



**CENTRO PAULA SOUSA  
ETEC PADRE JOSÉ NUNES DIAS  
Técnico em Administração**

**Caroline Magalhães Assunção  
Gabriel Alves de Oliveira  
Geovana Evelyn de Souza  
Lilian Helena Tostes  
Rafaela Cristini Pereira da Silva Pina  
Rivaldo Serra Mendes**

**FEIRA DE EMPREENDEDORISMO:  
Queijadinhas Cor & Sabor**

**Monte Aprazível  
2023**

**Caroline Magalhães Assunção**  
**Gabriel Alves de Oliveira**  
**Geovana Evelyn de Souza**  
**Lilian Helena Tostes**  
**Rafaela Cristini Pereira da Silva Pina**  
**Rivaldo Serra Mendes**

**FEIRA DE EMPREENDEDORISMO:**  
**Queijadinhas Cor & Sabor**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de Técnico em Administração da ETEC "Padre José Nunes Dias" Professoras Orientadoras: Rose Nascimento e Andréa Matias.

**Monte Aprazível**  
**2023**

## **Agradecimentos**

A ETEC Padre José Nunes Dias por proporcionar o curso e na excelência do ensino.

A todos os professores que fizeram parte da formação, por todo conhecimento passado por este período de aprendizagem.

Aos professores Heliton Moia, Andrea Matias e Osmar Junior, pela orientação sobre o trabalho e pela segurança na elaboração.

Aos colegas do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), no empenho para a construção do projeto.

Aos colegas de turma pelo companheirismo por todo período do curso.

## SUMÁRIO DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Logo da empresa criada por Rivaldo Serra, um dos diretores .....	15
---	----

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	6
<b>1. SUMARIO EXECUTIVO</b> .....	8
1.1 Resumo do Plano .....	8
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b> .....	10
<b>3. DESENVOLVIMENTO</b> .....	12
3.1 Análise de mercado .....	12
3.2 Missão, visão e valores.....	12
3.2 Identificar o público-alvo .....	13
3.3 A concorrência.....	13
3.4 Identificando as tendências.....	13
3.5 Comportamento dos Consumidores .....	14
3.6 Plano de marketing.....	14
3.6.1 Logo da empresa .....	15
3.6.2 Plano de ação do marketing .....	15
<b>4. MANUTENÇÃO E/OU OPERAÇÕES</b> .....	17
4.1 Estoque inicial.....	17
<b>5. PLANO FINANCEIRO</b> .....	18
5.1 D.R.E .....	18
<b>6. CONCLUSÃO</b> .....	20
<b>7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	21

## INTRODUÇÃO

O mercado alimentício é um dos que mais cresce em todo mundo. Existem várias razões para investir no neste setor em 2023. Uma delas é que a demanda por alimentos nunca diminui, independentemente das condições econômicas. Além disso, o setor de alimentos é diversificado e oferece muitas oportunidades de investimento em diferentes áreas, como produção, distribuição, varejo e tecnologia. Outra razão é que a população mundial continua a crescer, o que significa que a demanda por alimentos também aumentará. Por fim, a inovação e a tecnologia estão transformando o setor alimentício, oferecendo novas oportunidades de investimento em áreas como alimentos orgânicos, tecnologia de produção de alimentos e principalmente quando o assunto é doce.

De acordo com estudo feito pela Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados (Abicab), revela que investir neste setor é neste momento pode se tornar algo lucrativo.

Atualmente, a produção de chocolate tradicional cresce 10% por ano no país, enquanto a média do mercado gourmet gira em torno de 20%. Assim como, outra pesquisa da Abicab, em parceria com empresa de auditoria KPMG, aponta que a produção da indústria nacional de chocolates no primeiro semestre de 2022 cresceu 11,43% em comparação ao mesmo período de 2021.(ABIA, 2023).

Investir no mercado de doces pode ser uma boa opção, desde que seja feita uma análise cuidadosa do mercado e da concorrência. O mercado de doces é bastante amplo e diversificado, oferecendo muitas oportunidades para investimentos em diferentes áreas, como produção, distribuição e varejo. É importante considerar fatores como a demanda por diferentes tipos de doces, a concorrência no mercado, as tendências de consumo e a regulamentação do setor. Além disso, é importante avaliar a capacidade de produção e distribuição dos fornecedores e a capacidade de comercialização dos varejistas. Com uma análise cuidadosa e um plano de negócios sólido, é possível investir com sucesso no mercado de doces.

Apesar de todo esse avanço no setor de doces, para abrir um empreendimento é necessário cautela e muito conhecimento de como administrar uma empresa. Por esta razão, o atual projeto desenvolveu um plano de negócio para mostrar o que deve ser feito para abrir uma empresa. Fazer um plano de negócio é

importante para que você possa avaliar a viabilidade do seu empreendimento, identificar oportunidades e ameaças, definir estratégias e metas, além de planejar as ações necessárias para alcançar seus objetivos. O plano de negócio é uma ferramenta fundamental para orientar suas decisões e garantir o sucesso da sua empresa.

O projeto da queijadinha, nasceu através de um estudo feito e apresentado na Feira de Empreendedorismo 2023, realizado pela ETEC Padre José Nunes Dias de Monte Aprazível – SP. E também servirá como um produto “atrativo” que será exposto no evento anual intitulado como “Juninão” no município. Por esta razão o projeto desenvolveu todo seu plano de negócio voltado para a Queijadinha.

# 1. SUMARIO EXECUTIVO

## 1.1 Resumo do Plano

Visamos estabelecer uma microindústria e uma loja física especializada na produção e venda de doces de alta qualidade. O objetivo é **proporcionar** uma experiência singular aos clientes, desde o atendimento personalizado até a degustação de um produto final excepcional. Para tal, será feito um investimento substancial em infraestrutura, equipamentos de ponta e tecnologia avançada, a fim de garantir a excelência do produto final.

O mercado de alimentos e bebidas é notavelmente abrangente e diversificado, e o setor de doces tem apresentado um aumento expressivo na demanda nos últimos anos. Por conseguinte, a indústria de doces de pequeno porte detém um potencial promissor de expansão. A abordagem em uma atenção personalizada e na excelência dos produtos é fundamental para fidelizar clientes e obter novos consumidores, visando a satisfação do negócio.

Além disso, é importante considerar a possibilidade de expansão da comercialização dos produtos além do evento Juninão, buscando novos mercados e clientes em eventos, feiras, lojas físicas e online. Para tanto, a empresa deve investir em estratégias de marketing eficientes, visando a consolidação da marca no mercado e a expansão de sua carteira de clientes.

### 1.1.1 Objetivo

O objetivo primordial da nossa empresa é proporcionar a democratização do acesso a produtos de excelência, sem que haja empecilhos de ordem financeira por parte dos consumidores. A empresa dedica-se à implementação de processos de produção eficazes e à formação de parcerias com fornecedores que oferecem matérias-primas de alta qualidade a preços justos e competitivos. Buscamos suprir as demandas de nossos clientes sem comprometer a excelência dos produtos ou a experiência de compra. Trabalhamos incessantemente para aprimorar nossos processos produtivos e manter uma cultura de inovação e melhoria contínua em todas as esferas da empresa. Estamos totalmente empenhados em garantir a satisfação de nossos clientes, parceiros e colaboradores.



### **1.1.2 Público-alvo**

Com um público alvo composto por jovens e famílias em busca de diversão, apreciação de shows e degustação de comidas típicas juninas. A inclusão da queijadinha como opção gastronômica pode agregar ainda mais valor à experiência dos participantes.

### **1.1.3 Problemática**

Investir em doces em 2023 pode ser uma opção interessante, desde que seja feita uma análise cuidadosa do mercado e da concorrência. As docerias têm se tornado cada vez mais populares, especialmente em grandes cidades, onde a demanda por produtos de qualidade e experiências gastronômicas únicas tem aumentado. Além disso, muitas docerias estão investindo em novas tecnologias e estratégias de marketing para atrair e fidelizar clientes. A tendência de personalização e customização de produtos também tem se mostrado forte no setor de docerias, o que pode ser uma oportunidade para o crescimento das empresas que atuam nesse mercado.

O mercado de doces é bastante amplo e diversificado, oferecendo muitas oportunidades para investimentos em diferentes áreas, como produção, distribuição e varejo. É importante considerar fatores como a demanda por diferentes tipos de doces, a concorrência no mercado, as tendências de consumo e a regulamentação do setor.

Pensando nesta diversificação, o atual projeto visa apresentar um produto que se torne destaque na Feira de Empreendedorismo realizado na ETEC Padre José Nunes Dias de Monte Aprazível / SP, realizado em meados de abril de 2023. Este produto também se torne destaque no Juninão, evento anual realizado no município.

Mas para que o objetivo seja alcançado, foi desenvolvido um plano de negócio, que é uma ferramenta essencial para quem deseja empreender com sucesso. Ele permite mostrar que empreendimento seja viável e rentável. Através dele identificar as oportunidades e ameaças, definir estratégias e metas, além de planejar as ações necessárias para alcançar os objetivos. Com um plano de negócio bem estruturado, ficará muito mais fácil tomar decisões mais informadas e aumentar as chances de sucesso. Além disso, o plano de negócio é uma exigência comum para obtenção de financiamentos e investimentos.

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Queijadinha é um doce típico brasileiro, influenciado originalmente pela culinária portuguesa. A receita portuguesa chegou ao território brasileiro na época do Brasil Colônia e se desenvolveu quando a economia do país estava fortemente ligada à cana-de-açúcar.

O doce também recebeu influência da cultura africana, pois, segundo a história, foi um escravo africano quem substituiu o queijo pelo coco, quando a receita do doce chegou ao Brasil. A diferença entre a Queijadinha e a Queijada Portuguesa é, então, exatamente a inclusão do coco ralado. Hoje em dia, o queijo foi reintegrado em muitas receitas e o doce passou a ser composto por queijo e coco, em uma mistura deliciosa. (NOVA BRASIL FM, 2022).

A Cor & Sabor tem como proposta ser uma empresa líder no ramo de doces, oferecendo uma variedade irresistível de produtos de alta qualidade. Nosso objetivo é encantar e satisfazer os paladares dos clientes, tornando-nos uma referência no mercado.

Para alcançar essa proposta, nossa empresa está estruturada de forma eficiente e organizada. Temos uma equipe experiente e dedicada, composta por especialistas em produção, atendimento ao cliente, marketing e gestão. Cada departamento desempenha um papel crucial no funcionamento da empresa, trabalhando de forma integrada para garantir o sucesso e a excelência em todos os aspectos.

No que diz respeito ao planejamento estratégico, adotamos uma abordagem cuidadosa e orientada para metas. Realizamos análises detalhadas do mercado, identificando as tendências e demandas dos consumidores, bem como a concorrência. Com base nessas informações, estabelecemos objetivos claros e definimos as estratégias para alcançá-los.

O planejamento estratégico abrange diferentes áreas-chave, incluindo produção, distribuição, marketing, atendimento ao cliente e gestão financeira. Cada área possui metas e indicadores específicos, que são monitorados regularmente para garantir que estejamos no caminho certo.

Para transformar nossos planos em ação concreta, desenvolvemos um plano de ação detalhado. Esse plano inclui uma lista de tarefas, prazos e responsáveis claramente definidos. Através do acompanhamento rigoroso do plano de ação,

podemos garantir que cada etapa seja concluída no tempo certo e com os recursos adequados.

Além disso, busca constantemente a inovação em seus produtos e processos. Investimos em pesquisa e desenvolvimento para criar novas receitas, explorar novos sabores e formatos, e aprimorar continuamente nossos métodos de produção. Estamos atentos às mudanças no mercado e às preferências dos clientes, buscando antecipar suas necessidades e oferecer soluções inovadoras.

Acreditamos que o sucesso de uma empresa está intimamente ligado à sua capacidade de se adaptar e evoluir. Portanto, a Cor & Sabor mantém uma postura flexível, pronta para ajustar suas estratégias e planos de ação de acordo com as demandas do mercado e as oportunidades que surgem.

### **3. DESENVOLVIMENTO**

#### **3.1 Análise de mercado**

Com a análise de mercado é possível conseguir de maneira mais realista informações relacionadas ao mercado de atuação que a empresa quer inserir. Nada mais é que uma pesquisa que busca horizontes e quais são as estratégias que devem ser tomadas.

Para Chiavenato (2005), “na verdade, o mercado representa um conjunto de transações em que há de um lado, a oferta: pessoas ou empresas que desejam bens ou serviços, e, de outro, a procura: pessoas ou empresas que desejam comprar bens ou serviços.”

Foi através desta análise de mercado, que o projeto conseguiu entender e se posicionar melhor e com isto ter uma visão mais realista. A análise de mercado sobre doces pode ser feita de diversas maneiras, mas algumas informações importantes que podem ser levantadas são:

#### **3.2 Missão, visão e valores**

A missão da empresa é tornar produtos de alta qualidade acessíveis a todos. A empresa busca atingir objetivos através de investimentos em processos de produção eficientes e parcerias com fornecedores que oferecem materiais de qualidade a preços acessíveis. Permanecemos firmes em nossa missão de ser referência na região como indústria de doces de alta qualidade, oferecendo produtos deliciosos que atendem aos paladares mais exigentes.

A visão é ser referência na região e ser reconhecida pelo alto padrão de qualidade de nossos produtos. Com uma equipe dedicada e comprometida em oferecer o melhor sabor e experiência aos nossos clientes, trabalhamos incansavelmente para inovar e aprimorar as receitas, sempre utilizando ingredientes de primeira qualidade. Temos uma visão clara do futuro, investindo em tecnologia e inovação para estar sempre à frente do mercado. Além disso, valoriza a sustentabilidade e a responsabilidade social, buscando minimizar os impactos ambientais e contribuir com a comunidade local.

Os valores fundamentais é promover um bom atendimento, confiança,

comprometimento e responsabilidade em todas as suas atividades. A empresa busca construir um relacionamento sólido e duradouro com nossos clientes, parceiros e colaboradores por meio desses valores. Esses valores são parte integrante da cultura da empresa e são levados a sério por todos os colaboradores, que buscam sempre oferecer o melhor serviço possível e atender às necessidades dos clientes com excelência.

### **3.2 Identificar o público-alvo**

O Junião é um evento promovido pela A Prefeitura de Monte Aprazível, em parceria com a Câmara Municipal e o Fundo Social, localizado no Parque das Águas José Agrelli. O evento conta com uma estrutura para comportar seus quase 8 mil pessoas que passam nos três dias de evento, segundo informou a prefeitura municipal.

Em sua maioria, são jovens entre 18 a 35 anos. O evento também conta com famílias.

### **3.3 A concorrência**

O evento conta com um praça de alimentação com cerca de 14 entidades assistencias do município que oferece dos mais variados produtos alimentícios. A grande ameaça é que a maioria das entidades são reconhecidas na cidade, e o que mais chama a atenção é por ser instituições que prestam assistência ao município. A vantagem competitiva da queijadinha é por ser um produto diferencial e esta ligada a escola ETEC Padre José Nunes Dias que também se torna uma instituição renomeada na cidade.

### **3.4 Identificando as tendências**

Segundo dados apurados, as docerias têm se tornado cada vez mais populares em 2023. Muitas pessoas têm buscado por sobremesas diferentes e inovadoras, o que tem impulsionado o crescimento desse mercado. E foi com análise deste crescimento e de inovação em oferta de doces, que o projeto desenvolveu as queijadinhas. Além disso, as redes sociais têm ajudado a divulgar os doces e a atrair mais clientes.

### **3.5 Comportamento dos Consumidores**

O comportamento das pessoas do interior de São Paulo pode variar de acordo com a região, mas de modo geral, elas são conhecidas por serem hospitaleiras, simpáticas e acolhedoras. Muitas vezes, valorizam a tradição e os costumes locais, sendo bastante orgulhosas de sua cidade ou região. Além disso, costumam ter um ritmo de vida mais tranquilo em relação às grandes cidades, apreciando a natureza e a vida ao ar livre.

Quando o assunto é Monte Aprazível, os consumidores desta cidade são bastante exigentes e valorizam a qualidade dos produtos e serviços que consomem. Além disso, costumam ser bastante fiéis às marcas que confiam e buscam por um atendimento personalizado e eficiente. Muitos deles também são bastante antenados às tendências do mercado e gostam de experimentar novidades. Por fim, é importante destacar que a cidade de Monte Aprazível apresenta uma grande diversidade de consumidores, com perfis e comportamentos variados.

### **3.6 Plano de marketing**

Elaborado o plano de marketing, adotou-se as ações:



*Figura 1 - Logo da empresa criada por Rivaldo Serra, um dos diretores*

### **3.6.1 Logo da empresa.**

A logo foi desenvolvida com cores que fazem analogias a doce, sendo elas marrom, rosa e vermelho, onde no mundo do marketing, cada uma possui um significado.

Marron tem o significado de conforto, confiabilidade, estabilidade e simplicidade, que remete muito a queijadinha, por ser um doce simples, lembra dos laços familiares que acompanha o conforto, estabilidade e confiança.

A cor rosa tem o significado de satisfação, felicidade, leveza e delicadeza que é a mensagem que a empresa, junto com o produto, busca levar até o consumidor.

E o vermelho tem o significado de desejo, rapidez e a fome pois a empresa busca despertar ainda mais o desejo do consumidor para adquirir o produto, a rapidez do atendimento até a entrega do produto e de acompanhar uma refeição para saciar a fome.

### **3.6.2 Plano de ação do marketing.**

Nossa principal forma de engajamento é por meio de campanhas nas redes sociais, por serem plataformas populares que promovem produtos e eventos de forma

eficiente e torna a interação com o público-alvo mais ampla. Ao realizar campanhas estratégicas de marketing nas redes sociais, podemos alcançar um grande número de pessoas, aumentar o engajamento e criar consciência sobre nossos produtos ou eventos.

Além disso, utilizamos o marketing boca a boca (WOM marketing), que ocorre quando as pessoas recomendam o produto ou evento para outros com base em experiências positivas. Essa forma de marketing é muito eficaz, pois as recomendações pessoais têm grande influência sobre as decisões de compra.

Também empregamos estratégias de marketing offline, como a colocação de cartazes e banners em locais físicos. Essas ações visam criar visibilidade e divulgação. Ao colocar cartazes em pontos estratégicos ou utilizar banners em eventos, podemos atrair a atenção das pessoas e informá-las sobre nossos produtos, aumentando assim nossa visibilidade.

Apesar da prevalência das estratégias digitais, os materiais impressos ainda desempenham um papel relevante na divulgação efetiva.



## 4. MANUTENÇÃO E/OU OPERAÇÕES

### 4.1 Estoque inicial

#### Produtos para produção:

600 forminhas de alumínio – R\$ 699,50

12 assadeiras de alumínio – R\$ 324,00

**Total:** R\$ 1023,50

#### Embalagens:

560 forminhas de papel – R\$ 20,00

280 embalagens de plástico – R\$ 140,00

**Total:** R\$ 160,00

#### Produtos para matéria-prima:

221,2kg de leite condensado – R\$ 3.920,00

22,4kg de farinha de trigo com fermento – R\$ 89,60

22,4kg de queijo parmesão ralado – R\$ 129,92

47,6kg de coco ralado – R\$ 80,92

22,4kg de gemas de ovo – R\$ 51,41

**Total:** R\$ 4.271,85

Vendendo em média 14 mil queijadinhas por mês a R\$ 6,00, terá uma quantia de R\$78.500,00, em 12 meses será R\$ 936.000,00, tendo o retorno do investimento em 2 anos.

## 5. PLANO FINANCEIRO

Investimento para iniciar com a estrutura da empresa.

MOVEIS	VALOR UNIDADE	QUANTIDADE	TOTAL
Mesa de reunião	R\$ 2.000,00	1	R\$ 2.000,00
Mesa de escritório	R\$ 400,00	20	R\$ 8.000,00
Cadeira de escritório	R\$ 300,00	20	R\$ 6.000,00
Cadeira de mesa de reunião	R\$ 1.500,00	10	R\$ 15.000,00
Balcão de caixa.	R\$ 700,00	1	R\$ 700,00
Prateleiras	R\$ 2.000,00	5	R\$ 10.000,00
Bebedouros	R\$ 400,00	5	R\$ 2.000,00
<b>Máquinas</b>			
Forno Industrial	R\$ 2.000,00	10	R\$ 20.000,00
Misturador Industrial	R\$ 10.000,00	1	R\$ 10.000,00
Armário Esqueleto	R\$ 1.000,00	5	R\$ 5.000,00
Gerador	R\$ 100.000,00	1	R\$ 100.000,00
Geladeira Industrial	R\$ 5.000,00	5	R\$ 25.000,00
<b>Equipamentos</b>			
Impressora	R\$ 2.000,00	3	R\$ 6.000,00
Computador	R\$ 1.500,00	15	R\$ 22.500,00
Notebook	R\$ 2.500,00	6	R\$ 15.000,00
TV	R\$ 1.700,00	2	R\$ 3.400,00
Ar-condicionado	R\$ 2.500,00	7	R\$ 17.500,00
Telefone	R\$ 200,00	7	R\$ 1.400,00
Kit Câmera de segurança	R\$ 6.000,00	1	R\$ 6.000,00
<b>Obras</b>			
Pintura	R\$ 50.000,00		
Estrutura	R\$ 250.000,00		
Veículos	R\$ 45.000,00	2	R\$ 90.000,00

### 5.1 D.R.E

	<b>Mês 01</b>	<b>A.V</b>	<b>Mês 02</b>	<b>A.V</b>	<b>A.H</b>
<b>Receita Bruta de Vendas e/ou Serviços</b>	<b>R\$ 72.000,00</b>	<b>100%</b>	<b>R\$ 84.000,00</b>	<b>100%</b>	<b>17%</b>
Venda de produtos	R\$ 72.000,00	100%	R\$ 84.000,00	100%	17%
Deduções da Receita Bruta	R\$ -	0%	R\$ -	0%	
Devoluções	R\$ -	0%	R\$ -	0%	0%
Cancelamentos	R\$ -	0%	R\$ -	0%	0%
<b>Receita Líquida de Vendas e/ou Serviços</b>	<b>R\$ 72.000,00</b>	<b>100%</b>	<b>R\$ 84.000,00</b>	<b>100%</b>	<b>17%</b>
Custo de Bens e/ou Serviços Vendidos	-R\$ 33.695,00	47%	-R\$ 38.308,00	-46%	14%
Custo com a produção	-R\$ 6.000,00	-8%	-R\$ 6.000,00	-7%	0%
Custo com a mercadoria vendida	-R\$ 27.695,00	-38%	-R\$ 32.308,00	-38%	17%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>R\$ 38.305,00</b>	<b>53%</b>	<b>R\$ 45.692,00</b>	<b>54%</b>	<b>19%</b>
Despesas totais	-R\$ 23.350,00	32%	-R\$ 23.400,00	-28%	0%
Despesas com Pessoal	-R\$ 10.000,00	14%	-R\$ 10.000,00	-12%	0%
Despesas com Aluguéis	-R\$ 7.000,00	10%	-R\$ 7.000,00	-8%	0%
Despesa com Energia	-R\$ 2.500,00	-3%	-R\$ 2.700,00	-3%	8%
Despesa com Água	-R\$ 1.350,00	-2%	-R\$ 1.200,00	-1%	11%
Despesa com internet	-R\$ 600,00	-1%	-R\$ 600,00	-1%	0%
Despesa com divulgação e marketing	-R\$ 600,00	-1%	-R\$ 600,00	-1%	0%
Contabilidade	-R\$ 1.300,00	-2%	-R\$ 1.300,00	-2%	0%
<b>Resultado Antes Provisão para IR e Contribuição Social</b>	<b>R\$ 14.955,00</b>		<b>R\$ 22.292,00</b>		
	-R\$ 3.663,98	-5%	-R\$ 5.461,54	-7%	49%
Retirada sócios	R\$ -	0%	R\$ -	0%	0%
<b>Lucro/Prejuízo do Período</b>	<b>R\$ 11.291,03</b>	<b>16%</b>	<b>R\$ 16.830,46</b>	<b>20%</b>	<b>49%</b>

## **6. CONCLUSÃO**

Conclui-se a clarevidência da prática exercida através da feira de empreendedorismo onde foram expostos os produtos inovadores criados através das aulas teóricas. Também a importância do trabalho em equipe onde houve aplicação dos pilares propostos de um administrador: planejar, organizar, dirigir e controlar.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acesso em: 16 maio 2023. NOVA BRASIL FM (org.). **BRASIL COM S – Queijadinha**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://novabrasilfm.com.br/especiais/brasil-com-s/brasil-com-s-queijadinha/>.

Acesso em: 29 maio 2023 ABIA, Associação Brasileira de Indústria de Alimentos. **Mercado de confeitaria: tendências e dicas de atuação neste ano de 2023**. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://www.abia.org.br/noticias/mercado-de-confeitaria-tendencias-e-dicas-de-atuacao-neste-ano-de-2023>.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio**. 1.ed. rev. e atualizada. - São Paulo: Saraiva, 2005