

FACULDADE UNINA

MAIRA VALQUIRIA MARTINS RIBEIRO

PLANO DE NEGÓCIOS: DHUDRI FESTAS

NOVA SANTA BÁRBARA - PR

2024

DADOS DO ESTUDANTE

Nome completo: Maira Valquíria Martins Ribeiro

Cidade: Nova Santa Bárbara

Estado: Paraná

Curso: Administração

SUMÁRIO EXECUTIVO E ANÁLISE DE MERCADO

1. Sumário Executivo

1. Sumário Executivo

O negócio refere-se a uma empresa de Festas Infantis que tem por objetivo inovar dentro do mercado de festas, apresentando diferenciados produtos e serviços para os clientes que gostam de comemorar os aniversários de seus filhos. Sabe-se que os pais sempre querem o melhor para seus filhos, por isso a empresa surge com o objetivo de buscar realizar este sonho. Muitas vezes, as famílias não possuem condições de fazer uma grande festa, frente a isso, a empresa busca ofertar aos clientes, diferentes combos de festas que satisfazem as demandas de diferentes clientes.

1.1 Missão:

Nossa missão é garantir aos nossos clientes satisfação em estar realizando suas festas de maneira única e inesquecível, onde a decoração e o atendimento ficarão gravado na memória de seus convidados.

1.2 Visão da Empresa:

Ser a empresa mais renomada na arte de decorar festas na cidade, conquistar cada vez mais espaço de mercado, aumentando a

cada dia o número de clientes, sendo assim referência de qualidade e satisfação para nossos clientes, colaboradores e parceiros.

1.3 Objetivos Principais:

- Inovar o mercado de festas infantis;
- Apresentar produtos diferenciados;
- Adequar-se ao momento vivenciado pelo cliente;
- Trabalhar com produtos de referência e qualidade.

1.4 Informação sobre os Fundadores:

A empresa foi fundada pela sócia-proprietária Maira Ribeiro, formada em Administração de Empresas, que já atuou no ramo de festas infantis, e ao observar a demanda da região onde reside, surge o interesse em ampliar as possibilidades para a população, com a criação de um ramo diferenciado de festas, inovando no mercado de festas.

2. Análise de Mercado

2.1 Análise do Setor

Tem se observado nos últimos anos um crescimento importante dentro do mercado de decoração de festas infantis, e com este crescimento, também chega à necessidade de especializações, sendo necessário buscar novos atrativos para conquistar os clientes diante da grande concorrência no setor. O mercado neste sentido, tornou-se promissor para quem oferece trabalho completo (organização, decoração, animação), tornando-se crescentes as oportunidades deste ramo, provocando aumento da concorrência, e esta concorrência deve então ser suplantada através do diferencial nos serviços oferecidos pela empresa.

Compreender como funciona o mercado consumidor antes de abrir uma empresa é fundamental, a identificação dos clientes que se pretende atender com o tipo de serviço, é realizado por meio de uma pesquisa de mercado, onde se constata que o principal público a ser atendido é o público infantil, com faixa etária de zero a dez anos, busca-se através do desejo do público infantil atingir o público adulto (pais, familiares), pessoas com perfil de classe média ou alta, que possuam bons níveis de instrução e estabilidade financeira. A empresa busca em seu principal produto oferecer os serviços de festas infantis, porém, outros eventos e serviços podem ser também contratados, não sendo estes menos importantes, a fim de ampliar o leque de possibilidades de mercado.

2.2 Público-alvo:

O público-alvo da empresa são as mães, clientes exigentes que querem sempre o melhor para os seus filhos, visto que estas é quem planejam e organizam as comemorações, pois elas sabem que o divertimento das pessoas dependerá da qualidade dos serviços prestados.

2.3 Comportamento dos Clientes

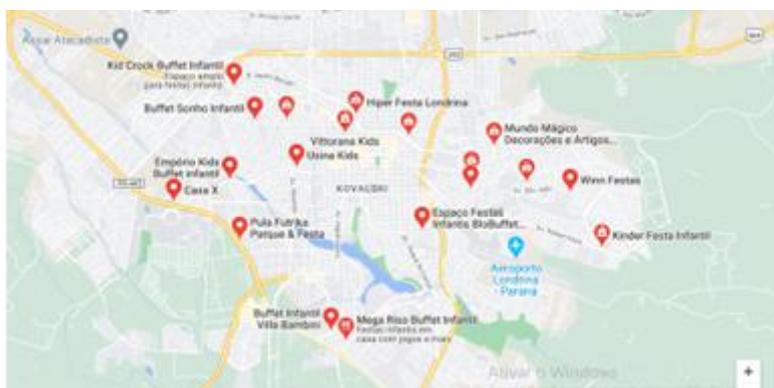
Os clientes da empresa são muito diversificados, pois trabalhar com festas infantis, são eventos que acontecem uma vez no ano, sendo assim, o fluxo de clientes acaba sendo bastante diferenciado. A procura sempre acontece primeiramente para fazer orçamentos, que são comparados a de outros clientes e no caso da escolha, é então realizado o contrato de serviço.

2.4 Perfil Demográfico

A empresa tem o objetivo de atuar dentro da região metropolitana de Londrina, que abrange diversos outros municípios vizinhos, visando assim ampliar as possibilidades de crescimento.

2.5 Tamanho e tendências do Mercado:

Para realizar a análise do setor, faz-se importante compreender que a concorrência sempre existe, e que é importante para a empresa que busca ser destaque apresentar diferenciais de mercado; outro fator é a questão da rivalidade dos concorrentes, muitas vezes apresenta-se grande, enquanto outras, apresentam-se de forma moderada, tendo a intenção de inovar a oferta, visando se manter no mercado.



Fonte: Maps, 2024.

A localidade escolhida para a criação da empresa, apresenta uma grande quantidade de concorrentes diretos. No município de Londrina, são mais de 300 empresas que trabalham com eventos, claro que nem todas elas envolvidas apenas com o setor de festas infantis, mas também diversos outros eventos como casamentos, formaturas, Buffet, entre outros.

De acordo com o mapa apresentado, observa-se que a empresa possui como principais concorrentes: Kid Crock Buffet Infantil; Hiper Festa Londrina; EmpórioKids Buffet infantil; Pula Futriku, Casa X entre outros. Visto que a região escolhida para a instalação da empresa, fica em um espaço de rodovia, ou seja, o acesso é facilitado, sendo um grande potencial para a abertura de empresas não somente deste ramo, mas é uma localidade 90% de empresas. Esta localidade,

apresenta-se em Londrina como um polo de maior competitividade no ramo, tendo nos limites da instalação da empresa aproximadamente 20 empresas que trabalham o mesmo mercado.

Neste contexto, mesmo sabendo da concorrência presente, os empresários decidiram entrar no mercado por ver que este tem tido um crescimento considerável, onde o diferencial oferecido por estes estabelecimentos é que determinará seu sucesso. Diante disso, os empresários, buscam apresentar novas formas de registrar estes momentos importantes na vida da criança, utilizando-se de novos formatos de festas, de eventos mais pequenos, que tenham a mesma importância que uma big festa, e isto pode contribuir para que a empresa seja destaque frente a seus concorrentes.

O poder de negociação dos compradores/clientes, dentro do setor que a empresa está inserida, o setor de festas infantis, não se caracteriza-se por um produto, mas sim por um serviço, assim, a negociação relativa à quantidade não é a mais indicada, mas sim a qualidade, desta forma, a prestação do serviço deve ser evidenciada pela competência e comprometimento, juntando as qualidades de produtos ofertados e serviços oferecidos. Assim, a empresa busca diferenciar no seu atendimento, apresentando aos clientes diferentes perfis de festa, adequando-se dentro do potencial de cada um deles, é importante que se estabeleçam os direitos e deveres do fornecedor/comprador, para que isto não venha a prejudicar o evento ou causar conflitos que possam prejudicar o negócio.

Quanto ao poder de negociação dos fornecedores, faz-se necessário oferecer produtos de qualidade, com variedades, isto faz com que a empresa se torne alvo de fornecedores inovadores, proporcionando parcerias produtivas com possibilidades de exclusividades no mercado. A empresa busca trabalhar com

fornecedores diretos para garantir os produtos que serão consumidos pelos clientes, e assim poder entregar um trabalho de qualidade.

2.6 Análise Swot

A empresa para que tenha sucesso deve observar alguns fatores fundamentais, tudo isto inclui desde a formação de pessoal, a qualificação destes, enfim, são inúmeros elementos que podem contribuir ou prejudicar a empresa, neste sentido podemos citar como fatores positivos internos que contribuem para o sucesso da empresa: a qualificação dos profissionais, responsabilidade, autonomia, busca por qualificação constante, ampliação de serviços, qualidade dos produtos, serviços exclusivos, entre outros. E como fatores negativos, a concorrência desleal, onde apresenta preços bem inferiores para roubar os clientes, entre outros.



Fonte: Autora, 2024.

PLANEJAMENTO OPERACIONAL E ESTRATÉGIA DE MARKETING

1. Planejamento Operacional

1.1 Localização e Infraestrutura

A escolha do local de instalação da empresa deu-se depois de uma pesquisa onde buscou-se um espaço onde a empresa pudesse ter visibilidade e de fácil acesso. Assim, o Jardim Presidente, caracteriza-se por um bairro industrial no município, observa-se neste um grande fluxo de pessoas, ao procurar então dentro do bairro, encontrou-se o espaço ideal para a implantação da empresa.

A localização da empresa fica próximo a uma rodovia, então o fluxo de carros é muito grande e constante, assim, a empresa torna-se visível.

A empresa inicialmente está em um barracão que vai ser adaptada de acordo com as necessidades para atender a demanda e o objetivo da empresa. O valor do aluguel é inicialmente de R\$ 1.200,00. O bairro apresenta-se bem iluminado e possui diversas outras empresas próximas, o que nos dá mais segurança, principalmente porque algumas das empresas trabalham em período noturno e possuem seguranças, assim, sendo, observa-se que a localização é bem segura. Nas proximidades temos algumas outras empresas de festas, porém, especificamente festas infantis são poucas, por isso o interesse de se instalar no local.

O bairro onde a empresa encontra-se instalada possui pontos estratégicos de ônibus, o que favorece a chegada de clientes ao local, também pode se chegar de taxi, de carro, a pé, a localidade é bem tranquila, possui algumas empresas ao redor, porém, não atrapalham em nada em relação a poluição visual e sonora, apresenta-se um espaço bastante acolhedor, sendo assim são tomadas todas as medidas de higiene.

É um bairro bastante conhecido por possuir inúmeras empresas de grande nome, o bairro é bem estruturado, com iluminação pública, asfalto, rede elétrica, telefone, água, enfim, é uma localização privilegiada para o mercado no qual se deseja atuar.

A área de estacionamento da empresa, fica no terreno ao lado da empresa, o estacionamento é descoberto, porém, com marcações e calçamento para facilitar o acesso dos clientes nos dias de chuva.

É um espaço liberado para a construção e para manutenção deste tipo de empresa e de outros ramos então a obtenção do alvará de licença e de outras burocracias são de fácil acesso junto à Prefeitura e a órgãos competentes.

1.2 Produtos Oferecidos pela Empresa:

- Salgados de qualidade, com variedade de sabores;
- Doces de qualidade, com variedade de sabores;
- Bolos confeccionados de acordo com o tema da festa e do gosto do cliente;
- Lembrancinhas de acordo com a temática da festa;
- Decoração de acordo com a temática da festa e aprovação da cliente.

1.3 Capacidade Instalada de Produção

Ao se trabalhar com festas, é importante que a empresa apresente seriedade e qualidade naquilo que está oferecendo, desta forma, a empresa deve observar corretamente sua capacidade para não ficar a desejar com seus clientes.

Neste sentido, a empresa apresentada possui como capacidade instalada de atendimento de 2 festas diárias (segunda a sexta-feira) e de 5 festas nos finais de semana (sábado e domingo).

Sendo assim, como a empresa trabalha com a terceirização de buffes infantis e de garçons, a empresa tem a possibilidade de realizar mais de uma festa no mesmo horário, pois possui 2 promotores e quatro auxiliares, sendo assim, no atendimento de duas festas, são direcionadas 1 promotor e 2 auxiliares para cada uma das festas, de maneira a garantir a qualidade do que foi oferecido ao cliente.

De acordo com a capacidade instalada de atendimento, observa-se que a empresa, tem a capacidade de atender 15 clientes semanais. Em caso de demandas maiores, a empresa busca não atender, visto que não conseguirá demandar qualidade ao atendimento por falta de funcionários ou de qualificações para a organização da festa. É preferível para a empresa, atender determinado número de clientes com um produto de qualidade do que atender a um número que não comporta, oferecendo um produto de má qualidade, o que pode gerar danos para a empresa.

Observa-se dentro deste contexto que a empresa, dentro de sua capacidade de produção, trabalhando quatro horas por turno, sendo dois turnos totalizando assim, 8 horas diárias, tem-se a média de 56 horas semanais, isto porque por ser uma empresa de festa, sempre os dias que mais têm eventos no fim de semana, sendo assim, torna-se necessário funcionar os sete dias da semana.

Dentro deste contexto, a empresa tem a capacidade de trabalho mensal de 840 horas, porém, sua capacidade efetiva é de 730,50 horas pois devem ser reduzidas as perdas planejadas (setups, planejamento, arrumação do salão, amostra e deslocamento) o que totaliza uma perda de 7,3 horas semanais, o que já apresenta uma redução da carga horária semanal efetiva, assim como devem ser deduzidas as perdas não planejadas (trânsito, entregas, falta de estoque, falta de pessoal e atraso de fornecedor), o que resulta em

4,75 horas semanais, estas horas são então retiradas das horas trabalhadas efetivas, o que resulta em 43,95 horas de capacidade realizada ao longo da semana, e 659,25 horas mensais. Tem-se neste sentido que a empresa trabalha com 78% de sua capacidade.

1.4 Contratação de Pessoal

A contratação de funcionários ocorre por meio da disponibilização de vagas pela Agência do Trabalhador do município. Onde serão selecionados os candidatos de acordo com a qualificação, eles serão encaminhados para a empresa e passarão por processo de entrevista. Os contratados terão primeiramente um tempo de experiência de 3 meses para a partir daí sua efetivação.

1.5 Cultura da Empresa em relação à qualidade dos serviços de atendimento aos clientes.

A empresa busca contratar funcionários que já apresentem os requisitos mínimos que é lidar com o público, no entanto, dentro do processo de experiência, a empresa irá trabalhar com pequenos cursos de formação para os funcionários, desde o atendimento na recepção até o servir uma festa, recepcionar um convidado, para que assim, o atendimento prestado pela empresa seja modelo e apresente a qualidade desejada pela mesma.

O treinamento dos funcionários será realizado dentro da própria empresa, ao ser contratado o funcionário passará por um treinamento geral, e quando da realização de eventos, o funcionário sempre um dia antes do evento participa de uma pequena reunião em que serão apresentados como se dará a realização do evento distribuindo as funções e trabalhos de cada um.

Os funcionários terceirizados, quando da contratação de buffets e garçons serão pagos no ato do evento, sempre já estabelecido os valores anteriormente de acordo com a política do Buffet, e para os

funcionários contratados pela empresa, estes recebem seu salário mensalmente.

2. Estratégia de Marketing

2.1 Descrição dos Principais produtos e Serviços

A empresa trabalha com decorações e realizações de festa infantil, neste sentido, os produtos a serem oferecidos pela empresa são assessoria na organização das festas, decorações, salgados, doces, lembrancinhas, bolos.

Sendo que a empresa apresenta quatro pacotes diferenciados de festas, faz-se importante compreender como cada um destes é apresentado.

Festa na Caixa

Neste pacote, o cliente recebe um bolo de aproximadamente dois quilos, a escolha do sabor e tema da festa fica por conta do cliente (assim, o bolo e a decoração com imagens na caixa e bexiga serão definidos de acordo com o tema). O cliente recebe também 200 salgados (este pode ser da escolha do cliente - risolis, coxinha, troxinha, quibe, lancinhos frios e esfiras), e os docinhos também podem ser escolhidos (beijinho, brigadeiro, casadinho, cajuzinho). Os salgados e doces a empresa terceiriza, sendo assim, a empresa contratada para este serviço deve estar com todos os documentos de licença sanitária em dia, busca-se oferecer um serviço de qualidade, atendendo a todas as exigências, os produtos vêm embalados em caixas plásticas tudo separado para que não haja contaminação.

Festa Drive-thru

Para o pacote, são apresentados os seguintes produtos:

Decoração (contendo bexigas, materiais em mdf e toalha para decoração) de acordo com o tema escolhido pelo cliente. Bolo Fake (de acordo com a decoração solicitada pelo cliente) o material utilizado na confecção do bolo é papelão e EVA, produtos anti-alérgicos para assim atender a todos os clientes. As sacolas com docinho que serão entregues aos convidados, são confeccionadas com material reciclável por empresas reconhecidas no ramo, os salgados e doces como já citados no pacote anterior, são terceirizados e são feitos de acordo com a solicitação do cliente, ainda dentro da sacola é colocado um pedaço de bolo (este de acordo com o pedido do cliente – tema e recheios). Todos os produtos que vão dentro da sacola, são colocados em recipientes plásticos separados, tudo bem lacrado para que não se misturem.

Festa em Casa

Decoração (contendo bexigas, materiais em mdf e toalha para decoração) de acordo com o tema escolhido pelo cliente. Quanto ao bolo a escolha do sabor e tema da festa fica por conta do cliente (assim, o bolo e a decoração serão definidos de acordo com o tema). O tamanho do bolo é definido de acordo com o número de convidados. Os salgados e docinhos, seguem os padrões dos pacotes anteriores, e a quantidade a ser feita dependerá do número de convidados. Quanto as lembrancinhas da festa, a empresa disponibiliza de um catálogo com diversas empresas que trabalham com lembrancinhas, estas são então escolhidas pelo cliente, e são confeccionadas na quantidade e exigência solicitada.

Festa em Salões

No caso de festas em salões, é importante que a empresa primeiramente faça uma bola limpeza do salão, verifique as condições sanitárias para que assim possa atender o cliente de maneira eficaz, sendo assim, a equipe de limpeza possui um padrão

de atendimento que deve ser seguido em todas as festas realizadas pela empresa. No que se refere aos produtos oferecidos neste pacote, enquadram-se os mesmos produtos dos pacotes anteriores, seguindo os mesmos critérios de acordo com a necessidade do cliente.

A empresa busca trabalhar diretamente com o cliente, de maneira que este faça parte da construção da festa, conhecendo os fornecedores, e acompanhando todos os processos, para que assim se consiga realizar uma festa de qualidade.

2.2 Estrutura de Formação de Preço

Ainda não é possível ter exatidão de números em relação aos ganhos da empresa, visto que o plano de negócios trabalha com perspectivas e cálculos aproximados.

Assim, entende-se que o dinheiro que entrar em determinado mês, poderá não ser entrada do próximo mês. Por isso, para se determinar o preço, faz-se necessário observar a tendência do mercado, para a partir de então estabelecer uma projeção de lucros da empresa.

A empresa oferece quatro pacotes de decoração a serem contratados:

1. Festa na Caixa - 1 bolo (aproximadamente 2kg) - 200 salgados - pequena decoração - docinhos - R\$ 400,00

2. Festa Drive-thru - Decoração, bolo fake, sacolas com docinhos, bolo, salgadinhos e lembrancinha do aniversariante (dependendo o número de saquinho a serem confeccionadas) - R\$ 800,00 a R\$ 1200,00

3. Festa em Casa - Decoração + bolo + Salgado + Docinhos + lembrancinha (dependendo do número de convidados) - R\$ 600,00 a R\$ 1400,00.

4. Festa em Salões - Aluguel do Salão + Decoração + bolo + salgado + docinho + lembrancinha - R\$ 1.000,00 a 2.500,00.

Desta forma, os preços serão estabelecidos a partir da oferta e procura dos produtos. Os preços estabelecidos poderão sofrer alterações de acordo com a necessidade do cliente.

2.3 Estratégia de Venda

A empresa busca por meio de panfletagem atingir um público que ainda não conhece o trabalho da empresa, fazendo a divulgação para que a empresa ganhe visualização no mercado, o diferencial da empresa são as festas na caixa e o drive-thru, neste sentido, serão então apresentados aos clientes como estas festas são realizadas.

Como forma de apresentar aos clientes, será marcado um evento da empresa que apresentará seus produtos utilizando-se de um deles para o marketing (o drive-dhru), onde as pessoas poderão retirar junto a empresa uma embalagem com docinhos e onde contém um panfleto e banner da empresa apresentando os produtos oferecidos.

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E FINANÇAS

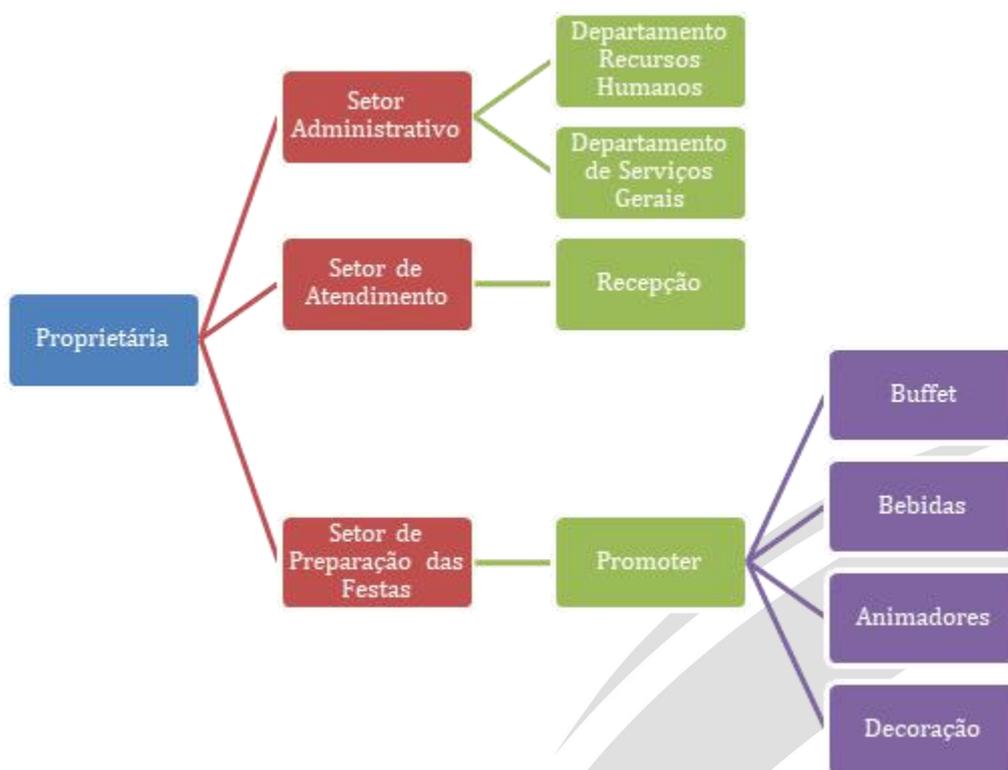
1. Estrutura organizacional

Necessidade de Pessoal

Quantidade	Cargo/Função	Qualificação	Salário
1	Sócio Proprietário	Formação em Administração de Empresas	R\$ 3.175,00
1	Recepcionista	Ensino Médio Completo e Noções de Informática	R\$ 1.045,00

1	Promoter	Formação de Promoter – cursos de capacitação	R\$ 2.500,00
4	Auxiliar	Ensino Médio Completo, Curso de atendimento e relacionamento com cliente.	R\$ 1.045,00
2	Serviços Gerais	Ensino Médio Completo	R\$ 1.045,00

Organograma da Empresa:



Fonte: Autora, 2024.

Contratação de Pessoal

A contratação de funcionários ocorre por meio da disponibilização de vagas pela Agência do Trabalhador do município. Onde serão selecionados os candidatos de acordo com a qualificação, os mesmos serão encaminhados para a empresa e passarão por

processo de entrevista. Os contratados terão primeiramente um tempo de experiência de 3 meses para a partir daí sua efetivação.

Cultura da Empresa em relação à qualidade dos serviços de atendimento aos clientes.

A empresa busca contratar funcionários que já apresentem os requisitos mínimos que é lidar com o público, no entanto, dentro do processo de experiência, a empresa irá trabalhar com pequenos cursos de formação para os funcionários, desde o atendimento na recepção até o servir uma festa, recepcionar um convidado, para que assim, o atendimento prestado pela empresa seja modelo e apresente a qualidade desejada pela mesma.

Autonomia dos funcionários com relação ao atendimento aos clientes

Os funcionários da empresa serão qualificados para decidir dentro de seu limite de trabalho, no entanto, quando surgem situações que ultrapassam estes limites, os funcionários deverão repassar a ocorrência para seu superior (promoter, chefe do Buffet, sócios) para que seja tomada as devidas providências de maneira a não prejudicar o trabalho da empresa frente a seus clientes.

Treinamento de Pessoal

O treinamento dos funcionários será realizado dentro da própria empresa, ao ser contratado o funcionário passará por um treinamento geral, e quando da realização de eventos, o funcionário sempre um dia antes do evento participa de uma pequena reunião onde serão apresentados como se dará a realização do evento distribuindo as funções e trabalhos de cada um.

Remuneração de Funcionários

Os funcionários terceirizados, quando da contratação de buffets e garçons serão pagos no ato do evento, sempre já estabelecido os valores anteriormente de acordo com a política do Buffet, e para os funcionários contratados pela empresa, estes recebem seu salário mensalmente.

2. Plano financeiro

Fonte de recursos:

Os recursos para a implantação da empresa serão inicialmente recursos próprios dos sócios, no entanto, diante do surgimento de imprevistos ou de qualquer alteração no valor previsto de recursos, os mesmos buscarão recursos de Terceiros, como financiamentos em Bancos.

CAPITAL NECESSÁRIO PARA ABERTURA DA EMPRESA		
Custo Inicial de Abertura	Capital Necessário	% do Total
Custos de Legalização	R\$500,00	3,19%
Máquinas e Equipamentos	R\$3.100,00	19,81%
Custos Tecnológicos	R\$250,00	1,60%
Decoração e Reforma	R\$2.500,00	15,97%
Logomarca	R\$250,00	1,60%
Website	R\$250,00	1,60%

Materiais Gráficos e Promoção para Abertura	R\$1.500,00	9,58%
Mobiliário	R\$5.000,00	31,95%
Fornecedores - Estoque	R\$200,00	1,28%
Caixa de Reserva	R\$2.000,00	12,78%
Outros	R\$100,00	0,64%
Total de Custos Iniciais	R\$15.650,00	100%

Pitch deck:



Fonte: Autora,
2024.

- 01 Sobre Nós
- 02 Nossa Missão e Visão
- 03 Nossos Produtos
- 04 Nosso Diferencial



Fonte: Autora,
2024.

sobre nós



A Empresa Dhudri Festas Infantis tem por objetivo inovar dentro do mercado de festas, apresentando diferenciados produtos e serviços para os clientes que gostam de comemorar os aniversários de seus filhos. Sabe-se que os pais sempre querem o melhor para seus filhos, por isso a empresa surge com o objetivo de buscar realizar este sonho. Muitas vezes, as famílias não possuem condições de fazer uma grande festa, frente a isso, a empresa busca ofertar aos clientes, diferentes combos de festas que satisfazem as demandas de diferentes clientes.

Fonte: Autora,
2024.

Nossa Missão e Visão

Nossa missão é garantir aos nossos clientes satisfação em estar realizando suas festas de maneira única e inesquecível, onde a decoração e o atendimento ficarão gravado na memória de seus convidados.

Ser a empresa mais renomada na arte de decorar festas na cidade, conquistar cada vez mais espaço de mercado, aumentando a cada dia o número de clientes, sendo assim referência de qualidade e satisfação para nossos clientes, colaboradores e parceiros.

Fonte: Autora,
2024.



Nossos produtos



Salgados de qualidade, com variedade de sabores;
Doces de qualidade, com variedade de sabores;
Bolos confeccionados de acordo com o tema da festa e do gosto do cliente;
Lembrancinhas de acordo com a temática da festa;
Decoração de acordo com a temática da festa e aprovação da cliente.

Fonte: Autora,
2024.

nosso diferencial

A empresa apresenta diferencial de seus produtos e serviços, pois já inicia seus trabalhos visando atender as demandas atuais da clientela, principalmente pelo fato do momento que estamos vivendo no mundo, sendo assim, o diferencial da empresa é oferecer produtos que até então não estavam disponíveis no ramo, como a festa na caixa e o drive-thru.



Fonte: Autora, 2024.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: A Edição do Novo Milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MULLER, Mayara Thays. **Plano de Negócios**. Curitiba: Faculdade UNINA, 2024. 92 p.

PORTER, Michael E. **Vantagem Competitiva: Criando e Sustentando um Desempenho Superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1986.