



## TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – EMPRESA DOCE CONFEITO

**NOELI PREVEDA<sup>1</sup>**

Professora Orientadora: Julliana Biscaia<sup>2</sup>

Modalidade de apresentação: Comunicação oral

### INTRODUÇÃO

O presente trabalho foi desenvolvido para a conclusão do Curso Técnico em Multimídia e tem como objetivo geral propor novas formas de presentear as pessoas. Com o trabalho, foi dado início à criação de uma empresa intitulada “Doce Confeito”, nome escolhido por se relacionar com o nicho escolhido. A empresa tem o objetivo de criar produtos diferenciados, artesanais e de boa qualidade. O tema foi escolhido porque, em nossa cidade, são encontrados pouquíssimos produtos artesanais presenteáveis. O material utilizado para dar início ao processo de criação da empresa foi o livro *Despertar*, que faz parte do Programa Nacional de Educação Empreendedora - PNEE, fornecido pelo Sebrae.

### METODOLOGIA

A presente pesquisa tem, como objetivo, desenvolver um modelo de negócio. Com o auxílio do livro *Manual do Participante* e do modelo Canvas, técnica desenvolvida por meio do Programa Nacional de Educação Empreendedora do Sebrae, foi possível realizar a criação da empresa. O modelo Canvas é um modelo de negócio em que se consegue definir a proposta de valor, relacionamento com os clientes, canais, segmento de clientes, atividades principais, recursos principais, principais parcerias, estrutura de custo e fontes de receita.

### REFERENCIAL TEÓRICO, RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para o desenvolvimento do quadro Modelo de Negócios, foram definidas as seguintes etapas: Na proposta de valor, definiu-se o produto que será entregue. Para essa empresa, serão kits, como o produto “festa na caixa” e “caixa explosiva”, personalizados para ocasiões especiais, com sabores diferenciados e com um preço acessível. Relacionamento com os clientes: é a relação da empresa com os seus clientes, na qual definiu-se como manter sempre a qualidade dos produtos e com sabores diferentes dos concorrentes. Canais pelos quais os clientes poderão chegar até a empresa: definiu-se que será por meio das redes sociais Facebook, WhatsApp e Instagram. Segmento de clientes: é o público-alvo e definiu-se como adolescentes, adultos, clientes que gostam e procuram uma forma diferente de presentear as pessoas que amam. Atividades principais: são a definição do nicho que a empresa vai seguir, e que se definiu como produção de comidas doces e salgados. Recursos principais: são os materiais necessários para a confecção dos produtos e definiu-se como batedeira, *fouet* (ou fuê, batedor de ovos, massas etc.), panelas, talheres e utensílios de cozinha. Principais parcerias: outras empresas ou até mesmo pessoas

<sup>1</sup> Aluna do Coltec. E-mail: col.noeli.preveda@uniuv.edu.br

<sup>2</sup> Professora da UNIUV, mestra em Comunicação e Práticas de Consumo e pesquisadora do Grupo Comunicação. E-mail: prof.julliana@uniuv.edu.br



próximas que prestaram alguma ajuda, definiu-se como uma empresa familiar. Fontes de receitas: forma como serão feitas as vendas e definida como venda direta ao cliente. Na estrutura de custos, são relacionados todos os custos envolvidos para a construção do novo negócio, e definiu-se que este montante será variável, de acordo com cada pedido. O trabalho encontra-se em fase de desenvolvimento, com os materiais multimídia em processo de criação.

## REFERÊNCIAS

GUTIERREZ, P. L. **Curso despertar**: manual do participante. Brasília: Sebrae, 2016.