

Pastelaria Pau de Canela



Casos em Gestão Estratégica

Mestrado em Ciências Empresariais

2º Semestre | 1º ano

Ano letivo 2023/2024

Docente: Professora , Carla Curado

Discentes:

- Ana Carolina Almeida, nº I60907
- André dos Santos, nº I60513
- Maria Rita Espargosa, nº I53949
- Rita Sequeira, nº I61153

Pau
de
Canela



Índice

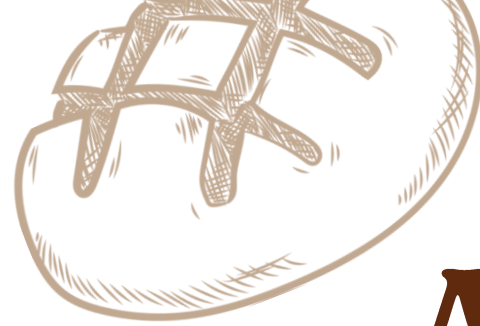


- **Introdução**
- **Caracterização da Organização**
- **Análise Interna**
- **Análise Externa**
- **Desenvolvimento do Caso**
- **Conclusão**



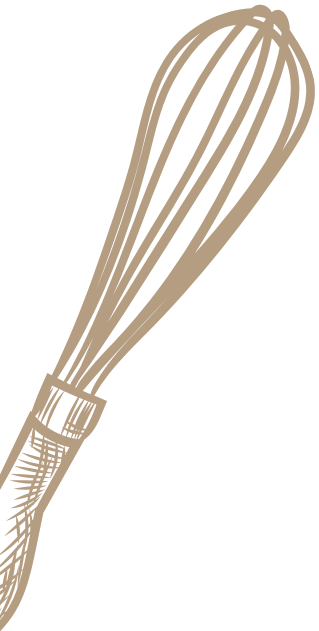
“A melhor maneira de começar o dia é com um bom pedaço do Nosso Bolo de Chocolate”





Apresentação da Empresa

Pau de Canela Doce, uma empresa inovadora no setor de Pastelaria e Panificação, comprometida com a excelência, sustentabilidade e a entrega de produtos artesanais de alta qualidade



Evolução Histórica

Sobral – Julho 2000



Carregado – Março 2012



Alvalade – Fevereiro 2016



VFX – Maio 2003



Póvoa – Setembro 2014



Evolução Histórica

Alverca - Dezembro 2019

Baixa - Novembro 2017

Benfica - Outubro 2016



Alhandra - Julho 2019

Parque das Nações -
Abril 2023



Valores

Qualidade

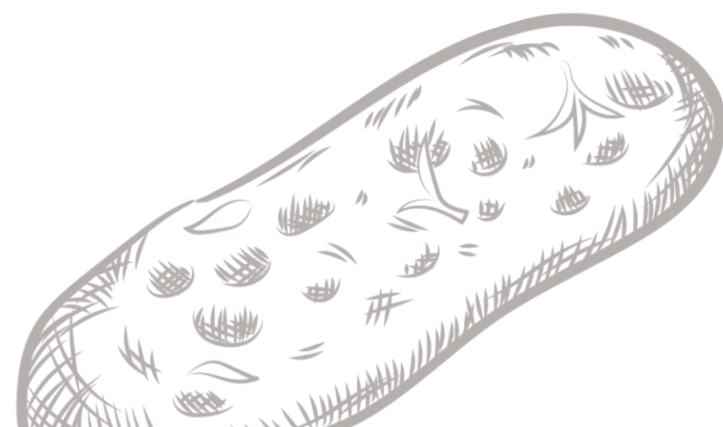
Autenticidade

Inovação



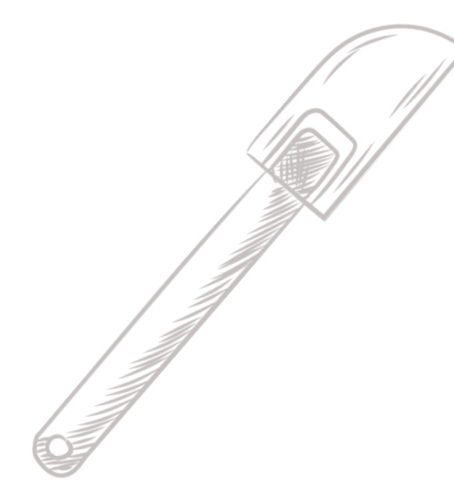
MISSÃO

Trazer ao mundo sabores tradicionais e satisfazer os clientes através das suas iguarias, doces, bolos e produtos de panificação...





Recursos Tangíveis



Instalações e Localizações

- Operação em múltiplas localidades
- Inclui lojas, armazéns e fábricas
- Eficiência operacional como vantagem competitiva
- Capacidade de resposta rápida à demanda do mercado
- Manutenção da qualidade dos produtos

Equipamentos de Produção

- Equipamentos modernos e eficientes
- Possibilita a produção de produtos de alta qualidade

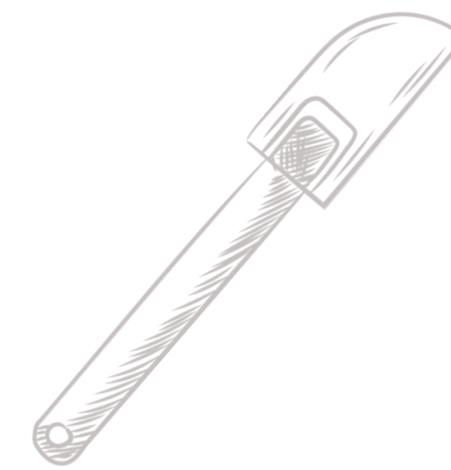
Stock de Matérias-Primas

- Importância de matérias-primas de qualidade
- Gestão eficaz de stocks
- Redução de desperdícios
- Contribuição para a sustentabilidade





Recursos Intangíveis



Marca e Reputação

- Associada à qualidade, tradição e inovação
- Reputação valiosa construída ao longo dos anos
- Facilita a expansão e aceitação em novos mercados

Website

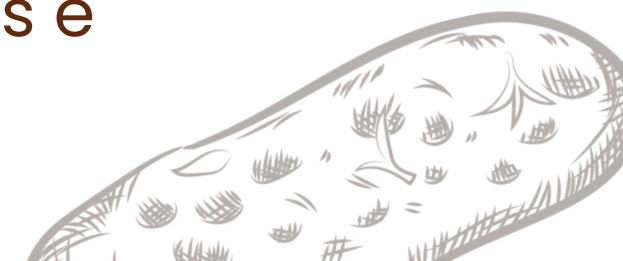
- Melhorar a experiência do usuário e aumentar a visibilidade online.
- Modernizar o site para reforçar a interação com clientes e fortalecer a presença digital.

Conhecimento e Experiência

- Know-how especializado em pastelaria e panificação
- Recurso intangível difícil de replicar
- Promove liderança em qualidade e inovação de produtos

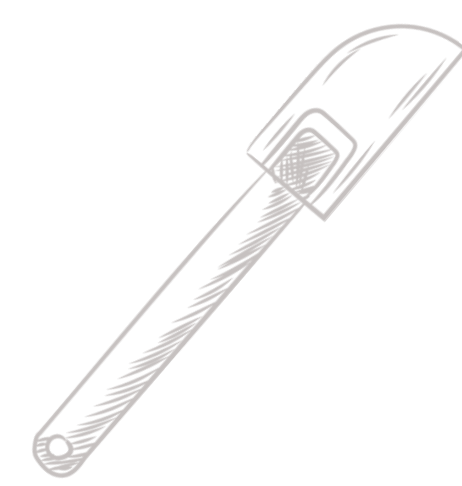
Relacionamentos com Fornecedores

- Relacionamentos duradouros e de confiança
- Garantia de acesso contínuo a ingredientes de qualidade
- Condições favoráveis essenciais para a expansão
- Permite aumentar a produção sem perder qualidade





Capacidades



Gestão de Operações

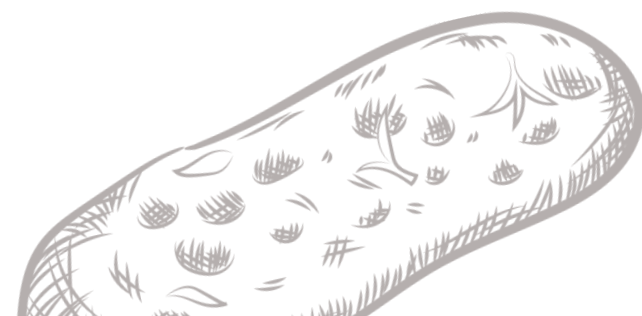
- Eficiência em todas as fases do processo produtivo
- Inclui aquisição de matérias-primas, produção, logística e distribuição
- Utilização de um sistema integrado de inventário, produção e vendas

Inovação em Produtos

- Equilíbrio entre inovação e tradição
- Adaptação a novas preferências dos consumidores

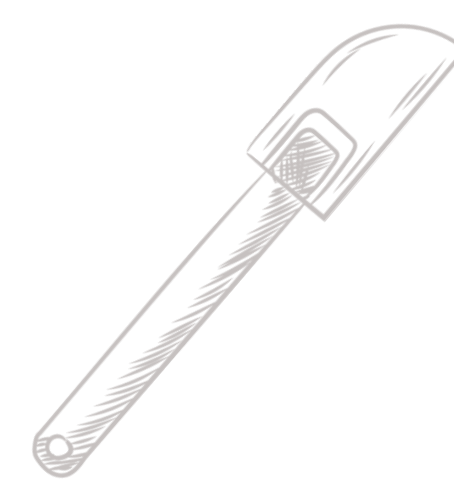
Resposta Rápida ao Mercado

- Capacidade em responder a mudanças da procura sazonal e tendências de mercado





Competências



Excelência na Produção

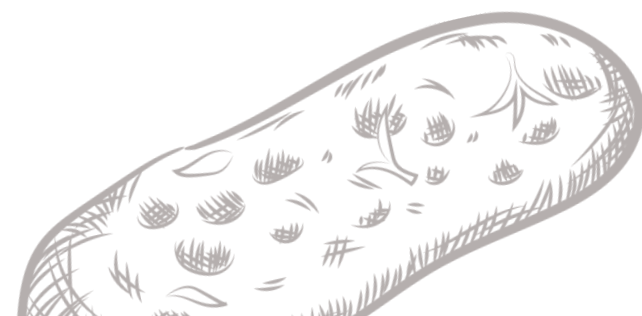
- Contínua procura pela qualidade em todas as etapas de produção
- Seleção cuidadosa das matérias-primas
- Aplicação de técnicas de produção avançadas

Gestão de Relacionamento com o Cliente

- Uso das redes sociais para atrair novos clientes
- Partilhar sobre a origem dos produtos e processos de produção
- Fortalecimento da conexão emocional com a marca através de conteúdo relevante

Adaptação e Flexibilidade

- Implementação de serviços de entrega ao domicílio
- Introdução de opções de encomendas online



Análise Pestel

Fatores Políticos&Legais

- Eleições Legislativas;
- Normas de Higiene e segurança alimentar;
- Autoridade da Segurança Alimentar e Económica (ASAE).

Fatores Sociais

- Envelhecimento demográfico;
- Aumento da população residente no norte de Portugal;
- Cultura Portuguesa.


Fatores Económicos

- Economia Portuguesa Cresce;
- Redução Inflação e ajuda dos Fundos Europeus;
- Taxa de desemprego estimada para Portugal, em 2024, é de 6,5% ;
- Diferentes % de Iva a aplicar.

Fatores Tecnologicos

- Investimento do setor tecnológico;
- uma maior empregabilidade neste setor;
- Digitalização das empresas;
- Crescimento das E-commerce;

5 Forças de Porter



Ameças da entrada de
novos Concorrentes:

Elevada

Ameças
Produtos/Serviços
Substitutos:

Elevada



Poder de Negociação
dos Clientes:

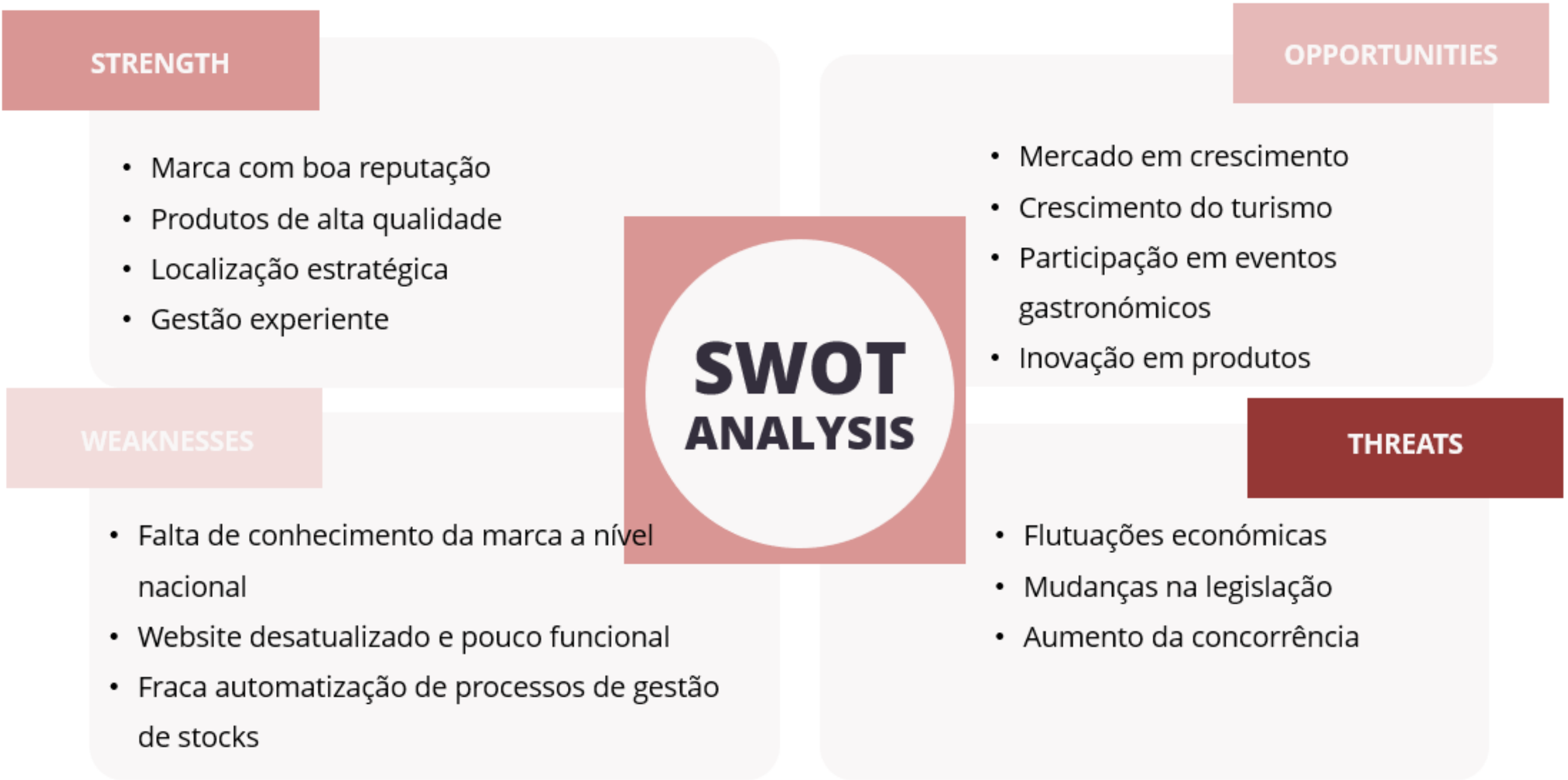
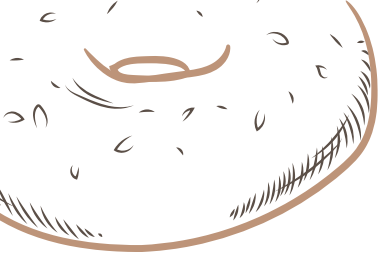
Elevada

Poder de Negociação
dos Fornecedores:

Baixo

Rivalidade entre
Concorrentes:

Elevada



Desenvolvimento do caso

Questão Estratégica



Deverá a Pau de Canela expandir-se para a Área Metropolitana do Porto?

Critério de decisão

$$\frac{\text{Aluguer Porto}}{\text{Densidade Município Porto}} < \frac{\text{Aluguer Benfica}}{\text{Densidade Município Lisboa}}$$

Proporção do preço de aluguer relativamente à densidade populacional do município do Porto ser **inferior** à proporção do preço de aluguer da loja de Benfica relativamente à densidade populacional de Lisboa

Concorrentes

Fábrica da Nata

- Cadeia com múltiplas localizações em Portugal;
- Forte presença digital com site próprio e ativa nas redes sociais;
- Especialização em pastéis de nata;
- Estratégias de marketing focadas na experiência portuguesa autêntica, utilizando as suas especialidades como principal atrativo.

Padaria Formosa

- Estabelecimento tradicional com uma única localização significativa;
- Presença moderada nas redes sociais e site com informações básicas;
- Variedade de pães e doces portugueses;
- Utiliza a tradição e a qualidade dos produtos como sua principal ferramenta de marketing.

Pastelaria Petúlia

- Estabelecimento bem estabelecido com uma boa presença física no Porto;
- Presença robusta nas redes sociais e site informativo;
- Ampla gama de bolos, pães e doces;
- Foca na qualidade e tradição, utilizando isso como um chamariz para turistas e locais.

Manteigaria

- Bastante popular, especialmente entre turistas;
- Forte visibilidade online, direcionada ao turismo
- Especializada em pastéis de nata;
- Estratégias de marketing que destacam a especialidade e atraem turistas.

Estudos de Mercado

Densidade Populacional

Porto:

- Município da Área Metropolitana do Porto com maior densidade;
- Densidade superior comparativamente ao município de Lisboa, onde se localiza a loja de Benfica;
- Variação positiva contrariamente a Lisboa, entre 2017 e 2022.

Tabela 1 - Densidade Populacional considerando as três NUTS e municípios da Área Metropolitana do Porto.

Âmbito Geográfico	Territórios	N.º médio de indivíduos por Km²		Variação 2017 - 2022 (%)
		2017	2022	
NUTS 2024	Portugal	112,1	113,2	0,98%
NUTS I	Continente	110,5	111,7	1,09%
NUTS II	Norte	168,9	170,1	0,71%
NUTS III	Área Metropolitana do Porto	850,2	864,6	1,69%
Município	Arouca	65,3	63,7	-2,45%
Município	Espinho	1 481,7	1 500,9	1,30%
Município	Gondomar	1 248,8	1 260,5	0,94%
Município	Maia	1 622,2	1 673,5	3,16%
Município	Matosinhos	2 780,0	2 813,7	1,21%
Município	Oliveira de Azeméis	411,0	414,1	0,75%
Município	Paredes	539,0	543,2	0,78%
Município	Porto	5 652,5	5 753,2	1,78%
Município	Póvoa de Varzim	770,4	797,6	3,53%
Município	Santa Maria da Feira	631,8	638,6	1,08%
Município	Santo Tirso	503,0	495,4	-1,51%
Município	São João da Madeira	2 750,4	2 901,1	5,48%
Município	Trofa	533,4	544,9	2,16%
Município	Vale de Cambra	146,2	144,2	-1,37%
Município	Valongo	1 246,5	1 297,1	4,06%
Município	Vila do Conde	535,9	555,0	3,56%
Município	Vila Nova de Gaia	1 789,3	1 820,8	1,76%
NUTS III	Grande Lisboa	1 476,4	1 492,1	1,06%
Município	Lisboa	5 508,1	5 466,5	-0,76%

Fonte: Pordata, 2024

Estudo de Mercado

Turismo

Portugal, 2023

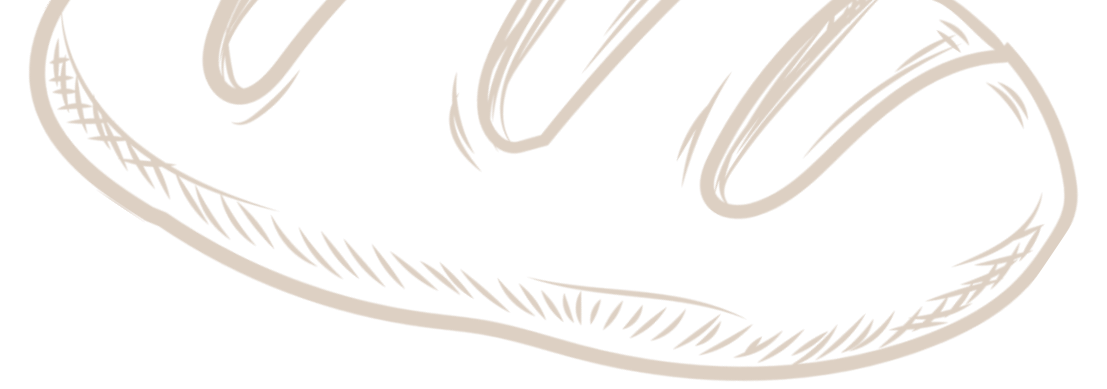
- Receitas superiores a 25 mil milhões de euros;
- 30 milhões de hóspedes.

Porto e Região Norte, 2023

- Regiões que mais turistas nacionais atraíram;
- Desenvolvimento de novas estratégias para promoverem estas regiões.

Área Metropolitana do Porto

- Aumento em 30% do número de dormidas em 2023;
- Em 2023, em média, chegam diariamente 50 mil turistas ao aeroporto do Porto.
- Em 2022, 63% dos turistas foram estrangeiros, tendo havido um aumento deste indicador relativamente a 2017.



Estudo de Mercado

Previsão de vendas

Vendas de todas as lojas num todo

- 6 120 737, 41€

Loja com maior faturação: Baixa Chiado

- 1 025 333, 19€
- **Turismo**

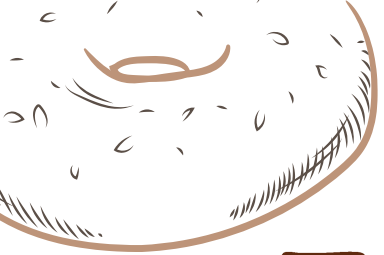
Loja do Benfica

- 821 508, 12€

Previsão

- A densidade populacional e o turismo no Porto são superiores relativamente a Lisboa, assim, consideramos uma estimativa de vendas superior à da loja em Benfica – loja referência.





Estudo de Mercado

Arrendamento

Benfica

- Loja, cozinha, armazém, fábrica
- 273 metros quadrados;
- Renda de 9 500€

Espaço Comercial em Agramonte



Fonte: Idealista, 2024

- 349 metros quadrados;
- Renda de 3 500€

Espaço comercial em Bolhão



Fonte: Idealista, 2024

- 338 metros quadrados;
- Renda de 8 500€

Espaço comercial na rua da Firmeza



Fonte: Idealista, 2024

- 270 metros quadrados;
- Renda de 1 299€

Valores de aluguer acessíveis comparativamente à loja de referência e localização acessível a turistas e população residente

Análise Quantitativa - Indicadores

Benfica

- Renda: 9 500€
- Densidade populacional do município de Lisboa: 5 466 pessoas por quilómetro quadrado.

Proporção: **174%**

Agramonte

- Renda: 3 500€
- Densidade populacional do município do Porto: 5 753 pessoas por quilómetro quadrado.

Proporção: **61% < 174%**

Bolhão

- Renda: 8 500€
- Densidade populacional do município do Porto: 5 753 pessoas por quilómetro quadrado.

Proporção: **148% < 174%**

Rua da Firmeza

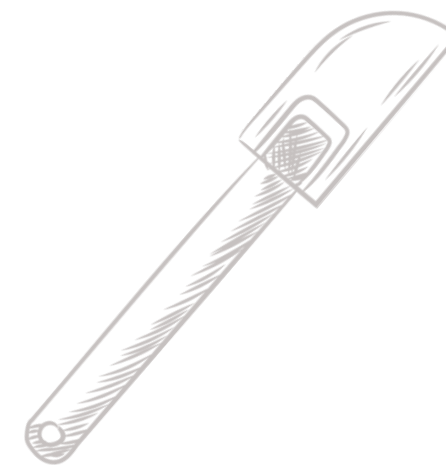
- Renda: 1 299€
- Densidade populacional do município de Porto: 5 753 pessoas por quilómetro quadrado.

Proporção: **23% < 174%**

A close-up photograph of a wicker basket filled with various types of bread. On the left, there are several long, golden-brown baguettes with a cracked crust. In the center and right, there are smaller rolls and braided breads, some with a reddish-orange glaze or filling. The breads are resting on a light-colored, patterned fabric. A white, cloud-shaped text box is overlaid in the center of the image.

Opção escolhida

A Pau de Canela deverá
abrir uma loja no Porto.



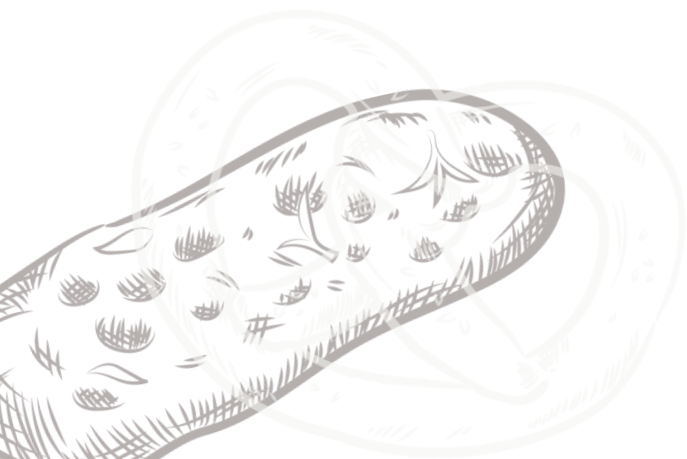
Prós e contras da escolha

- **Prós**

- Reconhecimento na Região Norte de Portugal;
- Aumento do lucro da empresa após retorno do investimento.

- **Contras**

- Direcionamento de recursos a um novo mercado em vez de investir na região onde a Pau de Canela já é reconhecida;
- Possibilidade da necessidade de um investimento inicial significativo na renovação do espaço.



Riscos associados com a expansão

- **Reduzido destaque no mercado**

↳ Mitigação: É necessário haver uma diferenciação da concorrência, através de produtos únicos, preços competitivos e/ou ambiente diferenciado

- **Fraca Adesão**

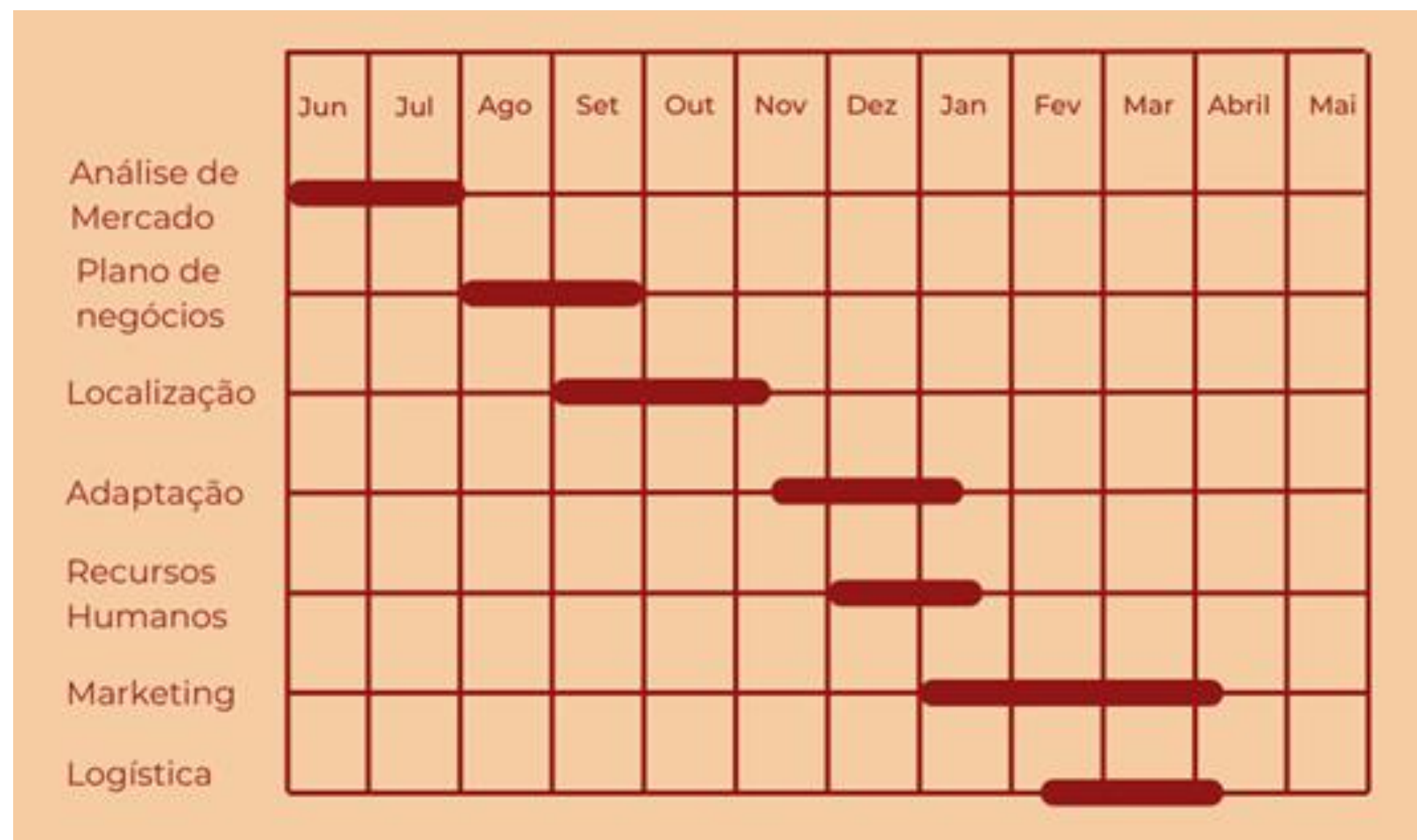


↳ Mitigação: Maior investimento em marketing e publicidade, de forma a aumentar o reconhecimento da marca e gerar interesse nos consumidores

- **Retorno do investimento superior ao previsto**

↳ Mitigação: Mensuração de custos e de receitas realista, análise de mercado, controlo rigoroso de custos e a monitorização o do desempenho da nova loja

Plano de ação



- Delineamento das etapas do projeto com a respectiva duração;
- Abertura da loja dia 25 de Abril de 2025.



Conclusão



- **Escolha do critério: Proporção do preço de aluguer relativamente à densidade populacional do município do Porto ser inferior à proporção do preço de aluguer da loja de Benfica relativamente à densidade populacional de Lisboa;**
- **Vantagens apresentadas superam significativamente os desafios;**
- **O elevado turismo, a densidade populacional e os preços de renda mais atrativos, em comparação com a loja de Lisboa, foram os indicadores que mais impactaram a decisão de implementação do projeto;**
- **Abertura de nova loja no município do Porto: município com maior densidade dentro da Área Metropolitana do Porto.**