

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Graduação em Administração

PLANO DE NEGÓCIOS

***PETIT MOMENT:* Pequenos momentos, grandes lembranças**

CHARLES JOSÉ LISBOA VIEIRA FILHO

João Pessoa/PB
2025

CHARLES JOSÉ LISBOA VIEIRA FILHO

PLANO DE NEGÓCIOS

***PETIT MOMENT:* Pequenos momentos, grandes lembranças**

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.

Orientador: César Emanuel Barbosa de Lima, Prof. Dr.

João Pessoa/PB
2025

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

F481p Filho, Charles Jose Lisboa Vieira.

Plano de negócios - Petit Moment: pequenos momentos,
grandes lembranças / Charles Jose Lisboa Vieira Filho.

- João Pessoa, 2025.

35 f. : il.

Orientação: César Emanuel Barbosa de Lima.

TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de negócios. 2. Empreendedorismo. 3.
Produtos personalizados. 4. Tábuas de frios. I. Lima,
César Emanuel Barbosa de. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658(043)

Folha de aprovação

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

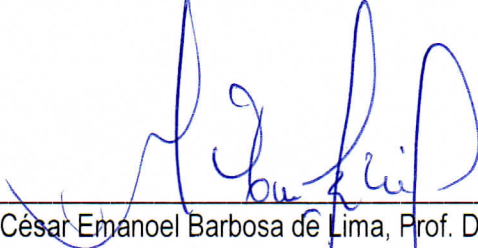
Aluno: Charles José Lisboa Vieira Filho

Trabalho: Plano de Negócios – *Petit Moment* – Pequenos momentos, grandes lembranças

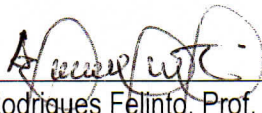
Área da pesquisa: Empreendedorismo

Data de aprovação: 23 / 09 / 2025.

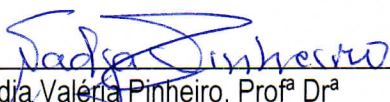
Banca examinadora



César Emanuel Barbosa de Lima, Prof. Dr.
Orientador



Arturo Rodrigues Felinto, Prof. Msc.
Membro



Nadja Valéria Pinheiro, Prof^a Dr^a
Membro

Dedico este trabalho à minha esposa, Mariana, sócia deste empreendimento e minha maior companheira, a estrela dessa jornada, por todo amparo, paciência e compreensão. Você esteve ao meu lado nos momentos mais desafiadores, oferecendo seu apoio incondicional e tornando este sonho possível. Sou eternamente grato pelo seu amor e incentivo; Aos meus familiares e amigos, que me auxiliaram ao longo deste caminho, seja com palavras de motivação ou gestos de carinho. Suas presenças fizeram toda a diferença, e aos meus professores, que, com sabedoria e compreensão, souberam acolher as dificuldades de conciliar os estudos com trabalho. Obrigado por guiarem esse processo com tanta dedicação.

AGRADECIMENTOS

- Agradeço, em primeiro lugar, à minha esposa, Mariana, não só pelo apoio pessoal constante, mas também por ser minha parceira de vida e de negócios. Este trabalho é resultado da nossa determinação em conjunto, e nada disso seria possível sem a sua dedicação, visão e capacidade de superação. Nossa empresa reflete a força da nossa união, e este modelo de negócios é mais uma etapa em nossa jornada;
- Aos meus familiares, que sempre estiveram ao meu lado, oferecendo suporte emocional e acreditando no meu potencial, mesmo diante dos desafios. Seu apoio foi essencial ao longo de todo este processo;
- Agradeço à Universidade Federal da Paraíba (UFPB), e a todos os professores que, com paciência e dedicação, compartilharam seu conhecimento e proporcionaram um ambiente de aprendizado enriquecedor. Suas contribuições foram cruciais para a construção deste trabalho;
- Aos meus colegas de curso, que compartilharam ideias, experiências e incentivo durante toda a jornada acadêmica. Nosso convívio foi fundamental para meu crescimento profissional e pessoal.
- E, finalmente, a todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho, oferecendo suporte e conhecimento ao longo do caminho.

Muito obrigado!!!!

“O sucesso nasce do querer, da determinação e da persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis”.

José de Alencar

SUMÁRIO EXECUTIVO

Somos a *Petit Moment*, uma *startup* especializada na montagem harmônica de tábuas e box de frios, cestas de café da manhã, e presentes especiais cuidadosamente personalizados para nossos clientes. Por gostar de fazer recepções para receber amigos e familiares, observamos que uma demanda muito pedida sempre foram os acompanhamentos para bebidas, em especial os vinhos das noites de sexta-feira. Porém, raras eram as vezes em que se havia uma exceção para aqueles petiscos. Além disso, também existe uma ausência de empresas focadas em presentes que proporcionem experiências desde o receber até o usufruir. Algo que fosse além do café da manhã em cesta, montado de forma mais tradicional. Observando isso, nasceu então a *Petit Moment* para harmonizar e marcar cada momento, de forma especial, na vida dos clientes que buscam um diferencial ao receber e presentear alguém importante. Mariana Fernandes de Freitas Lisboa, 33 anos, bacharel em Moda, maquiadora, bacharel em Direito e principal fundadora da *Petit Moment*, é responsável pelos Planos Estratégicos, de Recursos Humanos, Operacional e de Marketing da empresa. Mariana também já foi empresária no ramo de publicidade, e está sempre atenta para o que o mercado pede de novidade. Charles José Lisboa Vieira Filho, 31 anos, graduando em Administração, é marido e sócio de Mariana e responsável pelo Plano Financeiro da empresa, além de também dar suporte na execução dos Planos de Marketing e Operacional da *Petit Moment*. Tem experiência nos setores financeiro e de gestão, onde atua em paralelo como Síndico Profissional em seis condomínios desta capital.

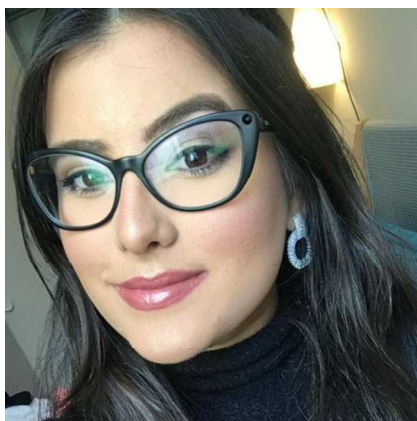


Figura 1 – Foto de Mariana Fernandes de Freitas Lisboa



Figura 2 – Foto de Charles José Lisboa Vieira Filho

Pensou-se, cuidadosamente, em trazer um novo conceito de presentear e uma nova forma de recepcionar os convidados. Também levar comodidade, pequenos momentos e grandes lembranças para os apreciadores.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Lista de Figuras

Figura 1: Foto de Mariana Fernandes de Freitas Lisboa	08
Figura 2: Foto de Charles José Lisboa Vieira Filho	08
Figura 3: Tabela de opções de produtos	16
Figura 4: Tabela de opções de adicionais	16
Figura 5: Logotipo da empresa	18
Figura 6: Tábua finalizada	19
Figura 7: Opções de cestas de café da manhã	20
Figura 8: Opções de tábuas de frios	20
Figura 9: Layout do espaço	23
Figura 10: Organograma de Processos Operacionais	24

Lista de Quadros

Quadro 1: Comparativo de estudo de concorrentes	17
Quadro 2: Matriz SWOFT	22
Quadro 3: Matriz FOFA	23
Quadro 4: Quadro de funcionários	25
Quadro 5: Estimativa de investimentos fixos – Máquinas, equipamentos, móveis, utensílios e veículos	26
Quadro 6: Capital de giro – Estimativa de estoque	27
Quadro 7: Investimentos pré-operacionais	27
Quadro 8: Investimento total	28

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Com que frequência você costuma presentear alguém com cestas ou kits personalizados?	13
Gráfico 2: O que te motiva a comprar uma cesta ou presente especial?	14
Gráfico 3: Qual o seu gênero?	14
Gráfico 4: Qual a sua faixa etária?	14
Gráfico 5: O que mais lhe chama atenção ao comprar um presente personalizado?	15

SUMÁRIO

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIEMNTO	12
1.1. Definição do negócio	12
1.2. Conceitos estratégicos da organização	12
1.3. Exigências legais	12
1.4. Área de atuação	12
1.5. Capital social	13
2. ANÁLISE DE MERCADO	13
2.1. Estudo dos clientes	13
2.2. Estudo dos concorrentes	15
2.3. Estudo dos fornecedores	18
3. PLANO DE MARKETING	18
3.1. Descrição dos principais produtos e serviços	19
3.2. Preço	20
3.3. Estratégias promocionais	21
3.4. Estrutura de comercialização	21
3.5. Localização do negócio	22
3.6. Análise da matriz FO.F.A. (S.W.O.T.)	22
4. PLANO OPERACIONAL	23
4.1. Arranjo físico (Layout)	23
4.2. Capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços	24
4.3. Processos operacionais	24
4.4. Necessidade de pessoal	25
5. PLANO FINANCEIRO	26
5.1. Estimativa de investimentos fixos	26
5.2. Capital de giro	27
5.3. Investimento pré-operacional	27
5.4. Investimento total (resumo)	27
5.5. Estimativa de faturamento mensal	28
5.6. Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirização	28
5.7. Estimativa dos custos de comercialização	29
5.8. Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas	29
5.9. Estimativa dos custos com mão de obra	29
5.10. Estimativa do custo com depreciação	29
5.11. Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	29
5.12. Demonstrativo de Resultados	30
5.13. Indicadores de viabilidade	30
5.13.1. Ponto de equilíbrio	30
5.13.2. Lucratividade	31
5.13.3. Rentabilidade	31
5.13.4. Prazo de retorno do investimento	31
6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	32
6.1. Cenário otimista	32
6.2. Cenário conservador	32
6.3. Cenário pessimista	32
7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	33

8. DECISÃO GERENCIAL	33
REFERÊNCIAS	35

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIEMNTTO

1.1. Definição do negócio

A *Petit Moment* surgiu em meio a pandemia da Covid-19, quando a sócia Mariana viu necessidade de começar um novo negócio para gerar renda, visto que seu trabalho principal, como maquiadora, estava parado. Ao pesquisar novos formatos de negócio, percebeu um *déficit* nos serviços voltados para o “receber em casa”, a elaboração de presentes que acompanhassem uma experiência, e diversidade de lembranças presenteáveis que envolviam momentos especiais. Com a pandemia, estas insuficiências ficaram mais evidentes.

A primeira venda foi feita através do perfil do *Instagram*, onde o cliente encontrou a conta da *Petit Moment* e solicitou que fosse montada uma tábua e adicionado um vinho especial, que fazia parte da história dele e da sua companheira. Em seu *feedback*, o cliente nos trouxe que passaram por uma experiência encantadora com a tábua de frios perfeitamente harmonizada com o vinho, que os fez relembrar boas memórias.

A *Petit Moment* é uma *startup* que ainda não possui inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), e por isso responde ao Cadastro de Pessoa Física (CPF) da fundadora, de número 075.653.414-36. Não possui loja para público, pois funciona na residência do casal de sócios-proprietários, que utilizam seu espaço e utensílios da própria cozinha para montagem das tábuas e box de frios, cestas de café da manhã e presentes especiais que a *Petit Moment* oferece.

1.2. Conceitos estratégicos da organização

A *Petit Moment* deseja estar pronta para participar de momentos especiais com nossos clientes, fazê-los se sentirem especiais ao usufruir dos nossos produtos personalizados e delicadamente harmonizados, que buscam a máxima qualidade desde sua exclusiva montagem até a comodidade na entrega do produto, seja para o menor box de frios até a maior das cestas de café da manhã.

Ser reconhecida como referência na criação de experiências inesquecíveis ao presentear e recepcionar, por meio de produtos personalizados e harmoniosamente elaborados, que encantam desde o primeiro momento até a lembrança final.

Seus valores são: excelência, personalização, inovação, empatia e sustentabilidade.

1.3. Exigências legais

No âmbito de sua constituição formal, a *Petit Moment* deverá ser tratada perante a lei como sendo uma microempresa de Sociedade Limitada. Com receita bruta anual estimada abaixo dos R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais), a *Petit Moment* poderá ser uma microempresa (MEI) optante pelo Simples Nacional.

1.4. Área de atuação

Apesar de haver trabalho manual envolvido na montagem das tábuas e box de frios, cestas de café da manhã e presentes especiais, pelo fato da *Petit Moment* comprar mercadorias com outros fabricantes e lojas e posteriormente entregar ao consumidor final um novo produto confeccionado, a empresa caracteriza-se como sendo do setor de Comércio.

1.5. Capital social

A obtenção de recursos que irão implementar a empresa será em maioria de recursos dos próprios proprietários, auxiliada por dinheiro de familiares dos sócios-proprietários que serão destinados à compra de utensílios para a organização. Cada sócio dispõe de 50% do total de cotas, e para início do projeto, cada um investiu cerca de R\$3.500,00 (três mil e quinhentos reais) no negócio.

2. ANÁLISE DE MERCADO

2.1. Estudo dos clientes

A *Petit Moment* busca atender, em especial, aqueles anfitriões que pretendem dar um *upgrade* em suas recepções, bem como aquelas pessoas que tem um gosto refinado por presentes, ou simplesmente aqueles que querem a comodidade de uma tábua de frios pronta, bem servida, diversa e harmônica.

Buscando entender melhor o perfil de seu cliente e assim proporcionar uma experiência mais harmoniosa e sofisticada entre produto e consumidor final, foi realizada uma pesquisa de campo através da plataforma *Google Forms*, realizada entre os dias 24 de agosto e 06 de setembro. A pesquisa ouviu 82 pessoas.

Mesmo que a grande maioria (62,2%) dos entrevistados tenham uma frequência de presentear alguém com cestas ou *kits* personalizados apenas uma vez ao ano, foi possível entender que a *Petit Moment* tem a chance de atingir o público que costuma encomendar seus produtos geralmente em dias comemorativos (aniversários, por exemplo), como responderam 89% dos entrevistados.

Com que frequência você costuma presentear alguém com cestas ou kits personalizados?

82 respostas

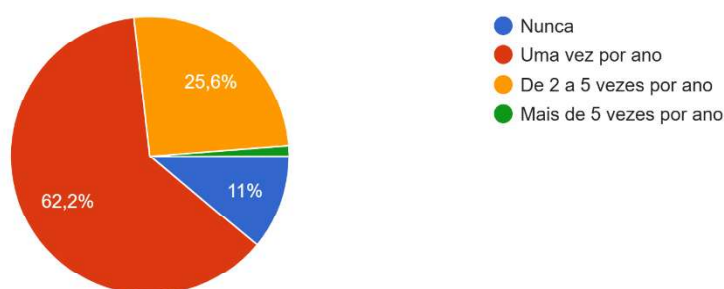


Gráfico 1 – Com que frequência você costuma presentear alguém com cestas ou kits personalizados?

O que te motiva a comprar uma cesta ou presente especial?

82 respostas

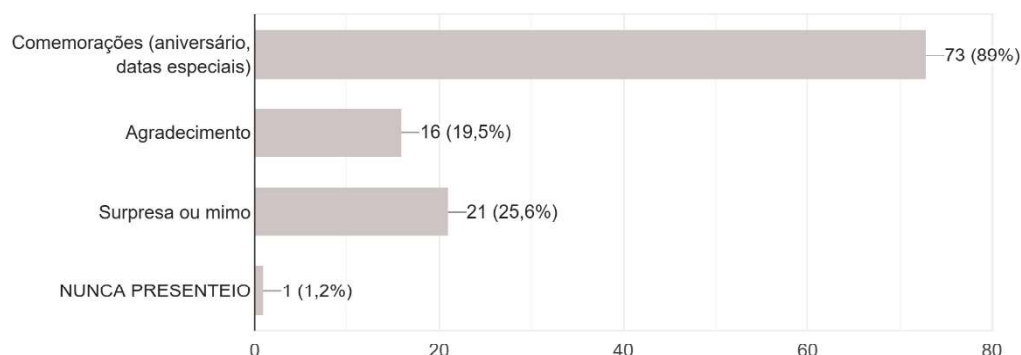


Gráfico 2 – O que te motiva a comprar uma cesta ou presente especial?

Apesar de ter produtos que atendem uma vasta gama de clientes e funcionalidades, aqueles que fazem os pedidos dos produtos da *Petit Moment* para recepcionar amigos e/ou familiares em sua residência ou presentear alguém especial, em sua grande maioria são mulheres (76,8%), e aqueles de faixa etária compreendidos entre 26 e 55 anos (74,4%).

Qual seu gênero?

82 respostas

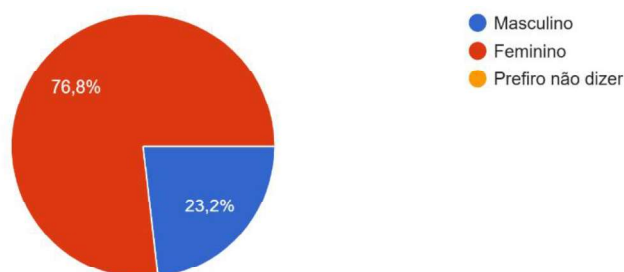


Gráfico 3 – Qual seu gênero?

Qual sua faixa etária?

82 respostas

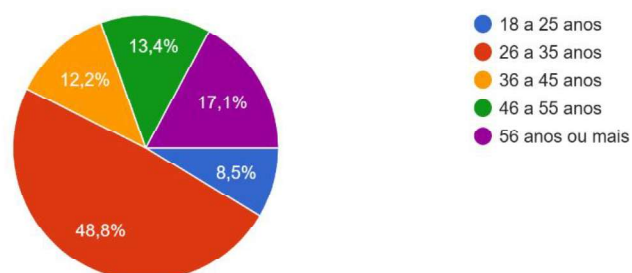


Gráfico 4 – Qual sua faixa etária?

Datas comemorativas e recepções são sempre o motivo que levam os clientes a procurarem a *Petit Moment*, além da certeza da melhor qualidade, apresentação e personalização encontrada no mercado, o que é evidenciada pelo posicionamento específico da empresa.

O que mais lhe chama atenção ao comprar um presente personalizado?

82 respostas

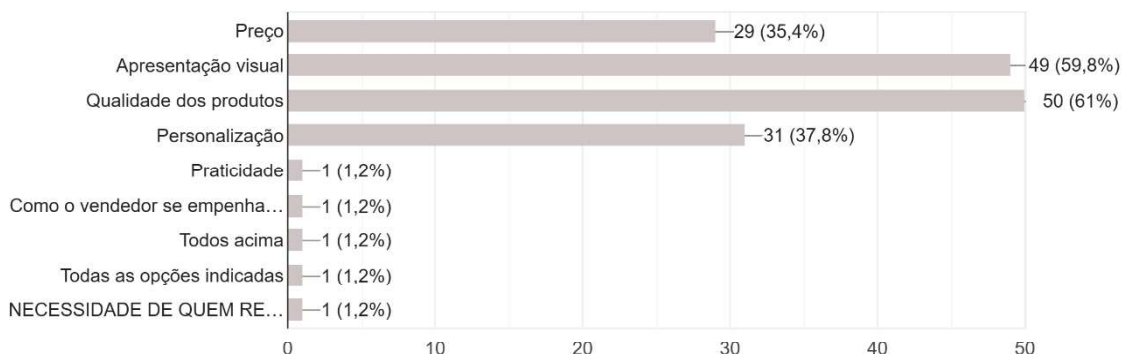


Gráfico 5 – O que mais lhe chama atenção ao comprar um presente personalizado?

2.2. Estudo dos concorrentes

Observando a concorrência, a *Petit Moment* se destaca pela qualidade de seu produto e atendimento personalizado ao cliente, buscando atender as necessidades de quem faz a encomenda. A *Petit* traz um vasto leque de insumos para diversificar a montagem das tábuas, deixando o cliente final sempre à vontade para substituir produtos e escolher aspectos específicos da apresentação, que são modificados de acordo com as datas comemorativas ou momentos especiais os quais a tábua ou o box serão destinados, ao contrário de alguns concorrentes da cidade que lançam produtos sazonais, ou seja, específicos para cada data comemorativa, como dia dos namorados por exemplo, e não se consegue mais durante o ano encomendar um produto com corações, que trariam o tom de romantismo para a experiência visual.

A *Petit Moment* tem preço mais atrativo que a concorrência, pois age com uma menor margem de lucro (que acredita ser ideal e satisfatória para os sócios-proprietários) para ganhar o espaço dentro do mercado, fazendo com que os clientes fiquem satisfeitos com o que recebem pagando um preço justo pelo produto. Sendo esse um dos diferenciais da marca, assim como a entrega, que é feita pela própria empresa (caso o cliente solicite) com a esperança de que o cuidado no transporte seja maior do que se a encomenda fosse transportada por terceirizados. Os sócios reconhecem que há despesas também com essas entregas, desde combustível à manutenção com o veículo, porém adotam valores também satisfatórios que ainda tornarão o produto final mais atrativo que os concorrentes.

Quando pensamos em marcar ainda mais a experiência do nosso cliente, escolhemos atender com total flexibilidade de horário, a única exigência é que, se tratando de tábuas ou box de frios, o cliente encomende com pelo menos 24h de antecedência, pois assim conseguiremos atender sua solicitação e entregar o que ele pede garantindo nossa qualidade. Em João Pessoa, é fácil encontrar empresas familiares (como a *Petit*) com pedido de pelo menos 48h; apenas grandes empresas, como padarias e supermercados, conseguem atender encomendas para a mesma hora ou mesmo dia. O objetivo da *Petit* é conseguir aumentar a capacidade produtiva, diminuindo ainda mais o tempo mínimo para encomenda.

Quando se trata sobre o diferencial da *Petit Moment*, é visto também a personalização do pedido de acordo com o desejo do cliente. Nossos produtos seguem uma estrutura pré-definida em relação a quantidade de insumos por categoria presente nas tábuas ou boxes, que varia com o tamanho destes, porém o cliente pode ficar à vontade para escolher o tipo de queijo, charcutaria, fruta, nuts, patês e geleias, de acordo com o seu gosto, sendo assim uma vantagem em relação a algumas empresas presentes no mercado Pessoaense, onde os produtos são fechados e o cliente não pode fazer trocas ou escolhas personalizadas. Na *Petit*, as opções de insumos que o cliente pode optar para a montagem dos produtos são:



OPÇÕES

QUEIJOS

BRIE	MINAS	MUSSARELA
GORGONZOLA	REINO	PRATO
PARMESÃO	GRUYERE	MUSSARELA DE
GOUDA	PROVOLONE	BÚFALA

CHARCUTARIA

SALAME	PEITO DE PERU
PARMA	COPA
PEPPERONI	
SALAME ESPECIAL	

NUTS

- CASTANHA DE CAJU NATURAL
- CASTANHA DE CAJU CARAMELIZADA
- AMENDOIM
- AMÊNDOAS

GELÉIAS

- PIRENTA
- FRUTAS VERMELHAS

PATÊ

- CREAM CHEESE COM DAMASCO
- QUEIJO GORGONZOLA

FRUTA FRESCAS | SECAS

UVA	DAMASCO
MORANGO	LARANJA
KIWI	

Figura 3 – Tabela de opções de produtos



ADICIONAIS

VOCÊ PODE ADICIONAR DIVERSOS ITENS A SUA TÁBUA OU BOX DE FRIOS E ATÉ MESMO NAS CESTAS DE CAFÉ DA MANHÃ.
*CONSULTE DISPONIBILIDADE

- BRIE FOLHADO
- BURRATA
- ALFAJOR
- BEM CASADO
- BARRAS DE CHOCOLATE GOURMET
- VINHO
- CHAMPANHE
- CERVEJA
- GIN
- WISKY
- FLORES
- PRESENTES DIVERSOS

Figura 4 – Tabela de opções de adicionais

Outro diferencial da *Petit Moment* é a possibilidade de adicionais, aumentando ainda mais o nível da personalização, e buscando sempre atender o cliente com excepcionalidade, como apresentado na figura de opcionais acima. A política de adição dos produtos elencados se faz através da soma no valor final do produto, de acordo com a disponibilidade do mercado, onde o preço final segue a regra de cálculo para obtenção de lucro da empresa.

Critério	Petit Moment	Brie To Me	Outros concorrentes locais (padarias/supermercados)
Variedade de produtos	Tábuas de frios, boxes, cestas de café e presentes personalizados	Foco em tábuas de frios gourmet (menos variedade de presentes)	Produtos padronizados ou sazonais, com pouca personalização
Personalização	Alta: cliente escolhe insumos (queijos, charcutaria, frutas, nuts, patês, geleias) e adicionais	Limitada a composições pré-definidas no cardápio	Quase inexistente, produtos fechados e sem substituições
Preço médio	R\$ 170,00 (com margem de lucro de 70%)	Entre R\$ 200,00 e R\$ 350,00 (dependendo do tamanho e composição)	Variam de R\$ 120,00 a R\$ 250,00, porém com menor sofisticação
Prazo de encomenda	24h de antecedência	Geralmente 48h de antecedência	Em supermercados/padarias: imediata; em empresas familiares: 48h de antecedência
Entrega	Realizada pelos sócios, garantindo cuidado no transporte	Possui entrega, mas geralmente terceirizada	Normalmente retirada no local ou delivery padrão sem personalização
Atendimento	Direto com os sócios, personalizado e flexível	Atendimento formal via site ou WhatsApp, mas menos flexível	Atendimento de balcão, pouco consultivo
Diferenciais	Experiência única, exclusividade, proximidade com o cliente, flexibilidade de horário	Apelo gourmet e branding sofisticado	Preço acessível e disponibilidade imediata, mas sem experiência diferenciada

Quadro 1 – Comparativo de estudo dos concorrentes

O comparativo acima evidencia que a *Petit Moment* se diferencia da concorrência por unir preço justo, alto nível de personalização e atendimento próximo ao cliente. Enquanto concorrentes como a *Brie To Me* destacam-se pelo apelo gourmet, suas opções são menos flexíveis e com preços mais elevados. Já padarias e supermercados oferecem praticidade e preços variados, mas sem a sofisticação, exclusividade e experiência proporcionadas pela *Petit Moment*. Dessa forma, a empresa encontra um espaço competitivo relevante, atendendo a clientes que buscam qualidade, personalização e valores acessíveis.

2.3. Estudo dos fornecedores

A *Petit Moment*, por ser ainda uma microempresa, tem como seus fornecedores: casas especializadas em frios, pequenos agricultores locais para compra de frutas e os supermercados da região. Os insumos são selecionados criteriosamente por Mariana, que sempre observa variação de preço e, principalmente, a aparência dos queijos, frutas e charcutaria para a manutenção e garantia da qualidade no produto. Ainda não se tem um fornecedor específico para cada categoria de insumo, porém o cuidado na seleção de onde comprar existe, e o critério para adquirir também. Os insumos são sempre comprados com, no máximo, dois dias antecedentes à montagem, visto que a instalação da empresa ainda é a casa dos sócios, não tendo como estocar muitos produtos e, também, pela preocupação com a qualidade dos alimentos.

3. PLANO DE MARKETING

A marca *Petit Moment* foi criada para transmitir a ideia central de “pequenos momentos, grandes lembranças”. O nome reforça o conceito de experiências afetivas e sofisticadas, traduzindo a proposta de valor da empresa: oferecer produtos personalizados que encantam tanto no ato de presentear quanto no consumo.

Sua identidade visual é composta por elementos que reforçam essa proposta. O logotipo traz tipografia delicada e elegante, transmitindo refinamento, enquanto as cores predominantes se inspiram em tons sóbrios e modernos, associados ao conceito de elegância minimalista. Nas embalagens, a identidade é reforçada pelo uso de tags personalizadas, cordões de sisal, papel celofane e flores ornamentais (como a astromélia), que não apenas complementam o produto, mas também se tornam parte da experiência sensorial.



Figura 5 – Logotipo da empresa

Cada detalhe visual comunica o cuidado artesanal da empresa e reforça a promessa de exclusividade. A uniformização da identidade nas redes sociais, etiquetas e embalagens fortalece o reconhecimento da marca, criando consistência e profissionalismo.

Com isso, o posicionamento de mercado da Petit Moment transmite a ideia de uma marca sofisticada, acolhedora e acessível, que alia a qualidade gastronômica dos insumos à estética diferenciada de apresentação. A empresa se coloca como uma alternativa entre luxo gourmet de alto custo e os presentes padronizados de baixo valor agregado, ocupando um espaço de exclusividade acessível.

Dessa forma, o posicionamento da Petit Moment é claro: ser lembrada como a marca que transforma presentes em experiências completas, unindo personalização, sofisticação e afetividade em cada entrega.

3.1. Descrição dos principais produtos e serviços

Os produtos de matérias primas da *Petit Moment* são minuciosamente selecionados e condicionados da forma mais adequada possível, garantindo a máxima qualidade até a entrega do produto final ao consumidor.

Além da refinada busca dos produtos e sua perfeita harmonização, as bases para tábuas, cestas e box, bem como suas embalagens, são exclusivas, o que entrega ao consumidor a proposição de produto único.

Para entrar em detalhes, há uma política de armazenamento dos produtos:

- Frutas (frescas ou secas) – até 2 dias de armazenamento.
- Frios, charcutaria, geleias e patês – até 3 dias de armazenamento.
- Nuts – até 4 dias.

Ao fim da delicada montagem, o produto é devidamente envolto em papel filme para segurança de cada elemento e, posteriormente, embalado para a entrega. Os patês e geleias são colocados em recipientes com tampa de excelente vedação para manter a qualidade do produto e evitar que derrame na tábua, evitando assim uma possível mistura com outros produtos antes do consumo. A empresa se responsabiliza integralmente pela entrega do produto violado.

Os produtos são montados de maneira 100% artesanal e, por usar diversos elementos perecíveis, é recomendado o consumo imediato após a abertura da embalagem. Caso o consumo não seja de forma imediata, é passado para o cliente a melhor forma de conservar os alimentos, assim como também em casos de sobras. Quando solicitado algo do gênero, a empresa envia, pelo canal de comunicação que o cliente desejar (WhatsApp ou Instagram direct messenger), um texto base explicativo, que informa sobre a maneira correta de guardar os queijos, charcutaria, geleias, patês, e frutas, de forma individualizada, para que ele possa usufruir posteriormente com a devida qualidade.



Figura 6 – Tábua finalizada

Fonte: Petit Moment

3.2. Preço

Para o preço do produto final é tomado como base o gasto para montagem de cada unidade. Como são produtos artesanais e exclusivos, o preço pode variar muito, mas sempre será respeitada a regra de lucro da empresa, que é de 70% sobre os gastos brutos na montagem de uma unidade.

Por exemplo, se foram gastos R\$100,00 para montagem total do produto, envolvendo desde a base até a embalagem, o preço sugerido será de R\$170,00 para o produto final.

Em datas comemorativas, como dia dos namorados, dia das mães, dia dos pais, por exemplo, a margem subirá para 105% sobre os gastos brutos na montagem de uma unidade. Ou seja, tomando o mesmo exemplo anterior, se foram gastos R\$100,00 para montagem total do produto, a personalização em dia dos namorados e outras datas comemorativas, por exemplo, será sugerida para o cliente no valor de R\$205,00 para o produto final.

A margem de lucro precificada em 70% sobre os gastos brutos na montagem de uma unidade atende aos parâmetros ideais para o mercado, e ainda assim consegue ser menor que a concorrência, por isso a escolha deste número pelos sócios como sendo o número ideal.

Como trata com diversos tipos de alimentos, e seus preços podem variar bastante, independentemente uns dos outros, a empresa está disposta a chegar até o patamar de 57% do valor sobre os gastos brutos na montagem para sua margem de lucro. Abaixo deste patamar, a empresa deverá reajustar seu valor do produto final, a fim de atingir novamente os 70% considerado ideal para margem de lucro, obviamente comunicando sempre seus clientes em caso de reajuste. Os preços adotados e produtos disponíveis na *Petit Moment* são os listados no cardápio apresentado abaixo:



Figura 7 – Opções de cestas de café da manhã



Figura 8 – Opções de tábuas de frios

Apesar da observação para alteração de preços, a *Petit Moment* se compromete em manter o preço acordado no caso de algum produto já encomendado ou em produção, independentemente de estar, neste novo cenário, abaixo do patamar considerado pelos sócios como o mínimo de lucro aceitável.

Quanto à entrega, é pré-determinado que esta seja fixa no valor de R\$15,00 para localidades além do raio de 10km da sede da empresa. Dentro do raio, as entregas são grátis.

3.3. Estratégias promocionais

É certo que a *Petit Moment* utilizará a rede social Instagram como forma estratégica de comunicação, uma vez que esta rede atenderá, detalhadamente, o posicionamento da empresa, poderá atrelar formadores de opinião a respeito do seu produto, poderá ser utilizada para conter ou gerenciar uma crise a qual venha ser submetida, é uma rede que, comprovadamente, entrega bons resultados em ações de marketing e, por fim, ainda permite canais mais exclusivos (*direct messenger* ou *WhatsApp*) para atendimento ao cliente.

A empresa também pode atrelar seu nome ao Google, buscando bons reviews que impulsionem o seu SEO (*Search Engine Optimization*), ou seja, que a deixem em evidência, à frente de seus concorrentes, quando se feito uma busca no maior buscador da internet da atualidade. As redes sociais e os canais exclusivos estarão sempre abertos para o feedback do cliente, seja para construções ou demandas a fazer, pois a *Petit Moment* decide por escutar muito o pós-venda.

Em períodos em que o comércio gira em torno de datas especiais como Dia das Mães, Dia dos Namorados, Natal, Ano Novo, Dia das Crianças e outros, a *Petit Moment* foca em adaptações dos seus produtos, trazendo ainda mais personalização através de balões com frases voltadas ao momento, nome do presenteado, entre outro. Em tempo de Dia das Crianças, o planejamento é voltado a uma cesta de piquenique ou tábua de guloseimas, sempre preocupados com as restrições alimentares de algumas crianças, como as portadoras de APLV (Alergia à Proteína do Leite de Vaca), por exemplo. No Dia das Mães, há a possibilidade de adicionar um chá da tarde ao cardápio, fornecendo uma bandeja com produtos que possam ser entregues pensando nesse momento de confraternização, acompanhado de flores de astromélia, que remetem à marca da *Petit Moment* e trazem alegria com as cores vibrantes que essa flor também tem. A *Petit* também permite ajustes nos líquidos que fornece, tendo a possibilidade de personalização de alguns rótulos de vinhos, cervejas, espumantes e bebidas em geral para adicionar ao produto final e deixar toda a experiência mais harmônica.

O objetivo é inovar sempre e atender as expectativas e necessidades dos clientes que buscam a empresa para marcar momentos especiais e presentear pessoas importantes.

3.4. Estrutura de comercialização

Através do engajamento pelas redes sociais, a *Petit Moment* conseguirá observar se todas as estratégias de marketing acima descritas estarão dentro dos padrões planejados. Como apenas os sócios estão presentes na *Petit Moment* neste momento, as decisões pertinentes à logística e distribuição acontecem de acordo com a demanda de produtos solicitados, na medida em que os

sócios-proprietários fazem da empresa como sua fonte de renda extra. O prazo mínimo entre a solicitação e a entrega dos produtos é de 24h.

Após acumular uma quantidade considerável de cestas e tábuas de frios, a *Petit Moment* monta uma rota a fim de utilizar o melhor percurso de entrega. O raio de abrangência onde as entregas são consideradas “grátis” é de 10km (dez quilômetros), contando do ponto de partida (residência dos proprietários da empresa) até o endereço de entrega.

Os horários de entrega variam: nos dias de semana, entre 4h30min às 7h (para as entregas das cestas de café da manhã) e a das 18h até as 23h; aos sábados, não tem hora definida para começar a rota de entregas, mas há o encerramento do delivery às 18h; e aos domingos, assim como no sábado, também não tem hora para começar as entregas, porém elas encerram às 13h.

3.5. Localização do negócio

A sede da empresa é a própria residência dos sócios, localizada no bairro do Aeroclube, em João Pessoa, Paraíba. A residência é bem localizada, com diversos pontos de referência e de fácil acesso para os clientes que desejarem fazer a retirada dos pedidos.

Lá eles dispõem dos utensílios e materiais de uma cozinha residencial comum, que mesclam com os descartáveis necessários para a montagem dos produtos, como os platôs, tábuas em pinus, palitos decorados para petiscos, luvas e outros. A estrutura física é composta por bancadas em granito amplas e mesa em vidro, que são higienizadas a cada montagem, garantindo a qualidade de uma das etapas mais importantes da *Petit Moment*.

3.6. Análise da matriz FO.F.A. (S.W.O.T.)

Para traduzir os objetivos e metas em planos de ações e iniciativas, a *Petit Moment* preenche sua plataforma 5W2H da seguinte maneira:

What (O quê)?	Why (Porquê)?	Where (Onde)?	When (Quando)?	Who (Quem)?	How (Como)?	How much (Quanto)?
Empresa de box e tábuas de frios e cestas de café da manhã	Servir opções de acompanhamentos harmônicos para presentes e confraternizações	João Pessoa	21/05/2021	Mariana Fernandes e Charles José	Seleção de materiais, montagem do produto e entrega ao cliente final	R\$ 4.000,00

Quadro 2 – Matriz SWOT

Desta forma, os sócios-proprietários da *Petit Moment* entendem que este quadro resume a forma mais palpável de seu Planejamento Estratégico, Tático e Operacional, auxiliando na praticidade e organização no processo de tomada de decisão.

Numa breve análise da matriz S.W.O.T., a *Petit Moment* consegue distinguir melhor as ações, iniciativas, metas e objetivos que necessita para operacionalizar seus negócios.

Pelo seu porte, a empresa é limitada quanto à produção, e consequentemente limita (pelo menos inicialmente) seus investimentos, uma vez que conta apenas com dois funcionários que são os próprios proprietários da empresa. Estes sócios realizam tudo, desde a escolha e compra das matérias, passando pela montagem na linha de produção, até a entrega do produto final.

Com relação aos fatores os quais a Petit Moment não detém controle, pode-se citar a variação no preço das matérias primas, que influenciarão diretamente no preço final do produto.

Por outro lado, a Petit Moment adentra ao mercado ascendente desta espécie de delivery de box, tábuas e cestas harmônicas e personalizadas, ao mesmo tempo em que garante melhor qualidade, atendimento e preço em comparação às suas concorrentes.

FORÇAS Qualidade do produto; Atendimento personalizado; Bom relacionamento com o cliente.	OPORTUNIDADES Mercado ascendente; Aceitação dos produtos; Preço competitivo.
FRAQUEZAS Limitação de aceitação de encomendas; Quadro de funcionários limitado.	AMEAÇAS Variação no preço da matéria prima.

Quadro 3 – Matriz FOFA

4. PLANO OPERACIONAL

4.1. Arranjo físico (Layout)

O espaço destinado para o funcionamento da empresa é a residência dos sócios-proprietários. A unidade não é própria, portanto, é locada, dispõe de fácil acesso para o tráfego das entregas, bem como boa acessibilidade em geral (rampas de acesso, elevador). Seu domínio é preenchido pelos móveis de propriedade dos sócios, como a mesa da sala de jantar, destinada para finalização do produto (embalagem final); bancadas em granito que servem de grande apoio para as tábuas de corte dos queijos e frutas, bem como a distribuição necessária para o preenchimento dos recipientes de patês e geleias; por se tratar de uma cozinha de conceito aberto, o dinamismo entre o transporte de materiais é maior, trazendo mais agilidade para montagem dos produtos, pois todo material necessário estará de fácil e rápido acesso.



Figura 9 – Layout do espaço

4.2. Capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços

Estima-se, no atual momento da empresa, que a capacidade máxima de produção e comercialização, seria de até 20 box, tábuas ou cestas por dia, contando que todas essas vendas sejam exclusivamente para entregas. Caso houvessem pedidos para retirada, esta produção poderia aumentar para até 30 produções de box, tábuas ou cestas por dia, sendo as 20 máximas para entrega e até 10 pedidos para retirada. Contudo, inicialmente, devido a inserção da empresa no mercado e o tempo de aquisição de novos clientes, estima-se que a produção gire em torno de 4 box, tábuas ou cestas por dia.

4.3. Processos operacionais

Para que o cliente da Petit Moment receba em casa uma tábua de frios (produto considerado “carro-chefe da empresa”), ele passa por etapas:

A sócia-proprietária realiza o atendimento via *direct messenger* do Instagram ou WhatsApp, encaminha para o cliente as opções e possibilidades de tábua. O cliente faz a escolha dos produtos, caso tenha adicional Mariana faz os cálculos do valor final e informa o valor necessário para confirmação de encomenda, onde o cliente realiza o pagamento de um sinal. Confirmado o recebimento do valor, Mariana passa para Charles o comprovante de pagamento, que registra no controle financeiro da empresa.

Quando chega próximo a data de entrega da encomenda, Mariana confirma com o cliente o endereço, data e hora de entrega. Feito isto, dentro de um período de 24h a 36h antes do dia da entrega, ela segue para os locais em que são feitas as compras dos insumos necessários para a montagem da tábua selecionada pelo cliente.

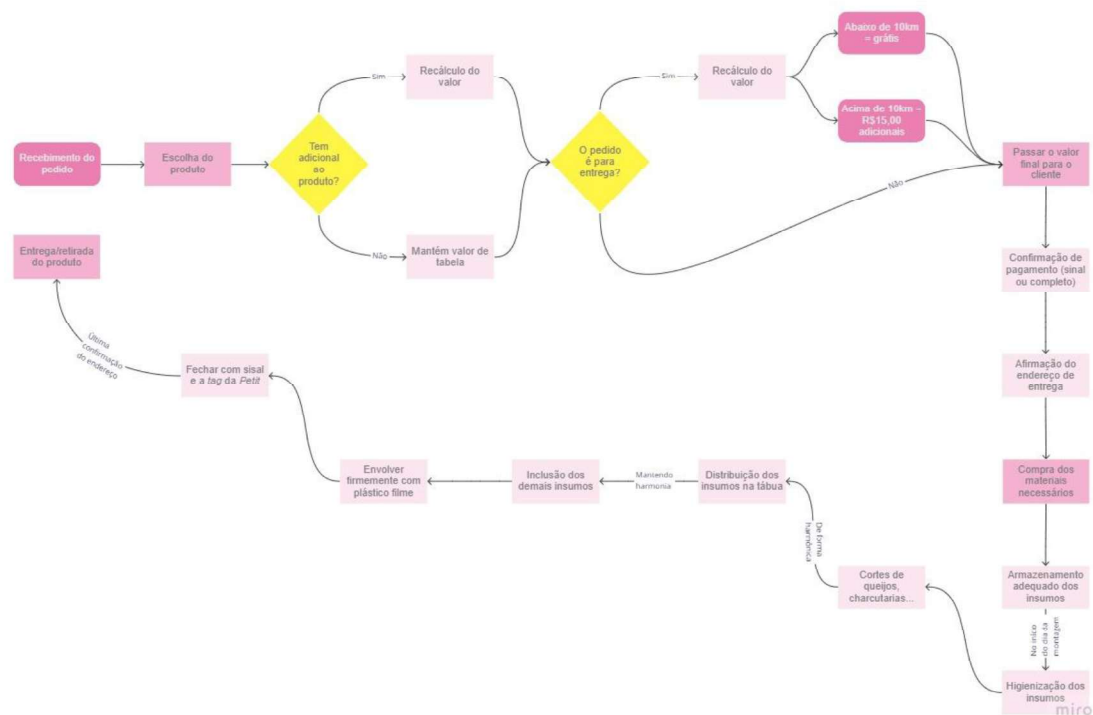


Figura 10 – Organograma de Processos Operacionais

Com os insumos adquiridos, eles são armazenados de forma ideal até a hora da montagem. Chegado o dia da entrega, os processos de higienização de frutas e tábuas é feito.

Cortam-se os queijos e charcutarias, observa-se o tamanho da tábua e a melhor forma para distribuição na superfície, buscando sempre uma apresentação impecável e harmoniosa, onde, por exemplo, queijos que soltam muita água não fiquem próximos demais a pães e torradas para não modificar a textura destes.

Inicia a montagem de fato, brincando com os formatos dos cortes feitos nos queijos, encaixando o recipiente de geleia ou patê, preenchendo os espaços com nuts e chocolates. Por último são colocados os palitos de petisco decorados e adicionadas as flores de astromélia que também são higienizadas para que possam ornamentar a tábua.

Para finalizar, a tábua é envolta com plástico filme de forma que nada saia do lugar, embalada com saco de papel celofane, caso o cliente escolha alguma bebida para acompanhar ela é colocada ao lado da tábua dentro do saco de papel celofane e fechada com um cordão de sisal, adicionada a tag da empresa e, caso o cliente escolha algum cartão, ele também é colocado neste momento junto a tag da *Petit Moment*.

Feito isto, aguarde-se a hora da retirada ou entrega. Neste último caso, o sócio Charles confirma o endereço pela última vez e segue, entregando ao cliente a localização em tempo real para acompanhamento do pedido.

4.4. Necessidade de pessoal

A empresa consegue dar funcionamento, inicialmente, com apenas duas pessoas trabalhando diretamente no negócio, sendo estes os próprios sócios-proprietários. Sabe-se ainda, assim como qualquer organização que prospera, que seu crescimento demandará um apoio maior de pessoal. Acredita-se, tendo em vista a dimensão atual da empresa, que o setor mais propício à contratação de um funcionário seja para cobrir as entregas dos produtos finalizados.

A seguir está um exemplo do que seria o quadro de funcionários inicial da *Petit Moment*. Mesmo ciente de que os sócios hoje estejam dividindo estas funções, entende-se que estes cargos seriam necessários para profissionalizar os processos da empresa.

Função	Quantidade	Atribuições
Sócios	2	Observar as exigências do setor para se destacar entre os concorrentes, buscando sempre o melhor atendimento e qualidade do produto para os clientes, através de uma gestão simples e competente.
Atendente	1	É responsável pelo atendimento - pessoal ou telefônico - garantindo o suporte necessário ao cliente. E durante esse processo de atendimento, ele esclarece e dá apoio em dúvidas, faz registro de reclamações, fechamento de vendas e etc.
Comprador	1	Analisa a compra de materiais, equipamentos, matérias-primas e serviços, realiza cotação e negociação com fornecedores, emite pedidos e acompanha o fluxo de entrega para cumprimento de todas as condições negociadas.
Chefe de cozinha	1	Supervisiona o preparo e montagem dos box, tábuas e cestas, orienta e verifica a elaboração das receitas e controla o estoque de alimentos, para assegurar a qualidade do serviço prestado.

Ajudante geral	1	Auxilia no planejamento, controle e programação da produção, monitora estoque de materiais e acompanha ordens de montagem. Realiza carga e descarga de mercadorias e serviços de manutenção e limpeza.
Entregador	1	Recepcionar o produto pronto, traçar a melhor rota e entregar a mercadoria ao cliente.

Quadro 4 – Quadro de funcionários

5. PLANO FINANCEIRO

5.1. Estimativa de investimentos fixos

Os investimentos fixos compreendem os itens básicos que darão conta das necessidades da Petit Moment para início de suas produções, vide tabelas:

Máquinas e equipamentos	Quantidade	Valor unitário	Total
Nada consta	0	R\$0,00	R\$0,00
Subtotal (1)			R\$0,00

Móveis e utensílios	Quantidade	Valor unitário	Total
Faca para queijo	3	R\$18,90	R\$56,70
Faca para fruta	3	R\$6,90	R\$20,70
Tábua de corte em madeira	1	R\$99,90	R\$99,90
Tábua de corte em vidro	1	R\$32,90	R\$32,90
Colher de pau	2	R\$5,00	R\$10,00
Panela em inox média	1	R\$329,00	R\$329,00
Panela em inox pequena	1	R\$374,00	R\$374,00
Subtotal (2)			R\$923,20

Veículos	Quantidade	Valor unitário (mensal)	Total
Volkswagen Polo 1.0 flex 12V 5p - 2020 (Combustível)	12	R\$400,00	R\$4.800,00
Subtotal (3)			R\$4.800,00

Total dos investimentos fixos (A)	Subtotal (1+2+3)	R\$5.723,20
--	-------------------------	--------------------

Quadro 5 – Estimativa de investimentos fixos – Máquinas, equipamentos, móveis, utensílios e veículos

5.2. Capital de giro

Neste tópico, há a inserção da parte dos investimentos que irão compor a reserva de recursos para utilização, conforme as necessidades financeiras da empresa, ao longo do tempo, chamada de capital de giro. À luz deste Plano, a *Petit Moment* traz apenas o que considera como estimativa de estoque e uma previsão da conta corrente da empresa:

Estimativa de estoque	Quantidade	Valor unitário	Total
Platô pequeno	3	R\$3,50	R\$10,50
Platô médio	5	R\$5,50	R\$27,50
Platô grande	3	R\$7,50	R\$22,50
Tábua pinus M retornável	5	R\$28,00	R\$140,00
Tábua pinus G retornável	5	R\$36,00	R\$180,00
Caixa P	3	R\$10,00	R\$30,00
Caixa M	5	R\$14,00	R\$70,00
Caixa G	3	R\$18,00	R\$54,00
Cesta em palha	2	R\$18,00	R\$36,00
Saco Celofane M	40	R\$1,35	R\$54,00
Papel impermeável	100	R\$0,30	R\$30,00
Conta corrente	1	R\$7.000,00	R\$7.000,00
Total do capital de giro (B)			R\$7.654,50

Quadro 6 – Capital de giro – Estimativa de estoque

5.3. Investimento pré-operacional

Os investimentos pré-operacionais mensuram os custos das ações necessárias para o devido funcionamento da empresa. No caso da *Petit*, por se tratar de uma microempresa, sediada na casa dos proprietários, e sem a necessidade de maquinário pesado ou específico, os custos pré-operacionais se concentraram nos aprimoramentos que os sócios fizeram e nos impulsionamentos em redes sociais para divulgação do produto:

Investimentos pré-operacionais	Valor
Formalização da empresa	R\$0,00
Alvará de funcionamento	R\$0,00
Treinamento de equipe	R\$1.100,00
Registro de marca	R\$0,00
Divulgação	R\$100,00
Obras e reformas	R\$0,00
Total dos investimentos pré-operacionais (C)	R\$1.200,00

Quadro 7 – Investimentos pré-operacionais

5.4. Investimento total (resumo)

Por fim, é feita a análise dos investimentos totais praticados por Mariana e Charles, afim da abertura da *Petit Moment*. Apresentados os valores estimados dos investimentos fixos, capital de giro e investimentos pré-operacionais, apresentar-se-ão os investimentos totais, e seu conhecimento é de grande valia para, considerando as características da empresa, começar o negócio:

Investimentos	Valor	Parcela
Investimentos fixos	R\$5.183,20	36,92%
Capital de giro	R\$7.654,50	54,53%
Investimentos pré-operacionais	R\$1.200,00	8,55%
Total (A+B+C)	R\$14.037,70	100%

Fontes de recursos	Valor	Parcela
Recursos próprios	R\$7.000,00	49,86%
Outros	R\$7.037,70	50,14%
Total (A+B+C)	R\$14.037,70	100%

Quadro 8 – Investimento total

5.5. Estimativa de faturamento mensal

A estimativa de faturamento mensal para a *Petit Moment* foi calculada levando em consideração a produção média diária de 5 unidades, entre tábuas de frios e cestas de café da manhã, ao longo de 25 dias úteis por mês. Com o preço médio de venda fixado em R\$ 170,00 por produto, obtido a partir do custo médio de R\$ 100,00 e uma margem de lucro de 70%, o faturamento mensal projetado é:

$$\text{Faturamento mensal estimado} = (\text{produção diária} \times \text{preço médio}) \times \text{dias úteis}$$

$$\text{Faturamento mensal estimado} = (5 \times \text{R\$ } 170,00) \times 25$$

$$\text{Faturamento mensal estimado} = \text{R\$ } 21.250,00$$

Portanto, o faturamento mensal estimado para a empresa é de R\$ 21.250,00. Esse valor considera a capacidade atual de produção da empresa, as restrições operacionais e a demanda esperada.

5.6. Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirização

O custo unitário de cada produto da *Petit Moment* é de R\$ 100,00, que cobre as matérias-primas, insumos diretos e, quando necessário, terceirizações específicas. Esse valor inclui a seleção cuidadosa de queijos, charcutaria, frutas, patês, geleias, além dos custos de embalagem, que são essenciais para a qualidade final do produto.

A empresa trabalha com fornecedores locais e realiza a compra de insumos de acordo com a demanda, evitando o acúmulo de estoque. A qualidade dos insumos é verificada pela sócia-proprietária, Mariana Fernandes, que pessoalmente se encarrega de selecionar os ingredientes. Como resultado, a *Petit Moment* garante que cada tábua ou cesta seja montada com os melhores produtos disponíveis no mercado.

5.7. Estimativa dos custos de comercialização

Os custos de comercialização envolvem despesas relacionadas a marketing digital, embalagens e a logística de entrega. Como o negócio é altamente dependente da divulgação nas redes sociais, especialmente Instagram, a empresa destina parte de seu orçamento para impulsionamentos e manutenção da presença digital.

- Marketing digital (Instagram): R\$ 300,00;
- Embalagens (saco celofane, caixas, tags): R\$ 500,00;
- Entrega (custo médio de R\$ 10 por entrega, com cerca de 125 entregas por mês): R\$ 1.250,00

Sendo assim, o total dos custos de comercialização seria aproximadamente R\$ 2.050,00 por mês.

5.8. Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

Os materiais diretos incluem todos os insumos que compõem o produto final entregue ao cliente. Estes incluem queijos, frutas, charcutaria, patês, nuts, e outros ingredientes que variam conforme a personalização solicitada pelo cliente.

Cada unidade de tábua ou cesta possui um custo médio de R\$ 100,00, calculado com base no valor dos insumos e custos operacionais associados à montagem e entrega. A empresa mantém um controle rigoroso da compra de insumos para garantir que estejam frescos e em conformidade com os padrões de qualidade exigidos pela marca.

5.9. Estimativa dos custos com mão de obra

A empresa, por enquanto, é operada exclusivamente pelos sócios-proprietários, Mariana Fernandes e Charles José. Mariana é responsável pela produção, montagem e atendimento ao cliente, enquanto Charles cuida das finanças e das entregas. Como o negócio ainda está em fase inicial e sem a contratação de funcionários externos, os custos com mão de obra se limitam ao tempo dedicado pelos próprios sócios.

5.10. Estimativa do custo com depreciação

Como a operação da *Petit Moment* é caseira e utiliza basicamente utensílios domésticos (como facas, tábuas e bancadas de granito), o custo de depreciação dos equipamentos é baixo. Contudo, para fins de estimativa de depreciação, consideramos um valor simbólico de R\$ 50,00 mensais para utensílios e equipamentos menores que podem exigir substituição ao longo do tempo.

5.11. Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Os custos fixos operacionais incluem despesas necessárias para o funcionamento contínuo da empresa. Esses custos não variam diretamente com a quantidade de produtos vendidos e incluem gastos com aluguel, energia, internet e combustível. Abaixo estão os custos fixos estimados para a *Petit Moment*:

- Aluguel proporcional ao uso do espaço residencial: R\$ 500,00;
- Energia: R\$ 150,00;
- Internet: R\$ 120,00;
- Combustível: R\$ 250,00

Sendo assim, o total de custos fixos mensais seria de aproximadamente R\$ 1.020,00.

5.12. Demonstrativo de Resultados

Com base nas estimativas anteriores, o demonstrativo de resultados mensais da *Petit Moment* seria o seguinte:

- Faturamento mensal estimado: R\$ 21.250,00;
- Custo dos materiais (produção de 125 unidades): R\$ 12.500,00;
- Custos de comercialização: R\$ 2.050,00;
- Custos fixos operacionais: R\$ 1.020,00

$$\text{Lucro Bruto} = \text{Faturamento} - (\text{Custo dos materiais} + \text{Custos de comercialização} + \text{Custos fixos})$$

$$\text{Lucro Bruto} = \text{R\$ } 21.250,00 - (\text{R\$ } 12.500,00 + \text{R\$ } 2.050,00 + \text{R\$ } 1.020,00)$$

$$\text{Lucro Bruto} = \text{R\$ } 5.680,00$$

O lucro bruto mensal estimado é de R\$ 5.680,00, o que representa uma lucratividade de 70% sobre o faturamento.

5.13. Indicadores de viabilidade

5.13.1. Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio é o momento em que o faturamento iguala os custos, não havendo lucro nem prejuízo. Para calcular o ponto de equilíbrio, utilizamos a fórmula:

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos fixos} + \text{Custo de comercialização}}{\text{Margem de contribuição por unidade}}$$

A margem de contribuição por unidade é a diferença entre o preço de venda e o custo variável (R\$ 170,00 - R\$ 100,00 = R\$ 70,00).

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{R\$ } 1.020,00 + \text{R\$ } 2.050,00}{\text{R\$ } 70,00}$$

$$\text{Ponto de Equilíbrio} \approx 44 \text{ unidades por mês}$$

Portanto, a *Petit Moment* precisa vender 44 unidades por mês para atingir o ponto de equilíbrio.

5.13.2. Lucratividade

A lucratividade da Petit Moment foi estabelecida com base em uma margem de lucro de 70%, o que significa que a empresa está bem posicionada no mercado para cobrir seus custos e gerar um retorno saudável sobre o faturamento.

$$\begin{aligned} \text{Lucratividade} &= \frac{\text{Lucro Bruto}}{\text{Faturamento Mensal}} \times 100 \\ \text{Lucratividade} &= \frac{\text{R\$ 5.680,00}}{\text{R\$ 21.250,00}} \times 100 \\ \text{Lucratividade} &\approx 70\% \end{aligned}$$

5.13.3. Rentabilidade

A rentabilidade mede o retorno sobre o investimento inicial. Com um lucro bruto de R\$ 5.680,00 e um investimento inicial de R\$ 7.000,00, a rentabilidade é:

$$\begin{aligned} \text{Rentabilidade} &= \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento}} \times 100 \\ \text{Rentabilidade} &= \frac{\text{R\$ 5.680,00}}{\text{R\$ 14.037,70}} \times 100 \\ \text{Rentabilidade} &\approx 40,47\% \end{aligned}$$

Isso significa que a rentabilidade da *Petit Moment* será de, aproximadamente, 40,5% ao mês.

5.13.4. Prazo de retorno do investimento

Com base nos resultados financeiros apresentados, o prazo de retorno do investimento inicial é:

$$\begin{aligned} \text{Prazo de Retorno} &= \frac{\text{Investimento}}{\text{Lucro}} \\ \text{Prazo de Retorno} &= \frac{\text{R\$ 14.037,70}}{\text{R\$ 5.680,00}} \\ \text{Prazo de Retorno} &\approx 2,47 \text{ meses} \end{aligned}$$

Isso significa que, em aproximadamente 2,5 meses de operação, a *Petit Moment* pode recuperar o valor investido.

6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

6.1. Cenário otimista

No cenário otimista, a *Petit Moment* expande sua produção para 10 unidades por dia, atingindo uma maior penetração no mercado e ampliando suas entregas. Com essa produção, o faturamento mensal seria de:

$$\text{Faturamento Otimista} = (10 \times R\$ 170,00) \times 25$$

$$\text{Faturamento Otimista} = R\$ 42.500,00$$

$$\text{Custos variáveis} = (250 \times R\$ 170,00) = R\$ 25.000,00$$

$$\text{Custos fixos e comerciais} = R\$ 3.070,00$$

$$\text{Lucro Líquido no Cenário Otimista} = R\$ 14.430,00$$

Isso resultaria em um aumento significativo no lucro, consolidando a marca no mercado e permitindo investimentos em expansão.

6.2. Cenário conservador

No cenário conservador, a empresa mantém a produção atual de 5 unidades por dia, resultando em um faturamento de:

$$\text{Faturamento Conservador} = (5 \times R\$ 170,00) \times 25$$

$$\text{Faturamento Conservador} = R\$ 21.250,00$$

$$\text{Custos variáveis} = (125 \times R\$ 100,00) = R\$ 12.500,00$$

$$\text{Custos fixos e comerciais} = R\$ 3.070,00$$

$$\text{Lucro Líquido no Cenário Conservador} = R\$ 5.680,00$$

Neste cenário, a *Petit Moment* mantém sua operação estável, focando na fidelização de clientes e melhorias operacionais para garantir sua lucratividade de 70%.

6.3. Cenário pessimista

No cenário pessimista, a empresa enfrenta uma demanda reduzida e passa a produzir apenas 3 unidades por dia, resultando em:

$$\text{Faturamento Pessimista} = (3 \times R\$ 170,00) \times 25$$

$$\text{Faturamento Pessimista} = R\$ 12.750,00$$

$$\text{Custos variáveis} = (75 \times \text{R\$ } 170,00) = \text{R\$ } 7.500,00$$

$$\text{Custos fixos e comerciais} = \text{R\$ } 3.070,00$$

$$\text{Lucro Líquido no Cenário Pessimista} = \text{R\$ } 2.180,00$$

Mesmo nesse cenário, a empresa ainda conseguiria se manter no mercado, mas com menor margem de lucro, exigindo um controle rigoroso dos custos para preservar a operação.

7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

A elaboração deste plano de negócios permitiu analisar, de forma estruturada, a viabilidade da Petit Moment como empreendimento inovador no setor de presentes personalizados e tábuas de frios em João Pessoa. Os resultados financeiros projetados demonstram que a empresa possui um modelo de negócio sustentável, com margem de lucratividade elevada e prazo de retorno do investimento bastante curto, o que a torna atrativa para os sócios.

A análise de cenários mostra que, mesmo em situações pessimistas de queda na demanda, o negócio consegue manter-se operacional e lucrativo, ainda que com margens reduzidas. Já em um cenário otimista, a empresa tem potencial de expansão significativa, com possibilidade de dobrar a produção e aumentar substancialmente os lucros. Essa flexibilidade evidencia a resiliência da Petit Moment frente a diferentes contextos de mercado.

Por outro lado, é importante reconhecer algumas limitações do plano. A dependência de insumos perecíveis e a operação restrita à residência dos sócios limitam a capacidade de escalabilidade no curto prazo. Além disso, a variação de preços de matérias-primas pode impactar diretamente na lucratividade, sendo essencial a busca constante por parcerias com fornecedores confiáveis. Outro ponto que merece atenção é a necessidade futura de ampliar o quadro de pessoal, para que a empresa consiga atender uma demanda maior sem comprometer a qualidade do atendimento e do produto.

Ainda assim, a avaliação geral do plano indica que a Petit Moment está bem posicionada para consolidar-se no mercado local. O alinhamento entre os diferenciais do produto, a estratégia de marketing e o relacionamento com os clientes fortalece a proposta de valor da marca. Dessa forma, a continuidade do negócio se mostra não apenas viável, mas promissora, desde que acompanhada de ajustes estratégicos conforme o crescimento da demanda.

8. DECISÃO GERENCIAL

A decisão gerencial da *Petit Moment* foi baseada em uma análise criteriosa do mercado, do público-alvo e das projeções financeiras detalhadas neste plano de negócios. Desde sua concepção, o negócio surgiu para atender uma lacuna percebida pelos sócios no mercado de João Pessoa, especialmente no segmento de presentes personalizados e recepções intimistas, que ganharam relevância durante a pandemia da Covid-19. A crescente demanda por experiências personalizadas ao "receber em casa" consolidou a ideia de criar a *Petit Moment*, com o objetivo de proporcionar aos clientes não apenas um produto, mas momentos especiais que fossem marcados pela exclusividade e cuidado na montagem de tábuas de frios e cestas personalizadas.

Com base nas projeções financeiras, a *Petit Moment* tem mostrado uma estrutura sólida de custos e lucros, o que justifica a decisão de seguir investindo e expandindo o negócio. A empresa, operada inicialmente de forma caseira pelos sócios-proprietários, optou por manter seus custos operacionais reduzidos, aproveitando o espaço já disponível e utilizando utensílios próprios para a produção das tábuas e cestas. Isso permite à empresa operar com uma margem de lucratividade de 70%, o que é bastante favorável para um negócio em fase inicial, com capacidade de retorno do investimento em cerca de 2,5 meses, de acordo com as estimativas apresentadas.

A estratégia de marketing adotada, com forte presença no Instagram e foco em um atendimento personalizado, foi uma decisão fundamental para a consolidação da marca no mercado local. A *Petit Moment*, ao priorizar um relacionamento direto e constante com seus clientes, cria uma experiência de compra diferenciada, o que reflete diretamente na fidelização do público. Além disso, a decisão de realizar as entregas diretamente, sem intermediários, contribui para garantir que o produto chegue ao cliente em perfeitas condições, reforçando a qualidade do serviço prestado.

No entanto, o planejamento de expansão da *Petit Moment* está intrinsecamente ligado à capacidade produtiva. A empresa, que atualmente opera com uma produção diária de até cinco unidades, planeja aumentar gradualmente essa capacidade, de forma que, em um cenário otimista, possa produzir até dez unidades por dia, dobrando seu faturamento mensal. Tal expansão exigirá, eventualmente, a contratação de funcionários para auxiliar nas entregas e na montagem dos produtos, visto que a operação gerenciada apenas pelos sócios pode se tornar um gargalo à medida que a demanda aumenta. Além disso, a formalização de parcerias com fornecedores locais será essencial para garantir a continuidade da qualidade dos insumos e estabilizar os custos de produção, que podem sofrer variações sazonais, especialmente no que diz respeito aos queijos e charcutarias.

Por outro lado, os riscos relacionados ao aumento de concorrência e à variação de preço dos insumos foram devidamente identificados e mitigações foram traçadas. A *Petit Moment* optou por uma política de ajustes de preços, de forma transparente, quando necessário, e busca constantemente alternativas para diversificar seus fornecedores, garantindo flexibilidade nas compras. Esse planejamento, aliado à capacidade da empresa de inovar na personalização dos produtos e no atendimento, torna a *Petit Moment* capaz de enfrentar esses desafios sem comprometer sua operação.

Outro ponto importante a ser destacado é o foco na qualidade do produto e na exclusividade da experiência do cliente, o que representa o diferencial competitivo da empresa. Mesmo em um mercado com potencial concorrência crescente, a *Petit Moment* mantém-se fiel aos seus valores de excelência e personalização. Esses valores, aliados a uma estratégia de marketing eficaz e a um controle rigoroso dos custos, são elementos fundamentais que justificam a decisão de continuar investindo no crescimento da marca. A decisão de se manter em uma operação enxuta neste momento inicial, focando em uma base de clientes fidelizada e na oferta de produtos de alta qualidade, permite à *Petit Moment* escalar o negócio de forma sustentável, sempre com atenção à experiência do cliente e ao controle da qualidade.

Assim, as decisões tomadas pelos sócios da *Petit Moment* refletem uma abordagem gerencial voltada para o crescimento orgânico, preservando a lucratividade alta e mantendo a flexibilidade necessária para se adaptar às mudanças do mercado. À medida que o negócio cresce e se solidifica, novas oportunidades, como a contratação de funcionários e o aumento da produção, serão exploradas com cuidado, garantindo que a empresa continue operando de maneira eficiente e sustentável. Com isso, a *Petit Moment* está bem posicionada para consolidar sua marca no mercado local, oferecendo uma experiência única e produtos de alta qualidade, sempre com foco em fortalecer o relacionamento com seus clientes e garantir sua posição de destaque no mercado.

REFERÊNCIAS

SEBRAE. *Como elaborar um plano de negócios*. Brasília: SEBRAE Nacional, 2013.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de Marketing*. 16. ed. São Paulo: Pearson, 2018.

GITMAN, Lawrence J. *Princípios de Administração Financeira*. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2017.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. *Teoria Geral da Administração: da revolução urbana à revolução digital*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

CHIAVENATO, Idalberto. *Introdução à Teoria Geral da Administração*. 10. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2020.