



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

NATÁLIA MARIA DE LIMA SILVA

**ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO DE UMA CONFEITARIA
CONTEMPORÂNEA LOCALIZADA NA CIDADE DE JOÃO PESSOA.**

JOÃO PESSOA

2023

NATÁLIA MARIA DE LIMA SILVA

**ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO DE UMA CONFEITARIA
CONTEMPORÂNEA LOCALIZADA NA CIDADE DE JOÃO PESSOA.**

Trabalho de Conclusão de Curso que apresenta à Coordenação do Curso de 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.

Orientadora: Profa. Dra. Valéria Saturnino

JOÃO PESSOA

2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S586e Silva, Natalia Maria de Lima.

Elaboração de plano de negócio de uma confeitaria contemporânea localizada na cidade de João Pessoa / Natalia Maria de Lima Silva. - João Pessoa, 2023.
43 f.

Orientação: Valéria Silva.
TCC (Graduação) - UFPB/CTDR.

1. Plano de negócios. 2. Confeitaria. 3. Sobremesas empilhadas. I. Silva, Valéria. II. Título.

UFPB/CTDR

CDU 641.85:658(813.3)

NATÁLIA MARIA DE LIMA SILVA

**ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO DE UMA CONFEITARIA
CONTEMPORÂNEA LOCALIZADA NA CIDADE DE JOÃO PESSOA.**

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, 01 de novembro 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)



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

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cidade na qual os Respondentes residem (109 respostas).....	14
Figura 2 - Bairros nos quais os respondentes residem (102 respostas)	14
Figura 3 - Gênero dos Respondentes (102 respostas).....	15
Figura 4 - Faixa Etária dos Respondentes (102 respostas).....	15
Figura 5 - Estado Civil dos Respondentes (102 respostas)	16
Figura 6 - Renda Mensal dos Respondentes (102 respostas)	16
Figura 7 - Grau de Escolaridade dos Respondentes (102 respostas).....	17
Figura 8 - Hábitos de frequentar estabelecimentos tais como confeitarias, cafeterias e similares (102 respostas)	17
Figura 9 - Frequência de visitas a estabelecimentos similares ao do negócio (84 respostas) ..	18
Figura 10 – Estabelecimentos de Preferência dos Respondentes (84 respostas).....	18
Figura 11 – Tipos de comidas mais comuns no consumo dos respondentes (84 respostas)	19
Figura 12 – Bebidas mais consumidas pelos respondentes (84 respostas).....	19
Figura 13 – Razões de não frequentar estabelecimentos semelhantes (17 respostas).....	20
Figura 14 – Sugestão de alimentos para a comercialização no estabelecimento (102 resp)	20
Figura 15 – Sugestão de bebidas para a comercialização no estabelecimento (102 resp).....	21
Figura 16 – Qualidades que os respondentes consideram importantes para o estabelecimento (102 respostas).....	21
Figura 17 – Confeitarias da cidade de João Pessoa mais frequentadas pelos respondentes (102 respostas)	22
Figura 18 – Existência de confeitarias semelhantes ao modelo proposto (102 respostas).....	22
Figura 19 – Interesse em frequentar um estabelecimento semelhante ao do objeto de estudo (102 respostas).....	23
Figura 20 – Sugestões para horário de funcionamento dos respondentes (102 respostas).....	23
Figura 21 – Valor médio que os respondentes gastariam no futuro estabelecimento	24
Figura 22 – Exemplo de sobremesa empratada	29
Figura 23 – Logomarca do Empreendimento	31
Figura 24 – Layout e Arranjo da Plat D’amour	34
Figura 25 – Representação da Sazonalidade no primeiro ano para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB.....	41

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados dos(as) Empreendedores(as).....	12
Quadro 2 – Persona de Marketing	25
Quadro 3 – Análise dos Concorrentes	26
Quadro 4 – Lista de Fornecedores	27
Quadro 5 – Análise SWOT ou Matriz FOFA.....	28

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Investimentos Fixos Projetados para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa – PB.....	35
Tabela 2 - Estimativa de Prazos de Recebimento, Compras e Estoque para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa – PB.....	36
Tabela 4 - Detalhamento do Faturamento e dos Custos Mensais por Produto para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa – PB	37
Tabela 4 - Estimativa dos custos com Mão-de-Obra e Retirada dos Sócios para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa – PB	38
Tabela 5 - Estimativa dos Custos Fixos para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB	39
Tabela 6 - Estimativa dos Impostos e Outros Encargos para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB	39
Tabela 7 - Estimativa do Financiamento para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa – PB.....	40
Tabela 8 - Estimativa da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB.....	40
Tabela 9 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Estimados para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB.....	42
Tabela 10 - Resumo do Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro Estimado para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB.....	42
Tabela 11 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Econômico-Financeira estimados para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB.....	43

SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	12
1.1. Resumo	12
1.2. Dados dos empreendedores	12
1.3. Missão da empresa.....	12
1.4. Setores de Atividades.....	13
1.5. Forma Jurídica	13
1.6. Enquadramento tributário	13
2. ANÁLISE DE MERCADO.....	14
2.1 Realização da Pesquisa de Mercado	14
2.2 Identificação das necessidades de mercado	24
2.3. Segmentação de mercado.....	25
2.4. Perfil dos Consumidores	25
2.5. Análise dos Concorrentes	26
2.6. Lista de Fornecedores	26
3. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	28
4. PLANO DE MARKETING	29
4.1 Estratégia de produto e valor ao cliente.....	29
4.2 Estratégia de preço.....	30
4.3 Estratégia de Promoção.....	30
4.4 Estratégia de Distribuição	32
4.5 Perfil da Equipe	32
5. PLANO OPERACIONAL.....	34
5.1 Layout ou arranjo físico	34
5.2 Capacidade Produtiva	34

5.3 Processos Operacionais.....	34
6. PLANO FINANCEIRO.....	35
6.1 Investimentos fixos	35
6.2 Prazos e estoques	36
6.3 Faturamento Mensal e Descrição dos Produtos e Custos	36
6.4 Custos com mão de obra e pró-labore	38
6.5 Custos fixos operacionais mensais	38
6.6 Cálculo dos Tributos	39
6.7 Financiamento.....	40
6.8 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)	40
6.9 Sazonalidade	41
6.10 Indicadores de Viabilidade	42
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERÊNCIAS	45

ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO DE UMA CONFEITARIA CONTEMPORÂNEA LOCALIZADA NA CIDADE DE JOÃO PESSOA - PB.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso pretende verificar a viabilidade econômico-financeira para a abertura de uma confeitaria contemporânea com foco em sobremesas empratadas na cidade de João Pessoa – PB. Por meio de uma pesquisa explanatória, descritiva e quantitativa, foi feito um levantamento de dados através de um estudo de mercado, que trouxe como resultado um público receptivo ao empreendimento. O plano operacional e financeiro mostrou que o negócio é promissor, com um faturamento médio de 128 mil reais ao mês e um retorno de investimentos em aproximadamente 9 meses. Sendo assim, conclui-se pela viabilidade do investimento, tanto em termos mercadológicos como financeiros.

Palavras-chave: Plano de negócios; Confeitaria; Sobremesas empratadas.

**ELABORATION OF THE BUSINESS PLAN FOR A CONTEMPORARY
CONFECTIONERY LOCATED IN THE CITY OF JOÃO PESSOA - PB.**

ABSTRACT

This course completion work aims to verify the economic and financial viability of opening a contemporary confectionery shop focusing on plated desserts in the city of João Pessoa – PB. Through explanatory, descriptive and quantitative research, data was collected through a market study, which resulted in a receptive audience for the venture. The operational and financial plan showed that the business is promising, with an average turnover of 128 thousand reais per month and a return on investments in approximately 9 months. Therefore, it is concluded that the investment is viable, both in marketing and financial terms.

Keywords: Business plan; Confectionery; Plated desserts.

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1. Resumo

O modelo de negócio da confeitaria contemporânea focada em sobremesas empratadas visa atender um público jovial, que busca um ambiente confortável e bonito, e que ofereça uma gastronomia de alta qualidade, atual e com uma boa estética visual, na cidade de João Pessoa - PB. Segundo os resultados dos cálculos de viabilidade econômico-financeira, o faturamento mensal está estimado em R\$ 128.014,00, e com o resultado do mês previsto em R\$ 40.602,93 ou 31,72% do faturamento.

1.2. Dados dos empreendedores

A empresa irá contar com duas sócias, ambas bacharelandas em Gastronomia, com uma paixão pelo setor de confeitaria e gestão, o que será um diferencial na hora da criação e execução dos pratos e na administração do estabelecimento, conforme demonstra os dados do quadro 1.

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

Nome:	Natália Maria de Lima Silva
Endereço:	Rua Neuza Hilda de Medeiros, 90 - Ernesto Geisel
Perfil:	Bacharelada em Gastronomia pela UFPB; já trabalha no ramo de confeitaria desde 2018.
Atribuições:	Responsável pela parte administrativa, financeira, e desenvolvimento de cardápio.

Nome:	Ana Clara da Silva Duarte
Perfil:	Bacharelada em Gastronomia pela UFPB; já trabalha no ramo de gastronomia desde 2022.
Atribuições:	Responsável pela seleção, treinamento da equipe e desenvolvimento de cardápio.

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

1.3. Missão da empresa

Fornecer um modelo de confeitaria moderna, de alta qualidade, com um bom atendimento e um ambiente aconchegante aos clientes. A gestão do estabelecimento ficará por

conta das recém-formadas em gastronomia pela Universidade Federal da Paraíba, Natália Lima e Ana Clara Duarte.

1.4. Setores de Atividades

- Agropecuária
- Comércio
- Indústria
- Serviços

1.5. Forma Jurídica

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

1.6. Enquadramento tributário

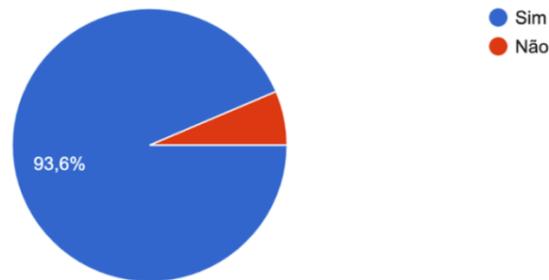
Como a empresa terá mais de uma sócia, pretende ter mais de um funcionário e ser loja física de prestação de serviços de confeitaria, a futura empresa se enquadra no regime tributário do Simples Nacional, pois terá já em seu início faturamento superior a R\$ 81.000 por ano.

2. ANÁLISE DE MERCADO

2.1 Realização da Pesquisa de Mercado

Conforme a Figura 1 apresentada abaixo, foram 109 respondentes que acessaram e preencheram a pesquisa de mercado vinculada a este trabalho, sendo que 93,6% (102 pessoas) residem em João Pessoa, sendo, portanto, nosso público-alvo, e outras 7 pessoas (6,4%) não residem na cidade e, portanto, não responderam às próximas perguntas, limitando os respondentes à 102 pessoas a partir da segunda questão.

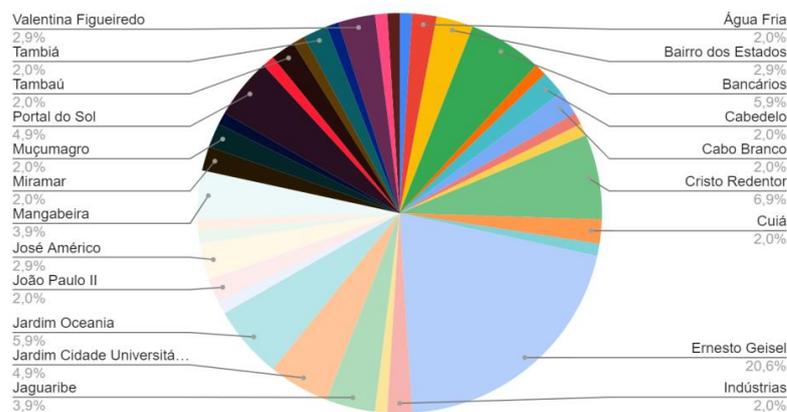
Figura 1 - Cidade na qual os Respondentes residem (109 respostas)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Conforme a Figura 2 apresentada abaixo, dos 102 respondentes válidos, a maior parte reside nos seguintes bairros: 20,6% (21 pessoas) Ernesto Geisel, 6,9% (7 pessoas) Cristo Redentor, 5,9% (6 pessoas) Bancários, 5,9% (6 pessoas) Jardim Oceania, 4,9% (5 pessoas) Jardim Cidade Universitária e 4,9% (5 pessoas) Portal do Sol.

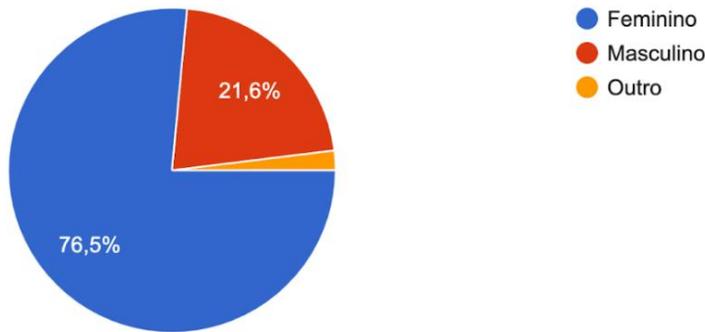
Figura 2 - Bairros nos quais os respondentes residem (102 respostas)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Conforme a Figura 3 apresentada abaixo, dos 102 respondentes válidos, 76,5% (78 pessoas) são do gênero feminino, 21,6% (22 pessoas) são do gênero masculino e os outros 2% (2 pessoas) selecionaram a opção “outros”.

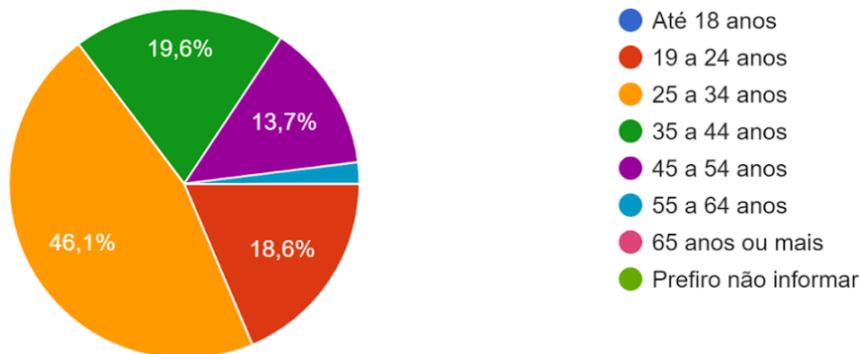
Figura 3 - Gênero dos Respondentes (102 respostas)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

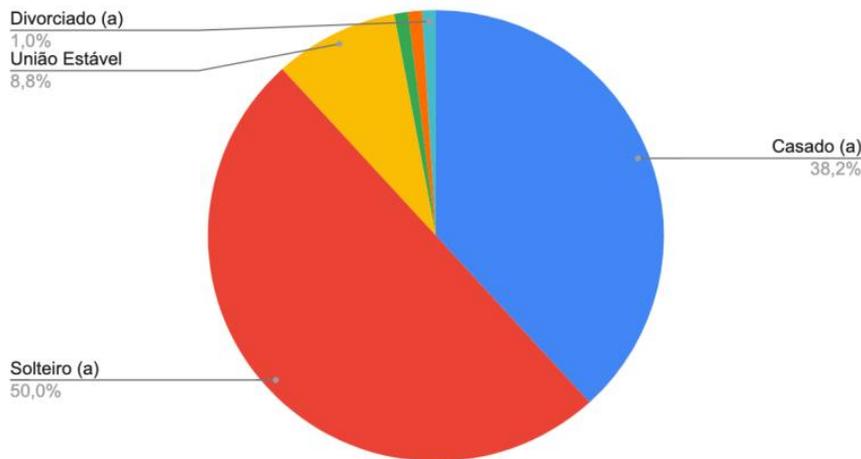
Conforme a Figura 4 apresentada abaixo, dos 102 respondentes válidos, 46,1% (47 pessoas) estão na faixa etária dos 25 a 34 anos, 19,6% (20 pessoas) dos 35 a 44 anos, 18,6% (19 pessoas) dos 19 a 24 anos, 13,7% (14 pessoas) e os últimos 2% (2 pessoas) dos 55 a 64 anos.

Figura 4 - Faixa Etária dos Respondentes (102 respostas)



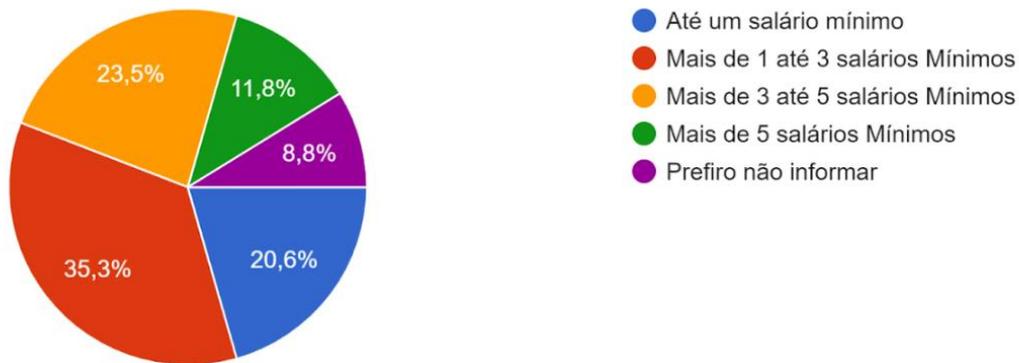
Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Acerca do estado civil (Figura 5), dos 102 respondentes válidos, 50% (51 pessoas) são solteiros, 38,2% (39 pessoas) são casados, 8,8% (9 pessoas) estão em uma união estável, 1% (1 pessoa) divorciado, e 1% (1 pessoa) viúvo.

Figura 5 - Estado Civil dos Respondentes (102 respostas)

Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

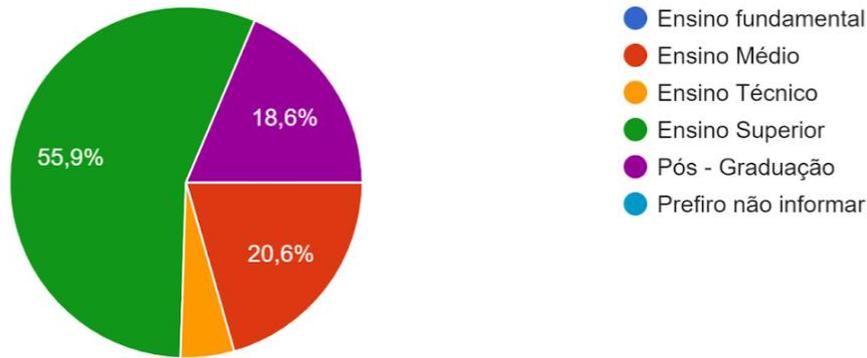
Acerca da renda mensal, conforme a Figura 6 apresentada abaixo, dos 102 respondentes válidos, 35,3% (36 pessoas) têm sua renda mensal entre 1 e 3 salários-mínimos, 23,5% (24 pessoas) entre 3 e 5 salários-mínimos, 20,6% (21 pessoas) até 1 salário-mínimo, 11,8% (12 pessoas) mais de 5 salários-mínimos, e os últimos 8,8% (9 pessoas) optaram por não informar.

Figura 6 - Renda Mensal dos Respondentes (102 respostas)

Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Acerca da formação (Figura 7), 55,9% (57 pessoas) possuem ensino superior, 20,6% (21 pessoas) possuem ensino médio, 18,6% (19 pessoas) possuem pós-graduação e os últimos 4,9% (5 pessoas) possuem ensino técnico.

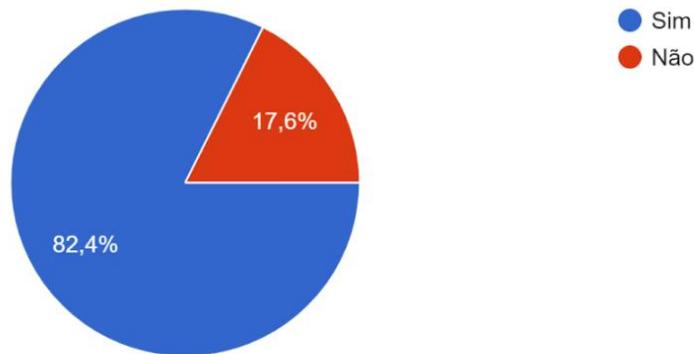
Figura 7 - Grau de Escolaridade dos Respondentes (102 respostas)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Conforme a Figura 8 apresentada abaixo, dos 102 respondentes válidos, 82,4% (84 pessoas) possuem o hábito de frequentar estabelecimentos semelhantes ao do objeto de estudo e 17,6% (18 pessoas) não possuem o mesmo hábito.

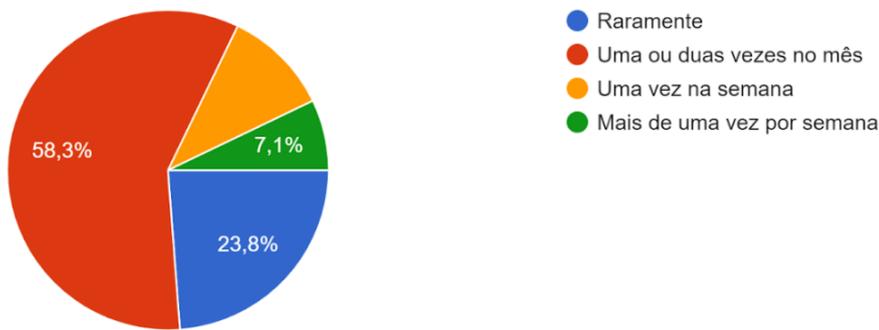
Figura 8 - Hábitos de frequentar estabelecimentos tais como confeitarias, cafeterias e similares (102 respostas)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Conforme a Figura 9 apresentada abaixo, dos 84 respondentes válidos, 58,3% (49 pessoas) possuem o hábito de frequentar estabelecimentos semelhantes ao do objeto de estudo uma ou duas vezes no mês, 23,8% (20 pessoas) raramente frequentam, 10,7% (9 pessoas) uma vez na semana e 7,1% (6 pessoas) mais de uma vez por semana.

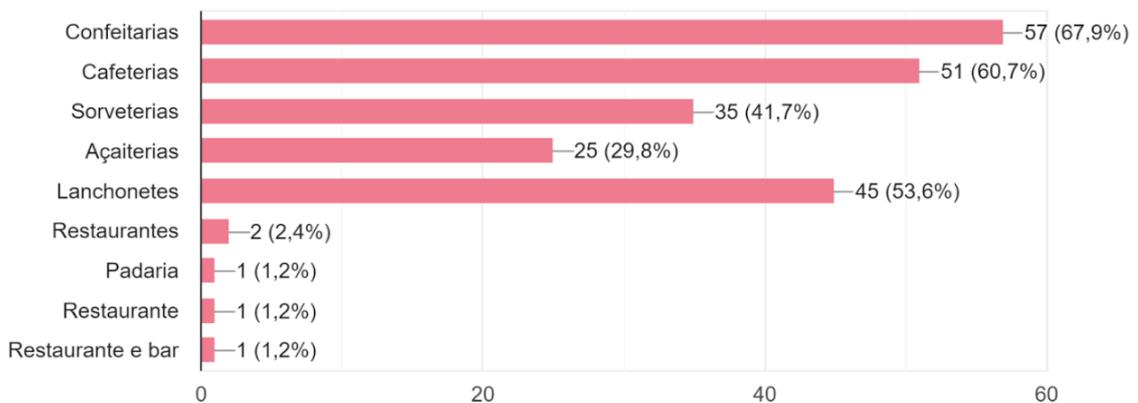
Figura 9 - Frequência de visitas a estabelecimentos similares ao do negócio (84 respostas)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

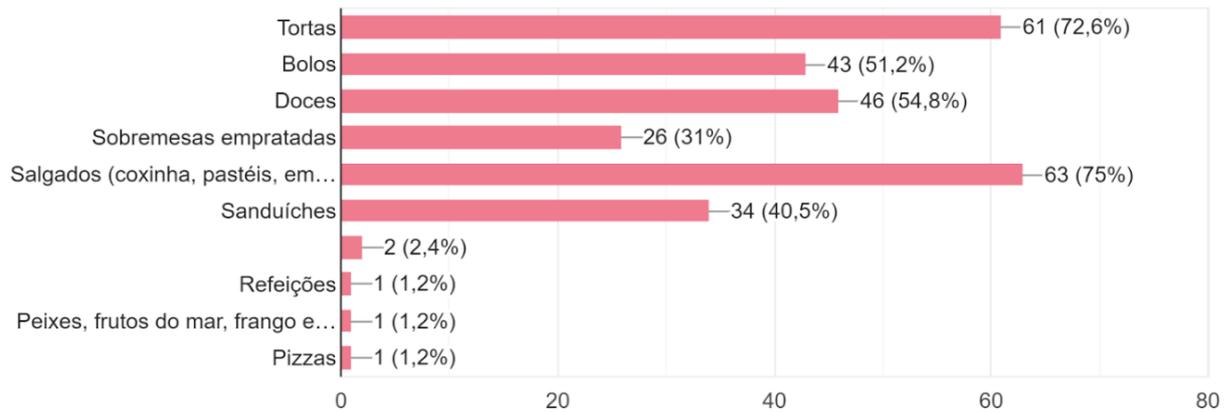
Conforme a Figura 10 apresentada abaixo, dos 84 respondentes válidos, 67,9% (57 pessoas) têm preferência por confeitarias, 60,7% (51 pessoas) por cafeterias, 41,7% (35 pessoas) por sorveterias, 29,8% (25 pessoas) por açaterias, 53,6% (45 pessoas) por lanchonetes, 3,6% (3 pessoas) por restaurantes, 1,2% (1 pessoa) por padarias e 1,2% (1 pessoa) por bares.

Figura 10 – Estabelecimentos de Preferência dos Respondentes (84 respostas)



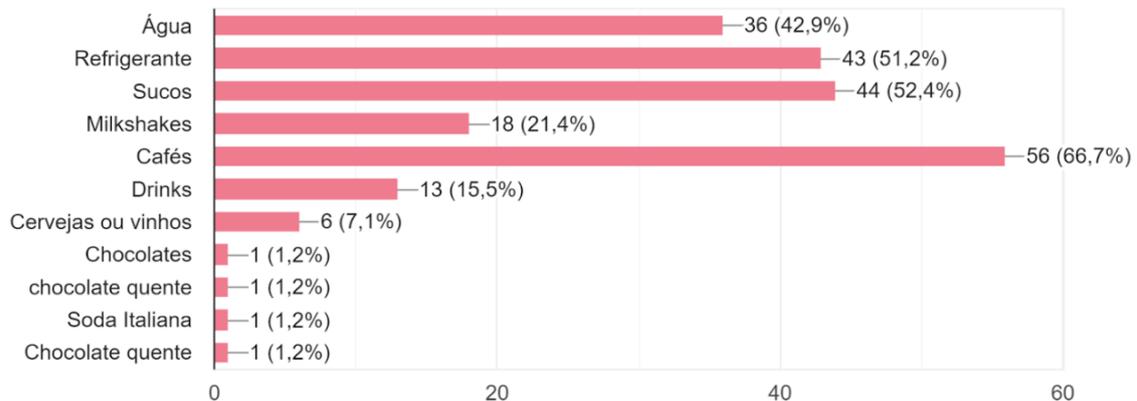
Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Acerca dos tipos de comida que os respondentes costumam consumir em cafeterias, confeitarias e similares (Figura 11), dos 84 respondentes válidos, 72,6% (61 pessoas) têm preferência por tortas, 51,2% (43 pessoas) por bolos, 54,8% (46 pessoas) por doces, 31% (26 pessoas) por sobremesas empratadas, 75% (63 pessoas) por salgados, 34% (40,5 pessoas) por sanduíches, 1,2% (1 pessoa) por refeições, 1,2% (1 pessoa) por frutos do mar e 1,2% (1 pessoa) por pizzas.

Figura 11 – Tipos de comidas mais comuns no consumo dos respondentes (84 respostas)

Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Conforme a Figura 12 apresentada abaixo, dos 84 respondentes válidos, 42,9% (36 pessoas) consomem mais água, 51,2% (43 pessoas) refrigerantes, 52,4% (44 pessoas) sucos, 21,4% (18 pessoas) milkshakes, 66,7% (56 pessoas) cafés, 15,5% (13 pessoas) drinks, 7,1% (6 pessoas) cervejas ou vinhos, 3,6% (3 pessoas) chocolate quente e 1,2% (1 pessoa) soda italiana.

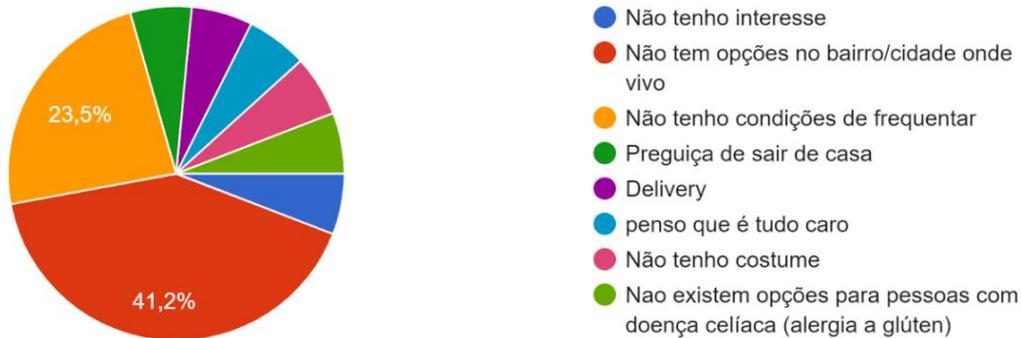
Figura 12 – Bebidas mais consumidas pelos respondentes (84 respostas)

Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Acerca das razões para não frequentar estabelecimentos como cafeterias e confeitarias, (Figura 13), dos 17 respondentes válidos, 41,2% (7 pessoas) não possuem o hábito de frequentar estabelecimentos semelhantes ao do objeto de estudo por não ter opções no bairro/cidade onde vivem, 23,5% (4 pessoas) não tem condições de frequentar, 5,9% (1 pessoa) não tem interesse, 5,9% (1 pessoa) não tem costume, 5,9% optam pelo delivery, 5,9%

(1 pessoa) tem a visão de que todos são caros, 5,9% não frequenta por preguiça e 5,9% não frequenta por não existirem opções para pessoas com doença celíaca.

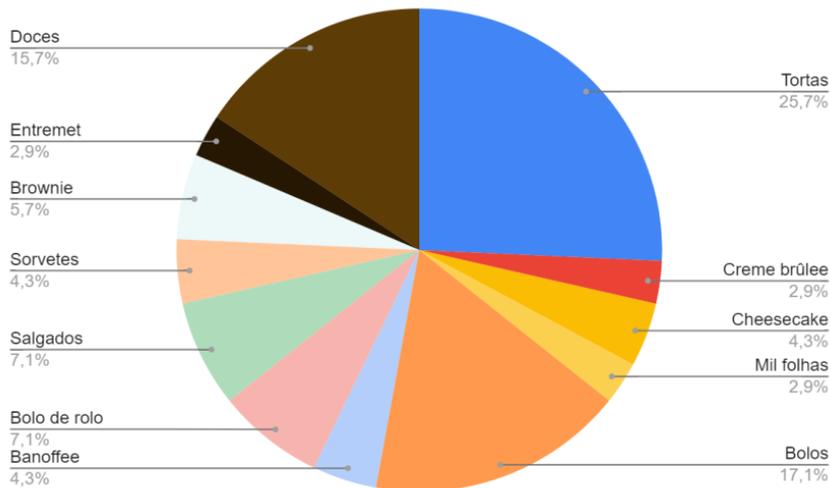
Figura 13 – Razões de não frequentar estabelecimentos semelhantes (17 respostas)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Quando solicitadas sugestões de alimentos para serem servidos no estabelecimento proposto (Figura 14), dos 102 respondentes válidos, as preparações mais sugeridas foram: 25,7% Tortas, 17,1% Bolos, 15,7% Doces, 7,1% Salgados e 7,1% Bolo de rolo.

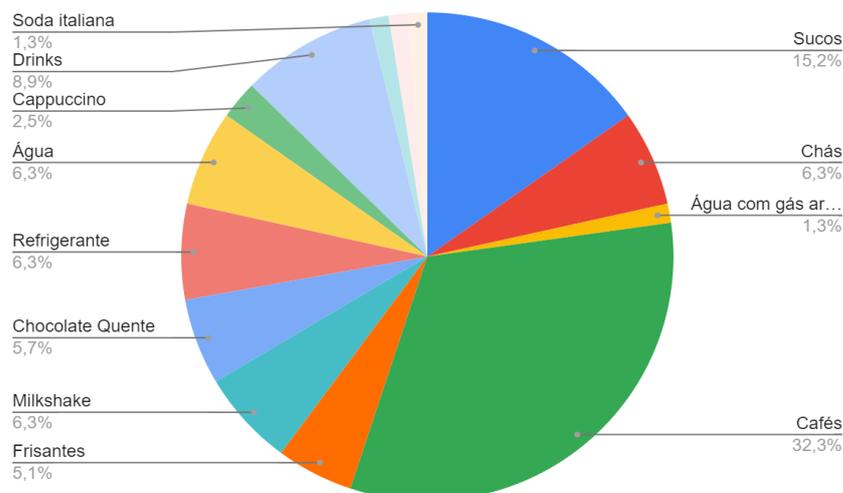
Figura 14 – Sugestão de alimentos para a comercialização no estabelecimento (102 resp)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Conforme a Figura 15 apresentada abaixo, dos 102 respondentes válidos, as bebidas mais sugeridas foram: 32,3% Cafés, 15,2% Sucos, 8,9% Drinks e 6,3% Refrigerantes.

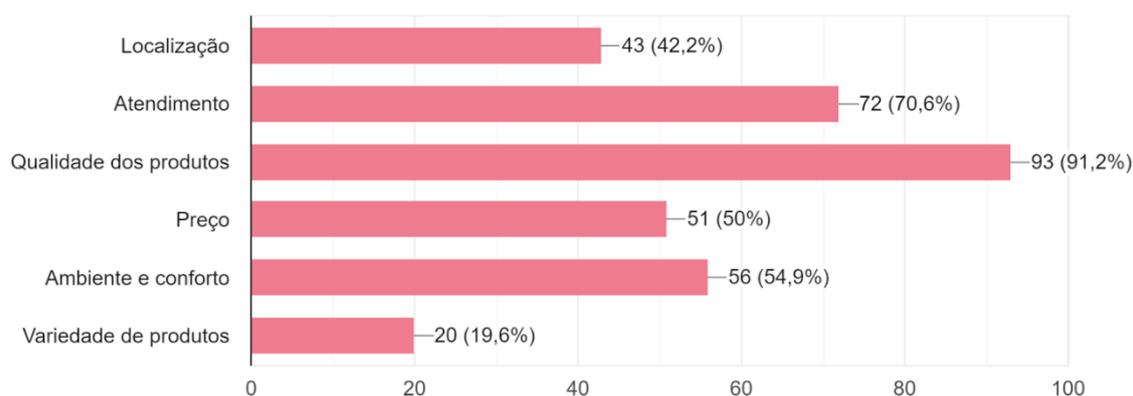
Figura 15 – Sugestão de bebidas para a comercialização no estabelecimento (102 resp)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Conforme a Figura 16 apresentada abaixo, dos 102 respondentes válidos, 42,2% (43 pessoas) prezam pela localização, 70,6% (72 pessoas) pelo atendimento, 91,2 (93 pessoas) pela qualidade dos produtos, 50% (51 pessoas) pelo preço, 54,9% (56 pessoas) pelo ambiente e conforto, 19,6% (20 pessoas) pela variedade de produtos.

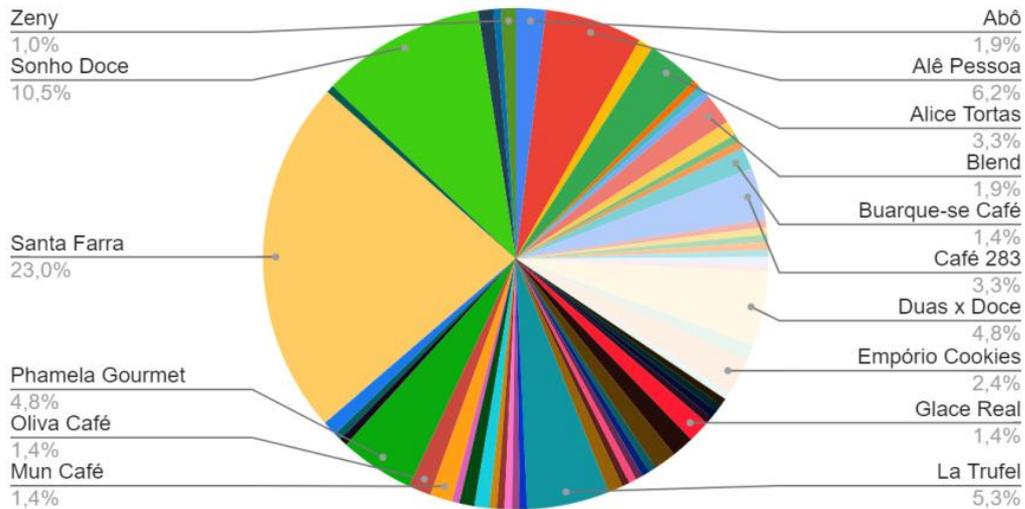
Figura 16 – Qualidades que os respondentes consideram importantes para o estabelecimento (102 respostas)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

As confeitarias mais frequentadas pelos respondentes (Figura 17) são: Santa Farra 23% (48 pessoas), Sonho Doce 10,5% (22 pessoas), Alê Pessoa 6,2% (13 pessoas), La Trufel 5,3% (11 pessoas) e Duas x Doce 4,8% (10 pessoas).

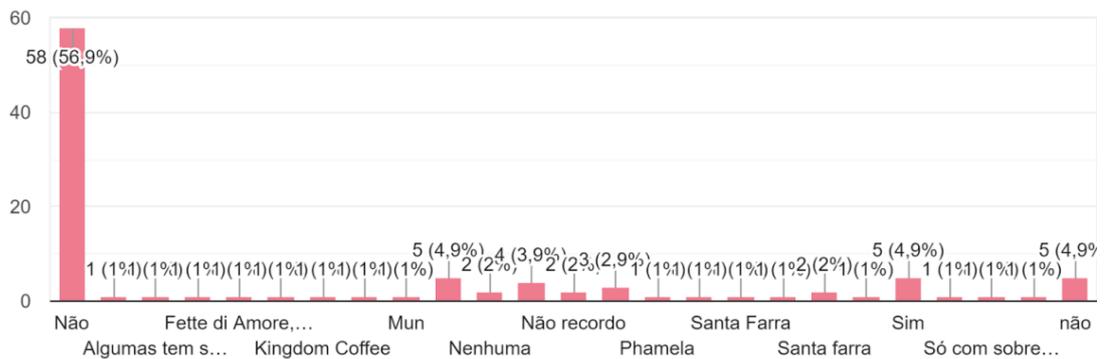
Figura 17 – Confeitarias da cidade de João Pessoa mais frequentadas pelos respondentes (102 respostas)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Conforme a Figura 18 apresentada abaixo, dos 102 respondentes válidos, 56,9% afirmam não existir confeitarias semelhantes ao do presente estudo.

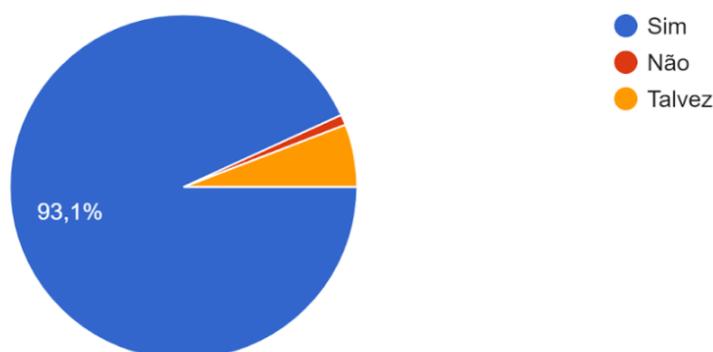
Figura 18 – Existência de confeitarias semelhantes ao modelo proposto (102 respostas)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Ao serem perguntados sobre se teriam interesse em frequentar o estabelecimento proposto (Figura 19), dos 102 respondentes válidos, 93,1% (95 pessoas) demonstraram interesse, 5,9% (6 pessoas) talvez possuam o interesse de frequentar e 1% (1 pessoa) não possui interesse.

Figura 19 – Interesse em frequentar um estabelecimento semelhante ao do objeto de estudo (102 respostas)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Conforme a Figura 20 apresentada abaixo, dos 102 respondentes válidos, 4,9% (5 pessoas) optariam no novo estabelecimento pelo horário das 12h às 15h, 59,8% (61 pessoas) das 15h às 17h e 68,6% (70 pessoas) das 17h às 20h.

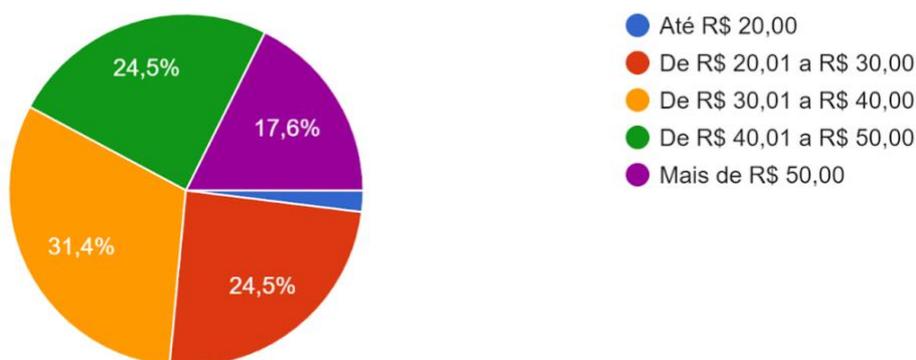
Figura 20 – Sugestões para horário de funcionamento dos respondentes (102 respostas)



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

Acerca do valor do ticket médio que pretenderia gastar (Figura 21), dos 102 respondentes válidos, 31,4% (32 pessoas) gastariam de R\$30,01 à R\$40,00, 24,5% (25 pessoas) de R\$20,01 à R\$30,00, 24,5% (25 pessoas) de R\$40,01 à R\$50,00, 17,6% (18 pessoas) mais de R\$ 50,00 e 2% (2 pessoas) até R\$20,00.

Figura 21 – Valor médio que os respondentes gastariam no futuro estabelecimento



Fonte: pesquisa de mercado realizada em ago/2023 através do *Google Forms*

2.2 Identificação das necessidades de mercado

Desejos dos clientes

Os clientes têm o perfil de estar sempre em busca de algo novo, que fuja do convencional, seja moderno e diferenciado, mas sem renunciar à qualidade e conforto. Sendo assim, é desejo dos clientes um ambiente confortável, onde possam desfrutar de uma boa gastronomia, que seja saborosa e visualmente agradável.

Descrição dos produtos

Sobremesas clássicas da confeitaria, servidas num formato inovador através do empratamento e de releituras, clássicos da panificação como pães e croissants, sanduíches e salgados.

Ciclo de vida do Produto

O mercado de confeitaria está em crescimento, principalmente em áreas e tendências inovadoras, como a área pretendida de sobremesas empratadas. Segundo uma pesquisa realizada pela Mordor Intelligence, o mercado de confeitaria global apresentará uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 3,99% até 2027. No Brasil, o mercado de doces fatura em média R\$ 12 bilhões por ano.

2.3. Segmentação de mercado

Geográfica

Segundo os resultados da pesquisa, a maior parte dos clientes em potencial residem nos bairros Ernesto Geisel, Cristo Redentor, Bancários e Jardim Oceania. Com base nesses resultados, ainda está sendo avaliado qual será a melhor localização para a empresa.

Demográfica

A pesquisa demonstrou que a maioria dos clientes em potencial são mulheres, de 25 a 34 anos, solteiras, que buscam um lugar para frequentar algumas vezes ao mês, em busca de um lugar com um ambiente confortável, bom atendimento, com produtos diferenciados e de boa qualidade.

Cultural

Atender aos que procuram um diferencial e modernidade quando se fala de gastronomia, que prezam pela qualidade, bons ingredientes e apresentações com visual que fuja do óbvio.

Psicográfica

De acordo com Veiga-Neto (2007), os potenciais clientes desta empresa tem o perfil psicográfico de experimentadores, pois são jovens, têm vitalidade, são entusiasmados, impulsivos e rebeldes, buscam variedade e excitações, saboreiam o novo e apreciam o risco.

2.4. Perfil dos Consumidores

O quadro 2 apresenta o exemplo da persona de marketing perfil de consumidor de uma confeitaria contemporânea, focada em sobremesas empratadas.

Quadro 2 – Persona de Marketing

Mariana Bomfim

26 anos, solteira, sem filhos

Arquiteta e Urbanista

Uma jovem que busca um lugar para frequentar, principalmente aos finais de semana, com conforto e estética visual moderna, e um cardápio com produtos de qualidade, que fujam do convencional, com empratamentos diferentes e que sejam “*instagramáveis*”.

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

Comportamento de consumo

Jovens que buscam um espaço moderno e confortável, que possua um bom cardápio, com preparações fora do convencional, que não atraiam apenas pelo sabor, mas também, pela apresentação visual.

2.5. Análise dos Concorrentes

O Quadro 3 traz a síntese da análise dos principais concorrentes.

Quadro 3 – Análise dos Concorrentes

Empresa	Santa Farra	Sonho Doce	Alê Pessoa	La Trufel	Duas x Doce
Qualidade	Alta	Alta	Média	Alta	Alta
Tem sobremesas empratadas?	Não	Não	Não	Não	Sim
Preço	Médio - Alto	Médio - Alto	Médio - Alto	Médio - Alto	Médio - Alto
Condições de Pagamento	Débito, crédito, dinheiro.	Débito, crédito, dinheiro.	Débito, crédito, dinheiro.	Débito, crédito, dinheiro.	Débito, crédito, dinheiro.
Localização	Rua Hevangelina Francisca Diniz, 62 - Brisamar	Praça da Independência, 109 - Tambiá	R. Joaquim Avundano, 36 - Miramar	Av. Olinda, 402 - Tambaú	Geraldo Costa, 395 - Manaíra
Atendimento	Bom	Bom	Bom	Médio	Bom
Serviços aos clientes	Delivery e Retirada	Delivery e Retirada	Delivery e Retirada	Delivery e Retirada	Delivery e Retirada

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

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.

Na análise dos fornecedores foram considerados grandes atacadistas, nos quais podem ser encontrados os insumos básicos para a empresa, como também fornecedores específicos de laticínios, hortifruti e específicos de confeitaria para insumos mais específicos.

Quadro 4 – Lista de Fornecedores

Nº	Farináceos	Laticínios/Frios	Hortifruti	Bebidas	Produtos de confeitaria
Descrição dos itens a serem adquiridos	Farinhas, sal, açúcar, óleo, fermento.	Leite, queijo, manteiga, cream cheese, iogurte, carnes.	Frutas e vegetais.	Refrigerantes, Água, Álcool, Sucos.	Açúcar especial, essências, doces, concentrados.
Nome do Fornecedor	Atacadão	Atacadão	Ceasa	Distribuidoras	Casa Prática
Periodicidade de Compra	7 dias	7 dias	7 dias	7 dias	7 dias
Condições de pagamento	Crédito/ À vista	Crédito/ À vista	Crédito/ À vista	Crédito/ À vista	Crédito/ À vista
Prazo de Entrega	Retirada	Retirada	Retirada	Retirada	Retirada
Localização	João Pessoa	João Pessoa	João Pessoa	João Pessoa	João Pessoa

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

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).

Quadro 5 – Análise SWOT ou Matriz FOFA

FORÇAS	FRAQUEZAS
Formação das sócias da empresa em gastronomia com experiência em confeitaria.	Inexperiência em administração de empreendimentos desse tipo.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Inexistência em João Pessoa - PB de confeitaria que tenha como base principal as sobremesas empratas.	Trabalhar com sobremesas empratas no delivery é inviável.

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

Com base na análise SWOT feita, para tentar contornar as fraquezas, as proprietárias farão cursos na área de administração para entender melhor como gerir o negócio da melhor forma. Quando as ameaças, será pensado num formato de serviço específico para *delivery*, para que os produtos sejam vendidos tanto presencialmente, quanto através de serviços de entrega.

4. PLANO DE MARKETING

4.1 Estratégia de produto e valor ao cliente

Valor ao cliente

O principal valor agregado desta empresa é oferecer produtos de confeitaria de qualidade e num formato inovador, explorando as técnicas e receitas clássicas da gastronomia, transformando em algo novo, através do conceito de sobremesas empratadas.

Imagem

Foi desenvolvida uma logomarca, com um design pensado especificamente para a marca, que seja marcante e facilite a identificação e associação à loja. Além disso, também pretende-se criar um estilo único de empratamento, para que se torne “marca registrada”, já que esse é o maior foco do empreendimento. Contaremos também com o espaço físico que apresentará um design característico dentro e fora do estabelecimento, a fim de promover a marca de forma visual.

Inovação

Única confeitaria com o formato focado em sobremesas empratadas na Cidade de João Pessoa. Segundo SOUTHGATE (2015) *apud* BATTI (2017), “a sobremesa empratada é a expressão mais original da confeitaria contemporânea e pode ser considerada uma composição de ingredientes que se combinam entre si, formando uma unidade”.

Figura 22 – Exemplo de sobremesa empratada



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/341288478018204661/>

Informação

Uso do *Instagram* e *Facebook Business* como meio de exposição dos produtos, ambiente e produção, através de posts feitos pela página oficial da confeitaria e parcerias com perfis de influenciadores locais, voltados para a divulgação de restaurantes, a fim de ter uma proximidade maior com os clientes.

Garantia

Todos os profissionais passarão por um curso de boas práticas de manipulação, será seguido à risca a Resolução RDC 216/2004, caso exista algum problema relacionado a qualidade do produto ou sua manipulação, será solicitado a preferência do cliente entre receber o dinheiro de volta ou outro produto no mesmo valor.

Conveniência

A estrutura da loja contará com banheiro para uso dos clientes, estacionamento, entradas com acessibilidade e atendimento inclusivo, tendo pelo menos 1 dos funcionários sendo fluente em LIBRAS (Língua Brasileira de Sinais).

4.2 Estratégia de preço

Seguiremos por uma estratégia de preço de mediana para alta, para conseguir executar com qualidade a proposta da empresa, tanto em estrutura física quanto na execução do cardápio que está sendo desenvolvido.

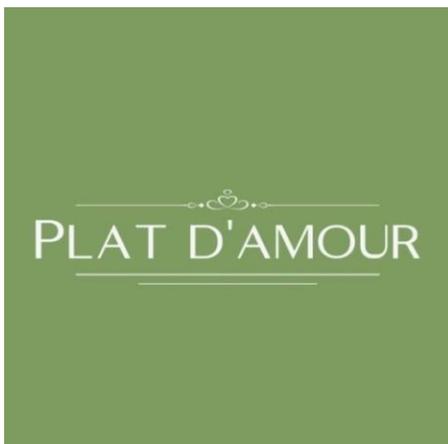
Condições e prazos de pagamento

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

4.3 Estratégia de Promoção

A divulgação será feita através do Instagram e do Facebook Business, fazendo uso de parcerias com influenciadores locais, e uso dos recursos pagos, para divulgação que as próprias plataformas oferecem.

Figura 23 – Logomarca do Empreendimento



Fonte: Elaboração Própria.

Descontos

Serão oferecidos descontos em produtos específicos para clientes aniversariantes do mês.

Brindes

Será desenvolvido um sistema de recompensas através do uso de cartão fidelidade.

Eventos

Por se tratar de uma confeitaria de pequeno porte, não será viável a realização de eventos.

Parcerias

Será desenvolvido um esquema de parcerias com perfis de influenciadores locais, voltados para a divulgação de restaurantes.

Estratégia de comunicação

Os meios de comunicação que serão utilizados para a comunicação são: *Whatsapp*, *Instagram* e *Facebook*.

4.4 Estratégia de Distribuição

A loja contará com um espaço amplo e confortável para receber os clientes, e contará com o serviço de *delivery*.

Características do ponto comercial

O ponto comercial ainda não foi definido, porém, com base nos resultados da pesquisa de mercado, estima-se que será no bairro do Brisamar ou Bancários.

4.5 Perfil da Equipe

Organização da equipe

A equipe será dividida entre salão e cozinha. No salão teremos 1 caixa (responsável por organizar as comandas e receber os pagamentos) e 2 atendentes (tanto para o balcão, no recolhimento de pedidos dos produtos expostos em vitrine e na produção de bebidas, como cafés e sucos e também no recolhimento de pedidos nas mesas e no serviço dos pratos) e a cozinha que será composta por 2 cozinheiros responsáveis pela produção e finalização dos pratos juntamente com as sócias.

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.

Planejamento do recrutamento, Seleção e Treinamento

Para a equipe de cozinha, será necessário ter experiência em confeitaria ou formação na área e a equipe passará por um treinamento específico para a produção e o desenvolvimento das sobremesas empratadas. Para a equipe de salão, não será necessário experiência, a fim de dar oportunidade aos jovens que estão tentando se inserir no mercado de trabalho, os pré-requisitos serão apenas agilidade e proatividade, a equipe passará também por um treinamento, esse será voltado para atendimento ao cliente.

4.6 Localização do negócio

Endereço: a definir

Bairro: Bancários ou Brisamar

Cidade: João Pessoa - PB

Telefone: a definir

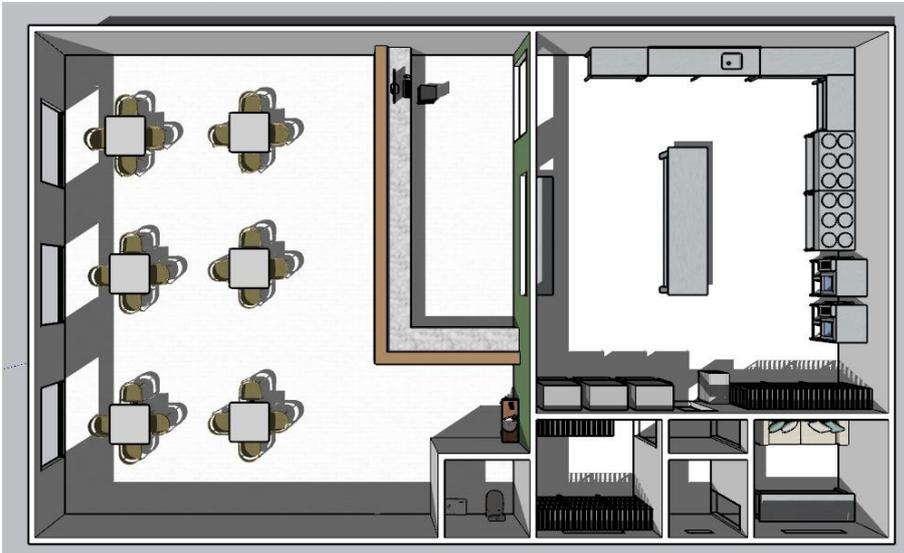
Ponto: a definir

5. PLANO OPERACIONAL

5.1 Layout ou arranjo físico

A Figura 24 abaixo representa um possível *layout* onde destaca-se os pontos de organização da Plat D'amour: sendo composta por um espaço amplo para a acomodação e atendimento, balcão para recebimento de pedidos e exposição de produtos, um banheiro para os clientes, cozinha, estoque, sala de descanso e banheiro para funcionários.

Figura 24 – Layout e Arranjo da Plat D'amour



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

5.2 Capacidade Produtiva

De acordo com o *layout* e estrutura de equipe pensada para a loja, a capacidade máxima de atendimento simultâneo será de 24 clientes, podendo haver reformulações.

5.3 Processos Operacionais

O recebimento da mercadoria será feito durante os horários em que a loja estiver fechada para os clientes. Um funcionário será designado para fazer o recebimento e conferência dos produtos que serão entregues, e os produtos que serão comprados presencialmente nos fornecedores ficarão sob responsabilidade das proprietárias.

6. PLANO FINANCEIRO

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

Os resultados apresentados foram obtidos através do preenchimento da Planilha de Plano de Negócios elaborada pelo SEBRAE do Estado do Paraná (2018), mediante pesquisa de preço de investimentos e custos de produção.

6.1 Investimentos fixos

Tabela 1 - Investimentos Fixos Projetados para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa – PB

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
Construções	35.000,00
Reforma do Espaço	35.000,00
Máquinas e Equipamentos	35.350,00
Forno Elétrico	3.600,00
Geladeira	7.000,00
Freezer	5.000,00
Fogão	1.200,00
Batedeira	1.000,00
Multiprocessador	300,00
Microondas	600,00
Ar condicionado	10.000,00
Mixer	150,00
Coifa	1.500,00
Móveis e Utensílios	20.500,00
Estantes	3.000,00
Panelas	2.000,00
Formas	500,00
Utensílios	1.500,00
Bancadas	3.000,00
Pia	600,00
Torneiras	400,00
Mesas	3.000,00
Cadeiras	2.500,00

Outros	4.000,00
Notebook	3.500,00
Impressora de nota fiscal	150,00
Impressora	350,00
Outros	2.584,90
Maquineta	384,90
Seladora	800,00
Balança	100,00
Panela Mexedora	1.300,00
Total Investimento Fixo	92.434,90

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

6.2 Prazos e estoques

A tabela 2 reúne os dados referentes aos prazos de venda, compra e estoque adotados pela empresa, onde as vendas à vista referem-se à 40%, e as vendas a prazo correspondem a 60%, com uma média de recebimento de até 15 dias úteis. Já o prazo médio de compras da empresa será de 30% com pagamento à vista e 70% a prazo, sendo 20 dias a média de prazo de pagamento aos fornecedores.

Tabela 2 - Estimativa de Prazos de Recebimento, Compras e Estoque para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa – PB.

POLÍTICA DE VENDA		
Prazo médio de venda das mercadorias	%	Dias
Venda à Vista	40,00	-
Venda a Prazo	60,00	15
POLÍTICA DE COMPRA		
Prazo médio de compras	%	Dias
À Vista	30,00	-
A Prazo	70,00	20
POLÍTICA DE ESTOQUE		
Necessidade média de estoques		7 dias
Estimativa de Estoque Inicial		R\$ 10.000,00

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

6.3 Faturamento Mensal e Descrição dos Produtos e Custos

Para o faturamento mensal, foi considerado um período de 6 horas de funcionamento aberto ao público, durante 6 dias da semana (terça a domingo) das 15 h às 21h. Para a projeção de vendas foi considerada a capacidade máxima de funcionamento, a qual corresponde a 24 pessoas, vezes a quantidade de vezes em que o assento é ocupado, multiplicado pela quantidade de dias de funcionamento do mês, sendo dividido entre os

produtos. A tabela 3, a seguir, mostra os custos diretos da empresa e o seu faturamento mensal, sendo respectivamente o custo direto de R\$ 34.358,00 e o faturamento mensal de R\$ 128.014,00.

Tabela 3 - Detalhamento do Faturamento e dos Custos Mensais por Produto para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa – PB

Descrição do Produto	Estimativa de Custos			Est. de Vendas	
	Vendas Unit.	Custo Unit.	Custo da Mercad.	Preço Unitário	Faturamento
Refrigerante	300	2,00	600,00	7,00	2.100,00
Água	600	1,00	600,00	3,00	1.800,00
Água com gás	300	1,50	450,00	4,00	1.200,00
Café expresso	225	3,00	675,00	10,00	2.250,00
Capuccino	225	4,00	900,00	14,00	3.150,00
Mocha de doce de leite	225	4,00	900,00	16,00	3.600,00
Chocolate quente	225	3,00	675,00	14,00	3.150,00
Sucos da fruta	300	2,00	600,00	12,00	3.600,00
Sucos de polpa	300	1,50	450,00	10,00	3.000,00
Quiche de tomate seco com queijo	448	4,00	1.792,00	18,00	8.064,00
Quiche de carne de sol e nata	448	5,00	2.240,00	18,00	8.064,00
Quiche de queijo do reino e goiabada	448	6,00	2.688,00	18,00	8.064,00
Croissant de frango e cream cheese	448	7,00	3.136,00	26,00	11.648,00
Croissant de camarão cremoso	448	10,00	4.480,00	30,00	13.440,00
Salgados	448	1,50	672,00	8,00	3.584,00
Macarrons	180	2,00	360,00	6,00	1.080,00
Alfajors	180	2,50	450,00	7,00	1.260,00
Doces	180	1,00	180,00	5,00	900,00
Mini bolo de rolo com sorvete de queijo e farofa de castanhas	180	8,00	1.440,00	28,00	5.040,00
Pavlova com mousse de cream cheese e coulis de frutas amarelas	180	5,00	900,00	25,00	4.500,00
Mil folhas de café com chocolate e caramelo salgado	180	9,00	1.620,00	20,00	3.600,00
Trio de mini bolos (cenoura, chocolate, red velvet)	180	8,00	1.440,00	28,00	5.040,00
Bavaroise de frutas vermelhas e lemon curd e farofa de pistache	180	10,00	1.800,00	30,00	5.400,00
Paris-brest de castanha	180	5,00	900,00	22,00	3.960,00
Paris-brest de chocolate	180	4,50	810,00	22,00	3.960,00
Paris-brets de morango	180	5,00	900,00	24,00	4.320,00
Tarte de doce de leite com banana	180	3,00	540,00	16,00	2.880,00
Tarte de café com baunilha	180	3,00	540,00	16,00	2.880,00
Tarte 3 leites com morango	180	4,00	720,00	18,00	3.240,00
Torta basca com calda de goiabada e manjeriço	180	5,00	900,00	18,00	3.240,00
TOTAIS		CMV	34.358,00	FATURAMENTO	128.014,0

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

A Tabela 3 também mostra o detalhamento cardápio da confeitaria com os respectivos produtos, sendo detalhada a quantidade de vendas de cada um, o custo unitário, o custo da mercadoria para produzi-los, o preço de venda unitário e o faturamento mensal por produto. Dentre os produtos foi definido um padrão médio de venda, onde foi levado em consideração 4 giros de mesa, com ocupação total e quantidade dividida entre os produtos doces, salgados e bebidas.

6.4 Custos com mão de obra e pró-labore

São os custos referentes a cada funcionário, onde além do salário são considerados os encargos previstos em lei. Para o funcionamento do setor de cozinha e salão serão necessários cinco funcionários e a participação das duas sócias, sendo dois cozinheiros, dois atendentes e um caixa, onde os cozinheiros irão receber um salário no valor de R\$ 1.800,00 e os atendentes e caixa um salário-mínimo, totalizando um custo para empresa de R\$ 10.398,02 com mão de obra de funcionários.

Já as sócias terão como pró-labore mensal o valor de R\$4.000,00 cada, sendo aplicados 11% de tarifa do INSS sobre o total de R\$ 8.000,00, totalizando R\$ 8.880,00 de pagamento do pró-labore mensal. Na tabela seguinte são apresentados a necessidade de pessoal e seus respectivos salários bem como a retirada do pró-labore dos sócios.

Tabela 4 - Estimativa dos custos com Mão-de-Obra e Retirada dos Sócios para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa – PB

Cargo/Função	Nº func.	Salário	%*	Encargos	Total
Cozinheiro	2	1.800,00	37,54%	675,72	4.951,44
Atendente	2	1.320,00	37,54%	495,53	3.631,06
Caixa	1	1.320,00	37,54%	495,53	1.815,53
Retirada da sócia (Pró-labore)	1	4.000,00	11%	440,00	4.400,00
Retirada da sócia (Pró-labore)	1	4.000,00	11%	440,00	4.400,00
TOTAL	5	15.560,00	-	-	19.198,03

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

6.5 Custos fixos operacionais mensais

Na tabela a seguir estão discriminadas as estimativas dos custos fixos mensais, totalizando o valor de R\$ 34.655,11, onde as maiores despesas estão associadas a mão de obra e encargos + pró-labore, seguidos do custo com aluguel.

Tabela 5 - Estimativa dos Custos Fixos para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB

DISCRIMINAÇÃO	VALOR (R\$)
Mão-de-Obra + Encargos	10.398,02
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	8.880,00
Água	600,00
Luz	1.700,00
Telefone	50,00
Contador	1.320,00
Despesas com Veículos	400,00
Material de Expediente e Consumo	500,00
Aluguel	8.000,00
Seguros	500,00
Propaganda e Publicidade	500,00
Depreciação Mensal	607,08
Manutenção	400,00
Serviços de Terceiros	300,00
Gás	500,00
TOTAL	34.655,11

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

6.6 Cálculo dos Tributos

A partir da simulação de faturamento, o regime tributário definido foi o Simples Nacional, considerando que o faturamento anual ultrapassa o valor de R\$ 81.000,00, valor máximo permitido para ser Microempreendedor Individual (MEI). A Tabela a seguir apresenta o cálculo dos tributos relacionados ao Simples Nacional.

Tabela 6 - Estimativa dos Impostos e Outros Encargos para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB

IMPOSTOS	SIMPLES
IR - Imposto de Renda	
CSLL - Contribuição Social	
COFINS - Contribuição Financeira Social	
PIS - Programa de Integração Social	12.022,43
IPI - Imposto sobre Produtos Industrializados	
ICMS - Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços	
ISS - Imposto sobre Serviços	
TOTAL DE IMPOSTOS	12.022,43
RELAÇÃO PERCENTUAL DE IMPOSTOS	9,39%
ENCARGOS	SIMPLES
FGTS	604,80
TOTAL DE ENCARGOS	604,80
TOTAL GERAL DA TRIBUTAÇÃO	12.627,23

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

6.7 Financiamento

O investimento inicial calculado para a implantação de uma Confeitaria Contemporânea é de 102.434,90, sendo R\$ 30.000,00 de capital próprio e R\$ 72.434,90 a ser financiado. O financiamento considera uma taxa de juros de 0,59% ao mês, com período de 48 meses, sendo o tempo de carência de 12 meses, totalizando 36 parcelas de R\$2.272,82. Todos os dados foram estimados conforme os dados do Programa Empreender Paraíba.

Tabela 7 - Estimativa do Financiamento para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa – PB

Valor a Financiar	72.434,90
Carência	12 meses
Prazo (Incluso a carência)	48 meses
Juros	0,59% ao mês
IOF	1,5%
Parcela	36 parcelas de 2.272,82

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

6.8 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

O DRE é satisfatório, pois o resultado líquido financeiro totaliza R\$ 40.404,38 por mês. Permanecendo essa média, em um ano o resultado líquido atingirá R\$ 484.852,56. As distribuições das receitas se apresentam em 40% de vendas à vista e 60% a prazo para os pagamentos em cartão de crédito.

Tabela 8 - Estimativa da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB

DISCRIMINAÇÃO	VALOR (R\$)	%
1. Receita Total	128.014,00	100,00%
Vendas (à vista)	51.205,60	40,00%
Vendas (a prazo)	76.808,40	60,00%
2. Custos Variáveis Totais	50.681,70	39,59%
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria + Custo do Serviço)	34.358,00	26,84%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)	12.022,43	9,39%
Previsão de Inadimplência	1,50% 1.920,21	1,50%
Cartões de Crédito e Débito	2.381,06	1,86%
3. Margem de Contribuição	77.332,30	60,41%
4. Custos Fixos Totais	34.655,11	27,04%
Mão-de-Obra + Encargos	10.398,02	8,12%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	8.880,00	6,94%
Água	600,00	0,47%
Luz	1.700,00	1,33%

Telefone	50,00	0,04%
Contador	1.320,00	1,03%
Despesas com Veículos	400,00	0,31%
Material de Expediente e Consumo	500,00	0,39%
Aluguel	8.000,00	6,25%
Seguros	500,00	0,39%
Propaganda e Publicidade	500,00	0,39%
Depreciação Mensal	607,08	0,47%
Manutenção	400,00	0,31%
Serviços de Terceiros	300,00	0,23%
Outros Custos Fixos	500,00	0,39%
5. Resultado Operacional	42.677,19	33,34%
6. Investimentos	2.272,82	1,78%
Financiamento	2.272,82	1,78%
7. Resultado Líquido Financeiro	40.404,38	31,56%

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

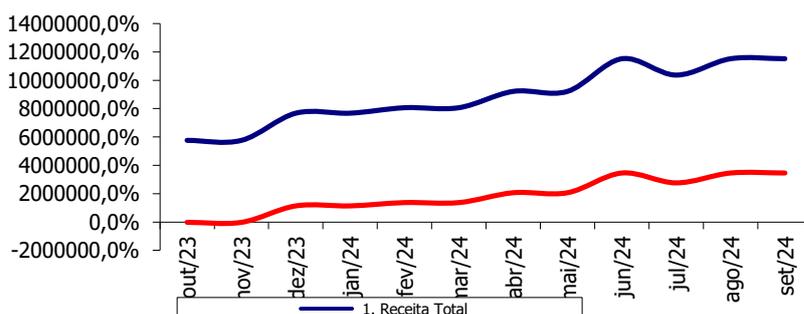
6.9 Sazonalidade

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

Foi considerada nos dois primeiros meses de funcionamento uma produção equivalente a apenas 50% da sua capacidade. Nos seguintes meses foi considerado um crescimento exponencial na produção, aumentando 10% a cada dois meses, até atingir a plena capacidade, na qual todas as mesas estão ocupadas durante o período de funcionamento.

Além disso, vale ressaltar que os meses que vão de fevereiro a maio e de setembro a novembro possuem menor nível de atividade. Já as épocas com maiores movimentações na cidade, nos meses de dezembro e janeiro e no período de julho, no qual há festividades e período de férias, aumentam a capacidade de produção e conseqüentemente o faturamento.

Figura 25 – Representação da Sazonalidade no primeiro ano para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB



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

6.10 Indicadores de Viabilidade

Os indicadores de viabilidade são calculados pela própria planilha do SEBRAE-PR (2018). Foi feita uma separação para melhor observação e interpretação dos dados. Na tabela 09 abaixo é apresentado o resumo financeiro, na qual demonstra que os recursos necessários tanto para investimento somam R\$ 102.434,90.

Do valor total, R\$ 72.434,90 serão obtidos através de financiamento, e o restante com o capital próprio, correspondente a R\$30.000,00. Segundo os resultados, o faturamento mensal está estimado em R\$ 128.014,00, com custos variáveis que correspondem a 39,59% desse faturamento, e após os descontos da parcela do financiamento e dos custos fixos, o resultado do mês é previsto em R\$ 40.404,38 ou 31,56% do faturamento.

Tabela 9 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Estimados para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB

Investimento	102.434,90	Faturamento	128.014,00	100,00%
Capital de Giro	9.847,23	Custos Variáveis	50.681,70	39,59%
Total	112.434,90	Custos Fixos	34.655,11	27,04%
		Resultado Operacional	42.677,19	33,34%
Financiamento	72.434,90	Investimentos	2.272,82	1,78%
Capital Próprio	30.000,00	Resultado	40.408,38	31,56%

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

Já acerca do indicador de Ponto de Equilíbrio Operacional (PEO) e financeiro, o qual mostra o valor diário a ser alcançado para conseguir cobrir todos os custos operacionais e o financiamento, é de R\$ 61.129,58 (considerando 26 dias úteis) ou R\$ 2.351,14 por dia, estando dentro do previsto para a empresa (Tabela 10).

Tabela 10 - Resumo do Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro Estimado para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB

Ponto de Equilíbrio	Operacional
Mensal	57.367,22
Diário	2.206,47
	Financeiro
Mensal	61.129,58
Diário	2.351,14
Dias Úteis	26

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

A tabela 11 apresenta os indicadores de viabilidade econômico-financeira, expondo resultados promissores para a empresa. Em apenas 9 meses será possível obter o retorno total

dos investimentos realizados. Considerando a sazonalidade, a média mensal de lucratividade ainda é muito positiva, equivalente a 27,45% da receita do mês.

Tabela 11 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Econômico-Financeira estimados para a Implantação de uma Confeitaria Contemporânea em João Pessoa - PB

Lucratividade	
Média Mensal	27,45%
Prazo de Retorno do Investimento	
Resultado Operacional	9 meses
Resultado Final	9 meses
Taxa de Retorno	
TMA - Taxa Mínima de Atratividade	11,35%
TIR - Taxa Interna de Retorno	246,06%
VPL - Valor Presente Líquido	1.122.885,51

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

Além disso, para o cálculo do Valor Presente Líquido (VPL), foi colocada como taxa Mínima de Atratividade (TMA) a Taxa Selic atual (outubro de 2023), de 11,35% ao ano. A empresa se mostra promissora, sua Taxa Interna de Retorno (TIR) foi muito superior à Selic, com uma porcentagem de 246,06% ao ano, demonstrando que ultrapassa os 100% ao ano de retorno, e que por isso o prazo de retorno do investimento é inferior a um ano. Devido à alta taxa TIR (Taxa Interna de Retorno), o Valor Presente Líquido (VPL) é positivo e significativo, no valor de R\$ 1.122.885,51, ou seja, após pagar todos os custos e todos os investimentos iniciais feitos, os fluxos de caixa livres trazidos a valor presente somam este valor, concluindo-se pela viabilidade do investimento.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Plat D'amour foi uma empresa pensada no intuito de inovar o que o mercado de confeitaria de João Pessoa tem a oferecer, trazendo preparações e sabores fora do convencional e um formato de serviço diferenciado com o uso das sobremesas empratadas.

Com o desenvolvimento deste estudo foi possível identificar suas necessidades e estratégias a serem seguidas, bem como os investimentos que serão necessários para sua implantação e abordagem administrativa e financeira para um bom funcionamento. A empresa mostrou ser promissora com um faturamento médio de 128 mil reais ao mês e um retorno de investimentos em aproximadamente 9 meses. Na análise de mercado o público se mostrou receptivo ao diferencial que a proposta trará para o mercado.

O plano de negócio é uma ferramenta essencial no processo da abertura de uma empresa, é por meio dele que se identificam as informações do ramo a ser seguido, aceitação do público, produtos, serviços, concorrência, fornecedores e, principalmente, pontos fortes e fracos do negócio, contribuindo para averiguar a viabilidade do empreendimento. Por fim, conclui-se que a Plat D'amour é um empreendimento viável, com boas projeções e estimativas futuras.

REFERÊNCIAS

BATTI, E. A. B. **Desenvolvimento de sobremesas contemporâneas com base na diversidade brasileira.** Trabalho de Conclusão de Curso. Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia. Instituto Federal de Santa Catarina, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/2519/%C3%89rika%20Arcao%20Bez%20Batti%20TCC%20CST%20em%20Gastronomia%20%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 30 ago. 2023.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO PARANÁ. **Planilha para Elaboração de Plano de Negócios.** SEBRAE-PR, 2018. Disponível em: <https://www.sebraepr.com.br/gratuitos/plano-de-negocios-sebrae/> Acesso em: 15 jul. 2023.

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.