

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
CENTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA**

CAROLINA ALVES FERREIRA DE MELLO

**PLANO DE NEGÓCIO
VANILLA GOURMET**

**Belo Horizonte
2013**

CAROLINA ALVES FERREIRA DE MELLO

PLANO DE NEGÓCIO

VANILLA GOURMET

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização em Gestão Estratégica (Pós-Graduação Lato Sensu) do CEPEAD/CAD/FACE da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Especialista em Gestão Estratégica.

Área de concentração: Plano de Negócios

Orientador: Prof. Marco Antônio Machado

RESUMO

Confeitaria é aquilo que é confeccionado com especialidade e, no Brasil, teve influencia europeia. Confeitaria é uma especialidade culinária que trabalha com alimentos doces e atualmente é um ramo estratégico no setor de panificação no Brasil, que está em crescimento. O principal objetivo deste trabalho é verificar a viabilidade da abertura de uma confeitaria com especialidade italiana, na cidade de Belo Horizonte. Para tanto foi realizada a viabilidade econômica e mercadológica através de um plano de negócio. O empreendedorismo é a transformação de ideias em oportunidades de negócios e para tanto é necessário planejamento. O plano de negócios é uma ferramenta que pode ser utilizada tanto no planejamento de novas empresas bem como em empresas que já estão no mercado. Ele se divide em partes de forma que possa ser apresentado ao público interessado, seja investidores, instituições de financiamento, sócios e outros. O principal objetivo da empresa é produzir e comercializar produtos de confeitaria de origem italiana. O mercado está em expansão já que a tradicional variedade ofertada por confeitarias e buffets nem sempre atende aos consumidores que estão cada vez mais exigentes e buscando por novidades. Foi realizada a avaliação da viabilidade financeira do negócio em três cenários diferentes (pessimista, realista e otimista) e, de acordo com os cálculos realizados, o empreendimento é viável somente nos cenários realista e otimista.

Palavras-chave: empreendedorismo; plano de negócios; confeitaria; panificação.

ABSTRACT

Pastry is what is made with specialty and, in Brazil, it had European influence. Pastry is a culinary specialty which works with sweet food, and nowadays it plays a strategy role in bread making branch in Brazil, which is growing each day. The main objective of this study is to verify the feasibility of opening a pastry with Italian specialty at Belo Horizonte. For that it was evaluated the economic and commerce feasibility through a business plan. Entrepreneurship is the transformation from ideas in business opportunities and for that planning is necessary. The business plan is a tool that can be used in new business planning and in business that are already running. It is divided in parts in matter that it can be presented to the interested public, funding institutions, partners and others. The business main objective is to produce and commercialize Italian origin pastry product. The market is growing once the traditional variety that is joined in pastry stores and catering not always supply the consumers that are each day more demanding and searching for innovation. It was made the financial viability of the business in three different setting (pessimist, realist, optimist) and, according to the estimate, the entrepreneurship is viable only in realist and optimist setting.

Key words: entrepreneurship; business plan; pastry; bread making.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
1.1 Contextualização	6
1.2 Problemática	8
1.3 Objetivos	8
1.4 Justificativa	9
1.5 Estrutura do Trabalho	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 Empreendedorismo	10
2.2 Inovação	10
2.3 Plano de Negócios	10
2.4 Sumário Executivo	11
2.5 Planejamento Estratégico do Negócio	11
2.6 Descritivo da empresa	11
2.7 Produtos e Serviços	12
2.8 Análise de Mercado	12
2.9 Plano de Marketing	12
2.10 Plano Financeiro	13
3 METODOLOGIA	14
3.1 Abordagem Metodológica	14
3.2 Tipo de Pesquisa	14
3.3 Técnica de Pesquisa	14
3.4 Processo de Coleta e de Análise de dados	14
4 SETOR DE ANÁLISE	15
4.1 Análise Setorial	15
5 O PLANO DE NEGÓCIOS	16
5.1 Sumário Executivo	16
5.2 Planejamento Estratégico do Negócio	16
5.3 Descrição da Empresa	17
5.4 Produto e Serviços	18
5.5 Análise de Mercado	19
5.6 Plano de Marketing	20
5.7 Plano Financeiro	21
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
REFERÊNCIAS	27