

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

Etec TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

ENSINO TÉCNICO EM MARKETING

Gabriela Rocha de Oliveira

Geise Novaes de Souza

Jadne da Silva Santos

Jose Carlos da Silva Junior

Plano de Marketing

Natha de Chocolate

SÃO PAULO

2022

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENSÃO ROOSEVELT

ENSINO TÉCNICO EM MARKETING

Gabriela Rocha de Oliveira

Geise Novaes de Souza

Jadne da Silva Santos

Jose Carlos da Silva Junior

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à ETEC CARLOS DE
CAMPOS EXTENSÃO E.E
PRESIDENTE ROOSEVELT como
parte dos requisitos para obtenção
do título de TÉCNICO EM
MARKETING sob a orientação do
Prof. Marcos Mariano da Cruz.

SÃO PAULO

2022

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) á nossas famílias que nos apoiam constantemente; aos professores e tutores que estiveram conosco durante essa jornada; e a nós mesmos, por todo o esforço e dedicação que tivemos mesmo em meio a tantos afazeres e responsabilidades externas a escola; nos mantivemos no curso. E como dizia Paulo Freire “Educação não transforma o mundo. Educação muda as pessoas. Pessoas transformam o mundo. ”

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

Etec TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENSÃO ROOSEVELT

EPIGRAFE

“Chegue o mais próximo dos seus consumidores. Tão próximo a ponto de dizer o que eles querem antes que descubram por si mesmos.” Steve Jobs

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso (3º módulo do curso Técnico em Marketing) tem como principal objetivo apresentar as metas estipuladas pelo professor Marcos Mariano da Cruz; englobando diversos fatores do Marketing, separado em dois semestres com conteúdos diferentes.

A primeira parte tem como principal foco a criação de uma agência; assim como a apresentando de todo seu pacote de marca, composto por logotipo e slogan, Missão, Visão e Valores, os serviços oferecidos, localização física do escritório, até nossa política de preços, estudo de referências do design de interiores do escritório; além do estudo do mercado com as agências concorrentes do mesmo porte que a E!Criaive; a análise SWOT e o plano de comunicação planejados para divulgação da empresa.

Já a segunda parte é composta pela apresentação; informações, pesquisa de mercado e todo o estudo da marca Natha e Chocolate e todas as questões gerais pertinentes à empresa. Assim como a Análise do Mercado, seguida pela Pesquisa do Mercado (onde foi realizada a análise do questionário disparado aos clientes). Finalizando foi feita a Análise SWOT, os Objetivos de Marketing; a atualização dos 4P's após todo o estudo realizado e um Plano de Mídia que atenda os objetivos pontuados.

Palavras-Chave: Comunicação, marketing, criatividade, agência, inovação, crescimento, atendimento, satisfação, serviços, mídias sociais, plano e mercado.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

ABSTRACT

The present End of Course Work (3rd module of the Technical Course in Marketing) has as main objective to present the goals stipulated by the teacher Marcos Mariano da Cruz; encompassing several factors of Marketing, separated in two semesters with different contents.

The first part has as its main focus the creation of an agency; as well as the presentation of its entire brand package, composed of logo and slogan, Mission, Vision, and Values, the services offered, the physical location of the office, even our pricing policy, the study of references of the office's interior design; besides the study of the market with competing agencies of the same size as E!Criative; the SWOT analysis, and the communication plan planned for the company's promotion.

The second part is composed of the presentation, information, market research, and the entire study of the brand Natha e Chocolate, as well as all the general issues pertinent to the company. As well as the Market Analysis, followed by the Market Research (where the analysis of the questionnaire sent to customers was carried out). Finally, a SWOT Analysis, the Marketing Objectives, the updating of the 4P's after all the study carried out, and a Media Plan that meets the punctuated objectives were made.

Keywords: Communication, marketing, creativity, agency, innovation, growth, service, satisfaction, services, social media, plan, and Market.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

RESUMEN

El presente Trabajo de Conclusión de Curso (3er módulo del curso Técnico en Marketing) tiene como objetivo principal presentar los objetivos estipulados por el profesor Marcos Mariano da Cruz; encerrando varios factores del Marketing, separados en dos semestres con contenidos diferentes.

La primera parte tiene como foco principal la creación de una agencia; así como la presentación de todo su paquete de marca, compuesto por el logo y el eslogan, la Misión, Visión y Valores, los servicios ofrecidos, la ubicación física de la oficina, incluso nuestra política de precios, el estudio de referencias del diseño interior de la oficina; además del estudio del mercado con las agencias competidoras del mismo tamaño que E!Criative; el análisis DAFO y el plan de comunicación que se planeó para publicitar la empresa.

La segunda parte está compuesta por la presentación; la información, el estudio de mercado y todo el estudio de la marca Natha e Chocolate y todas las cuestiones generales pertinentes a la empresa. Así como el Análisis de Mercado, seguido de la Investigación de Mercado (donde se realizó el análisis del cuestionario enviado a los clientes). Por último, se realizó el Análisis DAFO, los Objetivos de Marketing; la actualización de las 4P's tras todo el estudio realizado y un Plan de Medios que cumpla con los objetivos marcados.

Palabras clave: Comunicación, marketing, creatividad, agencia, innovación, crecimiento, servicio, satisfacción, servicios, medios sociales, plan y mercado.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENSÃO ROOSEVELT

SUMÁRIO

1° Parte – Agência E!Criative

- 1. Dedicatória**
- 2. Epígrafe**
- 3. Resumo**
- 4. Introdução**
- 5. Criação da Agência**
- 6. Pacote de Marca**
 - 6.2 Logotipo**
 - 6.3 Slogan**
 - 6.4 Missão, Visão e Valores**
- 7. Plano de Comunicação**
- 8. Localização**
- 9. Setores e responsáveis na agência**
- 10. Serviços oferecidos pela agência**
- 11. Política de preços**
- 12. Ambiente interno do escritório**
- 13. Agências Concorrentes**
- 14. Análise SWOT**
- 15. Referências bibliográficas**

2º Parte – Natha de Chocolate

- 1. Natha de Chocolate**
 - 1.1 Quem são**
 - 1.2 Logotipo e slogan**
 - 1.3 Missão, visão e valores**
 - 1.4 Atuação digital**
 - 1.5 Localização**
 - 1.6 Setores e responsáveis na agência**
 - 1.7 Serviços oferecidos pela agência**
 - 1.8 Política de preços**
- 2. Análise de Mercado**
 - 2.1 Macroambiente**
 - 2.2 Microambiente**
- 3. Pesquisa de Mercado**
 - 3.1 Pergunta/problema**
 - 3.2 Público-alvo da pesquisa**
 - 3.3 Questionário**
 - 3.4 Tabulação e Gráficos**
 - 3.5 Relatório**
 - 3.6 Conclusão da pesquisa**
- 4. Análise SWOT**
- 5. Objetivos de Marketing**
- 6. Público-alvo**
- 7. 4 P's**
- 8. Conclusão**
- 9. Referências Bibliográficas**

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENSÃO ROOSEVELT

INTRODUÇÃO

O presente livro apresenta o Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, na ETEC Técnica Carlos de Campos – Extensão Roosevelt, localizado na Rua São Joaquim, 320, Liberdade – SP | BR. Como requisito parcial para a obtenção do título/certificado de Técnico em Marketing. Que teve por orientador o Professor Marcos Mariano da Cruz.

“O mote agora é ser original, é ser quem você é. A prisão da perfeição é muito pesada. Fazer tudo ‘certinho’ não garante mais equilíbrio, sustentabilidade financeira, felicidade”, afirma Hilaine Yaccoub (2018), doutora em Antropologia do Consumo pela UFF (Universidade Federal Fluminense).

Apresentaremos a seguir o processo de criação da agência E!Criative; que vai oferecer prestação de serviços para micro e pequenos empreendedores (pequenas empresas) que estão iniciando sua jornada na era digital, e aqueles que já iniciaram essa jornada mas ainda não alcançaram maturidade nessa nova fase tecnológica do mundo.

E na segunda parte todo o estudo e plano de comunicação da empresa já existente de um dos integrantes do grupo (José Carlos); criada em sociedade com outras duas pessoas; que se chama Natha de Chocolate; especializada na produção de doces variados, com foco em chocolate.

CRIAÇÃO DA AGÊNCIA

Analisando o mercado de marketing percebemos a necessidade de contribuir para o crescimento de empresas de pequeno porte com quatro segmentações como:

1. Criação de site/blog
2. Produção de conteúdo
3. Gestão de mídias sociais
4. Branding

Somos uma agência de marketing diferente de tudo que você já viu porque a inovação faz parte do nosso DNA e a criatividade está no nosso dia a dia.

A E!Criative nasceu com o objetivo de tratar o design como ferramenta estratégica na captura do emocional e da percepção humana através de um produto ou serviço, despertando assim, o potencial de sua marca. Independente se ela é pequena, média ou de grande porte.

Unimos expertises de digital e criatividade especializada para um bom marketing para um resultado impecável em todos os nossos serviços. Executamos a promoção comercial completa: planejamento, concepção do KV (key visual), tecnologia, produção, comunicação e mídia.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

PACOTE DE MARCA

LOGOTIPO:

E! CRIATIVE

O Amarelo representa a riqueza, a abundância e a prosperidade. E em alguns países está diretamente relacionado com o progresso, a evolução e a felicidade.

O amarelo também é a cor do intelecto e da criatividade; além de ser o tom de aspectos de atenção.

Cinza é uma cor conservadora que significa neutralidade. Não atrai a atenção para si; sugere segurança, confiabilidade, maturidade. Do ponto de vista da psicologia da cor, o cinza é a cor do compromisso.



SLOGAN:

Inovando com Propósito: Contribuir com o crescimento e a estratégia focada em elevar os padrões de inovação, aprimorar os processos, os produtos e as pessoas, fortalecendo de forma unificada e focada na expansão.



CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

MISSÃO, VISÃO E VALORES

MISSÃO: Compreender e atender às necessidades de nossos clientes superando suas expectativas, oferecendo muito mais produtos e serviços.

Nosso objetivo é proporcionar o máximo em inovação, design, satisfação e qualidade, criando pensamento em cada detalhe.

VISÃO: Tornar pequenas ideias em grandes projetos.

VALORES: Honestidade, Comprometimento, Inovação, Autenticidade, Exclusividade.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

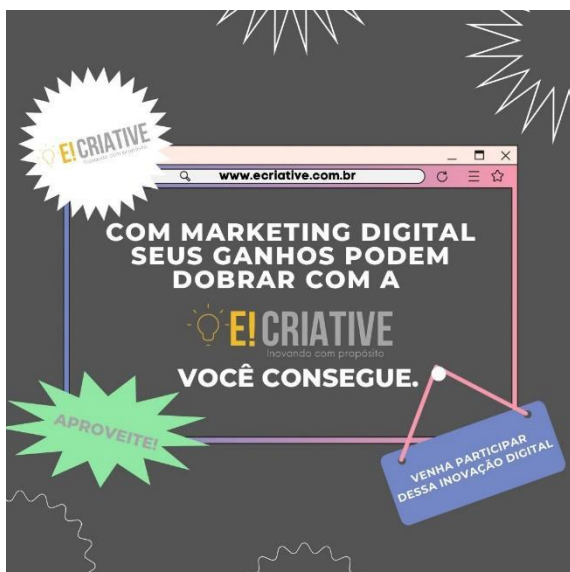
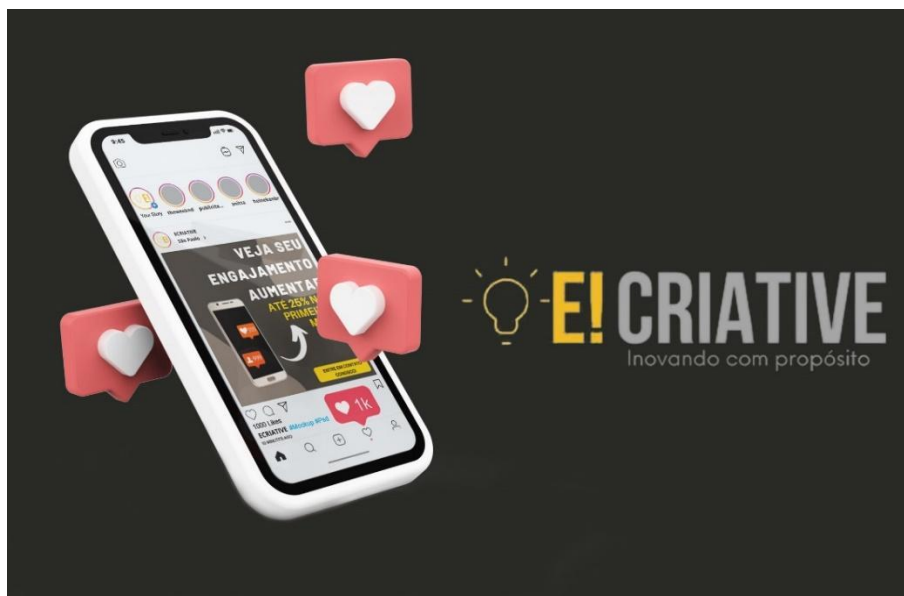
PLANO DE COMUNICAÇÃO DA AGÊNCIA

Estratégias de campanha: Informar e persuadir; fazer acreditar em algo que seja verdade da nossa marca e posicionamento

Tipos de campanha: Campanha de propaganda

Meios e Veículos de comunicação:

Redes sociais:



CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

Etec TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

Folder:



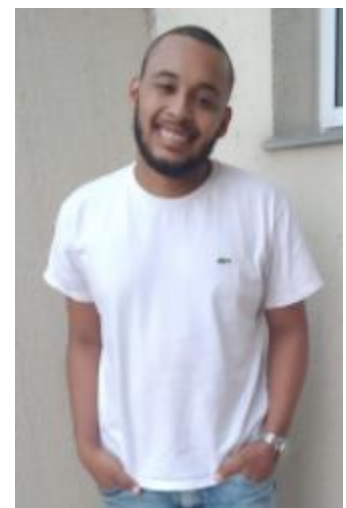
Período/horários de veiculação: Horários das 12:00 e 18:00

Garoto propaganda: Jose Carlos da Silva Junior

Slogan: Inovando com Propósito

Jingle: "Inovação e Crescimento sem Crise, só na E!Criative"

Tie-in: (Não-aplicável)



CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

LOCALIZAÇÃO

A agência E!Criative está localizada no Centro Empresarial Mario Garnero, que fica na Avenida Brigadeiro Faria Lima, N°1485



CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

SETORES E RESPONSÁVEIS NA AGÊNCIA

Estamos divididos em 5 setores principais, com suas respectivas descrições, funções e objetivos, e seus responsáveis; são eles:

1. Administrativo: **Gabriela.**

A pessoa que cuida do administrativo da empresa é responsável por auxiliar no acompanhamento do desempenho de vendas e fornecedores, prestar suporte no contato com agência de propaganda, fazer o controle de notas fiscais, apoiar em negociações, implementação de campanhas publicitárias e de vendas.

2. Atendimento: **José.**

O colaborador é responsável pelo atendimento é uma área excepcional para uma atividade mais ampla, cuida da imagem pública da empresa, sem deixar de fazer o relacionamento com a mídia. Ele também é responsável na prospecção de clientes, através de mídias digitais, Facebook, sites, e-mail, marketing etc.

3. Planejamento: Todos presentes na empresa.

O planejamento é responsável pela criação da estratégia de marketing que será adotada nas campanhas e ações do cliente e a dimensão do seu trabalho, isso pode variar conforme os canais utilizados pela agência.

4. Criação: **Geise.**

O setor é responsável pela criação do material que vai ser veiculado, produzindo peças que confirmam à empresa uma identidade visual marcante e de alta qualidade. Realiza manutenção dos sites, atualização dos blogs e redes sociais. Cria e faz o acompanhamento de Google Adwords e elaboração de artes no Photoshop

5. Mídia: **Jadne.** A profissional da área é responsável pelo planejamento e estratégia da programação e veiculação de uma campanha publicitária e ação de marketing. É ela que sugere os meios e veículos de comunicação, negocia os custos, e planeja as ações.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

SERVIÇOS OFERECIDOS PELA AGÊNCIA

Consultoria de branding

Criação de estratégias e planejamento da conceituação da marca. A consultoria de branding oferece o cuidado em criar a identidade visual da empresa visando mais do que a necessidade da empresa, o maior objetivo é torná-la referência e conquistar o consumidor, criando vínculos que passam de geração em geração.

Definição de personas

Personas são “personagens” criados que representam de forma fiel o público-alvo de uma marca. Elas servem como um guia para a criação de conteúdo, estratégias, promoções etc. Sendo assim, todas as ações de marketing são direcionadas para elas. A utilização de Personas resultará na identificação do público-alvo real, sendo que pode não ser o idealizado pela empresa anteriormente.

Criação de site/blog

Atualmente se tornou fundamental para uma marca a criação de um site ou blog, onde além de expor seus produtos e serviços, poderá adicionar conteúdo informativo e relevante, criando uma relação linear com o público-alvo. Um bom site possui uma navegação simples para usuários de todas as idades além de incentivar a compras de produtos ou serviços, trazendo uma boa experiência ao consumidor e deixando uma imagem positiva a marca.

Produção de conteúdo

A produção de conteúdo é outro serviço essencial de marketing digital essencial. Para se tornar uma marca referência no mercado, é preciso criar conteúdo com qualidade, com foco nas áreas correlatas aos serviços prestados, mas sem esquecer dos assuntos da atualidade, mostrando que a marca é atendida às novidades.

Gestão de mídias sociais

O marketing está totalmente conectado com as mídias sociais (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram etc.), a criação de conteúdos exclusivos para as redes sociais como campanhas sazonais e promoções criam oportunidades de aumentar o alcance de visibilidade da marca. Além de ser um canal para divulgação dos produtos e do blog/site.

Key visual e Pacote de Marca

Conhecido por variados termos; o Pacote de marca também pode ser chamado de Pacote de Identidade visual ou Pacote de Identidade de marca. Sendo o conjunto de elementos gráficos que objetivam comunicar ao público a ideia, os valores, o propósito e a missão de uma empresa, produto ou serviço; como: nome, slogan, cores, tipografia, embalagens e outras peças de divulgação.

O Key visual representa a essência de uma campanha; KVs são bem comuns em campanhas com mais peças, pois ele oferece um guia visual do que pode e deve aparecer nas suas peças. Gerando uma síntese criativa e visual para uma ideia, insight ou posicionamento de marca, representada por uma imagem e copy, que pode ser utilizada como ponto de partida para todos os materiais de comunicação 360

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

POLÍTICA DE PREÇOS

A política de preços deve considerar diversas variantes, inclusive externas, ou seja, cada empresa deve analisar o seu próprio cenário para criar esse documento. Como em qualquer planejamento, quanto mais dados embasaram as decisões, maiores as chances de precificar corretamente os produtos e serviços da sua marca.

Abaixo algumas Informações internas e externas que são essenciais para a composição de uma política de preços de sucesso, sem prejuízos que possam comprometer o crescimento da empresa.

Dados internos:

- Custo de produção;
- Custos de transporte e estocagem;
- Investimento em marketing;
- Custos de distribuição;
- Margem de lucro desejada;
- Objetivos a curto, médio e longo prazos relativos aos produtos e serviços da empresa.

Informações externas:

- Análise de tendências de mercado;
- Análise da demanda pelo produto/serviço;
- Valores de custo e precificação dos principais concorrentes; (caso um dos concorrentes diretos diminua muito o valor de seu produto; a margem de descontos que o time de vendas pode trabalhar nesses casos)

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

Política de preços personalizado

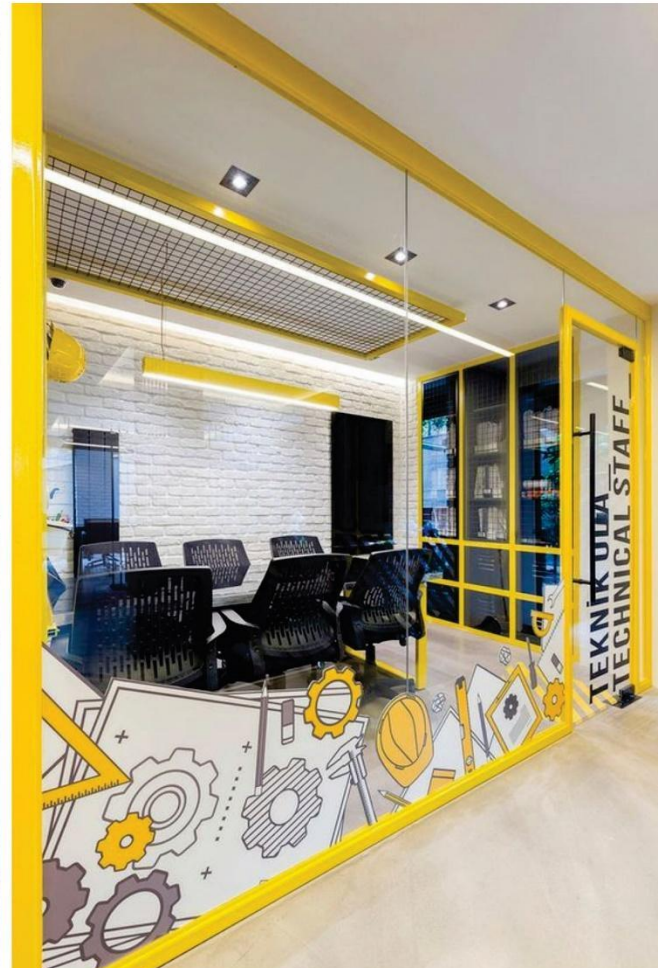
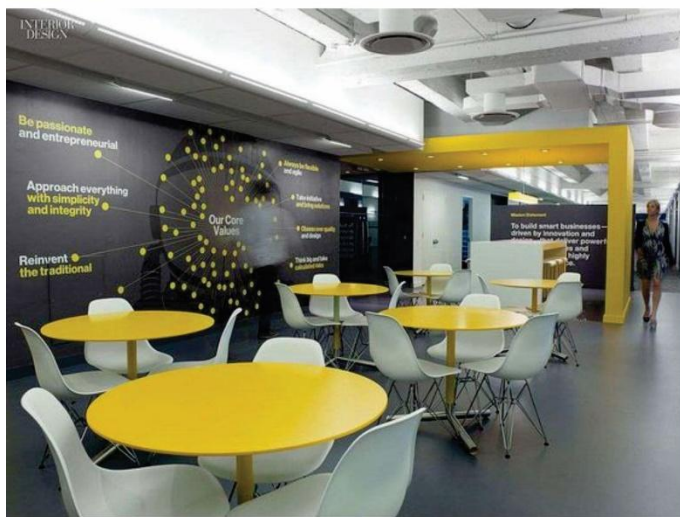
A cobrança seria de acordo com o pacote de serviços que cada cliente exige, e cobrar pelas variações de serviços adicionais.

Vamos prezar sempre pela qualidade e valor da marca, possibilitando a cobrança de preços mais competitivos.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

AMBIENTE INTERNO DO ESCRITÓRIO



CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

AGÊNCIAS CONCORRENTES

Formigas Criativas

Localização: Belo Horizonte

Serviços oferecidos: Conexão entre marcas a influenciadores, gestão de redes sociais e soluções digitais.

Principais clientes: NYU Urban Salon, Eco Minas Energia, Alcici Cozinha Árabe, ACG Construção, Renata Pacheco Hair Clinic.

Apresentação: A agência digital com soluções de marketing para você e para sua empresa. De gestão de redes sociais a campanha com influenciadores, temos a solução digital perfeita para você.

Evance Marketing

Localização: São Paulo

Serviços oferecidos: Criação e Desenvolvimento Web, Gestão de Tráfego, Gestão de Redes Sociais, Identidade Visual.

Principais clientes: AG Saúde, Bibó Baby, Graminhani Master Traders, RMB Insurance, Fabio Lopes Imóveis.

Apresentação: Trabalhamos para pequenas empresas atingirem o sucesso com estratégias personalizadas.

Contamos com uma equipe de especialistas em Google Ads, Gestão de Redes Sociais e Planejamento Estratégico, que estarão focados no crescimento do seu negócio.

Ao longo de muitos anos nessa jornada, adquirimos a experiência necessária para ajudar pequenas empresas a atingirem altos resultados e crescimento nas vendas.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

ANÁLISE SWOT

Pontos Fortes

- Pós-venda ágil e prestativa
- Formas de pagamento facilitados
- Ambiente de trabalho harmonioso
- Prioridade na qualidade mental de cada colaborador
- Divulgação em massa para o segmento
- Boa localização

Pontos fracos

- Atuação em maior de pequenas empresas
- Empresa nova no mercado
- Portfólio pequeno, em construção

Oportunidades

- Plano de comunicação e estratégias de marca
- Crescimento do segmento
- Grande alcance de clientes via digital
- Crescimento tecnológico

Ameaças

- Gastos com novas tecnologias
- Expansão de agências de marketing
- Crise econômica

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

NATHA DE CHOCOLATE

Quem são

A Natha de Chocolate é a realização de um sonho que ocorreu desde 2019. Criada com o objetivo de transformar e adoçar o dia a dia de cada um de nossos clientes, buscamos trazer sensações únicas, que só a Natha pode proporcionar.

Logotipo e Slogan



Missão

Proporcionar satisfação e felicidade com nossos produtos e serviços.

Visão

Ser referência em doces festivos em todo o Brasil.

Com foco em Qualidade, Crescimento e rentabilidade.

Valores

Felicidade

Qualidade

Integridade

Honestidade

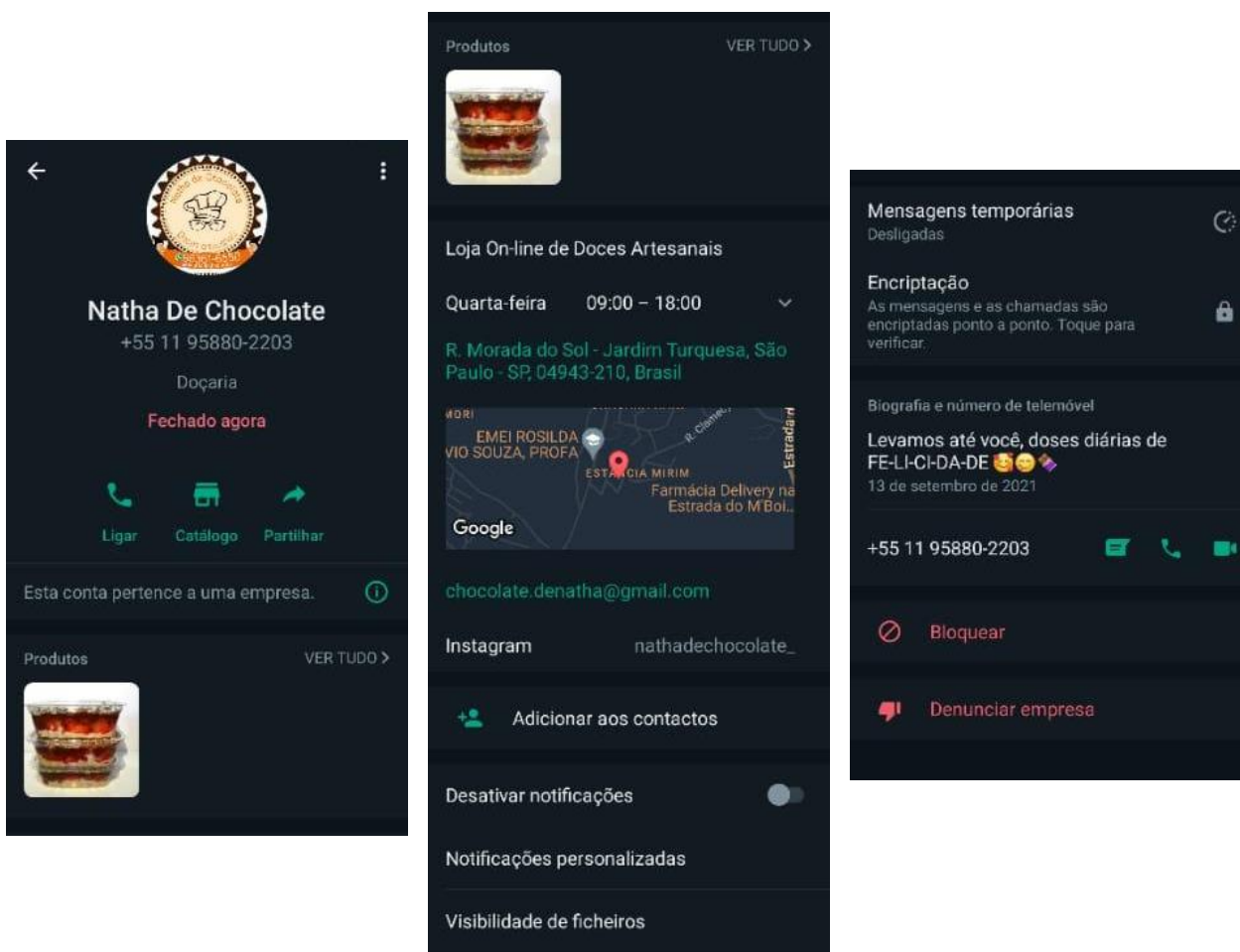
CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

Atuação digital

A Natha de Chocolate está atualmente presente nas principais redes sociais; sendo o principal meio de comunicação o WhatsApp, seguido do Instagram e por último a página do Facebook; ambos podemos visualizar a seguir:

WhatsApp 11 95880-2203



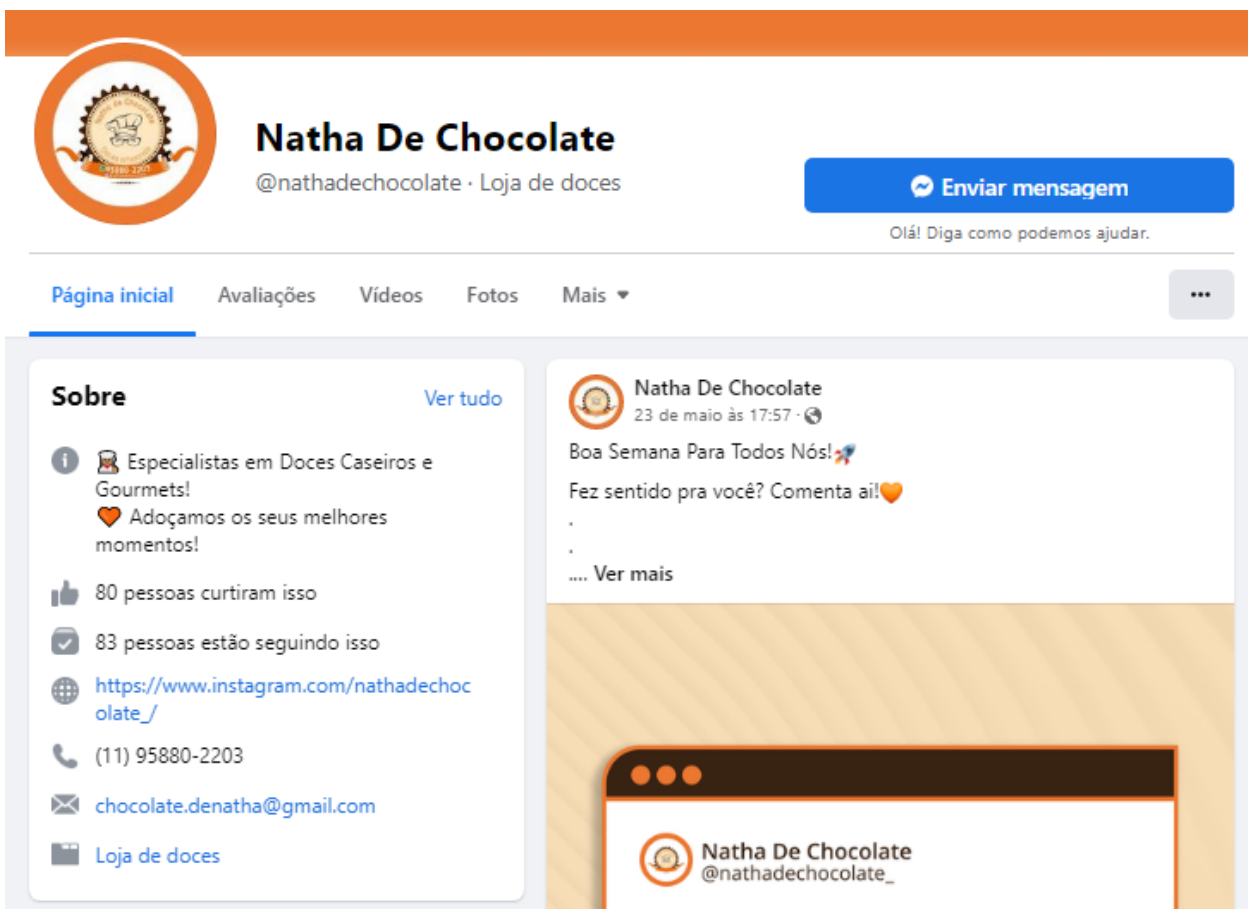
CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

@nathadechocolate_



Profile card for Instagram user **nathadechocolate_**. The profile picture is a circular logo with a bunny and a chef's hat. The bio reads: **Natha De Chocolate | Doces**, Empreendedor(a), Especialistas em Doces Caseiros e Gourmets!, Adoçamos os seus melhores momentos!, Faça seu pedido clicando no link ou via Direct! linktr.ee/nathadechocolate. Statistics: 327 publicações, 1.534 seguidores, 543 seguindo. Action buttons: Enviar mensagem, profile icon, dropdown arrow, and menu icon.



Facebook page for **Natha De Chocolate**. The profile picture is the same bunny logo. The bio reads: **Natha De Chocolate**, @nathadechocolate · Loja de doces. Action button: Enviar mensagem. Greeting: Olá! Diga como podemos ajudar. Navigation: Página inicial, Avaliações, Vídeos, Fotos, Mais. **Sobre** section: Ver tudo, Especialistas em Doces Caseiros e Gourmets!, Adoçamos os seus melhores momentos!, 80 pessoas curtiram isso, 83 pessoas estão seguindo isso, <https://www.instagram.com/nathadechocolate/>, (11) 95880-2203, chocolate.denatha@gmail.com, Loja de doces. Post: Natha De Chocolate, 23 de maio às 17:57 · Boa Semana Para Todos Nós! 🎉, Fez sentido pra você? Comenta aí! ❤️, Ver mais. Preview of a post: Natha De Chocolate @nathadechocolate_.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

Localização

Nossa unidade se encontra na Rua Ararinha azul, 5c - Jardim turquesa - São Paulo SP. Apenas espaço de produção dos doces; a venda é feita completamente digitalmente e pelo método “boca a boca”.



Público-alvo da empresa

Atualmente grande parte da nossa cartela de clientes é composta por mulher; sendo 80% da nossa audiência feminina; sendo dividido em 3 faixas etárias, que são:

25-34 anos: que corresponde a maior parte do nosso público

18-24 anos: sendo nossa faixa etária secundária

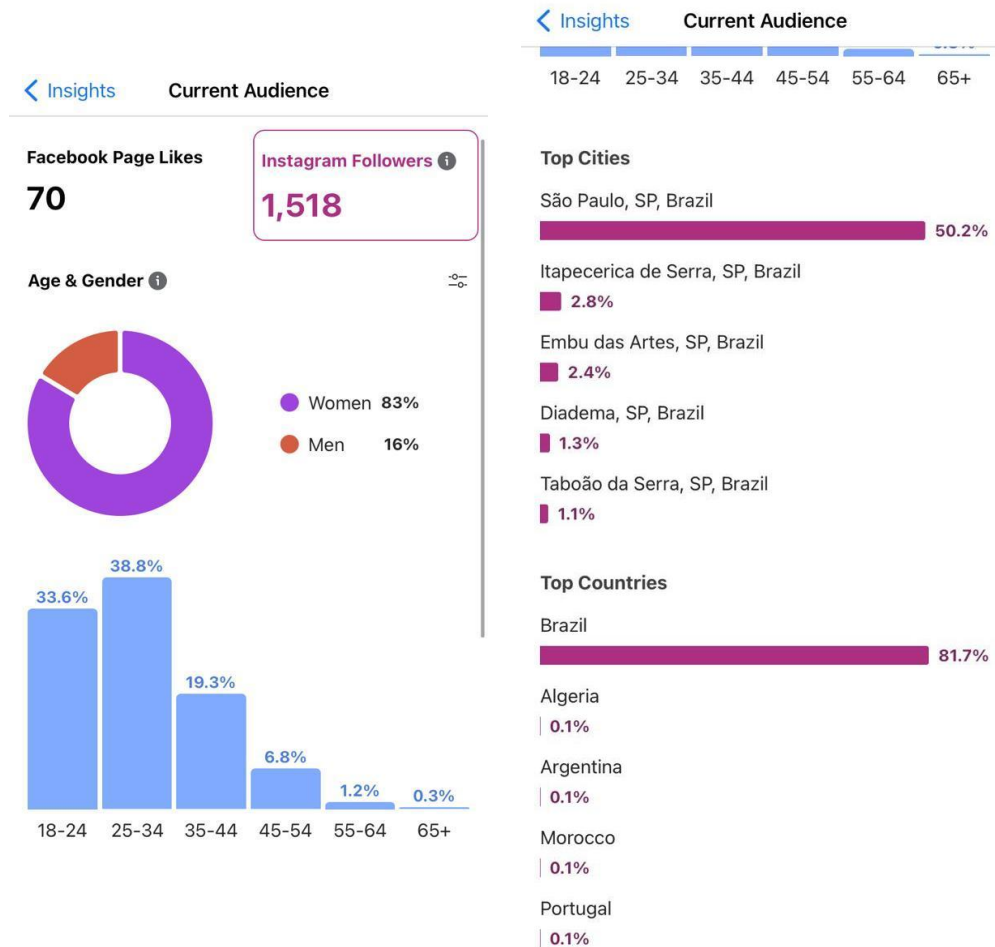
35-44 anos: representando nossa faixa etária terciária

Contendo mais de 50% localizados na cidade de São Paulo; seguido por outras cidades metropolitanas como: Itapeperica da Serra e Embu das Artes.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

Dados que podem ser conferidos no relatório de atividades do Instagram Profissional;



Produção

- Brigadeiro: 1100 unidades
- Pão de mel: 500 unidades
- Cones: 500 unidades
- Coxinha de morango: 300 unidades

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

Lista de compras Base

- Nutella
- Leite condensado
- Creme de leite
- Granulé ao leite
- Granulé amargo
- Granulado branco comum
- Leite
- Granulado amarelo
- Açúcar
- Chocolate nobre
- Chocolate branco
- Creme kinder
- Pasta pistache
- Oreo
- Barra laka oreo
- Mini oreo
- Kit kat
- Cone
- Detergente
- Desinfetante
- Toalha de mesa

Setores e responsáveis na agência

A criação da Natha de Chocolate se deu por meio de um time de sócios; que são: Caíque do Carmo Souza, Nathalia da Silva Ferreira e José Carlos da Silva Junior.

E conta com um pequeno time de funcionários; o Leonardo Amorim da Silva que é Auxiliar de Confeiteiro; Paulo Henrique Amaral da Silva responsável pelo Social Mídia e Michele Aquino de Azevedo sendo Auxiliar de Confeiteira além da Contadora Cintia Tatiane de Azevedo.

Serviços oferecidos pela Natha de Chocolate

O foco principal da Natha é a produção de doces em geral. A menu de itens oferecidos deixa qualquer um com água na boca, mas, nada se compara aos nossos brigadeiros gourmet.

Os brigadeiros são feitos com os melhores produtos do mercado, alguns levando até chocolate belga na receita.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

São mais de 20 sabores diferenciados, e todos feitos com alto padrão de qualidade, que os deixa extremamente saborosos, cremosos e macios.

Financeiro

Giramos um caixa de R\$7.000 a R\$9.000 reais mensais; aumentando para R\$12.000 a 14.000 em datas sazonais como Natal, Dia dos Namorados, Dia das Mães e entre outros. Mas podendo chegar até R\$35.000 na nossa principal data sazonal que é a Páscoa.

Política de preços

A seguir apresentamos o cardápio da empresa;

	NATHA DE CHOCOLATE CENTO DE BRIGADEIROS Pode ser composto por até 4 sabores sortidos listados abaixo, onde o valor varia de acordo com o tamanho escolhido: 12g - \$1,00 un 15g - \$1,15 un 18g - \$1,30 un		NATHA DE CHOCOLATE CONES TRUFADOS Nutella R\$ 7,00 Ninho R\$ 6,00 Ninho com Nutella R\$ 7,00 Sonho de Valsa R\$ 6,00 Morango R\$ 6,00 Prestígio R\$ 6,00 Pistache R\$ 6,00 Brigadeiro R\$ 6,00 Maracujá R\$ 6,00 Limão R\$ 6,00 Sensação R\$ 6,00 Paçoca R\$ 6,00 Ouro Branco R\$ 6,00 Laka Oreo R\$ 6,00 Galak Oreo R\$ 6,00 Diamante Negro R\$ 6,00
	SABORES: Tradicional Beijinho Bicho de pé Paçoca Ninho Ninho com nutella		
	NATHA DE CHOCOLATE BRIGADEIRO GOURMET Belga ao Leite R\$ 3,50 Tradicional R\$ 3,50 Paçoca R\$ 3,50 Café R\$ 3,00 Coco R\$ 3,00 Prestígio R\$ 3,00 Ferrero R\$ 3,00 Menta R\$ 3,00 Morango R\$ 3,00 Ninho R\$ 3,00 Ninho c/ Nutella R\$ 3,00 Ninho c/ Uva R\$ 3,00 M&M'S R\$ 4,00 Shot R\$ 3,00		NATHA DE CHOCOLATE CREME GELADO Mousse de Limão c/ Ganache Meio Amargo R\$ 12,00 BOMBOM NO POTE Uva R\$ 12,00 Morango R\$ 12,00 KIT DE BRIGADEIROS GOURMET 4 Brigadeiros de sua escolha R\$ 12,00 KIT 2 AMORES Tradicional R\$ 12,00 Ninho R\$ 12,00
	TRUFAS GOURMET Nutella R\$ 5,00 Ninho R\$ 4,50 Ninho c/ Nutella R\$ 4,50 Ninho c/ Morango R\$ 5,00 Morango R\$ 4,50 Pistache R\$ 4,50 Brigadeiro R\$ 4,50 Laka Oreo R\$ 4,50 Sonho de Valsa R\$ 4,50 Sensação R\$ 4,50 Ouro Branco R\$ 4,50 Paçoca R\$ 4,50 Maracujá R\$ 4,50 Coco R\$ 4,50 Diamante Negro R\$ 4,50 Galak Oreo R\$ 4,50 Limão R\$ 4,50		FORMAS DE PAGAMENTO Nós aceitamos: • Débito; • Crédito; • Pix - 43.955.448/0001-71 
			ENTRE EM CONTATO VIA:  @nathadechocolate_  11 96361-6550

Análise de Mercado

Microambiente – Mercado

- Fornecedores



- Intermediários

Lojas Santo Antônio



CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

Chocolândia



Garoto




- **Clientes**

Nossas clientes em grande maioria são mulheres dos 25 aos 38 anos mães de família que trabalham na área da saúde. Também temos muitos clientes que procuram nossos produtos para festas infantis.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

● Concorrentes




marianaperdomoconfeitaria [Follow](#)

6,312 posts 719k followers 0 following

Mariana Perdomo
Candy Store

📍 Loja, Drive-thru e Delivery abertos todos os dias
🌿 Nosso propósito é criar momentos que marcam. ❤️
👉 BAIXE O APP DE DELIVERY MARIANA PERDOMO
taplink.cc/marianaperdomoconfeitaria



anabrownie_ [Follow](#)

2,086 posts 274k followers 707 following

Ana Brownie®
Personal blog

Iniciei na cozinha da minha mãe e hoje lhe ensino o Melhor Brownie do mundo 🌍
📖 +20 mil alunos
@imperiodoce_ @browniecast_
🐣 Páscoa Premium 2022
anabrownie.com/cliq-ue-aqui

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT



_delicias_da_te

Follow

730 posts

673 followers

520 following

Esther Torok

Dessert Shop

Fazemos diversos tipos de doces 🍪🍰🍩



Faça já sua encomenda

Watts (11)96984-4737

Não fazemos entrega!



ateliebinadoces

Follow

133 posts

1,270 followers

1,727 following

Ateliê Bina doces 🏠

Candy Store

🌟 Loja de doces artesanais on-line 🌟

📍 Somente retiradas

👤 Por: @bina_lima

📱 Clique no link abaixo e faça seu pedido pelo WhatsApp
api.whatsapp.com/send?phone=5511996564348&te

• Público

A grande parte das vendas são realizadas em AMAs e Hospitais; tais como: Hospital de Transplantes Euryclides de J. Zerbini localizado na Av. Brigadeiro Luís Antônio, 2651 - Bela Vista, São Paulo - SP, 01401-000; a UBS Horizonte Azul na R. Albergati Capacelli, 2200 - Chácara da Enseada, São Paulo – SP, a UBS Cidade Ipava na Av. Taquandava, 31 - Cidade Ipava, São Paulo - SP, 04950-000 e o AMA Especialidades Jardim São Luiz localizado na Rua Luís Antonio Verney, 294 - Jardim Casablanca, São Paulo - SP, 05846-380.

Pensando em renda; a base salarial de nossos clientes R\$1400 a R\$12mil reais.

Macroambiente

- Demográfico

Dados do Mercado de Chocolates



● Brasil

-3º maior mercado de chocolates do mundo (Fonte: Caobisco)

● Geração de empregos

- 33 mil empregos diretos anuais
- 66 mil empregos indiretos anuais

● Exportação

- Presente em todos os continentes, exportando para 106 países (2013)

● ABICAB: representa 92% do setor de chocolates no Brasil

37 indústrias associadas:
17% micros e pequenas
43% médias
40% grandes



CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

- Cultural



(31) 3228 5544
Instagram Facebook YouTube Twitter

Os doces do Brasil, patrimônio cultural

09 de Março de 2018

Notícias



O brasileiro traz em sua formação histórica e cultural um mundo de conhecimento e possibilidades – neste contexto, podemos inserir a doçaria nacional e os modos de preparo. Sendo uma das cinco mais diversas do mundo, é conhecida tanto pela variedade de ingredientes quanto pela criatividade nas receitas. Quem nunca sentiu o gostinho de pertencer a este país ao provar um romeu e julieta, ou um bolo de fubá?

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

- Econômico

Mercado de confeitaria neste ano de 2022: tendências e dicas de atuação.



NA RUA NUDES VIDA DE CHEF ▾ GESTÃO E MERCADO ▾ DELIVERY GENTE SUSTENFOOD MÃO

Mão Na Massa

Mercado de confeitaria neste ano de 2022: tendências e dicas de atuação

Confira quais são as perspectivas e conselhos de experientes especialistas para atuar neste ramo que não para de crescer desde o advento da atual pandemia de Covid-19, chegando a faturar 12 bilhões de reais a cada ano



por Tabata Martins · há 2 meses

- Natural

Consumo de doces cresce na pandemia; veja se está exagerando e como reduzir

The screenshot shows the VivaBem.uol website interface. At the top, there is a navigation bar with the VivaBem logo and links for SAC, EMAIL, ENTRE, and ASSINE UOL. Below the navigation bar, there is a horizontal menu with categories: CORONAVÍRUS, ALIMENTAÇÃO, EQUILÍBRIO, LONGEVIDADE, MOVIMENTO, SAÚDE, NEWSLETTERS, COLUNAS, VÍDEOS, and ÚLTIMAS NOTÍCIAS. The main content area features the word 'ALIMENTAÇÃO' in large blue letters. Below this, there is a featured article with a green background. The article title is 'Consumo de doces cresce na pandemia; veja se está exagerando e como reduzir'. To the left of the title is a vertical stack of social media sharing icons: Facebook, Twitter, and a plus sign. Below the title is a photograph of a woman eating a chocolate bar. At the bottom of the article, there is a byline: 'Fabiana Gonçalves Colaboração para o VivaBem 25/05/2021 04h00'.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENSÃO ROOSEVELT

- Tecnológico



BBC NEWS | BRASIL

Notícias Brasil Internacional Economia Saúde Ciência Tecnologia #SalaSocial Vídeos

Como serão os 'doces do futuro'?

30 março 2015

Quais serão os doces do futuro?

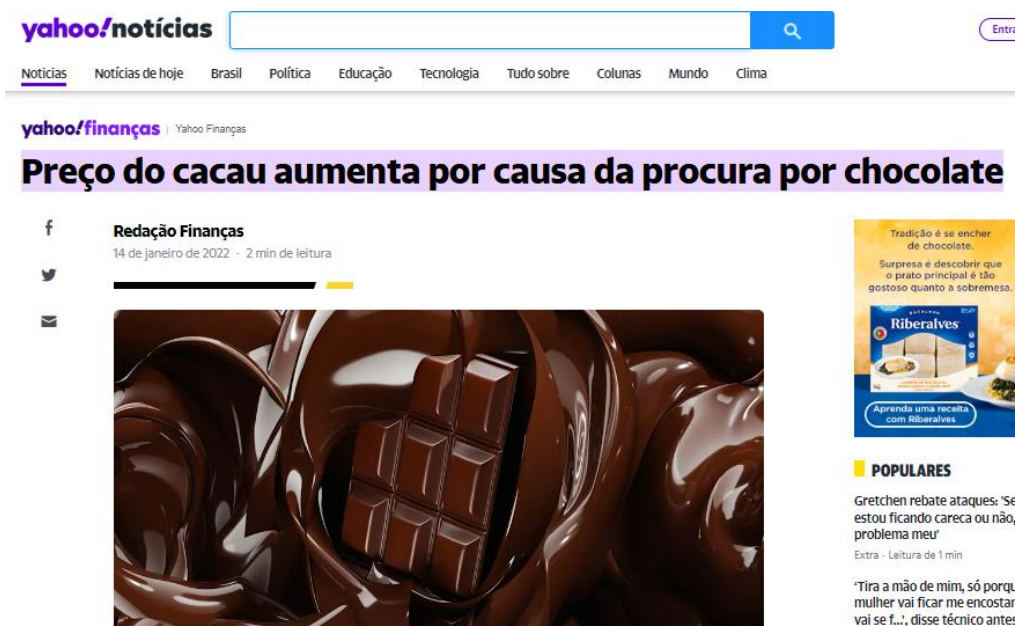
Um 'futurologista da comida' e um especialista em chocolates explicam que o alto preço do cacau e a escassez de água no futuro podem causar mudanças drásticas no mercado alimentício.

Morgaine Gaye e Paul A. Young usaram uma impressora 3D para fazer abajures e diamantes comestíveis, que seriam os 'doces do futuro'.

[Leia mais: A 'cidade fantasma' construída para um milhão de pessoas na China](#)

[Leia mais: Cinco curiosidades sobre 'superjacaré' brasileiro mais forte que tiranossauro](#)

- Político-legal




yahoo/notícias

Notícias Notícias de hoje Brasil Política Educação Tecnologia Tudo sobre Colunas Mundo Clima

yahoo/finanças | Yahoo Finanças

Preço do cacau aumenta por causa da procura por chocolate

f Redação Finanças
14 de janeiro de 2022 - 2 min de leitura



POPULARES

Gretchen rebate ataques: 'Se estou ficando careca ou não, problema meu'
Extra - Leitura de 1 min

'Tira a mão de mim, só porq. mulher vai ficar me encostar vai se f...', disse técnico antes

Pesquisa de Mercado

● **Pergunta/problema**

Os doces feitos pela Natha de Chocolate tem prejudicado a saúde dos nossos clientes?

● **Público-alvo da pesquisa**

Consumidores de doces; principalmente mulheres

● **Questionário**

1. Você tem a necessidade de comer um doce todos os dias?

Sim

Não

2. Como você se sente quando não consome doces?

Ansioso

Feliz

Não muda em nada.

3. Você acha que o consumo diário de doces, afeta sua saúde?

Sim

Não

4. Você trocaria o doce que você consome por uma opção mais saudável?

Só se o valor for acessível.

Só se o sabor for parecido.

Não trocaria

Trocaria

5. Quais desses Brigadeiros você mais gosta?

Beijinho

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

- Brigadeiro tradicional
- Brigadeiro Belga
- Nenhuma dessas opções

6. Quais doces você mais consome:

- Caseiros
- Industrializados

7. Você se considera saudável mesmo consumindo doces diariamente?

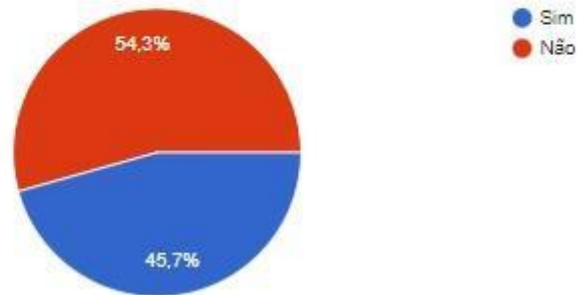
- Sim
- Não
- Eu não costumo doces diariamente

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

● **Tabulação/Gráficos**

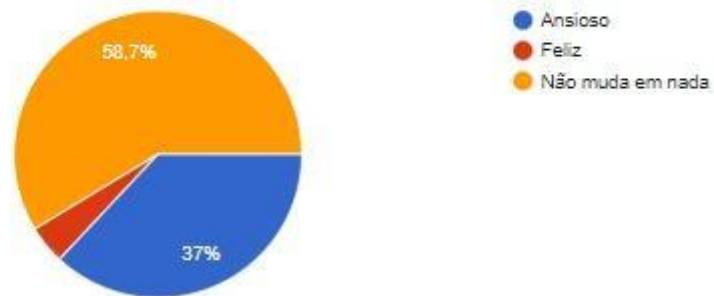
1. Você tem a necessidade de comer um doce todos os dias?

46 respostas



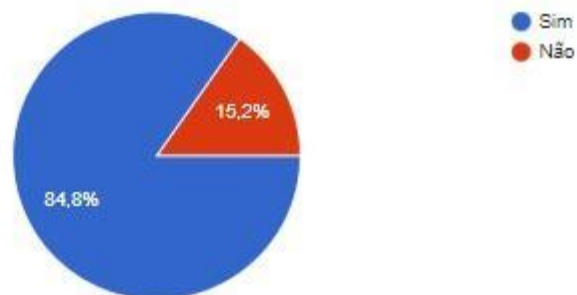
2. Como você se sente quando NÃO consome doces?

46 respostas



3. Você acha que o consumo diário de doces prejudica sua saúde?

46 respostas

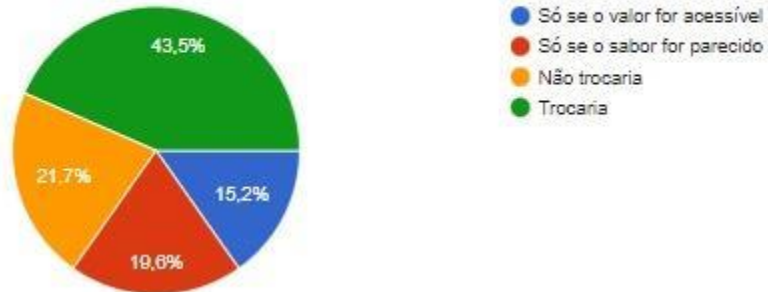


CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

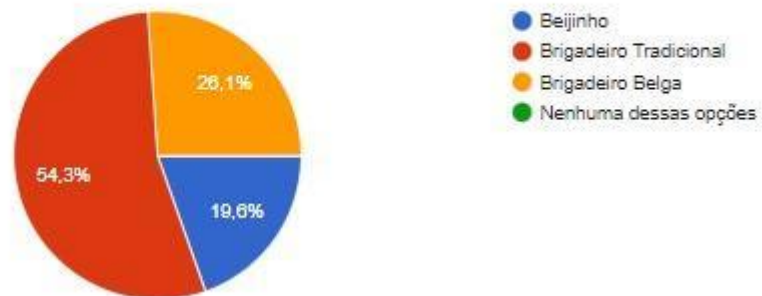
4. Você trocaria o doce que você consome por uma opção mais saudável?

46 respostas



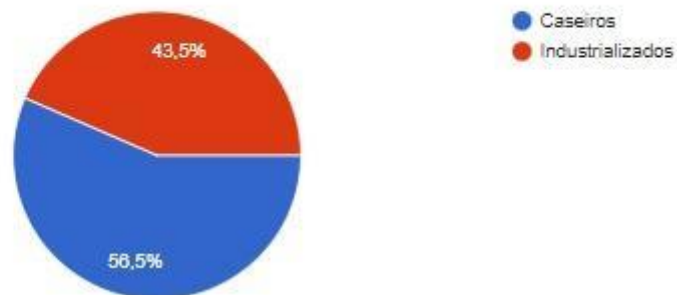
5. Quais desses Brigadeiros você mais gosta?

46 respostas



6. Qual tipo de doces você mais consome?

46 respostas



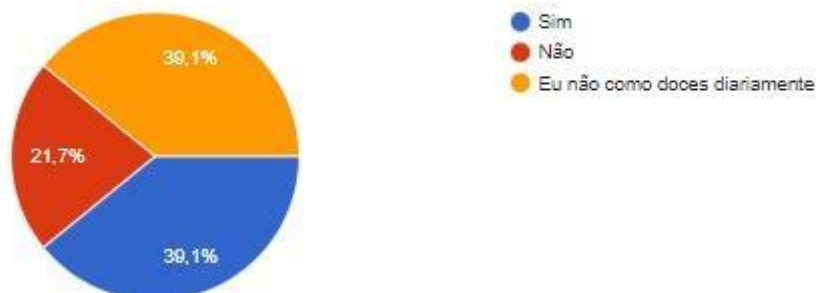
CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

7. Você se considera saudável mesmo consumindo doces diariamente?



46 respostas



• Relatório

Toda a coleta de dados para a pesquisa foi realizada por meio de um questionário no Google Forms; com as perguntas que visualizamos acima. Aconteceu entre os dias 22/03/2022 até 05/04/2022 destinada apenas para clientes da Natha de Chocolate, como explicado no tópico Público-alvo da pesquisa; com pessoas de idades variadas de 20 a 40 anos moradoras de São Paulo, Brasil.

• Conclusão da pesquisa

Após a realização da coleta de dados feita utilizando a plataforma Google Forms, concluímos que:

O brigadeiro favorito entre os entrevistados é o brigadeiro tradicional, mas quando questionados sobre a necessidade de comer doces, os entrevistados não sentem a necessidade de consumir doces diariamente e que o não consumo dos mesmos não muda em nada na sua rotina, tendo em vista que, consideram o consumo diário prejudicial à saúde e que trocariam por opções mais saudáveis assim mantendo uma alimentação mais adequada, além de que, optam sempre que podem por doces caseiros ao invés de industrializados.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

ANÁLISE SWOT

Forças

- Produtos chamativos e de Alta qualidade;
- Um público fidelizado;
- Equipe unida e proativa;
- Equipamentos novos e modernos;

Fraquezas

- Maior demanda do que a oferta;
- Falta da contextualização dos objetivos;
- Não ter loja física;
- Não utilização de um Plano de Comunicação para as ações que alavancam o alcance da marca;
- Portfólio de produtos que não atende;
- 60% Clientes costumam pagar após o consumo (dia 05 ou 20);
- A ausência da criação de necessidade no cliente de que ele precisa dos doces da Natha de Chocolate;
- Não tem catálogo de doces saudáveis ainda.

Oportunidades

- Criar um novo sabor de doce saudável (fit), Veganos, sem conservantes, glúten e lactose free;
- 39,1% dos clientes se conseiram saudáveis;
- 56,5% dos Clientes preferem doces caseiros;

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

Ameaças

- Custo elevado dos combustíveis
- Condições climáticas afetando na produção de matéria prima
- Custo da energia elevado
- Aumento do aluguel
- Aumento do valor da matéria prima

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

Etec Técnica Carlos de Campos - Extensão Roosevelt

OBJETIVOS DE MARKETING

OBJETIVO

Criar um novo sabor de doce saudável (Fit) Veganos, sem conservantes, glúten e lactose free.

META

Aumento em 20% o número de clientes.

PRAZO

Dezembro de 2022

PÚBLICO ALVO

Mulheres de 25 a 35 anos, trabalhadoras da saúde, moradoras da grande São Paulo.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

4 P'S

PRODUTO

Nome: Copo da felicidade fit

Características: Copo com frutas, cereais e mel. Pó de cacau ou açai.

Tamanho: 200, 400 e 600g

Embalagem: Copo plástico descartável



PREÇO

Formas de pagamento Débito, crédito, dinheiro e pix

R\$ 18.00 - 300ML

R\$22.00 - 500ML

R\$30.00 - 700 ML

PRAÇA

Local: Praças de alimentação de hospitais, academias e comércios locais.

- Mesa de degustação
- Ponto de venda com cardápios e folders

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT



(imagem meramente ilustrativa)

Custos:

- Carrinho/mesa R\$1200
- Potes de alimentos Heméticos R\$229,00
- Pegadores de alimentos R\$7,00 unid
- Banner R\$30,00
- Total: R\$1.480,00

PROMOÇÃO

Através da publicidade e propaganda, melhorar a divulgação online da Natha de Chocolate;

Divulgação presencial por meio de cartão fidelidade e banner físico;

Criação de uma plataforma de entrega própria, além de entregar pra toda São Paulo.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

PROMOÇÃO DE VENDAS ONLINE

Promoção Compre 1 e leve 2



Sorteio para Aniversariante do mês (marcando amigos na publicação)



CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

Comunicação Instagram:

Gasto com anúncio de R\$1,14 a R\$11,40 por clique e R\$38,25 por 1.000 impressões de anúncios no Instagram.



Comunicação Facebook:

Público dessa campanha são os clientes que estão a procura de doces mais saudáveis



CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

PROMOÇÃO DE VENDAS FÍSICA

Cartão Fidelidade:

A partir da primeira compra o cliente ganha um cartão fidelidade, onde ganha um carimbo a cada compra, ao completar 5 carimbos ganha um copo fit de brinde.



Banner no PDV:

Público dessa campanha são os clientes que estão a procura de doces mais saudáveis



CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

Cardápio físico no PDV:



CONCLUSÃO

Concluimos com este presente trabalho de conclusão de curso que a E!Criative cumpriu como agência seu papel de realizar o estudo completo da marca Natha de Chocolate (considerada de pequeno porte no mercado de doces; o que de fato era o público-alvo da agência). Com base em todo o estudo realizado foi diagnosticado que a Natha de Chocolate possui uma grande chance de expandir seu mercado e público para um setor consideravelmente mais saudável, não deixando de continuar atendendo seu atual público; na verdade, apenas complementando o mesmo. Atingindo pessoas de novos perfis sociais que levam uma vida pautada em alimentação saudável. E que além dessa oportunidade para alavancar as vendas, também foram notadas chances de melhoria em sua comunicação online e física; aprimorando para meios de publicidade e propagando mais atualizados, que se destacam mais comparado a outros concorrentes do setor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Significado das Cores. Disponível em: <https://www.significados.com.br/cores-2/>. Acesso em 16 Ago de 2021.

O Significado das cores: O Cinza em Propaganda, Publicidade e Marketing. Disponível em: <http://www.portaldomarketing.net.br/o-significado-das-cores-o-cinza-em-propaganda-publicidade-e-marketing/>. Acesso em 16 Ago de 2021.

A Psicologia das Cores no Marketing e no Dia-a-Dia. Disponível em: <https://viverdeblog.com/psicologia-das-cores/>. Acesso em 16 Ago de 2021.

Reconhecimento Inovação com Propósito. Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/canais/eventos-cursos-e-mba/reconhecimento-inovacao-com-proposito/20274/mais-detalhes>. Acesso em 17 Ago de 2021.

Você já encontrou seu propósito de vida?. Disponível em: <https://andrebona.com.br/voce-ja-encontrou-seu-proposito-de-vida/>. Acesso em 17 Ago de 2021.

Centro Empresarial Mario Garnero. Disponível em: <https://www.regus.com/pt-br/brazil/sao-paulo/centro-empresarial-mario-garnero-4906>. Acesso em 18 Ago de 2021.

Política de preços: aprenda a desenvolver a sua. Disponível em: <https://blog.concil.com.br/politica-de-precos-aprenda-a-desenvolver-a-sua/>. Acesso em 31 Ago de 2021.

Mercado de confeitaria neste ano de 2022: tendências e dicas de atuação. Disponível em: <https://redefoodservice.com.br/2022/01/mercado-de-confeitaria-neste-ano-de-2022-tendencias-e-dicas-de-atuacao/>. Acesso em 13 Abril de 2022.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC TÉCNICA CARLOS DE CAMPOS - EXTENÇÃO ROOSEVELT

Consumo de doces cresce na pandemia. Disponível em:

<https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2021/05/25/consumo-de-doces-cresce-na-pandemia-veja-se-esta-exagerando-e-como-reduzir.htm?cmpid=copiaecola>.

Acesso em 13 Abril de 2022.

O POTENCIAL DE MERCADO PARA O CHOCOLATE. Disponível em:

<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/camaras-setoriais-tematicas/documentos/camaras-setoriais/cacau/anos-anteriores/o-potencial-de-mercado-para-o-chocolate.pdf>. Acesso em 13 Abril de 2022.

Os doces do Brasil, patrimônio cultural. Disponível em:

<http://www.siamig.com.br/noticias/os-doces-do-brasil-patrimonio-cultural>. Acesso em 13 Abril de 2022.

Como serão os 'doces do futuro'? Disponível em:

https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/03/150330_bbccurtas_doces_futuro_rm#:~:text=Um%20futurologista%20da%20comida'%20e,os%20doces%20do%20futuro'..

Acesso em 13 Abril de 2022.

Preço do cacau aumenta por causa da procura por chocolate. Disponível em:

[https://br.noticias.yahoo.com/alta-demanda-por-chocolate-junto-de-aperto-na-oferta-aumenta-preco-do-cacau-](https://br.noticias.yahoo.com/alta-demanda-por-chocolate-junto-de-aperto-na-oferta-aumenta-preco-do-cacau-080039697.html#:~:text=Pre%C3%A7o%20do%20cacau%20aumenta%20por%20causa%20da%20procura%20por%20chocolate&text=Tais%20valores%20subiram%20mais%20de,1.720)%20por%20libra%2Dpeso)

[080039697.html#:~:text=Pre%C3%A7o%20do%20cacau%20aumenta%20por%20causa%20da%20procura%20por%20chocolate&text=Tais%20valores%20subiram%20mais%20de,1.720\)%20por%20libra%2Dpeso](https://br.noticias.yahoo.com/alta-demanda-por-chocolate-junto-de-aperto-na-oferta-aumenta-preco-do-cacau-080039697.html#:~:text=Pre%C3%A7o%20do%20cacau%20aumenta%20por%20causa%20da%20procura%20por%20chocolate&text=Tais%20valores%20subiram%20mais%20de,1.720)%20por%20libra%2Dpeso). Acesso em 13 Abril de 2022.