

Projeto de Extensão

DADOS DO CLIENTE E DA EMPRESA ATENDIDA	
NOME DA EMPRESA: Thifany Confeitaria	
Nº DO CNPJ: Não Possui	
NOME DO EMPRESÁRIO: Thifany Rosa dos Santos	
SETOR DE ATUAÇÃO: (X) COMÉRCIO () INDÚSTRIA () SERVIÇO () AGRONEGÓCIO	
RAMO: Produção de Doces para Eventos.	
ENDEREÇO: Rua Josina Luiza Tupinambá n: 1163	CEP: 38.421-753
CIDADE: Uberlândia - MG	
TELEFONE: (34) 98862-9442	

PERÍODO DE REALIZAÇÃO DO SERVIÇO	
DATA: 08/06/23 a 12/06/23	

História:

Thifany (dona da Thifany Confeitaria) iniciou sua carreira como doceira no ano de 2016 quando aos seus 16 anos resolveu vender trufas na porta da Escola Municipal situada no bairro Morada Nova para poder ter seu próprio rendimento.

Nesta época estava ganhando um valor bom com as vendas, porém parou com a produção pois o valor que ganhava não dava para suprir os gastos com os ingredientes para continuar a fazer as trufas. Nesta mesma época Thifany resolveu inovar começando a fazer Alfajor, mas parou de vender pois o valor que ela colocou para vender era alto para seu público alvo e se diminuísse o valor não ia ter lucratividade pois para a confecção ia ter um gasto superior do que iria ganhar na venda.

No ano de 2023, vários clientes antigos de Thifany começaram a procurá-la pois, apesar de saberem que ela não fazia mais doces para vender, conheciam seu trabalho e gostavam muito de seus doces. Então, começou a produzir brigadeiros de diversos sabores sob encomendas para eventos como festas e

aniversários.

As vendas começaram bem com alguns clientes que já conheciam seu trabalho ao comprar o cento de brigadeiro iam buscar em sua casa. Porém com novas clientes que, não queria estar indo ao local para pegar os doces por ser lugares mais distantes do bairro de confecção, Thifany começou a pagar o Uber Entrega para estar entregando os doces com isto começou a ter prejuízo pois além de ter as despesas com a compra dos ingredientes tinha que pagar para a entrega de seus produtos. Thifany começou a perceber que não estava lucrando com as vendas por motivos citados acima e também, a mesma fazia os brigadeiros, mas não anotava os valores dos gastos com os ingredientes e embalagens também não sabia quantas quilogramas tinha cada brigadeiro, tanto que para fazer um cento de brigadeiro a mesma fazia uma quantidade e ao finalizar a produção sobrava produto e a mesma pegava para consumo próprio.

Abaixo está Thifany com seus brigadeiros:





Descrição das etapas do serviço prestado:

CRIAÇÃO DA MARCA:



Conhecendo a história de Thifany e por acreditarmos no potencial da mesma como grande empresária no seguimento de doces, temos como principal objetivo ajudá-la a alavancar seu negócio. Para isso, acreditamos que o ROSTO de uma empresa diz muito sobre ela e tem alto poder de comunicação com seu público. Sendo assim, criamos um logotipo com os seguintes parâmetros:

- 1- Usar o nome o qual Thifany escolheu e se identifica como empresa;
- 2- O nome Thifany remete também a uma cor (a qual usamos de fundo) afim de remeter além do nome, mas a cor também e fazer uma associação legal;
- 3- As cores utilizadas remetem a alegria, prazer, felicidade e também a doces. E por isso ousamos ao misturar marrom, vermelho e Tiffany.
- 4- Ousar nas cores, mas mesmo assim deixar a logo ser leve e falar por si mesma, deixar com que assim que a pessoa veja, se lembra da marca, e não que fique tentando adivinhar os elementos, frases, etc.

PREÇO

Como Thifany mesmo pontuou, seu preço foi um dos maiores obstáculos até aqui. Primeiro, fizemos um cálculo base de custos dos materiais essenciais para produção dos produtos, desde o leite condensado até o gás de cozinha que mesmo que ela não troque a cada receita, entra no cálculo de gastos, afinal, faz parte da produção.

É importante também frizar a necessidade de adquirir uma balança digital para que assim ela tenha noção das gramas de cada brigadeiro e também para igualar todos eles na hora da produção.

CUSTOS POR RECEITA (100 UNIDADES DE BRIGADEIRO)

Leite Condensado: **21,00**

Achocolatado: **10,00**

Creme de Leite: **5,00**

Forminhas: **3,00**

Granulado: **3,00**

Margarina: **1,50**

Gás de Cozinha: **2,00**

Energia: **2,00**

TOTAL: R\$47,50

Ou seja, cada unidade sai a R\$0,47 centavos, jogando margem de 100%, ou seja, cada brigadeiro sairia a menos de R\$1,00 cada.

Com base neste cálculo, sugerimos a seguinte precificação:

Unidade do brigadeiro: R\$2,00

Caixinha com 4 unidades: R\$6,00

Cento: R\$150,00

Thifany também pontuou problemas com as entregas, por isso achamos importante pontuar da seguinte forma:

Entrega grátis para clientes do bairro (afinal foi assim que eles foram "acostumados" e não faria sentido começar a cobrar agora).

Taxa fixa de R\$10,00 para entregas em qualquer bairro da cidade. Diversos motoboys de confiança espalhados pela cidade fazem esse serviço cobrando exatamente essa taxa, o que torna uma terceirização de entregas super viável ao negócio.

PROMOÇÃO

Thifany ainda não usa nenhuma rede social para divulgar seu negócio e também não faz essa divulgação de forma offline, o que dificulta muito que novas pessoas conheçam seu negócio. Por isso, a criação de um perfil comercial no Instagram e Facebook é fundamental para darmos o primeiro passo. Ela pode adicionar nessa rede todas as pessoas que já conhecem o negócio e fazer uma ação para que essas mesmas pessoas levem a rede a outras. Como por exemplo, ganhe 10% de desconto na sua próxima compra indicando um amigo.

Para o perfil online, pensamos em usar também o tráfego pago, mas não no começo, mas sim somente quando o perfil estiver preparado para receber o público do tráfego pago, afinal estes estão vindo até a página com dinheiro colocado na plataforma, então é necessário deixar o ambiente preparado para que quando eles cheguem ao perfil, se identifiquem, sintam curiosidade, enfim.

Além da promoção online, panfletos e cartãozinho para divulgar nas redondezas do bairro em que mora também é uma ótima forma de atrair o público. Deixar panfletos nas padarias, restaurantes, lojas femininas espalhadas pelo bairro é uma boa estratégia a se pensar também. É importante frisar o quanto o trabalho do offline com o online pode agregar a empresa, mas, todos sabemos o quanto o online está ganhando o mundo e o quanto suas estratégias usadas nele podem ser poderosas, sendo assim, salientamos a importância em separar TEMPO para produção de conteúdo. Nada é tão desejado quanto aquilo que vemos e PARECE ser gostoso (as vezes nem é, mas a foto/vídeo é produzida tão bem que faz a compra acontecer, e é claro que o que fideliza o cliente é além do que parece ser) mas o que queremos deixar claro aqui é o quanto um Instagram, um post que seja pode mudar, pode moldar a ideia de um cliente sobre tal marca/produto. Então, a estratégia de marketing tem que ser muito bem pensada e desenvolvida alinhada com a realidade da empresa.

Com todas as estratégias pontuadas até aqui, acreditamos fielmente na realização de sucesso da Thifany Confeitaria. Toda a história da empreendedora revela muito desejo de fazer acontecer e com a ajuda certa, não nos deixa dúvidas que a empresa seguirá o caminho correto.

Declaramos que o trabalho acima descrito foi realizado pela equipe prestadora de serviços.

Assinatura do empresário:

Thifany

Assinatura da equipe:

ANA CAROLINA ALVES NOGUEIRA

Ana Carolina Nogueira

André Luiz C. de Oliveira

André Luiz Costa

Anna Julia Gomes Quirino

Henrique Oliveira

Henrique Campos Oliveira

Nayara Cristina

Nayara Cristina Pereira Ananias

Nicole Reis

Nicole Silva Reis

Vanderley Junior

Vanderley Junior