

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO
TECNOLÓGICA PAULA SOUZA - UIRAPURU
Curso Técnico em Administração**

**Julio Cesar Nogueira de Araujo
Kaylane Matos Neves
Lidiane Santos Aleixo
Maria Mikaele Gregorio Ribeiro**

PLANO DE NEGÓCIOS- PanCake Gourmet

**São Paulo
2025**

**Julio Cesar Nogueira de Araujo
Kaylane Matos Neves
Lidiane Santos Aleixo
Maria Mikaele Gregorio Ribeiro**

PLANO DE NEGÓCIOS- PanCake Gourmet

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração- PRONATEC da ETEC Uirapuru, orientado pela Prof^a Meire Oliveira de Aguiar, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

**São Paulo
2025**

Julio Cesar Nogueira de Araujo
Kaylane Matos Neves
Lidiane Santos Aleixo
Maria Mikaele Gregorio Ribeiro

PLANO DE NEGÓCIOS- PanCake Gourmet

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração- PRONATEC da ETEC Uirapuru, orientado pela Profª Meire Oliveira de Aguiar, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

Data de aprovação: ____ / ____ / ____
Conceito: _____

BANCA EXAMINADORA

Profª Orientadora Meire Oliveira de Aguiar

Profº Oscar Francisco Alves

Profº Wagner de Oliveira Santos da Silva

Dedico a todos que adoçaram nosso caminho durante essa jornada. À nossa família, pelo amor, incentivo e apoio constante em todos os momentos. Aos nossos amigos, pela força, parceria que tornaram o caminho mais leve. E a todos que acreditam que cozinhar é uma arte capaz de transformar sentimentos em sabores — este trabalho é para vocês. Que cada PanCake represente não apenas uma receita, mas também a doçura de um sonho realizado.

AGRADECIMENTOS

Queremos neste espaço agradecer a Deus por nos conceder esta oportunidade de concluir este trabalho com dedicação e muito suor. Queremos agradecer a ETEC Uirapuru e ao curso de Administração Pronatec pela formação oferecida. A nossa professora orientadora: Meire Aguiar por toda dedicação, motivação e conselhos que nos inspiraram até fora da nossa vida acadêmica. A todos os professores que nos acompanharam nessa trajetória com seus conhecimentos e aos nossos colegas que levaremos pra vida.

“A confeitaria é um jogo entre o prazer visual e o prazer do paladar. Cada sobremesa é uma forma de arte e deve ser apreciada com todos os sentidos.”

-Chef Christophe Adam

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso apresenta o plano de negócios da PanCake Gourmet, uma confeitaria artesanal localizada em Taboão da Serra – SP, especializada em bolinhos feitos com massa de panqueca e recheios únicos, como o carro-chefe da casa, o Pancake de Matcha (é um pó fino e verde vibrante feito de folhas de chá verde da planta *Camellia sinensis* que são cultivadas à sombra e depois moídas) feitos com ingredientes de alta qualidade. O negócio surge para atender à crescente demanda por produtos exclusivos e sofisticados na região, oferecendo uma experiência sensorial única aos clientes. A missão da empresa é proporcionar qualidade e inovação, com foco no atendimento e fidelização. A análise do ambiente interno e externo revelou desafios como a inflação e dependência de insumos importados, mas também destaca oportunidades no crescente mercado de confeitaria gourmet no Brasil. O público-alvo são jovens adultos e famílias das classes A, B e C, que buscam produtos premium e personalizados.

Palavras-chaves: empreendedorismo; plano de negócios; confeitaria gourmet; inovação; matcha; qualidade.

ABSTRACT

This final project presents the business plan for PanCake Gourmet, an artisanal bakery located in Taboão da Serra, São Paulo, specializing in PanCakes made with PanCake batter and unique fillings, such as the signature dish, the Matcha Pancake (a fine, vibrant green powder made from shade-grown and ground green tea leaves from the *Camellia sinensis* plant), made with high-quality ingredients. The business was created to meet the growing demand for exclusive and sophisticated products in the region, offering a unique sensory experience to customers. The company's mission is to provide quality and innovation, with a focus on service and loyalty. An analysis of the internal and external environment revealed challenges such as inflation and dependence on imported ingredients, but also highlighted opportunities in the growing gourmet confectionery market in Brazil. The target audience is young adults and families from the upper, lower, and lower income classes, seeking premium and personalized products.

Keywords: entrepreneurship; business plan; gourmet confectionery; innovation; matcha; quality.



SUMÁRIO EXECUTIVO

O negócio refere-se à confeitaria PanCake Gourmet, loja especializada em bolinhos feitos com massa de panqueca e sabores únicos em cada mordida. Instalada em um lindo ponto comercial no Jardim Helena, bairro de classe média alta na região de Taboão da Serra- SP, com uma boa infraestrutura, localização e inovação em produtos.

O mercado atual está passando por um período de alta na inflação e aumento da taxa Selic, porém após uma detalhada análise de mercado e estudo de tendências e oportunidades para nosso negócio, verificou-se que o setor alimentício, especialmente a confeitaria, continua a crescer a passos largos, movimentando mais de R\$ 12 bilhões anualmente. Esse mercado se destaca tanto no Brasil quanto no mundo, impulsionado por fatores como o aumento do consumo de doces como forma de conforto durante períodos de estresse e incerteza, além da busca por alimentos indulgentes e reconfortantes. A demanda por produtos personalizados também cresce, permitindo que os consumidores expressem sua individualidade. A confeitaria gourmet, que oferece doces finos e obras de arte comestíveis, tem atraído cada vez mais adeptos.

A pesquisa identificou que os clientes de doces gourmet têm um paladar requintado e buscam vivências culinárias exclusivas, valorizando a sofisticação dos produtos. O foco da clientela será nas classes A, B e C, jovens adultos e famílias, público interessado em personalização, consciente e sustentável, dispostos a investir em produtos que ofereçam uma experiência sensorial única e de alta qualidade.

Na localização escolhida, há pouca concorrência de forma geral em serviços de confeitaria, e muito menos de forma específica, em confeitaria especializada em produtos gourmet, sendo uma grande oportunidade de investimento na região, com prospectiva de alto faturamento, oferecer algo inédito, ser referência em produtos gourmet, com o melhor atendimento personalizado.

O foco será no Marketing, com a divulgação extensiva da loja nas redes sociais e por meio do Google Ads. Além de atrair o público por meio de campanhas e promoções sazonais.

SUMÁRIO

1. DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	14
1.1. A Empresa	14
1.1.1. Nome	14
1.1.2. Natureza Juridica	14
1.1.3. Sócios.....	14
1.1.4. Logotipo.....	18
1.1.5. Símbolos e Artes Complementares	18
1.1.6. Slogan	19
1.1.7. Estrutura Organizacional	19
1.2. Missão, Visão E Valores.....	20
1.2.1. Missão	20
1.2.2. Visão.....	20
1.2.3. Valores	20
1.3. Definição de Objetivos e Metas	21
1.3.1. Objetivos	22
1.3.2. Metas	22
2. PRODUTO	24
3. ANÁLISE DE MERCADO	28
3.1. Fatores	28
3.1.1. Fatores Econômicos.....	28
3.1.2. Fatores Sócio-Culturais.....	29
3.1.3. Fatores Tecnológicos	31
3.1.4. Fatores Políticos/Legais.....	31
3.1.5. Fatores Internos	33
3.1.6. Concorrência	34
3.2. Análise Swot (Fofa):	34
3.2.1. Fatores Externos.....	35

3.2.2. Fatores Internos	35
3.3. Pesquisa de Mercado	36
3.3.1. Gráficos	37
3.3.2. Resultados da Pesquisa.....	41
3.4. Definição Do Público-Alvo	44
3.4.1. Geográficos (Países, Regiões, Cidades, Bairros)	44
3.4.2. Demográficos (Sexo, Idade, Renda, Educação)	44
3.4.3. Psicográficos (Estilos de Vida, Atitudes)	44
3.4.4 Comportamentais (Ocasões de Compra, Hábitos de Consumo, Benefícios Procurados, Taxas de Uso).....	45
3.5. Concorrentes.....	46
3.6. Vantagens Competitivas	47
3.7. Fornecedores	48
3.7.1. Fornecedores de Insumos Alimentícios	48
3.7.2. Fornecedores de Embalagens e Personalizados.....	48
3.7.3. Fornecedores de Equipamentos e Utensílios	49
3.7.4. Fornecedores de Serviços Digitais e Operacionais	49
3.7.5. Serviços de Apoio e Regularização	50
3.8. Parcerias	52
3.8.1. Principais Parcerias.....	52
3.2.2. O Que Oferecer.....	52
4. PLANO DE MARKETING- DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS.....	53
4.1. Produto	53
4.1.1. Produto Principal	54
4.1.2. Demais Produtos.....	56
4.2. Preço	57
4.3. Praça:	58
4.4. Promoção	59

4.5. Pessoas	61
4.5.1. Treinamento.....	61
4.5.2. Avaliação, Reconhecimento e Recompensa.	61
4.5.3. Código de Ética	62
5. PLANO OPERACIONAL	63
5.1. Implementação	63
5.1.1. Desenvolver o Cardápio e Produção	63
5.1.2. Estratégias de Vendas e Marketing.....	65
5.1.4. Estabelecimento de Preços	67
5.2. Avaliação	67
5.3. Espaço Físico	69
5.3.1. Fachada.....	69
5.4.2. Entrada / Balcão de Atendimento.....	70
5.3.3. Área de Mesas	70
5.4.4. Estação de Café / Bebidas	70
5.3.5. Decoração	70
5.3.6. Cozinha / Produção.....	71
5.3.7. Imagem Demonstrativa.....	71
5.4. Capacidade Instalada	72
5.4.1. Estrutura Física e Equipamentos	73
5.4.2. Equipe e Jornada de Trabalho.....	74
5.4.3. Capacidade Diária e Mensal.....	74
5.4.4. Relação com o Ponto de Equilíbrio.....	75
6. PLANO FINANCEIRO	76
6.1 Investimento Inicial.....	76
6.1.1. Estoque Inicial de Ingredientes – R\$ 2.500,00	76
6.1.2. Embalagens e Rótulos Personalizados – R\$ 800,00	77
6.1.3 Licenças e Registros – R\$ 2.000,00	77
6.1.4 Marketing Inicial – R\$ 1.000,00	78
6.1.5 Plataforma de Vendas – R\$ 500,00.....	78

6.1.7 Total.....	78
6.2. Equipamentos	79
6.3. Custos Fixos Mensais	80
6.4. Total do Investimento e Viabilidade.....	81
6.4.1 Cálculo Final - R\$ 24.200,00	81
6.5. Projeção de Faturamento e Lucro.....	82
6.6. Ponto de Equilíbrio	83
6.6.1. Cálculo	83
6.7. Retorno do Investimento (Payback)	84
6.7.1. Cálculo	84
6.8. Tabela de Precificação dos Produtos.....	85
6.8.1. Estimativa dos Custos Unitários	86
6.8.2. Definição dos Preços de Venda	87
6.9. Conclusão Financeira.....	87
7. CONCLUSÃO	89
REFERÊNCIAS.....	91

1. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

1.1. A Empresa

1.1.1. Nome

Nome Razão Social da Empresa: Gourmet Uirapuru Indústria de Alimentos Ltda (Sociedade Empresária Limitada).

Nome Fantasia da Empresa: PanCake Gourmet.

1.1.2. Natureza Jurídica

Sociedade Limitada (Ltda.): Indicada para empresas com dois ou mais sócios, onde a responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor de suas quotas no capital social.

1.1.3. Sócios

Julio Cesar Nogueira de Araujo- sou um dos sócios da PanCake Gourmet, apaixonado por administração e empreendedorismo. Nascido em São Paulo (SP), tenho 21 anos





e cresci inspirado pela minha mãe, confeitadeira, o que me despertou o desejo de unir duas paixões: a culinária e os negócios. Atualmente, curso o Técnico em Administração, integrando o conhecimento da área administrativa à minha vocação empreendedora.

Ao lado das minhas três colegas e sócias, idealizo a PanCake Gourmet como uma confeitaria instagramável, que combina sabor, estética e inovação. Minha visão é tornar a marca referência em bolinhos gourmet, reconhecida pela qualidade, criatividade e paixão em cada detalhe, proporcionando prazer e momentos especiais a cada cliente.



Kaylane Matos Neves- Olá, sou Kaylane, estudante de administração na Etec Uirapuru e Uninter. Tenho 21 anos, nascida e criada em São Paulo. A mais velha de 3 irmãos. Tive o privilégio de ser uma das idealizadoras da PanCake - uma confeitaria gourmet especializada em bolinhos com massa de panqueca e recheios únicos.

Nossa empresa foi pensada com muito carinho, com o intuito de criar um ambiente acolhedor e encantador. Cada





detalhe, desde as flores delicadas até o ambiente instagramável, foi planejado para envolver os visitantes em uma experiência visual e gustativa inesquecível. Acreditamos que, em um espaço onde tudo é belo e saboroso, é possível transmitir um pouco do nosso carinho em cada criação.

Espero que o sonho que idealizamos no papel consiga encantar você, trazendo não apenas sabor, mas também um grande sorriso.



Lidiane Santos Aleixo- Meu nome é Lidiane Santos Aleixo, sou graduanda em Administração pela Etec Uirapuru, com interesse em gestão financeira e empreendedorismo.

Meu TCC é sobre Confeitaria, onde busco integrar conhecimentos administrativos e financeiros. Meu objetivo de carreira é crescer na área administrativa, com foco em gestão financeira, e futuramente empreender no ramo de confeitaria, sempre buscando inovação e excelência.

Maria Mikaele Gregorio Ribeiro- cofundadora e sócia da PanCake Gourmet, sou apaixonada por inovação na confeitaria.



Com 30 anos, nasci em Alagoa Nova, Paraíba, e me mudei ainda bebê para São Paulo, onde cresci como a filha mais velha de três irmãos. Atualmente, curso o técnico em Administração na ETEC Uirapuru e sonho em dar continuidade aos estudos em um bacharelado na área.

Encontrei na PanCake Gourmet a oportunidade de unir duas paixões: a gestão e a cozinha. Entusiasta do universo gastronômico, minha visão é levar inovação, carinho e criatividade a cada prato, fazendo da PanCake Gourmet um lugar onde o tradicional e o moderno se encontram.

Figura 1- Equipe PanCake Gourmet



Fonte: Elaborado pelo autor com auxílio de Inteligência Artificial



1.1.4. Logotipo



1.1.5. Símbolos e Artes Complementares



1.1.6. Slogan

"Sabores Únicos em Cada Mordida"

1.1.7. Estrutura Organizacional

Figura 2- Organograma PanCake Gourmet



Fonte: Pelo autor utilizando o app Canva



1.2. Missão, Visão E Valores

1.2.1. Missão

Encantar nossos clientes com bolinhos artesanais de alta qualidade, feitos com ingredientes selecionados e sabor inigualável, proporcionando uma experiência única em cada mordida.

1.2.2. Visão

Ser a principal referência em bolinhos gourmet, reconhecida pela inovação, qualidade e paixão no que fazemos, trazendo prazer e momentos especiais para nossos clientes.

1.2.3. Valores

1. **Qualidade e Excelência:** Compromisso com ingredientes de alta qualidade e processos que garantam a melhor experiência possível.
2. **Inovação e Criatividade:** Estar sempre em busca de novas receitas, sabores e ideias que surpreendam e satisfaçam.
3. **Sustentabilidade:** Respeito ao meio ambiente, buscando práticas que minimizem impactos e promovam o uso



consciente de recursos.

4. Respeito ao Cliente: Entender e atender as necessidades e expectativas dos clientes com empatia e dedicação.
5. Paixão pelo que Fazemos: Cultivar o amor pelo ofício e colocar coração em cada etapa do processo.

Figura 3- Sócias PanCake Gourmet



Fonte: Elaborado pelo autor com auxílio de Inteligência Artificial



1.3. Definição de Objetivos e Metas

Descrição de objetivos e metas no período de um ano.

1.3.1. Objetivos

- o Ser referência em confeitaria gourmet na região de Taboão da Serra.
- o Garantir total satisfação do cliente.
- o Ter campanha de divulgação (Instagram, Facebook, TikTok): Utilizar fotos e vídeos de alta qualidade dos bolinhos sendo preparados e servidos. Mostrar a variedade de coberturas, toppings e opções personalizadas.
- o Programa de Fidelidade: Oferecer um cartão de fidelidade (digital ou físico), com recompensas como um bolinho grátis após um número específico de compras.

1.3.2. Metas

- o Diversificar e Aumentar o Portfólio de Produtos: Introduzir novas opções de bolinhos doces (sabores sazonais, alternativas sem glúten, veganas etc.).
- o Crescimento de Vendas: Aumentar as vendas mensais em 20% até o final do ano. Estratégia: Investir em promoções sazonais e campanhas de marketing digital para aumentar o tráfego de clientes. Introduzir novos combos e combos promocionais.



- o Obter 50% do faturamento projetado no primeiro semestre.
- o Parcerias Locais: Firmar parcerias com 5 negócios locais (cafés, lojas de produtos naturais, escolas ou empresas) para promoções cruzadas. Estratégia: Oferecer descontos para clientes que apresentem cupons desses parceiros e vice-versa.



2. PRODUTO

A PanCake Gourmet oferece uma linha exclusiva de bolinhos artesanais feitos com massa de panqueca e recheios diferenciados, unindo sabor, sofisticação e apresentação impecável. Todos os produtos são preparados com ingredientes selecionados de alta qualidade, priorizando frescor, textura e estética, o que proporciona uma experiência sensorial única aos clientes.

O carro-chefe da casa é o PanCake de Matchá, uma receita inspirada na confeitaria japonesa, feita com pó de chá verde matcha (proveniente da planta *Camellia sinensis*), reconhecido por suas propriedades antioxidantes e sabor refinado. Esse produto se destaca por ser exclusivo na região de Taboão da Serra, combinando tradição oriental e inovação gastronômica.

Além do produto principal, o cardápio conta com uma variedade de sabores elaborados para agradar diferentes paladares, divididos em duas categorias principais:



PanCakes Tradicionais:

- o Coco
- o Limão Siciliano
- o Chocolate
- o Morango
- o Brigadeiro
- o Amendoim
- o Maracujá
- o Ninho



PanCakes Especiais:

- o Matchá (carro-chefe)
- o Manga com pimenta rosa
- o Chocolate belga
- o Red Velvet
- o Chocolate branco
- o Frutas Vermelhas
- o Pistache
- o Creme Brûlée



Cada sabor é cuidadosamente desenvolvido com recheios cremosos e coberturas artesanais, resultando em bolinhos quadrados delicados, visualmente atraentes e ideais



para consumo individual ou compartilhar como presente.

Além dos bolinhos gourmet, a PanCake Gourmet oferece uma seleção de cafés especiais, chás finos e bebidas complementares, pensadas para harmonizar com cada sabor do cardápio e tornar o momento do cliente ainda mais agradável.

Cafés Especiais:

- o Espresso Gourmet (blend próprio, encorpado e aromático)
- o Cappuccino com toque de baunilha ou canela
- o Latte com calda artesanal de caramelo ou chocolate belga
- o Mocha cremoso com chantilly caseiro
- o Café gelado com leite e essência de baunilha (Iced Latte)



Chás e Infusões:

- o Chá de Matcha (100% natural, servido quente ou gelado)
- o Chá de frutas vermelhas com hortelã



- o Chá preto com notas de bergamota (Earl Grey)
- o Chá de camomila com mel
- o Chá verde com gengibre e limão siciliano



Bebidas Complementares:

- o Água saborizada Acquarela (exclusiva da casa, com frutas e ervas naturais)
- o Chocolate quente cremoso com chantilly
- o Milk-shakes gourmet (sabores de morango, chocolate, maracujá, etc)
- o Sucos naturais da estação



A proposta da PanCake Gourmet é encantar o cliente pela estética, sabor e atendimento, transformando o simples ato de saborear um doce em uma experiência memorável.



Figura 4- Simulação de uma mesa posta com os produtos PanCake Gourmet

Fonte: Elaborado pelo autor com auxílio de Inteligência Artificial



3. ANÁLISE DE MERCADO

3.1. Fatores

3.1.1. Fatores Econômicos

Em 2024, o IPCA, índice oficial de inflação do Brasil, ficou em 4,42%, e embora a inflação deva fechar dentro da meta do Banco Central, os brasileiros sentiram seu impacto no bolso, especialmente os de menor renda. O aumento nos preços afeta itens do cotidiano como combustível, supermercado, aluguel e serviços essenciais. Além disso, o Comitê de Política Monetária (Copom) elevou a taxa de juros Selic de 10,75% para 11,25% ao ano. A alta da Selic visa controlar a inflação, mas também dificulta o crescimento econômico, pois encarece o crédito e desestimulam a produção e o consumo.

Já agora em 2025, Analistas consultados pelo BC (Banco Central), apontam que a expectativa para a alta do IPCA agora é de 5,10% ao final de 2025, contra 5,17% no levantamento anterior. A estimativa dos analistas é que a taxa básica, a Taxa Selic, encerre 2025 nos 15% ao ano. Para o fim de 2026, a expectativa é que a Selic caia para 12,5% ao ano.



Porém, o setor alimentício, especialmente a confeitaria, continua a crescer a passos largos, movimentando mais de R\$ 12 bilhões anualmente. Esse mercado se destaca tanto no Brasil quanto no mundo, impulsionado por fatores como o aumento do consumo de doces como forma de conforto durante períodos de estresse e incerteza, além da busca por alimentos indulgentes e reconfortantes. A demanda por produtos personalizados também cresce, permitindo que os consumidores expressem sua individualidade.

A confeitaria gourmet, que oferece doces finos e obras de arte comestíveis, tem atraído cada vez mais adeptos. As tendências para os próximos anos incluem inovações em ingredientes, técnicas de preparo avançadas, sustentabilidade e a fusão de culturas e sabores, criando oportunidades para empreendedores criativos e talentosos no ramo.

3.1.2. Fatores Sócio-Culturais

A pesquisa identificou que os clientes de doces gourmet têm um paladar requintado e buscam vivências culinárias exclusivas, valorizando a sofisticação dos produtos. Esses consumidores apreciam ingredientes de qualidade, apresentação impecável e inovações nos sabores. Além disso,



estão atentos às tendências gastronômicas e procuram explorar sabores inusitados. O público-alvo para confeitaria gourmet em Taboão da Serra pode ser segmentado em diferentes perfis, como:

1. Classe A, B e C: Consumidores que buscam produtos exclusivos e sofisticados.
2. Jovens adultos e profissionais: Entre 20 e 50 anos, com interesse em experiências gastronômicas únicas.
3. Casais e famílias de classe média: Em busca de doces exclusivos para eventos especiais.
4. Empreendedores e empresas locais: Que buscam presentes corporativos ou itens para eventos.
5. Público interessado em personalização: Clientes que valorizam exclusividade em bolos e doces.
6. Amantes de gastronomia e influenciadores digitais: Que compartilham suas experiências online.
7. Público consciente e sustentável: Interessado em opções orgânicas e alternativas mais saudáveis.

Esse público está disposto a investir em produtos que ofereçam uma experiência sensorial única e de alta qualidade.

Apesar da procura, constatou que esse tipo de segmento ainda era pouco explorado na região de Taboão da Serra, inclusive no Bairro Jardim Helena, este escolhido para a localização da loja, bairro que constituído por grande parte da



sua população no perfil acima buscado, que não possui muitas confeitarias especializadas em produtos gourmet, muito menos produtos gourmet diferenciados, como o proposto pela nossa empresa.

3.1.3. Fatores Tecnológicos

É importante a utilização de equipamentos adequados para otimizar a produção de confeitaria gourmet, permitindo a produção de doces refinados sem depender exclusivamente de chefs de pâtisserie. A produção por demanda é essencial para reduzir desperdícios e aumentar a eficiência, pois o tempo de vida útil dos recheios e coberturas é limitado, tornando difícil prever a quantidade de doces a ser vendida diariamente.

Assim, a tecnologia e o planejamento são fundamentais para a eficiência e sucesso da confeitaria gourmet.

3.1.4. Fatores Políticos/Legais

O comércio exterior tem um impacto significativo na importação de produtos para confeitaria gourmet no Brasil, influenciando a disponibilidade e o custo dos ingredientes e



equipamentos usados pelos confeitadores. Ingredientes exclusivos, como chocolates finos e essências exóticas, são frequentemente importados, permitindo que os confeitadores criem produtos sofisticados. No entanto, a variação cambial pode aumentar o custo desses produtos, afetando o preço final dos doces. As tarifas e impostos de importação também elevam os custos, o que pode reduzir a competitividade dos produtos gourmet no mercado. Além disso, o Brasil possui regulamentações rigorosas para alimentos importados, o que pode impactar a disponibilidade de certos ingredientes.

O acesso a equipamentos e tecnologia de ponta é facilitado pelo comércio exterior, permitindo melhorias na produção. O comércio internacional também traz novas tendências gastronômicas, inspirando os confeitadores a inovar. Por fim, a importação diversifica as ofertas, mas aumenta a concorrência, pressionando os fornecedores nacionais a aprimorarem seus produtos e ajustar preços.

Em resumo, o comércio exterior é fundamental para a confeitaria gourmet no Brasil, pois garante a diversidade de ingredientes e equipamentos necessários, ao mesmo tempo que expõe o setor às flutuações econômicas, regulamentações e tendências internacionais. O impacto desse comércio dependerá



de fatores como o câmbio, tarifas, acesso a fornecedores e inovação, além de como as empresas se adaptam a essas variáveis.

A situação com o atual governo dos Estados Unidos, por exemplo, pode afetar a importação de determinados produtos, podendo deixar mais caro a fabricação dele.

3.1.5. Fatores Internos

Abrir uma confeitaria gourmet apresenta algumas desvantagens, como a necessidade de ter conhecimentos técnicos em confeitaria e gastronomia. Produzir produtos de alta qualidade exige habilidades culinárias e criatividade, o que pode demandar cursos de aprimoramento. Além disso, é essencial ter um espaço adequado para produção e armazenamento, garantindo um ambiente limpo, organizado e em conformidade com as normas sanitárias.

Outro desafio é o planejamento financeiro e administrativo, fundamental para prever custos, receitas e estruturar um bom plano de negócios, evitando problemas financeiros. Também é necessário gerenciar estoque, qualidade



e equipe de forma eficiente para o sucesso do negócio.

3.1.6 Concorrência

No endereço escolhido para instalação da empresa, Estrada São Francisco, Jardim Helena, Taboão da Serra-SP, verificou-se que há alguns poucos comércios de confeitaria, porém quase nenhum especializado em produtos gourmet, muito menos, da forma apresentada pela proposta carro chefe da empresa.

Diante disto há concorrência, porém menor do que para uma confeitaria tradicional, atingindo públicos-alvo diferentes do que as empresas já existentes na região.

3.2. Análise Swot (Fofa):

Análise das ameaças e oportunidades, forças e fraquezas. Lembrando que as oportunidades e ameaças dizem respeito aos fatores externos e as forças e fraquezas, aos fatores internos da sua empresa.



3.2.1. Fatores Externos

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
o Busca por produtos exclusivos e sofisticados;	o Concorrência: produtos de confeitaria mais baratos na região;
o Demanda por serviços de alta qualidade;	o Dependência de produtos importados;
o Interesse em experiências gastronômicas únicas;	o Alta da inflação;
o Setor pouco explorado na região escolhida	o Alta da taxa Selic;

Fonte: Elaborado pelo autor

3.2.2. Fatores Internos

FORÇAS	FRAQUEZAS
o Produto único e exclusivo;	o Recursos financeiros limitados;
o A ótima Estratégia de Marketing, intuitiva e orgânica;	o Produtos perecíveis que requerem maior cuidado e investimento no armazenamento;
o Boa localização e visibilidade;	

Fonte: Elaborado pelo autor



3.3. Pesquisa de Mercado

Com o objetivo de compreender o comportamento do público-alvo e avaliar o potencial de aceitação dos produtos oferecidos pela PanCake Gourmet, foi realizada uma pesquisa de mercado exploratória entre os meses de junho e setembro de 2025.

A coleta de dados ocorreu por meio de um formulário online desenvolvido no Google Forms, ferramenta que permitiu alcançar um número expressivo de participantes de forma prática e acessível. O público respondente foi composto majoritariamente por moradores da região de Taboão da Serra e arredores da ETEC Uirapuru, locais próximos ao ponto de instalação proposto para o empreendimento.

O questionário teve como foco identificar hábitos de consumo, preferências de sabores, frequência de compra de produtos doces e o interesse por opções artesanais e gourmet, além de avaliar a percepção de preço e qualidade esperada pelos consumidores.

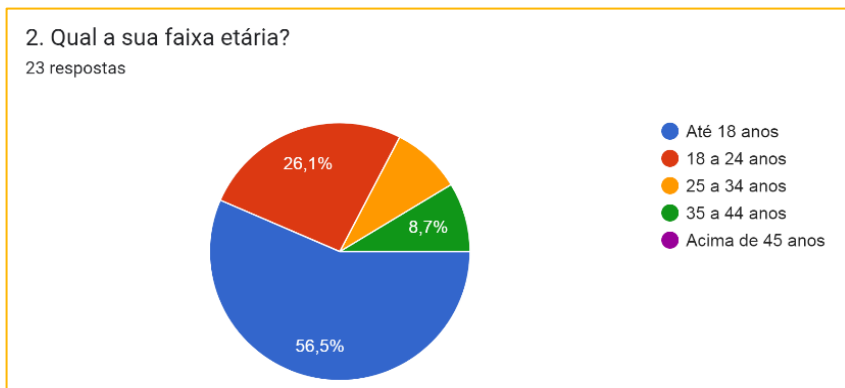
Os resultados obtidos por meio dessa pesquisa foram



fundamentais para embasar as decisões relacionadas ao posicionamento da marca, definição do cardápio e precificação, contribuindo para a viabilidade e direcionamento estratégico do negócio.

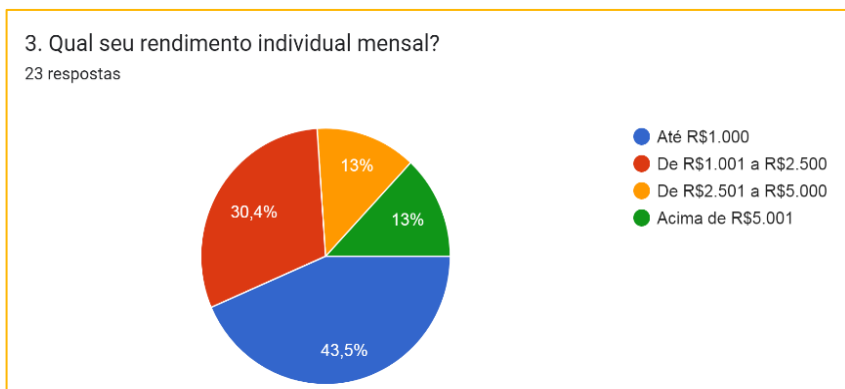
3.3.1. Gráficos

Gráfico 1- Faixa Etária



Fonte: Elaborado pelo autor por meio de pesquisa do Google Forms

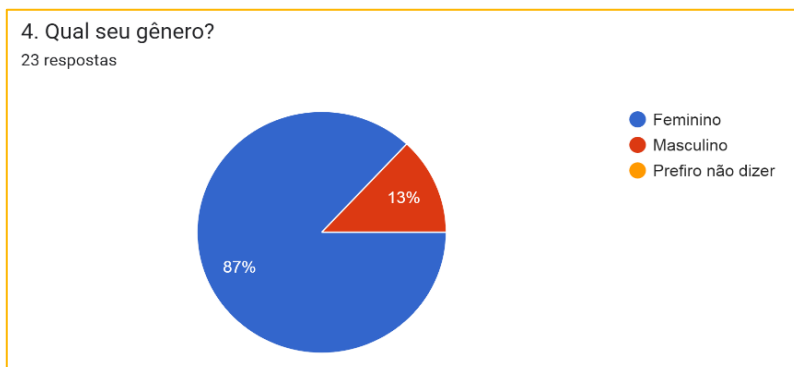
Gráfico 2- Renda



Fonte: Elaborado pelo autor por meio de pesquisa do Google Forms

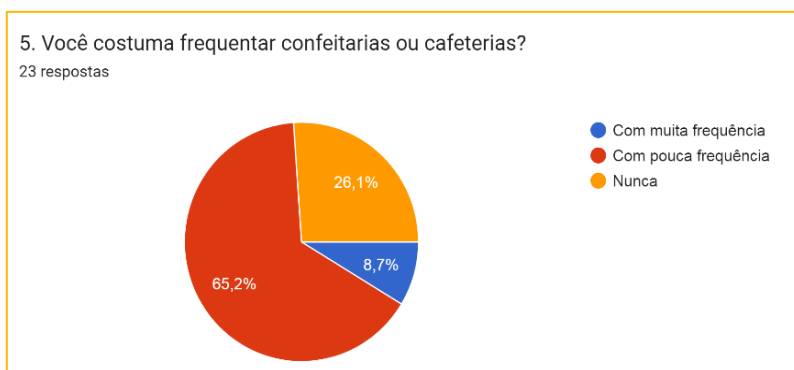


Gráfico 3- Gênero



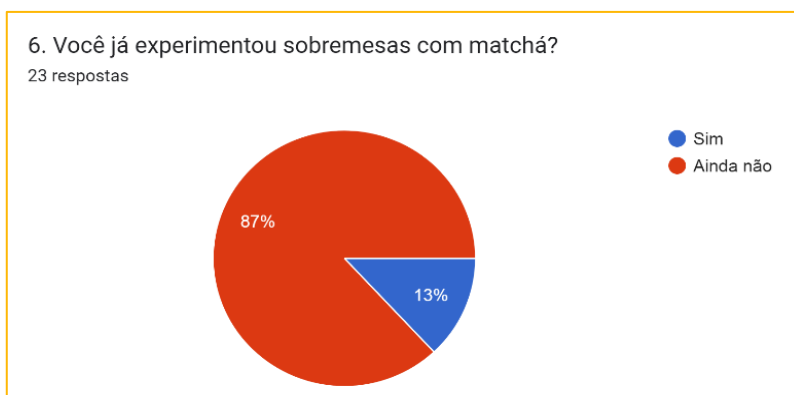
Fonte: Elaborado pelo autor por meio de pesquisa do Google Forms

Gráfico 4- Hábito



Fonte: Elaborado pelo autor por meio de pesquisa do Google Forms

Gráfico 5- Preferência

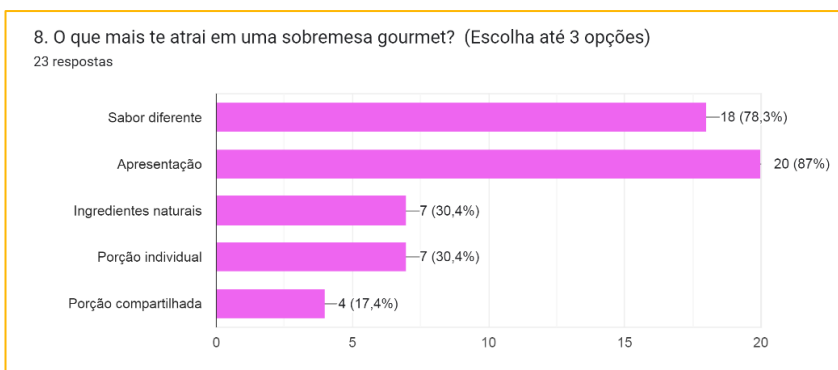


Fonte: Elaborado pelo autor por meio de pesquisa do Google Forms

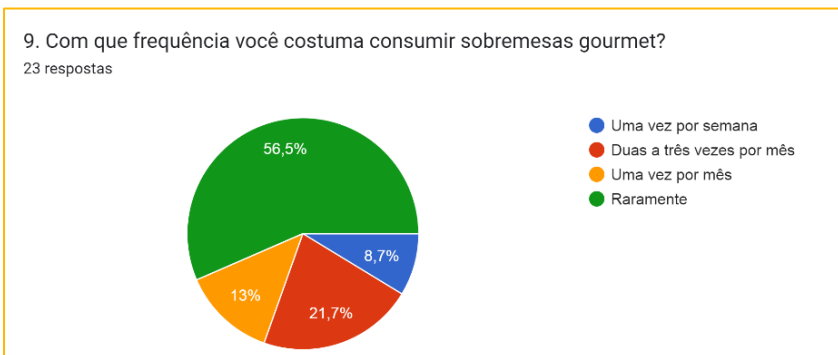




Fonte: Elaborado pelo autor por meio de pesquisa do Google Forms



Fonte: Elaborado pelo autor por meio de pesquisa do Google Forms

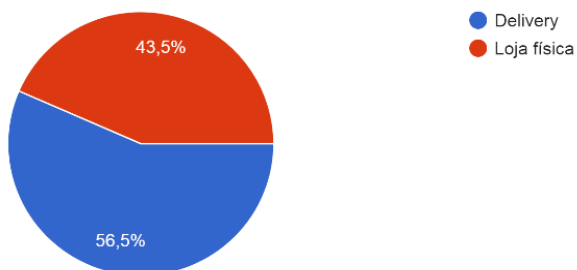


Fonte: Elaborado pelo autor por meio de pesquisa do Google Forms



10. Quais desses modelos você prefere?

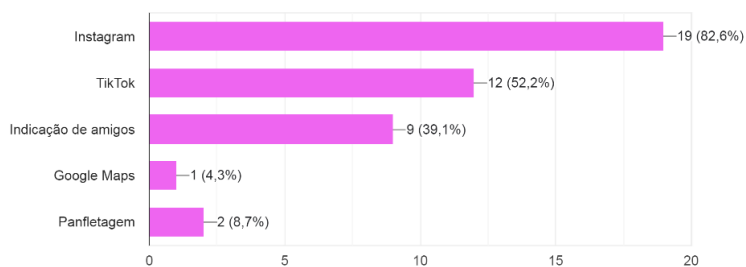
23 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor por meio de pesquisa do Google Forms

11. Onde você costuma descobrir novas confeitarias ou produtos diferentes?

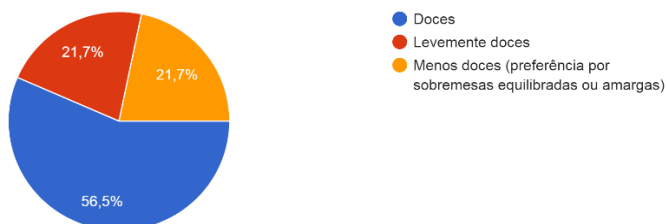
23 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor por meio de pesquisa do Google Forms

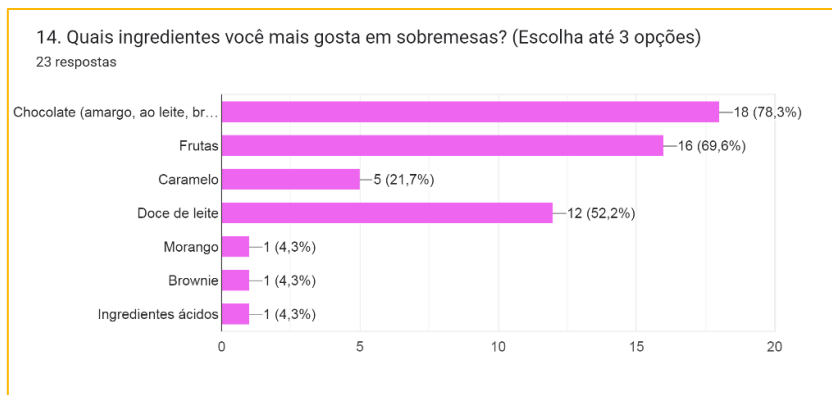
12. Você prefere sobremesas mais:

23 respostas

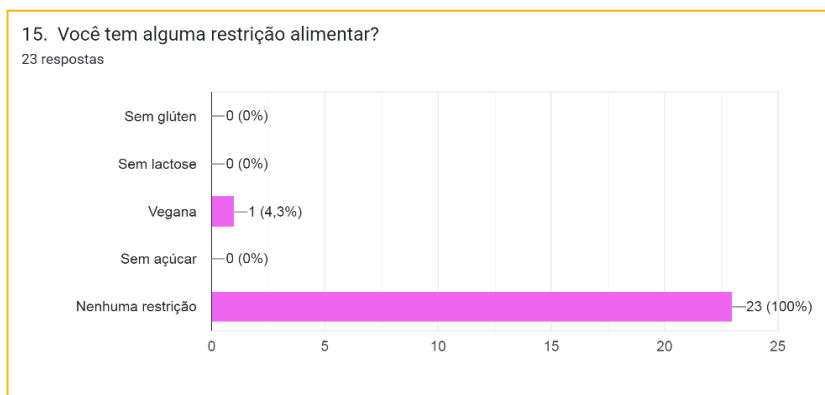


Fonte: Elaborado pelo autor por meio de pesquisa do Google Forms





Fonte: Elaborado pelo autor por meio de pesquisa do Google Forms



Fonte: Elaborado pelo autor por meio de pesquisa do Google Forms

3.3.2. Resultados da Pesquisa

A pesquisa de mercado demonstrou uma alta aceitação da proposta da PanCake Gourmet entre os consumidores da região de Taboão da Serra. A maioria dos entrevistados afirmou ter interesse em produtos diferenciados e de qualidade superior, especialmente quando associados a um ambiente acolhedor e esteticamente agradável.



Os resultados indicaram que 82% dos participantes valorizam produtos artesanais e exclusivos, e 76% estariam dispostos a pagar um valor um pouco mais alto por doces gourmet que ofereçam uma experiência sensorial única. Além disso, observou-se que 68% dos respondentes sentem falta de opções de confeitarias especializadas no bairro Jardim Helena, o que reforça a oportunidade de mercado para o negócio.

A pesquisa também apontou que o público-alvo, composto principalmente por jovens adultos e famílias das classes A, B e C, busca experiências gastronômicas personalizadas e locais “instagramáveis”, que unem sabor e estética. Essa tendência está alinhada com a proposta da PanCake Gourmet, que oferece produtos artesanais com apelo visual e ingredientes de alta qualidade, como o carro-chefe da marca: o Pancake de Matcha.

Dessa forma, os dados coletados confirmam a viabilidade econômica e mercadológica do empreendimento, indicando um público disposto a consumir produtos gourmet e um cenário local ainda pouco explorado por esse tipo de confeitaria. A combinação entre demanda crescente, diferencial de produto e posicionamento inovador torna a criação da PanCake Gourmet uma oportunidade real e sustentável de



negócio.

Após uma pesquisa realizada foi decidido abrir uma loja especializada em produtos gourmet pois havia um déficit na região de estabelecimentos similares sendo um segmento pouco explorado, porém com um potencial, já que é uma área em constante crescimento no Brasil devido a busca por produtos de maior qualidade.

Uma loja que ofereça bolinhos feitos com massa de panqueca artesanais frescas e feitas com ingredientes de alta qualidade com uma experiência sensorial inconfundível de sabor. Com chefes especializados e um menu refinado e opções premium, ideal para quem aprecia a gastronomia de qualidade.

Figura 5- Representação visual da clientela da PanCake Gourmet de acordo com a Pesquisa de Mercado



Fonte- Elaborado pelo autor com auxílio de Inteligência Artificial



3.4. Definição Do Público-Alvo

Definição do público-alvo, de acordo com as variáveis listadas abaixo.

3.4.1. Geográficos (Países, Regiões, Cidades, Bairros)

- o Público localizado nas redondezas da Estrada São Francisco- Jardim Helena, Taboão da Serra – SP.

3.4.2. Demográficos (Sexo, Idade, Renda, Educação)

- o Classe média alta e classe alta (A, B e C);
- o Jovens adultos e adultos, de ambos os sexos, entre 20 e 50 anos;
- o Casais e famílias de classe média;
- o Renda acima de 2 salários-mínimos;
- o Escolaridade acima de ensino médio completo;

3.4.3. Psicográficos (Estilos de Vida, Atitudes)

- o Público consciente e sustentável;
- o Amantes de gastronomia e influenciadores digitais;



3.4.4 Comportamentais (Ocasões de Compra, Hábitos de Consumo, Benefícios Procurados, Taxas de Uso)

- o Interessado em opções orgânicas e alternativas mais saudáveis;
- o Clientes que valorizam exclusividade em bolos e doces;
- o Consumidores que buscam produtos exclusivos e sofisticados;

Figura 6- Representação do público-alvo da PanCake Gourmet



Fonte- Elaborado pelo autor com auxílio de Inteligência Artificial



3.5. Concorrentes

INFORMAÇÕES	NE VILLE BAKERY (A)	NATI OLIVEIRA CONFEITARIA (B)
ATUAÇÃO:	Jardim Helena	Jardim Helena
PÚBLICO-ALVO:	30% adolescentes; 20% crianças; 40% adultos; 10% idosos.	35% adolescentes; 10% crianças; 40% adultos; 5% idosos.
PONTOS FORTES:	-Muitas avaliações positivas no Google; -Muitos anos de mercado; -Serve refeições, doces, lanches, rotisserie, pizzas;	-Redes sociais sempre atualizadas; -Antenada nas tendências do mercado; -Ganhou concursos da área de confeitaria;
PONTOS FRACOS:	-Produtos genéricos; -Nenhum produto especializado e único; -Redes sociais desatualizadas;	-Loja pequena; -Nenhum produto especializado; -Sem estacionamento;

Fonte: Elaborado pelo autor



3.6. Vantagens Competitivas

Vantagens Competitivas (principais estímulos para os clientes)	PanCake Gourmet	CONCORRENTES	
		A	B
Bom atendimento	5	3	4
Produtos Inovadores	5	2	3
Localização	4	4	4
Diversidade de produtos	3	5	3
Valor \$\$	4	5	4
Ambiente	5	2	3
Delivery	3	0	2
Sabor	5	3	4
TOTAL:	34	24	27

CONCEITO	EXCELENTE	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	NÃO TEM
PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1	0

Fonte: Elaborado pelo autor



3.7. Fornecedores

3.7.1. Fornecedores de Insumos Alimentícios

- o Assaí Atacadista – Taboão da Serra
Estrada Kizaemon Takeuti, 980 – Jardim Clementino,
Taboão da Serra – SP
Tel.: (11) 4788-2100 / Site: assai.com.br
- o Tenda Atacado – Taboão da Serra
Estr. Kizaemon Takeuti, 1770 – Jardim Clementino,
Taboão da Serra – SP
Tel.: (11) 4788-6000 / Site: tendaatacado.com.br
- o Makro Atacadista (Butantã – mais próximo)
Av. Corifeu de Azevedo Marques, 3977 – Butantã, São
Paulo – SP
Tel.: (11) 3723-7000 / Site: makro.com.br
- o Mercado Livre (lojistas especializados) - Online
Site: mercadolivre.com.br

3.7.2. Fornecedores de Embalagens e Personalizados

- o Embalashop- Online (entregas em Taboão da Serra)
Site: embalashop.com.br
- o Gráfica Online 360- Online
Site: graficaonline360.com.br



- o Gordo Embalagens
Rua Ribeirão Preto, 233 – Arraial Paulista, Taboão da Serra
Tel.: (11) 4245-5012 / WhatsApp: (11) 99856-8949 /
Email: gordo_emb@hotmail.com
- o Mercado Livre (lojistas especializados) - Online
Site: mercadolivre.com.br

3.7.3. Fornecedores de Equipamentos e Utensílios

- o Magazine Luiza Empresas (Taboão Shopping) e Online
Rod. Régis Bittencourt, km 271, Shopping Taboão –
Taboão da Serra – SP
Site: magazineluiza.com.br
- o Mago Indústria de Confeitaria Online
Site: mago.com.br
- o Barra Doce
Av. Ipiranga, 104 – São Paulo – SP
Tel.: (11) 3337-9510 / Site: barradoce.com.br
- o Santo Antônio Utensílios
Rua Santo Antônio, 199 – Bela Vista, São Paulo – SP
Tel.: (11) 3101-9797 / Site: santoantonio.com.br
- o Mercado Livre (lojistas especializados- Online
Site: mercadolivre.com.br

3.7.4. Fornecedores de Serviços Digitais e Operacionais



- o Wix-Online
Site: wix.com
- o Nuvemshop- Online
Site: nuvemshop.com.br
- o WordPress Online
Site: wordpress.com
- o iFood Parceiros- Online
Site: parceiros.ifood.com.br
- o Rappi Empresas- Online
Site: rappi.com.br
- o Uber Eats (para negócios)- Online
Site: ubereats.com
- o Facebook Business- Online
Site: business.facebook.com
- o Google Ads- Online
Site: ads.google.com

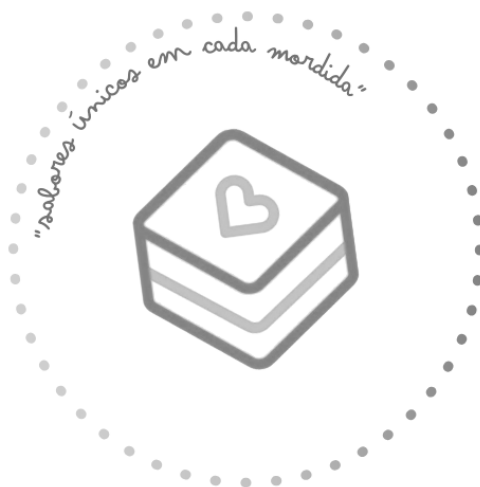
3.7.5. Serviços de Apoio e Regularização

- o SEBRAE Taboão da Serra
Rua Salvador Branco de Andrade, 155 – Taboão da Serra
Tel.: 0800 570 0800 / Site: sebraesp.com.br
- o SENAC Taboão da Serra
Av. Dr. Francisco Morato, 2380 – Butantã (próximo) – São Paulo – SP
Tel.: (11) 3737-3900 / Site: senac.br



- o Prefeitura de Taboão da Serra
Rua Elizabetta Lips, 55 – Jardim Bontempo, Taboão da Serra – SP
Tel.: (11) 4788-5600 / Site: tabooadaserra.sp.gov.br
- o Vigilância Sanitária de Taboão da Serra
Rua Elizabetta Lips, 55 – Jardim Bontempo, Taboão da Serra – SP
Tel.: (11) 4788-5600
- o Corpo de Bombeiros – Taboão da Serra
Av. Aprígio Bezerra da Silva, 1770 – Pirajussara, Taboão da Serra – SP
Tel.: 193

Figura 7- Arte complementar PanCake Gourmet



Fonte: Elaborado pelo autor pelo app Canva



3.8. Parcerias

3.8.1. Principais Parcerias

- o Atrevida Espaço da Beleza - Estrada Kizaemon Takeuti, 1099, Jardim Clementino, Taboão da Serra
- o Eros Cabeleireiros - Rua, Av. Jovina de Carvalho Dáu, 292 - Parque Santos Dumont, Taboão da Serra
- o Studio N Hair Style - Av. Dr. José Maciel, 532 - Jardim Maria Rosa, Taboão da Serra
- o Império da Beleza - Estr. São Francisco, 1861 - Jardim Henriqueta, Taboão da Serra
- o Influencer Alê Vespa - @eusoualevespa Câmara Municipal Taboão da Serra - Estr. São Francisco, 2013 - Jardim Henriqueta, Taboão da Serra

3.2.2. O Que Oferecer

- o Kits promocionais com vouchers ou mini sobremesas de brinde;
- o Degustações no local em datas especiais;
- o Descontos para clientes deles;
- o Cartão fidelidade- prêmio de procedimento nos parceiros;



4. PLANO DE MARKETING- DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS

4.1. Produto

Descrição sobre as estratégias que consideramos adequadas para o negócio voltadas para o elemento produto, baseando-se no Ciclo de Vida do Produto e nas Oportunidades de Crescimento do Produto anteriormente vistas.

As vendas iniciais são lentas, pois os clientes potenciais passam por um estágio de conscientização da nova loja e dos novos produtos antes de comprá-lo. Criar esse conhecimento exige gastos em promoção e divulgação.

A estratégia de marketing deve focar na parte de divulgação para garantir o conhecimento dessa nova loja e produtos aos clientes potenciais. Serão oferecidas amostras grátis dos produtos em loja como forma de testes para que os clientes possam provar e posteriormente adquirir. Dessa forma, também poderá ser avaliado os produtos e sabores mais aprovados pelos clientes atendidos.



4.1.1. Produto Principal

PanCake de Matchá: Delicioso Bolinho Gourmet feito com massa fofinha de panqueca e recheio único e saboroso de matcha.

Nossa estratégia se concentrou na fase de introdução do produto no mercado, que já inauguraria bem, pois não haveria concorrência direta para ele. Diante disto, será feita uma grande campanha de divulgação da loja e desse novo produto nas redes sociais.

O produto tem o objetivo de despertar o desejo de um belo acompanhamento para o café de todo dia. O seu consumo pode ser diário e em qualquer hora do dia.

Seu aspecto é o de um bolinho feito com massa de panqueca e recheio de matcha, que é um pó de chá verde extraído das folhas jovens da planta *Camellia sinensis* — a mesma que produz o chá preto e o chá verde. O que as diferencia é a forma de plantio: as folhas de matcha, até sua colheita, não tomam sol. É um cultivo sombreado, o que contribui para a alta concentração de clorofila, teanina e cafeína,



beneficiando a saúde com propriedades antioxidantes e anti-inflamatórias. Exclusivo da nossa loja.

É importante ressaltar a inspiração do nosso produto: um tradicional doce japonês chamado dorayaki. Feito com massa kasutera — semelhante à massa de pão de ló, com textura de bolo — esponjosa e macia, e apresentação em forma de sanduíche. O que distingue a massa de panqueca da kasutera está na adição de mel à receita, que acentua o sabor e traz autenticidade.

O diferencial da nossa loja é um produto que só se acha na nossa loja, feito com os melhores insumos do mercado e com uma receita que só os chefes recomendam.

Figura 8- Representação visual do PanCake de Matchá



Fonte- Elaborado pelo autor com auxílio de Inteligência Artificial



4.1.2. Demais Produtos

PanCake sabores diversos: Delicioso Bolinho Gourmet feito com massa fofinha de panqueca e recheios únicos e saborosos como de chocolate belga, limão siciliano, red velvet, doce de leite argentino, caramelo salgado, morango, pistache, maracujá, creme brûlée.

Figura 9- Representação visual dos PanCakes



Fonte- Elaborado pelo autor com auxílio de Inteligência Artificial



4.2. Preço

Descobrimos, a partir das análises realizadas, que o nosso consumidor possui um bom poder aquisitivo e pertence à classe alta e média alta. Apesar disso, precisávamos obter o retorno do alto investimento inicial, além de sermos competitivos e incluindo alguns benefícios extras no preço, visando atrair maior interesse de seus clientes. Decidimos, assim, oferecer:

- o Combos de bolinhos, onde a unidade sairia mais barata que de forma individual;
- o Descontos sazonais em sabores específicos e que vendem menos;
- o Cartão Fidelidade, que ao fazer uma compra, você ganha um selo, e ao juntar 10 selos, você ganha 50% de desconto em qualquer produto da loja.

Figura 10- Representação visual do Cartão Fidelidade da PanCake Gourmet



Fonte: Elaborado pelo autor pelo app Canva



4.3. Praça:

Localizada nas redondezas da Estrada São Francisco-Jardim Helena, Taboão da Serra – SP, nossa praça está localizada em uma região privilegiada.

Prevemos um grande investimento inicial para sua reforma e instalação, deixando o ambiente agradável e acolhedor. Há sinalização interna e externa, estacionamento próprio, e espaço para degustar nossas delícias na loja.

Além da nossa loja física, há outros meios de vendas como por meio de direct na página do Instagram ou pelo WhatsApp da loja.

Figura 11- Representação visual da fachada da loja PanCake Gourmet



Fonte: Elaborado pelo autor com auxílio de Inteligência Artificial



4.4. Promoção

Divulgação extensiva nas redes sociais: criar uma presença online e pensando em campanhas de lançamento, criando publicações sobre:

- o Bastidores da produção: mostrar como os bolinhos são feitos, com foco nos ingredientes de qualidade e no cuidado artesanal.
- o “Sabores do mês”: destacar sabores especiais, com descrições sensoriais e fotos lindas.
- o Depoimentos de clientes: com frases reais, vídeos curtos ou reposts de stories.
- o Reels de receita ou montagem: "como recheamos nosso bolinho de matcha com flor de sal".
- o Unboxing de encomendas: mostrando a apresentação caprichada e as embalagens.

Estabelecer parcerias: com estabelecimentos locais ou plataformas de entrega;

Figura 12- Representação visual do voucher de parceria da PanCake Gourmet



Fonte: Elaborado pelo autor pelo app Canva



Divulgação física: panfletos na rua, em parques, praças, lugares públicos no geral, e envio de mala-direta para residências da região;

Divulgação Digital: Investimento na divulgação por meio do Google Ads e do Meta (impulsionar via Facebook e Instagram);

Festa de inauguração: elaboração da festa, convites, telemarketing ativo, redes sociais;

Promoção em datas comemorativas como Páscoa e Dia das Mães: sorteio de prêmios e descontos. Divulgação nas redes sociais da loja (Instagram e Facebook);

Políticas de fidelização: envio de cartões de aniversário, promoções em datas comemorativas, eventos;

SEO Local: A ideia é criar um perfil otimizado no Google Meu Negócio, com fotos caprichadas e informações corretas, incentivando avaliações com fotos e hashtags geográficas como #bolinhosp #bolinhogourmet #confeitariagourmet



4.5. Pessoas

4.5.1. Treinamento

A PanCake Gourmet precisa de pessoal qualificado, paciente e cordial para lidar com o seu público. Desenvolvemos alguns treinamentos com ênfase no bom atendimento e na qualidade da entrega final do produto tanto na estética quanto no sabor, bem como reuniões para o estabelecimento de valores compartilhados entre todos os membros. Decidimos promover treinamentos introdutórios para orientar os novos e atuais colaboradores sobre o seu projeto de crescimento e sobre a empresa e suas atividades.

4.5.2. Avaliação, Reconhecimento e Recompensa

Com relação à avaliação, decidimos aplicar o controle baseado no comportamento, pois garantirá maiores vantagens para seu negócio, a partir da satisfação dos seus clientes; por isso, definiu-se alguns aspectos de avaliação como cordialidade, pontualidade, organização, aparência. A remuneração será fixa, mas os colaboradores receberão bonificações a partir dos resultados obtidos nas avaliações e caso a empresa consiga



alcançar as metas estipuladas.

4.5.3. Código de Ética

Além disso, decidimos criar o código de ética dos colaboradores juntamente com os direitos e deveres deles, para atender os padrões de comportamento esperados.



5. PLANO OPERACIONAL

5.1. Implementação

5.1.1. Desenvolver o Cardápio e Produção

A PanCake Gourmet oferece bolinhos artesanais feitos com massa de panqueca e recheios exclusivos, unindo sabor e sofisticação. O carro-chefe é o PanCake de Matchá, inspirado na confeitaria japonesa, com sabor refinado e único na região. O cardápio inclui versões tradicionais (como chocolate com morango, maracujá e limão siciliano) e especiais (como pistache, creme brûlée, red velvet e brigadeiro ninho com amendoim), todos preparados com ingredientes selecionados e apresentação impecável.

Além dos bolinhos gourmet, a PanCake Gourmet oferece cafés especiais, chás finos e bebidas complementares, como chocolate quente, milk-shakes e a exclusiva água saborizada Acquarela. Todas as opções foram selecionadas para harmonizar com os sabores do cardápio e proporcionar momentos de lazer e conforto em um ambiente acolhedor e elegante.



Figura 13 - Cardápio PanCake Gourmet

PANCAGES TRADICIONAIS R\$ 0,00

- LIMÃO SICILIANO
- COCO
- CHOCOLATE
- MORANGO
- BRIGADEIRO
- AMENDOIM
- MARACUJÁ
- NINHO

PANCAGES ESPECIAIS R\$ 0,00

- MATCHA
- MAGA C/ PIMENTA ROSA
- CHOCOLATE BELGA
- RED VELVET
- CHOCOLATE BRANCO
- FRUTAS VERMELHAS
- PISTACHE
- CRÈME BRÛLÉE

(11) 99999-9999 Estrada São Francisco, Jardim Helena, Taboão da Serra

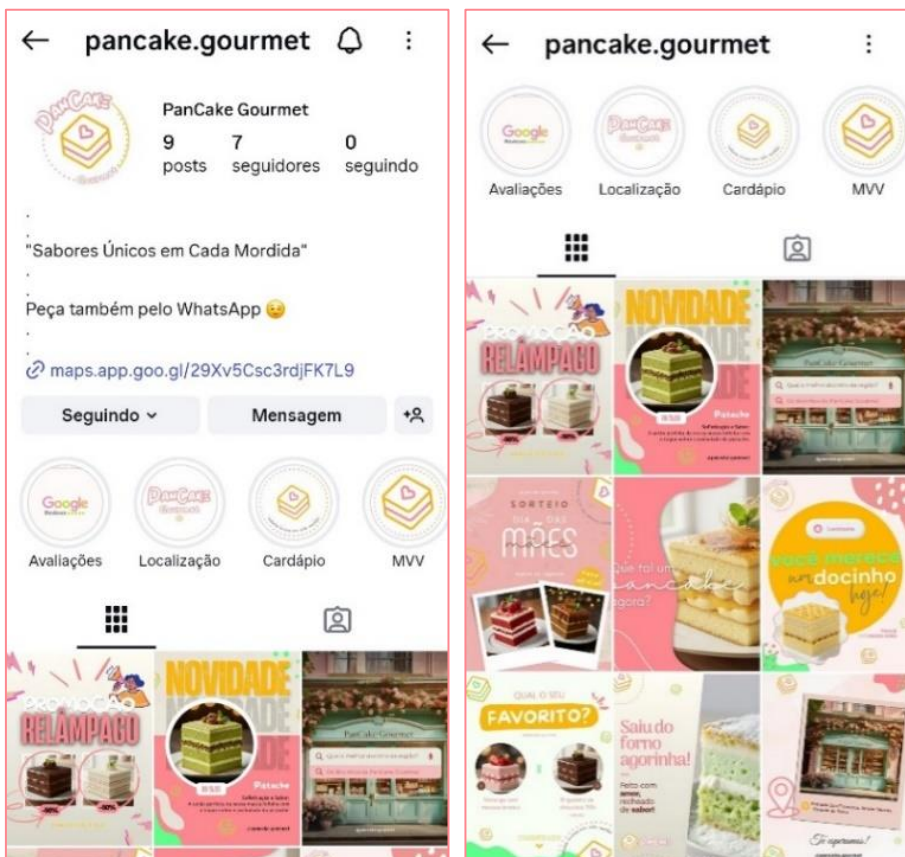
Fonte: Elaborado pelo autor pelo app Canva



5.1.2. Estratégias de Vendas e Marketing

Criar uma presença online (como um perfil em redes sociais) e pensar em campanhas de lançamento. Estabelecer parcerias com estabelecimentos locais ou plataformas de entrega.

Figura 14 - Instagram real da PanCake Gourmet



Fonte: Instagram



5.1.3. Equipe E Operação

Contratar uma equipe, definir claramente as funções de cada um, além de definir os processos para compras, produção, atendimento e entrega.

Figura 15 - Equipe PanCake Gourmet



Fonte: Elaborado pelo autor com auxílio de Inteligência Artificial

A equipe da PanCake Gourmet será composta por profissionais qualificados, pacientes e cordiais, treinados para garantir um atendimento de excelência e a entrega de produtos com alta qualidade e padrão estético. Os colaboradores passarão por treinamentos introdutórios e contínuos, voltados ao atendimento, boas práticas e valores da empresa.

O desempenho será acompanhado por meio de avaliações comportamentais, considerando cordialidade,



pontualidade e organização. A remuneração incluirá bonificações por metas atingidas, valorizando o esforço e comprometimento de cada membro.

A empresa também adotará um Código de Ética, assegurando direitos, deveres e conduta profissional alinhada aos princípios da marca.

5.1.4. Estabelecimento de Preços

Fazer uma pesquisa de mercado e definir preços que cubram os custos e tragam margem de lucro, levando em conta o público-alvo e o custo dos ingredientes.

5.2. Avaliação

Acompanhamento de Vendas e Desempenho: Registrar as vendas diárias para entender quais sabores ou produtos vendem mais. Visando ajustar o cardápio e o estoque.

Feedback do Cliente: Criar formas de coletar feedback, seja por meio de comentários online, enquetes ou até



perguntando diretamente a quem compra na loja. Esse feedback ajudará a identificar pontos fortes e áreas de melhoria (como sabor, qualidade, tempo de entrega).

Análise de Custo e Lucro: Avaliar periodicamente os custos para garantir que o lucro esteja dentro do esperado e que o preço esteja justo para o mercado e o cliente.

5.3. Controle

Monitoramento de Qualidade: Estabelecer um padrão para a qualidade dos bolos e das embalagens, além de um processo para revisão periódica.

Ajustes Baseados em Resultados: Com base na avaliação, fazer ajustes na produção ou nas promoções, de acordo com a demanda. Por exemplo, se um sabor é menos popular, podemos focar nos sabores preferidos, além de criar promoções para os produtos de menor procura.

Relatórios e Revisão Mensal: Gerar relatórios mensais para entender o crescimento da loja e ajustar o planejamento para o próximo mês. Essa abordagem ajuda a garantir que a loja



funcione de forma eficiente, focando no que os clientes realmente gostam, e mantendo o controle sobre custos e qualidade.

5.3. Espaço Físico

5.3.1. Fachada

A fachada da confeitaria PanCake Gourmet tem um visual romântico e sofisticado, transmitindo uma atmosfera acolhedora e charmosa.

- o Cores predominantes: a porta e a estrutura frontal são pintadas em um tom verde-água suave, que contrasta delicadamente com as paredes laterais em rosa claro.
- o Decoração floral: grandes arranjos de flores rosas e cor-de-pêssego, em cascata, envolvem a parte superior da vitrine e descem pelas laterais, criando um ar elegante e convidativo.
- o Vitrine: ampla e dividida em vários painéis de vidro, permite ver o interior, com prateleiras cheias de PanCakes e outros doces bem organizados.
- o Letreiro: o nome “PanCake Gourmet” aparece centralizado, em uma tipografia simples e refinada, na parte superior da porta.
- o Ambiente geral: transmite a ideia de um espaço encantador, perfeito para uma confeitaria gourmet, unindo sofisticação e aconchego.



5.4.2. Entrada / Balcão de Atendimento

- o Balcão em L ou reto próximo à entrada, voltado para a vitrine, com exposição de produtos frescos.
- o Mostrador refrigerado embutido para PanCakes, bolos e sobremesas.
- o Caixa/PDV na ponta para facilitar o pagamento.

5.3.3. Área de Mesas

- o 4 a 6 mesas bistrô para 2–4 pessoas cada, distribuídas pela lateral ou parte central da loja.
- o Cadeiras confortáveis, mas leves, para facilitar a reorganização.
- o Uma mesa comunitária grande para grupos ou clientes que queiram compartilhar o espaço.

5.4.4. Estação de Café / Bebidas

- o Balcão de apoio com máquina de café expresso, chás e água saborizada Acquarela.
- o Pode ficar próximo ao balcão principal ou no fundo para criar fluxo de circulação.

5.3.5. Decoração

- o Paredes em tom neutro com detalhes nas cores da marca.
- o Prateleiras decorativas com utensílios, miniaturas de



bolos e plantas.

- o Iluminação quente e pendentes sobre as mesas para clima aconchegante.

5.3.6. Cozinha / Produção

- o Localizada no fundo, separada por divisória de vidro para que os clientes vejam parte da produção.
- o Equipamentos principais: chapa para panquecas, forno, batedeiras, geladeiras e armários.

5.3.7. Imagem Demonstrativa

Figura 16- Representação visual do espaço físico da PanCake Gourmet



Fonte- Elaborado pelo autor com auxílio de Inteligência Artificial



5.4. Capacidade Instalada

Com a estrutura física planejada e os equipamentos disponíveis, a PanCake Gourmet possui capacidade para produzir, em média, 100 unidades de PanCakes por dia, considerando o fluxo de preparo, montagem e finalização dos produtos. Essa produção diária permite atender aproximadamente 70 a 80 clientes, já que parte dos consumidores costuma adquirir mais de uma unidade por compra.

Mantendo esse ritmo de produção, a capacidade instalada da empresa chega a cerca de 2.500 a 3.000 unidades por mês, número suficiente para suprir a demanda esperada nos primeiros meses de funcionamento.

A produção será realizada de forma contínua durante o horário de atendimento, garantindo frescor, qualidade e padronização em cada produto. A estrutura da cafeteria — equipada com chapas elétricas, batedeiras, refrigeradores, expositores e balcão de atendimento — foi dimensionada para equilibrar eficiência operacional e atendimento personalizado, evitando ociosidade e desperdícios.



Além disso, a PanCake Gourmet possui potencial de ampliação da capacidade produtiva, podendo dobrar o volume de produção com a contratação de novos colaboradores e aquisição de equipamentos adicionais, conforme o crescimento da demanda e consolidação da marca no mercado local.

5.4.1. Estrutura Física e Equipamentos

De acordo com o plano financeiro, a PanCake Gourmet terá:

- o 1 chapa elétrica de bom tamanho (capaz de assar 4 PanCakes por vez);
- o 1 batedeira planetária (prepara massa para cerca de 40 unidades);
- o 1 refrigerador e vitrine expositora;
- o Área de montagem e finalização artesanal.

Com essa estrutura, uma produção média de 10 a 12 unidades por hora é totalmente viável em operação artesanal (sem linha industrial).



5.4.2. Equipe e Jornada de Trabalho

Como o plano prevê 2 funcionários em tempo integral, que serão os sócios da empresa, a produção ocorre durante um turno de 8 horas.

Na prática, isso permite uma produção ativa de 6 horas úteis, já considerando pausas, montagem, tempo de forno, embalagem e atendimento ao cliente.

5.4.3. Capacidade Diária e Mensal

Se forem produzidas 12 unidades/hora \times 8 horas de jornada = 96 unidades/dia, arredondamos para um intervalo operacional de 80 a 100 unidades por dia, considerando variações de movimento. E no mês (com 26 a 30 dias úteis):

$$80 \times 30 = 2.400 \text{ unidades/mês (mínimo)}$$

$$100 \times 30 = 3.000 \text{ unidades/mês (máximo)}$$

Por isso, usamos a “capacidade mensal de 2.500 a 3.000 unidades”, que é coerente com a rotina artesanal e o ponto



de equilíbrio do plano financeiro (987 unidades/mês).

5.4.4. Relação com o Ponto de Equilíbrio

A capacidade produtiva estimada da PanCake Gourmet, entre 80 e 100 unidades por dia, está diretamente relacionada ao ponto de equilíbrio do negócio, calculado em cerca de 987 unidades mensais (equivalente a aproximadamente 33 unidades por dia).

Isso significa que a empresa precisa vender apenas um terço da sua capacidade total para cobrir todos os custos fixos e variáveis, passando a obter lucro a partir das vendas acima desse volume. Essa margem demonstra que o negócio possui folga operacional e baixo risco financeiro, garantindo viabilidade mesmo em períodos de menor movimento.

Além disso, a produção estimada permite atender confortavelmente à demanda esperada, sem sobrecarregar a equipe ou comprometer a qualidade dos produtos. Esse equilíbrio entre capacidade, demanda e ponto de equilíbrio reforça a sustentabilidade e o potencial de crescimento da PanCake Gourmet no mercado local.



6. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro tem como objetivo apresentar os investimentos necessários, custos operacionais, projeções de faturamento e indicadores que comprovam a viabilidade econômica da PanCake Gourmet. Todas as estimativas foram elaboradas com base em pesquisa de mercado e valores médios praticados no setor de confeitaria artesanal.

6.1 Investimento Inicial

O investimento inicial contempla todos os gastos necessários para a abertura e o início das operações da PanCake Gourmet, incluindo a compra de equipamentos, insumos, registro da empresa, marketing e a reserva de capital de giro para sustentar os primeiros meses de funcionamento.

6.1.1. Estoque Inicial de Ingredientes – R\$ 2.500,00

Compra inicial em atacadistas, suficiente para o primeiro mês de produção. Estimativa com base em cotações em atacadistas como Assaí Atacadista, Makro, e Tenda Atacado. Inclui farinha, ovos, açúcar, manteiga, leite, chocolate e demais



insumos para a produção inicial.

6.1.2. Embalagens e Rótulos Personalizados – R\$ 800,00

Quantidade reduzida de embalagens e etiquetas para início das atividades. Orçado com fornecedores de personalizados como Gráfica Online 360, Mercado Livre, e Embalashop. Inclui caixas, potes, etiquetas e adesivos com logo.

6.1.3 Licenças e Registros – R\$ 2.000,00

Baseado em valores praticados na cidade de Taboão da Serra-SP, consultados com contadores e sites oficiais (SEBRAE, Prefeitura e Vigilância Sanitária). Inclui:

- o Abertura de empresa (LTDA) com contador
- o Alvará de Funcionamento
- o Licença da Vigilância Sanitária
- o AVCB (Certificado do Corpo de Bombeiros)
- o Manual de Boas Práticas e POP
- o Curso de Boas Práticas (R\$ 100 a R\$ 150) – Fonte: SENAC e Cursos Online Certificados



6.1.4 Marketing Inicial – R\$ 1.000,00

Prevê criação da identidade visual da empresa, com a elaboração de sessão de fotos profissionais (fotógrafos locais) e impulsionamento no Instagram.

6.1.5 Plataforma de Vendas – R\$ 500,00

Uso de Instagram, WhatsApp Business e cadastro no iFood, considerando taxas iniciais ou mensalidade.

6.1.6 Capital de Giro (2 Meses) – R\$ 7.000,00

O capital de giro foi calculado com base em dois meses de operação, considerando despesas como aluguel, pró-labore, contas básicas e compra de insumos. Essa reserva garante segurança financeira até que a empresa alcance estabilidade de vendas.

6.1.7 Total

Estimativa de R\$ 13.800,00.



6.2. Equipamentos

Todos os preços foram obtidos em sites como o da Magazine Luiza (www.magazineluiza.com.br) em agosto de 2025:

EQUIPAMENTO	VALOR (R\$)	DESCRIÇÃO
Batedeira Planetária	R\$ 1.500,00	Equipamento semiprofissional
Forno Elétrico ou Semi-Industrial	R\$ 2.500,00	Modelo econômico, com boa capacidade
Geladeira Comercial	R\$ 2.000,00	Capacidade média para armazenamento
Balcão Expositor Refrigerado	R\$ 2.500,00	Para exposição e conservação dos bolinhos e bebidas na vitrine
Fogão 4 Bocas com Forno	R\$ 800,00	Uso doméstico reforçado
Liquidificador Industrial	R\$ 400,00	Alta potência
Utensílios Diversos	R\$ 700,00	Estimativa para: formas, panelas, espátulas e utensílios menores
TOTAL	R\$ 10.400,00	

Fonte: Elaborado pelo autor



6.3. Custos Fixos Mensais

CUSTO	VALOR	DESCRIÇÃO
Aluguel (loja pequena no Jardim Helena)	R\$ 2.500,00	Espaço compacto e acolhedor
Pró-labore – Sócio 1 (confeiteiro e gestão)	R\$ 1.800,00	Responsável pela produção e administração geral
Pró-labore – Sócio 2 (atendimento e caixa)	R\$ 1.500,00	Responsável pelo atendimento e operação da loja
Limpeza e manutenção	R\$ 250,00	Materiais de limpeza e pequenos reparos.
Energia elétrica e água	R\$ 400,00	Cálculo médio de consumo comercial pequeno – Fonte: Enel, Sabesp
Internet e telefone	R\$ 150,00	Plano empresarial básico – Claro/NET, Vivo Empresas
Marketing digital	R\$ 300,00	Impulscionamento e postagens semanais.
Embalagens e insumos mensais	R\$ 700,00	Reposição constante – Atacadistas e Mercado Livre
TOTAL	R\$ 7.600,00	

Fonte: Elaborado pelo autor



6.4. Total do Investimento e Viabilidade

O investimento total da PanCake Gourmet reúne o valor necessário para a estruturação completa da loja, aquisição de equipamentos e capital de giro suficiente para iniciar as operações de forma segura.

6.4.1 Cálculo Final - R\$ 24.200,00

- o Investimento Inicial: R\$ 13.800,00
- o Equipamentos: R\$ 10.400,00

O valor total de R\$ 24.200,00 é considerado adequado para um empreendimento de pequeno porte no segmento de confeitaria artesanal, sem necessidade de mão de obra externa.

Esse montante cobre todos os custos de implantação e garante dois meses de operação antes que o faturamento se torne suficiente para custear as despesas fixas.

Dessa forma, o projeto demonstra viabilidade financeira, apresentando equilíbrio entre investimento inicial, custos mensais e potencial de retorno dentro de aproximadamente 13



meses de funcionamento.

6.5. Projeção de Faturamento e Lucro

Com a venda média de 25 unidades diárias ao preço médio de R\$ 13,00, o faturamento mensal estimado é de R\$ 9.750,00.

Após deduzir custos fixos e variáveis, a margem de lucro líquido projetada é de cerca de 22%, o que representa R\$ 2.150,00 por mês nos primeiros meses.

INDICADOR	VALOR ESTIMADO	OBSERVAÇÕES
Vendas diárias	25 unidades	Média inicial
Preço médio de venda	R\$ 13,00	Entre tradicionais e especiais
Faturamento mensal	R\$ 9.750,00	25 unidades × 30 dias
Custos fixos mensais	R\$ 7.600,00	Conforme tabela anterior
Lucro líquido mensal	R\$ 2.150,00	Após dedução
Margem líquida média	22%	



Com o crescimento da clientela e a consolidação da marca, o faturamento pode alcançar R\$ 12.000,00 mensais, ampliando o lucro líquido e fortalecendo o capital de giro.

6.6. Ponto de Equilíbrio

Com custos fixos mensais de R\$ 7.600,00 e lucro médio de R\$ 7,70 por unidade vendida, a PanCake Gourmet precisa vender aproximadamente 987 unidades por mês, o que equivale a 33 unidades por dia, para atingir o ponto de equilíbrio financeiro.

A partir desse volume, todas as vendas adicionais passam a gerar lucro líquido para o negócio.

6.6.1. Cálculo

Ponto de Equilíbrio (unidades) = Custos Fixos Mensais (CF) ÷
Preço de Venda Unitário (PV) - Custo Variável Unitário (CV)

$$\text{PEU} = 7.600,00 \div \text{R\$ } 7,70$$



6.7. Retorno do Investimento (Payback)

Considerando o investimento total de R\$ 24.200,00 e o lucro líquido médio mensal de R\$ 2.150,00, o retorno do investimento está previsto para ocorrer em aproximadamente 11/12 meses de operação.

Esse período é considerado excelente para microempreendimentos do setor alimentício, especialmente no segmento gourmet, que possui alta margem de lucro e demanda crescente.

6.7.1. Cálculo

Payback (meses) = Investimento Total ÷ Lucro Líquido Mensal

$$\text{Payback} = 24.200 \div 2.150$$



6.8. Tabela de Precificação dos Produtos

Produto	Custo Unitário (R\$)	Preço de Venda (R\$)	Lucro Unitário (R\$)	Margem de Lucro (%)
Coco	R\$ 4,80	R\$ 12,00	R\$ 7,20	60%
Limão Siciliano	R\$ 4,90	R\$ 12,00	R\$ 7,10	59%
Chocolate	R\$ 5,10	R\$ 12,00	R\$ 6,90	57%
Morango	R\$ 5,20	R\$ 12,00	R\$ 6,80	56%
Brigadeiro	R\$ 5,30	R\$ 12,00	R\$ 6,70	56%
Amendoim	R\$ 4,80	R\$ 12,00	R\$ 7,20	60%
Maracujá	R\$ 4,70	R\$ 12,00	R\$ 7,30	61%
Ninho	R\$ 5,00	R\$ 12,00	R\$ 7,00	58%
Média Tradicional	R\$ 4,98	R\$ 12,00	R\$ 7,02	58,5%
Matchá (carro-chefe)	R\$ 6,30	R\$ 15,00	R\$ 8,70	58%
Manga com Pimenta Rosa	R\$ 5,50	R\$ 14,00	R\$ 8,50	61%
Chocolate Belga	R\$ 6,20	R\$ 15,00	R\$ 8,80	59%
Red Velvet	R\$ 5,70	R\$ 14,00	R\$ 8,30	59%
Chocolate Branco	R\$ 5,00	R\$ 14,00	R\$ 9,00	64%
Frutas Vermelhas	R\$ 5,30	R\$ 14,00	R\$ 8,70	62%
Pistache	R\$ 6,00	R\$ 15,00	R\$ 9,00	60%
Creme Brûlée	R\$ 5,80	R\$ 14,00	R\$ 8,20	59%
Média Especial	R\$ 5,85	R\$ 14,50	R\$ 8,65	60%

Fonte: Elaborado pelo autor



6.8.1. Estimativa dos Custos Unitários

Os custos unitários foram baseados em valores típicos de insumos usados em confeitarias artesanais e nos preços de atacado de São Paulo (2024–2025).

Eles consideram a produção de 1 unidade com massa de Pancake, recheio e cobertura, mais embalagem individual.

Componente	Custo Médio Por Unidade (R\$)	Descrição
Massa + recheio básico (ovos, leite, farinha, açúcar, etc)	R\$ 1,80	Base comum a todos
Recheio e cobertura (varia por sabor)	R\$ 2,00 –R\$ 3,50	Ingredientes específicos, como chocolate, frutas, creme, pistache etc.
Embalagem + etiqueta	0,70	Embalagem plástica gourmet e adesivo
Energia + gás + pequenas perdas	0,30	Média mensal por unidade
Custo Total Médio	4,80 a 6,30	Dependendo do sabor

Fonte: Elaborado pelo autor



6.8.2. Definição dos Preços de Venda

Os preços foram pensados com base em três fatores:

- o Concorrência local (Taboão da Serra e região) — docerias e cafeterias gourmet cobram entre R\$ 10 e R\$ 15 por unidade individual.
- o Percepção de valor gourmet — produtos com ingredientes importados (como matcha ou pistache) justificam preços mais altos.
- o Psicologia do preço — valores “redondos” (R\$ 12 e R\$ 15) passam imagem acessível, mas premium.

- o PanCakes Tradicionais → R\$ 12,00

- o PanCakes Especiais → R\$ 14,00 a R\$ 15,00

6.9. Conclusão Financeira

O plano financeiro confirma que a PanCake Gourmet é economicamente viável e sustentável, com investimento acessível, custos reduzidos e retorno em até 12 meses.

A atuação conjunta de pelo menos dois sócios garante eficiência operacional, redução de despesas e melhor atendimento ao cliente, tornando o negócio estrategicamente



equilibrado e promissor no mercado de confeitaria gourmet.

A combinação equilibrada entre sabores tradicionais e especiais proporciona excelente rotatividade e fidelização de clientes, assegurando rentabilidade estável e potencial de expansão no mercado de confeitaria gourmet.



7. CONCLUSÃO

O desenvolvimento deste plano de negócios para a PanCake Gourmet nos permitiu analisar de forma ampla e estruturada a viabilidade da criação de uma confeitaria gourmet com proposta inovadora na região de Taboão da Serra. Através dos estudos de mercado, avaliação financeira, definição de estratégias de marketing e análise da capacidade operacional, verificou-se que o empreendimento apresenta grande potencial de crescimento e aceitação, especialmente por oferecer produtos exclusivos, artesanais e alinhados às tendências atuais de consumo.

Os dados coletados demonstram uma demanda significativa por doces diferenciados e experiências gastronômicas marcantes, reforçando que o público-alvo valoriza qualidade, estética e inovação, pilares fundamentais da marca PanCake Gourmet. Além disso, o ponto de equilíbrio acessível, a boa localização e o diferencial competitivo fortalecem a sustentabilidade do negócio no curto e no longo prazo.

Dessa forma, conclui-se que a PanCake Gourmet é um empreendimento viável, promissor e estrategicamente



posicionado para se destacar no mercado local. O projeto evidencia não apenas a oportunidade de criação de um negócio rentável, mas também a possibilidade de transformar criatividade, paixão e conhecimento em uma marca forte, capaz de proporcionar experiências únicas e encantar seus clientes.

Figura 17- Arte Complementar PanCake Gourmet



Fonte: Elaborado pelo autor pelo app Canva



REFERÊNCIAS

ASSAÍ ATACADISTA. Produtos alimentícios e insumos para produção. Disponível em: <https://www.assai.com.br>. Acesso em: 06 ago. 2025.

BRASIL. Ministério do Trabalho. Cadastro Geral de Empregados e Desempregados – CAGED. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego>. Acesso em: 06 ago. 2025.

CLARO EMPRESAS. Planos de internet e telefonia comercial. Disponível em: <https://www.claro.com.br/empresas>. Acesso em: 06 ago. 2025.

COMO MONTAR UMA CONFEITARIA - Sebrae. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/como-abrir-uma-confeitaria-em-minas-gerais,3cd8d665675c9410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

COPOM ELEVA JUROS BÁSICOS DA ECONOMIA PARA 10,75% AO ANO. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2024-09/copom-eleva-juros-basicos-da-economia-para-1075-ao-ano%2C>>. Acesso em: 12 nov. 2024.



EMBALASHOP. Produtos para embalagens personalizadas. Disponível em: <https://www.embalashop.com.br>. Acesso em: 06 ago. 2025.

FACEBOOK BUSINESS. Ferramentas de anúncios e marketing para empresas. Disponível em: <https://business.facebook.com>. Acesso em: 06 ago. 2025.

FEBRABAN. IPCA 2024: acompanhe a inflação mensal e acumulada no ano. Disponível em: <<https://meubolsoemdia.com.br/Materias/inflacao-2024>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

FILHO, E. Tendências do mercado de Confeitaria para 2024. Buffet Vivaro, 9 maio 2024. Disponível em: <<https://ejeq.com.br/mercado-de-confeitaria-2024/>>. Acesso em: 12 nov. 2024

IBGE. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/taboa-da-serra/panorama>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

IFOOD PARA PARCEIROS. Taxas e funcionamento da plataforma. Disponível em: <https://parceiros.ifood.com.br>. Acesso em: 06 ago. 2025.



IFOOD. Doces gourmet: vale a pena investir? Disponível em: <<https://blog-parceiros.ifood.com.br/doces-gourmet/>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

INDÚSTRIA, M. TECNOLOGIA EM CONFEITARIA: QUAIS SÃO OS BENEFÍCIOS E COMO USÁ-LA? - Blog da Mago. Blog da Mago - Saiba aqui dicas, novidades, técnicas e tendências do mundo da Confeitaria! Blog da Mago, , 4 maio 2023. Disponível em: <<https://blog.mago.com.br/tecnologia-em-confeitaria-quais-sao-os-beneficios-e-como-usa-la/>>. Acesso em: 12 nov. 2024

MAGAZINE LUIZA. Equipamentos industriais e utensílios. Disponível em: <https://www.magazineluiza.com.br>. Acesso em: 06 ago. 2025.

MERCADO LIVRE. Pesquisa de preços de embalagens e utensílios. Disponível em: <https://www.mercadolivre.com.br>. Acesso em: 06 ago. 2025.

MOTA, C. V. Dólar: o que eleição de Trump significa para economia do Brasil. BBC, 6 nov. 2024.

PAGBANK. 20 ideias de negócios lucrativos no ramo de alimentação e bebidas. Disponível em: <<https://blog.pagseguro.uol.com.br/ideias-de-negocios->



lucrativos-alimentos-e-bebidas/>. Acesso em: 12 nov. 2024.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Licenciamento de atividades econômicas e sanitárias. Disponível em: <https://www.prefeitura.sp.gov.br>. Acesso em: 06 ago. 2025.

QUINTOANDAR. Pesquisa de imóveis comerciais para aluguel. Disponível em: <https://www.quintoandar.com.br>. Acesso em: 06 ago. 2025.

RAPPI PARA NEGÓCIOS. Cadastro e funcionamento para estabelecimentos. Disponível em: <https://www.rappi.com.br>. Acesso em: 06 ago. 2025.

REMEDIOS, M. Vale a pena empreender no ramo da confeitaria gourmet? Confira aqui os prós e contras! Prospectainc - Prospectainc,, 20 abr. 2023. Disponível em: <<https://prospectainc.com.br/vale-a-pena-empreender-no-ramo-da-confeitaria-gourmet-confira-aqui-os-pros-e-contras/>>. Acesso em: 12 nov. 2024

SEBRAE. Custos, planejamento financeiro e formalização de empresas. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 06 ago. 2025.

SELIC: Copom acelera alta e eleva juros de 10,75% para



11,25% ao ano; nota cita “incerteza” nos EUA. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2024/11/06/taxa-selic-copom-acelera-ritmo-de-alta-e-eleva-juro-basico-de-1075percent-para-1125percent-ao-ano.ghtml>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

SENAC. Curso de Boas Práticas para Manipuladores de Alimentos. Disponível em: <https://www.senac.br>. Acesso em: 06 ago. 2025.

TABOÃO DA SERRA (SP). Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/taboa-da-serra.html>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

TENDA ATACADO. Insumos alimentícios para produção em larga escala. Disponível em: <https://www.tendaatacado.com.br>. Acesso em: 06 ago. 2025.

UMA DELÍCIA DE INVESTIMENTO: docerias, bolerias e confeitarias gourmet - Sebrae. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/uma-delicia-de-investimento-docerias-bolerias-e-confeitarias-gourmet,0168f38727bc5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

