

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA - UFPB  
Centro de Ciências Sociais Aplicadas - CCSA  
Graduação em Administração - GADM

**PLANO DE NEGÓCIOS: O Insano Açaí**

ALEXANDRE BRENDO MEDEIROS DE ARAÚJO

João Pessoa  
Setembro 2024

ALEXANDRE BRENDO MEDEIROS DE ARAÚJO

## **PLANO DE NEGÓCIOS: O Insano Açai**

Trabalho de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

**Docente Orientador:** Prof. Dr. Alandey Severo Leite da Silva

João Pessoa  
Setembro 2024

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

A663p Araujo, Alexandre Brendo Medeiros de.  
Plano de negócios: O Insano Açaí / Alexandre Brendo  
Medeiros de Araujo. - João Pessoa, 2024.  
69 f. : il.

Orientação: Alandey Severo Leite da Silva.  
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de Negócios. 2. Açaiteria. 3. Alimentação.  
I. Silva, Alandey Severo Leite da. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658

## Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

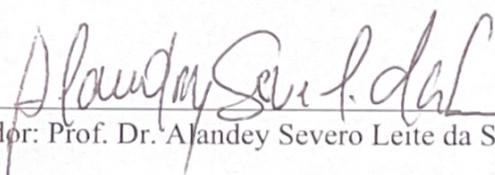
**Aluno:** Alexandre Brendo Medeiros de Araújo

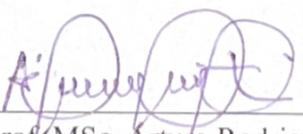
**Trabalho:** Plano de Negócios: O Insano Açai

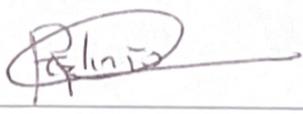
**Área da pesquisa:** Empreendedorismo

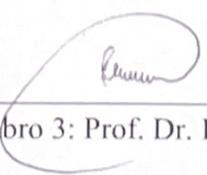
**Data de aprovação:** 07/10/2024

### Banca examinadora

  
Orientador: Prof. Dr. Alandey Severo Leite da Silva

  
Membro 1: Prof. MSc. Arturo Rodrigues Felinto

  
Membro 2: Prof. Dr. Renan Felinto de Farias Aires

  
Membro 3: Prof. Dr. Fabio Walter

Dedico este trabalho à minha mãe Maria de Lourdes Medeiros de Araújo, ao meu pai Antônio Alexandre de Araújo e a minha irmã Ludmilla Bárbara Medeiros de Araújo.

Obrigado por tudo. Amo vocês.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente eu agradeço a Deus por me abençoar e proteger todos os dias, por me dar saúde para enfrentar todas as dificuldades da vida e por me conceder uma família linda e abençoada.

À minha família, minha mãe, meu pai e minha irmã por sempre estarem comigo em todos os momentos mais importantes da minha vida e sempre me apoiarem em todas as minhas escolhas.

Aos professores que contribuíram no meu desenvolvimento profissional e pessoal ao transmitir todo o seu conhecimento e experiências.

Aos meus colegas que sempre estiveram do meu lado compartilhando experiências durante todos esses anos de graduação.

Por fim, agradeço a todas as pessoas que me ajudaram de alguma forma durante a minha graduação.

Muito obrigado a todos, vocês fizeram parte dessa caminhada e contribuíram com a minha formação.

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 - Logotipo.....	32
Figura 2 - Layout .....	35
Figura 3 - Estrutura organizacional .....	37
Figura 4 - Fluxograma de atendimento no balcão .....	38
Figura 5 - Fluxograma de atendimento pelo delivery.....	39

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Fornecedores .....	24
Quadro 2 - Concorrentes.....	25
Quadro 3 - Análise SWOT .....	26
Quadro 4 - Plano de ações para as fraquezas.....	29
Quadro 5 - Plano de ações para as ameaças .....	30
Quadro 6 - Sabores de açaí e cremes .....	32
Quadro 7 - Produtos.....	33
Quadro 8 - Necessidade de pessoal .....	36

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Capital social .....	14
Tabela 2 – Idade dos Entrevistados .....	15
Tabela 3 - Produtos que os entrevistados mais consomem em uma açaiteria .....	19
Tabela 4 – O que os entrevistados consideram mais importante em uma açaiteria .....	20
Tabela 5 – O que os entrevistados consideram menos importante em uma açaiteria .....	20
Tabela 6 - Açaiterias que os entrevistados mais frequentam em João Pessoa .....	21
Tabela 7 - O que uma açaiteria precisa para fazer sucesso?.....	22
Tabela 8 - Máquinas (A).....	40
Tabela 9 - Móveis (B).....	41
Tabela 10 – Utensílios (C).....	41
Tabela 11 - Computadores (D) .....	42
Tabela 12 - Total dos investimentos fixos.....	42
Tabela 13 - Açais e cremes (A) .....	42
Tabela 14 – Complementos (B).....	43
Tabela 15 - Ingredientes para salgados e sanduíches (C).....	44
Tabela 16 - Descartáveis (D) .....	45
Tabela 17 - Bebidas (E) .....	45
Tabela 18 - Produtos de limpeza (F) .....	46
Tabela 19 - Total do estoque inicial .....	46
Tabela 20 - Prazo médio de recebimento de vendas .....	46
Tabela 21 - Prazo médio para pagamento de compras .....	47
Tabela 22 - Necessidade média de estoque .....	47
Tabela 23 - Necessidade líquida de capital de giro em dias .....	47
Tabela 24 - Caixa mínimo .....	47
Tabela 25 - Capital de giro inicial .....	48
Tabela 26 - Investimentos pré-operacionais.....	48
Tabela 27 - Investimento total .....	48
Tabela 28 - Faturamento mensal .....	49
Tabela 29 - Projeção das receitas .....	50
Tabela 30 - Self-service de Açai.....	51
Tabela 31 - Copo de açai 300ml.....	51
Tabela 32 - Copo de açai 500ml.....	51
Tabela 33 - Copo de açai 700ml.....	52
Tabela 34 - Suco de açai 500ml.....	52
Tabela 35 - Salgados diversos .....	52
Tabela 36 - Sanduíche natural .....	53
Tabela 37 - Milkshake 500ml.....	53
Tabela 38 - Refrigerantes 350ml .....	53
Tabela 39 - Refrigerantes 220ml .....	53
Tabela 40 - Água 500ml .....	54
Tabela 41 - Custos de comercialização .....	54
Tabela 42 - Projeção dos custos de comercialização.....	55

Tabela 43 - Apuração do custo de MD e/ou MV .....	56
Tabela 44 - Projeção dos custos de MD e/ou MV .....	57
Tabela 45 - Custos com mão de obra .....	58
Tabela 46 - Custos com depreciação .....	58
Tabela 47 - Custos fixos operacionais mensais .....	59
Tabela 48 - Projeção dos custos fixos .....	60
Tabela 49 - Demonstrativo de resultados .....	61
Tabela 50 - Projeção do DRE .....	62
Tabela 51 - Indicadores de viabilidade.....	63
Tabela 52 - Construção de cenários.....	64

## SUMÁRIO

<b>1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....</b>	<b>12</b>
1.1 DADOS DOS EMPREENDEDORES.....	12
1.2 DADOS DO EMPREENDIMENTO.....	12
1.3 SÍNTESE DAS RESPONSABILIDADES DA EQUIPE DIRIGENTE.....	12
1.4 MISSÃO.....	13
1.5 VISÃO.....	13
1.6 VALORES.....	13
1.7 SETOR DE ATIVIDADE.....	13
1.8 FORMA JURÍDICA.....	13
1.9 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO.....	14
1.10 CAPITAL SOCIAL.....	14
1.11 FONTES DE RECURSOS.....	14
<b>2. ANÁLISE DE MERCADO.....</b>	<b>14</b>
2.1 PESQUISA DE MERCADO.....	15
2.2 ESTUDO DOS CLIENTES.....	23
2.2.1 Público-alvo.....	23
2.2.2 Comportamento dos Clientes.....	23
2.2.3 Área de abrangência.....	23
2.2.4 Como costumam se informar sobre esse tipo de produto.....	23
2.2.5 Principais benefícios que procuram nos produtos.....	23
2.2.6 Critérios que definem suas decisões de compra.....	23
2.2.7 Regularidade de compra.....	23
2.2.8 Média de gasto por compra.....	23
2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES.....	24
2.4 ESTUDO DOS CONCORRENTES.....	24
<b>3. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....</b>	<b>26</b>
3.1 FORÇAS.....	26
3.2 FRAQUEZAS.....	27
3.3 OPORTUNIDADES.....	27
3.4 AMEAÇAS.....	28
3.5 PLANO DE AÇÕES.....	29
3.5.1 Plano de ações para as fraquezas.....	29

3.5.2 Plano de ações para as ameaças .....	30
<b>4. PLANO DE MARKETING .....</b>	<b>30</b>
4.1 SEGMENTAÇÃO .....	30
4.1.1 Demográficos .....	31
4.1.2 Geográficos .....	31
4.1.3 Psicográficos .....	31
4.2 POSICIONAMENTO .....	31
4.3 MARCA .....	31
4.4 ESTRATÉGIAS DE PRODUTO .....	32
4.5 ESTRATÉGIAS DE PREÇO .....	33
4.6 ESTRATÉGIAS DE PRAÇA .....	33
4.7 ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO .....	34
<b>5. PLANO OPERACIONAL .....</b>	<b>34</b>
5.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO .....	34
5.2 CAPACIDADE PRODUTIVA .....	35
5.3 NECESSIDADE DE PESSOAL .....	35
5.4 PLANEJAMENTO DE RECRUTAMENTO, SELEÇÃO E TREINAMENTO .....	36
5.4.1 Recrutamento .....	36
5.4.2 Seleção .....	36
5.4.3 Treinamento .....	36
5.5 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL .....	37
5.6 FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO NO BALCÃO .....	38
5.7 FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO PELO DELIVERY .....	39
<b>6. PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>40</b>
6.1 INVESTIMENTOS FIXOS .....	40
6.2 ESTOQUE INICIAL .....	42
6.3 CAIXA MÍNIMO .....	46
6.4 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS .....	48
6.5 INVESTIMENTO TOTAL .....	48
6.6 FATURAMENTO MENSAL .....	49
6.6.1 Projeção das Receitas .....	50
6.7 CUSTO UNITÁRIO .....	51
6.8 CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO .....	54

6.8.1	Projeção dos Custos de Comercialização .....	55
6.9	APURAÇÃO DO CUSTO DE MD E/OU MV .....	56
6.9.1	Projeção dos Custos de MD e/ou MV .....	57
6.10	CUSTOS COM MÃO DE OBRA .....	58
6.11	CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO .....	58
6.12	CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS .....	59
6.12.1	Projeção dos custos fixos .....	60
6.13	DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS .....	61
6.13.1	Projeção do DRE .....	62
6.14	INDICADORES DE VIABILIDADE .....	63
6.14.1	Ponto de Equilíbrio .....	63
6.14.2	Lucratividade .....	63
6.14.3	Rentabilidade .....	63
6.14.4	Prazo de Retorno do Investimento .....	63
6.15	CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS .....	64
<b>7.</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>65</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>66</b>
	<b>APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO .....</b>	<b>67</b>

## **1. SUMÁRIO EXECUTIVO**

O Insano Açaí será uma açaiteria *self-service* e *delivery*. A ideia surgiu através da vontade de empreender no setor de alimentos dos idealizadores, que são irmãos e graduandos em Administração pela UFPB. O objetivo será o de combinar o sabor autêntico do açaí a diversas opções de acompanhamentos, permitindo que cada cliente se sirva e crie uma combinação única de sabores de acordo com suas preferências no *self-service*. Além dos açaís, cremes e complementos, teremos opções de lanches como salgados, sucos, refrigerantes, entre outros. Além disso, para proporcionar comodidade para nossos clientes e alcançar um número maior de vendas, também contaremos com *delivery*.

Nosso ambiente terá um espaço aconchegante e climatizado, com uma decoração moderna, mesas e cadeiras confortáveis e iluminação agradável, tudo isso para proporcionar um cenário perfeito para os nossos clientes desfrutarem do nosso açaí e dos nossos lanches.

Possuiremos uma equipe treinada para oferecer um atendimento atencioso e personalizado para cada um de nossos clientes, garantindo que cada visita seja especial e satisfatória. O Insano Açaí surgirá na capital paraibana como uma ótima opção para aqueles que procurarem por um ambiente aconchegante e que queiram se deliciar com produtos de ótima qualidade.

### **1.1 DADOS DOS EMPREENDEDORES**

#### **1.1.1 Alexandre Brendo Medeiros de Araújo**

Graduando em Administração pela UFPB.

#### **1.1.2 Ludmilla Bárbara Medeiros de Araújo**

Graduanda em Administração pela UFPB.

### **1.2 DADOS DO EMPREENDIMENTO**

A açaiteria O Insano Açaí ficará localizada na Avenida Monsenhor Walfredo Leal, Tambiá, João Pessoa - Paraíba.

### **1.3 SÍNTESE DAS RESPONSABILIDADES DA EQUIPE DIRIGENTE**

O gestor terá a responsabilidade de tomar as decisões que serão essenciais para o bom funcionamento do empreendimento. Além de tomar as decisões, ele terá a responsabilidade de liderar a sua equipe de trabalho, gerenciar os recursos financeiros e materiais, solucionar problemas, desenvolver estratégias de marketing e vendas e monitorar o desempenho da organização para identificar erros que podem ser corrigidos.

## **1.4 MISSÃO**

Proporcionar experiências gastronômicas únicas ao oferecer um açaí de ótima qualidade e um atendimento de excelência.

## **1.5 VISÃO**

Ser reconhecida como a melhor açaiteria de João Pessoa - PB até 2030.

## **1.6 VALORES**

### **1.6.1 Qualidade**

Oferecer produtos de alta qualidade, garantindo a satisfação dos clientes.

### **1.6.2 Integridade**

Realizar ações pautadas pela transparência e honestidade, garantindo o respeito e a confiança dos clientes, funcionários e parceiros.

### **1.6.3 Respeito**

Respeitar e valorizar a diversidade, criando um ambiente acolhedor para que todos se sintam bem.

### **1.6.4 Atenção aos detalhes**

Realizar tudo com muito cuidado e atenção, desde a escolha dos ingredientes, a preparação, a venda dos produtos, até a organização e limpeza, garantindo que os clientes desfrutem dos produtos e do ambiente da melhor forma.

## **1.7 SETOR DE ATIVIDADE**

O Insano Açaí é uma empresa do setor terciário, no qual abrange atividades relacionadas ao comércio de alimentos.

## **1.8 FORMA JURÍDICA**

Microempresa de Sociedade Limitada (LTDA), composta por dois sócios.

## 1.9 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Com uma estimativa de faturamento anual de R\$ 561.268,09 a empresa optou pelo regime tributário Simples Nacional.

## 1.10 CAPITAL SOCIAL

A Tabela 1 apresenta o capital social da empresa O Insano Açaí que será composto inicialmente de R\$ 78.574,43. O sócio majoritário terá participação de 51% e a sócia administradora de 49%.

Tabela 1 - Capital social

Nome do Sócio	Valor	% de participação
Alexandre Brendo Medeiros de Araújo	R\$ 40.072,96	51%
Ludmilla Bárbara Medeiros de Araújo	R\$ 38.501,47	49%
<b>Total</b>	<b>R\$ 78.574,43</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

## 1.11 FONTES DE RECURSOS

Todo o valor para a abertura e o início das atividades da empresa será aplicado por recursos próprios dos sócios.

## 2. ANÁLISE DE MERCADO

Muitas pessoas que desejam empreender escolhem o setor de alimentos por ser bastante promissor. Hoje, o setor de alimentos é um dos mais importantes da economia brasileira, pois emprega perto de 20% dos trabalhadores das indústrias e registrou um crescimento de 16,9% em seu faturamento em 2021 em relação ao ano anterior, com uma receita de R\$ 922,6 bilhões, resultado que representa 10,6% do PIB nacional (SEBRAE, 2023). De acordo com esse dado percebe-se que o cenário é positivo para quem deseja empreender nesse setor.

Outro fator que torna o setor de alimentos ainda mais promissor é o aumento do número de pessoas que se alimentam fora de casa. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) do total das despesas das famílias brasileiras com alimentação, quase um terço (32,8%) é dedicado a refeições fora do domicílio. Dessa, forma, podemos perceber que as pessoas estão gastando cada vez mais com alimentação longe de suas residências. Segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF) o segmento de alimentação *food service* foi o que teve o desempenho mais forte em 2023 com crescimento de 17,9%. Sendo assim, através desses dados, pode-se concluir que o cenário é positivo para quem deseja abrir uma açaiteria.

Outro fator que confirma que o cenário é bem atrativo para quem deseja abrir uma açaiteria é o aumento do consumo do açaí. Segundo a Scantech, empresa de inteligência e análise de dados para o varejo, o mercado de açaí cresceu 12,9% entre janeiro e julho de 2024, em relação com o mesmo período no ano anterior.

A partir dessa análise podemos perceber que o mercado para quem deseja empreender com alimentos, mais especificamente com açaí, é bem positivo e promissor, visto que o setor é um dos mais importantes da economia brasileira e as pessoas estão cada vez mais se alimentando fora de casa. Além disso, o consumo do açaí se populariza cada vez mais.

## 2.1 PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa de mercado é uma importante ferramenta que vai orientar o empreendedor, o potencial empresário, o empresário e administradores de empresas no conhecimento do mercado e na definição das estratégias empresariais (SEBRAE, 2022). Esse tipo de pesquisa consiste em determinar características do mercado, como expectativas, necessidades e aceitação ou rejeição de alguma ideia, produto ou pessoa por meio de um processo de investigação feito com base em uma amostra desse mercado (Hashimoto; Borges, 2019).

A pesquisa foi feita entre os dias 13/04/2024 e 19/04/2024 através do Google Forms, ferramenta que possibilita a criação de questionários que podem ser facilmente respondidos pela Internet. Foram obtidas 100 respostas com o intuito de identificar preferências dos consumidores e características do mercado na cidade de João Pessoa.

No entanto, é necessário ressaltar que os resultados da pesquisa correspondem apenas à realidade dos respondentes e não de todas as pessoas que frequentam açaiterias em João Pessoa.

Tabela 2 – Idade dos Entrevistados

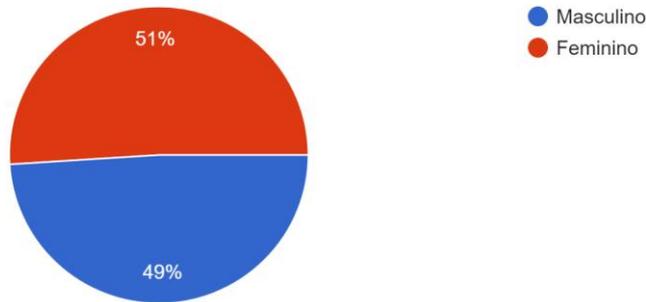
Qual é a sua idade?	Quantidade	Percentual
Menos de 18 anos	2	2%
18 a 25 anos	57	57%
26 a 35 anos	31	31%
36 a 45 anos	5	5%
Mais de 45 anos	5	5%

Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

A Tabela 2 revela as faixas etárias em percentual dos participantes da pesquisa. Observa-se que a maioria dos respondentes, com percentual de 57%, possui de 18 a 25 anos de idade e logo depois vem as pessoas de 26 a 35 anos que correspondem a 31%.

Gráfico 1 – Gênero dos entrevistados

Qual é o seu gênero?  
100 respostas

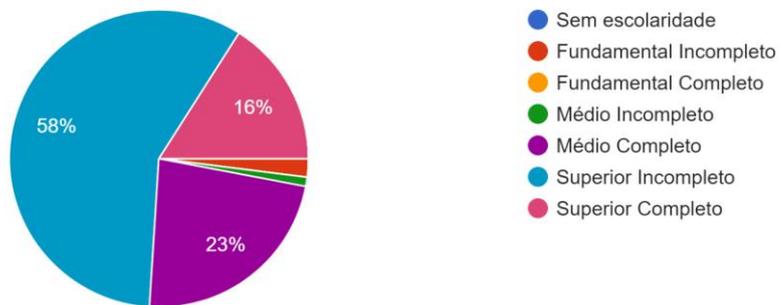


Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

De acordo com o Gráfico 1 observa-se que 51% dos respondentes são do gênero feminino e 49% são do gênero masculino.

Gráfico 2 - Grau de escolaridade dos entrevistados

Qual é o seu grau de escolaridade?  
100 respostas

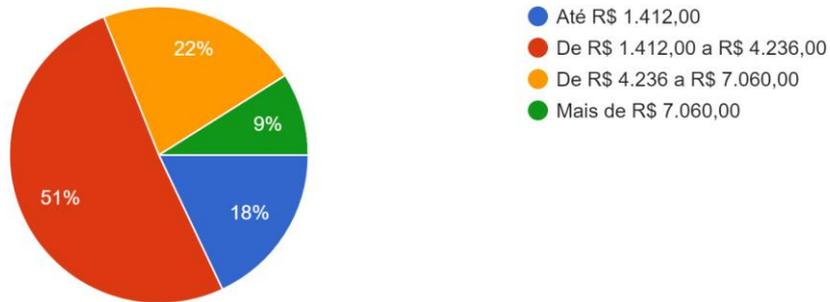


Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

Analisando o Gráfico 2 observa-se que 58% dos respondentes possuem ensino superior incompleto. Os resultados condizem com as faixas etárias da maior porcentagem de respondentes, visto que a maioria possui idade entre 18 e 25 anos e normalmente pessoas dessas idades estão em fase de formação e não possuem ensino superior. Além disso, o formulário foi disponibilizado para resposta em grupos de estudantes e redes sociais, onde predomina pessoas dessas faixas etárias.

Gráfico 3 - Renda familiar mensal dos entrevistados

Qual é a sua renda familiar mensal?  
100 respostas

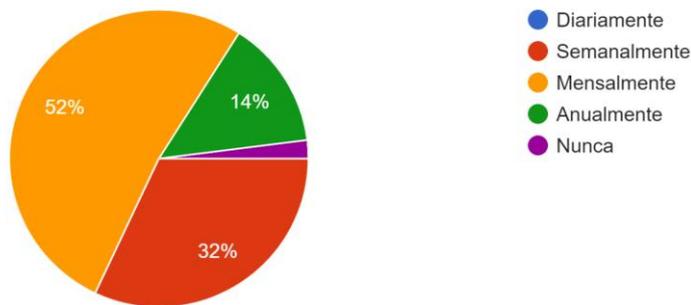


Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

Observando o Gráfico 3 percebemos que 51% dos respondentes possuem uma renda familiar mensal de um a três salários-mínimos.

Gráfico 4 - Frequência de ida dos entrevistados a açaiterias

Com que frequência você vai a açaiterias?  
100 respostas

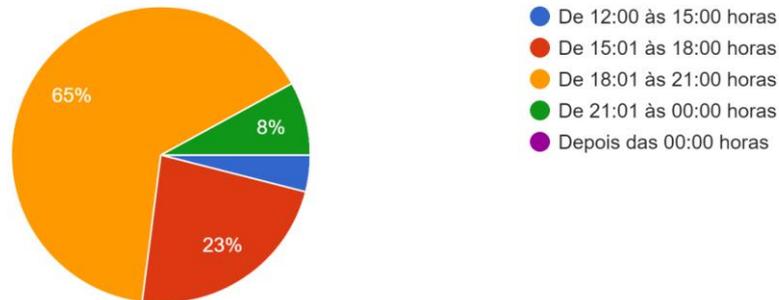


Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

Podemos observar no Gráfico 4 que 84% dos respondentes frequentam açaiterias pelo menos uma vez por mês. Esses números revelam que as açaiterias vem sendo bem frequentadas e isso reflete em um cenário otimista, pois as açaiterias precisam de um número considerável de vendas no mês para se manter no mercado.

Gráfico 5 - Horário que os Entrevistados mais frequentam açaiterias

Qual é o horário que você mais vai a uma açaiteria?  
100 respostas

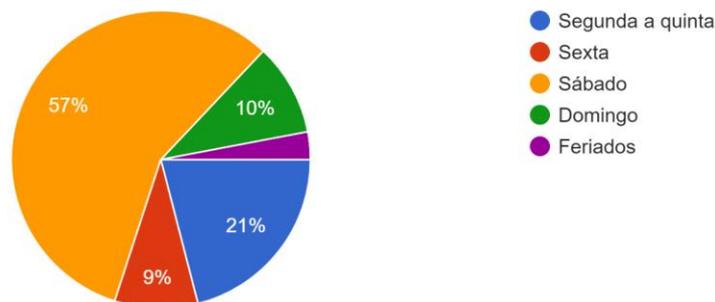


Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

O Gráfico 5 nos mostra que 65% dos respondentes frequentam açaiterias das 18:01 às 21:00 horas, demonstrando que o horário de abertura e fechamento previsto para a açaiteria atende bem o seu público.

Gráfico 6 - Dias que os entrevistados mais frequentam açaiterias

Quais os dias da semana que você mais frequenta açaiterias?  
100 respostas

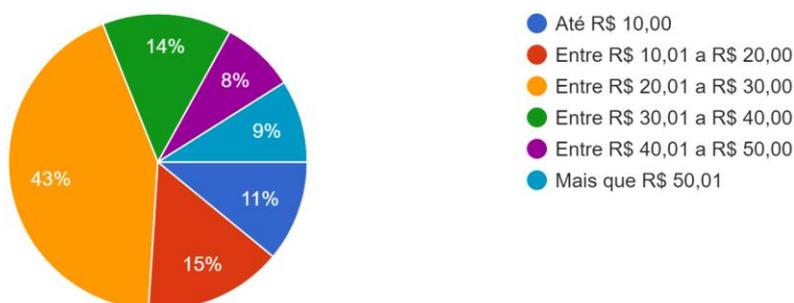


Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

Ao analisar o Gráfico 6 podemos observar que 57% dos respondentes afirmam que o dia que mais frequentam açaiterias é no sábado. Dessa forma, podemos concluir que a maioria prefere ir a uma açaiteria nos finais de semana, que é quando a maioria da população possui mais tempo livre para sair sozinho ou com amigos e familiares.

Gráfico 7 - Média de gasto dos entrevistados quando vão a açaiterias

Qual é a sua média de gasto individual cada vez que você faz uma compra em uma açaiteria?  
100 respostas



Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

Observando o Gráfico 7 percebemos que 43% dos respondentes gastam entre R\$ 20,01 e R\$ 30,00 cada vez que fazem uma compra em uma açaiteria. Essa média de gasto individual condiz com a realidade da população e com a faixa de preço dos lanches mais tradicionais.

Tabela 3 - Produtos que os entrevistados mais consomem em uma açaiteria

O que você mais consome em uma açaiteria?	Quantidade	Percentual
Açaí	73	73%
Energético	0	0%
Milkshake	7	7%
Sorvete	17	17%
Suco	1	1%
Vitamina	1	1%
Outros	1	1%

Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

Ao observarmos a Tabela 3 percebemos que 73% dos respondentes afirmaram que o que elas mais consomem em uma açaiteria é o açaí. É nítida a discrepância que há entre o consumo do açaí comparado com o de outras opções em uma açaiteria. Dessa forma, deve-se focar no açaí como produto principal, mas não descartar outras opções.

Tabela 4 – O que os entrevistados consideram mais importante em uma açaiteria

O que você considera mais importante em uma açaiteria?	Quantidade	Percentual
Atendimento	5	5%
Ambiente	4	4%
Localização	0	0%
Preço	20	20%
Qualidade dos produtos	68	68%
Variedade do cardápio	3	3%

Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

Para as Tabelas 4 e 5 foram considerados aspectos que geralmente são o foco de reclamações ou elogios por parte de consumidores em relação as empresas.

A Tabela 4 demonstra que os respondentes consideram a qualidade dos produtos como a coisa mais importante em uma açaiteria. Dessa forma, deve-se focar em oferecer produtos de excelente qualidade, alimentos frescos, recipientes e embalagens limpas e adequadas, porém todos os aspectos são importantes e devem ser levados em consideração, pois na hora da compra os consumidores consideram um conjunto de fatores até a sua decisão final.

Tabela 5 – O que os entrevistados consideram menos importante em uma açaiteria

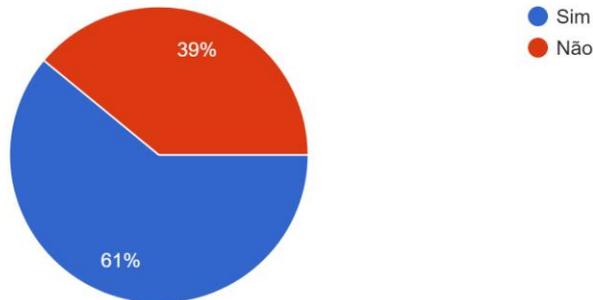
O que você considera menos importante em uma açaiteria?	Quantidade	Percentual
Atendimento	1	1%
Ambiente	4	4%
Localização	64	64%
Preço	7	7%
Qualidade dos produtos	1	1%
Variedade do cardápio	23	23%

Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

Ao analisarmos a Tabela 5 podemos perceber que 64% consideram que a localização é o aspecto menos importante. É necessário ressaltar o aspecto da localização tem um menor peso na hora da decisão de compra por parte dos consumidores mas eles consideram um conjunto de fatores até a sua decisão final e que somente a localização não é um aspecto decisivo na hora de escolher entre uma empresa ou outra.

Gráfico 8 – Os entrevistados costumam comprar por delivery?

Você costuma comprar por delivery?  
100 respostas



Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

Como mostra o Gráfico 8, 61% dos respondentes afirmam que costumam comprar por delivery. Assim sendo, torna-se essencial a utilização do serviço de delivery para o alcance do sucesso da açaiteria.

Tabela 6 - Açaiterias que os entrevistados mais frequentam em João Pessoa

Quais são as três açaiterias que você mais frequenta em João Pessoa?	Quantidade
Açaí Empório	81
Aloha Açaí	24
Manaçaí	76
Ponto do Açaí	37
Tropical Açaí	13
Outros	23

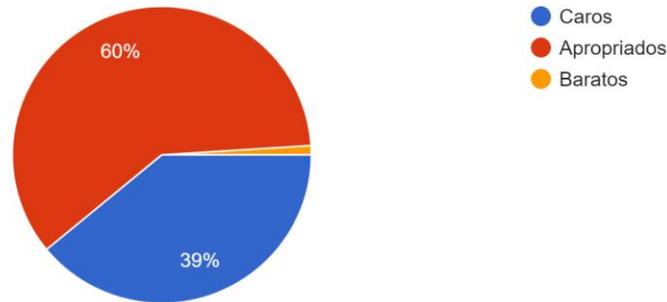
Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

A Tabela 6 nos mostra que as açaiterias mais frequentadas são o Açaí Empório, Manaçaí e Ponto do Açaí. Dessa forma, deve-se focar em diferenciais para se destacar no mercado, pois essas açaiterias são muito conhecidas e atraem a maioria dos clientes da cidade de João Pessoa.

Gráfico 9 - O que os entrevistados acham dos preços das açaiterias

Você acredita que os preços das açaiterias são:

100 respostas



Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

De acordo com o Gráfico 9, 60% dos respondentes consideram que os preços das açaiterias são apropriados. Podemos inferir com isso que o valor apropriado seria entre R\$ 20,01 e R\$ 30,00 que foi a média de gasto individual que vimos no Gráfico 7 anteriormente. Esse é um valor aproximado de um lanche simples, que a maioria da população da cidade de João Pessoa estaria disposta a pagar.

Tabela 7 - O que uma açaiteria precisa para fazer sucesso?

Na sua opinião, o que uma açaiteria precisa para fazer sucesso?	Quantidade
Produtos de qualidade	58
Bom atendimento	30
Variedade de produtos	16
Preços justos	15
Ambiente agradável	11
Marketing	21
Promoções	4
Outros	6

Fonte: Pesquisa de mercado realizada através do Google Forms (2024)

A Tabela 7 nos mostra uma pergunta espontânea, na qual não foi dada nenhuma alternativa para escolha, os entrevistados tinham um espaço para escrever a sua opinião. Percebemos que 58 respondentes afirmaram que para uma açaiteria fazer sucesso ela precisa de produtos de qualidade. Dessa forma, percebemos a importância de oferecer produtos de qualidade para os clientes, alimentos frescos, embalagens e recipientes novos e limpos. Portanto, a açaiteria deve sempre se preocupar em oferecer produtos de qualidade para os seus clientes. Vale ressaltar que todos os aspectos citados também são muito importantes e são levados em consideração pelos consumidores na hora da decisão de compra.

Fica evidente portanto que a pesquisa de mercado foi fundamental para entender melhor o mercado de açaiterias de João Pessoa. Sendo assim, deve-se buscar atender as necessidades dos clientes, oferecendo um bom atendimento, preços justos, variedade de produtos, um ambiente agradável e principalmente produtos de qualidade. Dessa forma, é possível alcançar o sucesso e se tornar a melhor açaiteria de João Pessoa.

## **2.2 ESTUDO DOS CLIENTES**

### **2.2.1 Público-alvo**

O nosso público-alvo será de pessoas entre 10 e 65 anos das classes B e C que buscam uma refeição rápida e de qualidade.

### **2.2.2 Comportamento dos Clientes**

Os consumidores do Insano Açai em sua maioria são estudantes ou pessoas que trabalham e possuem uma rotina mais agitada e precisam de uma refeição rápida e nutritiva.

### **2.2.3 Área de abrangência**

A maioria dos clientes estão no Bairro Tambiá e em bairros vizinhos.

### **2.2.4 Como costumam se informar sobre esse tipo de produto**

Através das redes sociais das empresas e de influencers e através de panfletos e placas.

### **2.2.5 Principais benefícios que procuram nos produtos**

Qualidade e preço justo.

### **2.2.6 Critérios que definem suas decisões de compra**

Qualidade dos produtos e um bom atendimento.

### **2.2.7 Regularidade de compra**

Pelo menos uma vez na semana.

### **2.2.8 Média de gasto por compra**

R\$ 25,00.

## 2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES

Os fornecedores são empresas que fornecem insumos a outras empresas ou clientes. Eles têm um papel fundamental, pois fornecem os recursos para as empresas produzirem bens ou prestarem serviços. A escolha dos fornecedores se deu por um conjunto de fatores como confiança, preço e localização. Os fornecedores podem ser vistos no Quadro 1, assim como os insumos, as condições de pagamento e o prazo de entrega.

Quadro 1 - Fornecedores

Fornecedores	Insumos	Pagamento	Prazo de entrega
Açaímix	Açaí, cremes e complementos	À vista ou débito	1 dia útil
Atacadão	Material de limpeza, bebidas e ingredientes para salgados e sanduíches	À vista ou débito	Imediato
Chocolândia	Chocolates e doces	À vista ou débito	Imediato
Extra Fruta	Frutas	À vista	1 dia útil
Multipel	Descartáveis	Boleto com vencimento de 15 dias	1 dia útil

Fonte: Elaboração própria (2024)

A empresa Açaímix será nossa fornecedora de açaís, cremes e complementos, devido à grande variedade de sabores, preço acessível comparado a outros fornecedores e a localização próxima a açaiteria. A empresa Atacadão foi escolhida pela confiança que temos com relação a qualidade de seus produtos e melhores preços com relação a outras empresas. A empresa Chocolândia será nossa fornecedora de chocolates e doces pela confiança que temos em seus produtos e o preço acessível. Já a empresa Extra Fruta será nossa fornecedora de frutas devido a qualidade das mesmas e o ótimo transporte que faz com que as frutas cheguem em perfeito estado. Por fim, a empresa Multipel será nossa fornecedora de descartáveis devido a qualidade de seus produtos e ao preço comparado a outras empresas.

## 2.4 ESTUDO DOS CONCORRENTES

Os concorrentes são empresas que atuam no mesmo mercado e oferecem os mesmos tipos de produtos ou serviços. O consumo do açaí aumentou bastante nos últimos anos e isso fez com que diversas açaiterias fossem abertas na capital paraibana, como é o caso do Ponto do Açaí, que já tinha unidades em outros estados e abriram uma em João Pessoa e estão fazendo muito sucesso. Outras duas açaiterias que já são consolidadas no mercado e conquistaram a grande maioria dos consumidores de açaí da capital são o Açaí Empório e o Manaçaí. No Quadro 2 é possível visualizar os principais concorrentes, a localização, pontos fortes e fracos.

Quadro 2 - Concorrentes

Empresa	Localização	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Açaí Empório	Manaíra, Cabo Branco, Bessa, Bancários e várias unidades espalhadas pela Paraíba e Nordeste	- Marca muito forte na região; - Ótima estrutura; - Variedade de produtos; - Excelente marketing.	- Poucas opções de combos no <i>delivery</i>
Manaçaí	Bairro dos Estados, Bessa, Manaíra e Cabo Branco	- Marca consolidada; - <i>Delivery</i> com várias opções de lanches e combos.	- Demora no atendimento
Ponto do Açaí	Av. João Maurício, 621 - Manaíra, João Pessoa - PB, 58038-000	- Marca forte no Nordeste; - Localização privilegiada.	- <i>Delivery</i>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Para que o Insano Açaí tenha sucesso é necessário que haja diferenciação dos concorrentes, assim a açaiteria pode se destacar das outras e conquistar cada vez mais clientes. Pensando nisso, nossa estratégia será a de focar nos nossos benefícios, ou seja, demonstrar às pessoas a qualidade dos nossos produtos, o nosso atendimento de excelência e o nosso ambiente moderno e aconchegante. Dessa forma, podemos conseguir atrair cada vez mais clientes em relação à concorrência. Além disso, é necessário ressaltar que existem pequenas empresas do setor de alimentos na região, que também oferecem lanches e bebidas, porém nossas principais concorrentes são as 3 empresas citadas no Quadro 2 por oferecerem *self-service* de açaí, que será nosso principal produto. Por fim, também como estratégia de diferenciação utilizaremos duas cores, o preto como cor principal e o roxo como cor secundária e não só o roxo como a maioria das açaiterias.

### 3. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Estabelecida como um conceito simples e intuitivo, a matriz SWOT possibilita colocar de maneira esquemática, em uma tabela de quatro quadrantes, as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades enumeradas pela organização (Guazzelli; Xarão, 2018). Sendo assim, foi realizada uma análise SWOT, listando as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da açaiteria que pode ser visualizada no Quadro 3.

Quadro 3 - Análise SWOT

Forças	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambiente limpo e agradável;</li> <li>- Diversidade de opções de açaí e cremes;</li> <li>- Equipe capacitada;</li> <li>- Interação com os clientes na internet;</li> <li>- Localização da empresa;</li> <li>- Qualidade dos produtos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Novas tendências no mercado;</li> <li>- Popularização do <i>delivery</i>;</li> <li>- Popularização do açaí.</li> </ul>
Fraquezas	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresa desconhecida no mercado;</li> <li>- Inexperiência do gestor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alta concorrência;</li> <li>- Crise econômica;</li> <li>- Inverno.</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria (2024)

#### 3.1 FORÇAS

##### 3.1.1 Ambiente limpo e agradável

A empresa vai proporcionar um ambiente higienizado e aconchegante.

##### 3.1.2 Diversidade de opções de açaí e cremes

Temos diversas opções de açaí e cremes para atender os mais diversos gostos e preferências.

##### 3.1.3 Equipe capacitada

A equipe será altamente capacitada e dedicada, comprometida em oferecer um serviço excepcional aos clientes.

##### 3.1.4 Interação com os clientes na internet

A empresa estará ativa constantemente nas redes sociais, buscando *feedback* e mantendo os clientes informados.

### **3.1.5 Localização da empresa**

A açaiteria será em uma avenida que tem um grande fluxo de pessoas diariamente, principalmente das 18:01 às 21:00 horas como foi visto no Gráfico 5 da pesquisa de mercado, pois é um horário que muitas pessoas estão saindo do trabalho, escola ou faculdade.

### **3.1.6 Qualidade dos produtos**

Para garantir uma excelente qualidade e sabor para os clientes, a empresa sempre utilizará ingredientes frescos e que serão bem armazenados.

## **3.2 FRAQUEZAS**

### **3.2.1 Empresa desconhecida no mercado**

Por ser uma empresa nova no mercado, será desconhecida pelas pessoas.

### **3.2.2 Inexperiência do gestor**

O gestor não possui experiência de mercado, pois esse é o seu primeiro empreendimento.

## **3.3 OPORTUNIDADES**

### **3.3.1 Novas tendências no mercado**

Acompanhar as novidades que estejam fazendo sucesso no mercado para implementar na açaiteria.

### **3.3.2 Popularização do delivery**

O delivery está se popularizando muito, pois cada vez mais na sociedade atual as pessoas estão preferindo comer em casa ou no trabalho pela economia de tempo que ele proporciona.

### **3.3.3 Popularização do açaí**

O açaí é bastante consumido e está ficando cada vez mais popular no Brasil e no mundo.

### **3.4 AMEAÇAS**

#### **3.4.1 Alta concorrência**

Empresas já consolidadas no mercado são bastante conhecidas e conseguem atrair a maior parte dos clientes. Além disso, podem utilizar estratégias de competitividade por conta de um novo concorrente, como divulgação dos produtos e preços através de placas próximas a nossa localização, como também a divulgação dos ambientes que possuem mais investimento devido a serem empresas já consolidadas no mercado e terem um maior poder aquisitivo, além de parcerias com pessoas famosas da região. Essas estratégias podem atrair mais clientes para a concorrência e consequentemente afetar as nossas vendas.

#### **3.4.2 Crise econômica**

As vendas podem diminuir, pois as pessoas não gastam tanto com coisas que não são de necessidade básica.

#### **3.4.3 Inverno**

As vendas de açaí diminuem no inverno por conta do clima frio.

### 3.5 PLANO DE AÇÕES

Para contornar situações de risco é necessário um bom planejamento, para isso é essencial o desenvolvimento de um plano de ações para combater as fraquezas e ameaças do negócio.

#### 3.5.1 Plano de ações para as fraquezas

Quadro 4 - Plano de ações para as fraquezas

Fraqueza: Empresa desconhecida no mercado						
O que?	Quem?	Onde?	Por quê?	Quando?	Como?	Quanto?
Divulgação do ambiente, produtos e promoções em redes sociais	A empresa	Nas redes sociais	Para conquistar clientes e ficar mais conhecida no mercado	Desde o início do negócio	Gravando vídeos e publicando fotos dos produtos e das promoções	R\$ 200,00 (uma arte por semana, cada arte custa R\$ 50,00)
Fraqueza: Inexperiência prática do gestor						
O que?	Quem?	Onde?	Por quê?	Quando?	Como?	Quanto?
Estudar através de livros de grandes empreendedores e adquirir prática na empresa	O gestor	Estudar no lugar de sua preferência e adquirir prática na empresa	Para se tornar um gestor com mais conhecimento e experiência	Desde o início das atividades	Através de livros e colocando o que foi aprendido nos livros e na graduação em prática	R\$ 200,00 (valor destinado a compra de livros)

Fonte: Elaboração própria (2024)

### 3.5.2 Plano de ações para as ameaças

Quadro 5 - Plano de ações para as ameaças

Ameaça: Alta concorrência						
O que?	Quem?	Onde?	Por quê?	Quando?	Como?	Quanto?
Divulgar os nossos benefícios aos consumidores	A empresa	Nas redes sociais	Para se destacar dos concorrentes e fortalecer a empresa no mercado	Desde o início das atividades da empresa	Divulgando os nossos benefícios intangíveis, como o conforto e a confiança através das redes sociais	R\$ 200,00 (uma arte por semana, cada arte custa R\$ 50,00)
Ameaça: Crise econômica						
O que?	Quem?	Onde?	Por quê?	Quando?	Como?	Quanto?
Promoções de combos	A empresa	Nas redes sociais	Para aumentar o volume de vendas	Em época de crise econômica	Divulgando as promoções nas redes sociais através de artes	R\$ 200,00 (uma arte por semana, cada arte custa R\$ 50,00)
Ameaça: Inverno						
O que?	Quem?	Onde?	Por quê?	Quando?	Como?	Quanto?
Divulgação da venda de bebidas quentes e fondue.	A empresa	Nas redes sociais	Para atrair clientes mesmo em dias de chuva e clima frio	No inverno	Criando um cardápio e divulgando nas redes sociais	R\$ 200,00 (uma arte por semana, cada arte custa R\$ 50,00)

Fonte: Elaboração própria (2024)

## 4. PLANO DE MARKETING

O Plano de marketing do Insano Açai compreende as estratégias de segmentação, posicionamento, marca, produto, preço, praça e promoção.

### 4.1 SEGMENTAÇÃO

A segmentação de mercado consiste na divisão do mercado em grupos distintos de consumidores que possuem comportamentos e características similares. Para segmentar o mercado levamos em conta os fatores demográficos, geográficos e psicográficos. Compreender cada um desses fatores permite desenvolver ações de marketing direcionadas a cada grupo. Dessa forma, como o nosso público tem entre 10 e 65 anos, realizaremos a divulgação de artes específicas nas redes sociais, algumas com um estilo e linguagem que chame mais a atenção de jovens e outras que chamem a atenção de pessoas mais velhas, dessa forma, conseguiremos

atrair pessoas de todas as idades. Além disso, daremos foco em artes que mostrem que o açaí é uma boa refeição em qualquer hora do dia, tanto nos dias de semana, quando as pessoas procuram uma refeição rápida por conta do trabalho, quanto nos finais de semana, que é quando as pessoas geralmente saem com seus amigos e familiares para comer e se divertir.

#### **4.1.1 Demográficos**

Formado por pessoas com faixa etária entre 10 e 65 anos pertencentes às classes de renda B e C.

#### **4.1.2 Geográficos**

Formado em sua maioria por moradores dos seguintes bairros de João Pessoa: Centro, Tambiá, Róger, Varadouro, Estados, Torre, Jaguaribe, Trincheiras e Treze de Maio.

#### **4.1.3 Psicográficos**

Composto por pessoas com uma rotina mais ativa e agitada que procuram uma refeição rápida. A maioria dessas pessoas provavelmente serão estudantes, pois a avenida que a empresa ficará localizada possui uma grande faculdade e escolas. Ademais, pessoas que estão se deslocando para casa ou para o trabalho, visto que a avenida se localiza no centro da capital e possui um grande fluxo de pessoas, principalmente das 18:00 às 21:00 horas como foi visto no Gráfico 5 da pesquisa de mercado. Além disso, como pudemos ver no Gráfico 6 da pesquisa de mercado que a maioria das pessoas frequentam açaiterias no sábado, visto que é um dia que muitos estão livres do trabalho, escola ou faculdade e gostam de se divertir com amigos e familiares.

### **4.2 POSICIONAMENTO**

A açaiteria O Insano Açaí chegará no mercado paraibano com o objetivo de ser reconhecida por oferecer um atendimento de excelência para todas as pessoas que desejam uma refeição rápida, de qualidade e que buscam um ambiente aconchegante e moderno. Para isso, iremos nos diferenciar da concorrência focando em nossos benefícios.

Realizaremos estratégias que mostrem às pessoas todas as vantagens de ser nosso cliente, mostrando que os nossos produtos possuem uma ótima qualidade e que o nosso atendimento é de excelência em relação à concorrência. Além de focar nos nossos benefícios como estratégia de diferenciação, usaremos o preto como cor principal ao invés do roxo que é a cor mais utilizada pelos concorrentes, o roxo será a nossa cor secundária.

### **4.3 MARCA**

O nome Insano foi escolhido por ser uma palavra que muitos jovens usam atualmente, a maioria usa quando querem dizer que algo foi muito legal ou quando acontecem coisas que são surpreendentes. A Figura 1 apresenta o nosso logotipo, que destaca as cores preto e roxo e o nosso principal produto que é o açaí.

Figura 1 - Logotipo



Fonte: Elaboração própria (2024)

#### 4.4 ESTRATÉGIAS DE PRODUTO

A açaiteria O Insano Açaí possui uma variedade de sabores de açaí e de cremes para satisfazer os seus clientes. Todos os sabores podem ser visualizados no Quadro 6.

Quadro 6 - Sabores de açaí e cremes

Nº	Produto
1	<i>Açaímix</i> (Açaí Tradicional)
2	<i>Açaímix</i> Morango
3	<i>Açaímix</i> Whey Protein
4	<i>Açaímix</i> Zero
5	Creme de <i>Bananamix</i> (Banana, aveia e chocolate)
6	Creme <i>Choconute</i> (Chocolate e avelã)
7	Creme de Cupuaçu
8	Creme Energético
9	Creme de Laka com Bis
10	Creme de Maracujá
11	Creme de Morango
12	Creme de Ninho
13	Creme de Ninho Trufado
14	Creme de Ovomaltine
15	Creme de Pitaya
16	Creme de Tapioca

Fonte: Elaboração própria (2024)

Oferecemos uma experiência diferenciada ao permitir que os próprios clientes se sirvam. No self-service os clientes podem escolher entre três tamanhos de copos, 300ml, 500ml e 700ml e podem montar o açaí do jeito que quiserem. Já no *delivery* os clientes vão ter as mesmas opções de copos e poderão escolher entre 1 ou 2 cremes, 1 a 4 complementos e 1 ou 2 frutas. Além disso, também oferecemos outras opções de produtos como salgados, sanduíche natural, suco de açaí, *milkshake*, refrigerantes e água. Todos os nossos produtos podem ser visualizados no Quadro 7.

Quadro 7 - Produtos

Nº	Produto
1	<i>Self-service</i> de Açaí e cremes
2	Copo de Açaí 300ml
3	Copo de Açaí 500ml
4	Copo de Açaí 700ml
5	Suco de Açaí 500ml
6	Salgados diversos
7	Sanduíche natural
8	<i>Milkshake</i> 500ml
9	Refrigerantes 350ml
10	Refrigerantes 220 ml
11	Água 500ml

Fonte: Elaboração própria (2024)

#### 4.5 ESTRATÉGIAS DE PREÇO

Para o cálculo dos preços do Insano Açaí serão considerados os custos do produto, custo fixo, margem de lucro e impostos. Além disso, será feita uma análise no Tambiá e bairros vizinhos para saber quando os clientes estão dispostos a pagar por produtos semelhantes aos nossos.

Os nossos clientes poderão pagar à vista e utilizar todos os cartões de crédito e débito.

#### 4.6 ESTRATÉGIAS DE PRAÇA

No início das nossas atividades contaremos apenas com uma loja física que ficará localizada na Avenida Monsenhor Walfredo Leal, Tambiá, João Pessoa - Paraíba. Esta avenida possui um grande fluxo de pessoas diariamente devido à proximidade do Centro e de várias empresas e por conta disso os idealizadores viram que poderia ser uma boa oportunidade abrir uma açaiteria nesta região.

A empresa O Insano Açaí venderá seus produtos diretamente ao consumidor final, através da loja física e do delivery. Inicialmente, contaremos com um motoboy freelancer que fará as entregas dos produtos da açaiteria até os clientes. Para expandir a nossa marca e ficar mais conhecidos no mercado, faremos parcerias com empresas da região para participar de eventos e levaremos nossos principais produtos para degustação e comercialização.

#### **4.7 ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO**

Inicialmente será realizada a divulgação da inauguração da empresa, que será feita através de posts nas redes sociais, como Facebook, Instagram e TikTok e através de cartazes espalhados pela cidade, principalmente na região do Centro de João Pessoa. O evento de inauguração terá degustação gratuita e contará com a participação de influenciadores da região, que serão convidados para cobrir o evento.

Após a inauguração as principais ações de marketing continuarão sendo realizadas nas redes sociais, por se tratar de um meio de comunicação rápido, interativo e de baixo custo e através de cartazes espalhados pela cidade que mostrarão nossos produtos, combos e promoções. Nas redes sociais serão criados perfis no Facebook, Instagram e TikTok, com o intuito de divulgar nossos produtos e novidades através de fotos e vídeos, priorizando sempre a interação com os clientes, para que eles possam opinar e deixar sugestões de melhorias.

Outras ações serão realizadas, como cartões fidelidade, onde os clientes receberão um açaí grátis na sua décima compra e descontos em datas comemorativas. Além disso, faremos parcerias com empresas locais, como universidades, escolas, academias, entre outras, para realizar a divulgação dos nossos produtos e novidades, oferecendo descontos e degustação grátis.

### **5. PLANO OPERACIONAL**

O seguinte plano operacional abrange todos os aspectos práticos necessários para o funcionamento eficiente do empreendimento.

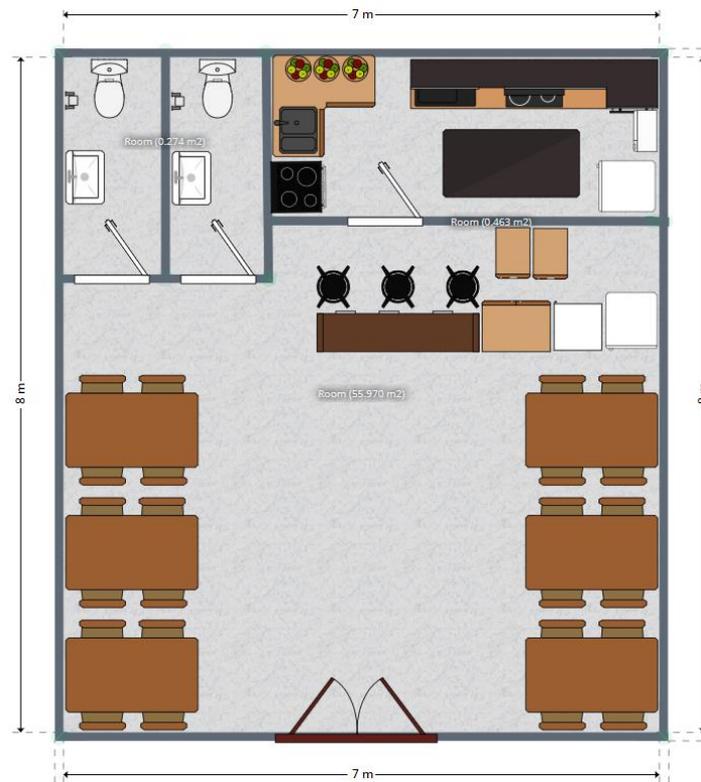
#### **5.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO**

A Figura 2 apresenta a planta da açaiteria O Insano Açaí. O prédio possui 56m<sup>2</sup>, tem 2 banheiros, 1 cozinha, 1 salão principal e capacidade para 24 pessoas, 4 em cada mesa. As mesas ficarão nas laterais da sala para deixar o centro livre, melhorando a locomoção dos clientes em direção ao balcão de atendimento que fica mais ao fundo.

Inicialmente, o self-service ficará ao lado das atendentes, facilitando a montagem dos açaís para o delivery. Os clientes poderão montar seu próprio açaí indo até o freezer que tem capacidade para 16 caixas de 5 litros e ao lado ficará o balcão personalizado com diversos complementos. Além disso, a açaiteria contará com 1 freezer vertical para refrigerantes, sucos e águas.

Para oferecermos o máximo de conforto e bem-estar para nossos clientes, teremos um ambiente climatizado, com uma TV de LED de 50 polegadas e Wi-Fi, além de uma decoração personalizada com a identidade visual do Insano Açaí e uma iluminação que proporcionará um clima aconchegante e moderno.

Figura 2 - Layout



Fonte: Elaboração própria (2024)

## 5.2 CAPACIDADE PRODUTIVA

A capacidade de atendimento do Insano Açai é de 30 pessoas simultaneamente.

## 5.3 NECESSIDADE DE PESSOAL

Para garantir um atendimento eficiente a todos os clientes e evitar sobrecarga nos serviços, foi necessário fazer uma análise do tamanho que será a açaiteria, da quantidade de pessoas esperadas inicialmente e do tempo de atendimento de estabelecimentos do mesmo ramo. Sendo assim, como nos mostra o Quadro 8, a açaiteria contará com 3 atendentes, 1 auxiliar de limpeza e um motoboy freelancer que terá carga horária flexível, sendo acionado de acordo com o volume de pedidos.

Quadro 8 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo	Funções	Qualificações	Carga Horária	Qtd
1	Gestor	Responsável pela administração geral da empresa, participar de reuniões, manter contato com fornecedores e parceiros	Ensino superior completo em administração, conhecimento intermediário em informática e pacote office, boa comunicação, proatividade, gestão do tempo e organização	Não definida	1
2	Atendente	Responsável por recepcionar os clientes, receber os pedidos, registrar no sistema, preparar, embalar, receber pagamentos e fechar contas	Ensino médio completo, habilidades com caixa, conhecimentos básicos em informática e boa comunicação	44 horas semanais	3
3	Auxiliar de Limpeza	Responsável por zelar, manter e limpar toda a açaiteria e guardar os materiais de limpeza em locais apropriados	Ensino fundamental completo, conhecimento em produtos de limpeza, organização e atenção aos detalhes	44 horas semanais	1
4	Motoboy	Responsável por fazer entregas aos clientes, utilizando uma motocicleta	Ensino médio completo, moto própria e CNH - categoria A	Flexível	1

Fonte: Elaboração própria (2024)

## 5.4 PLANEJAMENTO DE RECRUTAMENTO, SELEÇÃO E TREINAMENTO

### 5.4.1 Recrutamento

O recrutamento será feito através da análise do curriculum dos candidatos. Os candidatos encontrarão informações sobre vagas disponíveis em sites e redes sociais.

### 5.4.2 Seleção

A seleção será feita através de uma entrevista com o gestor. Se o gestor ficar em dúvida na escolha entre duas pessoas ou mais, poderá ser realizada uma dinâmica para a definição de quem será o contratado.

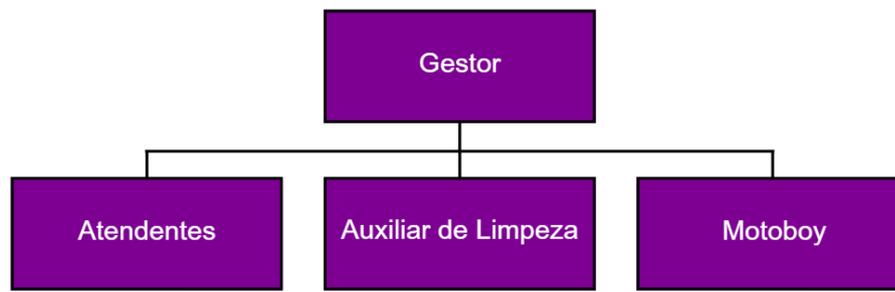
### 5.4.3 Treinamento

O treinamento dos atendentes será realizado por um profissional contratado.

## 5.5 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A Figura 3 apresenta a estrutura organizacional do Insano Açaí. No começo das atividades a açaiteria utilizará uma estrutura organizacional simples, na qual permite comunicação direta entre os funcionários e a participação do gestor nas atividades diárias da organização. O gestor ficará responsável pela área tática e estratégica da empresa. Visando uma maior flexibilidade e otimização dos processos utilizará uma gestão horizontal, onde todos os colaboradores serão subordinados a ele, mas suas opiniões serão consideradas nas tomadas de decisões.

Figura 3 - Estrutura organizacional



Fonte: Elaboração própria (2024)

## 5.6 FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO NO BALCÃO

A Figura 4 apresenta o fluxograma de atendimento no balcão. O processo de atendimento ao cliente no balcão consiste nas etapas de recepção, preparação do pedido, pagamento, embalagem e entrega.

Figura 4 - Fluxograma de atendimento no balcão

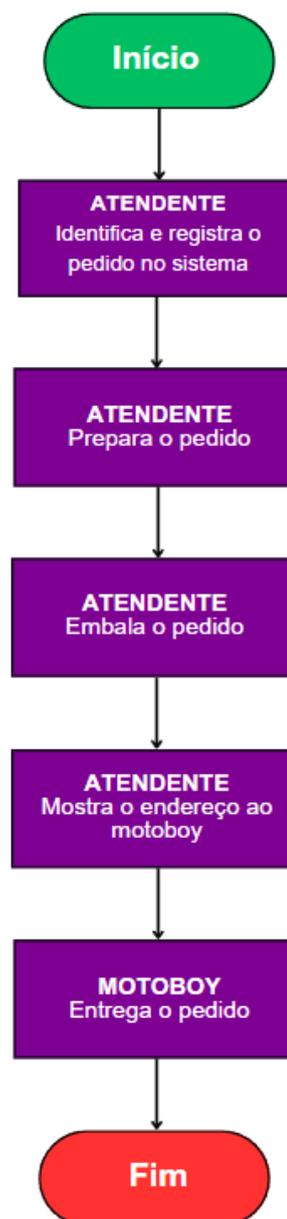


Fonte: Elaboração própria (2024)

## 5.7 FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO PELO DELIVERY

O atendimento ao cliente pelo *delivery* será realizado pelo sistema Anota AI, que é um sistema de autoatendimento para redes sociais e gerenciamento de pedidos. Com esse sistema a empresa consegue realizar um atendimento automatizado e personalizado por meio de um *chatbot*, que é um robô de atendimento virtual. O robô é programado para responder perguntas sobre o estabelecimento e essas respostas são editáveis, se aproximando de uma conversa com um ser humano. Sendo assim, por ser tudo personalizado e automatizado, a açaiteria conseguirá atender várias pessoas ao mesmo tempo. O fluxograma de atendimento ao cliente pelo *delivery* pode ser visualizado na Figura 5.

Figura 5 - Fluxograma de atendimento pelo delivery



Fonte: Elaboração própria (2024)

## 6. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro apresenta todos os números da organização. Esses números são apresentados através de estimativas que ajudam os empreendedores a identificarem quanto investir no negócio.

### 6.1 INVESTIMENTOS FIXOS

Os investimentos fixos são os bens que possuem uma vida útil mais longa como máquinas, móveis, utensílios e computadores.

Tabela 8 - Máquinas (A)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Valor Total
1	Ar-condicionado 12.000 BTUs	1	R\$ 2.186,00	R\$ 2.186,00
2	Balança	1	R\$ 825,63	R\$ 825,63
3	Batedeira	1	R\$ 109,90	R\$ 109,90
4	Chapa elétrica com prensa	1	R\$ 599,00	R\$ 599,00
5	Estufa para salgados	1	R\$ 455,00	R\$ 455,00
6	Fogão	1	R\$ 829,00	R\$ 829,00
7	Freezer horizontal 500L	1	R\$ 4.632,00	R\$ 4.632,00
8	Freezer vertical 300L	1	R\$ 2.022,00	R\$ 2.022,00
9	Impressora térmica	1	R\$ 788,00	R\$ 788,00
10	Liquidificador industrial 2L	1	R\$ 409,00	R\$ 409,00
11	Maquineta de cartão de crédito e débito	1	R\$ 514,00	R\$ 514,00
12	Micro-ondas	1	R\$ 499,00	R\$ 499,00
13	Smart TV LED 50 polegadas	1	R\$ 2.249,00	R\$ 2.249,00
<b>Subtotal (A)</b>				<b>R\$ 16.117,53</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 9 - Móveis (B)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Valor Total
1	Armário de cozinha	1	R\$ 1.370,00	R\$ 1.370,00
2	Balcão de atendimento	1	R\$ 550,00	R\$ 550,00
3	Balcão personalizado para condimentos	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
4	Cadeira caixa alta secretária giratória	3	R\$ 240,00	R\$ 720,00
5	Conjunto de mesas e cadeiras	6	R\$ 362,00	R\$ 2.172,00
6	Estante	2	R\$ 450,00	R\$ 900,00
7	Mesa de inox	1	R\$ 1.236,00	R\$ 1.236,00
<b>Subtotal (B)</b>				<b>R\$ 8.948,00</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 10 – Utensílios (C)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Valor Total
1	Balde para boleador de sorvete	2	R\$ 38,50	R\$ 77,00
2	Bisnaga invertida 946ml	2	R\$ 46,00	R\$ 92,00
3	Boleador de sorvete 20cm	2	R\$ 87,25	R\$ 174,50
4	Concha de servir de inox	20	R\$ 10,00	R\$ 200,00
5	Copo medidor 500ml	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
6	Espátula de inox	2	R\$ 14,99	R\$ 29,98
7	Farinheira	8	R\$ 16,90	R\$ 135,20
8	Mini formas para petit gateau (12 un)	1	R\$ 26,70	R\$ 26,70
9	Kit de caixas organizadoras (3 un)	1	R\$ 114,93	R\$ 114,93
10	Kit de colheres de sobremesa (12 un)	2	R\$ 18,99	R\$ 37,98
11	Kit de colheres de medida (6 un)	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
12	Kit de cubas gastronômicas 1/6 (10 un)	2	R\$ 436,90	R\$ 873,80
13	Kit de pratos rasos (12 un)	2	R\$ 79,00	R\$ 158,00
14	Kit de utensílios de cozinha (12 peças)	2	R\$ 65,99	R\$ 131,98
15	Kit para cortar e servir bolos e tortas	1	R\$ 32,79	R\$ 32,79
16	Kit de pratos de sobremesa (24 un)	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
17	Kit de talheres (18 peças)	4	R\$ 30,99	R\$ 123,96
18	Jogo de panelas (13 peças)	1	R\$ 339,92	R\$ 339,92
19	Mesa de inox	1	R\$ 1.236,00	R\$ 1.236,00
20	Porta-bolos com tampa	2	R\$ 45,00	R\$ 90,00
21	Porta-guardanapos e canudos	6	R\$ 40,00	R\$ 240,00
22	Tábua de corte	2	R\$ 28,00	R\$ 56,00

23	Tigela em aço inox	2	R\$ 18,99	R\$ 37,98
24	Batedor de ovos em aço inox	2	R\$ 11,75	R\$ 23,50
25	Lixeiras	4	R\$ 15,00	R\$ 60,00
<b>Subtotal (C)</b>				<b>R\$ 4.447,22</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 11 - Computadores (D)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Valor Total
1	Computador	1	R\$ 1.189,00	R\$ 1.189,00
<b>Subtotal (D)</b>				<b>R\$ 1.189,00</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 12 - Total dos investimentos fixos

<b>Total dos investimentos fixos (A+B+C+D)</b>	<b>R\$ 30.701,75</b>
--	----------------------

Fonte: Elaboração própria (2024)

## 6.2 ESTOQUE INICIAL

O estoque inicial são todos os produtos e matérias-primas necessários para o início das operações. Para o estoque inicial do Insano Açaí foi considerada uma média de vendas de 7 dias de operação.

Tabela 13 - Açaís e cremes (A)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Açaímix (5L)	12	R\$ 54,00	R\$ 648,00
2	Açaímix Morango (5L)	6	R\$ 54,00	R\$ 324,00
3	Açaímix Whey Protein (5L)	4	R\$ 56,00	R\$ 144,00
4	Açaímix Zero (5L)	4	R\$ 56,00	R\$ 224,00
5	Creme de Bananamix (5L)	1	R\$ 47,00	R\$ 47,00
6	Creme Choconute (5L)	3	R\$ 57,00	R\$ 171,00
7	Creme de Cupuaçu (5L)	1	R\$ 42,00	R\$ 42,00
8	Creme Energético (5L)	1	R\$ 42,00	R\$ 42,00
9	Creme de Laka com Bis (5L)	1	R\$ 47,00	R\$ 47,00
10	Creme de Maracujá (5L)	1	R\$ 47,00	R\$ 47,00
11	Creme de Morango (5L)	3	R\$ 47,00	R\$ 141,00
12	Creme de Ninho (5L)	2	R\$ 47,00	R\$ 94,00
13	Creme de Ninho Trufado (5L)	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
14	Creme de Ovomaltine (5L)	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00

15	Creme de Pitaya (5L)	1	R\$ 42,00	R\$ 42,00
16	Creme de Tapioca (5L)	2	R\$ 42,00	R\$ 84,00
<b>Subtotal (A)</b>				<b>R\$ 2.297,00</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 14 – Complementos (B)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Banana (kg)	5	R\$ 4,50	R\$ 22,50
2	Kiwi (kg)	5	R\$ 12,00	R\$ 60,00
3	Manga (kg)	3	R\$ 6,90	R\$ 20,70
4	Morango (kg)	5	R\$ 26,00	R\$ 130,00
5	Leite condensado (395g)	50	R\$ 4,79	R\$ 239,50
6	Leite em pó (200g)	20	R\$ 7,13	R\$ 142,60
7	Paçoca (1,005kg)	5	R\$ 19,95	R\$ 99,75
8	Farinha láctea (600g)	4	R\$ 21,68	R\$ 86,72
9	Granola (1kg)	5	R\$ 14,39	R\$ 71,95
10	Coco ralado (1kg)	1	R\$ 43,75	R\$ 43,75
11	Aveia em flocos (165g)	7	R\$ 4,45	R\$ 31,15
12	Mel (1L)	1	R\$ 42,35	R\$ 42,35
13	Amendoim (5kg)	1	R\$ 75,00	R\$ 75,00
14	Amendoim granulado	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
15	Amendoim de chocolate (500g)	5	R\$ 11,20	R\$ 56,00
16	Amendoim confeitado (500g)	5	R\$ 11,79	R\$ 58,95
17	Pasta de amendoim (1kg)	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
18	Bis (100,8g)	7	R\$ 5,00	R\$ 35,00
19	Ovomaltine (600g)	7	R\$ 23,90	R\$ 167,30
20	Jujuba (1kg)	2	R\$ 14,99	R\$ 29,98
21	Creme de leite (200g)	10	R\$ 2,84	R\$ 28,40
22	Doce de leite (5kg)	1	R\$ 75,00	R\$ 75,00
23	Nutella (650g)	5	R\$ 50,00	R\$ 250,00
24	Chocoballs (500g)	6	R\$ 18,99	R\$ 113,94
25	Chococandy (500g)	6	R\$ 18,80	R\$ 112,80
26	Gotas de chocolate (1kg)	4	R\$ 19,99	R\$ 79,96
27	Tubetes de wafer (1kg)	2	R\$ 56,18	R\$ 112,36
28	Marshmallows (250g)	8	R\$ 8,39	R\$ 67,12
29	Barra de chocolate (80g)	15	R\$ 8,49	R\$ 127,35
30	Biscoito Oreo (90g)	20	R\$ 3,25	R\$ 65,00

31	Kit Kat (caixa c/24 un)	1	R\$ 72,00	R\$ 72,00
<b>Subtotal (B)</b>				<b>R\$ 2.717,13</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 15 - Ingredientes para salgados e sanduíches (C)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Farinha de trigo (1kg)	20	R\$ 5,59	R\$ 55,90
2	Leite (1L)	10	R\$ 5,35	R\$ 53,50
3	Ovos (caixa c/ 30 un)	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00
4	Açúcar (1kg)	5	R\$ 4,90	R\$ 24,50
5	Sal (1kg)	3	R\$ 3,09	R\$ 9,27
6	Óleo de soja (900ml)	6	R\$ 5,89	R\$ 35,34
7	Margarina (3kg)	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
8	Frango desfiado (400g)	4	R\$ 19,95	R\$ 79,80
9	Catupiry (1,5kg)	1	R\$ 55,90	R\$ 55,90
10	Carne moída (500g)	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
11	Queijo Mussarela (kg)	2	R\$ 17,98	R\$ 35,96
12	Presunto (kg)	2	R\$ 8,99	R\$ 17,98
13	Pão de forma integral (500g)	6	R\$ 9,79	R\$ 58,74
14	Pão de forma tradicional (400g)	5	R\$ 8,99	R\$ 44,95
15	Ketchup (galão de 3kg)	1	R\$ 26,90	R\$ 26,90
16	Maionese (balde de 3kg)	1	R\$ 24,32	R\$ 24,32
17	Mostarda (galão de 3kg)	1	R\$ 21,50	R\$ 21,50
18	Cenoura (kg)	2	R\$ 2,70	R\$ 5,40
19	Alface crespa (un)	8	R\$ 1,76	R\$ 14,08
20	Tomate (kg)	5	R\$ 3,49	R\$ 17,45
21	Alho (kg)	1	R\$ 30,90	R\$ 30,90
22	Cebola (kg)	2	R\$ 3,99	R\$ 7,98
23	Pimenta do reino moída (50g)	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
24	Laranja (kg)	7	R\$ 3,45	R\$ 24,15
25	Limão (kg)	3	R\$ 5,18	R\$ 15,54
<b>Subtotal (C)</b>				<b>R\$ 765,06</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 16 - Descartáveis (D)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Copo (300ml)	200	R\$ 0,26	R\$ 52,00
2	Copo (500ml)	200	R\$ 0,30	R\$ 60,00
3	Copo (700ml)	100	R\$ 0,54	R\$ 54,00
4	Tampa (300ml)	200	R\$ 0,20	R\$ 40,00
5	Tampa (500ml)	200	R\$ 0,25	R\$ 50,00
6	Tampa (700ml)	100	R\$ 0,30	R\$ 30,00
7	Colher roxa	500	R\$ 0,14	R\$ 70,00
8	Colher de café (200 un)	2	R\$ 8,90	R\$ 17,80
9	Canudo (100 un)	5	R\$ 6,00	R\$ 30,00
10	Guardanapo (50 un)	10	R\$ 8,90	R\$ 89,00
11	Saco para delivery (50 un)	10	R\$ 40,00	R\$ 400,00
12	Saco para embalar (1000 un)	1	R\$ 85,00	R\$ 85,00
13	Papel filme (100 m)	1	R\$ 12,80	R\$ 12,80
14	Papel toalha (pacote)	5	R\$ 6,75	R\$ 33,75
15	Pano multiuso (50 un)	2	R\$ 17,90	R\$ 35,80
16	Luva descartável preta (100 un)	10	R\$ 11,50	R\$ 115,00
17	Touca descartável (100 un)	2	R\$ 10,10	R\$ 20,20
18	Bobina para impressora (30 un)	1	R\$ 109,11	R\$ 109,11
<b>Subtotal (D)</b>				<b>R\$ 1.304,46</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 17 - Bebidas (E)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Água sem gás (500ml)	48	R\$ 0,99	R\$ 47,52
2	Água com gás (500ml)	24	R\$ 1,25	R\$ 30,00
3	Coca-cola (350ml)	24	R\$ 3,79	R\$ 90,96
4	Coca-cola (220ml)	24	R\$ 2,69	R\$ 64,56
5	Fanta laranja (350ml)	12	R\$ 3,44	R\$ 41,28
6	Fanta uva (350ml)	12	R\$ 3,44	R\$ 41,28
7	Guaraná (350ml)	12	R\$ 3,49	R\$ 41,88
8	Sprite (350ml)	12	R\$ 3,19	R\$ 38,28
<b>Subtotal (E)</b>				<b>R\$ 395,76</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 18 - Produtos de limpeza (F)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Desinfetante (5L)	2	R\$ 9,90	R\$ 19,80
2	Multiuso (500ml)	2	R\$ 3,50	R\$ 7,00
3	Detergente (500ml)	6	R\$ 2,99	R\$ 17,94
4	Limpa vidros (500ml)	4	R\$ 3,30	R\$ 13,20
5	Água sanitária (1L)	4	R\$ 2,50	R\$ 10,00
6	Álcool gel (5L)	1	R\$ 36,90	R\$ 36,90
7	Álcool líquido (1L)	2	R\$ 8,00	R\$ 16,00
8	Esponja (kit c/ 10un)	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
9	Borrifador	2	R\$ 6,00	R\$ 12,00
10	Vassoura	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
11	Rodo	1	R\$ 18,00	R\$ 18,00
12	Saco de lixo 60L (100un)	1	R\$ 24,50	R\$ 24,50
13	Pano de chão	4	R\$ 6,00	R\$ 24,00
<b>Subtotal (F)</b>				<b>R\$ 224,34</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 19 - Total do estoque inicial

<b>Total do Estoque Inicial (A+B+C+D+E+F)</b>	<b>R\$ 7.703,75</b>
---	---------------------

Fonte: Elaboração própria (2024)

### 6.3 CAIXA MÍNIMO

O caixa mínimo é o valor mínimo que a empresa precisa ter para cobrir despesas de curto prazo. Para identificar o caixa mínimo do Insano Açai foram realizados cálculos do prazo médio de recebimento de vendas (Tabela 20), prazo médio para pagamento de compras (Tabela 21) e da necessidade média de estoque (Tabela 22), o que nos permitiu descobrir a necessidade líquida de capital de giro em dias (Tabela 23). Sendo assim, foi possível descobrir o custo total diário e o caixa mínimo (Tabela 24). Por fim, o valor do caixa mínimo foi somado com o valor do estoque inicial, resultando no valor do capital de giro inicial (Tabela 25).

Tabela 20 - Prazo médio de recebimento de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média ponderada em dias
À vista	60,00	0	0
Débito	25,00	1	0,25
Crédito	15,00	30	4,5
<b>Prazo médio total</b>			<b>5</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 21 - Prazo médio para pagamento de compras

<b>Prazo médio de compras</b>	<b>(%)</b>	<b>Número de dias</b>	<b>Média ponderada em dias</b>
À vista	96,00	0	0
Prazo 1	4,00	15	0,60
Prazo 2	0,00	30	0
<b>Prazo médio total</b>			<b>1</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 22 - Necessidade média de estoque

<b>Necessidade média de estoque (Número de dias)</b>	<b>5</b>
--	----------

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 23 - Necessidade líquida de capital de giro em dias

<b>Recursos da empresa fora do seu caixa</b>	<b>Número de dias</b>
1. Contas a receber - prazo médio de vendas	5
2. Estoques - necessidade média de estoques	5
Subtotal Recursos fora do caixa	10
3. Fornecedores - prazo médio de compras	1
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	1
<b>Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias</b>	<b>9</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 24 - Caixa mínimo

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
1. Custo fixo mensal	R\$ 21.684,90
2. Custo variável mensal	R\$ 17.803,12
3. Custo total da empresa	R\$ 39.488,02
4. Custo total diário	R\$ 1.518,77
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	9
<b>Total de Caixa Mínimo</b>	<b>R\$ 13.668,93</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 25 - Capital de giro inicial

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
Estoque Inicial	R\$ 7.703,75
Caixa Mínimo	R\$ 13.668,93
<b>Total do Capital de Giro Inicial</b>	<b>R\$ 21.372,68</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

## 6.4 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

A Tabela 26 apresenta os investimentos pré-operacionais. Esses investimentos representam todos os gastos que serão realizados antes do início das operações.

Tabela 26 - Investimentos pré-operacionais

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
Despesas de Legalização	R\$ 3.000,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 20.000,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 2.500,00
Cursos e treinamentos	R\$ 1.000,00
Outras despesas	-
<b>Total</b>	<b>R\$ 26.500,00</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

## 6.5 INVESTIMENTO TOTAL

Tabela 27 - Investimento total

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
Investimentos Fixos	R\$ 30.701,75
Capital de Giro	R\$ 21.372,68
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 26.500,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 78.574,43</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

## 6.6 FATURAMENTO MENSAL

A Tabela 28 apresenta o faturamento mensal. Para realizar a estimativa de faturamento mensal foi considerada uma média de atendimento de aproximadamente 70 pessoas por dia a um ticket médio de R\$ 25,00 e 26 dias de operação.

Tabela 28 - Faturamento mensal

Nº	Descrição	Preço de Venda	Estimativa de Vendas	Faturamento Total
1	<i>Self-Service</i> de Açaí (kg)	R\$ 49,90	500	R\$ 24.950,00
2	Copo de Açaí 300ml	R\$ 19,90	250	R\$ 4.975,00
3	Copo de Açaí 500ml	R\$ 27,90	200	R\$ 5.580,00
4	Copo de Açaí 700ml	R\$ 35,90	100	R\$ 3.590,00
5	Suco de Açaí 500ml	R\$ 15,00	100	R\$ 1.500,00
6	Salgados diversos	R\$ 5,00	200	R\$ 1.000,00
7	Sanduíche natural	R\$ 7,00	100	R\$ 700,00
8	<i>Milkshake</i> 500ml	R\$ 15,00	100	R\$ 1.500,00
9	Refrigerantes 350ml	R\$ 7,00	125	R\$ 875,00
10	Refrigerantes 220 ml	R\$ 4,00	100	R\$ 400,00
11	Água 500ml	R\$ 5,00	86	R\$ 430,00
<b>Total</b>				<b>R\$ 45.500,00</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

### 6.6.1 Projeção das Receitas

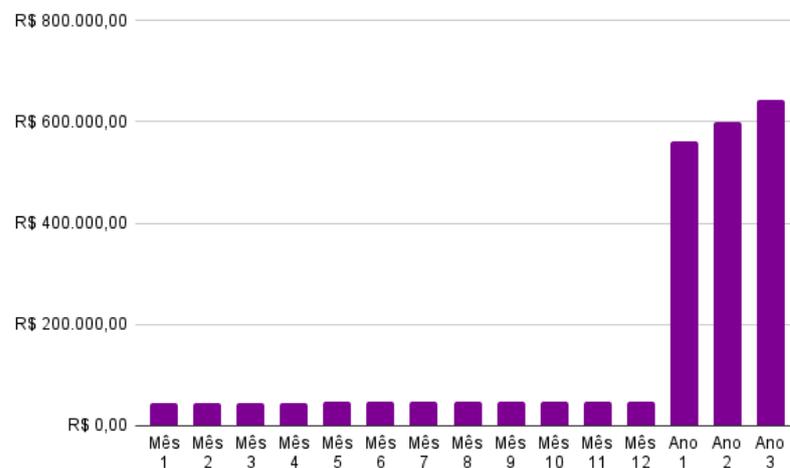
A projeção das receitas considera um crescimento a uma taxa constante de 0,5 % ao mês para os primeiros 12 meses e 7 % nos 2 anos seguintes.

Tabela 29 - Projeção das receitas

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 45.500,00
Mês 2	R\$ 45.727,50
Mês 3	R\$ 45.956,14
Mês 4	R\$ 46.185,92
Mês 5	R\$ 46.416,85
Mês 6	R\$ 46.648,93
Mês 7	R\$ 46.882,18
Mês 8	R\$ 47.116,59
Mês 9	R\$ 47.352,17
Mês 10	R\$ 47.588,93
Mês 11	R\$ 47.826,88
Mês 12	R\$ 48.066,01
Ano 1	R\$ 561.268,09
Ano 2	R\$ 600.556,85
Ano 3	R\$ 642.595,83

Fonte: Elaboração própria (2024)

Gráfico 10 - Projeção das receitas



Fonte: Elaboração própria (2024)

## 6.7 CUSTO UNITÁRIO

Para a realização do cálculo dos custos unitários foram considerados os custos de cada material presente em cada produto.

Tabela 30 - Self-service de Açaí

<b>Materiais/Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Açaís, cremes, frutas e complementos (média do kg)	1	R\$ 12,00	R\$ 12,00
Copo	1	R\$ 0,37	R\$ 0,37
Colher roxa	1	R\$ 0,14	R\$ 0,14
<b>Total</b>			<b>R\$ 12,64</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 31 - Copo de açaí 300ml

<b>Materiais/Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Açaís, cremes, frutas e complementos	1	R\$ 3,64	R\$ 3,64
Copo 300ml	1	R\$ 0,26	R\$ 0,26
Tampa 300ml	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Colher roxa	1	R\$ 0,14	R\$ 0,14
Saco para <i>delivery</i>	1	R\$ 0,80	R\$ 0,80
<b>Total</b>			<b>R\$ 5,04</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 32 - Copo de açaí 500ml

<b>Materiais/Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Açaís, cremes, frutas e complementos	1	R\$ 6,00	R\$ 6,00
Copo 500ml	1	R\$ 0,30	R\$ 0,30
Tampa 500ml	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Colher roxa	1	R\$ 0,14	R\$ 0,14
Saco para <i>delivery</i>	1	R\$ 0,80	R\$ 0,80
<b>Total</b>			<b>R\$ 7,49</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 33 - Copo de açaí 700ml

<b>Materiais/Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Açaís, cremes, frutas e complementos	1	R\$ 8,39	R\$ 8,39
Copo 700ml	1	R\$ 0,54	R\$ 0,54
Tampa 700ml	1	R\$ 0,25	R\$ 0,25
Colher roxa	1	R\$ 0,14	R\$ 0,14
Saco para <i>delivery</i>	1	R\$ 0,80	R\$ 0,80
<b>Total</b>			<b>R\$ 10,12</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 34 - Suco de açaí 500ml

<b>Materiais/Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Açaí 200g	1	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Frutas 200g	1	R\$ 2,00	R\$ 2,00
Copo 500ml	1	R\$ 0,30	R\$ 0,30
Canudo	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
<b>Total</b>			<b>R\$ 4,86</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 35 - Salgados diversos

<b>Materiais/Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Salgado	1	R\$ 1,50	R\$ 1,50
Guardanapo	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
<b>Total</b>			<b>R\$ 1,62</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 36 - Sanduíche natural

<b>Materiais/Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Pão	1	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Catupiry	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Frango desfiado	1	R\$ 2,00	R\$ 2,00
Alface	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Tomate	1	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Cenoura	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
<b>Total</b>			<b>R\$ 4,10</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 37 - Milkshake 500ml

<b>Materiais/Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Açaí 200g	1	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Leite 200ml	1	R\$ 1,10	R\$ 1,10
Banana	1	R\$ 0,60	R\$ 0,60
Copo 500ml	1	R\$ 0,30	R\$ 0,30
Canudo	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
<b>Total</b>			<b>R\$ 4,56</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 38 - Refrigerantes 350ml

<b>Materiais/Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Refrigerantes 350ml	1	R\$ 3,47	R\$ 3,47
<b>Total</b>			<b>R\$ 3,47</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 39 - Refrigerantes 220ml

<b>Materiais/Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Refrigerantes 220ml	1	R\$ 2,70	R\$ 2,70
<b>Total</b>			<b>R\$ 2,70</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

Tabela 40 - Água 500ml

<b>Materiais/Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Água 500ml	1	R\$ 1,12	R\$ 1,12
<b>Total</b>			<b>R\$ 1,12</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

## 6.8 CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

A Tabela 41 demonstra os custos de comercialização. Os custos de comercialização são necessários para a promoção e venda dos produtos ou serviços da empresa.

Tabela 41 - Custos de comercialização

<b>Descrição</b>	<b>%</b>	<b>Faturamento Estimado</b>	<b>Total</b>
SIMPLES (Imposto Federal)	6,51%	R\$ 45.500,00	R\$ 2.962,05
Comissões (Gastos com Vendas)	-	R\$ 45.500,00	-
Publicidade (Gastos com Vendas)	2%	R\$ 45.500,00	R\$ 910,00
Taxas de cartões (Gasto com Vendas)	3%	R\$ 45.500,00	R\$ 1.365,00
Total com impostos		R\$ 2.962,05	
Gasto total com vendas		R\$ 2.275,00	
<b>Total geral (impostos + vendas)</b>		<b>R\$ 5.237,05</b>	

Fonte: Elaboração própria (2024)

### 6.8.1 Projeção dos Custos de Comercialização

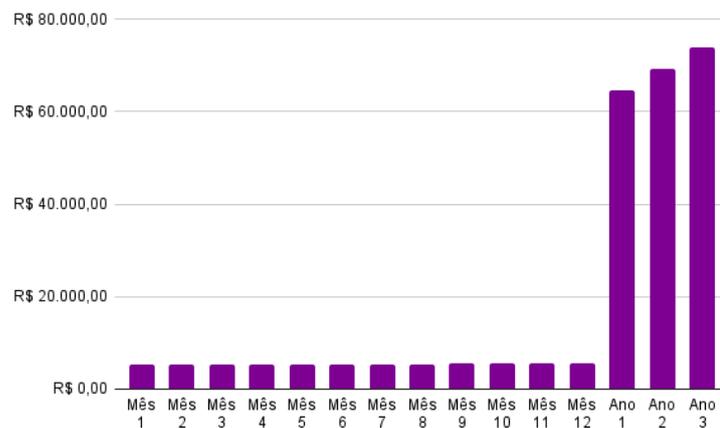
Para a projeção dos custos de comercialização foi considerado um crescimento a uma taxa constante de 0,5 % ao mês para os primeiros 12 meses e 7 % nos 2 anos seguintes.

Tabela 42 - Projeção dos custos de comercialização

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 5.237,05
Mês 2	R\$ 5.263,24
Mês 3	R\$ 5.289,55
Mês 4	R\$ 5.316,00
Mês 5	R\$ 5.342,58
Mês 6	R\$ 5.369,29
Mês 7	R\$ 5.396,14
Mês 8	R\$ 5.423,12
Mês 9	R\$ 5.450,23
Mês 10	R\$ 5.477,49
Mês 11	R\$ 5.504,87
Mês 12	R\$ 5.532,40
Ano 1	R\$ 64.601,96
Ano 2	R\$ 69.124,09
Ano 3	R\$ 73.962,78

Fonte: Elaboração própria (2024)

Gráfico 11 - Projeção dos custos de comercialização



Fonte: Elaboração própria (2024)

## 6.9 APURAÇÃO DO CUSTO DE MD E/OU MV

Os custos dos materiais diretos foram calculados considerando a quantidade estimada de vendas.

Tabela 43 - Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto	Estimativa de Vendas	Custo Unitário	CMD / CMV
1	<i>Self-service</i> de Açaí (kg)	500	R\$ 12,64	R\$ 6.320,00
2	Copo de Açaí 300ml	250	R\$ 5,04	R\$ 1.260,00
3	Copo de Açaí 500ml	200	R\$ 7,49	R\$ 1.498,00
4	Copo de Açaí 700ml	100	R\$ 10,12	R\$ 1.012,00
5	Suco de Açaí 500ml	100	R\$ 4,86	R\$ 486,00
6	Salgados diversos	200	R\$ 1,62	R\$ 324,00
7	Sanduíche natural	100	R\$ 4,10	R\$ 410,00
8	<i>Milkshake</i> 500ml	100	R\$ 4,56	R\$ 456,00
9	Refrigerantes 350ml	125	R\$ 3,47	R\$ 433,75
10	Refrigerantes 220 ml	100	R\$ 2,70	R\$ 270,00
11	Água 500ml	86	R\$ 1,12	R\$ 96,32
<b>Total</b>				<b>R\$ 12.566,07</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

### 6.9.1 Projeção dos Custos de MD e/ou MV

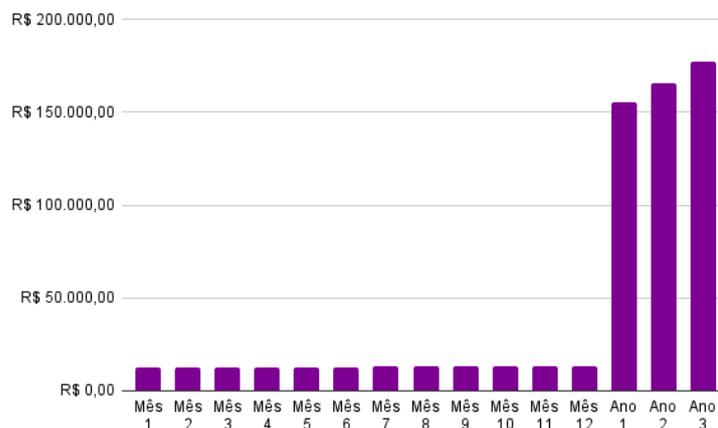
Para a projeção dos custos de materiais diretos foi considerado um crescimento de 0,5 % ao mês para os primeiros 12 meses e 7 % nos 2 anos seguintes.

Tabela 44 - Projeção dos custos de MD e/ou MV

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 12.566,07
Mês 2	R\$ 12.628,90
Mês 3	R\$ 12.692,04
Mês 4	R\$ 12.755,51
Mês 5	R\$ 12.819,28
Mês 6	R\$ 12.883,38
Mês 7	R\$ 12.947,80
Mês 8	R\$ 13.012,53
Mês 9	R\$ 13.077,60
Mês 10	R\$ 13.142,99
Mês 11	R\$ 13.208,70
Mês 12	R\$ 13.274,74
Ano 1	R\$ 155.009,54
Ano 2	R\$ 165.860,21
Ano 3	R\$ 177.470,42

Fonte: Elaboração própria (2024)

Gráfico 12 - Projeção dos custos de MD e/ou MV



Fonte: Elaboração própria (2024)

## 6.10 CUSTOS COM MÃO DE OBRA

Os custos com mão de obra são os custos relacionados a cada funcionário da empresa. Além do valor do salário são considerados (FGTS, INSS, horas extras, férias etc.).

Tabela 45 - Custos com mão de obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	% de encargos	Encargos sociais	Total
Atendente	3	R\$ 1.882,00	R\$ 5.646,00	32,82%	R\$ 1853,02	R\$ 7.449,02
Auxiliar de Limpeza	1	R\$ 1.412,00	R\$ 1.412,00	32,82%	R\$ 463,42	R\$ 1.875,42
<b>Total</b>	<b>4</b>		<b>R\$ 7.058,00</b>		<b>R\$ 2.316,44</b>	<b>R\$ 9.324,44</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

## 6.11 CUSTOS COM DEPRECIÇÃO

A depreciação é a perda de valor dos bens com o tempo. Para o cálculo foi considerado uma vida útil de 10 anos para máquinas, equipamentos, móveis e utensílios e 2 anos para computadores.

Tabela 46 - Custos com depreciação

Elemento	Valor do bem	Vida útil em anos	Depreciação anual	Depreciação mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 16.117,53	10	R\$ 1.611,75	R\$ 134,31
Móveis e Utensílios	R\$ 13.395,22	10	R\$ 1.339,52	R\$ 111,63
Computadores	R\$ 1.189,00	2	R\$ 594,5	R\$ 49,54
<b>Total</b>			<b>R\$ 3545,77</b>	<b>R\$ 295,48</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

## 6.12 CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

Os custos fixos são aqueles que permanecem constantes independente do volume de produção ou vendas do negócio.

Tabela 47 - Custos fixos operacionais mensais

<b>Descrição</b>	<b>Custo</b>
Aluguel	R\$ 2.500,00
Condomínio	-
IPTU	-
Água	R\$ 100,00
Energia Elétrica	R\$ 1.000,00
Telefone + Internet	R\$ 134,99
Honorários do contador	R\$ 500,00
Pró-Labore	R\$ 5.000,00
Manutenção de equipamentos	R\$ 200,00
Salários + Encargos	R\$ 9.324,44
Material de Limpeza	R\$ 200,00
Material de escritório	R\$ 100,00
Taxas diversas	R\$ 329,99
Serviços de terceiros	R\$ 2.000,00
Depreciação	R\$ 295,48
<b>Total</b>	<b>R\$ 21.684,90</b>

Fonte: Elaboração própria (2024)

### 6.12.1 Projeção dos custos fixos

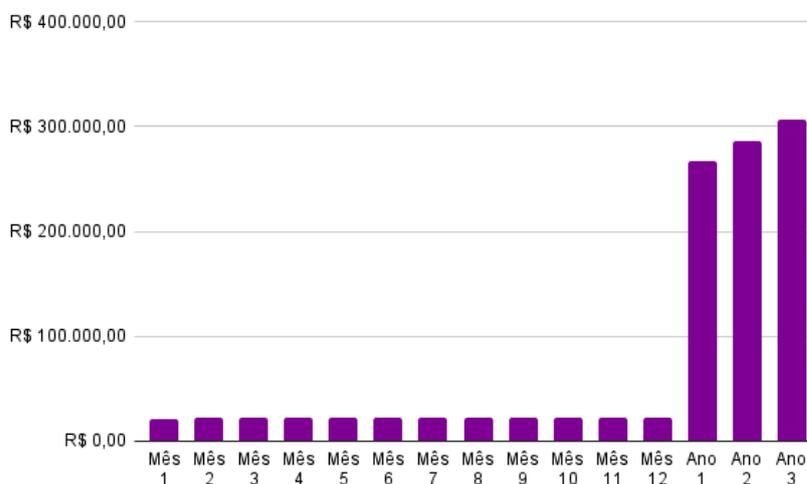
Para a projeção dos custos fixos foi considerado um crescimento a uma taxa constante de 0,5% ao mês nos primeiros 12 meses e 7% nos 2 anos seguintes.

Tabela 48 - Projeção dos custos fixos

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 21.684,90
Mês 2	R\$ 21.793,32
Mês 3	R\$ 21.902,29
Mês 4	R\$ 22.011,80
Mês 5	R\$ 22.121,86
Mês 6	R\$ 22.232,47
Mês 7	R\$ 22.343,63
Mês 8	R\$ 22.455,35
Mês 9	R\$ 22.567,63
Mês 10	R\$ 22.680,47
Mês 11	R\$ 22.793,87
Mês 12	R\$ 22.907,84
Ano 1	R\$ 267.495,44
Ano 2	R\$ 286.220,12
Ano 3	R\$ 306.255,53

Fonte: Elaboração própria (2024)

Gráfico 13 - Projeção dos custos



Fonte: Elaboração própria (2024)

### 6.13 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

O demonstrativo de resultado do exercício (DRE) é um relatório financeiro que apresenta as receitas, custos e despesas do negócio.

Tabela 49 - Demonstrativo de resultados

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor anual</b>	<b>%</b>
1. Receita total com vendas	R\$ 45.500,00	R\$ 561.268,09	100%
2. Custos variáveis totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV (*)	R\$ 12.566,07	R\$ 155.009,54	27,62%
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 2.962,05	R\$ 36.538,55	6,51%
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 2.275,00	R\$ 28.063,40	5%
Total de custos variáveis	R\$ 17.803,12	R\$ 219.611,49	39,13%
3. Margem de contribuição	R\$ 27.696,88	R\$ 341.656,60	60,87%
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 21.684,90	R\$ 267.495,44	47,66%
5. Resultado operacional: LUCRO	R\$ 6.011,98	R\$ 74.161,16	13,21%

Fonte: Elaboração própria (2024)

A Tabela 49 apresenta o DRE, através dele podemos perceber que o lucro líquido da empresa é de R\$ 6.011,98 ao mês, esse valor será dividido mensalmente entre os sócios. Ademais, o lucro líquido anual do Insano Açáí será de R\$ 74.161,16, o que revela uma boa lucratividade de 13,21%.

### 6.13.1 Projeção do DRE

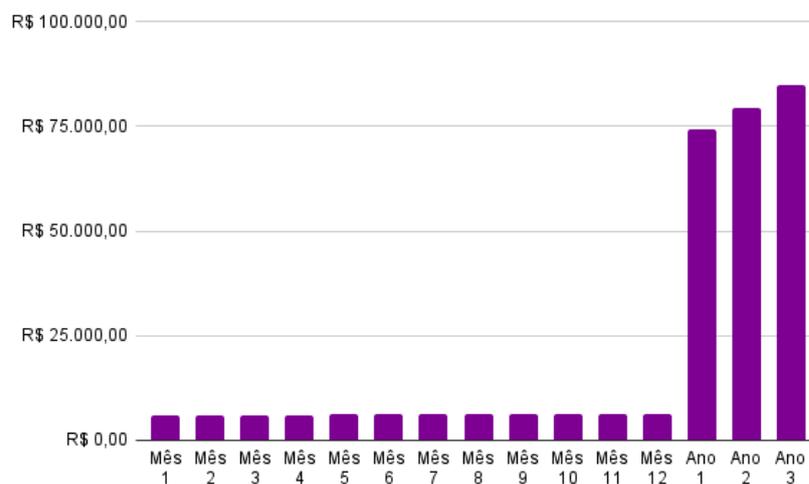
A projeção do DRE foi realizada considerando um aumento de 0,5% ao mês nos primeiros 12 meses e 7% nos 2 anos seguintes.

Tabela 50 - Projeção do DRE

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 6.011,98
Mês 2	R\$ 6.042,04
Mês 3	R\$ 6.072,25
Mês 4	R\$ 6.102,61
Mês 5	R\$ 6.133,12
Mês 6	R\$ 6.163,79
Mês 7	R\$ 6.194,61
Mês 8	R\$ 6.225,58
Mês 9	R\$ 6.256,71
Mês 10	R\$ 6.287,99
Mês 11	R\$ 6.319,43
Mês 12	R\$ 6.351,03
Ano 1	R\$ 74.161,16
Ano 2	R\$ 79.352,44
Ano 3	R\$ 84.907,11

Fonte: Elaboração própria (2024)

Gráfico 14 - Projeção do DRE



Fonte: Elaboração própria (2024)

## 6.14 INDICADORES DE VIABILIDADE

Os indicadores de viabilidade ajudam a avaliar se o negócio é rentável a longo prazo. Dessa forma, foram calculados o ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade e o prazo de retorno do investimento.

### 6.14.1 Ponto de Equilíbrio

Margem de Contribuição: (Receita Total - Custos Variáveis) = R\$ 561.268,09 - R\$ 219.611,49 = R\$ 341.656,60

Ponto de Equilíbrio: (Custos Fixos / % de Margem de Contribuição) = R\$ 267.495,44 / 60,87% = R\$ 439.453,66

### 6.14.2 Lucratividade

(Lucro Líquido / Receita Total) = R\$ 74.161,16 / R\$ 561.268,09 = 13,21%

### 6.14.3 Rentabilidade

(Lucro Líquido / Investimento Total) = R\$ 74.161,16 / R\$ 78.574,43 = 94,38%

### 6.14.4 Prazo de Retorno do Investimento

(Investimento Total / Lucro Líquido) = R\$ 78.574,43 / R\$ 74.161,16 = 1,06 anos (13 meses)

Tabela 51 - Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de equilíbrio	R\$ 439.453,66
Lucratividade	13,21%
Rentabilidade	94,38%
Prazo de retorno do investimento	13 meses

Fonte: Elaboração própria (2024)

A Tabela 51 apresenta os indicadores de viabilidade do Insano Açai. A empresa deve contar com uma receita anual mínima de R\$ 439.453,66 para cobrir todos os custos e despesas e não ter prejuízos. A lucratividade de 13,21% ao ano revela que o negócio possui uma boa lucratividade. Além disso, o negócio possui uma boa rentabilidade e um bom prazo de retorno de investimento de 13 meses.

## 6.15 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

A construção de cenários mostra o impacto financeiro causado no negócio em dois cenários diferentes, o pessimista e o otimista. Para os dois cenários foi considerada uma variação de 10% na receita.

Tabela 52 - Construção de cenários

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 45.500,00	100%	R\$ 40.950,00	100%	R\$ 50.050,00	100%
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos	R\$ 12.566,07	27,62%	R\$ 11.309,46	27,62%	R\$ 13.822,68	27,62%
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 2.962,05	6,51%	R\$ 2.665,85	6,51%	R\$ 3.258,26	6,51%
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 2.275,00	5%	R\$ 2.047,50	5%	R\$ 2.502,50	5%
Total de custos variáveis	R\$ 17.803,12	39,13%	R\$ 16.022,81	39,13%	R\$ 19.583,43	39,13%
3. Margem de contribuição	R\$ 27.696,88	60,87%	R\$ 24.927,19	60,87%	R\$ 30.466,57	60,87%
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 21.684,90	47,66%	R\$ 21.684,90	52,95%	R\$ 21.684,90	43,33%
5. Resultado operacional	R\$ 6.011,98	13,21%	R\$ 3.242,29	7,92%	R\$ 8.781,67	17,55%

Fonte: Elaboração própria (2024)

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho é resultado de todo o conhecimento adquirido durante a graduação em administração. O estudo teve como objetivo verificar a viabilidade de abertura da empresa O Insano Açaí que será uma açaiteria *self-service* e *delivery* na cidade de João Pessoa. Para isso, foram feitos estudos e pesquisas a respeito do mercado de açaiterias da região, o que resultou em uma variedade de informações valiosas que contribuíram com o alcance dos resultados.

O sumário executivo apresentou dados do empreendimento e dos empreendedores, a análise de mercado foi essencial para verificar que uma açaiteria é um negócio que pode ter muito sucesso, visto que o consumo do açaí só aumenta e as pessoas estão cada vez mais se alimentando fora de casa. A avaliação estratégica permitiu identificar fraquezas e ameaças e montar um plano de ações para amenizá-las ou combatê-las. No plano de marketing definimos estratégias de segmentação, posicionamento, marca, produto, preço, praça e promoção. Já no plano operacional foram definidos vários processos da empresa, como o negócio vai funcionar, a quantidade de funcionários, suas funções, a capacidade de atendimento e questões envolvendo contratação.

Ademais, o plano financeiro apresentou vários números da empresa como custos, despesas, receitas e o total de investimento para abertura da açaiteria que será de R\$ 78.574,43. A partir desses dados foi possível verificar que a abertura da empresa é viável e tem um prazo de retorno de investimento de 13 meses.

Fica evidente, portanto, que o plano de negócios é uma ferramenta muito importante que engloba diversos fatores de uma organização e que deve ser utilizada por empreendedores que queiram abrir um negócio, visto que com a utilização dessa ferramenta o empreendedor terá um planejamento mais detalhado e poderá adotar estratégias e tomar decisões mais assertivas que podem ser essenciais para o sucesso do negócio. No entanto, de acordo com os conhecimentos adquiridos na minha formação como administrador, ressalto que para o alcance do sucesso só o plano de negócios não é suficiente, é preciso ser um bom gestor, saber administrar todos os recursos da empresa e sempre buscar satisfazer as necessidades e desejos dos clientes.

## REFERÊNCIAS

**Aprenda a fazer uma pesquisa de mercado.** SEBRAE, 2022. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/aprenda-a-fazer-uma-pesquisa-de-mercado,e8ea6d461ed47510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

**Dia do açaí: consumo continua crescendo e ouro preto da Amazônia ganha o mundo.** Portal sou agro.net, 2024. Disponível em: <<https://souagro.net/noticia/2024/09/dia-do-acai-consumo-continua-crescendo-e-ouro-preto-da-amazonia-ganha-o-mundo/>>. Acesso em: 27 set. 2024.

**Empreender na indústria de alimentos traz riscos e oportunidades.** SEBRAE, 2023. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/empreender-na-industria-de-alimentos-traz-riscos-e-oportunidades,af81bbd38f896810VgnVCM1000001b00320aRCRD>>. Acesso em: 28 mar. 2024.

**Franchising supera expectativas, cresce 13,8% e chega a R\$ 240,661 bi em 2023.** Associação Brasileira de Franchising – ABF, 2024. Disponível em: <<https://www.abf.com.br/franchising-supera-expectativas/>>. Acesso em: 27 set. 2024.

GUAZZELLI, A. M.; XARÃO, J. C. **Planejamento estratégico.** Porto Alegre: SAGAH, 2018.

HASHIMOTO, M.; BORGES, C. **Empreendedorismo - plano de negócios em 40 lições.** 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2019.

LOSCHI, Marília. **Comer fora de casa consome um terço das despesas das famílias com alimentação.** Agência IBGE Notícias, 2019. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/25607-comer-fora-de-casa-consome-um-terco-das-despesas-das-familias-com-alimentacao>>. Acesso em: 27 set. 2024.

## APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO

### Pesquisa de Mercado - Açaiteria

O presente questionário trata-se de uma pesquisa de mercado para a realização de um TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) do curso de graduação em Administração da UFPB que será a criação de um plano de negócios para uma açaiteria. Por favor, responda às seguintes perguntas com honestidade para me ajudar a entender suas necessidades e expectativas. A pesquisa manterá os participantes em anonimato e todas as informações fornecidas serão utilizadas apenas para este fim.

Contato: alexbrendobr@gmail.com

Obrigado pela colaboração!

1. Qual é a sua idade?

- Menos de 18 anos
- 18 a 25 anos
- 26 a 35 anos
- 36 a 45 anos
- Mais de 45 anos

2. Qual é o seu gênero?

- Masculino
- Feminino

3. Qual é o seu grau de escolaridade?

- Sem escolaridade
- Fundamental Incompleto
- Fundamental Completo
- Médio Incompleto
- Médio Completo
- Superior Incompleto
- Superior Completo

4. Qual é a sua renda familiar mensal?

- Até R\$ 1.412,00
- De R\$ 1.412,00 a R\$ 4.236,00
- De R\$ 4.236 a R\$ 7.060,00
- Mais de R\$ 7.060,00

5. Com que frequência você vai a açaiterias?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensalmente

- Anualmente
- Nunca

6. Qual é o horário que você mais vai a uma açaiteria?

- De 12:00 às 15:00 horas
- De 15:01 às 18:00 horas
- De 18:01 às 21:00 horas
- De 21:01 às 00:00 horas
- Depois das 00:00 horas

7. Quais os dias da semana que você mais frequenta açaiterias?

- Segunda a quinta
- Sexta
- Sábado
- Domingo
- Feriados

8. Qual é a sua média de gasto individual cada vez que você faz uma compra em uma açaiteria?

- Até R\$ 10,00
- Entre R\$ 10,01 a R\$ 20,00
- Entre R\$ 20,01 a R\$ 30,00
- Entre R\$ 30,01 a R\$ 40,00
- Entre R\$ 40,01 a R\$ 50,00
- Mais que R\$ 50,01

9. O que você mais consome em uma açaiteria?

- Açai
- Energético
- Milkshake
- Sorvete
- Suco
- Vitamina
- Outros

10. O que você considera mais importante em uma açaiteria?

- Atendimento
- Ambiente
- Localização
- Preço
- Qualidade dos produtos
- Variedade do cardápio
- Outros

11. O que você considera menos importante em uma açaiteria?

- Atendimento

- Ambiente
- Localização
- Preço
- Qualidade dos produtos
- Variedade do cardápio
- Outros

12. Você costuma comprar por delivery?

- Sim
- Não

13. Quais são as três açaiterias que você mais frequenta em João Pessoa?

- Açai Empório
- Aloha Açai
- Manaçai
- Ponto do Açai
- Tropical Açai
- Outros

14. Você acredita que os preços das açaiterias são:

- Caros
- Apropriados
- Baratos

15. Na sua opinião, o que uma açaiteria precisa para fazer sucesso?