



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
DEPARTAMENTO DE GASTRONOMIA
TRABALHO CONCLUSÃO DE CURSO
LUCAS DANTAS MEDEIROS**

**PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLEMENTAÇÃO DE UM PERSONAL CHEF
EM JOÃO PESSOA**

**JOÃO PESSOA
2023**

LUCAS DANTAS MEDEIROS

**PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLEMENTAÇÃO DE UM PERSONAL CHEF
EM JOÃO PESSOA**

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.

Orientador: Mês. Prof. Vitor Hugo Rocha
de Vasconcelos

**JOÃO PESSOA
2023**

Catálogo na publicação Seção de Catalogação e Classificação

M488p Medeiros, Lucas Dantas.

Plano de negócio para implementação de um personal chef em João
Pessoa / Lucas Dantas Medeiros. - João Pessoa, 2023.
42 f. : il.

Orientação: Vitor Hugo Rocha de Vasconcelos. TCC
(Graduação) - UFPB/CTDR.

1. Plano de negócios. 2. Personal Chef. 3. João Pessoa. I.
Vasconcelos, Vitor Hugo Rocha de. II. Título.

UFPB/CTD

CDU 647.252:657.31(813.3)

LUCAS DANTAS MEDEIROS

**PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLEMENTAÇÃO DE UM PERSONAL
CHEF EM JOÃO PESSOA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à coordenação do curso de 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 com Correções____NOTA: ____7,60____

João Pessoa: 30 de outubro de 2023

Banca examinadora

Documento assinado digitalmente
 **VITOR HUGO ROCHA DE VASCONCELOS**
Data: 11/11/2023 09:59:34-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Msc. Vitor Hugo Rocha de Vasconcelos
Orientador

Documento assinado digitalmente
 **SAMARA DE MACEDO MORAIS**
Data: 13/11/2023 09:56:16-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.^a Dr.^a Samara de Macêdo
Moraes 1^a Examinadora

Documento assinado digitalmente
 **VALERIA LOUISE DE ARAUJO MARANHÃO SATUI**
Data: 10/11/2023 17:33:14-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.^a Dr.^a Valéria Louise de Araújo Maranhão
Saturnino Silva 2^a Examinadora

LISTA DE IMAGENS E QUADROS

Imagem 1 - Chef Lucas em um evento.....	11
Imagem 2 - Mesa em um evento do Chef Lucas	11
Imagem 3 - Fluxograma dos processos operacionais.....	22
Imagem 4 - Menu 4 tempos para um jantar	30
Imagem 5 - Representação da Sazonalidade para a Implantação do Personal Chef	36
Quadro 1 - Análise dos concorrentes	15
Quadro 2 - Lista de Fornecedores.....	16
Quadro 3 - Necessidade de pessoal	27

LISTA DE TABELAS

Tabela 2 – Investimento fixo para implementação do Personal Chef.....	28
Tabela 3 - Ficha técnica Polpetinni de queijo defumado.....	30
Tabela 4 - Ficha técnica Sorrentinni de salsa trufada.....	31
Tabela 5 - Ficha técnica Risoto de filé mignon.....	31
Tabela 6 - Ficha técnica Creme brûlée.....	32
Tabela 7 - Valor total do menu por pessoa	32
Tabela 8 - Estimativa do Faturamento e dos Custos Diretos Mensais	32
Tabela 9 - Custos com e pró-labore	33
Tabela 10 - Estimativa dos Custos Fixos	33
Tabela 11 - Cálculo dos tributos.....	34
Tabela 12 - Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)	34
Tabela 13 - Apuração do custo total com vendas	Erro! Indicador não definido.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1. OBJETIVOS.....	9
1.1. Objetivo geral	9
1.2. Objetivos específicos	9
2. METODOLOGIA	9
3. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	10
3.1. Sumário executivo.....	10
3.1.1. Resumo	10
3.1.2. Dados do empreendedor, experiência profissional e atribuições	11
3.1.3. Dados da empresa.....	12
3.1.4. Missão da empresa.....	12
3.1.5. Setores de atividades	12
3.1.6. Forma jurídica.....	13
3.1.7. Enquadramento tributário.....	13
4. ANÁLISE DE MERCADO	13
4.1. Identificação das necessidades de mercado	13
4.2. Segmentação de mercado	14
4.3. Perfil dos Consumidores	14
4.4. Resultados da Pesquisa de Mercado	15
4.5. Análise dos concorrentes	15
4.6. Lista de Fornecedores	16
5. PLANO DE MARKETING	17
5.1. Estratégia de produto e valor ao cliente	17
5.2. Estratégia de preço	18
5.3. Estratégias de promoção	18
5.4. Estratégias de distribuição	19
5.5. Força de vendas	19
5.6. Localização do negócio.....	19
5.7. Análise da matriz (F.O.F.A).....	19
5.7.1. Oportunidades	20
5.7.2. Ameaças	20

5.7.3.	Forças	20
5.7.4.	Fraquezas	20
6.	PLANO OPERACIONAL.....	21
6.1.	Layout ou arranjo físico	21
6.2.	Capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços	21
6.3.	Processos operacionais	21
6.3.1.	Reserva	22
6.3.2.	Lista de compras	23
6.3.3.	Recepção dos insumos.....	24
6.3.4.	Armazenamento	24
6.3.5.	Higienização dos equipamentos	24
6.3.6.	Higienização dos alimentos	24
6.3.7.	Pré-preparo.....	25
6.3.8.	Recepção e serviço aos clientes.....	25
6.3.9.	Organização da cozinha	26
6.3.10.	Limpeza da cozinha.....	26
6.4.	Necessidade de pessoal	27
7.	PLANO FINANCEIRO.....	28
7.1.	Estimativa dos investimentos fixos	28
7.2.	Prazos e estoques	29
7.3.	Estimativa de faturamento mensal	29
7.4.	Custos com mão de obra e pró-labore	33
7.5.	Custo fixos operacionais mensais	33
7.6.	Cálculos dos tributos	34
7.7.	Financiamento	34
7.8.	Demonstração do Resultado do Exercício (DRE).....	34
7.9.	Sazonalidade	35
7.10.	Indicadores de Viabilidade	36
8.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
9.	REFERÊNCIAS.....	39

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso foi elaborado nos moldes de um plano de negócios, seguindo o modelo proposto pelo Sebrae – PR. Possui o objetivo de analisar a viabilidade econômico-financeira para a empresa nascente de um Personal Chef, e detalhar informações sobre os produtos e serviços exclusivos que o Personal Chef visa oferecer. Analisar os potenciais clientes, concorrentes, fornecedores e pontos positivos e negativos do negócio (SEBRAE, 2013). Através da análise dos dados de uma pesquisa de mercado Souza (2019), averiguou-se a possibilidade de atender um público desassistido nesse tipo de serviço que na cidade de João Pessoa, não possui profissionais capacitados o suficiente na área. Os investimentos fixos foram estimados, bem como os custos fixos e variáveis, além do plano operacional. O projeto se mostra viável financeiramente, com retorno do investimento dado em 28 meses e lucratividade equivalente a 3,88% da receita do mês. Sendo assim, conclui-se pela viabilidade do investimento, tanto em termos mercadológicos como financeiros.

Palavras-chave: Plano de negócios; Personal Chef; João Pessoa.

INTRODUÇÃO

Empreender é criar algo diferente e com valor, inovar a todo momento, dedicar tempo e esforço necessários, assumir riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e receber as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal. (Hisrich, 2004)

Empresas de pequeno e micro porte são fundamentais para estimular a economia do País, possibilitando a inclusão social mediante a maior oferta de postos de trabalho. Elas representam 99,1% dos empreendimentos formais no Brasil, geram 52,2% dos empregos com carteira assinada e respondem por 20% do Produto Interno Bruto (PIB), de acordo com o Sebrae (2013).

A partir do momento que alguém planeja abrir uma empresa, o plano de negócio é algo primordial para se obter êxito. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Sebrae (2013), possui grandes projetos em auxílio a novos empreendedores e várias ferramentas que tornam viáveis o desenvolvimento de planos de negócios.

Um plano de negócio, é 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, por sua vez, permite identificar e restringir erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado. (Sebrae, 2013)

O personal chef é o profissional que vai ao encontro dos clientes para realizar experiências gastronômicas, no lugar de ter um local físico, cozinha em lugares acordados, normalmente na casa dos clientes ou em espaços que possuam em seus prédios, como salão gourmet ou salão de festa. (Wallace; Forte, 2007)

É um serviço que possui uma demanda desassistida, na cidade de João Pessoa, 94,6% da população têm o desejo de participar desse tipo de serviço, e julga que há uma carência de profissionais qualificados na área. (Souza, 2019)

Seu diferencial é oferecer opções personalizadas de suas receitas e dar abertura ao cliente para adaptar ingredientes e pratos ao cardápio, trazendo personalidade ao seu trabalho e um toque único à comemoração, com técnicas organizadas e um consumo consciente, saudável e de qualidade.

Há profissionais que vão além e oferecem serviços ainda mais exclusivos, como aulas particulares de culinária em uma experiência única e individualizada; e para quem deseja aprender a preparar uma refeição completa e impressionar em ocasiões especiais. (Wallace; Forte, 2007)

1. OBJETIVOS

Os objetivos serão apresentados abaixo, os quais estão divididos em objetivo geral e objetivos específicos.

1.1. Objetivo geral

Desenvolver um plano de negócio para implementação de uma empresa que ofertará serviços de Personal Chef na cidade de João Pessoa – PB.

1.2. Objetivos específicos

- Analisar o mercado de concorrentes, dos clientes e dos fornecedores;
- Analisar a viabilidade econômico-financeira de implementação do serviço;
- Estruturar plano de negócio de acordo com software do Sebrae (2018);

2. METODOLOGIA

O plano de negócios é uma ferramenta primordial para empresas, é um estudo que destrincha e detalha a empresa, os concorrentes e o cliente final. Através dessa ferramenta pode-se organizar as ideias, diminuir as chances de fracasso, tanto na abertura como na expansão do empreendimento (Santos; Pinheiro, 2017).

O primeiro passo foi realizar uma revisão bibliográfica de trabalhos que continham conteúdo relacionado ao serviço de Personal Chef, o que implicou numa perspectiva direcionada ao público alvo que requer esse tipo de serviço. (Souza, 2019)

Associada a pesquisa qualitativa, houve uma ação empírica em busca de compreender o público e suas motivações para contratar um Personal Chef, desde a gastronomia como a comodidade e exclusividade do serviço (Hendley, 2016).

A partir da realização de trabalho prático em eventos feitos pelo chefe executivo, implicando em conhecimento para desenvolvimento do plano de negócio específico, tendo por base o plano de negócio do Sebrae (2018).

3. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

3.1. Sumário executivo

3.1.1. Resumo

Este plano de negócio tem como meta planejar, descrever, estudar e viabilizar a implementação de experiências gastronômicas na cidade de João Pessoa - PB, por meio da análise dos concorrentes, do perfil dos clientes, das oportunidades de mercado e de estratégias operacionais, identificar e restringir possíveis erros que poderiam ser cometidos.

O plano em questão trata-se da implementação de uma empresa, um Personal Chef (Lucas Dantas Medeiros) com gastronomia contemporânea, realizando jantares nas casas dos clientes localizados na cidade de João Pessoa – PB.

O Chef Lucas acredita que a comida é uma forma de comunicar-se, portanto, através do cardápio e do serviço. Tem o desejo de comunicar quem ele é, por meio de uma cozinha contemporânea franco-italiana, através de menu completo com no mínimo uma sequência 4 (quatro) de pratos, a sequência de pratos tem a denominação de tempos de serviço.

3.1.2. Dados do empreendedor, experiência profissional e atribuições

O chef proprietário Lucas Dantas Medeiros, bacharelado em gastronomia pela UFPB, com experiência de mercado em restaurantes e eventos gastronômicos há mais de 6 anos, terá a sua primeira empresa, com experiência em gerir pessoas e coordenar operações.

Abaixo segue imagens do chef em alguns eventos por ele realizado.

Imagem 1 - Chef Lucas em um evento



Fonte: Imagem do autor (2023)

Imagem 2 - Mesa em um evento do Chef Lucas



Fonte: Imagem do autor (2023)

O chef terá a atribuição de comunicar-se com os clientes para reservas, planejar o cardápio dos serviços, calcular o valor e os custos, formar equipe, realizar os eventos e administrar as questões jurídicas e financeira da empresa.

3.1.3. Dados da empresa

Inspirada por Lucas, será uma empresa no ramo gastronômico em João Pessoa, de acordo com suas experiências adquiridas durante seus estágios, trabalhos e visitas a restaurantes na cidade de João Pessoa, no Brasil e em outros países.

A empresa inicialmente irá enquadrar-se com Microempresa individual MEI, diante da realidade do número de funcionários e do faturamento.

O serviço de Personal Chef tem como propriedade ir ao encontro dos clientes e realizar as experiências na casa destes, a essência do serviço é a exclusividade, cozinha show, ambiente, música, tudo isto será mantido e aprimorado.

3.1.4. Missão da empresa

O chef tem como meta atender uma demanda desassistida em João Pessoa nas experiências gastronômicas com foco em preparar para o cliente o serviço exclusivo, desde o preparo das refeições como a decoração em caso de comemorações especiais como jantar entre amigos, casamento, aniversário ou reuniões de negócios.

Propiciar uma experiência gastronômica em cozinha show com o Personal Chef, decoração personalizada, transmitir a essência do serviço de alimentação, que é partilhar a vida na mesa de refeição.

3.1.5. Setores de atividades

A empresa enquadra-se como serviço.

☐ Agropecuária

☐ Comércio

☐ Indústria

☒ Serviços

3.1.6. Forma jurídica

A empresa inicialmente irá enquadrar-se como Microempreendedor Individual - MEI, uma vez que terá apenas o chef como funcionário, assim que o faturamento cresça e ultrapasse o limite estabelecido para essa categoria, poderá migrar para outra Microempresa.

☐ Empresário Individual

☐ Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI

☒ Microempreendedor Individual – MEI

☐ Sociedade Limitada

☐ Outros:

3.1.7. Enquadramento tributário

Microempreendedor Individual - MEI, pagamento mensal das taxas atribuídas a esta categoria: R\$71,00/mês.

Abaixo segue uma tabela referente ao capital social necessário para implementação da empresa.

4. ANÁLISE DE MERCADO

4.1. Identificação das necessidades de mercado

Nota-se um desejo crescente no ramo gastronômico por novas experiências, serviços exclusivos e de alta gastronomia de acordo com Wallace; Forte (2007). A cidade de João Pessoa segue o padrão mundial e também acompanha essa corrente no segmento do mercado.

Desejos dos clientes: As pessoas buscam um serviço íntimo e exclusivo, além do comodismo de não precisar sair de casa para fazer uma refeição,

somado ao status com a sociedade de receber um chef e propiciar uma noite de alta gastronomia para os seus convidados. (Wallace; Forte, 2007)

4.2. Segmentação de mercado

Geográfica: A empresa pode receber qualquer cliente nacional ou internacional estando em João Pessoa.

Demográfica: 12 a 65 anos com renda acima de R\$5000,00/mês, sem acepção de cor, sexo ou escolaridade.

Psicográficos: Clientes que possuem costume de fazer refeições de comida contemporânea, reunir grupos e gostam de ter sua privacidade.

Comportamental: Grupo de pessoas ou casais que desejam desfrutar de uma experiência gastronômica, confraternizar entre si, ou realizar reuniões comemorativas.

4.3. Perfil dos Consumidores

A empresa definiu a idade a partir de 12 até 65 anos; público com rendimento classificados com A, A1 e B; ou seja, de alto poder aquisitivo, pois o serviço terá um ticket mínimo de R\$150/pessoa, sem acepção de sexo, cor, formação ou qualquer outra tipologia.

Grande parte do público deseja contratar o serviço para eventos específicos como aniversários, batizados, noivados ou confraternizações de empresas, no geral, datas comemorativas. (Souza, 2019)

Lucas quer atingir esse público que deseja receber os amigos em casa com um alto padrão no serviço gastronômico, apreciadores de gastronomia contemporânea com menu mínimo de 4 tempos, entrada fria, entrada quente, prato principal e sobremesa, pessoas dispostas a experiências gastronômicas e com tempo para aproveitar o serviço.

4.4. Resultados da Pesquisa de Mercado

Através de uma pesquisa de mercado, pode-se obter que o público alvo em busca desse tipo de serviço pertencem as classes socioeconômicas alta e média-alta (Rowler; Rower, 2008) nas classes A1, A2 e B1, de acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Pesquisas (ABEP, 2015), na cidade de João Pessoa, residentes em bairros como: Altiplano, Cabo Branco, Miramar, Manaíra, Bessa e Intermars. (Souza, 2019)

Nessa mesma pesquisa, quando se questionou sobre o conhecimento da nomenclatura “Personal Chef”, averiguou-se que 53,6% dos entrevistados têm familiaridade, 58,9% conhecem algum profissional que oferta o serviço e que 80,4% das pessoas possui o desejo de contratar o serviço. (Souza, 2019)

A preferência do público para contratar este serviço são nas ocasiões de aniversário de algum membro da família (67,9%), aniversário de casamento (66,1%) e festa da empresa (51,8%). Por outro lado, ao serem questionados se já teriam participado de alguma experiência no ramo, (94,6%) responderam que não e que esse fato pode estar relacionado a um serviço carente de profissionais qualificados na área. (Souza, 2019)

4.5. Análise dos concorrentes

O quadro 1 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.

Quadro 1 - Análise dos concorrentes

Chef	Jailson França	Jandeilson Gomes	Felipe Klostermann	Rafael Nascimento
Qualidade	Alto	Média	Média	Média
Preço	Alto	Média	Média	Média
Condições de pagamento	Pix/boleto	Pix/boleto	Pix/boleto	Pix/boleto
Atendimento	Bom atendimento	Atendimento regular	Bom atendimento	Bom atendimento
Serviço aos clientes	Alta gastronomia	Cozinha contemporânea	Cozinha contemporânea	Cozinha contemporânea

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

4.6. Lista de Fornecedores

Diante da funcionalidade da empresa, a negociação com fornecedores para barganhar menores preços será difícil pelo fato de não haver grande rotatividade ou grande demanda de produtos e estoque, pois é notório que no mercado quanto maior o pedido, mais fácil também de conseguir melhores preços.

Por outro lado, há expectativa de que parcerias sejam seladas, uma vez que, o chef tem como foco a interação com os clientes, logo os produtos são bem visíveis, facilitando assim a auto divulgação dos insumos e mercadorias que serão utilizadas pelo chef.

Algumas empresas parceiras já estarão em conjunto para os eventos. O chef terá parceria com a Bonna Gelateria, Maria Fumaça defumados e Floricultura Vivenda estas empresas fornecerão material para o chef em troca de divulgação da marca. Outras áreas ainda estão sendo estudadas possíveis parcerias, como por exemplo um fornecedor parceiro para pescados e frutos do mar.

No quadro 2 abaixo, segue a lista dos fornecedores e parceiros da empresa.

Quadro 2 - Lista de Fornecedores

Descrição do serviço	Empresa	Condição de pagamento	Prazo de entrega	Local da empresa
Gelato	Bonna	Parceria	24 horas	João Pessoa
Carnes e defumados	Maria Fumaça	Parceria	48 horas	Cabedelo
Floricultura	Floricultura Vivenda	Parceria	48 horas	João Pessoa
Frutos do mar	Nirley pescados	A vista	Retirada	João Pessoa
Queijos e sobremesas	Formaggio	A vista	48 horas	Recife
Insumos em geral	Rede Bemais	A vista	Retirada	João Pessoa
Queijos e laticínios	HDS queijo	A vista	24 horas	João Pessoa

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

5. PLANO DE MARKETING

5.1. Estratégia de produto e valor ao cliente

Valor ao cliente

O chef Lucas acredita que o principal valor a ser explorado não são apenas as boas refeições, mas toda a experiência ao entorno, o serviço exclusivo e personalizado.

Imagem

Identidade visual diferenciada, pois será feita com profissional especializado, com criação de logomarca, desenvolvimento das redes sociais e ótima apresentação do serviço.

Inovação

Por mais que o termo Personal Chef seja conhecido por parte da sociedade, 94,6% nunca participou de um jantar realizado por um chef. (Souza, 2019) Logo, para o público de João Pessoa ainda é um serviço inovador.

Informação

Uso das redes sociais como forma de exposição do serviço, a fim de ter uma proximidade maior com os clientes. Utilizar a ferramenta de tráfego pago para divulgar, anunciar e atrair novos clientes.

Garantia

Alimentos sempre frescos, uma vez que são adquiridos apenas para o evento, além disso, seleção de ingredientes de qualidade e de procedência confiável com bons fornecedores.

Serviços

O serviço é realizado apenas em pontos físicos em localizações dos clientes.

5.2. Estratégia de preço

Através de pesquisa dos concorrentes, sabe-se que esse público-alvo está disposto a gastar de R\$150,00 à R\$500,00 por pessoa, os valores variam de acordo os serviços requisitados.

O cliente pode optar por um serviço apenas alimentício, o que amortiza os valores, caso deseje decoração personalizada, música ao-vivo, bebida, harmonização ou um menu com mais tempos, os valores são alterados de acordo com o desejo do cliente.

Condições e prazos de pagamento

Mediante reserva, via pix – sem parcelamento

5.3. Estratégias de promoção

Em consonância com o objetivo de atender a demanda de pessoas para comemorar datas festivas, a estratégia inicial é divulgar a empresa através do marketing digital, impulsionar o engajamento das redes sociais, formar parcerias com *influencers* digitais trazendo-os para participar de uma experiência e filmar e divulgar toda a experiência no local.

Além disso, utilizar do marketing cooperado com empresas estratégicas no ramo alimentício e festivos a fim de aumentar a divulgação com o público-alvo.

O tráfego pago será uma das ferramentas mais utilizadas, sabe-se que através desse serviço pode-se direcionar e impulsionar o alcance das mídias digitais para um público com as características estabelecidas, no caso do Personal Chef, as características que já foram citadas na análise do público alvo.

Ativar as redes sociais através de sorteio com os clientes, a fim de que o maior número de clientes possa interagir com a marca da empresa, sejam sorteios de jantares ou de workshops e cursos os para clientes.

Veicular em outdoor, rádio, televisores em elevador de condomínios, de hospitais e de shoppings.

5.4. Estratégias de distribuição

A distribuição dos produtos e/ou serviços serão feitas de forma in loco, tendo em vista que a empresa não tem como meta vender apenas o alimento em si, porém a experiência completa.

Outra estrutura serão os cursos, e workshops, inicialmente, de forma presencial, posteriormente os cursos podem tornar-se *e-books* com comercialização de forma virtual nas plataformas de mídia do chef proprietário.

5.5. Força de vendas

Como o empreendimento trata-se de um Microempreendedor Individual, o empreendedor pretende trabalhar sozinha, produzindo os eventos, organizando o serviço, a mesa e a exclusividade para que fiquem disponíveis aos clientes no horário programado.

5.6. Localização do negócio

Tendo conhecimento do tipo de serviço, faz-se necessário que o local do jantar seja ou na casa do cliente, ou salão gourmet ou salão de festas, que se tenha um mínimo de estrutura para adequar-se à experiência que deseja-se transmitir, portanto, alguns fatores foram listados para ter o mínimo de estrutura possível.

O local deve possuir:

- Cozinha com mínima estrutura (fogão, geladeira, gás, energia)
- Bancada
- Mesa e cadeiras

5.7. Análise da matriz (F.O.F.A)

A matriz F.O.F.A. é um instrumento de análise simples e valioso. Seu objetivo é detectar pontos fortes e fracos, com a finalidade de tornar a empresa

mais eficiente e competitiva, corrigindo assim suas deficiências. F.O.F.A. é um acróstico para: Força, Oportunidade, Fraquezas e Ameaças. (SEBRAE, 2013).

5.7.1. Oportunidades

- Demanda desassistida
- Personal Chef
- Cozinha show
- Workshops

5.7.2. Ameaças

- Baixa rotatividade
- Apenas com reserva
- Dificuldade em barganhar com os fornecedores
- Alto custo dos insumos

5.7.3. Forças

- Pequeno número de funcionários
- Privacidade
- Ambiente
- Música ao-vivo

5.7.4. Fraquezas

- Máximo 30 pessoas
- Mínimo 6 pessoas

6. PLANO OPERACIONAL

6.1. Layout ou arranjo físico

De acordo com as características da empresa de Personal Chef, não faz-se necessário um lugar físico para atender os clientes, uma vez que, a maioria das experiências serão na própria casa dos clientes.

6.2. Capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços

A capacidade mínima do chef para um serviço exclusivo será de 6 pessoas, enquanto que a capacidade máxima pela experiência deverá ser de 30 pessoas, em casos de serviços com mais de 10 pessoas, faz-se necessário um auxiliar de cozinha para os pré preparos, serviço dos pratos, retirada das louças e organização da bancada.

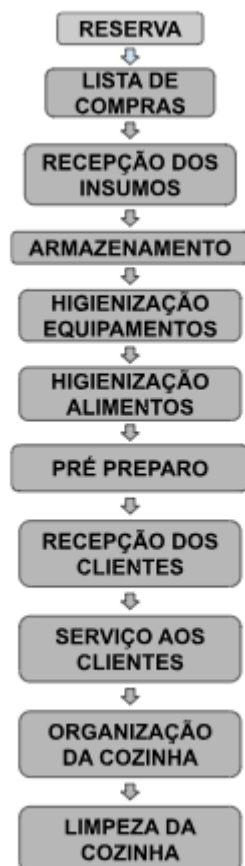
Inicialmente o chef Lucas poderá atender apenas para jantares, caso as reservas estejam lotadas e surgir algum serviço atraente ao chef, poderá negociar-se no horário diurno.

6.3. Processos operacionais

Para a realização dos jantares caso possível se fará uma visita com antecedência ao local, caso não seja, o cliente explicará o espaço para o Chef a fim de que com as informações de equipamentos e utensílios o chef monte um cardápio que seja adaptável para aquela estrutura, por exemplo: um salão gourmet que não possua forno elétrico, o chef faz preparações que não precise utilizá-lo.

O processo operacional será dividido em 11 etapas, o primeiro será a definição de preparações que poderão ser disponibilizadas, de acordo com a estrutura disponível. Segue abaixo um fluxograma elaborado para elucidar o processo operacional.

Imagem 3 - Fluxograma dos processos operacionais



Fonte: Imagem do autor

6.3.1. Reserva

Para tornar o cardápio mais atrativo a fim de que o cliente opte por mais tempos de serviço, será disponibilizado um cardápio online com as descrições dos pratos para que o cliente escolha quais os pratos de sua preferência e a quantidade de tempos que ele deseja.

Essa etapa é de responsabilidade do chef proprietário, tanto da formulação de novos pratos, do cálculo dos custos diretos e indiretos, da produção de ficha técnica das preparações e de possíveis custos adicionais variantes de cada reserva, como: música ao vivo, decoração e/ou cerimonial.

Com base nesses valores, calcular o valor do jantar, passar para o cliente juntamente com um termo de compromisso a ser assinado com as regras estabelecidas para o prazo de pagamento, cancelamento da reserva e devolução.

As demais etapas do processo, variam de acordo com a reserva do cliente, o principal fator é a quantidade de pessoas por reserva, quanto maior a quantidade, maior é a necessidade de espaço para higienização e armazenamento, portanto, o plano de ação deve ser planejado de acordo com a cozinha disponibilizada, a fim de que possua um fluxo contínuo de produção, de maneira que não haja contaminação cruzada dos alimentos, e que otimize o tempo de produção dos alimentos.

Para o processo de reserva a empresa disponibiliza das redes sociais como forma de contato, em todas as plataformas terão o link de contato do whatsapp business com inteligência artificial para dar as boas-vindas, enviar os tipos de serviço, cardápio e fotos de outros eventos.

O chef deverá acompanhar o cliente após o primeiro contato para mais informações ou explicações do serviço e se preciso convencer o cliente a participar da experiência, além disso, calcular e acordar os valores referente ao serviço que o cliente desejar, deve ser efetuado o pagamento antecipado como forma de caução, caso haja desistência, apenas metade desse valor será estornado. Esse processo não pode demorar pois o cliente pode acabar optando por outros estabelecimentos que estejam em contato.

6.3.2. Lista de compras

Nessa etapa o chef contará com o auxílio de inteligência artificial (IA), uma vez cadastrado as fichas técnicas na plataforma, bastará apenas colocar o prato, o número de pessoas que a IA já calculará a quantidade de insumos para cada preparação do serviço, dessa forma, inibem as despesas desnecessárias com desperdícios de insumos, economizando dinheiro e contribuindo para a sustentabilidade da natureza.

As compras dos insumos serão realizadas de forma semanal abrangendo todas as reservas que estão programadas para aquela semana. Os insumos adquiridos durante a semana serão armazenados na propriedade do Chef, no dia do evento transladado para o local final.

6.3.3. Recepção dos insumos

Após a compra dos insumos, dá-se início ao processo de recepção dos mesmos, muitos destes podem ser entregues por fornecedores ou parceiros para o chef, portanto, deve-se definir um horário para recepcioná-los além de um local adequado para manipulação.

6.3.4. Armazenamento

O armazenamento dos insumos tem uma importância muito grande na otimização da cozinha e pode ser dividido em dois: estoque seco e estoque refrigerado, o estoque seco fica em maior parte os grãos, os cereais e as oleaginosas. Já no estoque refrigerado, armazena-se as proteínas, queijos, verduras e pré-preparos que necessitam de refrigeração.

É de responsabilidade do Chef organizar esta etapa, assim como verificar se há no estoque presença de alimentos que estão com uma validade próxima do vencimento para utilizá-lo, dessa forma, minimizar a perda de insumos.

6.3.5. Higienização dos equipamentos

A higienização dos equipamentos: utensílios, bancadas, panelas e louças devem ser limpos após a última utilização, e antes do processo de pré-preparo serem esterilizados com álcool 70%.

6.3.6. Higienização dos alimentos

Este processo deve ser feito de acordo com a classificação dos alimentos, imersos em solução aquosa com hipoclorito de sódio, após esta etapa, lavados em água corrente, alguns insumos possuem limpeza característica de forma alternativa, devem ser higienizados conforme as recomendações.

Como as compras serão realizadas em período semanal, o risco de perda de insumos será reduzido, a higienização dos alimentos aumenta a vida de

prateleira dos mesmos, portanto, deve ser uma etapa primordial do processo de produção.

6.3.7. Pré-preparo

O pré-preparo dos alimentos é uma das fases mais importantes em uma cozinha, a praça organizada otimiza o tempo de preparo das refeições, aumenta o padrão dos pratos e evita que alimentos se estraguem.

Tendo conhecimento que o chef trabalhará, em maior parte dos casos, sozinho na cozinha, quanto mais adiantado os produtos estiverem mais fáceis, rápido e organizado será na hora de servir os pratos, isso vale tanto para as refeições como para o planejamento de louças a serem utilizadas nos preparos, devem ser pensadas e separadas com antecedência, a fim de otimizar o tempo de serviço.

O chef irá chegar no local do evento com um tempo hábil e acordado com o cliente para produção dos insumos, o horário mínimo para tornar possível o serviço é de pelo menos 6 (seis) horas do evento começar, porém, o ideal é de 8 (oito) horas antes.

De responsabilidade do chef, a praça deve ser organizada com antecedência, antes dos clientes chegarem ao local, pois nesse momento a cozinha já deve estar limpa e organizada para recebê-los. Em caso de serviços para mais de 14 pessoas, pode-se contratar um ajudante para auxiliar o chef na produção e serviço.

6.3.8. Recepção e serviço aos clientes

Será realizada pelo chef em horário combinado com o cliente, após as boas vindas e acomodação, serão servidas as bebidas ou suporte para bebida caso os clientes tenham optado por levar sua própria bebida.

Neste momento explicar-se-á a experiência, a proposta do serviço, os preparos e serão tiradas as ultimas (caso existam) dúvidas, preferência ou quem é a pessoa, caso haja alguma restrição acerca dos preparos que foi mencionada no momento da reserva.

O serviço à francesa será utilizado pelo chef nos jantares, sabendo que o serviço inicia com a recepção dos clientes e na disposição das bebidas, a mesa já deverá estar organizada na chegada dos clientes.

Após o primeiro contato o chef inicia as preparações, tendo como mínimo de 4 tempos e máximo de 7, a cada serviço deve-se ter um intervalo de 10 a 25 minutos para preparação a depender da preferência do cliente, e também para que os clientes consigam aproveitar a experiência no local.

Neste ponto, o *mise in place* ajudará muito na otimização do tempo, vale salientar que a cozinha show faz parte da experiência e que os clientes podem querer ver ou filmar os pratos sendo feitos ou montados, portanto a limpeza e organização dos insumos, louças e utensílios são de suma importância.

A cada tempo o chef vai a mesa entregar os pratos e explicar o que há no prato e como ou quais técnicas foram utilizados para realização do mesmo, além da história por trás daquela preparação.

6.3.9. Organização da cozinha

A organização da cozinha depende muito do *mise in place* adequado, uma praça bem organizada favorece a ordem dentro do serviço, portanto, antes de pensar na organização após o serviço, portanto, pensar e organizar antecipadamente.

Durante o serviço alguns materiais serão limpos para serem reutilizados, em caso de jantares pequenos, não será necessário de um serviço terceirizado nessa área, porém, é preciso acima de 14 pessoas.

Após todo o serviço, deve-se higienizar todos utensílios, panelas, fogão, bancada, a fim de manter um padrão de higiene adequado para outros preparos, como também manter o ambiente limpo e organizado na frente dos clientes, uma vez que eles podem ver tudo que está sendo produzido.

6.3.10. Limpeza da cozinha

Por fim, a limpeza geral da cozinha, pois ao cozinhar muitos respingos e partículas ficam pelo ar e no chão. Grande parte dos eventos que serão

realizados em salões gourmet, possui o seu serviço de limpeza, nesses casos, a higienização da cozinha deve ser feita de forma adequada, retirando os excessos e deixando-a organizada, sem resquícios de alimentos, espumas ou água.

A lavagem geral do chão com água corrente, que é o ideal para restaurantes, será realizada em poucos eventos, uma vez que os convidados ainda estarão confraternizando após o término do serviço da alimentação.

6.4. Necessidade de pessoal

A necessidade de pessoal é esporádica e de acordo com o número de clientes para um evento. A tabela abaixo descreve as qualificações necessárias para serem contratados como serviço terceirizado perante as diretrizes do MEI.

Quadro 3 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Chef	Ter conhecimento aprofundado das técnicas de cozinha, experiência em: montagem de cardápio, gestão de pessoas, contato com o cliente. Boas técnicas de apresentação dos pratos e acolhida ao cliente.
2	Garçom	Ter experiência em serviço ao cliente, conhecimentos básicos das técnicas de cozinha, sommelier e serviço à francesa e ser carismático
3	Auxiliar de cozinha	Ter experiência em cozinha, conhecimentos básicos das técnicas de cozinha, montagem de pratos e ser carismático
4	Auxiliar de cozinha	Ter experiência em cozinha, conhecimentos básicos das técnicas de cozinha, montagem de pratos e ser carismático
5	Copeiro	Ser ágil e organizado na limpeza dos utensílios, panelas, fogão e bancada.
6	Músico	Ter disponibilidade, voz boa e instrumento.
7	Filmmaker	Ter experiência na área gastronômica, eventos, ser acessível e cumprir com prazo de entrega.
8	Bartender	Ter experiência na área de coquetelaria, eventos, ser organizado e ágil, seguir as unidades padrões das bebidas e criar drinks autorais.

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

7. PLANO FINANCEIRO

Nesta área estima-se o necessário para executar as experiências gastronômicas. Grande parte dos eventos são disponibilizados nas instalações dos clientes a qual dispõe dos equipamentos para serem utilizados, a questão do maquinário será calculado caso a cozinha não disponha de tantos equipamentos.

Em grande parte das cozinhas que serão as experiências têm-se louças para serem utilizadas, mas o chef tem preferência de utilizar talheres e louças próprias para melhor planejar o jantar e também para que fiquem esteticamente padronizadas para todos os jantares, a fim de evitar que um cliente possa ter uma expectativa frustrada em relação a isso.

Alguns materiais são necessários adquirir, estes serão adquiridos de acordo com a necessidade das experiências, por exemplo: em determinado jantar precisará fazer um creme brûlée, para esta receita é necessário um maçarico, logo, para esse jantar, entrará no cálculo dos custos do evento a compra desse material.

7.1. Estimativa dos investimentos fixos

O investimento fixo apresenta uma estimativa dos itens necessários para o início das operações da empresa. A Tabela 1 detalha os valores estimados para a aquisição de máquinas, equipamentos e utensílios.

Tabela 1 – Investimento fixo para implementação do Personal Chef

Construções	-
Reforma	-
Máquinas e Equipamentos	3.074,50
Processador 3 em 1	249,90
Batedeira	479,90
Fritadeira elétrica	645,90
Máquina para massas frescas	249,00
Fogão 2 bocas elétrico	699,90
Micro-ondas	749,90
Móveis e Utensílios	4.026,50
6 Bowls inox	57,60

2 caixas organizadora	167,80
kit 40 peças talheres	259,70
Kit 30 Pratos	1.948,00
Maçarico e fouet	36,80
6 Bisnagas bico fino longo	47,40
2 Espátulas de silicone	27,80
2 Colher grande 2 Colher média	156,60
2 Concha grande	55,80
Jogo de panelas tramontina	1.269,00
Computadores	2.600,00
Smartphone	2.600,00
Total Investimento Fixo	9.701,00

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

Vale ressaltar que o custo com maquinário pode ser adquirido aos poucos perante a demanda, uma vez que, o maquinário utilizado para realizar os jantares são os do próprio local.

7.2. Prazos e estoques

Tendo conhecimento que os jantares são pagos antecipadamente, o capital de giro para iniciar as experiências provém do mesmo. Não se faz necessário um estoque inicial de insumos, os jantares variam de acordo com a preferência do cliente, logo, as compras de insumos serão efetuadas com base no cardápio montado juntamente com o cliente, após a definição, dá-se início à etapa de compras dos alimentos.

De um jantar para outro pode-se aproveitar alguns insumos não perecíveis caso seja vantajoso financeiramente comprar em atacado do que no varejo.

7.3. Estimativa de faturamento mensal

A estimativa de faturamento mensal apresenta o valor de receita da empresa em um mês. Para este cálculo foi considerado um valor de 45 clientes por mês.

Os custos com matéria-prima e embalagem são classificados como custos variáveis numa indústria, assim como as mercadorias em um comércio. Como o próprio nome diz, esses custos variam (aumentam ou diminuem) de acordo com o volume produzido ou vendido. (Sebrae, 2013)

Nesta seção se fará uma simulação de um cardápio para um evento, calculando os valores do Polpetinni de queijo defumado, do Sorrentinni de salsa trufada, do Risoto de filé mignon e do Creme brulée, calcular o valor de cada preparo e por fim calcular o custo unitário do menu de 4 tempos para um valor total por pessoa que será necessário para fazer as preparações.

Imagem 4 - Menu 4 tempos para um jantar



Fonte: Imagem do autor (2023)

Opção como entrada fria por pessoa: Polpetinni de queijo defumado.

Tabela 2 - Ficha técnica Polpetinni de queijo defumado

Nº	Polpetinni de queijo defumado	Quantidade	Valor kg	Total
1	Cream cheese	0,020kg	R\$33,90	R\$0,67
2	Páprica defumada	0,020kg	R\$20,90	R\$0,41
3	Bacon em pó	0,010kg	R\$39,90	R\$0,39
4	Cebola em pó	0,010kg	R\$8,69	R\$0,08

5	Cebolinha	0,040kg	R\$2,99	R\$0,59
6	Xerém castanha	0,010kg	R\$31,90	R\$0,31
7	Redução de balsâmico	0,002kg	R\$68,50	R\$0,13
8	Couli de frutas vermelhas	0,002kg	R\$61,90	R\$0,12
9	Torradas italianas	0,050kg	R\$34,90	R\$1,74
Subtotal:				R\$7,14

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

Opção como entrada quente por pessoa: Sorrentinni de salsa trufada.

Tabela 3 - Ficha técnica Sorrentinni de salsa trufada

Nº	Sorrentinni de salsa trufada	Quantidade	Valor kg	Total
1	Massa fresca	0,050kg	R\$15,36	R\$0,77
2	Salsa trufada cogumelos	0,030kg	R\$109,19	R\$3,27
3	Queijo Mussarela	0,005kg	R\$33,90	R\$0,17
4	Fonduta de parmesão trufada com laranja bahia	0,060kg	R\$92,76	R\$5,58
Subtotal:				R\$9,79

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

Opção como prato principal por pessoa: Risoto de filé mignon.

Tabela 4 - Ficha técnica Risoto de filé mignon

Nº	Risoto de filé mignon	Quantidade	Valor kg	Total
1	Arroz arbóreo	0,08kg	R\$33,90	R\$2,71
2	Filé mignon	0,15kg	R\$69,90	R\$10,48
3	Molho pesto	0,03kg	R\$119,90	R\$3,57
4	Tomate confit	0,02kg	R\$69,90	R\$1,39
5	Molho de vinho	0,015kg	R\$27,90	R\$0,41
6	Redução de balsâmico	0,015kg	R\$68,50	R\$1,02
7	Caldo de Legumes	0,20kg	R\$7,50	R\$1,50
8	Broto	0,01kg	R\$13,90	R\$0,13
9	Farofa de alho	0,015kg	R\$46,80	R\$0,70
10	Queijo Parmesão	0,03kg	R\$85,90	R\$2,57
11	Manteiga	0,015kg	R\$38,90	R\$0,58
Subtotal:				R\$25,06

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

Opção como sobremesa: Creme brulée, a receita elaborada rende uma quantidade de 6 porções, logo, o valor final é o unitário.

Tabela 5 - Ficha técnica Creme brulée

Nº	Creme brulée 6 porções	Qtde	Valor kg	Total
1	Limão siciliano	0,45Kg	R\$7,99	R\$3,59
2	Creme de leite	0,30Kg	R\$19,45	R\$5,83
3	Açúcar	0,15Kg	R\$4,69	R\$0,70
4	Essência de baunilha	0,01Kg	R\$30,90	R\$0,30
Subtotal:				R\$1,73

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

Na tabela 6 se descreverá os valores totais por pessoa do menu de 4 tempos com base em um cardápio montado e pelo cálculo da ficha técnica das preparações.

Tabela 6 - Valor total do menu por pessoa

Nº	Valor total do menu por pessoa	Total
1	Polpetinni de queijo defumado	R\$7,14
2	Sorentinni de salsa trufada	R\$9,79
3	Risoto mignon	R\$25,06
4	Creme brulée	R\$1,73
Subtotal por pessoa:		R\$43,72

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

A tabela 7 descreve a estimativa do faturamento e demonstra o custo unitário da mercadoria, com base no cálculo do da ficha técnica e com o custo do cardápio personalizado que é, a imagem 4 impressa, juntamente com o guardanapo e uma flor sempre-viva para ornamentar a mesa.

Tabela 7 - Estimativa do Faturamento e dos Custos Diretos Mensais

Descrição do Produto	Estimativa de Custos			Estimativa de Vendas	
	Vendas Unitárias	Custo Unit.	Custo da Mercadoria	Preço de Venda Unitário	Faturamento

Menu 4 tempos	45	43,72	1.967,40	150,00	6.750,00
Cardápio impresso personalizado	45	2,75	123,75	-	-
CMV		2.091,15	TOTAL DE PRODUTOS	6.750,00	

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

7.4. 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.

Tendo conhecimento que a empresa se enquadrará como Microempreendedor individual (MEI), terá apenas o Personal Chef como funcionário.

Foi definido um valor de R\$2800,00 como pró-labore através de um estudo da renda do chef executivo, a tabela 4 demonstra os valores do valor retirado e do custo com INSS.

Tabela 8 - Custos com e pró-labore

Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	
Valor a ser retirado mensalmente	2800,00
Alíquota de INSS	11,00%

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

7.5. Custo fixos operacionais mensais

Os custos fixos são gastos que não se alteram em função do volume de produção ou receita. Na tabela 9 a seguir são discriminadas as estimativas dos custos fixos mensais da empresa, totalizando o valor de R\$4.110,51, onde as maiores despesas estão associadas ao pró-labore, calculados na tabela anterior.

Tabela 9 - Estimativa dos Custos Fixos

4. Custos Fixos Totais	Valor (R\$)	%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.108,00	46,04%
Telefone	60,00	0,89%
Despesas com Veículos	100,00	1,48%
Material de Expediente e Consumo	60,00	0,89%

Propaganda e Publicidade	400,00	5,93%
Depreciação Mensal	102,51	1,52%
Despesas de Viagem	40,00	0,59%
Serviços de Terceiros	240,00	3,56%
TOTAL	4.110,51	60,90%

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

7.6. Cálculos dos tributos

Diante da simulação do faturamento, o regime tributário definido foi o Microempreendedor Individual MEI, considerando que o faturamento anual não ultrapassa o valor de R\$ 81.000,00, valor máximo permitido para ser MEI.

Tabela 10 - Cálculo dos tributos

IMPOSTOS	MEI
IR - Imposto de Renda	71,10
CSLL - Contribuição Social	
COFINS - Contribuição Financeira Social	
PIS - Programa de Integração Social	
IPI - Imposto sobre Produtos Industrializados	
ICMS - Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços	
ISS - Imposto sobre Serviços	

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

7.7. Financiamento

Diante do valor total para investimento somado ao fato da não necessidade de capital de giro, não será necessário a utilização dos recursos de financiamento, a fonte monetária a ser aplicada será de capital próprio.

7.8. Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

De acordo com a Tabela 11, o Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) apresenta um resultado líquido financeiro mensal no valor de R\$375,99, média que projeta um resultado líquido anual de R\$4511,88.

Tabela 11 - Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

1. Receita Total	6.750,00	100,00%
Vendas (à vista)	6.750,00	100,00%

2. Custos Variáveis Totais		2.263,50	33,53%
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria + Custo Serviço)		2.091,15	30,98%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)		71,10	1,05%
Previsão de Inadimplência	1,50%	101,25	1,50%
3. Margem de Contribuição		4.486,50	66,47%
4. Custos Fixos Totais		4.110,51	60,90%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)		3.108,00	46,04%
Telefone		60,00	0,89%
Despesas com Veículos		100,00	1,48%
Material de Expediente e Consumo		60,00	0,89%
Propaganda e Publicidade		400,00	5,93%
Depreciação Mensal		102,51	1,52%
Despesas de Viagem		40,00	0,59%
Serviços de Terceiros		240,00	3,59%
5. Resultado Operacional		375,99	5,57%
6. Resultado Líquido Financeiro		375,99	5,57%

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

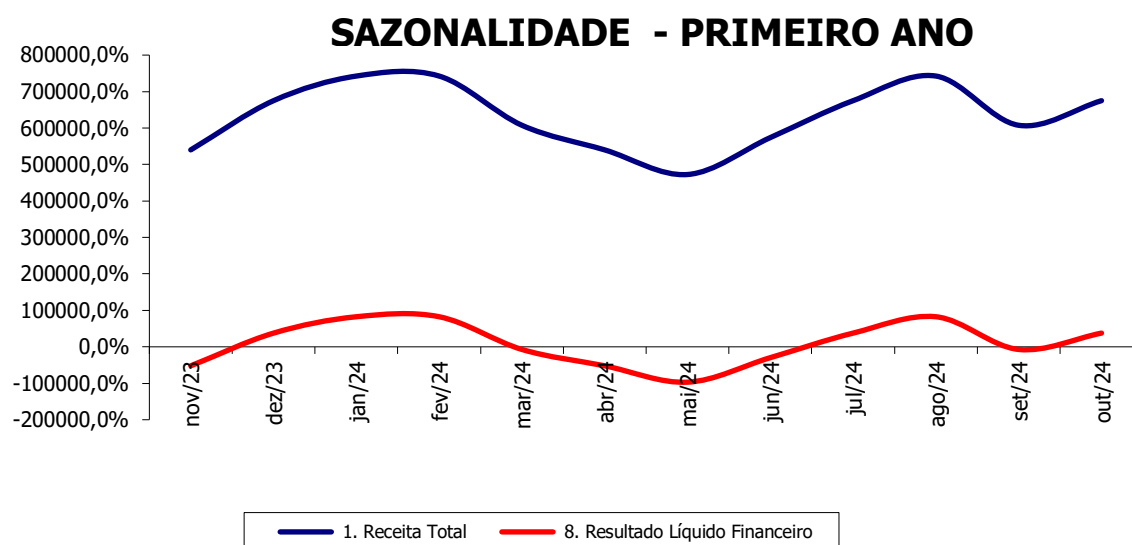
Diante da receita total, apresenta-se que 33,53% desta é consumida nos custos variáveis totais e 60,90% nos custos fixos totais. Em resumo, 94,43% da receita total será consumida com custos, restando 5,57% da receita em resultado líquido financeiro.

7.9. 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.

O gráfico demonstra uma crescente na receita dos meses de novembro (2023) até o mês de abril (2024), após o mês de abril, têm-se uma queda brusca na receita para o mês de maio, posterior a isso, uma crescente constante até o final do ano (2024). O lucro líquido acompanha o gráfico da receita.

Imagem 5 - Representação da Sazonalidade para a Implantação do Personal Chef



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

7.10. 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 12 abaixo é apresentado o resumo financeiro, a qual demonstra que os recursos necessários tanto para investimento como para capital de giro somam R\$9.701,00 que serão inseridos como capital próprio.

De acordo com os resultados, o faturamento mensal está estimado em R\$6750,00, com custos variáveis equivalentes a 33,53% do faturamento, custos fixos no valor de R\$4110,51 correspondendo a 60,90% do faturamento, e um resultado operacional estimado de R\$375,99, 5,57% do faturamento.

Tabela 12 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Estimados

Indicadores Financeiros				
Investimento	9.701,00	Faturamento	6.750,00	100,00%
Capital de Giro	270,00	Custos Variáveis	2.263,50	33,53%
Total	9.971,00	Custos Fixos	4.110,51	60,90%
		Resultado Operacional	375,99	5,57%
Capital Próprio	9.971,00	Resultado	375,99	5,57%

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\$ 247,37 (considerando 25 dias úteis) ou R\$6.184,32 de forma mensal, estando dentro do previsto para a empresa.

Tabela 13 - Resumo do Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro Estimado

Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro	
Mensal	R\$6.184,32
Diário	R\$247,37
Dias úteis	25

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

Por fim, a tabela 14 apresenta os indicadores de viabilidade econômico-financeira, expondo resultados duvidosos para o empreendimento. Em 28 meses será possível obter o retorno total dos investimentos realizados. Considerando a sazonalidade, a média mensal de lucratividade ainda é positiva, equivalente a 3,88 % da receita do mês.

Tabela 14 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade financeira

Lucratividade	
Média Mensal	3,88%
Prazo de Retorno do Investimento	
Resultado Final	28 meses
Taxa de Retorno	
TMA - Taxa Mínima de Atratividade	11,35%
TIR - Taxa Interna de Retorno	26,31%
VPL - Valor Presente Líquido	4.290,61

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

Algumas estratégias podem ser aplicadas para melhorar o a vida financeira da empresa, dentre elas: Acréscimo no preço, acréscimo de vendas e redução no custo dos insumos.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como principal objetivo avaliar a viabilidade financeira na implantação de um Personal Chef em João Pessoa – PB.

Durante a elaboração do plano de negócios, o empreendimento do Personal Chef, Lucas Dantas Medeiros, teve sua estratégia operacional traçada, fatores de risco foram identificados e ajustados, como também sua identidade e recursos financeiros necessários estabelecidos.

Ao se analisar os pormenores do presente trabalho, pode-se concluir que a abertura da empresa se apresenta viável do ponto de vista financeiro, com um faturamento anual estimado em R\$81000,00 (oitenta e um mil reais).

Com características diferenciadas encantará os sentidos dos seus clientes com seu serviço exclusivo, alta gastronomia, privacidade e cozinha show. Em suma, a empresa apresenta características que comprovam sua viabilidade.

Dentre as estratégias, a primeira é aumentar o preço de venda do produto, para que isso não implique na oneração do faturamento, pode-se ver formas de o cliente pagar os insumos a fim de diminuir o custo variável.

Outra forma é aumentar o número de vendas, criar estratégias de marketing para que nos meses de baixa sazonalidade não afete tanto o faturamento da empresa.

9. REFERÊNCIAS

ABEP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA. Critério de classificação econômica Brasil. <http://www.abep.org/criterio-brasil>, 2015.

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

HENDLEY, A. Seeking self-verification: **Motives for private and personal chefs' boundary work**. Cultural Sociology, v. 10, n. 4, p. 466-482, 2016.

ROWLEY, C; ROWLEY, L. **How to Open & Operate a Financially Successful Personal Chef Business**. Atlantic Publishing Company, 2008.

SANTOS, Pedro Vieira Souza; PINHEIRO, Francisco Alves. **O plano de negócios como ferramenta estratégica para o empreendedor: um estudo de caso**. Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção, v. 5, n. 8, p. 150-165, 2017.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Como Elaborar um Plano de Negócio**. 2013. Disponível em: <https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/cartilha-manualoulivro/como-elaborar-um-plano-de-negocio/> Acesso em: 12 de outubro de 2023.

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: 31 de outubro de 2023.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Plano de Negócio: por que ele é tão importante para abrir sua empresa?** SEBRAE, 2017 Acesso em: 12 de outubro de 2023

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Modelo de Plano de Negócios em Excel**. SEBRAE: Paraná, 2018. Disponível em: <https://www.sebraepr.com.br/gratuitos/plano-de-negocios-sebrae/> Acesso em: 12 de outubro de 2023.

SOUZA, L. L. **Plano de negócio de abertura de empresa especializada em serviço de personal chef na cidade de João Pessoa-PB**. 2019.

WALLACE, C.; FORTE, G. The professional personal chef: **The business of doing business as a personal chef**. John Wiley & Sons, 2007.