

FACULDADE UNINA

PLANO DE NEGÓCIOS: Delícias da Dona Célia

ITAJAÍ - SC

2024

1 DADOS DO ESTUDANTE

Nome completo: Jussara Cristina da Silva

Cidade: Itajaí

Estado: Santa Catarina

Curso: Administração

Template 1: Sumário executivo e análise de mercado

1. Sumário Executivo

Descrição do Negócio: Qual é o conceito do negócio? Qual problema ele resolve?

Este plano de negócios tem como objetivo verificar a viabilidade da criação de abertura da Boutique a **Delicias da Dona Célia** na cidade do Itajaí, mais precisamente no bairro São João. A Boutique DELICIAS DA DONA CELIA, tem como objetivo proporcionar aos seus clientes uma experiência inesquecível por meio de seus produtos diferenciados, por um valor acessível. Sabor, qualidade, baixo custo e variedade são itens cada vez mais exigidos às empresas fabricantes de alimentos. A busca por novos sabores impulsiona uma nova oportunidade. Visando isso o empreendimento pretende atender os públicos de classe A,B, C e D, ofertando doces de qualidade com preços acessíveis.

A Boutique DELICIAS DA DONA CÉLIA, está sendo desenvolvida por apresentar uma oportunidade no setor de alimentos, visto que há uma escassez desse tipo de comércio no bairro e um forte crescimento no setor inclusive na categoria de delivery que se aplica a empresa.

A ideia da criação da DELICIA DA DONA CÉLIA surgiu da paixão da proprietária pela gastronomia, especialmente, pela confeitaria, tomando mais força no período da pandemia em 2020, como uma forma de levantar fundos financeiros para uma de suas filhas que acabará ficando desempregada naquele cenário em que o mundo parou.

Missão e Visão: Qual é o propósito do negócio? Onde você vê seu negócio em 5 anos?

Com a missão de incentivar o consumo de produtos de alta qualidade pela clientela pretendida, seja no ambiente aconchegante de sua própria casa ou no ambiente da confeitaria, ao mesmo tempo em que oferece um atendimento excepcional. E a visão vivenciar e trabalhar em plena consciência. Sonhar, inspirar e atuar como agente de mudança para fazer as pessoas e o mundo melhores, partindo do entendimento da necessidade de um direcionamento e busca por objetivos claros, pode-se entender o que precisará ser feito para realizá-los, foi esse o pressuposto usado na criação da visão empresarial da empresa.

Daqui a 5 anos, a empresa pretende criar novos espaços para que se ofereça uma pausa na correria da vida cotidiana, onde o cliente possam aproveitar um momento do seu dia para relaxar e degustar alguns quitutes, a DELICIA DA DONA CÉLIA pretende chegar em áreas onde o acesso é limitado, tem o público mas não tem o local adequado para que essas pessoas frequentem. É a expansão do negócio não apenas nas áreas centrais da cidade e sim criar filiais que possam atender os variados níveis sociais.

Objetivos principais: Quais são as metas de curto e longo prazo?

Objetivos e metas a Curto Prazo.

- Criar uma cadeia de clientes.
- Trabalhar com marketing social e mídias para propagar a confeitarias
- Estabelecer uma equipe proativa, dividida em setor financeiro, administrativo e produção.
- Alinhar objetivos da empresa através de planejamento e plano de negócio.

Objetivos e metas a longo Prazo.

- Criar Filiais em Itajaí e região (Navegantes, Balneário Camboriú, Penha e Piçarras).
- Ofertar cursos profissionalizantes no seguimento de confeitaria.
- Ser referência na cidade tanto como Confeitaria de ponta como expandir oportunidades no mercado de trabalho.

Informação sobre os fundadores: Quem está por trás do negócio e quais são suas qualificações?

A fundadora da empresa é Célia Teresa dos Santos, aposentada de 64 anos que atuou por muitos anos como alfabetizadora na cidade de Itajaí. Quem tirou o sonho do papel foi sua filha Jussara que atualmente é estudante de administração e também trabalha com redes sociais. A primeira ideia era apenas confeccionar doces durante

o período de festa junina, principalmente durante a pandemia, realizando entregas de porta em porta e vendas na própria casa.

Atualmente, o negócio vem buscando cada vez mais investir na qualidade de seus produtos e no diferencial com doces de qualidade e com gostinho caseiro, atendendo toda a grande Itajaí, em um tempo de entrega rápido, a empresa se encontra em fase de amadurecimento, onde está sendo estruturado sua parte interna administrativa.

2. **Análise de Mercado**

Descrição do público-alvo: Quem são seus clientes? Qual é o perfil demográfico?

Tem como foco, comerciantes que trabalham nas proximidades da confeitaria, como clientes para compra direta no estabelecimento, e pessoas interessadas com trabalhos de entregas e encomendas.

Após observar que aproximadamente 50% de seus clientes, o consumo para doces e a parte confeitaria mostrava que entre o valor pago por eles gira em torno de R\$10,00 á R\$30,00, a partir da junção das respostas mais ditas, ficou nítido a importância de estar em uma média do que as pessoas procuram. Os bolos da DELICIAS DA DONA CÉLIA em média serão vendidos entre R\$20,00 e R\$30,00 o que permite alcançar o público presente na pesquisa, ou com os bolos ou com produtos ainda mais em conta.

Um dos desejos dos nossos clientes é encontrar um espaço onde possam saborear um café e uma sobremesa após o almoço, além de comprar tortas, bolos e doces prontos para festa sem precisar encomendar com antecedência.

Tamanho e tendências do mercado: Quão grande é o mercado que sua empresa irá atuar e como ele está crescendo?

Uma reportagem do SEBRAE publicada em seu portal informa que “o setor de doces e tortas artesanais é um dos mercados que mais crescem no Brasil”. Apontou ainda que, “empreendimento gastronômicos que comercializam doces e bolos finos, com receitas tradicionais em nova roupagem, tem apresentado um crescimento expressivo”.

Isso mostra que é um mercado que vem crescendo ao longo dos anos, ao se tratar de alimentação. Buscar as melhores tendências e inovações é um dos propósitos de nossa empresa, garantindo o diferencial e um público fidelizado com o sucesso do negócio.

Análise de concorrentes: Quem são seus principais concorrentes e o que eles oferecem?

As concorrentes mais próximas são, Panificadora e Confeitaria Lusitana, Panificadora São Joao e Panificadora Bibis que vende os demais tipos de produtos do ramo de panificação e doceria. No quesito panificação competem entre si principalmente em questão de valor, aqui se destaca a Panificadora Lusitana pelo custo benefício. Quanto a variedade, a Panificadora São João pelo tempo de existência é a que se destaca, mas perde em relação ao seu preço extremamente elevado. A Panificador Bibis é nova no mercado, ainda não conseguiu consolidar clientes e possui uma localização ruim. Observou-se que estes estabelecimentos deixam muito a desejar na divulgação dos produtos, sendo uma excelente oportunidade para a DELICIAS DA DONA CELIA investir mais esforços e conquistar os clientes nas redes sociais. Outro ponto de melhoria é o relacionamento com clientes, que é uma ação essencial para fideliza-los e assim gerar mais vendas.

Análise SWOT: Quais são as forças e fraquezas internas do seu negócio? Quais oportunidades e ameaças o mercado apresenta?

A Matriz SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) que em português ficou FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas, Ameaças) é uma ferramenta essencial utilizada no planejamento estratégico, onde realiza-se coleta de dados importantes que configuram o ambiente interno e externo da empresa. Ter uma matriz SWOT ou FOFA formalizada é importante porque ela reúne informações que direcionam as decisões.

Tabela 01 - Análise Swot

<p>FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Local de fácil acesso ▪ Produtos de qualidade ▪ Ambiente limpo e agradável ▪ Variedade de produtos ▪ Bom atendimento ▪ Sistema delivery 	<p>FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Marca pouco conhecida ▪ Verba limitada para o projeto ▪ Altos custos
<p>OPORTUNIDADE</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Escassez de estabelecimentos na região ▪ Crescimento no setor de alimentos ▪ Diferencial com produtos caseiros ▪ Proposta inovadora 	<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Risco financeiros ▪ Inflação em alta ▪ Concorrentes Pré-existent

Fonte: a Autora

Template 2: Planejamento operacional e estratégia de marketing

Olá, estudante! Nesse template, você irá detalhar como sua empresa funcionaria diariamente e como ela se posicionaria e se

comunicaria com os seus clientes. Além disso, descreva sobre os aspectos com relação às operações e estratégias de marketing.

1. Planejamento Operacional

Localização e infraestrutura: Onde seu negócio será localizado e por quê?

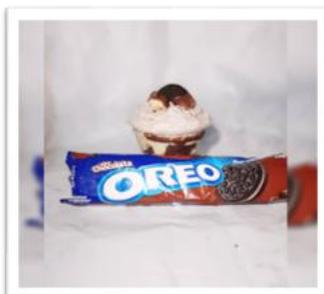
A localidade escolhida para o estabelecimento foi o bairro São João na cidade de Itajaí - SC. A escolha da região foi determinada por ser um local acessível, na oportunidade de criação de um Boutique que forneça produtos deliciosos e uma área acessível para delivery. Ficaremos no meio dos bairros mais pavimentados, atendendo uma quantidade de clientes maior através do aplicativo e também retirada e consumo no local.

Processo de produção ou descrição do serviço: Como seu produto ou serviço será produzido ou entregue?

No contexto atual, a realização de serviços de mão de obra manual, desempenha um papel fundamental em nosso negócio, pois visa atender a um público cada vez mais exigente em busca de produtos diferenciados e exclusivos. Com um cardápio bem variado, nosso diferencial será o requinte e toque com gostinho caseiro em cada produto. Alguns exemplos de nossos produtos são: bolo no pote, brownies, cookies, brigadeiros, bolos e doces personalizados.

Nosso foco será conquistar os clientes pelo toque “caseiro” e uso de ingredientes de alta qualidade produzindo produtos artesanais com uma apresentação impecável. Os doces são preparados por ingredientes de qualidade, os quais, juntos, proporcionam uma qualidade única ao consumidor.

Nossos Produtos



Fonte: o autor

Os mais populares:

A. Bolo no pote de brigadeiro: a combinação de brigadeiro. Ele é feito através da mistura entre a massa de bolo de chocolate, recheio de brigadeiro, finalizado com granulados ou pingos de chocolate.

B. Copo da felicidade de Morango: a melhor combinação com morango. Produzido com morangos frescos, ele é feito através da mistura entre a massa de bolo de baunilha, recheio de mousse de morango, finalizado com morangos inteiros e calda.

C. Churros no pote: Churros no pote é uma deliciosa sobremesa que combina a crocância dos churros com a cremosidade do doce de leite.

D. Trufas: dos mais variados sabores, podendo por fora ser chocolate branco, meio amargo ou ao leite.

Necessidades de pessoal e logística: Quantos funcionários são necessários e como será a logística?

Por se tratar de um negócio que está em processo de criação, a Boutique da Dona Célia ainda não possui razão social estabelecida e contará com 08 funcionários para a produção de bolos, tortas decoradas e doces variados, além de atendimento e entrega.

Fornecedores e parceiros: Quem são seus fornecedores ou parceiros estratégicos?

Os fornecedores serão, em sua maioria, da cidade. Levamos em conta o custo dos fornecedores e análise de prazos de entrega. A busca por alimentos frescos e de qualidade influenciou nessa escolha.

A Boutique Delicias da Dona Célia, procurará fornecedores que possuam uma melhor qualidade em seus produtos pensando no bem-estar do cliente. A maioria de seus fornecedores são para produção de insumos como supermercados, lojas de artigos para festas e embalagens.

Para responder à flexibilidade e rapidez, a função de compras busca fornecedores que se comprometam com entregas mais frequentes e confiáveis de seus materiais. Isto ocorre quando a empresa decide pela não manutenção de estoque em grandes quantidades das commodities usadas em seus produtos, os quais, são significativos no custo total final dos seus produtos (ASSUMPCÃO e BIANCHINI, 2005).

Estratégias de preço: Como você irá precificar o seu produto/serviço?

A estratégia da nossa empresa é através do monitoramento dos gostos e desejos de seus clientes para a entrega de produtos de qualidade, apresentando um valor agregado acessível que atenda as expectativas. Todos os produtos serão produzidos diariamente de acordo com o cardápio semanal e sua quantidade dependerá do nível de saída para evitar o desperdício e possível perda de alimentos.

Para determinar o preço, é preciso levar em conta os custos dos produtos, serviços e do retorno desejado. Também é necessário sempre estar atento aos preços praticados pelos concorrentes e revisar os custos para identificar possíveis reduções, visando garantir a vantagem competitiva e o lucro esperado.



DELÍCIAS, DA DONA CÉLIA

**VENHAM SE
DELICIAREM**

MAÇÃ DO AMOR	R\$6,00
MAÇÃ/CHOCOLATE	R\$7,00
ESPETO DE MORANGO	R\$8,00
COCADA	R\$6,00
PIPOCA	R\$6,00
CASADINHO	R\$10,00
BROA DE COCO	R\$8,00
PINHÃO 250GR	R\$7,00
TRUFAS UNIDADES	R\$3,00

CONSULTAR VALORES

FALAR COM CÉLIA SOBRE ENCOMENDAS

WHATSAPP (47)99999-7857

LOCALIZAÇÃO 
JOÃO MEIQIQUES FERNANDES N; 22
SÃO JOÃO ITAJAÍ

PAGAMENTO VIA PIX OU DINHEIRO

Fonte: o autor

Canais de distribuição: Como seu produto/serviço chegará ao cliente?

Por meio da tecnologia e serviços online, a distribuição dos produtos e serviços além de ser presencial, consiste na produção de conteúdo educativo e exclusivo da boutique, onde potenciais clientes poderão conhecer e ler depoimentos de quem já experimentou o que produzimos. Parcerias com influencers também são de importância para o novo empreendimento, visto o grande potencial de influência que os canais de comunicação possuem.

Comunicação e promoção: Como você promoverá seu negócio?

A divulgação do estabelecimento será feita através das redes sociais oficiais da empresa no Instagram, Tik Tok e no Facebook, anunciada pelo “Facebook ads”. Nosso canal de distribuição é bem amplo, atendendo na nossa loja, nossas redes sociais, aplicativos de delivery de comida (Ifood).

- **Instagram:** Nos dias atuais, as mídias digitais tem grande peso na promoção de produtos e serviços, é uma ferramenta que está tão presente na vida das pessoas que é necessário todo um cuidado para que não impacte de maneira negativa no negócio. Ao mesmo tempo em que a constante exposição pode atrair clientes, uma opinião negativa se espalha de forma mais rápida e com maiores consequências. O Instagram será utilizado na divulgação de fotos das trufas, bolos e doces, e na divulgação de promoções, ofertas e novidades. Tendo em vista que a proprietária atuará na produção e não restará tempo para alimentar as redes sociais, um outro membro da equipe será responsável em realizar tal serviço. Todos os dias fotos serão postadas. Mesmo com a utilização do WhatsApp e telefone para receber encomendas.

- WhatsApp: A mesma pessoa responsável pela divulgação no Instagram atuará no recebimento de encomendas pelo WhatsApp. Uma pessoa ficará responsável só pelas redes sociais, afim de que o cliente receba resposta o mais rápido possível.

Estratégias de vendas e relacionamento com clientes: Como você pretende vender e manter um bom relacionamento com os clientes?

Como estratégia para fidelizar clientes, haverá o cartão fidelização que após comprar algo da nossa boutique, acumulará pontos que possibilitarão um novo doce da linha caseiros de sua preferência. Ainda, realizaremos promoções e eventos próximos a datas comemorativas (Carnaval, Páscoa, Dia das Mães, Dia dos Namorados, Dia do Professor, Natal, Ano Novo, entre outros), incentivando a indicação de clientes.

De acordo com Evans e Laskin (1994), um efetivo marketing de relacionamento conduzirá a um alto percentual de clientes satisfeitos a uma maior fidelidade dos clientes, uma percepção por parte dos clientes de que está recebendo um produto da melhor qualidade e aumentos nos lucros da empresa.

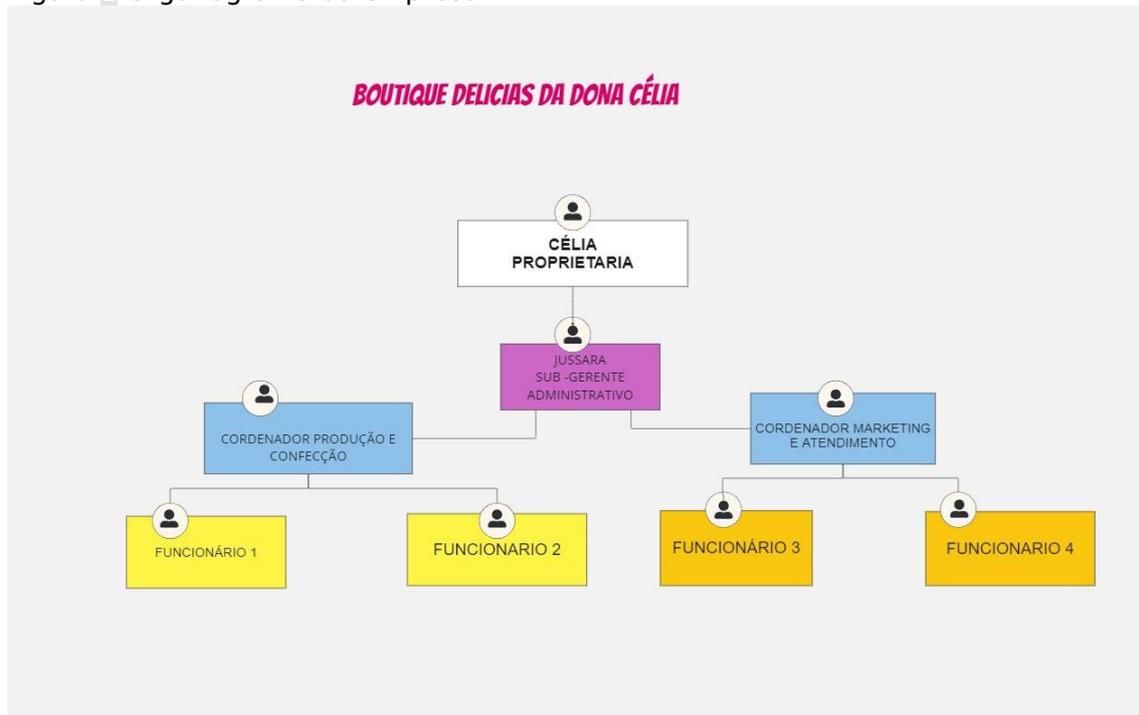
Template 3: Estrutura organizacional e finanças

Parabéns por chegar à última etapa do desenvolvimento do seu plano de negócios! Essa etapa é importante, pois é quando você define a estrutura organizacional e as finanças que sustentarão sua empresa. Este template mostra como sua empresa será administrada e como ela se mantém financeiramente saudável e com perspectiva de crescimento. Use sua criatividade e visão estratégica para construir uma empresa que não funcione apenas no papel, mas que também inspire confiança em potenciais investidores.

1. Estrutura organizacional

- o **Organograma da empresa:** Como é a estrutura hierárquica da sua empresa?

Figura 1 Organograma da empresa



Fonte: a autora.

Papéis e responsabilidades: Quais são as responsabilidades específicas dos membros da equipe?

A estrutura organizacional da empresa é composta por 8 empregados: um gerente (proprietário), uma Subgerente, dois coordenadores, dois funcionários de produção e dois atendentes.

- O **gerente:** responsável pelas decisões de compras, fornecedores e parceiros, também acumula a função de atendente, quando necessário.

- O **subgerente**: responsável no controle de caixa, pagamentos, contratações, supervisionar os coordenadores de produção e confecção, marketing e atendimento. Apoiar na administração e no cumprimento de metas.
- O **coordenador de produção**: Coordena, programa e acompanha os processos de produção, lidera operadores em chão de fábrica, analisa e avalia os planejamentos de fabricação e define os indicadores de controle, a fim de garantir a padronização técnica, qualidade, custo e entrega dentro do prazo., criação de ideias e estratégias que devem ter aprovação do gerente e subgerente.
- O **coordenador de Marketing e atendimento**: responsável por planejar e coordenar atividades relacionadas à comunicação de mercado interno e externo, com o objetivo de alavancar a marca da companhia e de seus produtos e serviços, para o público externo e interno. Responsável em supervisionar o trabalho da dos atendentes no estabelecimento, pelas redes sociais da empresa, criação de ideias e estratégias que devem ter aprovação do gerente e subgerente.
- **Funcionários da produção**: responsáveis por produzir os variados tipos de produtos que a empresa oferece. Se houver necessidade estarão trabalhando como atendentes. Responsáveis em manter o setor limpo e organizado.
- **Atendentes de balcão**: que tem a função de atender os clientes, receber (caixa), repor mercadorias nas prateleiras. Responsáveis em manter o setor limpo e organizado.

Devido à necessidade de práticas contábeis, a empresa tem o auxílio de um escritório de contabilidade para realização de cálculos

tributários e trabalhistas. Analisado o porte da empresa, verificou-se não ser necessária a existência de um departamento de RH, permanecendo as responsabilidades da gestão de pessoas com o subgerente

Plano de recrutamento: Como e quando você planeja contratar?

O responsável pela seleção será o subgerente, ele precisa saber identificar, durante os processos seletivos, as reais competências que a organização está procurando em um novo funcionário. Para tal, precisa desvendar as potencialidades dos candidatos, mesmo que estas ainda não tenham sido desenvolvidas. Precisa “sentir” se o candidato se adequará à cultura da empresa. Caso contrário, suas chances de não se adaptar àquele ambiente corporativo são muito grandes. É por isso que encontramos muitos psicólogos atuando na área de seleção de pessoas.

Para divulgação de vagas temos uma parceria com uma empresa de RH que irá indicar as vagas para serem feitas entrevista no próprio estabelecimento. Também usaremos das redes sociais para alavancar as publicações de recrutamento e seleção.

Estratégia de recrutamento e seleção Métodos de recrutamento:

- Utilizar diferentes canais como, o caso de websites, mídias sociais, e-mails.
- Critérios adotados: Experiencia na área qualificações e habilidades. Tempo de serviço. Pretensão se crescimento.
- Processos de entrevista: estruturar e quantificar as etapas de entrevistas e avaliações.

2. Plano financeiro

O planejamento financeiro deste projeto visa analisar a viabilidade financeira do empreendimento proposto. Ainda será descrito o valor gasto para o investimento inicial, custos com pessoal, reformas e Pitch Deck.

Gitman (1997, p. 588) menciona que:

O planejamento financeiro é um dos aspectos importantes para funcionamento e sustentação de uma empresa, pois fornece roteiros para dirigir, coordenar e controlar suas ações na consecução de seus objetivos. Dois aspectos-chave do planejamento financeiro são o planejamento de caixa e de lucros. O primeiro envolve o planejamento do orçamento de caixa da empresa; por sua vez, o planejamento de lucros é normalmente realizado por meio de demonstrativos financeiros projetados, os quais são úteis para fins de planejamento financeiro interno, como também comumente exigidos pelos credores atuais e futuros.

Análise de viabilidade financeira: Qual é a rentabilidade esperada do negócio?

Através de conceitos como Valor Presente Líquido (VPL) e Taxa Interna de Retorno (TIR) será feita uma análise que determinará a viabilidade, rentabilidade e lucratividade da confeitaria Mina. Segundo Carlos Patricio Samanez (2007), o Valor Presente Líquido (VPL) tem por finalidade medir o valor presente dos fluxos de caixa gerados pelo projeto ao longo de sua vida útil. Já a Taxa Interna de Retorno (TIR) é a taxa de retorno do projeto de investimento, seu objetivo é encontrar uma taxa intrínseca de rendimento. Com a abertura do empreendimento em janeiro de 2024 e supondo que a boutique contará com 100 atendimentos nos primeiros três meses de funcionamento e 150 atendimentos nos demais meses, é possível verificar que a receita no final do ano de 2024 será de R\$ 742.500,00. Uma receita considerada boa para o primeiro ano de funcionamento de um novo empreendimento. A suposição feita, por meio de clientes que até então eram atendidos a domicílio e também na confiança da estratégia da empresa.

Investimentos iniciais: Quanto capital inicial é necessário e para quê?

Para a realização do empreendimento, foi calculado que o investimento inicial será de R\$ 125.000,00. Este valor por sua vez, na tabela abaixo, leva em conta investimento com a reforma feita na loja, com os moveis e equipamentos, abertura da empresa (documentação) e decoração. Dessa forma, pode-se concluir que o investimento inicial não é alto. O valor mais elevado do investimento inicial é a reforma/decoração da loja, pois será preciso que a Boutique Delicia da Dona Célia esteja na mais perfeita condição para oferecer um ambiente agradável e aconchegante para seus clientes.

Pode-se perceber também um grande investimento com equipamentos e maquinas para o novo negócio, pois através deste investimento que os produtos da confeitaria serão produzidos e conservados. As maquinas e equipamentos são de extrema importância para a qualidade, eficácia e eficiência na produção da confeitaria sendo pontos-chaves para o sucesso da mesma. Portanto o valor total do investimento inicial é significativo, afinal se trata de um empreendimento novo em uma localização estratégica.

INVESTIMENTOS E CUSTOS DE PESSOAL	
Investimento	Custo (R\$)
Máquinas e equipamentos	40.000
Móveis	20.000
Reforma/ decoração	50.000
Abertura	15.000
TOTAL	R\$ 125.000,00

Pessoal	Número	Salario R\$
GERENTE - PROPRIETÁRIO	1	4.000,00
Subgerente - Rh e Administrativo	1	3.000,00
Coordenador de produção/marketing	2	2.500,00
Padeiro / confeitiro	2	2.000,00
Atendentes	2	1.800,00
Total		R\$ 19.600,00

Pitch deck: Quais pontos você colocaria em sua apresentação?

Elabore a estrutura do seu pitch deck.

Um pitch deck é uma breve apresentação para dar ao seu público (normalmente investidores, parceiros ou clientes em potencial) uma visão geral rápida do seu plano de negócios. Geralmente é usado em reuniões presenciais ou online e deve ser envolvente, conciso e direto ao ponto. A apresentação será breve por meio de slides que mostre de forma clara nossa empresa. Os tópicos a seguir mostram o que apresentaremos em nosso Pitch Deck.

- **Resumo Executivo** - Apresentar a empresa
- **Problema e Solução** - descrever o problema que sua empresa resolve e destacar os benefícios da sua solução para os usuários finais e para o mercado em geral.
- **Produto** - apresentar a diversidade de produtos fabricados pela empresa e seu diferencial.
- **Equipe** - Destacar as habilidades e experiências de cada um, incluindo formação acadêmica, experiência profissional relevante e histórico empreendedor, além da cultura organizacional da empresa.

- **Mercado** - descrever o tamanho do mercado em que a empresa atua, bem como seu potencial de crescimento e que há uma boa demanda para o seu produto ou serviço. Isso fará com que os investidores percebam que há um mercado amplo e em expansão para o seu negócio e, desse modo, há boas oportunidades de crescimento e lucro.
- **Modelo de Negócios**- mostrar aos investidores como a empresa planeja gerar receita e como espera que o negócio seja lucrativo.
- **Concorrência** - Explicar quem são os concorrentes (sejam eles os principais ou riscos menores). Entender métricas que são relevantes ao investidor e faça uma tabela comparativa.
- **Marketing**- apresentar como o proprietário pretende estruturar sua entrada no mercado. Quais estratégias serão utilizadas.
- **Crescimento e Futuro** - Mostrar a situação atual e as projeções da empresa. Hora demonstrar o porque estamos aqui e qual nosso diferencial.

REFERÊNCIAS

Assumpção, M.R.P.; Bianchini, V.K. (2005) - **Relações de Suprimentos na Agroindústria**: lições da indústria açucareira e da indústria de alimentos e bebidas. In: BATALHA, M.O. Gestão do Agronegócio: Textos Seleccionados. EdUFSCar. São Carlos.

Evans, J. R., Laskin, R. L. **O marketing de relacionamento processo**: uma conceituação e aplicação. Industrial Marketing Management, v.23, p.439-52, dezembro de 1994.

Gitman, Lawrence J. **Princípios da administração financeira**. São Paulo: Habra, 1997.

Portal Sebrae. **Uma delícia de investimento: docerias, bolerias e confeitarias gourmet**. Disponível

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/uma-delicia-de-investimento-docerias-bolerias-e-confeitarias-gourmet,0168f38727bc5810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=O%20setor%20de%20doces%20e,e%20ampliar%20o%20seu%20neg%C3%B3cio.&text=O%20que%20antes%20poderia%20ser,moda%20em%20todo%20o%20pa%C3%ADs.Acesso: 25/06/2024.>

Samanez, Carlos Patrício. **Matemática Financeira**: Aplicações a análise de investimento. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007