



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

DIEGO CAMPOS LIRA

**REINO DA ALEGRIA: PLANO DE NEGÓCIO PARA UMA EMPRESA DE FESTAS
E BUFFET INFANTIL EM JOÃO PESSOA - PB.**

JOÃO PESSOA

2025

DIEGO CAMPOS LIRA

**REINO DA ALEGRIA: PLANO DE NEGÓCIO PARA UMA EMPRESA DE FESTAS
E BUFFET INFANTIL EM JOÃO PESSOA - PB.**

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

Orientadora: Profa. Dra. Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva

JOÃO PESSOA

2025

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

L768r Lira, Diego Campos.

Reino da Alegria: plano de negócio para uma empresa
de festas e buffet infantil em João Pessoa - PB / Diego
Campos Lira. - João Pessoa, 2025.
60 f. : il.

Orientação: Valéria Louise de Araújo Maranhão
Saturnino Silva.

TCC (Graduação) - UFPB/CTDR.

1. Plano de negócio. 2. Buffet infantil. 3.
Empreendedorismo. 4. João Pessoa. I. Silva, Valéria
Louise de Araújo Maranhão Saturnino. II. Título.

UFPB/CTDR

CDU 641:658.012.2(813.3)

DIEGO CAMPOS LIRA

**REINO DA ALEGRIA: PLANO DE NEGÓCIO PARA UMA EMPRESA DE FESTAS
E BUFFET INFANTIL EM JOÃO PESSOA - PB.**

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

RESULTADO: Aprovado NOTA: 8,50

João Pessoa, 24 de setembro de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Valéria Saturnino

Profa. Dra. Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva
Orientadora

Maria dos Remédios Antunes Magalhães

Profa. Dra. Maria dos Remédios Antunes Magalhães
1a Examinadora

Cristiane Bezerra Libório Correia

Profa. Msc. Cristiane Bezerra Libório Correia
2a Examinadora

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pela dádiva da vida, pela força concedida em cada etapa desta caminhada e pela luz que sempre guiou meus passos. À minha esposa Rita de Cássia Pessoa de Souza, pelo amor, paciência e incentivo incondicional, e ao meu filho Pedro Pessoa de Souza Campos Lira, verdadeira inspiração que me impulsiona a buscar sempre o melhor. Ao meu pai Jesuito Lira Leite e à minha mãe Jozileide Alves Campos Lira, pelo apoio constante, pelos valores transmitidos e por acreditarem em meu potencial. Aos meus irmãos Bruno Campos Lira e Érico Campos Lira, pelo companheirismo e incentivo ao longo desta jornada. À minha orientadora, Profa. Dra. Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva, pela dedicação, confiança e pelas valiosas orientações que enriqueceram este trabalho. Estendo minha gratidão a todos os funcionários da universidade, desde aqueles que se dedicam à limpeza e ao cuidado diário dos espaços até os professores, que com sua sabedoria e compromisso contribuíram para minha formação acadêmica e pessoal. A todos que, de alguma forma, fizeram parte desta caminhada, deixo registrado meu sincero reconhecimento e gratidão.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Se os respondentes moram em João Pessoa - PB ou Cabedelo - PB.....	22
Figura 2 - Quais bairros os respondentes moram	23
Figura 3 - Qual o gênero os respondentes se identificam.....	23
Figura 4 - Qual idade os respondentes.....	24
Figura 5 - Qual o estado civil dos respondentes.....	25
Figura 6 - Se os respondentes possuem filhos ou não	25
Figura 7 - Quantos filhos os respondentes possuem	26
Figura 8 - Qual a faixa etária dos filhos dos respondentes.....	26
Figura 9 - Qual a renda familiar dos respondentes.....	27
Figura 10 - Qual o grau de escolaridade dos respondentes	28
Figura 11 - Se os respondentes costumam realizar festas infantis	28
Figura 12 - Quantas pessoas entre adultos e crianças os respondentes costumam convidar ao realizar festas infantis	29
Figura 13 - Onde os respondentes costumam realizar suas festas infantis.....	30
Figura 14 - Onde os respondentes disseram o que não pode faltar em festas infantis	30
Figura 15 - Como os respondentes escolhem os fornecedores de suas festas infantis	31
Figura 16 - Quanto os respondentes costumam gastar por pessoa em suas festas infantis	32
Figura 17 - Quanto os respondentes pagariam em um buffet por pessoa em suas festas infantis	32
Figura 18 - Quanto os respondentes pagariam em um aluguel de salão com tudo incluso por pessoa em suas festas infantis.....	33
Figura 19 - Quanto os respondentes pagariam em decoração em suas festas infantis	34
Figura 20 - Quanto os respondentes pagariam em aluguel de brinquedos e recreadores em suas festas infantis	34
Figura 21 - Logomarca do Empreendimento.....	42
Figura 22 - Layout e Arranjo do Reino da Alegria.....	44

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados dos(as) Empreendedores(as).....	20
Quadro 2 – Persona de Marketing	37
Quadro 3 – Análise dos Concorrentes	38
Quadro 4 – Lista de Fornecedores	39
Quadro 5 – Análise SWOT ou Matriz FOFA.....	39

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Investimento Fixo Projetado para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa - PB.....	51
Tabela 2 - Estimativa de Prazos de Recebimento, Compras e Estoque	51
Tabela 3 - Estimativa de Faturamento e dos Custos Mensais para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa- PB	52
Tabela 4 - Estimativa de Faturamento e dos Custos Diretos Mensais para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB	53
Tabela 5 - Estimativa dos Custos com Mão-de-Obra para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB.	53
Tabela 6 - Estimativa dos Custos com Retirada do Sócio para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB.	53
Tabela 7 - Estimativa de Custos Fixos para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB.	54
Tabela 8 - Estimativa da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) para implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB.	55
Tabela 9 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Estimados para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB.	56
Tabela 10 - Resumo do Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro Estimado para a Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB.....	56
Tabela 11 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Econômico-Financeira estimados para uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB	57

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1. PLANO DE NEGÓCIOS	16
2.2. O MERCADO DE EVENTOS NO BRASIL	16
3. METODOLOGIA	18
3.1. DELINEAMENTO DA PESQUISA	18
3.2. MÉTODOS	18
3.3. ROTEIRO DA PESQUISA DE MERCADO	19
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	20
4.1. SUMÁRIO EXECUTIVO	20
4.1.1. Resumo	20
4.1.2. Dados dos empreendedores	20
4.1.3. Missão da empresa	21
4.1.4. Setores de Atividades	21
4.1.5. Forma Jurídica	21
4.1.6. Enquadramento tributário	21
4.2. ANÁLISE DE MERCADO	21
4.2.1. Resultados da Pesquisa de Mercado	21
4.2.2. Identificação das necessidades de mercado	35
4.2.3. Segmentação de mercado	36
4.2.4. Perfil dos Consumidores	37
4.2.5. Análise dos Concorrentes	38
4.2.6. Lista de Fornecedores	38
4.3. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	39
4.3.1. Plano de Ataque	39
4.3.1.1. Potencializar Forças	39
4.3.1.2. Corrigir Fraquezas.....	40
4.3.1.3. Aproveitar Oportunidades.....	40
4.3.1.4. Neutralizar Ameaças	40
4.4. PLANO DE MARKETING	40
4.4.1. Estratégia de produto e valor ao cliente	40

4.4.2. Estratégia de preço	41
4.4.3. Estratégia de Promoção	42
4.4.4. Estratégia de Distribuição	43
4.4.5. Localização do negócio	43
4.5. PLANO OPERACIONAL	43
4.5.1. Layout ou arranjo físico	43
4.5.2. Capacidade Produtiva	44
4.5.3. Processos Operacionais	44
4.5.3.1. Compras	45
4.5.3.2. Recepção dos Produtos	45
4.5.3.3. Armazenamento	45
4.5.3.4. Pré-preparo	45
4.5.3.5. Produção dos Salgados	45
4.5.3.6. Congelamento	46
4.5.3.7. Fritura e Venda em Cento	46
4.5.3.8. Linha Normal de Produção para Festas	46
4.5.3.9. Entrega para o Serviço	46
4.5.3.10. Pós-Evento	46
4.5.4. Necessidades de Pessoal	47
4.5.5. Planejamento do recrutamento, Seleção e Treinamento	47
4.5.5.2.2. <i>Decoração</i>	49
4.5.5.2.3. <i>Garçons</i>	49
4.5.5.2.4. <i>Serviços Gerais</i>	49
4.5.5.2.5. <i>Recreadores e Cuidadores de Brinquedos</i>	49
4.5.5.2.6. <i>Treinamento Comum a Todos</i>	50
4.6. PLANO FINANCEIRO	50
4.6.1 Investimento Fixo	50
4.6.2. Prazos e Estoques	51
4.6.3. Faturamento Mensal	52
4.6.4. Mão de obra e Pró-Labore	53
4.6.5. Custo Fixos	54
4.6.6. Demonstração do Resultado do Exercício	54
4.6.7. Sazonalidade	55

4.6.8. Resumo Financeiro	56
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
6. REFERÊNCIAS	59

REINO DA ALEGRIA: PLANO DE NEGÓCIO PARA UMA EMPRESA DE FESTAS E BUFFET INFANTIL.

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo desenvolver um plano de negócio para implantação de uma empresa de festas e buffet infantil em João Pessoa – PB, com foco tanto no atendimento em salão próprio quanto no formato home service. A pesquisa, de caráter descritivo e exploratório, utilizou o modelo de plano de negócios do SEBRAE-PR (2025) e aplicou um questionário on-line a 48 respondentes, visando identificar o perfil do consumidor, sua disposição de gasto e suas expectativas em relação a serviços de festas infantis. Os resultados demonstraram a existência de demanda consistente e concentrada em famílias com filhos na faixa etária de 0 a 12 anos, majoritariamente residentes em bairros de médio e alto poder aquisitivo. Foram estimados investimentos iniciais, custos fixos e variáveis, além de projeções de faturamento e indicadores de viabilidade econômico-financeira, que apontaram retorno atrativo e sustentabilidade do empreendimento. Conclui-se que a proposta apresenta viabilidade mercadológica e financeira, com potencial para consolidar-se como alternativa competitiva no mercado local de eventos infantis.

Palavras-chave: Plano de Negócio; Buffet Infantil; Empreendedorismo; João Pessoa.

REINO DA ALEGRIA: BUSINESS PLAN FOR A CHILDREN'S PARTY AND BUFFET COMPANY.

ABSTRACT

This study aims to develop a business plan for the implementation of a children's party and buffet company in João Pessoa – PB, operating both in its own venue and in a home service format. The research, of a descriptive and exploratory nature, applied the SEBRAE-PR (2025) business plan model and conducted an online survey with 48 respondents, in order to identify consumer profiles, spending capacity, and expectations regarding children's party services. The results revealed consistent demand, especially among families with children aged 0 to 12 years, mainly located in medium to high-income neighborhoods. Initial investments, fixed and variable costs, as well as revenue projections and economic-financial viability indicators were estimated, confirming the feasibility of the project. The findings indicate that the venture is both marketable and financially sustainable, with potential to establish itself as a competitive alternative in the local children's events market.

Keywords: Business Plan; Children's Buffet; Entrepreneurship; João Pessoa.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem se consolidado como uma das principais forças motrizes do desenvolvimento econômico e social, desempenhando papel relevante na geração de emprego, renda e inovação no mercado brasileiro. Nesse cenário, o plano de negócios surge como ferramenta essencial para nortear empreendedores, uma vez que permite organizar objetivos, estratégias e ações de forma estruturada, reduzindo riscos e ampliando as possibilidades de sucesso de novos empreendimentos (SEBRAE, 2014).

No setor de eventos, especialmente em festas infantis, verifica-se um mercado em constante crescimento, caracterizado pela alta demanda e pela forte presença de serviços complementares, como buffet, decoração, recreação e locação de brinquedos. Trata-se de um segmento que, mesmo diante de oscilações econômicas, mantém estabilidade, já que as comemorações de aniversários e outras datas festivas fazem parte da cultura social brasileira e se mostram menos suscetíveis a crises financeiras. Pesquisas apontam que o setor movimenta bilhões de reais anualmente, mobilizando fornecedores de diversas áreas e contribuindo significativamente para a economia nacional (ABRAFESTA, 2015).

O buffet infantil desponta nesse contexto como alternativa promissora de negócio, ao unir serviços gastronômicos especializados com a entrega de experiências personalizadas. Mais do que a oferta de alimentos, esse tipo de empreendimento visa proporcionar momentos de lazer e memória afetiva para famílias, especialmente aquelas com crianças de 0 a 12 anos, público central identificado pela pesquisa de mercado. Assim, o desenvolvimento de um plano de negócios torna-se imprescindível para avaliar a viabilidade econômico-financeira, compreender as demandas do consumidor e delinear estratégias de marketing, operação e gestão capazes de sustentar o empreendimento no médio e longo prazo.

Diante disso, o presente trabalho tem como propósito desenvolver um plano de negócio para implantação de uma empresa de festas e buffet infantil em João Pessoa – PB, buscando responder à seguinte questão: qual a viabilidade mercadológica e econômico-financeira da criação de uma casa de festas infantis e serviços home service na cidade de João Pessoa – PB?

O objetivo geral da pesquisa é estruturar um plano de negócios que avalie a viabilidade de implantação do empreendimento. Como objetivos específicos, destacam-se: (1) analisar o mercado local de festas infantis; (2) estimar custos, faturamento e investimentos necessários; (3) projetar fluxo de caixa operacional; (4) realizar análise de risco, retorno e viabilidade; e (5) propor estratégias iniciais de marketing e diferenciação competitiva.

A justificativa do estudo assenta-se na compreensão de que empreendedores que utilizam ferramentas de planejamento, como o plano de negócio, possuem maiores chances de êxito em seus empreendimentos, em comparação àqueles que atuam de forma empírica. Além disso, a relevância do setor de eventos infantis, com demanda constante e pouco afetada pela sazonalidade, reforça a importância de aprofundar a análise sobre este nicho específico em João Pessoa, onde há crescente procura por serviços integrados e de qualidade.

Por fim, este trabalho está estruturado em quatro capítulos: (1) Introdução, onde são apresentados o tema, a problemática, os objetivos e a justificativa; (2) a Fundamentação Teórica; (3) a Metodologia; (4) a Análise e Discussão dos Resultados, que contempla sumário executivo, análise de mercado, avaliação estratégica, plano de marketing, plano operacional e plano financeiro. Por último, apresentam-se as referências.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este trabalho sustenta-se na literatura sobre empreendedorismo, gestão de pequenas empresas e elaboração de planos de negócios, relacionando tais conceitos à realidade do mercado de festas infantis no Brasil, com ênfase na cidade de João Pessoa – PB.

2.1 PLANO DE NEGÓCIO

O plano de negócio é considerado uma das principais ferramentas de apoio ao empreendedor, por permitir a organização e sistematização de informações estratégicas sobre um empreendimento, contemplando desde a análise de mercado até os aspectos operacionais e financeiros. Segundo Dornelas (2017), o plano de negócio não é apenas um documento de convencimento para potenciais investidores, mas um guia estruturado que auxilia o empreendedor na tomada de decisões, reduzindo riscos e ampliando as chances de sucesso.

O empreendedorismo desempenha papel de destaque no desenvolvimento socioeconômico. De acordo com Salim (2010), o ato de empreender surge da identificação de oportunidades e da capacidade de transformá-las em negócios sustentáveis, geradores de emprego, renda e inovação. No Brasil, as micro e pequenas empresas respondem por mais de 90% das iniciativas empreendedoras, configurando-se como agentes fundamentais na dinamização da economia (IBGE, 2020).

2.2 O MERCADO DE EVENTOS NO BRASIL

No setor de eventos, em especial nas festas infantis, observa-se um nicho consolidado e em constante crescimento. Atualizado ao período 2024–2025, o nicho de festas infantis insere-se em uma cadeia de eventos em expansão, evidenciada pelo Radar Econômico da ABRAPE, que estimou R\$ 131,8 bilhões de consumo em 2024 (alta de 6,2% ante 2023) e registrou R\$ 11,515 bilhões apenas em junho/2025, sinalizando um novo patamar para o setor (ABRAPE, 2025a; ABRAPE, 2025b). Esse dinamismo é consistente com a evolução do setor de serviços no Brasil, que cresceu 3,1% em 2024 segundo a Pesquisa Mensal de Serviços do IBGE (IBGE, 2025). No recorte das festas sociais, veículos jornalísticos que repercutem dados da ABRAFESTA apontam faturamento de R\$ 16,8 bilhões em 2023 e participação aproximada de 16% das festas infantis dentro desse agregado — indicador do peso econômico do segmento

infantil (ABCD Jornal, 2024; Comunique-se, 2023). Ademais, a ABEOC Brasil, em parceria com o SEBRAE, retomou em 2024 o Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos (3ª edição), o que deverá prover novos recortes e métricas setoriais úteis para planos de negócio e trabalhos acadêmicos (ABEOC, 2024).

O buffet infantil, dentro desse cenário, destaca-se pela capacidade de agregar diferentes serviços — alimentação, decoração, recreação e ambientação temática — em um único pacote, gerando praticidade aos clientes e maior valor agregado ao produto final. Trata-se, portanto, de um segmento que alia experiência gastronômica e entretenimento, atendendo à crescente demanda por serviços personalizados e de qualidade.

3 METODOLOGIA

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa de natureza descritiva e exploratória, de abordagem quantitativa, fundamentada no modelo de plano de negócios do SEBRAE-PR (2025). A escolha desse modelo deve-se à sua abrangência, contemplando as dimensões de análise de mercado, avaliação estratégica, plano de marketing, plano operacional e plano financeiro, o que o torna uma ferramenta adequada para verificar a viabilidade mercadológica e econômico-financeira do empreendimento.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

O delineamento da pesquisa considerou inicialmente levantamento bibliográfico em obras de referência sobre empreendedorismo, planos de negócio e gestão de empresas do setor de eventos. Em seguida, foram analisados dados secundários sobre o mercado de festas infantis no Brasil e em João Pessoa – PB, por meio de relatórios de associações setoriais, artigos e publicações especializadas.

3.2 MÉTODOS

Para a coleta de dados primários, foi aplicada uma pesquisa de mercado on-line, realizada através da plataforma Google Forms. O questionário, composto por 20 questões, abordou aspectos relacionados ao perfil sociodemográfico dos participantes, frequência de realização de festas infantis, preferências quanto à escolha de fornecedores, gastos médios por evento e expectativas em relação a serviços de buffet infantil. A amostra foi do tipo não probabilística por conveniência, composta por 48 respondentes residentes na cidade de João Pessoa e região metropolitana.

Os dados coletados foram tabulados e analisados de forma quantitativa, permitindo identificar padrões de comportamento do consumidor e estimar o potencial de demanda para o empreendimento. Além disso, foram elaboradas projeções financeiras utilizando a planilha do SEBRAE-PR (2025), contemplando estimativa de investimentos, custos fixos e variáveis, projeções de faturamento, fluxo de caixa, cálculo de ponto de equilíbrio e indicadores de viabilidade econômico-financeira.

3.3 ROTEIRO DA PESQUISA DE MERCADO

O questionário aplicado contemplou variáveis como: local de residência dos respondentes; faixa etária; estado civil; se possuem filhos e qual a idade destes; renda familiar; frequência e local de realização de festas infantis; critérios de escolha de fornecedores; elementos considerados indispensáveis em uma festa; e valores médios dispostos a pagar por serviços de buffet, decoração, aluguel de brinquedos e salão de festas.

Com base nos resultados obtidos, foi possível estruturar um plano de negócio adaptado à realidade do mercado local, identificando oportunidades, ameaças, pontos fortes e fracos, de forma a subsidiar o planejamento estratégico e operacional da futura empresa.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

4.1.1 Resumo

A empresa oferecerá ao público serviços para eventos de festa infantil o atendimento *home service* com todos os itens acima, de forma individual ou pacote completo, para eventos externos ao salão, de acordo com as necessidades dos clientes.

A empresa está sendo desenvolvida de acordo com a visão de necessidade do mercado, de novas opções e custos justos para aniversários infantis, uma vez que o mercado se encontra com poucas opções o que aumenta muito o valor devido à crescente do mesmo.

Prezando sempre pela qualidade e oferecendo uma experiência positiva quanto ao evento, a empresa vem com a ideia de proporcionar uma bela festa dentro das possibilidades de cada cliente.

4.1.2 Dados dos empreendedores

A empresa será composta por um único proprietário, e a expectativa é de um faturamento aproximado de R\$ 720.000,00 anual, com pretensão de enquadramento jurídico no Simples Nacional

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

Nome: Diego Campos Lira
Endereço: Rua Edson Falcone de Melo 712
Perfil: Bacharel em gastronomia pela UFPB; 6 anos de experiência na área de gastronomia
Atribuições: Administração do negócio e vendas

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2025).

4.1.3 Missão da empresa

Realizar eventos de festas infantis, tanto em salão próprio como em ambiente externo, atendendo todas as necessidades do público.

4.1.4 Setores de Atividades

[] Agropecuária

[] Comércio

[] Indústria

[X] Serviços

4.1.5 Forma Jurídica

(X) Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI

() Microempreendedor Individual – MEI

() Sociedade Limitada

() Outros:

4.1.6 Enquadramento tributário

Como o faturamento pretendido pela empresa é de aproximadamente R\$ 720.000,00 por ano ou R\$ 60.000,00 por mês, a empresa está enquadrada no regime tributário do Simples Nacional.

4.2 ANÁLISE DE MERCADO

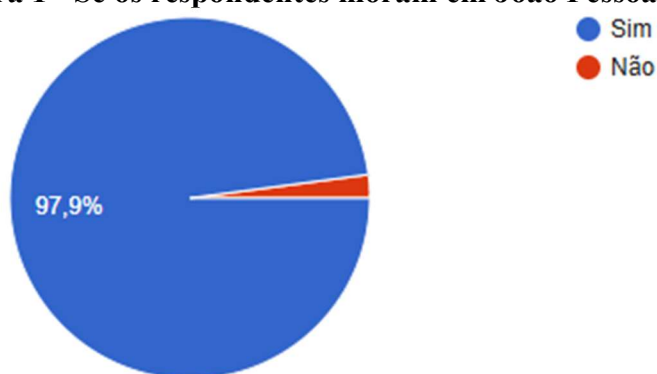
4.2.1 Resultados da Pesquisa de Mercado

A pesquisa de mercado realizada com 48 respondentes residentes em João Pessoa e região metropolitana permitiu identificar o perfil do consumidor e suas preferências em relação às festas infantis. Verificou-se que a maioria dos participantes possui filhos na faixa etária de 0 a 12 anos, sendo esse o público-alvo prioritário. A renda familiar predominante situa-se entre 3 e 5 salários-mínimos, indicando potencial de consumo compatível com o serviço ofertado.

Entre os aspectos mais valorizados pelos consumidores estão: qualidade da alimentação, decoração temática, segurança do ambiente e disponibilidade de brinquedos e recreadores. O estudo revelou ainda que há disposição média de gasto por evento compatível com a proposta de valor da empresa, o que reforça a viabilidade mercadológica do empreendimento.

Na Figura 1, são apresentados os resultados referentes ao local onde os respondentes moram, se moram em Cabedelo ou João Pessoa. Entre os respondentes, 97,9% (47 pessoas) disseram que sim, que moram em uma dessas duas cidades, e 2,1% (1 pessoa) que não.

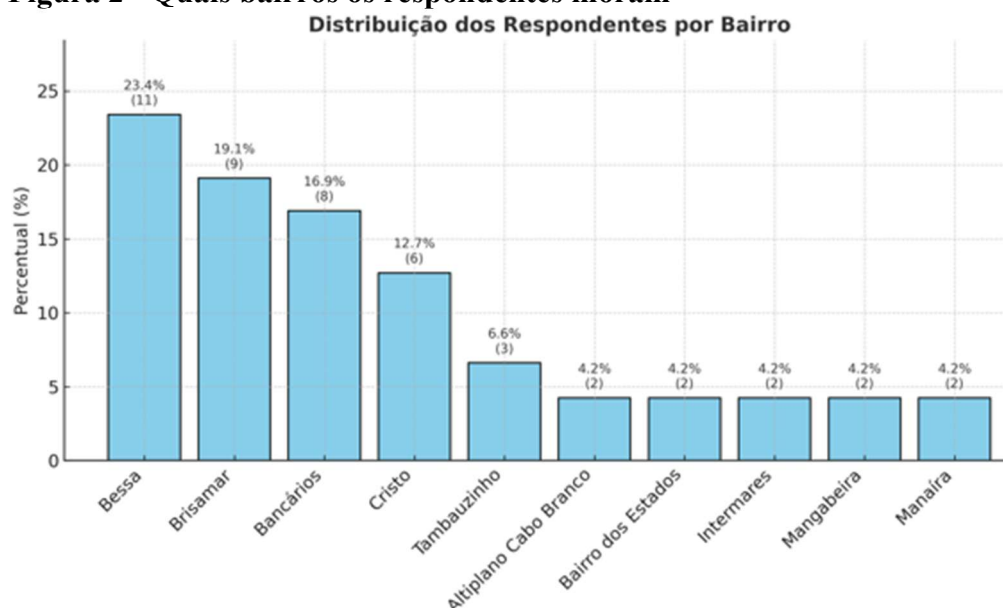
Figura 1 - Se os respondentes moram em João Pessoa - PB ou Cabedelo - PB



Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A maioria dos participantes reside nas cidades indicadas, com apenas uma pessoa residindo em outro local. Isso sugere que o público da pesquisa é extremamente concentrado na região metropolitana de João Pessoa/Cabedelo.

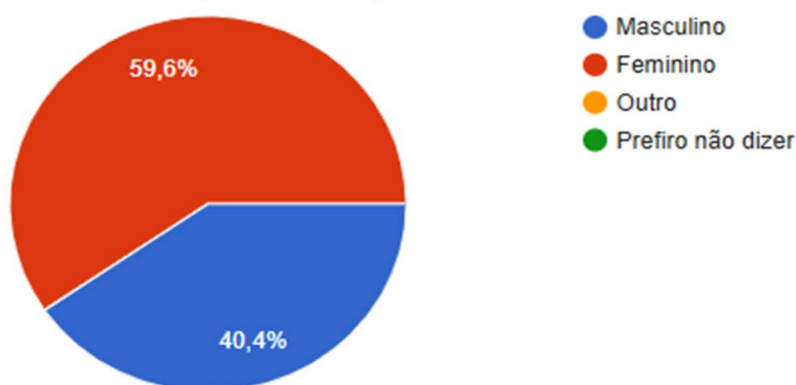
Na segunda questão, são apresentados os resultados referentes ao bairro onde os respondentes residem. Os respondentes disseram que: 23,4% (11 pessoas) residem no Bessa, 19,1% (9 pessoa) residem no Brisamar, 16,9% (8 pessoas) residem nos Bancários, 12,7% (6 pessoas) residem nos Cristo, 6,6% (3 pessoas) residem em Tambauzinho e 4,24% (2 pessoas) residem no Altiplano Cabo Branco, Bairro dos Estados, Intermares, Mangabeira ou Manaíra.

Figura 2 - Quais bairros os respondentes moram

Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

Bessa concentra a maior parcela, com 23,4% (11 respondentes), indicando um polo de destaque no perfil do público. Brisamar aparece logo em seguida com 19,1% (9 respondentes). Bancários (16,9%) e Cristo (12,7%) também representam fatias relevantes. Estes quatro bairros juntos somam 72,1% dos respondentes, mostrando forte concentração geográfica. Bairros como Bessa e Brisamar, localizados na região litorânea e com perfil socioeconômico mais alto, podem indicar maior capacidade de investimento em serviços, como festas infantis completas.

Na Figura 3, são apresentados os resultados referentes ao gênero dos respondentes. Os respondentes disseram que 59,6% (28 pessoas) se identificam como gênero feminino e 40,4% (19 pessoas) se identificam como gênero masculino.

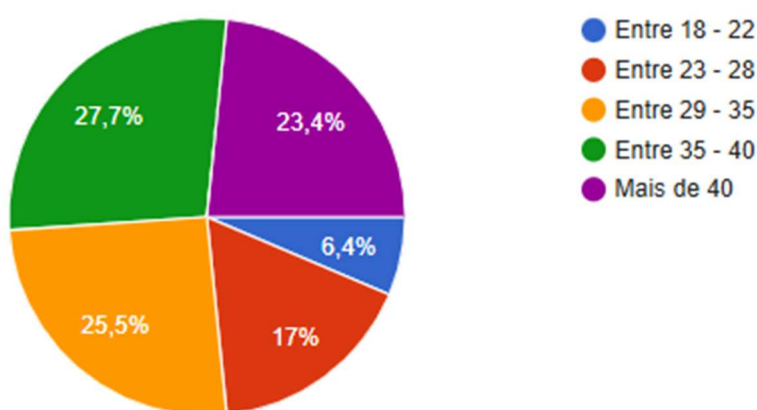
Figura 3 - Qual o gênero os respondentes se identificam

Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A maioria dos participantes é do gênero feminino, representando aproximadamente 3/5 da amostra. A participação masculina, embora menor, ainda é significativa, compondo pouco mais de 2/5 das respostas.

Na Figura 4, são apresentados os resultados referentes a idade dos respondentes. Os respondentes disseram que 27,7% (13 pessoas) têm entre 35 e 40 anos, que 25,5% (12 pessoas) têm entre 29 e 35 anos, que 23,4% (11 pessoas) têm mais de 40 anos, que 17% (8 pessoas) têm entre 23 e 28 anos e que 6,4% (3 pessoas) têm entre 18 e 22 anos.

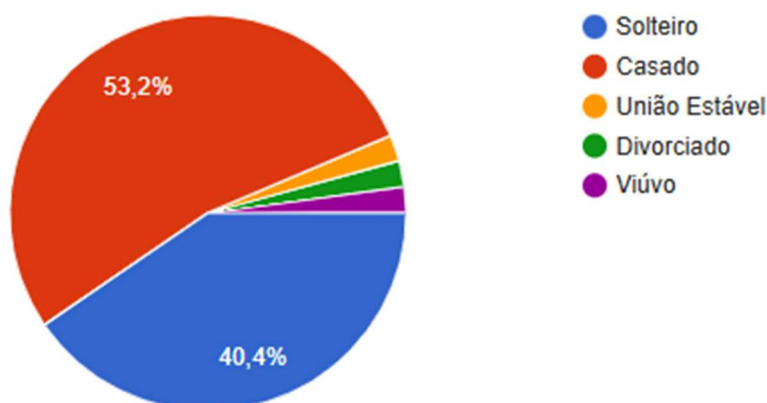
Figura 4 - Qual idade os respondentes



Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A distribuição etária é relativamente equilibrada, mas há predominância de adultos de 29 a 40 anos, que juntos somam mais da metade da amostra (53,2%). Os grupos de 18 a 22 anos e de 23 a 28 anos têm participação menor, totalizando 23,4% do público. A faixa de mais de 40 anos representa quase um quarto da amostra.

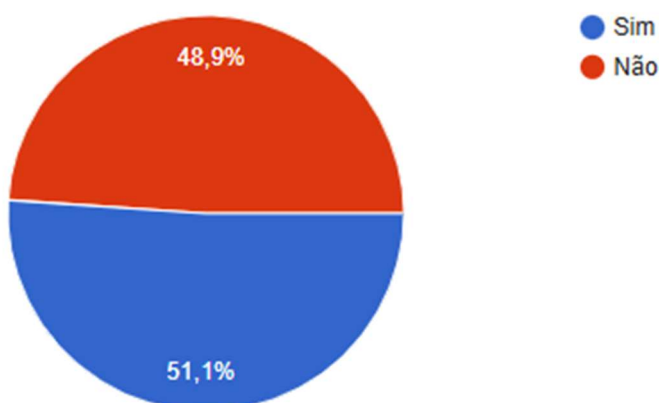
Na Figura 5, são apresentados os resultados referentes ao estado civil dos respondentes. Os respondentes disseram que 53,2% (25 pessoas) são casados, que 40,4% (19 pessoas) são solteiros e que 2,1% (1 pessoa) são divorciados, viúvos ou vivem em União Estável.

Figura 5 - Qual o estado civil dos respondentes

Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A maioria dos respondentes é casada, representando pouco mais da metade da amostra. Os solteiros formam um grupo expressivo, com cerca de 40% dos participantes. As demais condições civis — união estável, divorciado e viúvo — aparecem de forma muito reduzida e equivalente, somando apenas cerca de 6% no total.

Na Figura 6, são apresentados os resultados referentes a se os respondentes possuem filhos. Os respondentes disseram que 51,1% (24 pessoas) possuem filhos e que 48,9% (23 pessoas) não possuem filhos.

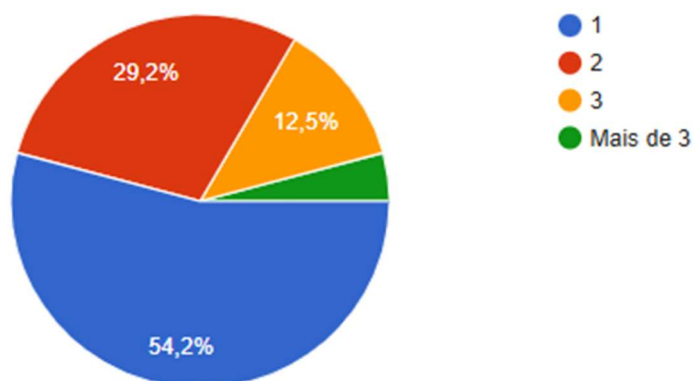
Figura 6 - Se os respondentes possuem filhos ou não

Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A amostra está praticamente dividida ao meio, com uma pequena maioria de pessoas que possuem filhos. Essa proximidade percentual indica que o grupo pesquisado é bastante equilibrado em relação a esse aspecto familiar.

Na Figura 7, são apresentados os resultados referentes aos respondentes que possuem filhos, quantos filhos eles têm. Os respondentes disseram que 54,2% (13 pessoas) possuem 1 filho, que 29,2% (7 pessoas) possuem 2 filhos, que 12,5% (3 pessoas) possuem 3 filhos e que 4,2% (1 pessoa) possui mais de 3 filhos.

Figura 7 - Quantos filhos os respondentes possuem

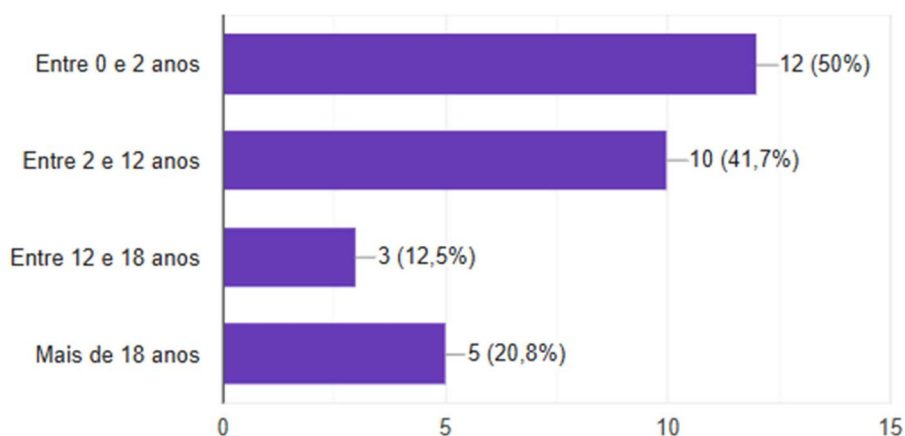


Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A maioria dos respondentes que têm filhos possui apenas 1 (mais da metade do grupo). Quase um terço possui 2 filhos, enquanto famílias com 3 ou mais filhos são minoria.

Na Figura 8, são apresentados os resultados referentes à faixa etária dos filhos dos respondentes. Os respondentes disseram que 50% (12 pessoas) possuem filhos entre 0 e 2 anos de idade, que 41,7% (10 pessoas) possuem filhos entre 2 e 12 anos de idade, que 12,5% (3 pessoas) possuem filhos entre 12 e 18 anos de idade e que 20,8% (5 pessoas) possuem filhos entre com mais de 18 anos de idade.

Figura 8 - Qual a faixa etária dos filhos dos respondentes

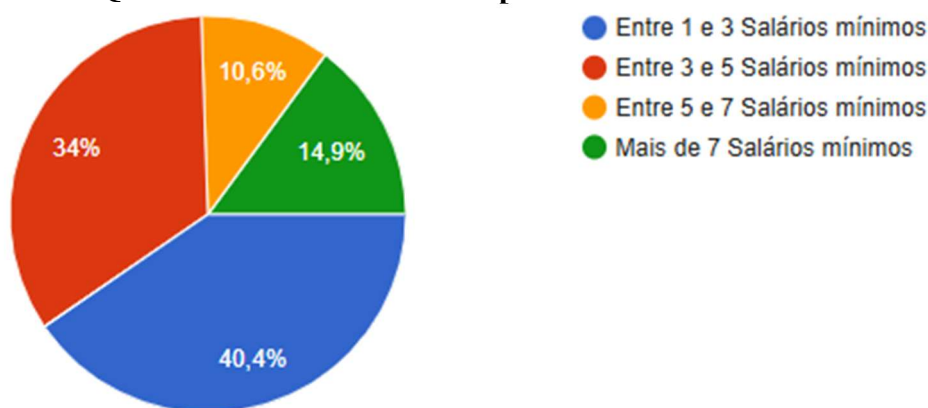


Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A maior parte dos filhos dos respondentes está na primeira infância (0 a 2 anos) ou na infância propriamente dita (2 a 12 anos), totalizando mais de 90% quando somadas essas faixas. Filhos adolescentes (12 a 18 anos) e adultos (mais de 18 anos) representam um contingente menor, mas não irrelevante.

Na Figura 9 são apresentados os resultados referentes à renda familiar mensal dos respondentes. Os respondentes disseram que 40,4% (19 pessoas) possuem renda entre 1 e 3 salários mínimos, que 34% (16 pessoas) possuem renda entre 3 e 5 salários mínimos, que 10,6% (5 pessoas) possuem renda entre 5 e 7 salários mínimos e que 14,9% (7 pessoas) possuem renda superior a 7 salários mínimos.

Figura 9 - Qual a renda familiar dos respondentes

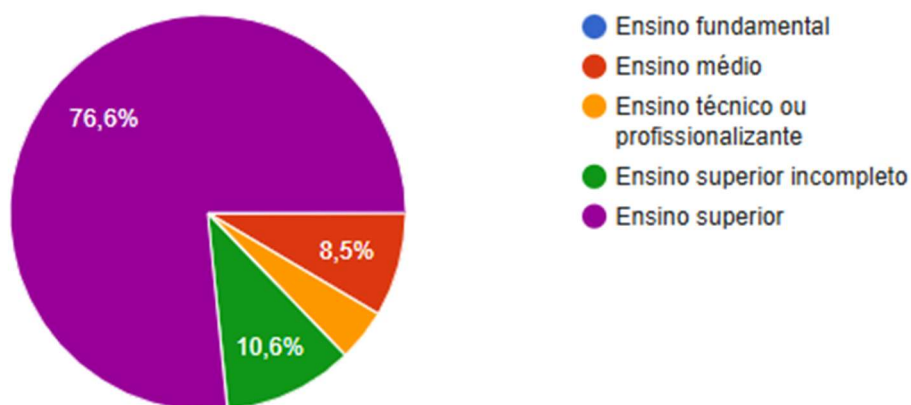


Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A maior parte da amostra possui renda de até 5 salários mínimos, totalizando 74,4% dos respondentes. A faixa de 1 a 3 salários mínimos é a mais representativa, seguida de perto pela de 3 a 5 salários mínimos. Apenas um quarto da amostra (25,5%) possui renda superior a 5 salários-mínimos, o que indica que o público de renda mais alta é significativamente menor.

Na Figura 10 são apresentados os resultados referentes ao grau de escolaridade dos respondentes. Os respondentes disseram que 76,6% (36 pessoas) possuem ensino superior, que 10,6% (5 pessoas) possuem ensino superior incompleto, que 8,5% (4 pessoas) possuem ensino médio e que 4,3% (2 pessoas) possuem ensino técnico ou profissionalizante.

Figura 10 - Qual o grau de escolaridade dos respondentes

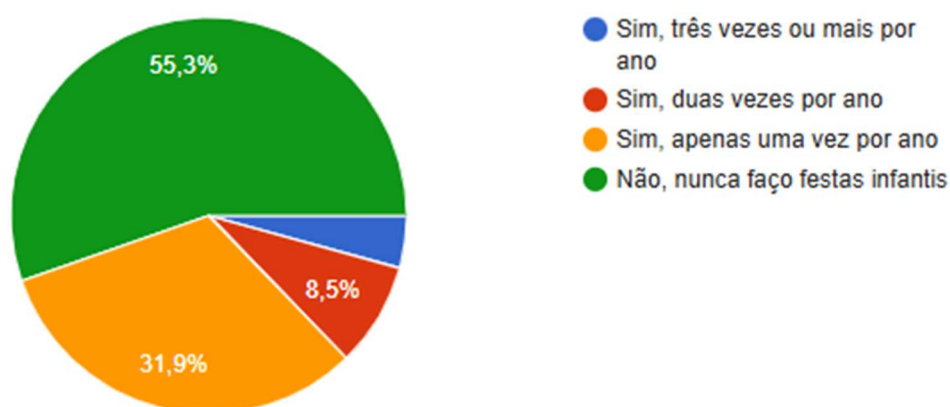


Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A amostra é altamente escolarizada, com 87,2% dos respondentes tendo concluído ou estando cursando o ensino superior. A presença de pessoas com ensino médio ou técnico é pequena, e não há participação de indivíduos com ensino fundamental como grau máximo.

Na Figura 11 são apresentados os resultados referentes a se os respondentes costumam fazer festas infantis. Os respondentes disseram que 55,3% (26 pessoas) não fazem festas infantis, que 31,9% (15 pessoas) fazem festas infantis apenas 1 vez por ano, que 8,5% (4 pessoas) fazem festas infantis 2 vezes por ano e que 4,3% (2 pessoas) fazem festas infantis 3 vezes ou mais por ano.

Figura 11 - Se os respondentes costumam realizar festas infantis



Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

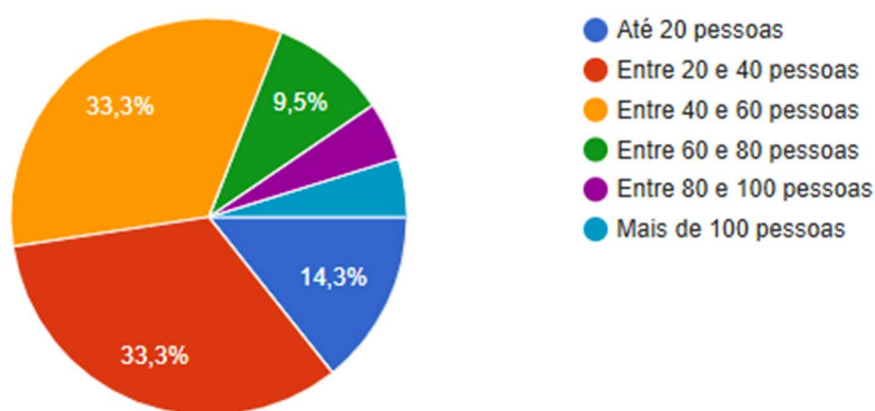
Na figura 6, vimos que 51,1% dos respondentes afirmaram possuir filhos (24 pessoas) e 48,9% não possuem (23 pessoas). Isso significa que parte significativa do grupo que

respondeu “Nunca faço festas infantis” provavelmente corresponde àqueles que não têm filhos, o que justifica o alto percentual de respostas negativas.

Entre os que possuem filhos, observa-se que a frequência mais comum é uma vez por ano, possivelmente em aniversários, seguida por dois eventos por ano e, raramente, mais de três. Isso indica que, mesmo no público com filhos, há uma tendência a realizar festas infantis de forma moderada.

Na Figura 12, são apresentados os resultados referentes aos respondentes que costumam fazer festas infantis sobre quantas pessoas costumam convidar entre adultos e crianças. Os respondentes disseram que 33,3% (7 pessoas) costumam convidar entre 40 e 60 pessoas, outros 33,3% (7 pessoas) costumam convidar entre 20 e 40 pessoas, que 14,3% (3 pessoas) costumam convidar até 20, que 9,5% (2 pessoas) costumam convidar entre 60 e 80 pessoas, que 4,8% (1 pessoa) costumam convidar entre 80 e 100 pessoas e que outros 4,8% (1 pessoa) costumam convidar mais de 100 pessoas.

Figura 12 - Quantas pessoas entre adultos e crianças os respondentes costumam convidar ao realizar festas infantis



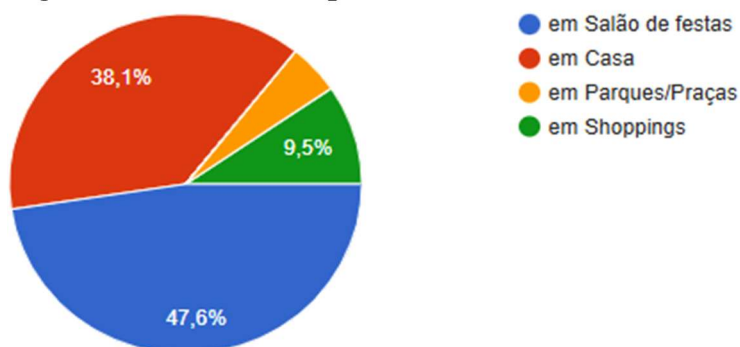
Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A maioria dos respondentes (66,6%) convida entre 20 e 60 pessoas para festas infantis, sendo que há um equilíbrio entre as faixas 20-40 e 40-60 convidados. Apenas 14,3% realizam eventos mais íntimos, com até 20 pessoas, enquanto festas maiores, com mais de 60 convidados, representam uma minoria (19,1%). O padrão predominante é de festas de médio porte, o que pode orientar fornecedores a oferecer pacotes que atendam principalmente a esse perfil.

Na Figura 13, são apresentados os resultados referentes a em qual local os respondentes preferem realizar suas festas infantis. Os respondentes disseram que 47,6% (10 pessoas) preferem realizar em salões de festa, outros 38,1% (8 pessoas) preferem realizar em casa, que

9,5% (2 pessoas) preferem realizar em shoppings e que 4,8% (2 pessoas) preferem realizar em parques ou praças.

Figura 13 - Onde os respondentes costumam realizar suas festas infantis

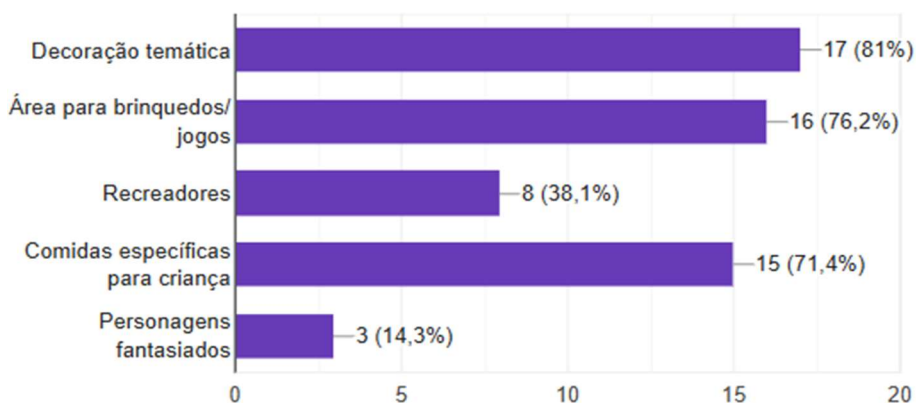


Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A maioria prefere realizar festas infantis em salões de festas, o que sugere valorização de espaços equipados, com infraestrutura e praticidade. A realização em casa aparece como a segunda opção mais frequente, evidenciando também um perfil que valoriza ambientes familiares e possivelmente mais econômicos. Festas em shoppings ou parques/praças são pouco comuns entre os participantes.

Na Figura 14, são apresentados os resultados referentes ao que os respondentes acreditam que não podem faltar em festas infantis (poderia ser marcada mais de uma opção). Neste caso, 17 respondentes disseram que não pode faltar decoração temática, 16 respondentes disseram que não pode faltar área para brinquedos e jogos, 15 respondentes disseram que não pode faltar comida específica para crianças, 8 respondentes disseram que não pode faltar recreadores e 3 respondentes disseram que não pode faltar personagem fantasiado.

Figura 14 - Onde os respondentes disseram o que não pode faltar em festas infantis

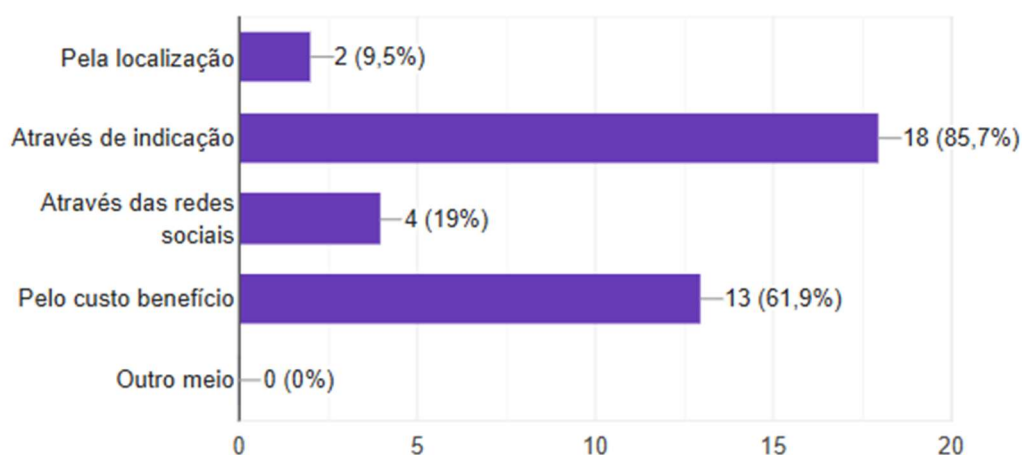


Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

Há um trio de itens essenciais (decoração temática, área de brincadeiras e cardápio infantil), todos com 15+ menções — aparecem como prioridades recorrentes. Recreadores surgem como um diferencial desejável, porém não indispensável para a maioria. Personagens fantasiados têm baixa demanda (3 menções), sugerindo um item de nicho/sazonal. Somando as escolhas (59) e dividindo por 21 respondentes, temos uma média de ~2,8 itens por pessoa, indicando que, em geral, cada família prioriza 2 a 3 elementos do evento.

Na Figura 15, são apresentados os resultados referentes a como os respondentes escolhem os fornecedores em suas festas infantis (poderia ser marcada mais de uma opção). Neste caso, 18 respondentes disseram que através de indicação, 13 respondentes disseram que pelo custo benefício, 4 respondentes disseram que através das redes sociais e 2 respondentes disseram que pela localização.

Figura 15 - Como os respondentes escolhem os fornecedores de suas festas infantis



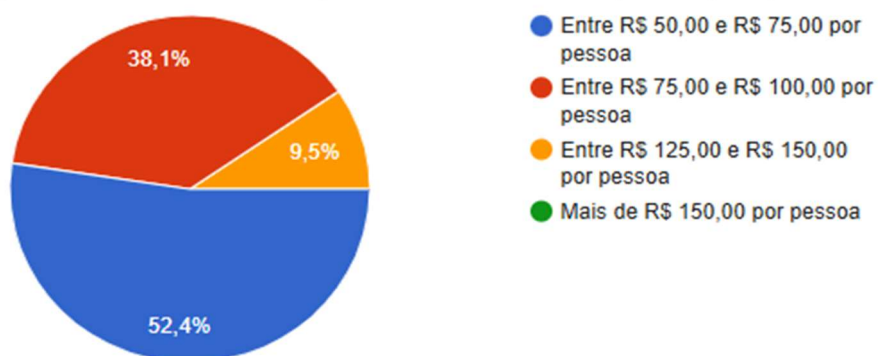
Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A decisão é fortemente guiada por indicação (18) — boca a boca é o principal canal de aquisição. Preço/valor aparece como 2º fator mais relevante (13), confirmando alta sensibilidade a custo-benefício. Redes sociais têm papel secundário (4) — mais validadoras do que geradoras de decisão. Localização importa pouco (2), coerente com o fato de muitos eventos ocorrerem em salões de festas ou em casa e com público majoritariamente local (JP/Cabedelo), reduzindo a fricção geográfica.

Na Figura 16, são apresentados os resultados referentes a quanto os respondentes costumam gastar por pessoa em suas festas infantis. Os respondentes disseram que 52,4% (11 pessoas) costumam gastar entre R\$ 50,00 e R\$ 75,00 reais por pessoa, que 38,1% (8 pessoas)

costumam gastar entre R\$ 75,00 e R\$ 100,00 reais por pessoa e que 9,5% (2 pessoas) costumam gastar entre R\$ 125,00 e R\$ 150,00 reais por pessoa.

Figura 16 - Quanto os respondentes costumam gastar por pessoa em suas festas infantis

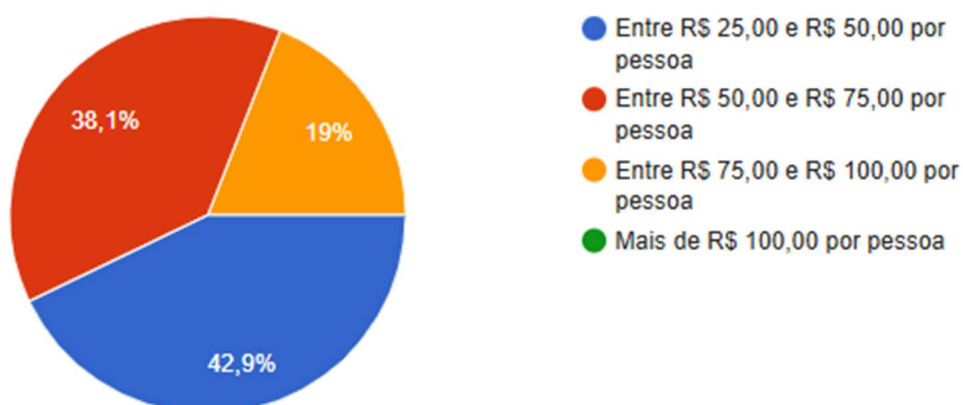


Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

Mais da metade dos respondentes concentra seus gastos entre R\$ 50,00 e R\$ 75,00 por pessoa, com um grupo relevante (38,1%) gastando entre R\$ 75,00 e R\$ 100,00. Valores acima de R\$ 125,00 por pessoa são pouco comuns e não houve registro de gastos acima de R\$ 150,00. Isso indica que a grande maioria busca manter o investimento por convidado dentro de uma faixa moderada.

Na Figura 17, são apresentados os resultados referentes a quanto os respondentes pagariam por pessoa em um buffet em suas festas infantis. Os respondentes disseram que 42,9% (9 pessoas) que pagariam entre R\$ 25,00 e R\$ 50,00 reais por pessoa, que 38,1% (8 pessoas) que pagariam entre R\$ 50,00 e R\$ 75,00 reais por pessoa e que 19% (4 pessoas) que pagariam entre R\$ 75,00 e R\$ 100,00 reais por pessoa.

Figura 17 - Quanto os respondentes pagariam em um buffet por pessoa em suas festas infantis

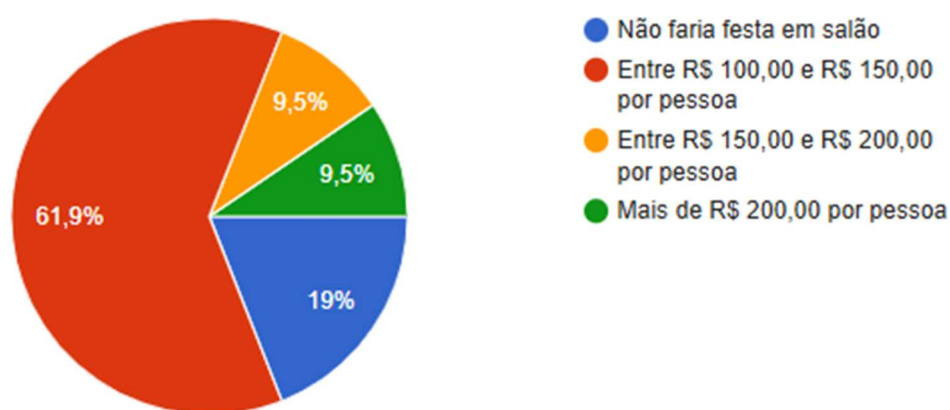


Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A maior parte do público concentra-se em valores até R\$ 75,00 por pessoa (81% dos respondentes), sendo a faixa mais comum a de R\$ 25,00 a R\$ 50,00 por pessoa. Gastos mais altos, entre R\$ 75,00 e R\$ 100,00 por pessoa, são menos frequentes, e nenhum participante indicou disposição para pagar mais de R\$ 100,00 por pessoa.

Na Figura 18, são apresentados os resultados referentes a quanto os respondentes pagariam por pessoa em um aluguel de salão com tudo incluso em suas festas infantis. Os respondentes disseram que 61,9% (13 pessoas) pagariam entre R\$ 100,00 e R\$ 150,00 reais por pessoa, que 9,5% (2 pessoas) pagariam entre R\$ 150,00 e R\$ 200,00 reais por pessoa, que outros 9,5% (2 pessoas) pagariam mais de R\$ 200,00 reais por pessoa e que 19% (4 pessoas) não fariam festa em salão.

Figura 18 - Quanto os respondentes pagariam em um aluguel de salão com tudo incluso por pessoa em suas festas infantis

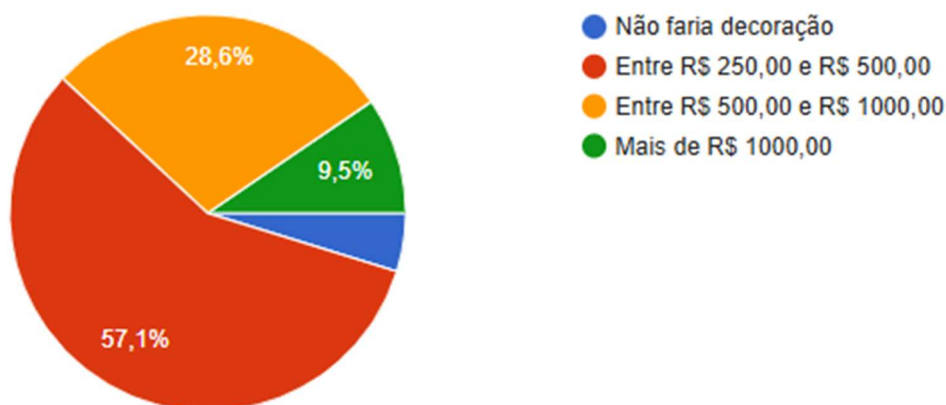


Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A maioria dos respondentes que consideram realizar festas em salão está disposta a pagar entre R\$ 100,00 e R\$ 150,00 por pessoa (quase 2/3 da amostra). Um grupo reduzido aceita valores mais altos (acima de R\$ 150,00 por pessoa), e cerca de 1/5 afirmou que não faria festa em salão.

Na Figura 19, são apresentados os resultados referentes a quanto os respondentes pagariam em um serviço de decoração para suas festas infantis. Os respondentes disseram que 57,1% (12 pessoas) que pagariam entre R\$ 250,00 e R\$ 500,00 reais, que 28,6% (6 pessoas) que pagariam entre R\$ 500,00 e R\$ 1000,00 reais, que outros 9,5% (2 pessoas) que pagariam mais de R\$ 1000,00 reais e que 4,8% (1 pessoa) não faria decoração.

Figura 19 - Quanto os respondentes pagariam em decoração em suas festas infantis

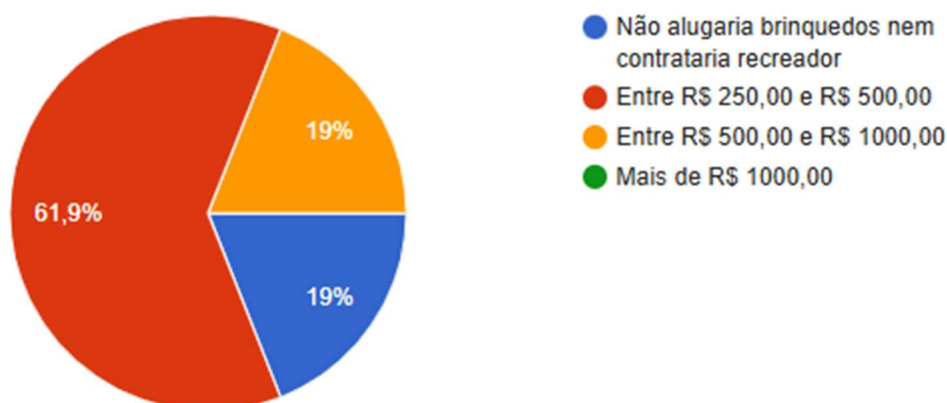


Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A maioria dos respondentes (57,1%) está disposta a investir entre R\$ 250,00 e R\$ 500,00 em decoração, faixa considerada moderada e compatível com a preocupação com custo-benefício identificada em outros gráficos. Um grupo relevante (28,6%) admite gastar entre R\$ 500,00 e R\$ 1000,00, mostrando abertura para produções mais elaboradas. Apenas 9,5% ultrapassariam o patamar de R\$ 1.000,00, e quase não há rejeição ao serviço (apenas 1 pessoa disse que não faria decoração).

Na Figura 20, são apresentados os resultados referentes a quanto os respondentes pagariam em aluguel de brinquedos e recreadores para suas festas infantis. Os respondentes disseram que 61,9% (13 pessoas) pagariam entre R\$ 250,00 e R\$ 500,00 reais, que 19% (4 pessoas) pagariam entre R\$ 500,00 e R\$ 1.000,00 reais e que 19% (4 pessoas) não contrataria aluguel de brinquedos ou recreadores.

Figura 20 - Quanto os respondentes pagariam em aluguel de brinquedos e recreadores em suas festas infantis



Fonte: Elaboração Própria com base na Pesquisa de Mercado realizada no Google Forms

A maioria (61,9%) está disposta a pagar entre R\$ 250,00 e R\$ 500,00 por este tipo de serviço, o que indica um patamar moderado de investimento. Um grupo menor (19%) investiria entre R\$ 500,00 e R\$ 1000,00, mostrando abertura para opções mais robustas. A rejeição é moderada: 19% afirmaram que não contratariam esse serviço, o que é coerente com o gráfico sobre itens “indispensáveis” — onde recreadores não apareceram como prioridade absoluta (apenas 8 de 21 marcaram).

4.2.2 Identificação das necessidades de mercado

O mercado de buffet de festas infantis é um mercado que se encontra em grande crescimento, por mais que ele já possua algumas empresas de renome no mercado, possui também um vasto leque de oportunidade a ser explorado devido a sua grande ramificação de produtos dentro do mercado.

Desejo dos clientes

Celebrar de forma a qual fique guardado em sua memória e de seus convidados o momento especial o qual é o aniversário de um filho.

Descrição dos produtos

Empresa de serviços a qual oferecerá ao público serviços para eventos de festa infantil tanto em salão com serviço completo de buffet (salgados, finger food, doces, bolos, jantar e etc...), decoração e espaço kids com vários tipos de brinquedos para diferentes idades, como também oferecerá o atendimento *home service* com todos os itens acima de forma individual ou pacote completo para eventos externos ao salão de acordo com as necessidades dos clientes.

Ciclo de vida do Produto

Este setor possui alguns concorrentes no mercado, porém como possui uma grande gama de serviços acaba sendo algo que se possui muito espaço para trabalhar. Especificamente em João Pessoa é um setor ainda em crescimento, pois a cidade está crescendo muito nos últimos anos. João Pessoa registrou um crescimento populacional significativo nos últimos anos, especialmente entre 2010 e 2022. A capital paraibana foi a que mais cresceu proporcionalmente no Nordeste nesse período, com um aumento de 15,26% na população. Isso significa um acréscimo de mais de 100 mil novos moradores, passando de cerca de 723 mil em

2010 para aproximadamente 833 mil em 2022 e o setor de festas precisa acompanhar esse crescimento.

4.2.3 Segmentação de mercado

Geográfica

O principal pólo geográfico é a zona leste da cidade de João Pessoa -PB, composta pelos bairros Bessa, Cabo Branco, Tambaú, Tambauzinho, Expedicionários, Jardim Oceania, Manaíra, Altiplano, Miramar, Jardim Luna, João Agripino.

Demográfica

De acordo com estudos, o perfil do nosso cliente são pais e mães com idade média entre 29 e 40 anos, casados ou não, com filhos na faixa de etária de 0 a 12 anos e média salarial de três salários-mínimos per capita familiar. Inclui-se nesta lista avós com netos nessa faixa etária, principalmente no caso dos pais serem separados.

Cultural

São clientes que têm por hábito comemorar aniversário próprios, de seus filhos, parentes e amigos com festas.

Psicográfica

De acordo com o modelo de segmentação de Veiga Neto (2007), o público-alvo caracteriza-se principalmente por pais jovens e de meia-idade, de classe média, com forte valorização da família e do status social transmitido por meio das festas infantis. Muitos são empreendedores ou profissionais assalariados que buscam praticidade, confiabilidade e diferenciação nos serviços contratados. Ao mesmo tempo em que prezam por segurança e tradição, também estão abertos a novidades e experiências personalizadas, desejando surpreender convidados e criar boas memórias. Assim, predominam perfis psicográficos que combinam realização, experimentação e pertencimento social, orientando suas decisões de consumo tanto pelo desejo de qualidade quanto pela busca de reconhecimento em seu círculo social.

4.2.4 Perfil dos Consumidores

Pessoas de classe média dispostas a gastar valores moderados, mas não extravagantes, com tendência de priorizar eventos que já incluam estrutura e comodidades (buffet, decoração e brinquedos).

Quadro 2 – Persona de Marketing

	Mariana Souza 36 anos, casada, residente na área do Bessa em João Pessoa, Paraíba Mãe de dois filhos, sendo um de 7 anos e outro de 4 anos. Bancária com expediente de 08:00h às 17:00h de segunda a sexta.
---	---

Fonte: Elaboração Própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2025).

Comportamento de consumo

Pessoas que valorizam praticidade e organização, preferem contratar fornecedores que já entregam soluções completas, que buscam bom custo-benefício, mas não abrem mão de qualidade e que dão importância a estética e personalização na decoração.

Perfil dos clientes

Cientes com filhos entre 0 e 12 anos, que procuram uma festa que cause boa impressão para convidados. Preferem soluções sem dor de cabeça, um único fornecedor que cuide do buffet, decoração e entretenimento. Buscam fornecedores que entendam tendências de decoração infantil e temáticas personalizadas. Que deseja equilibrar qualidade e preço justo.

O setor de eventos e festas infantis tem como público-alvo crianças de 0 a 12 anos, pois corresponde à fase da vida em que aniversários e celebrações são socialmente mais valorizados pelas famílias, gerando forte demanda por serviços especializados. Nessa faixa etária, os pais e responsáveis se configuram como principais decisores de compra, buscando proporcionar experiências afetivas e memoráveis aos filhos, o que impulsiona a oferta de produtos e serviços personalizados. Culturalmente, no Brasil, é comum a realização de festas

infantis desde o nascimento, passando pelos “mesversários” e batizados nos primeiros anos de vida, até festas temáticas e elaboradas na infância e pré-adolescência. Após os 12 anos, há uma mudança no perfil de consumo, migrando para festas voltadas à adolescência, como eventos de debutantes e comemorações em formato de baladas, o que justifica o recorte mercadológico até essa idade.

4.2.5 Análise dos Concorrentes

O Quadro 3 traz a síntese da análise dos principais concorrentes, sendo os mesmos considerados concorrentes diretos, pois são consideradas as melhores casas de festas do ramo de festas infantis.

Quadro 3 – Análise dos Concorrentes

Empresa	Popótamus	Casa Mágica	Balloons
Qualidade	★★★★★★	★★★★★★	★★★★★★
Preço	Entre R\$ 135,00 e R\$ 183,00 por pessoa.	Entre R\$ 184,00 e R\$ 197,00 por pessoa.	Entre R\$ 140,00 e R\$ 203,00 por pessoa.
Condições de Pagamento	Entrada de 10% e o restante podendo ser pago até a semana do evento. Aceita dinheiro e cartão parcelado.	Entrada de 10% e o restante podendo ser pago até a semana do evento. Aceita dinheiro e cartão parcelado.	Entrada de 10% e o restante podendo ser pago até a semana do evento. Aceita dinheiro e cartão parcelado.
Localização	R. Santos Coelho Neto, 348 - Manaira, João Pessoa - PB, 58038-451	R. José Maria Tavares de Melo, 370 - Brisamar, João Pessoa - PB, 58034-220	Av. Gov. Antonio da Silva Mariz, 2286 - Portal do Sol, João Pessoa - PB, 58046-518
Atendimento	★★★★★★	★★★★★★	★★★★★★
Serviços aos clientes	Ambiente climatizado, área kids com estrutura e brinquedos para crianças para crianças de idades variadas, tem acessibilidade para deficientes	Ambiente climatizado, área kids com estrutura e brinquedos para crianças para crianças de idades variadas, tem acessibilidade para deficientes	Ambiente climatizado, área kids com estrutura e brinquedos para crianças para crianças de idades variadas, tem acessibilidade para deficientes

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2025).

4.2.6 Lista de Fornecedores

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

Quadro 4 – Lista de Fornecedores

Nº	1	2	3	4
Descrição dos itens a serem adquiridos	Farinha de Trigo	Carnes	Laticínios	Hortifruti
Nome do Fornecedor	Atacadão	AS carnes e frios	HDS	Ceasa
Periodicidade de Compra	A cada 30 dias	A cada 30 dias	A cada 30 dias	A cada 7 dias
Condições de pagamento	Boleto para 30 dias	Boleto para 30 dias	Boleto para 30 dias	À Vista
Prazo de Entrega	48 horas	48 horas	48 horas	
Localização	Bessa / João Pessoa	Distrito Industrial / João Pessoa	Mangabeira / João Pessoa	Cristo / João Pessoa

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2025).

4.3 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
Criação de pacotes temáticos personalizados; localização estratégica; base de público sólida.	Ausência de dados específicos sobre a movimentação do setor; necessidade de profissionalização.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Setor robusto com variedade de serviços; aproveitamento da cultura e turismo; parcerias comerciais.	Competição informal; desigualdade econômica; eventos em locais públicos gratuitos; variabilidade de demanda e custos.

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2025).

4.3.1 Plano de Ação

Potencializar Forças

- Personalização como padrão: oferecer catálogo flexível com pacotes adaptáveis ao orçamento e preferências do cliente, mantendo sempre a possibilidade de incluir elementos regionais.

- Aproveitar a localização estratégica: intensificar ações de marketing e parcerias com escolas, salões de festa e condomínios próximos para reduzir custos logísticos e aumentar a conveniência.
- Usar o apelo turístico e econômico local: divulgar festas com temas que valorizem pontos turísticos e a cultura paraibana (ex.: festas juninas, praia, artesanato).

Corrigir Fraquezas

- Suprir a falta de dados atualizados: implementar pesquisa de satisfação e mapeamento de mercado semestral para ajustar preços, serviços e campanhas com base em dados reais.
- Capacitação contínua: treinamento da equipe para atendimento, segurança e inovação nos serviços.

Aproveitar Oportunidades

- Explorar a diversidade de segmentos: criar pacotes integrados (buffet, decoração, recreação, personagens, foto/filmagem e lembrancinhas) como principal diferencial competitivo.
- Parcerias estratégicas: firmar acordos com shoppings, hotéis e espaços culturais para ter pontos de venda fixos e exposição em eventos temáticos.
- Campanhas temáticas sazonais: alinhar promoções a eventos como São João, Natal e férias escolares.

Neutralizar Ameaças

- Combater a concorrência informal: criar programas de fidelização com benefícios exclusivos (ex.: descontos progressivos e bônus para indicações) que aumentem a percepção de profissionalismo.
- Plano de contingência para instabilidade econômica: criar linhas de produtos/serviços mais acessíveis (ex.: “mini festas” ou “festas express”) para períodos de menor poder aquisitivo.

4.4 PLANO DE MARKETING

4.4.1 Estratégia de produto e valor ao cliente

Valor ao cliente

Oferecer experiências completas e personalizadas, que combinem praticidade, segurança e momentos memoráveis para a família. O foco é garantir que os pais encontrem em um só fornecedor todos os serviços essenciais para a festa, economizando tempo e garantindo qualidade.

Imagem

Construir uma marca associada à confiança, cuidado com os detalhes e conexão cultural, transmitindo profissionalismo nas redes sociais e materiais promocionais.

Inovação

Introdução de pacotes temáticos com elementos culturais locais (ex.: temas juninos e folclóricos), integração de experiências interativas e possibilidade de personalização à la carte.

Informação

Disponibilizar informações claras sobre serviços, preços e portfólio no site e nas redes sociais, incluindo galeria de fotos, vídeos de eventos e depoimentos de clientes.

Garantia

Compromisso com a entrega do que foi contratado, assegurando pontualidade, qualidade e cumprimento das condições acordadas com o cliente.

Conveniência

Facilidade de contratação, presença em bairros estratégicos (Bessa, Brisamar, Bancários e Cristo) e opção de negociação e atendimento online.

Serviços

Pacotes completos: decoração, brinquedos, comidas infantis, recreação, personagens, foto/filmagem e lembrancinhas. Serviços opcionais para personalização conforme o orçamento do cliente.

4.4.2 Estratégia de preço

Praticar preços compatíveis com o ticket médio identificado (R\$ 100,00 a R\$ 150,00 por pessoa para festas em salão).

Condições e prazos de pagamento

Possibilidade de parcelamento, descontos para pagamento à vista e promoções em datas de menor demanda.

4.4.3 Estratégia de Promoção

A estratégia de promoção combina ações de incentivo e fidelização, como descontos sazonais, brindes personalizados e sorteios online. Inclui presença ativa em eventos e feiras, parcerias estratégicas com escolas e fornecedores, além de marketing de conteúdo nas redes sociais. A comunicação é clara e atrativa, com forte atuação digital e uso de portfólio visual para engajar e converter clientes.

Figura 21 - Logomarca do Empreendimento



Fonte: Elaboração Própria.

Descontos

Ofertas sazonais em períodos de menor demanda (ex.: meses de baixa temporada) e descontos progressivos para clientes recorrentes ou que indicarem novos clientes.

Brindes

Entrega de brindes temáticos para os aniversariantes (ex.: lembrancinhas personalizadas ou acessórios de festa) como forma de fidelização e diferenciação.

Eventos

Participação ativa em feiras e mostras de festas, eventos infantis e culturais locais, para divulgação dos serviços e demonstração ao vivo de decorações e recreações.

Parcerias

Alianças estratégicas com escolas, salões de festa, buffets e fornecedores locais para ampliar a rede de indicação e otimizar custos de logística.

Outros

Marketing de conteúdo direcionado aos pais, com dicas e inspirações nas redes sociais, além de sorteios e promoções online para aumentar o engajamento.

Estratégia de comunicação

Comunicação clara, amigável e visualmente atrativa, com presença forte no Instagram, Facebook e Pinterest, anúncios segmentados por localização, uso de depoimentos de clientes e portfólio digital com fotos e vídeos reais.

4.4.4 Estratégia de Distribuição

A distribuição dos salgados será feita por meio de aplicativos de vendas por internet (por exemplo ifood) e retirada no local pelo cliente.

Características do ponto comercial: Ponto comercial com estrutura de escritório para reunião com clientes bem como de acesso rápido para entrega de encomendas.

4.4.5 Localização do negócio

Endereço: Rua Cassimiro de Abreu

Bairro: Brisamar

Cidade: João Pessoa - PB

4.5 PLANO OPERACIONAL

4.5.1 Layout ou arranjo físico

Abaixo segue a planta baixa do negócio na figura 22, onde temos o escritório administrativo, cozinha para pré-preparo das festas, porém de início só realizaremos festas no ambiente contratado externo.

Figura 22 - Layout e Arranjo do Reino da Alegria



Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2025).

4.5.2 Capacidade Produtiva

Somos capazes de realizar 6 festas e produzir dez mil salgados por semana, o que dá no máximo 24 festas e quarenta mil salgados por mês, considerando nossa capacidade de atendimento máxima.

4.5.3 Processos Operacionais

4.5.3.1 Compras

- Planejamento da lista de insumos com base no cardápio e nas demandas de congelados.
- Seleção de fornecedores confiáveis e com certificação sanitária.
- Negociação de prazos, preços e quantidades.
- Agendamento de entregas para manter frescor e evitar acúmulo de estoque.

4.5.3.2 Recepção dos Produtos

- Conferência da nota fiscal e lista de compras.
- Verificação das condições de transporte (temperatura, higiene das embalagens).
- Checagem da validade e integridade dos produtos.
- Higienização externa das embalagens antes de armazenar.

4.5.3.3 Armazenamento

- Separação entre perecíveis e não perecíveis.
- Refrigeração imediata de carnes, laticínios e hortifrúti.
- Estocagem organizada com método PEPS.
- Insumos destinados à produção de salgados diários separados em área específica.

4.5.3.4 Pré-preparo

- Higienização e porcionamento de vegetais, carnes e massas.
- Separação de tábuas e utensílios para evitar contaminação cruzada.
- Mise en place dos ingredientes para o cardápio do dia e para a linha de congelados.

4.5.3.5 Produção dos Salgados

- Massa preparada em lote, seguindo receita padronizada.
- Modelagem em formatos definidos (coxinha, quibe, pastelzinho etc.).
- Recheios padronizados e identificados.

- Controle de peso/unidade para garantir padronização da venda em cento.

4.5.3.6 *Congelamento*

- Salgados modelados dispostos em bandejas higienizadas, sem encostar uns nos outros.
- Pré-congelamento em freezers até completa rigidez.
- Após congelados, acondicionamento em sacos plásticos alimentícios identificados (data de produção, validade e tipo do salgado).
- Controle de validade e giro de estoque.

4.5.3.7 *Fritura e Venda em Cento*

- Retirada do lote sob demanda, mantendo a cadeia de frio até o preparo.
- Fritura em óleo limpo, na temperatura adequada (180°C).
- Escorrimento correto para evitar excesso de óleo.
- Acondicionamento em caixas ou bandejas próprias para transporte e venda.
- Entrega ao cliente com controle de quantidade e registro da saída.

4.5.3.8 *Linha Normal de Produção para Festas*

- Paralelamente, mantém-se o fluxo original: preparo de cardápios específicos para o evento.
- Salgados podem ser direcionados tanto para consumo imediato na festa como retirados do estoque congelado.

4.5.3.9 *Entrega para o Serviço*

- Bandejas entregues aos garçons higienizadas e padronizadas.
- Comunicação clara sobre restrições alimentares.
- Controle de porções para evitar desperdício.

4.5.3.10 *Pós-Evento*

- Descarte do que não pode ser reaproveitado.
- Registro de consumo x desperdício para melhorar o planejamento.
- Higienização completa da cozinha, equipamentos e utensílios.
- Atualização do controle de estoque de congelados.

4.5.4 Necessidades de Pessoal

A equipe será composta por:

- 3 auxiliares de cozinha.
- 1 auxiliar de serviços gerais

Essa é a equipe permanente, porém conforme a demanda de festas contratamos terceirizados para exercer algumas funções, onde todos os terceirizados devem passar periodicamente pelos processos do planejamento do recrutamento, seleção e treinamento a seguir.

4.5.5 Planejamento do recrutamento, Seleção e Treinamento

4.5.5.1 Planejamento do recrutamento e da Seleção

Os objetivos são garantir a contratação de profissionais alinhados às boas práticas de higiene, segurança e ética já previstas no plano de treinamento, bem como montar uma equipe multidisciplinar, capaz de oferecer serviços de qualidade, com foco na satisfação do cliente e bem-estar das crianças.

a) Fontes de recrutamento

- Redes sociais e sites especializados: anúncios em grupos locais de eventos, gastronomia e recreação.
- Indicações internas: recomendação de colaboradores já contratados ou parceiros de confiança.
- Parcerias com instituições de ensino: cursos técnicos de gastronomia, eventos, pedagogia e lazer.

b) Estratégias

- - Divulgação de vagas com descrição clara das funções, requisitos de higiene, segurança e ética.
- - Processo seletivo contínuo (banco de talentos), dada a natureza eventual do trabalho em festas.

Para a Seleção, serão feitas as seguintes etapas.

a) Etapas Comuns

- Triagem de currículos – verificar experiência prévia em eventos, restaurantes, escolas ou recreação.
- Entrevista inicial – avaliar postura, comunicação, disponibilidade de horários e interesse na área.
- Teste prático/situacional – simulações de atendimento, higiene, segurança ou recreação, conforme função.
- Avaliação de perfil ético – análise de situações-problema para verificar valores pessoais.

b) Critérios por Setor

- Cozinha: experiência em manipulação de alimentos, certificado em boas práticas, agilidade.
- Decoração: criatividade, organização, experiência em montagem de ambientes.
- Garçons: boa comunicação, postura discreta, experiência com bandeja e atendimento.
- Serviços Gerais: disciplina, proatividade, noções de limpeza e segurança.
- Recreadores/Cuidadores: afinidade com crianças, paciência, vivência em atividades lúdicas e segurança infantil.

Após a seleção, todos os contratados passam por treinamento de integração, com foco em higiene e segurança, ética e postura profissional e procedimentos específicos de cada setor. Haverá um acompanhamento com período de experiência prático em um evento real, com supervisão direta, e feedback imediato após cada festa, para ajustes e reforço de boas práticas. Por fim, serão feitas reuniões periódicas para avaliação de desempenho e identificação de talentos para liderança de equipe.

4.5.5.2 Plano de Treinamento

a) Cozinha

- Higiene Pessoal e Alimentar: Lavagem correta das mãos, uso de touca, máscara e uniforme limpo e proibição de adornos.
- Segurança Alimentar: Armazenamento adequado; Separação de alimentos crus e cozidos; Manipulação correta de utensílios.
- Boas Práticas: Limpeza e sanitização de utensílios; Controle de pragas e descarte correto do lixo.
- Ética: Respeito às restrições alimentares; Transparência nos ingredientes.

b) Decoração

- Higiene e Organização: Higienização prévia de objetos decorativos; Armazenamento limpo e separado.
- Segurança no Local: Fixação segura de estruturas; Uso de materiais não inflamáveis; Evitar obstrução de saídas.
- Ética: Cuidado com o patrimônio do cliente; Atendimento atencioso; Criatividade respeitando a temática contratada.

c) Garçons

- Higiene Pessoal: Uniforme limpo, cabelo preso; Evitar uso de celular.
- Boas Práticas de Serviço: Servir alimentos com cuidado; Reposição rápida de utensílios; Atenção especial a crianças e idosos.
- Segurança: Transporte correto de bandejas; Cuidado em ambientes lotados.
- Ética: Cordialidade com todos; Discrição e sigilo.

d) Serviços Gerais

- Higiene e Limpeza: Limpeza constante dos banheiros e áreas comuns; Descarte adequado do lixo; Uso de EPIs.
- Segurança Local: Manutenção de áreas secas; Organização de fios e equipamentos; Verificação preventiva de extintores.
- Ética: Trabalho em equipe; Respeito às orientações; Proatividade com discrição.

e) Recreadores e Cuidadores de Brinquedos

- Higiene Pessoal: Uniforme limpo e confortável; Higienização das mãos; Brinquedos sempre limpos.
- Segurança no Local: Monitoramento constante; Respeito à faixa etária dos brinquedos; Proibir alimentos e objetos cortantes; Checar montagem e fixação.
- Boas Práticas: Organizar filas; Explicar regras de forma lúdica; Atenção com crianças pequenas e especiais.
- Ética: Tratar todas as crianças com respeito; Jamais deixar criança sem supervisão; Discrição e postura profissional.

f) Treinamento Comum a Todos

- Ética e Conduta: Respeito mútuo; Pontualidade e comprometimento.
- Segurança: Noções de primeiros socorros; Conhecimento de saídas de emergência.
- Atendimento: Postura educada e cordial; Comunicação positiva com adultos e crianças.

4.6 PLANO FINANCEIRO

Esta seção está dividida em nove subseções, quais sejam: (1) Investimento Fixo; (2) Prazos e Estoques; (3) Mão de Obra e Pró-labore; (4) Custos Fixos; (5) Demonstração do Resultado do Exercício; (6) Sazonalidade; (7) Resumo Financeiro; (8) Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro, por fim, (9) Indicadores de Viabilidade. Os números apresentados foram obtidos através do preenchimento da Planilha Financeira no Plano de Negócio do SEBRAE-PR (2025).

4.6.1 Investimento Fixo

O Investimento Fixo é apresentado conforme a Tabela 1 abaixo, esta relata os investimentos feitos para abertura da empresa, sendo o investimento com a aquisição de Veículo Van de carga o maior investimento, com máquinas e equipamentos de em segundo lugar quanto ao valor, onde a Máquina de Salgados, freezers e ar-condicionados os itens de maior investimento. Os itens apresentados em Móveis e Utensílios vem em terceiro lugar referente ao valor, neste item estão mobília, painéis e louça. Em o item computadores, que compreende: O notebook, aparece em quarto lugar quanto ao valor, além desses itens será realizado investimento. Os investimentos totais para a implementação do negócio

totalizam em R\$ 93.150,00.

Tabela 1 - Investimento Fixo Projetado para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa - PB

DISCRIMINAÇÃO	VALOR (R\$)
Máquinas e Equipamentos	30.650,00
Fritadeiras	2.000,00
Fornos	3.000,00
Freezers	5.000,00
Fogões	2.000,00
Maquina de Salgado	8.000,00
Masseira	2.700,00
Batedeiras	3.000,00
Panela Mexedora	950,00
Ar Condicionado	4.000,00
Móveis e Utensílios	9.500,00
Mobilha	3.000,00
Panelas	2.500,00
Louça	4.000,00
Computadores	3.000,00
Notebook	3.000,00
Veículos	50.000,00
Van de Carga	50.000,00
Total Investimento Fixo	93.150,00

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE – PR (2025).

4.6.2 Prazos e Estoques

Os prazos de venda, compras e política de estoque estão apresentados na tabela 2. As vendas à vista representam 10% do total e as vendas a prazo aparecem com 90%, perfazendo um prazo médio de 54 dias para recebimento. Os prazos médios de compra da empresa aparecem com 20% de compras à vista e 80% a prazo, ficando com 24 dias o prazo médio para pagamento ao fornecedor.

Tabela 2 - Estimativa de Prazos de Recebimento, Compras e Estoque

POLÍTICA DE VENDA		
Prazo médio de venda das mercadorias	%	Dias
Venda à Vista	10,00	-
Venda a Prazo	90,00	60
Prazo Médio - apresenta a divisão das vendas à vista e a prazo em relação às vendas totais.		54
POLÍTICA DE COMPRA		
Prazo médio de compras	%	Dias
À Vista	20,00	-
A Prazo	80,00	30
Prazo Médio - apresenta a divisão das compras à vista e a prazo em relação às compras totais.		24
POLÍTICA DE ESTOQUE		Dias
Necessidade média de estoques define qual deve ser o estoque mínimo necessário em dias.		15

ESTIMATIVA DE ESTOQUE INICIAL	R\$
Estoque Inicial	9.000,00

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE – PR (2025).

Os insumos necessários para produção possuem vida de prateleira estendida, salve alguns hortifrutis. Assim, a reposição de estoque será realizada em 15 dias. O valor de estoque foi calculado levando em consideração o custo estimado para um mês de produção

4.6.3 Faturamento Mensal

O faturamento mensal apresenta a estimativa de quanto a empresa irá render em um mês. O resultado apresentado levou em consideração a venda dentro do mês com 300 centos de salgados dos sabores disponíveis no cardápio e 50 centos de doces dos sabores dos cardápios, além de aluguel de brinquedos, decorações e equipe para festas e eventos. Para esse faturamento, a produção funciona de segunda à sábado, o aluguel de brinquedos, decorações e equipe será tercerizado para diminuir os custos, podendo em um futuro ser adquirido tanto as decorações quanto os brinquedos além do crescimento da equipe, as festas e eventos para disponibilização de equipe e materiais pode ser a qualquer dia, porém com foco de sexta à domingo dias mais comuns para acontecerem. A tabela 3 mostra os custos diretos (R\$ 36.500,00) e o faturamento mensal da empresa, sendo a estimativa de R\$ 81.860,00.

Tabela 3 - Estimativa de Faturamento e dos Custos Mensais para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa- PB

ESTIMATIVA DE FATURAMENTO E CUSTO DIRETO MENSAL	
Faturamento	R\$ 81.860,00
Custo Direto	R\$ 36.500,00

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE – PR (2025)

A tabela 4 descreve os tipos de itens disponíveis no tanto no cardápio quanto no catálogo da empresa, assim como a quantidade de venda de cada item por mês, o custo unitário e da mercadoria, o preço de venda unitário e o faturamento.

Das opções ofertadas, a que apresenta maior faturamento são os centos que, somados, faturam R\$ 50.000,00.

Tabela 4 - Estimativa de Faturamento e dos Custos Diretos Mensais para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB

Descrição do Produto	Estimativa de Custos			Estimativa de Vendas	
	Vendas Unitárias	Custo Unit.	Custo da Mercadoria	Preço de Venda Unitário	Faturamento
Cento de salgados comum	200	45,00	9.000,00	160,00	32.000,00
Cento de salgados especial	100	55,00	5.500,00	180,00	18.000,00
Cento de docinhos	50	50,00	2.500,00	160,00	8.000,00
Aluguel de brinquedos tipo 1	24	120,00	2.880,00	150,00	3.600,00
Aluguel de brinquedos tipo 2	16	250,00	4.000,00	300,00	4.800,00
Aluguel de brinquedos tipo 3	8	410,00	3.280,00	500,00	4.000,00
Decoração personalizada tipo 1	16	230,00	3.680,00	280,00	4.480,00
Decoração personalizada tipo 2	8	450,00	3.600,00	550,00	4.400,00
Decoração personalizada tipo 3	2	550,00	1.100,00	690,00	1.380,00
Garçom	8	120,00	960,00	150,00	1.200,00
TOTAIS	CMV	36.500,00	FATURAMENTO		81.860,00

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE – PR (2025)

4.6.4 Mão de obra e Pró-Labore

O custo com mão de obra é com funcionários da produção semanal dos salgados e manutenção da casa onde se encontra o escritório, cozinha de produção e depósito. Sendo a equipe formada por três auxiliares de cozinha e um auxiliar de serviços gerais. Os demais funcionários para os eventos são terceirizados.

Tabela 5 - Estimativa dos Custos com Mão-de-Obra para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB.

Cargo/Função	Nº func.	Salário	%*	Encargos	Total
Auxiliar de Cozinha	3	1.518,00	37,54%	569,86	6.263,57
Auxiliar de serviços Gerais	1	1.518,00	37,54%	569,86	2.087,86
TOTAL	4	6.072,00		2.279,43	8.351,43

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE – PR (2025)

O pró-labore de R\$ 4.554,00 foi estipulado com aplicação de um percentual de 11% de alíquota de INSS.

Tabela 6 - Estimativa dos Custos com Retirada do Sócio para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB.

Cargo/Função	Nº	Salário	%*	Encargos	Total
Retirada do Sócio (Pró-Labore)	1	4.554,00	11,00%	500,94	5.054,94

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE – PR (2025)

4.6.5 Custo Fixos

Os custos fixos são gastos que não sofrem alterações independente do volume de produção e vendas, como água, luz, gás, entre outros. A tabela 7 detalha todos os custos fixos mensais, o maior valor que aparece nas despesas como mão de obra + encargos que equivale a R\$ 8.351,43 e o total de custo fixo totaliza R\$ 23.002,29

Tabela 7 - Estimativa de Custos Fixos para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB.

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
Mão de Obra + Encargos	8.351,43
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	5.054,94
Água	800,00
Luz	2.000,00
Telefone	70,00
Contador	1.518,00
Despesas com Veículos	200,00
Material de Expediente e Consumo	300,00
Aluguel	2.500,00
Seguros	50,00
Propaganda e Publicidade	200,00
Depreciação Mensal	1.217,92
Manutenção	150,00
Gás	360,00
Internet	80,00
Segurança Eletrônica	150,00
TOTAL	23.002,29

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE – PR (2025)

4.6.6 Demonstração do Resultado do Exercício

De acordo com a média de faturamento mensal e anual, a empresa se enquadra no regime tributário do Simples Nacional, com faturamento anual superior a R\$ 720.000,00.

A tabela 8 apresenta a demonstração do resultado do exercício (DRE) com resultado líquido financeiro mensal (lucro) no valor de R\$ 9.935,18, sendo anualmente de R\$ 119.222,16. A receita representa 90% das vendas à prazo, isto é, R\$ 73.674,00 e R\$ 8.186,00 a vista, que equivale a 10%. Conforme a receita total, 55,10% desta é consumida pelos custos fixos totais, onde os outros 44,90% e referente a margem de contribuição, deste 28,10% são em custos variáveis totais e 4,67% em investimento (financiamento). Assim, 87,86% da receita total será para cobrir os custos e como resultado líquido financeiro aparece 12,14% da receita total.

Tabela 8 - Estimativa da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) para implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%
1. Receita Total	81.860,00	100,00%
Vendas (à vista)	8.186,00	10,00%
Vendas (a prazo)	73.674,00	90,00%
2. Custos Variáveis Totais	45.103,53	55,10%
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria + Custo do Serviço)	36.500,00	44,59%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)	6.621,70	8,09%
<u>Cartões de Crédito e Débito</u>	1.981,83	2,42%
Outros Custos Variáveis	0,00	0,00%
3. Margem de Contribuição	36.756,47	44,90%
4. Custos Fixos Totais	23.002,29	28,10%
Mão-de-Obra + Encargos	8.351,43	10,20%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	5.054,94	6,18%
Água	800,00	0,98%
Luz	2.000,00	2,44%
Telefone	70,00	0,09%
Contador	1.518,00	1,85%
Despesas com Veículos	200,00	0,24%
Material de Expediente e Consumo	300,00	0,37%
Aluguel	2.500,00	3,05%
Seguros	50,00	0,06%
Propaganda e Publicidade	200,00	0,24%
Depreciação Mensal	1.217,92	1,49%
Manutenção	150,00	0,18%
Condomínio	0,00	0,00%
Despesas de Viagem	0,00	0,00%
Serviços de Terceiros	0,00	0,00%
Ônibus, Táxis e Selos	0,00	0,00%
Outros Custos Fixos	590,00	0,72%
5. Resultado Operacional	13.754,18	16,80%
6. Investimentos	3.819,01	4,67%
Financiamento	3.819,01	4,67%
7. Resultado Líquido Financeiro	9.935,18	12,14%

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE – PR (2025)

4.6.7 Sazonalidade

A previsão de sazonalidade foi realizada de acordo com os dados expostos até aqui. Foi realizada uma análise detalhada mensal das fases de crescimento do negócio, levando em consideração a sazonalidade devido época de férias onde se concentra boa parte das festas infantis, bem como demais eventos festivos o que aumenta a venda de salgados e doces.

Os meses que aparecem com maiores demandas são de janeiro à março e de julho à agosto, devido às festividades no final de ano e as férias colegiais de meio e final de ano. O mês que aparece com menor venda é maio.

4.6.8 Resumo Financeiro

A tabela 9 apresenta os indicadores financeiros para a implantação uma empresa voltada para festas infantis. A própria planilha do SEBRAE –PR (2025) apresenta os cálculos necessários, a qual avaliou que o investimento total de R\$ 130.339,35, sendo necessário capital de giro devido o percentual de vendas a prazo. Será necessário financiamento, uma vez que o alto investimento e o retorno das vendas ser em sua maioria a prazo acaba por fazer necessária o uso desta ferramenta. A tabela também demonstra os gastos gerais de R\$ 68.105,82, mais R\$ 3.819,01, referente ao valor de financiamento, o faturamento mensal de R\$ 81.860,00 e o resultado operacional de R\$ 9.935,18.

Tabela 9 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Estimados para Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB.

INDICADORES FINANCEIROS				
Investimento	102.150,00	Faturamento	81.860,00	100,00%
Capital de Giro	28.189,35	Custos Variáveis	45.103,53	55,10%
Total	130.339,35	Custos Fixos	23.002,29	28,10%
Financiamento	100.000,00	Resultado Operacional	13.754,18	16,80%
Capital Próprio	30.339,35	Investimentos	3.819,01	4,67%
		Resultado	9.935,18	12,14%

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE – PR (2025)

A tabela 10, a seguir, informa o ponto de equilíbrio operacional e financeiros, ou seja, o valor mensal e diário de faturamento necessários para cobrir os custos operacionais e financeiros, no prazo de 12 dias de funcionamento mensal. A estimativa do valor diário é de R\$ 4.977,79 e mensal R\$ 59.733,46.

Tabela 10 - Resumo do Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro Estimado para a Implantação de uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB.

PONTO EQUILIBRO OPERACIONAL E ECONÔMICO	
Operacional	
Mensal	51.228,18
Diário	4.269,02
Financeiro	
Mensal	59.733,46
Diário	4.977,79
Dias Úteis	12

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE – PR (2025)

Finalizando, a tabela 11 apresenta os indicadores de viabilidade econômico-financeira. A margem de contribuição aparece com 44,90% e a lucratividade mensal é de

8,09%. A rentabilidade mensal tem o percentual de 4,77%. O prazo para retorno do investimento é de 29 meses. O prazo médio de recebimento é de 54 dias e a rotação do estoque aparece com 1,32 dias.

A taxa mínima de atratividade (TMA) adotada foi de 15% (Taxa Selic no período em estudo). A taxa interna de retorno (TIR) representa 43,29% e o valor Presente Líquido positivo indica a viabilidade econômico- financeira do negócio.

Tabela 11 - Resumo dos Indicadores de Viabilidade Econômico-Financeira estimados para uma empresa voltada para festas infantis em João Pessoa – PB

Margem de Contribuição			44,90%
Lucratividade Mensal			8,09%
Rentabilidade	Média Mensal		4,77%
	Período de 60 meses		7.394,78%
TMA - Taxa Mínima de Atratividade			15,00%
TIR - Taxa Interna de Retorno			43,29%
VPL - Valor Presente Líquido			95.075,79

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE – PR (2025)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo principal analisar a viabilidade mercadológica e econômico-financeira da implantação de uma empresa de festas e buffet infantil na cidade de João Pessoa/PB, a partir da elaboração de um plano de negócios baseado no modelo SEBRAE-PR (2025). Para tanto, foram realizados estudos teóricos, pesquisa de mercado e análises financeiras que possibilitaram compreender o cenário atual e as oportunidades de inserção no setor.

A pesquisa de mercado evidenciou a existência de uma demanda crescente por serviços completos e personalizados para eventos infantis, em especial na região leste da cidade, onde se concentra o público-alvo de maior poder aquisitivo. Os dados coletados revelaram que a maioria dos consumidores valoriza praticidade, custo-benefício e qualidade, destacando como elementos indispensáveis a decoração temática, o espaço para brincadeiras e a oferta de cardápio diversificado.

No campo econômico-financeiro, o plano apresentou indicadores positivos de viabilidade. O investimento inicial estimado em R\$ 130.339,35 mostrou-se compatível com o porte do negócio e, diante da previsão de faturamento mensal de aproximadamente R\$ 81.860,00, projetou-se um lucro líquido anual superior a R\$ 119 mil. Esses resultados reforçam a sustentabilidade financeira do empreendimento, que se mostra capaz de gerar retorno atrativo ao empreendedor.

Sob a ótica estratégica, o estudo evidenciou que a diferenciação por meio de pacotes temáticos personalizados, a localização estratégica e a atuação com serviços home service configuram fatores competitivos relevantes. Ainda que existam desafios, como a concorrência informal e a oscilação econômica, a adoção de estratégias de marketing direcionadas, parcerias institucionais e a constante profissionalização da equipe são caminhos eficazes para consolidar o negócio.

Dessa forma, pode-se concluir que a abertura de uma EMPRESA de festas e buffet infantil em João Pessoa/PB não apenas se apresenta viável, mas também promissora, em razão do crescimento populacional, da cultura de celebração de eventos e da carência de opções que aliem qualidade e preço justo. Assim, o empreendimento, ao oferecer experiências memoráveis e completas, atende às expectativas do mercado e contribui para o fortalecimento do setor de eventos infantis na região.

REFERÊNCIAS

ABCD JORNAL. Crescimento do mercado de festas destaca a importância na escolha do buffet. 7 set. 2024. Disponível em: <https://abcdjornal.com.br/crescimento-do-mercado-de-festas-destaca-a-importancia-na-escolha-do-buffet/>.

Acesso em: 3 out. 2025.

ABEOC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. ABEOC Brasil e Sebrae Nacional, juntos com todas entidades de eventos, celebram a retomada do dimensionamento econômico. 29 jul. 2024. Disponível em: <https://abeoc.org.br/2024/07/29/abeoc-brasil-e-sebrae-nacional-juntos-com-todas-entidades-de-eventos-celebram-a-retomada-do-dimensionamento-economico/>.

Acesso em: 3 out. 2025.

ABRAFESTA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EVENTOS. ABRAFESTA. Entendendo a Demanda por Festas e Cerimônias no Brasil: Comportamentos e Expectativas. 2015. https://abrafesta.com.br/wp-content/uploads/2022/03/2a-fase-pesquisa_Completo.pdf.

Acesso 25 de março 2024.

ABRAPE – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROMOTORES DE EVENTOS. Setor de eventos segue em crescimento e registra, em 2024, nível de emprego 6,08% superior ao período pré-pandemia. 26 fev. 2025. Disponível em: <https://www.abrape.com.br/setor-de-eventos-segue-em-crescimento-e-registra-em-2024-nivel-de-emprego-608-superior-ao-periodo-pre-pandemia/>.

Acesso em: 3 out. 2025.

ABRAPE – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROMOTORES DE EVENTOS. Setor de eventos de cultura e entretenimento atinge maior nível de consumo desde 2019. 8 ago. 2025. Disponível em: <https://www.abrape.com.br/setor-de-eventos-de-cultura-e-entretenimento-atinge-maior-nivel-de-consumo-desde-2019/>.

Acesso em: 3 out. 2025.

COMUNIQUE-SE (Portal). Aquecimento do setor de festas infantis gera novos investimentos e inovações. 1 jun. 2023. Disponível em: <https://portal.comunique-se.com.br/aquecimento-do-setor-de-festas-infantis-gera-novos-investimentos-e-inovacoes/>.

Acesso em: 3 out. 2025.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 6 eds., São Paulo, Empreender/ Atlas, 2017.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Setor de serviços recua 0,5% em dezembro e fecha 2024 em 3,1%, quarta alta seguida. 12 fev. 2025. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/42648-setor-de-servicos-recua-0-5-em-dezembro-e-fecha-2024-em-3-1-quarta-alta-seguida>.

Acesso em: 3 out. 2025.

SALIM, Cesar Simões. Introdução ao empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora / Cesar Simões Salim, Nelson Caldas Silva. — Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Modelo de Plano de Negócios em Excel. Paraná, 2018. Atualizada em 2025. Disponível em: <https://www.sebraepr.com.br/gratuitos/plano-de-negocios-sebrae/> Acesso em: 10 de abril de 2025.

SEBRAE. Causa Mortis: o sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros cinco anos de vida. Brasília - DF. SEBRAE, 2014. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.pdf Acesso em: 25 março 2024.

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.