

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS**  
**Faculdade de Ciências Econômicas**  
**Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração**  
**Programa de Pós-Graduação em Administração**

**ABIMAE L VASCONCELOS FIAU**

**TITULO: ANÁLISE DE OPORTUNIDADES DE EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS DA  
EMPRESA BRILHO DE FESTA EVENTOS**

**Belo Horizonte**

**2024**

**ABIMAE L VASCONCELOS FIAU**

**TITULO: ANÁLISE DE OPORTUNIDADES DE EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS DA  
EMPRESA BRILHO DE FESTA EVENTOS**

Monografia de Especialização  
apresentado à Universidade Federal de  
Minas Gerais como requisito parcial à  
obtenção do título de Especialista em  
Gestão Estratégica com Ênfase em Gestão  
Sustentável de Negócios.

Orientadora: Professora Raquel Almeida  
Cunha.

**Belo Horizonte**

**2024**

Ficha catalográfica

F442a Fiau, Abimael Vasconcelos.

2024 Análise de oportunidades de expansão dos negócios da empresa Brilho de Festa Eventos [manuscrito] / Abimael Vasconcelos Fiau. – 2024.

1 v.

Orientadora: Raquel Almeida Cunha.

Monografia (especialização) – Universidade Federal de Minas Gerais, Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração. Inclui bibliografia.

1. Administração. 2. Gestão de negócios. I. Cunha, Raquel Almeida. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração. III. Título.

CDD: 658

Elaborado por Fabiana Santos - CRB-6/2530

Biblioteca da FACE/UFMG. – FS/161/2024



**Universidade Federal de Minas Gerais**  
**Faculdade de Ciências Econômicas**  
**Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração**  
**Curso de Especialização em Gestão Estratégica**

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO do Senhor **ABIMAE L VASCONCELOS FIÁU**, matrícula nº **2022692580**. No dia 05/08/2024 às 17:00 horas, reuniu-se na Faculdade de Ciências Econômicas da UFMG, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização em Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**ANÁLISE DE OPORTUNIDADES DE EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS DA EMPRESA BRILHO DE FESTA EVENTOS**", requisito para a obtenção do Título de Especialista. Abrindo a sessão, a orientadora e Presidente da Comissão, Profa. Raquel Andrade Almeida Cunha, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra ao aluno para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguida das respostas do aluno. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença do aluno e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

APROVADO

NÃO APROVADO

85 pontos (oitenta e cinco) trabalhos com nota maior ou igual a 60 serão considerados aprovados.

O resultado final foi comunicado publicamente ao aluno pela orientadora e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, a Senhora Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 05/08/2024.

Profa. Dra. Raquel Andrade Almeida Cunha Raquel A. A. Cunha  
(Orientadora - Professora convidada CEGE/UFMG)

Prof. Dr. Alex Fernandes Magalhães Alex F. Magalhães  
(CAD/UFMG)



**Universidade Federal de Minas Gerais**  
**Faculdade de Ciências Econômicas**  
**Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração**  
**Curso de Especialização em Gestão Estratégica**

**MODIFICAÇÃO EM TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Modificações exigidas no TCC do aluno **ABIMAE L VASCONCELOS FIAU**,  
matrícula nº **2022692580**.

Modificações solicitadas:

- o explicação introdutória sobre a ferramenta PABOX
- o contextualização histórica do negócio

O prazo para entrega do TCC contemplando as alterações  
determinadas pela comissão é de no máximo 60 dias, sendo o  
orientador responsável pela correção final.

*Raquel A. A. Cunha*

Profa. Dra. Raquel Andrade Almeida Cunha  
(Orientadora)

Assinatura do aluno:

*Abimael Vasconcelos Fiau*  
**ABIMAE L VASCONCELOS FIAU**

Atesto que as alterações exigidas  Foram cumpridas  
 Não foram cumpridas

Belo Horizonte, 5 de agosto de 2024

Professora Orientadora

*Raquel A. A. Cunha*  
*deu prof*  
Assinatura

## **DEDICATÓRIA**

Esta dedicação é destinada à minha esposa, Laudirene Soares de Paula, cujo apoio incondicional foi essencial ao longo de toda a minha jornada acadêmica; aos meus pais, Antônio Fiau e Leia Vasconcelos Fiau, que foram os pilares fundamentais em minha trajetória estudantil e profissional; e aos meus filhos, Camila Vasconcelos, Laura Vasconcelos e Calebe Vasconcelos, que são minha constante fonte de inspiração para continuar buscando melhorias e crescimento para nossa família.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus pela força e sabedoria concedidas para a conclusão deste curso. Em seguida, expresso minha profunda gratidão à minha amada família, minha esposa, meus filhos e meus pais—por todo o incentivo e apoio constante ao longo desta jornada.

Meus sinceros agradecimentos também vão para meus amigos de turma, que estiveram ao meu lado durante toda a trajetória acadêmica. Em especial, sou grato à professora Raquel Almeida Cunha, cujo apoio e orientação foram fundamentais para a realização e aprimoramento deste trabalho.

Agradeço aos professores que, com dedicação, despertaram em mim o desejo de me tornar um profissional cada vez mais preparado para enfrentar os desafios estratégicos. Com carinho, reconheço a contribuição dos nossos coordenadores e de toda a UFMG por proporcionarem um conteúdo de excelência e um ambiente que fomenta o desenvolvimento de novos líderes na área de gestão, tão essenciais em nossa sociedade.

Por fim, um agradecimento especial à nossa secretaria, que cuidou de todos nós com tanto zelo e dedicação durante todo o curso.

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo a elaboração de um plano de negócios detalhado para a implementação de um buffet próprio pela empresa Brilho de Festa Eventos. Utilizando ferramentas de análise estratégica, como a Análise SWOT, as 5 Forças de Porter, a Matriz BCG, a Análise de Cenários e a Análise Financeira, foram exploradas quatro oportunidades de negócios, das quais uma foi escolhida como foco deste estudo. A metodologia PNBOX, fornecida pelo SEBRAE-MG, foi aplicada para avaliar e validar a viabilidade do negócio proposto.

Os resultados obtidos destacam a importância do domínio das ferramentas de gestão estratégica para uma tomada de decisão mais assertiva e fundamentada em dados. Através da análise competitiva, foi possível identificar os cenários de investimento mais promissores e desenvolver um plano de ação alinhado com os objetivos de crescimento da empresa. Este estudo reforça a necessidade de um planejamento estratégico robusto para garantir a sustentabilidade e o sucesso no mercado competitivo de eventos.

Palavras-chave: plano de negócios; análise estratégica; viabilidade do negócio.

## **ABSTRACT**

This work aims to develop a detailed business plan for the implementation of an in-house buffet by the company Brilho de Festa Eventos. Utilizing strategic analysis tools such as SWOT Analysis, Porter's Five Forces, the BCG Matrix, Scenario Analysis, and Financial Analysis, four business opportunities were explored, one of which was selected as the focus of this study. The PNBOX methodology, provided by SEBRAE-MG, was applied to assess and validate the feasibility of the proposed business.

The results obtained highlight the importance of mastering strategic management tools for more informed and data-driven decision-making. Through competitive analysis, it was possible to identify the most promising investment scenarios and develop an action plan aligned with the company's growth objectives. This study reinforces the necessity of robust strategic planning to ensure sustainability and success in the competitive events market.

Keywords: business plan; strategic analysis; business viability.

## FIGURAS

Figura 1 - Inteligência competitiva – FACE.....	14
Figura 2 - Análise SWOT .....	16
Figura 3 - Potenciais projetos de expansão.....	18
Figura 4 - Tela principal do PNBOX - Usuário Laudirene Soares .....	18
Figura 5 - Tela de detalhamento do PN de Buffet Brilho de festa eventos.....	19

## TABELAS

Tabela 1 - Plano de ação curto prazo .....	17
Tabela 2 - Plano de ação médio prazo .....	17
Tabela 3 - Emoções do Cliente ao Longo do Processo de Compra .....	28
Tabela 4 - Cuidados Necessários em Cada Estágio .....	28
Tabela 5 - Emoções do Cliente ao Longo do Processo de Compra .....	30
Tabela 6 - Cuidados Necessários em Cada Estágio .....	30
Tabela 7 - Avaliação do buffet brilho de festa .....	35
Tabela 8 - Avaliação do buffet referência 1 .....	35
Tabela 9 - Avaliação do buffet referência 2 .....	35
Tabela 10 - Quadro de experimentação.....	37
Tabela 11 - Avaliação dos Canais de Aquisição .....	38
Tabela 12 - Análise do topo do funil de vendas .....	40
Tabela 13 - Análise do meio do funil .....	40
Tabela 14 - Análise do fundo do funil .....	40

## Sumário

<b>INTRODUÇÃO - QUEM SOMOS</b>	<b>11</b>
<b>SÓCIOS FUNDADORES</b>	<b>12</b>
<b>ANÁLISE COMPETITIVA</b>	<b>14</b>
<b>ANALISE SWOT</b>	<b>14</b>
<b>APLICAÇÃO DA SWOT</b>	<b>16</b>
<b>PLANO DE AÇÃO – AÇÕES DE CURTO PRAZO</b>	<b>17</b>
<b>PLANO DE AÇÃO – AÇÕES DE MÉDIO E LONGO PRAZO</b>	<b>17</b>
<b>ANALISE DE INVESTIMENTO</b>	<b>18</b>
<b>JORNADA DO CLIENTE: EXPLORANDO CADA ETAPA DA EXPERIÊNCIA</b>	<b>19</b>
<b>RELATÓRIO GERAL</b>	<b>21</b>
<b>1. SEGMENTAÇÃO DE MERCADO</b>	<b>21</b>
<b>2. GERADOR DE PERSONA</b>	<b>23</b>
<b>3. JORNADA DO CLIENTE</b>	<b>27</b>
<b>4. PROPOSTA DE VALOR</b>	<b>32</b>
<b>5. ANÁLISE DE CONCORRÊNCIA</b>	<b>34</b>
<b>6. QUADRO DE EXPERIMENTAÇÃO</b>	<b>36</b>
<b>7. CANAIS DE AQUISIÇÃO</b>	<b>37</b>
<b>8. FUNIL DE VENDAS</b>	<b>39</b>
<b>9. INVESTIMENTO</b>	<b>41</b>
<b>10. RECEITA</b>	<b>44</b>
<b>11. CUSTOS</b>	<b>46</b>
<b>12. DRE</b>	<b>52</b>
<b>13. INDICADORES FINANCEIROS</b>	<b>54</b>
<b>14. SIMULADOR DE RESULTADOS</b>	<b>56</b>
<b>CONCLUSÃO &amp; CONSOLIDAÇÃO DOS RESULTADOS</b>	<b>59</b>

## INTRODUÇÃO - QUEM SOMOS

A Brilho de Festa Eventos é formada por um grupo de quatro negócios. Fundada em julho de 2007, com foco inicial no segmento de decoração infantil, consolidamos a marca e evoluímos para o segmento de decoração de festas de casamentos e 15 anos.

Em 2012, iniciamos o projeto de expansão com a construção dos nossos salões de festa. Identificamos uma oportunidade de crescer no segmento de casamentos e festas de 15 anos, investindo em um imóvel próprio para a sede em 2016. Desde então, temos modernizado nossos salões e investido em galpões para a produção de flores, além de aprimorar nossa logística em 2018.

Entre 2020 e 2023, expandimos para o terceiro salão. Com mais de 8,5 mil seguidores no Instagram, estamos cada vez mais consolidados, com uma situação financeira estável e otimistas para o futuro.

### LOJA DE BRILHO DE FESTA EVENTOS:

- **Área de Atuação:**
  - Serviços de Decoração
  - Aluguel de móveis para decoração
  - Design de ambientes para eventos
  - Produção de arranjos floral permanente e natural
  - Peças e elementos decorativos
  - Decoração cerimônia de casamentos e buquês para noivas.
- **Eventos Atendidos:**
  - Casamentos, Bodas, Aniversários (Adulto e Infantil), Debutantes
  - Formaturas, Eventos Corporativos, Inaugurações e Lançamentos

### ESPAÇOS PARA REALIZAÇÃO DE EVENTOS:

- **Diamond** – Inaugurado em maio de 2014
  - Festas de Casamento, Festas de 15 anos, Bodas, Festas Infantis, Formaturas, Aniversários e Eventos Corporativos
- **Ruby** - Inaugurado em maio de 2014
  - Especial para festa de infantil, Festa de 15 anos, Formaturas e Aniversários.
- **Topázio** - Inaugurado em outubro de 2023
  - Especial para festa de casamentos, Festa de 15 anos, Bodas e infantil

## SÓCIOS FUNDADORES



**Abimael Vasconcelos Fiau**

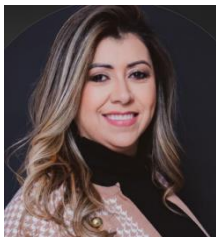
**Função:** Sócio Fundador

**Contato:** (31) 99921-7463

Com uma carreira distinta que abrange mais de duas décadas, o Engenheiro Mecânico se destaca tanto na indústria de fundição de alumínio quanto no empreendedorismo no setor de eventos. Com mais de 20 anos de experiência técnica em fundição de alumínio e 16 anos gerindo seu próprio negócio em decoração e gestão de salões de festas, ele demonstra uma versatilidade notável e uma capacidade excepcional para liderar projetos complexos e inovar em múltiplos setores.

### **Responsabilidades:**

- Gestão financeira, Gestão de custos, Gestão de tráfego, Desenvolvimento de novos negócios, Atendimento ao cliente e Liderança da equipe



**Laudirene Soares de Paula**

**Função:** Socia-fundadora

**Contato:** (31) 9 9776-6463

Formada em Magistério, lecionou por um ano antes de decidir empreender na área de vestuário, atuando no comércio como vendedora por quatro anos. Em seguida, optou por empreender novamente, desta vez com uma loja própria no segmento de eventos. Com mais de 17 anos de experiência, vem se destacando na gestão desta área. Demonstrando grande versatilidade e inovação, continua expandindo seus negócios no setor de decoração e salões de festa.

### **Responsabilidades:**

- Gestão de comercial, Compras técnicas, Visitas técnicas, Gestão de processos de montagem, desenvolvimento de novos cenários e Liderança da equipe.

## PLANO DE NEGÓCIO

**Nome do Projeto:** Plano de negócio para Expansão dos Negócios da Família

**Objetivo:** Utilizar ferramentas PNBOX do SEBRAE para uma analisar a viabilidade da implementação de uma buffet para atendimentos dos clientes de nossos salões de festa.

**Durante o curso foram levantadas algumas oportunidades de investimento:**

1. **Sítio para Aluguel de Casamentos:** Segmento com alta demanda por casais que desejam realizar cerimônias e recepções em ambientes ao ar livre, com destaque para espaços verdes e vistas do pôr do sol.
2. **Salão de Festa Infantil:** Segmento com grande procura por pais que buscam a comodidade de alugar um espaço que ofereça brinquedos e serviço de buffet completo.
3. **Buffet Próprio:** Segmento com alta demanda por pais e noivos que procuram a conveniência de alugar um espaço que forneça todos os serviços, especialmente um serviço de buffet completo.
4. **Loja de Elétrica & Hidráulica:** Segmento com potencial lucrativo, mas que necessita de uma avaliação mais aprofundada para determinar a viabilidade de construir uma loja no lote comercial disponível.

## ANÁLISE COMPETITIVA

A inteligência competitiva pode ser definida como o processo de coleta, análise e interpretação de informações relevantes sobre o ambiente externo de uma organização, incluindo concorrentes, mercado, clientes e tendências, com o objetivo de tomar decisões estratégicas informadas e ganhar vantagem competitiva. É uma prática sistemática que visa fornecer insights acionáveis para orientar o planejamento e as ações da empresa, permitindo antecipar mudanças no mercado, identificar oportunidades e ameaças, e adaptar-se de forma proativa às condições do ambiente competitivo. Em resumo, a inteligência competitiva ajuda as organizações a entender melhor o cenário em que estão inseridas e a tomar decisões mais eficazes para alcançar seus objetivos estratégicos.



Figura 1 - Inteligência competitiva – FACE

## ANALISE SWOT

A análise da matriz SWOT é uma ferramenta estratégica utilizada para identificar e avaliar os principais fatores internos e externos que podem impactar uma organização. O acrônimo SWOT representa Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças). Esta metodologia ajuda as organizações a entenderem melhor seu ambiente operacional e a desenvolverem estratégias eficazes. Aqui está uma descrição detalhada de cada componente:

### 1. Strengths (Forças):

- Referem-se aos pontos fortes internos da organização, ou seja, os recursos e capacidades que lhe conferem uma vantagem competitiva. Isso pode incluir competências exclusivas, ativos valiosos, boa reputação no mercado, tecnologia avançada, uma equipe qualificada e processos eficientes.

## **2. Weaknesses (Fraquezas):**

- Representam as limitações internas da organização que podem dificultar seu desempenho. São áreas onde a empresa está em desvantagem em relação aos concorrentes, como falta de recursos, tecnologias obsoletas, processos ineficientes, baixa moral da equipe ou uma reputação fraca no mercado.

## **3. Opportunities (Oportunidades):**

- São os fatores externos que a organização pode explorar para obter vantagens. As oportunidades podem surgir de mudanças no mercado, inovações tecnológicas, tendências sociais, alterações nas regulamentações ou novas demandas dos consumidores. Identificar e aproveitar essas oportunidades pode impulsionar o crescimento e o sucesso da organização.

## **4. Threats (Ameaças):**

- São os fatores externos que podem causar problemas ou danos à organização. As ameaças podem incluir a concorrência intensa, mudanças econômicas desfavoráveis, novas regulamentações, avanços tecnológicos que tornem os produtos ou serviços obsoletos, e mudanças nas preferências dos consumidores. Reconhecer essas ameaças permite que a organização desenvolva estratégias para mitigá-las ou evitá-las.

A matriz SWOT é geralmente apresentada em um formato de quatro quadrantes, com cada quadrante representando um dos componentes mencionados. A análise SWOT é um ponto de partida valioso para a formulação de estratégias, pois permite que a organização alinhe suas capacidades internas com as condições externas, maximizando suas forças e oportunidades enquanto minimiza suas fraquezas e ameaças.

## APLICAÇÃO DA SWOT

### Análise do negócio pela Matriz SWOT – Foco nos salões de festa

<p><b><u>Força</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 salões de festa             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Excelente agenda 22-23</li> </ul> </li> <li>- Loja decoração como suporte             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Material de excelente qualidade</li> <li>- Excelente avaliações</li> <li>- Bom atendimento</li> <li>- Processo logístico e montagem</li> <li>- Processo fabricação e montagem</li> </ul> </li> </ul>	<p><b><u>Fraquezas</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing digital amador</li> <li>- Ausência de sites e redes sociais ruins</li> <li>- Falta de pessoa específica para atendimento comercial</li> <li>- Gestão ineficiente</li> <li>- Sobrecarga de trabalho Gerente atual</li> <li>- Não ter buffet próprio (Cobrança do cliente)</li> </ul>
<p><b><u>Oportunidades</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Construir loja no lote comercial             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Montar novo seguimento de elétrica</li> <li>- Atuar no seguimento de Buffet próprio</li> </ul> </li> </ul>	<p><b><u>Ameaças</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Risco novo negocio(Loja elétrica)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conhecimento da área,</li> <li>- Perda de foco no seguimento de eventos</li> </ul> </li> <li>- Risco novo negocio(Loja elétrica)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Novas crises mundiais</li> <li>- Guerra mundiais</li> <li>- Crise financeira do Brasil</li> </ul> </li> </ul>

Figura 2 - Análise SWOT

A análise SWOT revelou uma excelente oportunidade para atuar no segmento de buffet, atendendo às demandas de muitos clientes. No entanto, também identificou pontos de fraqueza que serão abordados com um plano de ação focado e estratégico. Concentrando nossos esforços nas oportunidades detectadas, exploraremos o potencial significativo para impulsionar nossa curva de lucro a curto prazo, por meio de investimentos estratégicos bem direcionados.

Essa abordagem nos permitirá adaptar e otimizar nossa trajetória financeira ao longo do tempo, reafirmando nossa convicção de que estamos no caminho certo. Com isso, desenvolveremos um plano de ação detalhado que incluirá o monitoramento contínuo de nossa evolução de 2022 a 2032. Assim, garantiremos que cada passo esteja alinhado com nossa visão estratégica, maximizando o retorno sobre nossos investimentos e assegurando um crescimento sustentável para o futuro.

## PLANO DE AÇÃO – AÇÕES DE CURTO PRAZO

O que	Por que	Onde	Quem	Quando	Como	Quanto	Status
Gestão da empresa	Melhorar o KPIs	Brilho de festa	Abimael	Ago./24	Passando a trabalhar integral na Brilho de Festa	Custo de pedir demissão da empresa	ok
Criação dos sites dos salões de festa	Fazer trafego pago no google	Betim	Fornecedor	Set./23	Comprando serviço de criação e hospedagem dos sites	R\$3600,00	ok
Treinamento Marketing digital	Fazer trafego pago no META	BH	Abimael	Fev./24	Comprando serviço de treinamento e configuração das campanhas	R\$400,00	ok
Update de computadores e layout de atendimento	Melhoria do comercial	Brilho de festa	Abimael	Jan/24	Novos computadores e upgrade de computadores atuais	R\$5000,00 R\$ 690,00	ok
Investimento mensal em campanhas de anúncios no META, Google e Casamentos	Melhoria do Marketing digital	Brilho de festa	Abimael	Nov./23 Fev./24	Treinamento e Fornecedor	META: 1000,00 Google: 1600,00 Casamentos: 995,00	Em acompanhamento

Tabela 1 - Plano de ação curto prazo

## PLANO DE AÇÃO – AÇÕES DE MÉDIO E LONGO PRAZO

O que	Por que	Onde	Quem	Quando	Como	Quanto	Status
Análise financeira do projeto Loja de acabamento	Definição do caminho a ser seguido	Brilho de festa	Abimael	Fev./24	Análise de cenário, VPL e TIR	-	ok
Análise financeira do projeto perola Kids	Definição do caminho a ser seguido	Brilho de festa	Abimael	Fev./24	Análise de cenário, VPL e TIR	-	ok
Análise financeira do projeto Sítio para casamento	Definição do caminho a ser seguido	Brilho de festa	Abimael	Fev./24	Análise de cenário, VPL e TIR	-	ok
Análise financeira do projeto Buffet próprio	Definição do caminho a ser seguido	Brilho de festa	Abimael	Fev./24	Análise de cenário, VPL e TIR	-	ok

Tabela 2 - Plano de ação médio prazo

## ANALISE DE INVESTIMENTO

Foram realizadas análises utilizando a metodologia SWOT, as 5 Forças de Porter, a Matriz BCG, e Análises de Cenários e Financeiras. Entre as quatro oportunidades de negócio analisadas, devido à confidencialidade das informações, este TCC focará exclusivamente na análise do Plano de Negócio para a implementação do buffet próprio da empresa Brilho de Festa Eventos.

Apresentaremos um detalhamento dos 14 passos da ferramenta PNBOX, desenvolvida pelo SEBRAE-MG, com o objetivo de analisar a viabilidade da nova oportunidade de negócio: Buffet Brilho de Festa Eventos.

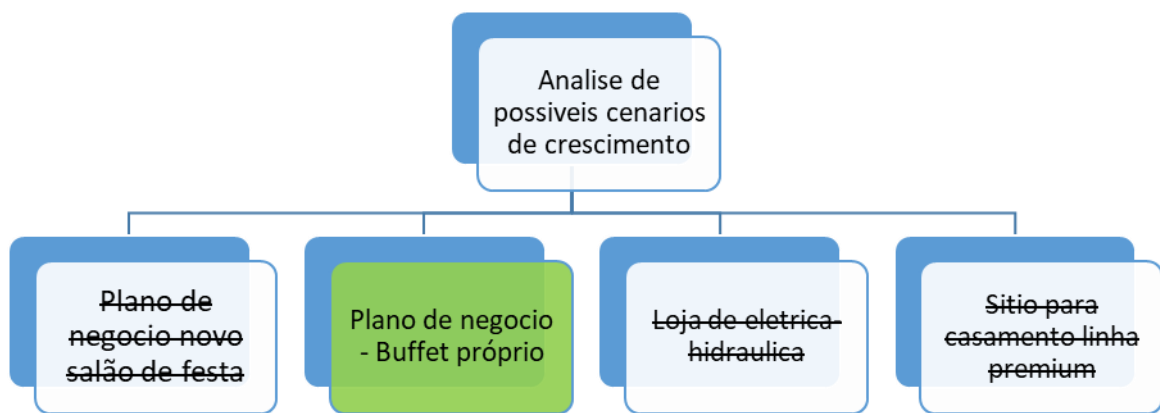


Figura 3 - Potenciais projetos de expansão

A seguir, apresentamos algumas imagens das telas da ferramenta PNBOX, com o objetivo de proporcionar ao leitor um melhor entendimento dessa ferramenta utilizada para a elaboração de planos de negócios.

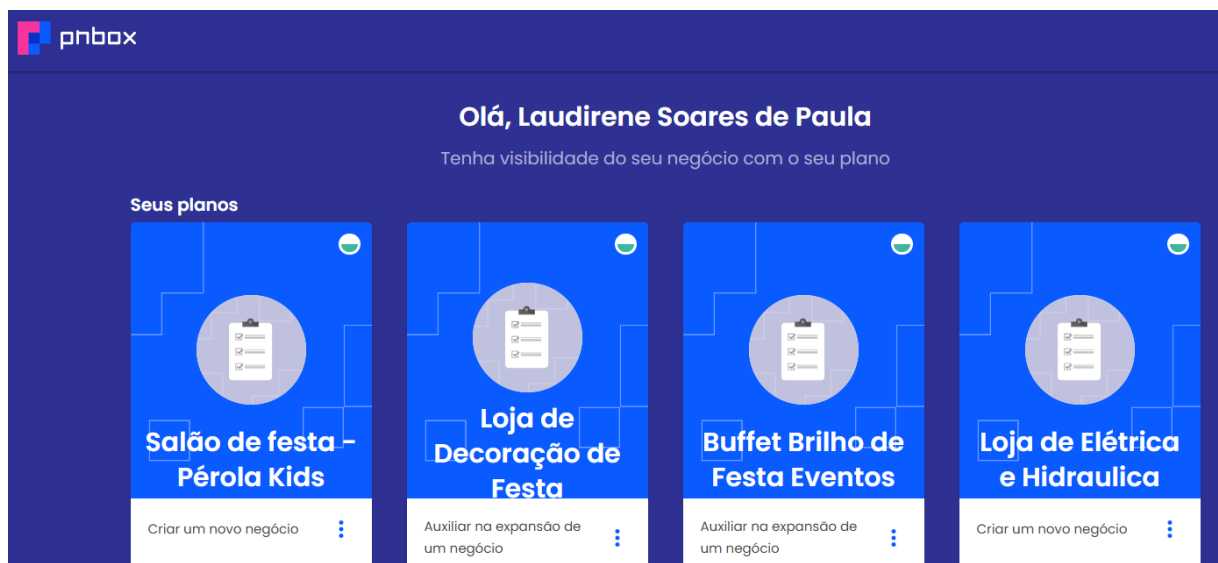


Figura 4 - Tela principal do PNBOX - Usuário Laudirene Soares

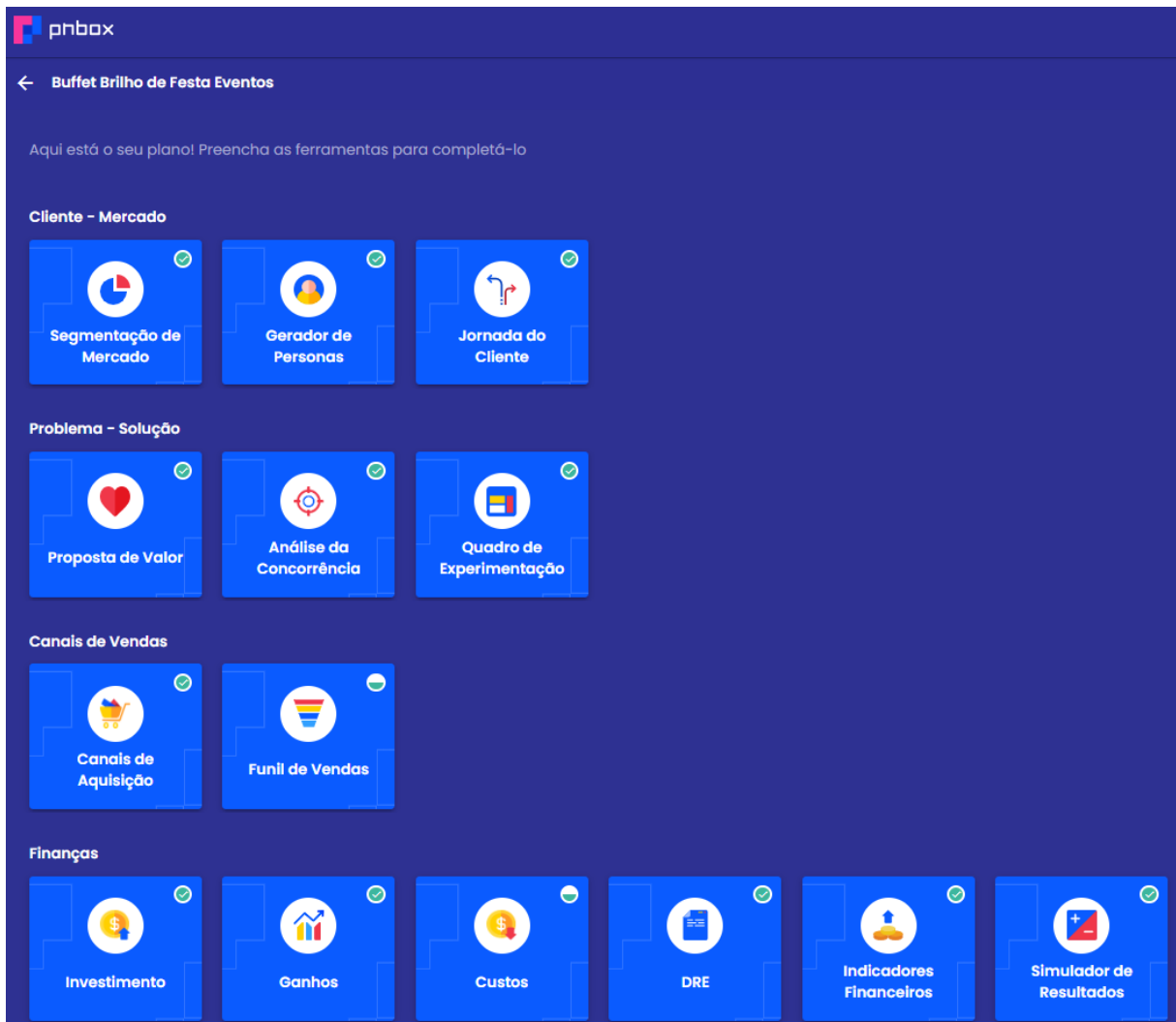


Figura 5 - Tela de detalhamento do PN de Buffet Brilho de festa eventos

## JORNADA DO CLIENTE: EXPLORANDO CADA ETAPA DA EXPERIÊNCIA

A Jornada do Cliente é um processo holístico que descreve a experiência completa de um cliente ao interagir com uma empresa, desde o primeiro contato até o pós-venda. Ela inclui todas as etapas e pontos de contato, tanto online quanto offline, e é fundamental para entender as necessidades, expectativas e comportamentos dos clientes. A seguir, estão as principais etapas da Jornada do Cliente:

### 1. **Conscientização (Awareness):**

- Nesta etapa, o cliente toma conhecimento de um produto ou serviço, seja através de publicidade, redes sociais, boca a boca, ou pesquisas online. O objetivo é capturar a atenção do cliente e despertar seu interesse inicial.

**2. Consideração (Consideration):**

- O cliente começa a avaliar suas opções, buscando mais informações e comparando alternativas. Aqui, é crucial oferecer informações claras e valiosas que auxiliem o cliente na tomada de uma decisão informada.

**3. Decisão (Decision):**

- O cliente decide pela compra. Ele pode procurar avaliações, recomendações ou realizar testes. Uma experiência de compra positiva, facilidade de navegação e boas condições de pagamento são fatores decisivos.

**4. Compra (Purchase):**

- A compra é realizada. A experiência deve ser fluida e agradável, com atendimento eficiente e um processo de transação sem complicações, garantindo a satisfação do cliente.

**5. Pós-compra (Post-purchase):**

- Após a compra, o relacionamento continua com suporte ao cliente, entrega, instalação e resolução de problemas. Um bom atendimento nesta fase pode fidelizar o cliente e estimular futuras compras.

**6. Lealdade (Loyalty):**

- Clientes satisfeitos se tornam leais, fazendo compras repetidas. Manter um relacionamento contínuo através de programas de fidelidade, ofertas exclusivas e comunicação regular reforça essa lealdade.

**7. Defesa (Advocacy):**

- Clientes leais podem se tornar defensores da marca, promovendo produtos ou serviços para amigos e familiares. Nesta fase, eles ajudam a atrair novos clientes através de recomendações e avaliações positivas.

**Conclusão:** Compreender a Jornada do Cliente permite às empresas criar estratégias de marketing mais eficazes, aprimorar a experiência em cada ponto de contato e aumentar a satisfação e lealdade dos clientes. Isso não só fortalece a relação com os clientes, como também impulsiona um ciclo virtuoso de crescimento sustentável.

Para potencializar a eficácia da **Jornada do Cliente**, a metodologia **PNBOX** se apresenta como uma ferramenta essencial. Ela permite uma avaliação abrangente que abrange desde a definição do negócio até a elaboração do planejamento financeiro. Ao integrar a análise de mercado, a definição de estratégias e metas, entre outros aspectos, a metodologia PNBOX complementa cada etapa da Jornada do Cliente, garantindo que as decisões sejam bem fundamentadas e orientadas para o sucesso. Com essa abordagem, as empresas não apenas atendem às expectativas dos clientes em cada ponto de contato, mas também constroem uma base sólida para o crescimento sustentável e a fidelização a longo prazo.

## METODOLOGIA DE ANÁLISE DO PNBOX:

As configurações originais exportadas da ferramenta PNBOX foram mantidas para permitir ao leitor uma compreensão detalhada dos modelos de relatório que o gestor poderá utilizar como portfólio de análises e registros de projetos, tanto de cunho corporativo quanto pessoal.

# Buffet Brilho de Festa Eventos

Auxiliar na expansão de um negócio

## RELATÓRIO GERAL

### 1. SEGMENTAÇÃO DE MERCADO

#### Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados



### Avaliação do Cenário de Eventos em Quatro Segmentos

Na análise dos quatro segmentos de eventos, foram avaliados em uma escala de 1 a 10 (sendo 1 o menor e 10 o maior valor) em vários atributos para determinar a viabilidade e o potencial de cada segmento para o negócio de buffet Brilho de Festa Eventos. A seguir, apresentamos a avaliação detalhada de cada segmento com base nas notas atribuídas aos atributos específicos:

## 1. Festa de 15 anos

- Atributos Avaliados:
  - É grande o suficiente? 10
  - Tem potencial para gerar lucro? 10
  - Não tende a desaparecer em pouco tempo? 10
  - Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes? 9
  - Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento? 10
  - Média Geral: 9.8

Resumo: As festas de 15 anos são um segmento altamente viável e lucrativo, com um mercado grande e estável, pouca concorrência e alta adequação dos serviços oferecidos pelo buffet.

## 2. Festa Infantil

- Atributos Avaliados:
  - É grande o suficiente? 10
  - Tem potencial para gerar lucro? 10
  - Não tende a desaparecer em pouco tempo? 10
  - Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes? 9
  - Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento? 9
  - Média Geral: 9.6

Resumo: As festas infantis são um segmento grande e lucrativo, com um mercado estável e pouca concorrência. A adequação dos serviços do buffet também é alta, tornando este um segmento promissor.

## 3. Festa de Casamento

- Atributos Avaliados:
  - É grande o suficiente? 9
  - Tem potencial para gerar lucro? 10
  - Não tende a desaparecer em pouco tempo? 10
  - Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes? 5
  - Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento? 10
  - Média Geral: 8.8

Resumo: As festas de casamento são um segmento lucrativo e estável, mas enfrentam uma concorrência significativa. Apesar disso, os serviços do buffet atendem bem às demandas desse segmento, tornando-o uma área de potencial considerável.

## 4. Festa de Aniversário e Corporativo

- Atributos Avaliados:
  - É grande o suficiente? 5
  - Tem potencial para gerar lucro? 10
  - Não tende a desaparecer em pouco tempo? 10

- Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes? 9
- Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento? 10
- Média Geral: 8.8

Resumo: As festas de aniversário e eventos corporativos apresentam grande potencial de lucro e estabilidade no mercado. Embora o mercado seja menor em comparação com outros segmentos, a concorrência é moderada e os serviços do buffet são bem adequados às demandas.

### Conclusão Geral

A análise dos quatro segmentos de eventos para o negócio de buffet Brilho de Festa Eventos revelou que todos os segmentos têm viabilidade e potencial lucrativo. As festas de 15 anos e infantis se destacam como os segmentos mais promissores, com médias gerais altas e poucos concorrentes. As festas de casamento e eventos corporativos também mostram um bom potencial, embora enfrentem mais concorrência.

Essa avaliação detalhada dos segmentos auxilia na definição de estratégias focadas para cada área, ajudando a direcionar os investimentos de maneira mais eficaz e a aproveitar as melhores oportunidades de mercado.

## 2. GERADOR DE PERSONA

### Definição da persona

A definição de persona no marketing é fundamental para entender o cliente ideal. O primeiro passo é delimitar o público-alvo e, em seguida, traçar perfis detalhados de personas. Essas personas são representações semifictícias dos clientes perfeitos, combinando dados reais com suposições bem fundamentadas. Elas vão além das características demográficas e incluem hábitos, preferências, medos e desejos. Ter personas bem definidas ajuda a tomar decisões estratégicas, como criar campanhas de marketing e funcionalidades para plataformas de e-commerce.

Definir personas envolve uma análise aprofundada do comportamento do consumidor e a criação de perfis que refletem seus objetivos, desafios e motivações. Essas representações detalhadas permitem uma segmentação mais precisa e a elaboração de estratégias que realmente ressoam com o público-alvo. Assim, campanhas de marketing se tornam mais eficazes, produtos e serviços são melhor desenvolvidos, e a comunicação com os clientes se torna mais personalizada e relevante.

Ao utilizar personas, as empresas podem alinhar suas ações com as necessidades e desejos reais dos clientes, resultando em maior engajamento, satisfação e fidelidade. Em última análise, o uso de personas bem definidas é uma prática essencial para qualquer estratégia de marketing bem-sucedida, pois facilita a conexão emocional e funcional entre a marca e seus consumidores.



## Geissyane Carvalho

38 anos, Cerimonialista

Estado Civil: Casada

Escolaridade: Ensino Médio

Cerimonialista: com 5 anos de experiência no ramo.

Renda Mensal (R\$): 5000,00

Cidade: Betim

"Mãe de debutante muito detalhista, exigente e com personalidade forte."

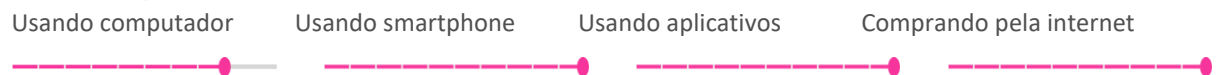
### Hábitos e comportamentos

Frequenta festas de 15anos, gosta de muito glamour, é uma pessoa exigente.

#Extrovertida

#Racional

### Fluência Digital



### Redes Sociais



### Rotina

☀️ Manhã

☁️ Tarde

🌙 Noite

Compras

Atendimento ao cliente

Festas e encontros sociais

### Quem influencia



Avaliação de outros clientes

Mídia tradicional

Redes sociais utilizadas



### Ganhos

- Impactar a família e amigos com uma festa glamurosa
- Realizar sonho junto com a filha
- Criar memórias com os familiares
- 

### Desafios

- Gerar uma experiência marcante na vida dos clientes
- Medo de tomar prejuízo
- Festa sem um serviço de excelência
- Não satisfazer as expectativas dos convidados

### Reflexões

Dúvidas ou objeções

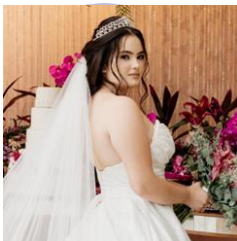
Qualidade é um ponto que influencia

Aborrecimentos que devem ser evitados

Deixar de cumprir 100% das verificações afim de que todas etapas saia perfeitamente conforme ou superior ao combinado

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Superar a expectativas



### Ester Carvalho

20 anos, noiva

Estado Civil: Casada

Escolaridade: Ensino Médio

Decoradora: com 5 anos de experiência no ramo.

Renda Mensal (R\$): 1980,00

Cidade: Betim

### Hábitos e comportamentos

Noivas com idade entre 18 a 25 anos, tem como Hobby séries na TV, redes sociais,

#Emocional

#Introvertida

#Racional

### Fluência Digital

Usando computador

usando smartphone

usando aplicativos

comprando pela internet



### Redes Sociais



### Rotina

 Manhã

Trabalho

 Tarde

Trabalho

 Noite

Frequenta culto dos jovens na igreja e passa tempo assistindo Netflix

---

### Quem influencia

Família

Amigos

Colegas de trabalho

Especialistas



Avaliação de outros

Mídia tradicional Redes sociais utilizadas clientes



### 3. JORNADA DO CLIENTE

#### PERSONA DO SEGUIMENTO DE NOIVAS

Nessa etapa, elabora-se uma avaliação do cenário da persona (Ester), que representa as noivas que contratarão os serviços da empresa Brilho de Festa Buffet. Foram descritos os principais ganhos e desafios que as noivas enfrentam antes da tomada de decisão para a contratação deste tipo de serviço.

#### Persona: Ester Fiau Carvalho



#### Ester Fiau Carvalho

18 anos, decoradora

Ester é uma noiva exigente, detalhista e com muito bom gosto para escolher estilos de decorações

#### Ganhos principais de Ester (noivas):

1. **Experiência memorável:** Desejam que o casamento seja um evento inesquecível, com decoração impecável e um buffet de alta qualidade.
2. **Conveniência:** Buscam a comodidade de contratar um serviço completo que inclua decoração, buffet e todos os detalhes do evento.
3. **Custo-benefício:** Querem garantir que o serviço ofereça uma excelente relação custo-benefício, com pacotes atrativos e transparentes.
4. **Confiabilidade:** Precisam de uma empresa com boa reputação e feedback positivo de outros clientes.
5. **Personalização:** Desejam que os serviços sejam personalizados de acordo com seus gostos e necessidades específicos.

#### Desafios principais de Ester (noivas):

1. **Orçamento limitado:** Enfrentam a necessidade de encontrar serviços de alta qualidade que se encaixem no seu orçamento.
2. **Tempo escasso:** Têm prazos apertados e precisam de respostas rápidas e eficientes da empresa.
3. **Expectativas altas:** Lidam com a pressão de atender às expectativas próprias e dos convidados, o que torna a decisão de contratação ainda mais crucial.
4. **Falta de conhecimento:** Muitas vezes, não têm experiência prévia na organização de grandes eventos, o que pode tornar o processo mais estressante e confuso.
5. **Diversidade de opções:** Enfrentam a dificuldade de escolher entre diversas opções de fornecedores no mercado, buscando a melhor combinação de qualidade e preço.

Compreender esses ganhos e desafios ajuda a empresa Brilho de Festa Buffet a alinhar seus serviços e estratégias de comunicação, proporcionando uma experiência positiva e tranquila para as noivas, desde o primeiro contato até a realização do evento.

Nas tabelas abaixo, foi realizada uma análise das possibilidades em três estágios do processo de compra dos serviços de buffet por uma noiva. Nesta fase, avaliamos, com base na experiência dos contratos dos últimos 3 anos, quais são as emoções que o cliente vivencia ao longo desse processo e os cuidados que nossa equipe precisa tomar para manter a qualidade dos serviços na atração do cliente, durante a fase de contratação e execução, e após o evento. Isso contribui positivamente para a fidelização e indicação para novos clientes.

Tabela 3 - Emoções do Cliente ao Longo do Processo de Compra

Estágio	Emoções Positivas	Emoções Negativas
<b>Atração</b>	Expectativa, Excitação	Ansiedade, Incerteza
<b>Contratação &amp; Execução</b>	Confiança, Satisfação	Stress, Dúvida
<b>Pós-Evento</b>	Gratidão, Felicidade	Desapontamento, Frustração

Tabela 4 - Cuidados Necessários em Cada Estágio

Estágio	Cuidados Essenciais
<b>Atração</b>	Comunicação clara e atraente, disponibilização de informações detalhadas e depoimentos de clientes satisfeitos.
<b>Contratação &amp; Execução</b>	Atendimento personalizado, flexibilidade para ajustes, transparência em relação a preços e serviços, acompanhamento constante.
<b>Pós-Evento</b>	Feedback imediato, resolução de problemas, agradecimento e reconhecimento do cliente, incentivo à recomendação.

## Detalhamento dos Estágios e Cuidados

### 1. Atração

- **Emoções Positivas:** Expectativa e excitação predominam enquanto as noivas pesquisam e descobrem nossos serviços.
- **Emoções Negativas:** Ansiedade e incerteza podem surgir devido à quantidade de opções e à importância da decisão.
- **Cuidados:**
  - Oferecer uma comunicação clara e atraente.
  - Disponibilizar informações detalhadas sobre serviços e pacotes.
  - Mostrar depoimentos e casos de sucesso de clientes satisfeitos para gerar confiança.

### 2. Contratação & Execução

- **Emoções Positivas:** Confiança e satisfação aumentam à medida que os detalhes do contrato são acertados e os preparativos estão em andamento.
- **Emoções Negativas:** Stress e dúvida podem aparecer devido à complexidade do planejamento e execução do evento.
- **Cuidados:**

- Proporcionar atendimento personalizado para atender às necessidades específicas da noiva.
- Ser flexível para fazer ajustes necessários.
- Manter transparência em relação aos preços e serviços oferecidos.
- Acompanhar constantemente o progresso para assegurar que tudo esteja conforme o planejado.

### 3. Pós-Evento

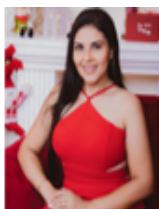
- **Emoções Positivas:** Gratidão e felicidade são comuns após a realização bem-sucedida do evento.
- **Emoções Negativas:** Desapontamento e frustração podem ocorrer se as expectativas não forem atendidas.
- **Cuidados:**
  - Solicitar feedback imediato para entender a experiência do cliente.
  - Resolver quaisquer problemas que possam ter surgido de forma rápida e eficaz.
  - Agradecer ao cliente pelo seu negócio e reconhecer a importância de sua escolha.
  - Incentivar o cliente a recomendar nossos serviços a outros potenciais clientes.

Essa análise permite que nossa equipe tome medidas proativas em cada estágio do processo de compra, garantindo a satisfação do cliente e promovendo a fidelização e a indicação de novos clientes.

## PERSONA DO SEGUIMENTO DE DEBUTANTES

Nessa etapa, elabora-se uma avaliação do cenário da persona Geissyane, que representa as mães das debutantes que contratarão os serviços da empresa Brilho de Festa Buffet. Foram descritos os principais ganhos e desafios que essas mães têm que resolver antes da tomada de decisão de contratação deste tipo de serviço.

### Persona: Geissyane



**Geissyane Carvalho**  
38 anos, Cerimonialista  
Cerimonialista com 5 anos de experiência no ramo.

### Principais Ganhos:

1. **Comodidade:** Serviço completo que inclui decoração, buffet, som e iluminação, proporcionando tranquilidade e menos preocupações com a organização.

2. **Qualidade:** Garantia de um evento memorável com alta qualidade nos serviços oferecidos.
3. **Personalização:** Possibilidade de personalizar a festa de acordo com o gosto da debutante, criando um evento único.
4. **Economia de Tempo:** Redução do tempo gasto na busca e coordenação de diferentes fornecedores.
5. **Reputação:** Contratar uma empresa renomada aumenta a confiança e a satisfação com o resultado final.

### Principais Desafios:

1. **Orçamento:** Ajustar os desejos e necessidades ao orçamento disponível, garantindo que todos os elementos desejados possam ser incluídos sem comprometer as finanças.
2. **Escolha de Serviços:** Decidir entre diversas opções e pacotes oferecidos pela empresa, identificando a melhor relação custo-benefício.
3. **Confiança:** Garantir que a empresa selecionada seja confiável e entregue o que foi prometido, sem surpresas desagradáveis.
4. **Coordenação de Detalhes:** Acompanhar de perto cada detalhe da organização para assegurar que tudo saia conforme o planejado.
5. **Expectativas:** Alinhar as expectativas da debutante e da família com o que pode ser realmente entregue dentro das limitações logísticas e financeiras.

Tabela 5 - Emoções do Cliente ao Longo do Processo de Compra

Estágio	Emoções Positivas	Emoções Negativas
Atração	Expectativa, Esperança	Ansiedade, Preocupação
Contratação & Execução	Segurança, Satisfação	Stress, Incerteza
Pós-Evento	Alegria, Gratidão	Desapontamento, Frustração

Tabela 6 - Cuidados Necessários em Cada Estágio

Estágio	Cuidados Essenciais
Atração	Comunicação clara, mostras de eventos anteriores, atendimento acolhedor e profissional.
Contratação & Execução	Transparência nos detalhes, acompanhamento contínuo, flexibilidade para ajustes de última hora.
Pós-Evento	Feedback e follow-up, resolução rápida de quaisquer problemas, agradecimentos e incentivos para recomendações.

### Detalhamento dos Estágios e Cuidados

#### 1. Atração

- **Emoções Positivas:** Expectativa e esperança à medida que Geissyane pesquisa e se informa sobre os serviços.

- **Emoções Negativas:** Ansiedade e preocupação devido à importância do evento e à necessidade de acertar na escolha.
- **Cuidados:**
  - Fornecer informações detalhadas e claras sobre os serviços.
  - Exibir mostras de eventos anteriores e depoimentos de clientes.
  - Oferecer um atendimento acolhedor e profissional para criar confiança desde o primeiro contato.

## 2. Contratação & Execução

- **Emoções Positivas:** Segurança e satisfação à medida que os preparativos estão em andamento e Geissyane vê o plano tomar forma.
- **Emoções Negativas:** Stress e incerteza devido à coordenação de muitos detalhes e a possibilidade de imprevistos.
- **Cuidados:**
  - Manter transparência em todos os detalhes do contrato e dos serviços.
  - Oferecer acompanhamento contínuo e estar disponível para responder a perguntas e resolver problemas.
  - Ser flexível para ajustar os planos conforme necessário, garantindo que as expectativas sejam atendidas.

## 3. Pós-Evento

- **Emoções Positivas:** Alegria e gratidão após a realização bem-sucedida do evento.
- **Emoções Negativas:** Desapontamento e frustração se algo não sair conforme o esperado.
- **Cuidados:**
  - Solicitar feedback para entender a experiência do cliente.
  - Resolver quaisquer problemas que possam ter surgido de forma rápida e eficaz.
  - Agradecer ao cliente pelo negócio e incentivar a recomendação dos serviços a outros.

Essa análise permite que nossa equipe tome medidas proativas em cada estágio do processo de compra, garantindo a satisfação do cliente e promovendo a fidelização e a indicação de novos clientes.

## 4. PROPOSTA DE VALOR

### Avaliação da Proposta de Valor: Personas Geissyane e Ester

Nesta etapa, realiza-se uma avaliação da proposta de valor para os cenários das personas Geissyane e Ester, que representam, respectivamente, as mães das debutantes e as noivas que contratarão os serviços da empresa Brilho de Festa Buffet. Foram descritos os principais valores percebidos e as entregas essenciais de uma empresa prestadora de serviços de buffet.

#### Persona: Geissyane (Mãe de Debutante)



Geissyane Carvalho  
38 anos, Cerimonialista  
Cerimonialista com 5 anos de experiência no ramo.

#### Principais Valores Percebidos:

1. **Conveniência:** Serviço completo, desde a decoração até o buffet, para facilitar a organização do evento.
2. **Qualidade:** Alta qualidade nos serviços, garantindo um evento impecável.
3. **Personalização:** Flexibilidade para adaptar o evento às preferências da debutante e da família.
4. **Confiança:** Reputação sólida e histórico de eventos bem-sucedidos.
5. **Experiência Memorável:** Criação de um evento que supere expectativas e seja inesquecível.

#### Entregas Essenciais:

1. **Serviço de Buffet Completo:**
  - Menu variado e personalizado com opções para todos os gostos e restrições alimentares.
  - Ingredientes frescos e de alta qualidade.
  - Apresentação elegante e atrativa dos pratos.
2. **Decoração e Ambiente:**
  - Tematização personalizada conforme o desejo da debutante.
  - Elementos decorativos de alta qualidade.
  - Iluminação e som adequados para criar a atmosfera desejada.
3. **Serviços Complementares:**
  - Atendimento profissional e atencioso.
  - Coordenação completa do evento, incluindo cronograma e logística.
  - Acompanhamento personalizado durante todo o processo.
4. **Pós-Evento:**
  - Envio de agradecimentos e solicitação de feedback.

- Oferta de álbuns de fotos e vídeos do evento.

### Persona: Ester (Noiva)



Ester Fiau Carvalho  
18 anos, decoradora  
Ester é uma noiva exigente, detalhista e com muito bom gosto para escolher estilos de decorações

### Principais Valores Percebidos:

1. **Conveniência:** Soluções completas para todos os aspectos do casamento, incluindo buffet e decoração.
2. **Qualidade:** Excelência nos serviços prestados, assegurando um casamento perfeito.
3. **Personalização:** Capacidade de adaptar todos os detalhes para refletir a visão dos noivos.
4. **Confiança:** Histórico confiável e recomendações positivas.
5. **Experiência Única:** Criação de um casamento memorável que atenda todas as expectativas.

### Entregas Essenciais:

1. **Serviço de Buffet Completo:**
  - Menus sofisticados e personalizáveis.
  - Utilização de ingredientes de alta qualidade.
  - Apresentação impecável dos pratos.
2. **Decoração e Ambiente:**
  - Decoração temática e personalizada.
  - Utilização de elementos de decoração de alta qualidade.
  - Equipamentos de som e iluminação para criar a ambiência perfeita.
3. **Serviços Complementares:**
  - Atendimento de alto padrão e coordenação detalhada do evento.
  - Suporte contínuo desde o planejamento até a execução do casamento.
  - Acompanhamento personalizado para ajustes e personalizações.
4. **Pós-Evento:**
  - Feedback e agradecimentos aos clientes.
  - Criação de memórias duradouras através de álbuns de fotos e vídeos.

## Avaliação da Proposta de Valor

Para garantir que a proposta de valor da Brilho de Festa Buffet atenda às expectativas das personas Geissyane e Ester, é crucial focar nos seguintes aspectos:

1. **Comunicação Clara e Transparente:** Manter uma comunicação aberta e detalhada sobre os serviços oferecidos, processos e valores desde o primeiro contato.
2. **Flexibilidade e Personalização:** Demonstrar disposição para adaptar e personalizar cada detalhe do evento conforme as expectativas específicas dos clientes.
3. **Qualidade e Excelência:** Garantir que cada aspecto do serviço, desde os ingredientes do buffet até os elementos decorativos, seja de altíssima qualidade.
4. **Acompanhamento e Suporte:** Oferecer orientação e suporte em todas as etapas do processo, minimizando o estresse e garantindo a confiança do cliente.
5. **Foco na Experiência do Cliente:** Criar momentos memoráveis que deixem uma impressão positiva e duradoura, incentivando a fidelização e a recomendação.

Essa avaliação da proposta de valor ajuda a alinhar os serviços oferecidos pela Brilho de Festa Buffet com as expectativas e necessidades de suas clientes, promovendo uma experiência excepcional e reforçando a reputação da empresa no mercado.

## 5. ANÁLISE DE CONCORRÊNCIA

Nesta etapa, elaborou-se uma avaliação comparativa do estágio inicial do serviço de buffet Brilho de Festa Eventos com dois buffets de referência em Betim. A pesquisa foi realizada com noivas, mães de debutantes e cerimonialistas para entender os pontos fortes dos buffets de referência e utilizar essas informações na construção de um plano de ação para melhorar os pontos observados, de forma a garantir qualidade já nos primeiros clientes. Foram utilizadas notas de 1 a 10 para pontuar os pontos fortes e os pontos de melhoria.

### Metodologia da Pesquisa

1. **Público-Alvo da Pesquisa:**
  - Noivas
  - Mães de Debutantes
  - Cerimonialistas
2. **Critérios de Avaliação:**
  - Qualidade do Buffet
  - Atendimento ao Cliente
  - Flexibilidade e Personalização
  - Decoração e Ambiente
  - Custo-Benefício

- Pontualidade e Organização
- 3. Escala de Notas:**
- 1 a 10, sendo 1 o valor mais baixo e 10 o mais alto.

## Resultados da Pesquisa

*Tabela 7 - Avaliação do buffet brilho de festa*

<b>Critério</b>	<b>Nota Média</b>
Qualidade do Buffet	7
Atendimento ao Cliente	9
Flexibilidade e Personalização	6
Decoração e Ambiente	9
Custo-Benefício	9
Pontualidade e Organização	8

*Tabela 8 - Avaliação do buffet referência 1*

<b>Critério</b>	<b>Nota Média</b>
Qualidade do Buffet	9
Atendimento ao Cliente	9
Flexibilidade e Personalização	8
Decoração e Ambiente	9
Custo-Benefício	8
Pontualidade e Organização	9

*Tabela 9 - Avaliação do buffet referência 2*

<b>Critério</b>	<b>Nota Média</b>
Qualidade do Buffet	8
Atendimento ao Cliente	9
Flexibilidade e Personalização	7
Decoração e Ambiente	8
Custo-Benefício	7
Pontualidade e Organização	8

## Análise Comparativa e Plano de Ação

### Pontos Fortes do Buffet Brilho de Festa Eventos:

- Atendimento ao Cliente: Nota 9
- Custo-Benefício: Nota 9
- Decoração e Ambiente: Nota 9

### Pontos de Melhoria:

- Qualidade do Buffet: Nota 7
- Flexibilidade e Personalização: Nota 6
- Pontualidade e Organização: Nota 8

### Plano de Ação:

1. **Melhoria na Qualidade do Buffet:**
  - Investir em treinamento e qualificação da equipe de cozinha.
  - Buscar fornecedores de ingredientes de alta qualidade.
  - Introduzir novos pratos e menus personalizados baseados no feedback dos clientes.
2. **Aprimoramento na Flexibilidade e Personalização:**
  - Oferecer pacotes customizáveis e flexíveis para atender diferentes preferências e orçamentos.
  - Implementar um sistema de consulta detalhada para entender melhor as necessidades e desejos dos clientes.
3. **Aperfeiçoamento da Pontualidade e Organização:**
  - Desenvolver um cronograma detalhado para cada evento, garantindo que todas as etapas sejam cumpridas no tempo certo.
  - Treinar a equipe para melhorar a eficiência e a organização durante a preparação e execução dos eventos.
4. **Fortalecimento do Atendimento ao Cliente:**
  - Manter a qualidade no atendimento, garantindo que cada cliente se sinta especial e bem atendido.
  - Continuar coletando feedback dos clientes para realizar melhorias contínuas.
5. **Manutenção do Custo-Benefício:**
  - Oferecer preços competitivos sem comprometer a qualidade dos serviços.
  - Realizar pesquisas de mercado periódicas para ajustar os preços conforme necessário e manter-se competitivo.
6. **Aprimoramento da Decoração e Ambiente:**
  - Investir em novos itens decorativos e atualizações nas instalações.
  - Manter-se atualizado com as tendências de decoração para oferecer opções modernas e atrativas.

Essa avaliação comparativa, juntamente com o plano de ação detalhado, visa posicionar o Buffet Brilho de Festa Eventos como uma escolha de excelência no mercado de eventos em Betim, garantindo a satisfação dos clientes e o crescimento sustentável da empresa.

## 6. QUADRO DE EXPERIMENTAÇÃO

Nesta etapa, elaborou-se um quadro de experimentação para validar as seguintes hipóteses relacionadas ao negócio:

1. **H3H3:** A satisfação do cliente é um dos meios de sustentabilidade do negócio.
2. **H1H1:** A qualidade do atendimento está diretamente ligada à quantidade de contratos fechados.
3. **H2H2:** Melhorar os canais de vendas através das principais redes sociais é o que fará aumentar o faturamento da loja.

## Quadro de Experimentação

Hipótese	Experimento	Como Testar?	Com Quem Testar?	CrITÉRIOS de Validação	Aprendizado
<b>H3H3</b>	A satisfação do cliente é um dos meios de sustentabilidade e do negócio.	Uso de QR code para acessar e responder uma pesquisa de satisfação.	Geissyane (representante das mães das debutantes).	Nível de satisfação acima de 90%.	As avaliações dos nossos clientes devem estar acima de 90%, indicando alta satisfação e potencial fidelização.
<b>H1H1</b>	A qualidade do atendimento está diretamente ligada à quantidade de contratos fechados.	Taxa de contratos fechados pelo número de meses do ano.	Comparação entre contratos fechados em 2023 e 2024 até junho de 2024.	Quantidade de contratos fechados em 2023 comparados a 2024 até junho de 2024.	Aumento de 50% nas vendas nos últimos 6 meses comparado ao ano de 2023.
<b>H2H2</b>	Melhorar os canais de vendas através das principais redes sociais é o que fará aumentar o faturamento da loja.	Comparar as 3 principais redes de tráfego pago na região.	Avaliação de leads recebidos pelos canais Casamentos.com, Google e Meta.	Avaliar 1 mês de leads recebidos pelos canais Casamentos.com, Google e Meta.	Aprendemos que o canal com maior performance para o segmento de salão de festa com buffet é a Meta, com especial atenção para o Instagram.

Tabela 10 - Quadro de experimentação

Essas experimentações ajudarão a identificar quais estratégias são mais eficazes para melhorar a satisfação do cliente, aumentar a quantidade de contratos fechados e otimizar os canais de vendas, fornecendo insights valiosos para o crescimento e sucesso do negócio.

## 7. CANAIS DE AQUISIÇÃO

### Avaliação Comparativa dos Canais de Aquisição de Serviço de Buffet

Nesta etapa, elaborou-se uma avaliação comparativa dos principais canais de aquisição de clientes para o serviço de buffet, com o objetivo de identificar quais

canais oferecem o melhor desempenho em termos de atratividade, alcance, relacionamento com o cliente e viabilidade. A análise foi realizada ao longo de um mês completo para obter resultados consistentes.

Tabela 11 - Avaliação dos Canais de Aquisição

Canal de Aquisição	Atratividade	Alcance Esperado	Cliente	Relacionamento	Viabilidade	Média Geral
Instagram & Facebook	10	10	10	10	10	10
Google Ads	8	8	7	7	8	8
Comunidade	6	6	10	10	7	8
Acordos e Parcerias	8	8	8	8	9	8
Eventos	5	10	10	8	8	8
Casamentos.com	7	8	5	5	4	6
Sites dos Salões	5	5	5	10	5	6

## Experimentos e Resultados

### 1. Instagram & Facebook

- **Ticket Médio:** R\$ 1.166,67
- **Custo de Aquisição de Cliente (CAC):** R\$ 175,85
- **Investimento:** R\$ 1.055,09
- **Cientes Obtidos:** 6
- **Receita Gerada:** R\$ 7.000,00
- **Período de Teste:** 20/02/2024 a 21/03/2024
- **Aprendizado:** O canal apresentou excelente performance, com alta atratividade e viabilidade. A cada 4,68% de clientes atendidos, resultou em 1 contrato fechado.

### 2. Google Ads

- **Ticket Médio:** R\$ 4.000,00
- **Custo de Aquisição de Cliente (CAC):** R\$ 1.350,00
- **Investimento:** R\$ 1.350,00
- **Cientes Obtidos:** 1
- **Receita Gerada:** R\$ 4.000,00
- **Período de Teste:** 20/02/2024 a 21/03/2024
- **Aprendizado:** O Google Ads teve um alto custo de aquisição de cliente e gerou apenas um contrato, sugerindo que esse canal precisa de ajustes para melhorar a eficiência.

### 3. Plataformas Existentes (e.g., sites dos salões)

- **Ticket Médio:** R\$ 100,00
- **Custo de Aquisição de Cliente (CAC):** R\$ 10,00
- **Investimento:** R\$ 150,00
- **Cientes Obtidos:** 15
- **Receita Gerada:** R\$ 1.500,00
- **Período de Teste:** 05/12/2023 a 16/12/2023
- **Aprendizado:** Melhorar o tempo de resposta no WhatsApp (zap) resultou em aumento significativo no faturamento.

## Análise dos Canais

### 1. Instagram & Facebook:

- **Avaliação:** Excelente desempenho em termos de atratividade e viabilidade. O canal mostrou-se muito eficaz na atração e conversão de clientes.

- **Recomendação:** Continuar e possivelmente intensificar o investimento neste canal, com foco especial em campanhas no Instagram.
2. **Google Ads:**
- **Avaliação:** Embora tenha gerado um ticket médio elevado, o alto custo de aquisição e o baixo número de contratos sugerem a necessidade de melhorias.
  - **Recomendação:** Revisar e otimizar as campanhas de Google Ads para melhorar o custo-benefício.
3. **Comunidade e Eventos:**
- **Avaliação:** A comunidade e eventos são canais importantes para aquisição de novos negócios, mas com desempenhos variados.
  - **Recomendação:** Manter e potencialmente explorar mais a fundo a comunidade e eventos específicos, pois eles ajudam a fortalecer a marca e gerar indicações.
4. **Casamentos.com:**
- **Avaliação:** O canal apresentou um baixo retorno e foi descontinuado.
  - **Recomendação:** Evitar futuros investimentos neste canal e focar em alternativas mais promissoras.

## Conclusão

A análise demonstra que os canais Instagram & Facebook e as plataformas existentes são altamente eficazes para aquisição de clientes, enquanto Google Ads e Casamentos.com necessitam de ajustes significativos. A comunidade e eventos são úteis para fortalecer a marca e devem ser explorados para aproveitar suas oportunidades.

## 8. FUNIL DE VENDAS

### Funil de Vendas

A análise do funil de vendas permite avaliar a eficácia dos canais de aquisição em cada etapa do processo de conversão de potenciais clientes em clientes efetivos. O funil de vendas foi segmentado em três fases: Topo do Funil, Meio do Funil e Fundo do Funil. Abaixo estão os detalhes de cada fase com base nos dados coletados.

#### Topo do Funil

**Objetivo:** Atrair e gerar leads interessados nos serviços oferecidos.

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Google Ads	1.350,00	11.700	11.700	0,12	1,00
Casamentos.com	871,00	2.316	2.316	0,38	1,00
Instagram & Facebook	1.055,09	71.649	71.649	0,01	1,00
<b>Consolidado</b>	<b>3.276,09</b>	<b>85.665</b>	<b>85.665</b>	<b>0,04</b>	<b>1,00</b>

Tabela 12 - Análise do topo do funil de vendas

**Gatilhos de Passagem:**

- **Google Ads:** Chamar no WhatsApp, Ligação
- **Casamentos.com:** Solicitação de orçamento
- **Instagram & Facebook:** "Venha fazer seu evento conosco"

**Meio do Funil**

**Objetivo:** Qualificar leads e movê-los para a próxima fase do funil.

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
<b>Instagram &amp; Facebook</b>	1.055,09	171	171	6,17	1,00
<b>Casamentos.com</b>	871,00	85	85	10,25	1,00
<b>Google Ads</b>	1.350,00	15	15	90,00	1,00
<b>Consolidado</b>	3.276,09	271	271	12,09	1,00

Tabela 13 - Análise do meio do funil

**Fundo do Funil**

**Objetivo:** Converter leads qualificados em clientes.

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
<b>Instagram &amp; Facebook</b>	1.055,09	171	6	175,85	0,04
<b>Google Ads</b>	1.350,00	15	1	1.350,00	0,07
<b>Casamentos.com</b>	871,00	85	0	-	0,00
<b>Consolidado</b>	3.276,09	271	7	468,01	0,03

Tabela 14 - Análise do fundo do funil

**Gatilhos de Passagem:**

- **Instagram & Facebook:** Conversão direta através de contato.
- **Google Ads:** Conversão direta através de contato.
- **Casamentos.com:** Sem conversões efetivas.

**Análise**

- **Total de Pessoas que Efetivaram a Compra:** 7
- **Custo Total de Aquisição de Pessoas:** R\$ 1.404,04
- **Taxa Total de Conversão:** 0,03%

## Observações:

- **Instagram & Facebook** demonstraram alta atratividade e baixo custo de aquisição no topo do funil, mas enfrentaram uma baixa taxa de conversão no fundo do funil. Esse canal mostrou-se promissor, mas a conversão direta precisa ser otimizada.
- **Google Ads** teve um custo de aquisição mais alto e uma taxa de conversão mais baixa no fundo do funil, indicando a necessidade de ajustes na estratégia.
- **Casamentos.com** não gerou conversões e foi descontinuado como canal de aquisição.
- **Plataformas existentes** e **Comunidade** mostraram-se úteis, especialmente quando há um bom tempo de resposta.

Esses dados ajudarão a ajustar as estratégias de marketing e aprimorar a eficácia dos canais de aquisição, focando em otimizar os recursos e melhorar as taxas de conversão em cada estágio do funil de vendas.

## 9. INVESTIMENTO

### Investimento fixo

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Buffet Brilho de Festa	1	10.000,00	10.000,00	100.00
Total		10.000,00	100.00	

### Investimento pré-operacional

Descrição	Valor total (R\$)	%
Criação e registro da marca	5.000,00	45.45
Softwares de gestão	5.000,00	45.45
Uniformes e crachás	1.000,00	9.09
Total	11.000,00	100.00

### Estoque Inicial

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Mantimento	1	500,00	500,00	100.00
Total		500,00	100.00	

## Capital de Giro

## Prazos Médios de Recebimento

Prazo	Média (dias)	ponderada %
15 dias	15	100.00
Total	15	100.00

## Prazos Médios de Pagamento

Prazo	Média (dias)	ponderada %
15 dias	15	100.00
Total	15	100.00

## Resultados

Ciclo Financeiro	5 dias
Prazo Médio de Estoque	5 dias
Prazo Médio de Recebimento	15 dias
Prazo Médio de Pagamento	15 dias
Giro de Caixa Anual	72.00 dias
Necessidade de Capital de Giro	R\$ 21.523,75
Desembolso Anual	R\$ 109.710,00
Reserva Financeira	R\$ 20.000,00

## Investimento Total

## Aplicação de Recursos

## Fontes de Recursos

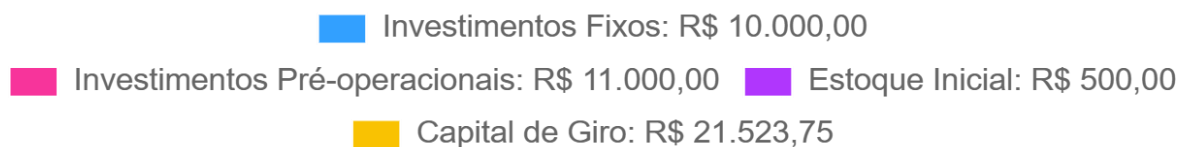
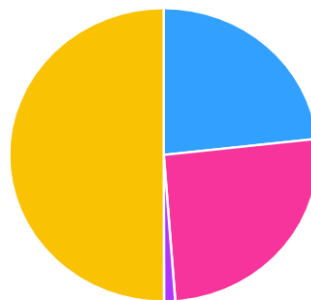
Descrição	Valor (R\$)	%
Abimael Vasconcelos Fiau	10.000,00	50.00 %
Laudirene Soares de Paula	10.000,00	50.00 %
Total	20.000,00	100.00
Total dos investimentos		

Descrição	Valor (R\$)	%
Investimentos fixos	10.000,00	23.24
Investimentos pré-operacionais	11.000,00	25.57
Estoque inicial	500,00	1.16
Capital de giro	21.523,75	50.03
<b>Total</b>	<b>43.023,75</b>	<b>100.00</b>

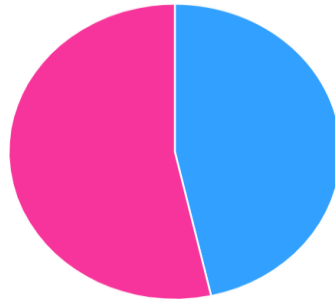
#### Total das fontes de recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Fontes de recurso próprio	20.000,00	46.49
Fontes de recurso de terceiros	23.023,75	53.51
<b>Total</b>	<b>43.023,75</b>	<b>100.00</b>

#### Gráficos Aplicação de Recursos



## Fontes de Recursos



■ Fontes de recurso próprio: R\$ 20.000,00 ■ Fontes de recurso de terceiros: R\$ 23.023,75

## Produtos e Serviços

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
Serviço de buffet	Revenda	65,00

**10. RECEITA**

## Receita

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Serviço de buffet	Produto revenda	de 200	65,00	13.000,00	100.00
Total -				13.000,00	100.00

## Projeção da Receita

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

### Totais mensais

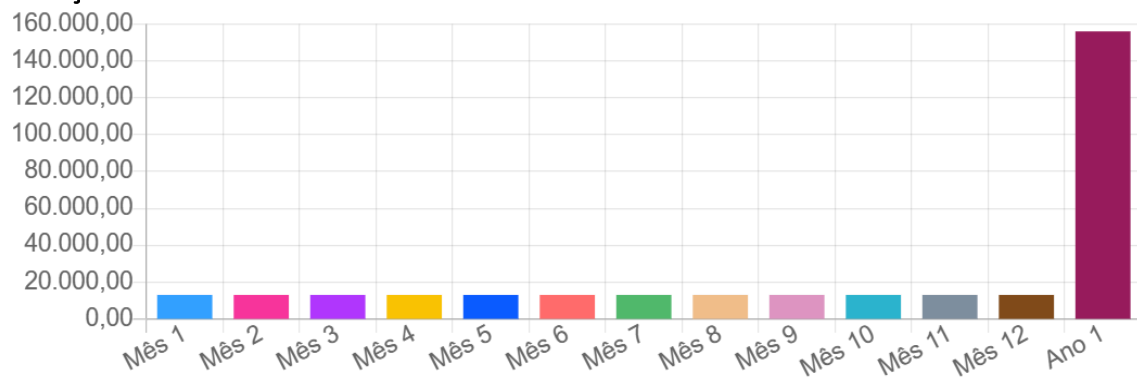
Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	13.000,00
Mês 2	13.000,00
Mês 3	13.000,00
Mês 4	13.000,00
Mês 5	13.000,00
Mês 6	13.000,00
Mês 7	13.000,00
Mês 8	13.000,00
Mês 9	13.000,00
Mês 10	13.000,00
Mês 11	13.000,00
Mês 12	13.000,00

### Totais anuais

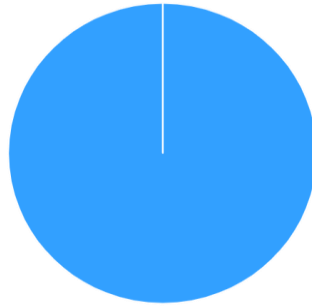
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	156.000,00

### Gráficos

#### Evolução da receita

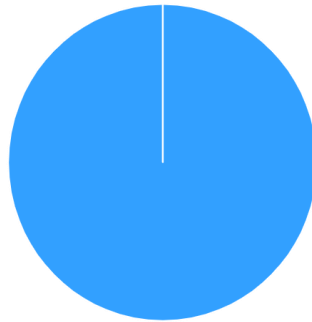


#### Top 5 Geração de receita: Produtos e Serviços



■ Serviço de buffet : R\$ 13.000,00

Receita de acordo com parcelamento



■ 15 dias : : R\$ 13.000,00

## 11.CUSTOS

Custos dos Produtos e Serviços

Produtos de Revenda

Descrição	Valor de aquisição (R\$)	Preço de venda (R\$)
Serviço de buffet	41,00	65,00

**Custo dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos**

Descrição	Custo un. (R\$)	Quant.	Custo total (R\$)	%
Projeção do Custo de Mercadoria Vendida				

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	8.200,00
Mês 2	8.200,00
Mês 3	8.200,00
Mês 4	8.200,00
Mês 5	8.200,00

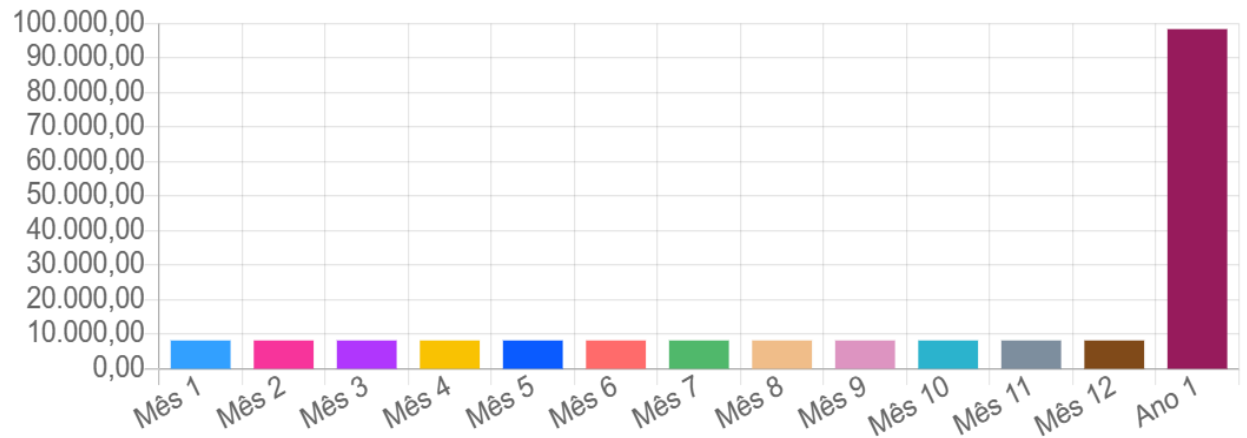
Mês 6	8.200,00
Mês 7	8.200,00
Mês 8	8.200,00
Mês 9	8.200,00
Mês 10	8.200,00
Mês 11	8.200,00
Mês 12	8.200,00

### Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	98.400,00

### Gráfico

#### Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



**Custos Variáveis**

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Total			0,00

Impostos

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Simples	13.000,00	2.75	357,50
Total			357,50

**Projeção dos Custos Variáveis**

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	412,50
Mês 2	412,50
Mês 3	412,50
Mês 4	412,50
Mês 5	412,50
Mês 6	412,50
Mês 7	412,50
Mês 8	412,50
Mês 9	412,50
Mês 10	412,50
Mês 11	412,50
Mês 12	412,50

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	4.950,00

## Depreciação

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Buffet Brilho de Festa	10 anos	10.000,00	10.000,00		

Total

## Custos Fixos

Descrição	Valor total	Porcentagem
Água	50,00	9.43
Aluguéis, condomínio e IPTU	50,00	9.43
Depreciação		
Encargos sociais sobre pró-labore	50,00	9.43
Encargos sociais sobre salários		
Honorários contábeis	25,00	4.72
Luz	50,00	9.43
Marketing e propaganda	50,00	9.43
Materiais de limpeza	100,00	18.87
Material de escritório	50,00	9.43
Pró-labore	50,00	9.43
Salários e Benefícios		
Seguros	10,00	1.89
Tarifas bancárias	20,00	3.77
Telefone e internet	25,00	4.72
Total	530,00	100.00

## Projeção dos Custos Fixos

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

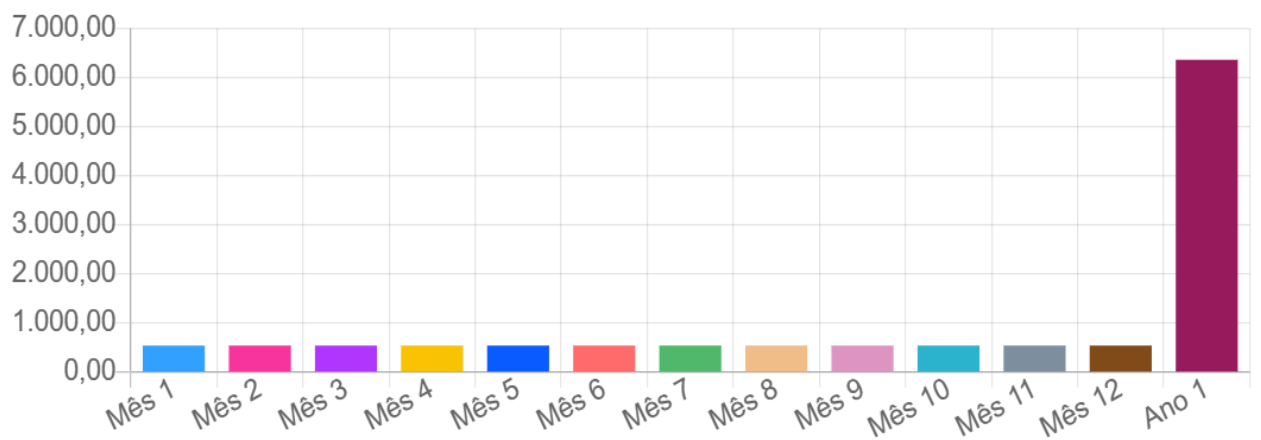
### Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	530,00
Mês 2	530,00
Mês 3	530,00
Mês 4	530,00
Mês 5	530,00
Mês 6	530,00
Mês 7	530,00
Mês 8	530,00

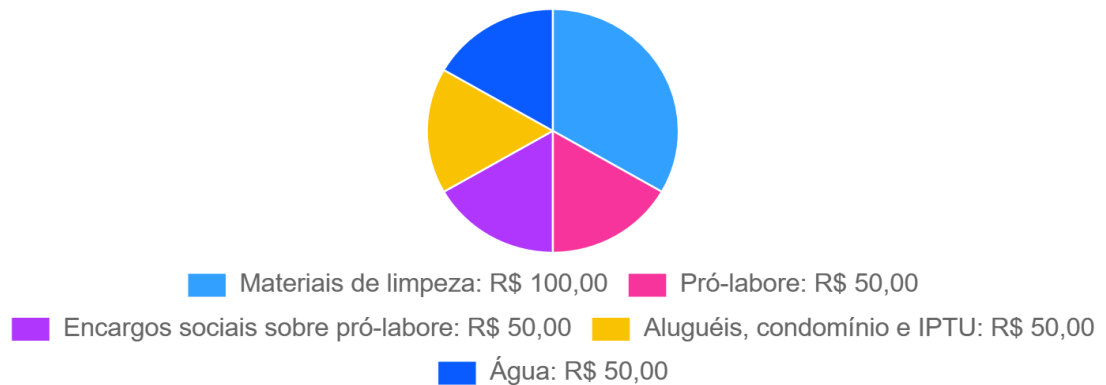
Descrição	Valor (R\$)
Mês 9	530,00
Mês 10	530,00
Mês 11	530,00
Mês 12	530,00
Totais anuais	

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	6.360,00

#### Gráficos Evolução dos Custos Fixos



#### Top 5 Custos Fixos



## 12.DRE

### 1. Receita Total

Descrição	Valor (R\$)	%
Vendas à Vista	0,00	0.00
Vendas a Prazo	13.000,00	100.00
<b>Total</b>	<b>13.000,00</b>	<b>100.00</b>

### 2. Custos Variáveis Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
CPV - Custos dos Produtos de Vendidos	0,00	0.00
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	8.200,00	63.08
CSV - Custos dos Serviços Vendidos	0,00	0.00
Impostos Federais	357,50	2.75
<b>Total</b>	<b>8.557,50</b>	<b>65.83</b>

### 3. Margem de Contribuição

	Valor (R\$)	%
<b>Total</b>	<b>4.442,50</b>	<b>34.17</b>

### 4. Custos Fixos Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
Pró-labore	50,00	0.39
Encargos sociais sobre pró-labore	50,00	0.39
Salários e Benefícios	0,00	0.00
Encargos sociais sobre salários	0,00	0.00
Aluguéis, condomínio e IPTU	50,00	0.39
Água	50,00	0.39
Luz	50,00	0.39
Telefone e internet	25,00	0.19
Seguros	10,00	0.08

Descrição	Valor (R\$)	%
Depreciação	0,00	0.00
Honorários contábeis	25,00	0.19
Tarifas bancárias	20,00	0.15
Marketing e propaganda	50,00	0.39
Material de escritório	50,00	0.39
Materiais de limpeza	100,00	0.77
<b>Total</b> 530,00	<b>4.08</b>	

### 5. Resultado Operacional

	Valor (R\$)	%
<b>Total</b>	<b>3.912,50</b>	<b>30.10</b>

Projeção da DRE

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

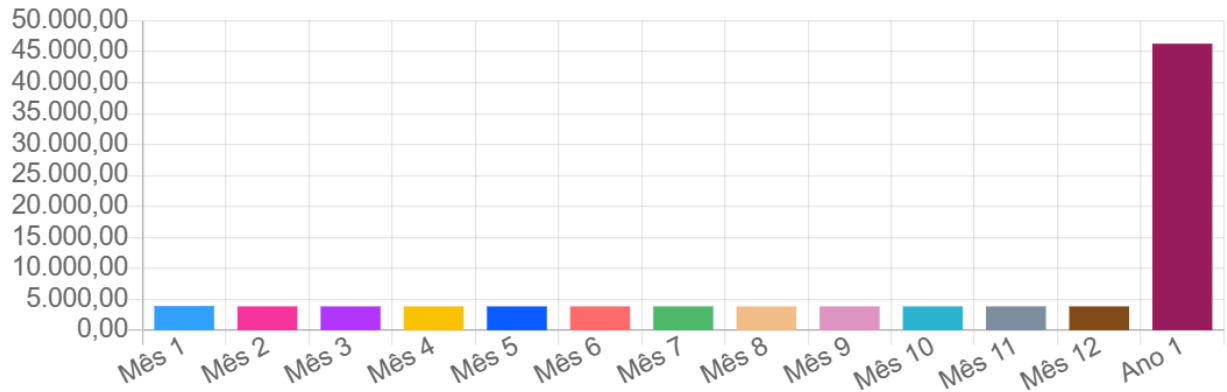
Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	3.912,50
Mês 2	3.857,50
Mês 3	3.857,50
Mês 4	3.857,50
Mês 5	3.857,50
Mês 6	3.857,50
Mês 7	3.857,50
Mês 8	3.857,50
Mês 9	3.857,50
Mês 10	3.857,50
Mês 11	3.857,50
Mês 12	3.857,50

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	46.290,00

Gráficos Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



### 13.INDICADORES FINANCEIROS

#### Resumo Financeiro

Descrição	
Receita Anual	R\$ 156.000,00
Custos Variáveis	-R\$ 103.350,00
Margem de Contribuição	R\$ 52.650,00
Custos Fixos	-R\$ 6.360,00
Resultado	R\$ 46.290,00
Lucratividade Anual	29.67 %
Outros Indicadores	

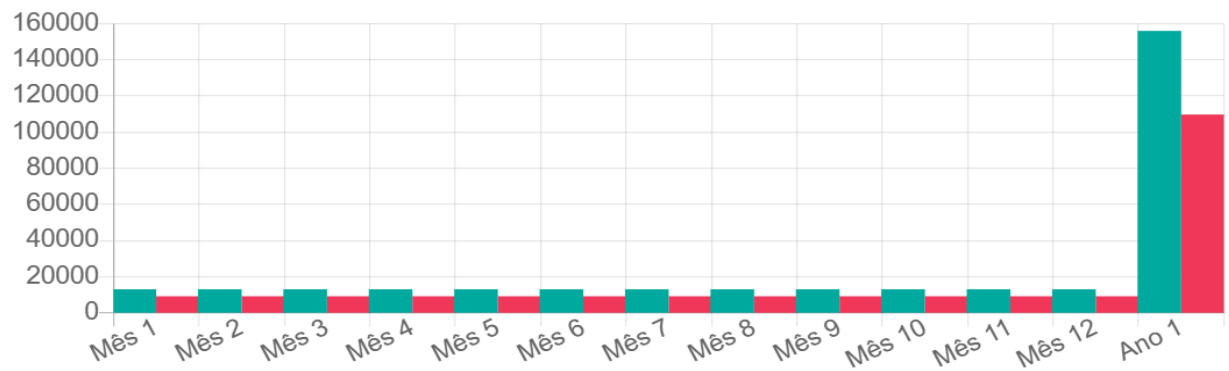
Descrição	
Playback Simples	12 meses
Rentabilidade Anual	107.59 %
Pontos de Equilíbrio	
Lucro Desejado: R\$ 100.000,00	

Descrição	
PE Contábil	R\$ 18.844,44
PE Financeiro	R\$ 18.844,44
PE Econômico	R\$ 315.140,74
Gráficos Indicador de Lucratividade	

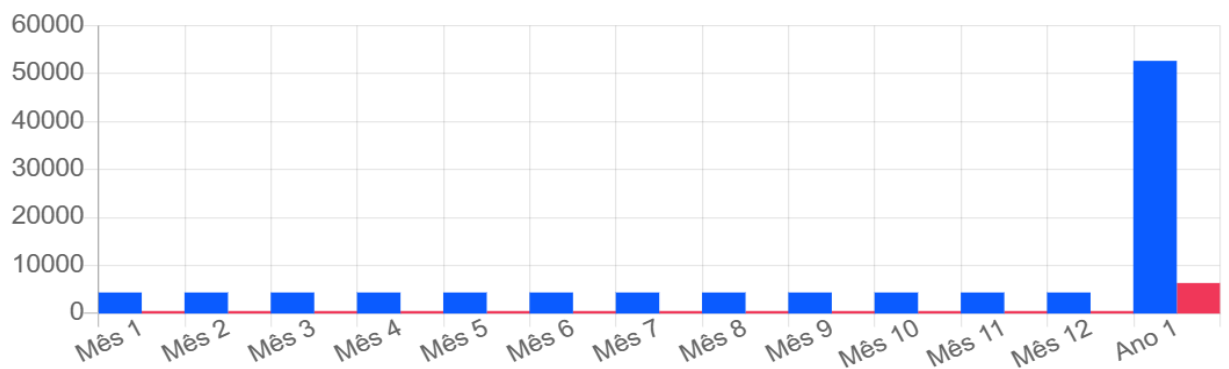


■ Custos Variáveis: 66.25%   
 ■ Custos Fixos: 4.077%  
■ Resultado: 29.673%

### Receitas x Custos



### Margem de Contribuição x Custos Fixos



## 14.SIMULADOR DE RESULTADOS

Percentuais Aplicados

### Cenário Otimista

- Receita maior em: 20% Custo menor em: 10% Cenário

### Pessimista

- Receita menor em: 10% Custo maior em: 10%
- Investimento menor em: 30%
- Investimento maior em: 10%

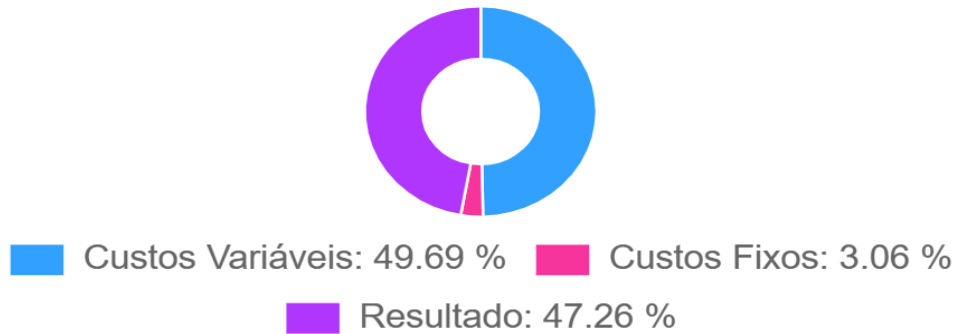
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Receita Anual	R\$ 156.000,00	R\$ 187.200,00	R\$ 140.400,00
Custos Variáveis	-R\$ 103.350,00	-R\$ 93.015,00	-R\$ 113.685,00
Margem de Contribuição	R\$ 52.650,00	R\$ 94.185,00	R\$ 26.715,00
Custos Fixos	-R\$ 6.360,00	-R\$ 5.724,00	-R\$ 6.996,00
Resultado	R\$ 46.290,00	R\$ 88.461,00	R\$ 19.719,00

### Indicadores Financeiros

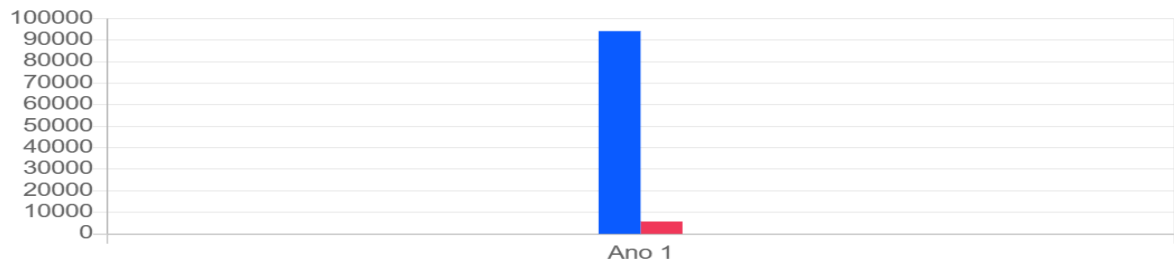
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Lucratividade Anual	29.67 %	47.26 %	14.04 %
Playback Simples	12 meses	5 meses	28 meses
Rentabilidade Anual	107.59 %	293.73 %	41.67 %
PE Contábil	R\$ 18.844,44	R\$ 11.376,78	R\$ 36.766,87
PE Financeiro	R\$ 18.844,44	R\$ 11.376,78	R\$ 36.766,87
PE Econômico	R\$ 315.140,74	R\$ 210.132,57	R\$ 562.308,18

## Gráficos Cenário Otimista

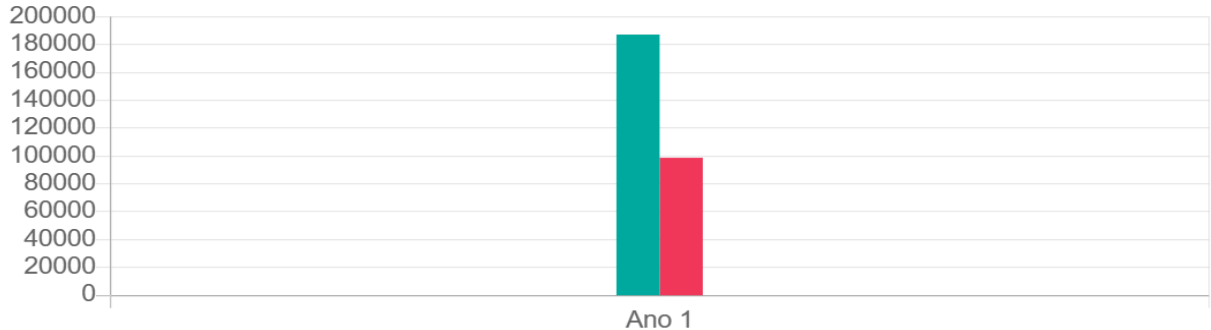
## Avaliação das Pontuações



## Margem de Contribuição x Custos Fixos



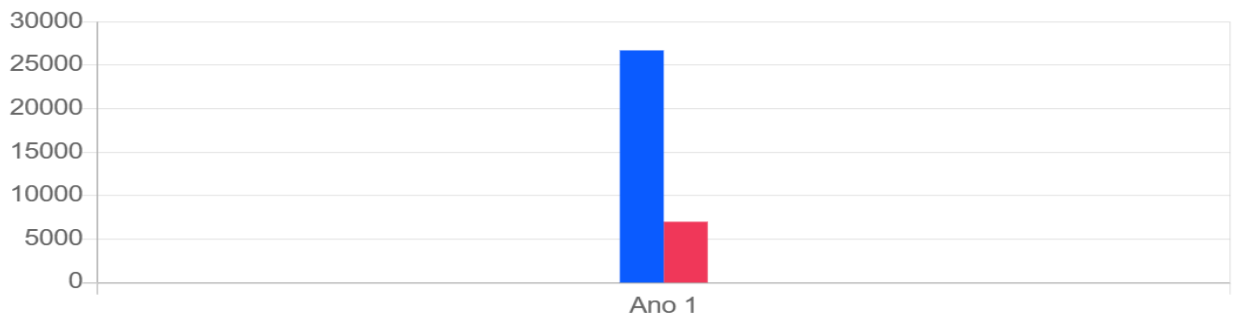
## Receitas x Custos



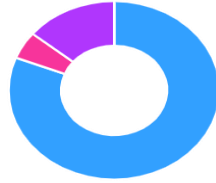
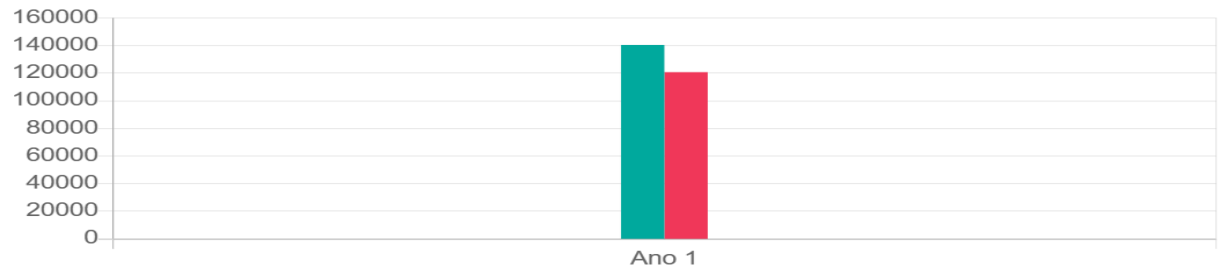
## Gráficos Cenário Pessimista

## Avaliação das Pontuações

## Margem de Contribuição x Custos Fixos



## Receitas x Custos



■ Custos Variáveis: 80.97 % ■ Custos Fixos: 4.98 %  
■ Resultado: 14.04 %

## CONCLUSÃO & CONSOLIDAÇÃO DOS RESULTADOS

Este trabalho permitiu a aplicação de ferramentas de análise competitiva como estratégias fundamentais para identificar os cenários de investimento mais promissores. Através da análise estratégica, foi possível validar os cenários propostos e, com o uso da ferramenta computacional PNBOX, explorar as quatro oportunidades de negócio. Ressalta-se que o domínio das ferramentas de gestão estratégica é essencial para a elaboração de um plano de negócios detalhado, garantindo maior precisão nas análises e maior assertividade na tomada de decisões de investimento em novas oportunidades de negócios

### Síntese das Análises Realizadas:

#### 1. Análise de Canais de Aquisição:

- **Instagram & Facebook** destacaram-se pela alta atratividade e baixo custo de aquisição de cliente (CAC) no topo do funil. Contudo, a taxa de conversão no fundo do funil foi baixa, indicando a necessidade de otimização para melhorar a conversão direta.
- **Google Ads** apresentou um alto custo de aquisição e baixa taxa de conversão, o que sugere uma revisão das estratégias aplicadas a esse canal.
- **Casamentos.com** não gerou retornos satisfatórios e foi descontinuado como canal de aquisição.
- **Comunidade e Eventos** mostraram-se importantes para a aquisição de novos clientes, com a Comunidade se destacando em termos de relacionamento e viabilidade.
- **Plataformas Existentes** mostraram um custo de aquisição mais baixo, com a melhoria no tempo de resposta no WhatsApp resultando em um impacto positivo no faturamento.

#### 2. Análise do Funil de Vendas:

- No topo do funil, **Instagram & Facebook** foram os canais mais eficazes em termos de atratividade e custo. No entanto, a conversão no fundo do funil foi limitada.
- **Google Ads** e **Casamentos.com** mostraram dificuldades em converter leads em clientes efetivos, justificando uma revisão das abordagens nesses canais.
- A taxa de conversão geral foi baixa, destacando a necessidade de melhorias nas estratégias de conversão e acompanhamento de leads.

#### 3. Avaliação de Persona e Proposta de Valor:

- As análises das personas **Geissyane** e **Ester** revelaram a importância de compreender profundamente os desafios e ganhos esperados pelos clientes. Isso ajudou a ajustar a proposta de valor e a melhorar a comunicação com o público-alvo.

#### 4. Avaliação Comparativa e Melhoria:

- A análise comparativa com buffets de referência destacou a importância de identificar pontos fortes e áreas de melhoria para aprimorar a qualidade dos serviços e a satisfação dos clientes. A construção de um plano de ação baseado em tais insights é crucial para a competitividade e fidelização dos clientes.

## 5. Validação das Hipóteses:

- A validação das hipóteses confirmou que a satisfação do cliente é um meio vital de sustentabilidade do negócio, a qualidade do atendimento está diretamente ligada à quantidade de contratos fechados, e a melhoria dos canais de vendas nas redes sociais pode aumentar o faturamento.

## Consolidação dos Resultados para o Negócio:

A implementação das ações abordadas neste trabalho gerou resultados significativos para o negócio de buffet **Brilho de Festa Eventos**. A seguir, estão consolidadas as principais conquistas e aprendizados obtidos durante o período de planejamento, implementação e aplicação das ferramentas de análise competitiva e marketing:

### 1. Processo de Atendimento Personalizado:

- Foi estabelecido um processo de atendimento personalizado com um número específico para o serviço de buffet, facilitando a comunicação com os clientes e aprimorando o atendimento.

### 2. Desempenho dos Canais de Venda:

- **Instagram & Facebook** demonstraram uma performance robusta:
  - **Investimento:** R\$ 5.275,45
  - **Pessoas Alcançadas:** 1.249
  - **Orçamentos Enviados:** 154
  - **Agenda de Visitas:** 36
  - **Novos Clientes:** 30
  - **Custo de Aquisição de Cliente (CAC):** R\$ 175,85
  - **Taxa de Conversão:** 19,48%
- A análise revelou que a abordagem através desses canais foi eficiente em gerar novos clientes e contratos.

### 3. Solicitações Diárias:

- O canal de WhatsApp recebeu solicitações de orçamento diariamente, evidenciando a importância desse canal na aquisição de clientes e na geração de leads qualificados.

### 4. Faturamento Gerado:

- Com um valor médio de contrato de R\$ 5.000,00, foram gerados aproximadamente R\$ 150.000,00 em faturamento em um período de 5 meses. Esse resultado é fruto da aplicação das ferramentas e metodologias do plano de negócios e marketing.

Em resumo, este trabalho não apenas validou as ferramentas de análise e os cenários propostos, mas também ofereceu insights valiosos sobre a eficácia dos canais de aquisição e as estratégias de marketing. A combinação dessas análises permite um planejamento mais eficaz e uma abordagem mais direcionada para o crescimento e sucesso contínuo do negócio.