

FACULDADES SÃO JOSÉ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

FELIPE DA SILVA DOS SANTOS
LYRIA SANTOS DE SOUZA

DOCERIA CANDY STOP

Rio de Janeiro

2017

FELIPE DA SILVA DOS SANTOS
LYRIA SANTOS DE SOUZA

DOCERIA CANDY STOP

Projeto de pesquisa apresentado para a
Disciplina de TCC I, Plano de Negócio sob a
orientação do prof. Calebe da Costa Ferreira.

Rio de Janeiro
2017

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. SUMÁRIO EXECUTIVO	5
3. ANÁLISE DE MERCADO	10
4. PLANO DE MARKETING	14
5. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	19
6. CONSIDERAÇÕES PARCIAIS	20
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	21

INTRODUÇÃO

O presente trabalho aborda a criação de uma empresa, mais especificamente uma doceria especializada em receitas de outras nações. O objetivo da organização é satisfazer a demanda de clientes amantes de doces com um grande diferencial, o *drive thru*.

Ao ingressar no mundo empresarial é importante ressaltar que existem pressões competitivas. Essas pressões obrigam o empreendedor a desenvolver, desde a implantação da empresa, mecanismos estratégicos para a sobrevivência do negócio. O Plano de Negócio oferece um estudo prévio que avalia: a viabilidade e as vantagens e as desvantagens de iniciar um negócio. Além disso, serve para prever dificuldades práticas, com o objetivo de diminuir os riscos e aumentar a possibilidade de sucesso, permitindo um maior conhecimento do negócio. O Plano de Negócios também serve para reunir e ordenar as ideias e as providencias sobre a empresa, permitindo várias simulações sem prejuízos financeiros, atraindo possíveis sócios, fornecedores, estabelecendo parcerias e ajuda na negociação de recursos (empréstimos). É neste sentido que o plano de negócio se torna um instrumento de grande importância para qualquer empreendedor.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

A Doceria Candy Stop será uma casa especializada em doces inspirados em sabores de diversos países do mundo. Sendo estes dos mais tradicionais e já aderidos ao paladar brasileiro, aos com sabores da casa. As estratégias de *marketing* para alavancar as vendas dos doces a serem comercializados, se sustentarão na divulgação do negócio através dos meios de comunicação (internet e folhetos). O objetivo é conquistar uma clientela fiel e consciente da qualidade do produto e atendimento, oferecendo produtos saborosos, em um ambiente agradável e ainda com serviço *drive thru*.

2.1- INSPIRAÇÃO PARA O NEGÓCIO

Com a atual situação econômica, do Brasil, os negócios de todos os tipos enfrentam dias desafiadores. Contudo, esse momento acaba tornando-se um verdadeiro divisor de águas no cenário empresarial, não havendo diferenças para o mercado de doces. Ao longo das décadas, o setor se reinventou diversas vezes para manter-se sempre aquecido. Nos últimos anos, criou o conceito do “Doce da Temporada”, onde os clássicos foram reinventados e se tornaram uma “febre” lucrativa. Como por exemplo: os *cupcakes*, as paletas mexicanas, os gelados, os brigadeiros *gourmet*, dentre muitos outros. Dessa forma, as empresas conseguiram atender as demandas do mercado, mesmo vendendo apenas um tipo de alimento, porém a inovação é característica do segmento de doces, e o empreendedor que visa inovar consegue crescimento e fidelidade de seus clientes.

A aposta da empresa Candy Stop é unir sabores de diversos países em um só lugar. Por isso, a ideia de unir os melhores e mais famosos doces de regiões do mundo, abriu uma nova porta para agradar clientes que desejam visitar países do mundo em um só ambiente.

2.1.1- DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

A Candy Stop é uma empresa que foi criada para satisfazer a demanda de clientes amantes de doces, oferecendo o diferencial de serviço *drive thru*. Apesar do cenário econômico instável e a grande concorrência no segmento dos alimentos, o mercado de doces cresce por diversos fatores. Mas a chave para superar qualquer obstáculo, principalmente a crise econômica brasileira, é a criatividade.

Pensando em apostar no segmento da doceria, fortalecendo estratégias de marketing alinhadas com a produção e a distribuição dos produtos, a Empresa Candy Stop inovará proporcionando ao cliente desfrutar de doces variados, na comodidade e praticidade do serviço que tem sido à base das principais empresas de *food service*, o *drive thru*. A doceria mantém uma margem competitiva através da entrega imediata de produtos, de excelentes relações com os clientes e de sua capacidade de adequar-se as necessidades dos clientes.

A empresa está instalada estrategicamente na Praça Saens Penna, no bairro da Tijuca, cidade do Rio de Janeiro. O local foi escolhido tendo em vista a busca por um ponto estratégico de fluxo e concentração de residências e áreas comerciais. O público alvo possui características diferenciadas que serão atendidas. A empresa deseja satisfazer a demanda crescente por seus produtos através da compra de equipamentos modernos, os quais possibilitarão as entregas imediatas num âmbito mais amplo e o serviço interno com maior capacidade de adequar-se às necessidades dos clientes, custos mais baixos por unidade e redução do tempo de processo.

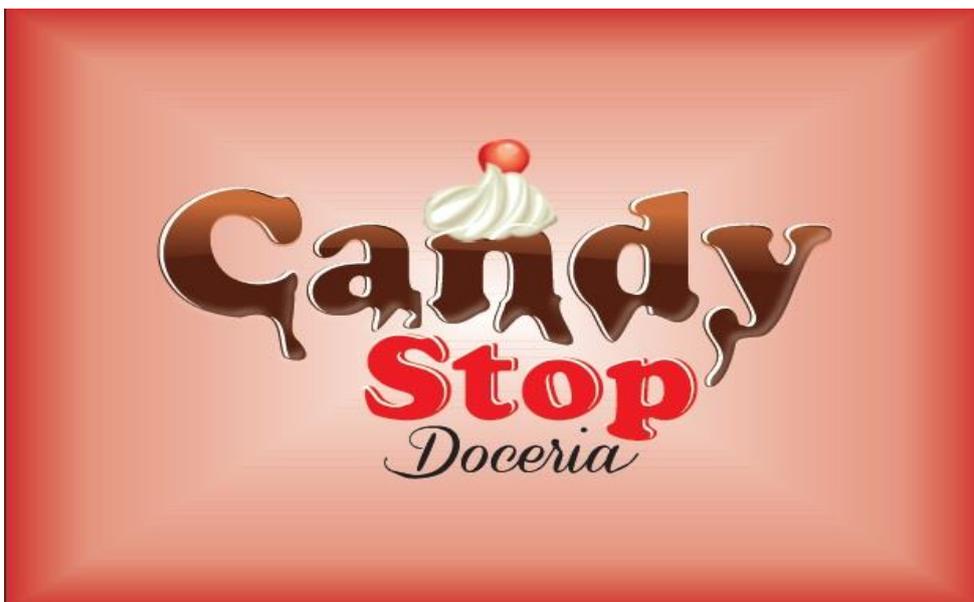
A empresa poderá ser traduzida como um lugar agradável, que será composta por um local moderno, com um toque de classe. O local será voltado para pessoas que buscam degustar sobremesas inspiradas em diversos países do mundo, tendo opções de navegar pela Internet em seus dispositivos móveis, utilizando a rede de internet da loja, acompanhado pelo som de música ambiente. Será oferecido um toque de originalidade, dispondo de uma vitrine em seu espaço requintado, para que os clientes tenham maior visibilidade dos produtos. Todos os produtos serão catalogados em um cardápio de opções, onde estarão apresentados os tipos, os tamanhos, os sabores e os preços, auxiliando na escolha do cliente. Dentre as opções haverá produtos que atendam a um gosto mais tradicional e alguns sabores especiais da casa, atendendo aqueles que buscarem novidade.

A divulgação será realizada através de um site da própria doceria com link nas redes sociais, com objetivo de fazer o público comparecer ao local tendo uma ideia do diferencial da empresa, além de panfletos e catálogos com atrativos a loja. A Empresa Candy Stop apresentará em seu espaço o diferencial de avaliação do cliente, por meio de equipamentos eletrônicos, tabletes e dispostos, auxiliando sua avaliação já com um link direto para o site, transmitindo em tempo real a opinião e nota que o cliente dará ao estabelecimento, produtos e serviço. Assim, proporcionará aqueles que desejarem conhecer uma prévia do que encontrar. O foco será de início fidelizar o cliente com seu atendimento diferenciado e suas opções de serviços, oferecendo conforto, comodidade e excelência em sabor.

2.1.2- NATUREZA DO NEGÓCIO

A ideia do negócio surgiu a partir da necessidade que foi observada em algumas pessoas que possuem hábitos e gostos diferentes. Devido a essa grande dificuldade em encontrar uma doceria que oferecesse produtos e que atendesse as necessidades de variados tipos de público em um mesmo ambiente, surgiu à ideia da doceria, na qual, agregado ao negócio principal, haverá cardápios diferenciados com doces de vários países, de forma que os clientes possam frequentar e saborear os produtos com seu grupo de amigos e com maior comodidade e conforto.

2.2- LOGOMARCA



2.3- DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES

Sócio 1:

Nome: Felipe da Silva dos Santos

Cidade Estado: Rio de Janeiro (RJ)

Experiências na área administrativa, como setores: Departamento pessoal, Recursos Humanos, Financeiro e Comercial está formando em administração, possui cursos de informática e inglês intermediário,. Felipe é carismático, perfeccionista, habilidoso e ágil.

Responsável pela fiscalização da produção e qualidade dos produtos, supervisionando a todos os processos, técnicos especializados até o consumidor final, incluindo em sua atribuição a logística, gestão dos estoques de entradas e saídas de matéria-prima.

Sócio 2:

Nome: Lyria Santos de Souza

Cidade /estado: Rio de Janeiro (RJ)

Formanda em Administração, com idioma inglês intermediário, já participou de diversos cursos e palestras em diversas áreas como informática, financeira e gastronômica. E possui experiências nas atividades as quais lhe foram atribuídas. Suas principais qualidades são foco, empatia e gostar de inovar.

Responsável pela parte contábil-financeira, controle de caixa, demonstrativos de resultados, gestão do fluxo de caixa e ponto de equilíbrio. Será responsável também pelos recursos humanos da empresa, sendo atribuída a função de reter talentos, fazer a interação de organização com os funcionários, contratação e demissão, leis trabalhistas e encargos sociais.

2.3- DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome fantasia: Doceria Candy Stop LTDA ME

CNPJ: 14.000.00/2112.00

2.4- MISSÃO E VISÃO DA EMPRESA

- **Missão:**

Fornecer produtos e serviços na área gastronômica, a fim de satisfazer os mais exigentes paladares, valorizando o sabor diferenciado e a correta técnica de elaboração de cada alimento. Além de, proporcionar um sistema de atendimento diferenciado em um ambiente agradável e aconchegante, visando exceder as expectativas e satisfação do consumidor, para que eles retornem regularmente e também para atrair novos consumidores, e assim elevar o grau de rentabilidade do investidor e a motivação do colaborador.

- **Visão:**

Entrar no mercado tornando-se uma doceria modelo, tendo um diferencial para atrair os clientes tornando-se referência no segmento. Ou seja, entrar no mercado tornando-se uma referência de confiança e bons serviços.

O objetivo é em quatro anos abrir a segunda doceria Candy Stop, tendo um diferencial para atrair os clientes tornando-se referência no segmento, com expansão contínua no mercado, mantendo uma meta de abertura de uma nova unidade a cada quatro anos, visando o lucro através da conduta justa e ética.

- **Valores:**

- Qualidade
- Respeito ao cliente e funcionários
- Amor pelo nosso trabalho
- Honestidade
- Transparência

2.5- SETORES DE ATIVIDADES

Setor de atividades da empresa será o do comércio.

2.6- FORMA JURÍDICA

A forma jurídica selecionada será a Sociedade Limitada, que é composta por, no mínimo, dois sócios, pessoas físicas ou jurídicas. A responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

2.7- ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

O enquadramento tributário será através do Simples nacional.

2.8- CAPITAL SOCIAL

O capital da empresa é de **R\$184.054,86**

2.9- FONTE DE RECURSOS

A fonte de recursos será própria.

3. ANÁLISE DE MERCADO

A análise de mercado é um dos componentes do Plano de Negócios que está relacionado ao processo de obtenção de informações relacionadas ao mercado de atuação da empresa, ou seja, o marketing da organização. A empresa visa criar produtos que sejam inovadores, com qualidade elevada e de fácil acesso ao seu público-alvo. Nosso objetivo principal, é vincular a qualidade do produto à necessidade do cliente, a fim de conquistar uma parcela significativa do nosso ramo no mercado.

Os produtos em questão, tratam-se de doces, que será comercializado na doceria própria.

3.1- PÚBLICO ALVO

O público alvo são pessoas de classe média e classe média alta que trabalham e/ou residam próximo a Praça Saens Penna e aos arredores. Possuem idades diversificadas, porém, a grande maioria são jovens e adultos, que procuram doces de qualidade , alinhada a um cardápio diferenciado e a sabores diversificados.

3.1.1- COMPORTAMENTO DO CLIENTE

Uma matéria apresentada pela exame destaca uma pesquisa feita por Lígia Formenti onde aponta que Um em cada cinco brasileiros consome doces cinco ou mais vezes por semana. De acordo com a referida pesquisa, o preço não importa na hora de comer doces, mas o critério de escolha pelo sabor e qualidade são mais importantes ainda.

PESQUISA:

“Segundo a pesquisa, A consumação maior ocorre entre a população jovem, revela estudo feito pelo Ministério da Saúde: 28,5% das pessoas entre 18 e 24 anos consomem esses produtos com regularidade.

Uma pesquisa do Ministério da Saúde, realizada em 2014, apontou que 18% da população brasileira consomem alimentos doces durante cinco ou mais dias da semana, como sorvetes, bolos e chocolates. Segundo o levantamento, os alimentos doces estão mais presentes nas refeições das mulheres. Baseado nessa pesquisa é possível perceber que os interesses dos clientes pelo sabor e pela qualidade influenciam muito na hora da escolha de comer fora de casa, mais ainda quando se pode aliar isso a refeições que tragam benefícios qualitativos a saúde”.

3.2- ANÁLISE DOS CONCORRENTES

Na região da Tijuca (Praça Saenz Penna) , existem dois concorrentes fortes a Lecadô bem tradicional, e a Gostosuras de Portugal, pois estão há muito tempo no mercado e no logradouro do bairro. Mas a Candy Stop possui produtos e serviços diferenciados e uma equipe de colaboradores aliados e fornecedores comprometidos com a missão da empresa e com o sentido da palavra empreendedor alinhado ao endomarketing da organização.

Empresa	Candy Stop	Lecadô	Gostosuras de Portugal
Qualidade	Sabor; Atendimento; Qualidade percebida.	Layout; Aparência	Layout; Aparência
Preço	R\$ 15,00	R\$8,00	R\$12,00
Condições de pagamento	Dinheiro e cartão	Dinheiro e cartão	Dinheiro e cartão
Localização	Praça Saenz Penna	Praça Saenz Penna	Praça Saenz Penna
Atendimento	Loja física; Driver Thru	Loja física;	Loja física;
Serviço ao cliente	Cardápio digital; App; Customização; Driver Thru	Customização.	Cardápio
Garantias oferecidas	Certificados de qualidade; Ingredientes rigorosamente selecionados.	Produtos 100% brasileiros.	Produtos 100% brasileiros.

FONTE: QUADRO 1 - ELABORADO PELA DUPLA (2017)

3.1.2- ÁREA DE ABRANGÊNCIA

A Empresa Candy Stop atrai clientes que moram na Praça Sáenz Peña (onde se localiza a empresa), Tijuca e alguns de outras regiões como Centro do Rio, Bairro de Fátima, Cosme Velho. (A *renda* familiar do bairro gira em torno de 12,4 salários-mínimos).

3.2- ANÁLISE DOS FORNECEDORES

Os fornecedores são peças fundamentais na operacionalidade da empresa, pois eles oferecem os insumos necessários para a composição dos produtos/serviços de uma organização. Baseado nessa premissa, os fornecedores devem atender três requisitos básicos para que possam suprir as necessidades de seus contratantes, são eles: qualidade, prazo e preço. Esses três requisitos são importantes, mas para uma organização o “*Lead time*” (tempo de entrega) é o que faz toda a diferença na linha de produção.

A tabela 01 mostra o primeiro fornecedor da Empresa Candy Stop.

Tabela 01: primeiro Fornecedor da Empresa Candy Stop. Fonte: O autor.

Comercio e Representações Cecoti LTDA CNPJ: 42.873.091/0001-10			
Comércio atacadista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios.			
Endereço: Rod Mg 260, S/n., Km 35 Claudio – MG CEP: 35530-000			
Telefones: (37)3381-1721 / (37)3381-1721			
Produto	Marca	Peso	Preço
Farinha de trigo	Dona Benta	25kg	R\$ 62,19 unid
Açúcar	União	1kg	R\$ 1,00 unid
Creme de Leite	Camponesa	1Lt	R\$ 6,99 unid
Manteiga	Três Marias	10Lt	R\$ 31,50 unid
Leite Condensado	Camponesa	1Lt	R\$ 19,90 unid
Chocolate Preto	Harald	2kg	R\$ 13,99 unid
Chocolate Branco	Halald	2Kg	R\$ 13,99 unid
Leite	Italac	10Lt	R\$ 6,99 unid
Café	Pilão	1 kg	R\$ 6,99 unid
Ovos	Granja	30 unid	R\$ 8,00 unid
Creme de baunilha	Camponesa	2Kg	R\$ 13,69 unid

FONTE: QUADRO 1 - ELABORADO PELA DUPLA (2017)

A tabela 02 mostra o segundo fornecedor da Empresa Candy Stop.

Tabela 02: Segundo Fornecedor da Empresa Candy Stop. Fonte: O autor.

A Copal Alimentos Ltda. CNPJ: 82.900.713/0001-76			
Comércio atacadista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios.			
Endereço: R Heriberto Hulse, 4633 Sao Jose - SC CEP: 88115-000			
Telefones: (48)3246-2244 (48)3246-9100			
Produto	Marca	Peso	Preço
Farinha de trigo	Dona Benta	25kg	R\$ 61,48 unid
Açúcar	União	1kg	R\$ 0,96 unid
Creme de Leite	Camponesa	1Lt	R\$ 6,98 unid
Manteiga	Três Marias	10Lt	R\$ 31,20 unid
Leite Condensado	Camponesa	1Lt	R\$ 19,69 unid
Chocolate Preto	Harald	2kg	R\$ 12,99 unid
Chocolate Branco	Halald	2Kg	R\$ 12,99 unid
Leite	Italac	10Lt	R\$ 7,50 unid
Café	Pilão	1 kg	R\$ 7,49 unid
Ovos	Granja	30 unid	R\$ 8,00 unid
Creme de baunilha	Camponesa	2Kg	R\$ 13,90 unid

FORNE: QUADRO 2 - ELABORADO PELA DUPLA (2017)

4. PLANO DE MARKETING

O plano de marketing é uma **ferramenta de gestão** que deve ser usada regularmente e atualizada sempre, pois auxilia os empreendedores a se adaptarem às constantes mudanças do mercado, identificando tendências e, com isso, criando vantagens competitivas em relação aos concorrentes.

4.1- DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

A gastronomia representa a identidade de um país, cultura ou região. Um motivo para reunir amigos e familiares, trocar ideias e sabores entre culturas. Com essa essência a Doceria poderá ser traduzida como um lugar agradável, que será composta por um local moderno, com um toque de classe. O local será voltado para pessoas que buscam degustar sobremesas inspiradas em diversos países do mundo, tendo opções de navegar pela Internet em seus dispositivos móveis, acompanhado pelo som de músicas ambientes. E para aqueles clientes que buscam adquirir os produtos para consumi-los em outro lugar de forma rápida. A empresa investirá em serviço *delivery*. A Doceria oferecerá um toque de originalidade, dispondo de uma vitrine em seu espaço requintado, para que os clientes tenham maior visibilidade do produto para sua escolha.

Todos os produtos serão catalogados em um cardápio de opções, onde estarão apresentados os tipos, tamanhos, sabores e preços, além da imagem para assim proporcionar a melhor escolha do cliente. Dentre as opções haverá produtos que atendam ao gosto pelas principais sobremesas e doces de diversos países.

Dentre as opções do cardápio estarão as 10 seguintes sobremesas, ilustradas pelas figuras abaixo.

Figura 01: Tocino del Cielo (Espanha).



O toucinho do céu é uma das sobremesas tradicionais de Portugal e da Espanha. A base de ovos e açúcar originou-se nos conventos, razão da denominação coletiva de doçaria conventual desta categoria de doces.

Figura 02: Cannoli (Itália).



O cannoli é uma sobremesa proveniente da Sicília, que consiste em uma massa doce frita em formato de tubo, recheada de um creme de ricota ou um creme de baunilha e doce de leite e outros recheios.

Scones (Escócia)



O **scone** é um pão rápido de origem escocesa. Ele é muito popular no Reino Unido e também nos Estados Unidos, Canadá, Austrália, Nova Zelândia e Irlanda. O que faz o *scones*er diferente de um pão simples é que a manteiga que é adicionada deve ficar em pequenos pedaços, dando uma textura toda especial.

Brioche (França)



Brioche é um pão doce de origem francesa, feito com alto teor de manteiga e ovo. É levemente inchado, mais ou menos bem, de acordo com a proporção de manteiga e de ovos". Ele tem uma crosta dourada escura, e escamosa, muitas vezes, acentuada por uma

lavagem do ovo aplicado após a correção. As opções de recheio para esta sobremesa serão doces de leite ou chocolate.

Baba au rhum (França)



O Baba au Rhum é uma sobremesa que você encontrará em todas as padarias francesas. O Baba é um bolo regado de um xarope de rum. Ele é tradicionalmente acompanhado de frutas e creme chantilly.

Eclair (França)



Conhecido no Brasil como Bomba, o Éclair é um doce recheado tradicionalmente com chocolate.

Madeleine (França)



A Madeleine é um bolinho tradicional da região de Lorraine. À base de ovo, ele se caracteriza pela sua forma de concha e faz parte do lanche da tarde de todas as crianças francesas.

Pastéis de Belém (Portugal)



Os pastéis de nata ou pastéis de Belém são uma das mais populares especialidades da doçaria portuguesa. Embora se possam saborear pastéis de nata em muitos cafés e pastelarias, a receita original é um segredo exclusivo da Fábrica dos Pastéis de Belém, em Lisboa. Aí, tradicionalmente, os pastéis de Belém comem-se ainda quentes, polvilhados de canela e açúcar em pó.

Cookie (Estados Unidos)



Os cookies são pequenas bolachas, muito típicas dos Estados Unidos. Onde são comparadas a biscoitos e a maior paixão das crianças. Essa sobremesa será servida em dois sabores: chocolate e macadâmia com chocolate branco.

Rolinhos Primavera (China)



Massa fina crocante com recheios de banana com canela, polvilhada com açúcar.

4.2- PREÇO

Os processos de precificação dos produtos foram baseados nos custos de produção levando em consideração os custos fixos, variáveis e as despesas comerciais da empresa. Nessa linha, os preços ficaram na seguinte formatação, representada pela tabela abaixo.

Tabela

02:

Preços de Venda		
Produto	Preço	Porção/Unidades
Tocino del Cielo	R\$ 12,99	1
Cannoli	R\$ 8,99	2
Scones	R\$ 8,99	2
Brioche	R\$ 11,90	3
Baba au rhum	R\$ 12,99	1
Eclair	R\$ 8,99	2
Madeleine	R\$ 6,90	2
Pastéis de Belém	R\$ 6,90	3
Cookie	R\$ 7,99	4
Rolinhos Primavera	R\$ 11,90	3

4.3. ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

A fim de divulgar o produto oferecido e o serviço prestado pela empresa, serão utilizados, frequentemente, meios de comunicação como: “Facebook”, “Whatsapp”, Faixas, Cartazes e Panfletos. Os produtos serão comercializados na loja física, ou seja, a empresa venderá diretamente os produtos por meio de uma equipe de vendas, mas também temos um grande diferencial o *drive thru*.

Serão realizadas parcerias com empresas vizinhas, onde serão deixadas mídias impressas (panfletos) para divulgarem o negócio para o público destas lojas, da mesma forma que essas lojas poderão promover a divulgação de seus produtos na Doceria. Também serão efetuadas alianças com o fornecedor local, buscando o prazo ideal, o menor custo e a melhor qualidade.

A Doceria Candy Stop pretende direcionar suas ações visando buscar uma afinidade com o seu cliente potencial, direcionando todo esforço de marketing no sentido de associar o seu negócio às diversas características que são atribuídas ao mercado.

4.4- ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A estrutura de comercialização da Candy Stop será composta por dois dos sócios da empresa que serão responsáveis pela equipe interna e externa de vendas que terão a designação de levar ao conhecimento do público-alvo o nome, o produto e a imagem da organização para que se torne pública e abrangente a marca Candy Stop.

5- AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

É um planejamento estratégico adequado que ajuda a definir ações, objetivos, metas e iniciativas para direcionar a operação dos negócios de uma empresa. E nessa busca por uma direção a dar para a empresa, uma das ferramentas que surge em seu auxílio é a matriz SWOT ou matriz FOFA, onde forças, fraquezas, ameaças, oportunidades dos ambientes interno e externo são estudados e levados em consideração.

5.1 - ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A

A tabela a seguir ilustra a análise da matriz F.O.F.A

	Fatores internos	Fatores externos
	controláveis	Incontroláveis
Pontos fortes	Forças	Oportunidades
	· Capital de giro	· Eventos realizados no bairro/cidade
	· Visão sistêmica	· Turismo
	· Localização	· Região evoluída
	· Infraestrutura interna	· Área com grande circulação de pessoas
	· Qualidade e Diversificação de produto/serviço	· Conhecimento da concorrência
	· Qualificação dos colaboradores	
	· Atendimento personalizado	
	· Desenvolvimento de produtos	
	· Divulgação do produto/serviço	
· Importância com o meio ambiente		
Pontos Fracos	Fraquezas	Ameaças
	· Manutenção de equipamentos	· Crise econômica
	· Custos de transportes	· aumento no preço dos insumos
	· Tempo de montagem e preparo doproduto	· Aumento das taxas de juros
		· Concorrência forte
		· Clima

6 - CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

O plano de negócio é uma ferramenta de suma importância para quem deseja ter seu próprio negócio e se tornar um empreendedor de sucesso. Essa preciosa ferramenta dimensiona todos os pontos essenciais para uma organização sendo ela de grande, média ou de pequeno porte possa se manter no mercado com sua previsão de venda e lucro líquido satisfatório.

A Doceria Candy Stop no seu plano de negócio apresentou todos os tópicos necessários para que uma empresa tivesse viabilidade econômica financeira para se manter no mercado.

6. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

<http://educandoseubolso.blog.br/2015/04/08/maquinas-de-cartao-de-credito-um-comparativo/>

Acesso 20 de agosto de 2017.

<http://exame.abril.com.br/>

Acesso 20 de agosto de 2017.

<https://www.cecoti.com/>

Acesso 24 de agosto de 2017.

[http://www.dell.com/br/p/inspiron-24-3464-aiopd?oc=cai3464w10181422brp100w&dgc=ST&cid=310459&lid=5860653&acd=1225513272620560&ven1=s&ven2=,](http://www.dell.com/br/p/inspiron-24-3464-aiopd?oc=cai3464w10181422brp100w&dgc=ST&cid=310459&lid=5860653&acd=1225513272620560&ven1=s&ven2=)

Acesso 26 de agosto de 2017.

http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/default_censo_2000.shtm

Acesso 15 de setembro de 2017.

<http://aequipamentos.com.br/produto/1958-lavadora-de-loucas-ecomax-403>

Acesso 21 de setembro de 2017.

<http://www.opasseadortijucano.com.br/2017/06/>

Acesso 21 de novembro de 2017.