologia a pesquisa descritiva, exploratória e quantitativa, com base na planilha de negócios do Sebrae.

Abordar esse tema possibilitou aplicar um possível plano de negócios para a população pessoense, utilizando o *google forms* para a pesquisa de mercado, onde nessa etapa foi possível visualizar de forma mais concreta possíveis públicos-alvo do objeto de estudo, onde se obteve a coleta de dados para análise posterior, aplicando-a a planilha do Sebrae. Com base na pesquisa de mercado, ainda foi possível analisar os dados obtidos para aplicar na continuidade do desenvolvimento da pesquisa, como o marketing, estratégias de valor, preço, operacional, distribuição, produtos, descontos e entre outros, para pôr fim preencher a planilha do Excel do Sebrae- PR (2018) com os dados financeiros.

Após obtenção e análise dos resultados da pesquisa de mercado, foi possível preencher e desenvolver a planilha de negócios do Sebrae, a fim de compreender os resultados obtidos e averiguar a viabilidade da Trigo *Express*, e com o resultado obteve-se a conclusão da aplicação do plano de negócios. Com o faturamento mensal de aproximadamente 75 mil reais e o anual acima de 800 mil reais, e com as taxas de retorno positivas como TIR de 72,96% e VPL de R\$ 246.229,55, o resultado líquido final gira em torno de R\$ 11.200, sendo assim um plano de negócios viável e estável.

A Trigo *Express* foi planejada e desenvolvida para atender a população em um cenário pós pandemia, onde a segurança e a praticidade aliados ao bem-estar do consumidor foram indispensáveis para a formulação dessa ideia. Oferecendo ao cenário atual um novo ponto de vista, sobre um serviço que já é fornecido diariamente, unindo produtos de qualidade, um atendimento especializado e a junção de um serviço de panificação ao estilo *drive-thru*, resultando no fácil acesso, agilidade do serviço e um novo estilo de vida.

5. REFERÊNCIAS

ABIP. **Indicadores da panificação e confeitaria em 2020**. ABIP, 2020. Disponível em: <https://www.abip.org.br/site/indicadores-da-panificacao-e-confeitaria-em-2020/>

ABIP. **Indicadores da panificação e confeitaria em 2022**. ABIP, 2022. Disponível em: https://www.abip.org.br/site/wp-content/uploads/2022/09/EBOOK_-_IDEAL_-_INDICADORES_JANEIRO_A_MAIO_2022_-_BR.pdf

COSTA, Bárbara Regina Lopes et al. O perfil do consumidor curitibano que utiliza o Drive-Thru. **Iniciacom**, v. 3, n. 2, 2011.

JACOB, Heinrich Eduard. **Seis mil anos de pão**. Antígona, 2003.

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/>

VEIGA-NETO, Alípio Ramos. Um estudo comparativo de formas de segmentação de mercado: uma comparação entre VALS-2 e segmentação por variáveis demográficas com estudantes universitários. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, p. 139-161, 2007