

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

VITOR SIMÃO MARQUES

**PLANO DE NEGÓCIO PARA UMA PEQUENA FÁBRICA DE MASSAS FRESCAS
NA CIDADE DE SÃO LUÍS – MA**

São Luís

2025

VITOR SIMÃO MARQUES

**PLANO DE NEGÓCIO PARA UMA PEQUENA FÁBRICA DE MASSAS FRESCAS
NA CIDADE DE SÃO LUÍS – MA**

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo,
apresentado como requisito para obtenção do título de
Bacharel em Administração da Universidade Federal do
Maranhão - UFMA.

Orientador: Prof. Dr. Ademir da Rosa Martins

São Luís

2025

Marques, Vitor Simão.

Plano de negócio para uma pequena fábrica de massas frescas na cidade de São Luís – MA / Vitor Simão Marques. – 2025

20 f.

Orientador(a): Ademir da Rosa Martins.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação, Artigo) - Curso de Administração, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2025.

VITOR SIMÃO MARQUES

**PLANO DE NEGÓCIO PARA UMA PEQUENA FÁBRICA DE MASSAS FRESCAS
NA CIDADE DE SÃO LUÍS – MA**

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo,
apresentado como requisito para obtenção do título de
Bacharel em Administração da Universidade Federal do
Maranhão - UFMA.

Aprovado em: 14/02/2024.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ademir da Rosa Martins (orientador)

Dr. em Informática na Educação

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Amand Ferreira Aboud De Andrade

Dr. em Ciência da informação

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Nilson Santos Costa

Dr. em Engenharia Elétrica

Universidade Federal do Maranhão

AGRADECIMENTOS

A meu professor e orientador que não desistiu de mim e muito menos do meu trabalho, ele exerce sua profissão como ninguém o que o torna um grande professor, aos meus pais e minha irmã que sempre me apoiaram e me deram todas as condições possíveis para que eu pudesse seguir com os meus objetivos, aos meus avós que cuidaram e até hoje cuidam de mim lá de cima, a minha namorada Letícia, minha companheira de vida que é um grande exemplo de estudante e profissional e que sempre me motiva por mais, aos meus amigos do peito que me incentivaram a ajustar as velas do barco da vida e hoje tenho certeza da caminhada que quero trilhar, por último mas não menos importante queria agradecer a oportunidade de viver e na caminhada, descobrir que a vida é um grande privilegio e que todo dia posso me reinventar e tentar ser alguém melhor, sempre em busca de conhecimento e experiencia, pois acredito que seja tudo que levamos no fim.

“Descubra, desenvolva e apoie boas pessoas, e em troca elas irão descobrir, desenvolver e criar boas ideias.”

Ed Catmull, 2014

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo a elaboração de um plano de negócio para a criação de uma pequena fábrica de massas frescas na cidade de São Luís – MA. Foi tomado como base a crescente demanda por alimentos artesanais de qualidade e percebido que não existia empreendimento que poderia fornecer esse tipo de alimento na região de São Luis. Para isso, foi realizada uma análise de mercado, identificando oportunidades e estratégias de diferenciação. O plano contempla desde a definição da visão, missão e valores da empresa até os aspectos operacionais, financeiros e de marketing. O estudo conclui que a implementação da fábrica é viável, com um investimento inicial de R\$ 45.000,00 e projeção de equilíbrio financeiro em até dois anos. Além de contribuir para o desenvolvimento econômico local, o empreendimento busca promover a valorização da gastronomia artesanal, oferecendo produtos diferenciados tanto para consumidores finais quanto para restaurantes.

Palavras-chave: Plano de negócio; Massas artesanais; Empreendedorismo.

ABSTRACT

This article aims to develop a business plan for establishing a small fresh pasta factory in São Luís – MA. It is based on the growing demand for high-quality artisanal food and the realization that no existing business in the region supplies this type of product. To address this, a market analysis was conducted to identify opportunities and differentiation strategies. The plan covers the definition of the company's vision, mission, and values, as well as operational, financial, and marketing aspects. The study concludes that implementing the factory is feasible, requiring an initial investment of R\$ 45,000.00 and projecting financial equilibrium within two years. In addition to contributing to local economic development, the business aims to enhance the appreciation of artisanal gastronomy by offering differentiated products for both end consumers and restaurants.

Keywords: Business plan; Artisanal pasta; Entrepreneurship.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Cilindro GPANIZ.....	11
Figura 2 – Máquina pastaia 2	12
Figura 3 – Seladora a vácuo	16
Figura 4 – Freezer expositor.....	15
Figura 5 – Geladeira 4 portas	15
Figura 6 – Freezer 2 portas	15

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	Produção de Massas Frescas	15
2.2	Plano de negócio	15
3	METODOLOGIA	16
4	PLANO DE NEGÓCIO PARA UMA FÁBRICA DE MASSAS ITALIANAS ARTESANAIS	17
4.1	Introdução	17
4.2	Visão, Missão e Valores.....	18
4.2.1	Visão.....	18
4.2.2	Missão	18
4.2.3	Valores	18
4.3	Análise de Mercado	18
4.3.1	Ambiente Externo.....	18
4.3.2	Público-Alvo	18
4.4	Produtos e Serviços	18
4.5	Plano de Marketing	19
4.5.1	Identidade Visual.....	19
4.5.2	Canal de Distribuição.....	19
4.5.3	Promoção e Publicidade.....	19
4.6	Plano Operacional	19
4.6.1	Localização	19
4.6.2	Infraestrutura	20
4.6.3	Processo de Produção.....	20
4.7	Plano Financeiro	20
4.7.1	Investimentos Iniciais.....	20
4.7.2	Projeção de Receitas:	23
4.7.3	Análise de Viabilidade.....	23
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	24
	REFERÊNCIAS	24

PLANO DE NEGÓCIO PARA UMA PEQUENA FÁBRICA DE MASSAS FRESCAS NA CIDADE DE SÃO LUÍS – MA ¹

Vitor Simão Marques ²

Ademir da Rosa Martins ³

1 INTRODUÇÃO

A criação de pequenos empreendimentos tem se mostrado uma alternativa viável para enfrentar os desafios econômicos e proporcionar desenvolvimento regional. Nesse contexto, a cidade de São Luís do Maranhão, apresenta um cenário propício para a implementação de novos negócios, especialmente no setor alimentício, que é essencial e de constante demanda.

A produção de massas frescas, por sua vez, tem ganhado espaço no mercado devido à crescente busca por alimentos mais saudáveis e artesanais e que proporcionem uma alternativa para os consumidores que querem comer uma alta gastronomia sem precisar sair de casa. As massas frescas se destacam pela qualidade, sabor e pelo menor uso de conservantes quando comparadas às opções industrializadas, o que atrai um público cada vez mais consciente e exigente, além de serem uma opção prática até mesmo para quem não sabe cozinhar.

Este trabalho tem como objetivo a elaboração de um plano de negócio para uma pequena fábrica de massas frescas na cidade de São Luís - MA. A escolha do tema se justifica pela percepção das oportunidades de mercado existentes, além da tradição familiar que cerca os sócios do empreendimento, fazendo com que seja um negócio com uma menor barreira de entrada inicialmente.

A proposta é oferecer um direcionamento claro e viável para a implementação da fábrica, capaz de atender às expectativas dos futuros clientes, garantir a sustentabilidade do empreendimento, criar um ecossistema saudável para os colaboradores e por fim, assegurar um empreendimento lucrativo para os sócios, mantendo em ordem todas as quatro partes que importam em uma empresa.

A elaboração do plano de negócio não apenas contribui para o crescimento econômico e geração de empregos na região, mas também promove a valorização de alimentos de qualidade, fortalecendo a cultura gastronômica local e enriquecendo a oferta de produtos frescos e artesanais.

¹ Artigo apresentado para a disciplina de TCC II do Curso de Administração da UFMA e defendido como Trabalho de Conclusão de Curso perante banca examinadora em sessão pública no semestre acadêmico de 2024.2, na cidade de São Luís/MA.

² Aluno do Curso de Administração/UFMA. Contato: vitorsmarques06@gmail.com;

³ Professor Orientador. Dr. em Informática na Educação. Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração DECCA/CCSo/UFMA. Contato: ademir.martins@ufma.br.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Produção de Massas Frescas

A criação de pequenos empreendimentos no setor alimentício tem sido uma importante resposta às demandas do mercado e às dificuldades econômicas enfrentadas pelo Brasil. O nicho de produção de massas frescas possui características específicas que demandam uma análise detalhada para garantir o sucesso do negócio.

O setor alimentício tem mostrado um crescimento significativo no Brasil nos últimos anos, especialmente no segmento de alimentos artesanais e frescos. De acordo com Sebrae (2019), as pequenas empresas são responsáveis por grande parte da inovação nesse setor, oferecendo produtos que atendem a demandas específicas dos consumidores por qualidade e autenticidade.

Oliveira (2020) destaca que a produção de massas frescas se diferencia das massas industrializadas pela qualidade dos ingredientes e pelo processo de fabricação, que preserva o sabor e a textura dos produtos. Além disso, pesquisas da associação brasileira de bares e restaurantes, a ABRASEL, tem nos mostrando que o setor gastronômico no Brasil foi um dos que mais cresceu no ano de 2024.

Segundo dados da Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), de dezembro de 2024, o setor de alimentação e alojamento, do qual a alimentação fora do lar representa 85%, apresentou aumento de 1,1%, frente ao recuo de -0,5% no índice geral de serviços. A comparação é em relação ao mês anterior.

Os dados apontam que, no setor de serviços de alimentação, houve um crescimento de 3,2%, em comparação a novembro, sem ajustes sazonais. Foi o segundo mês seguido em que os serviços de alimentação e alojamento se descolaram da queda no índice geral, apresentando crescimento.

No acumulado de 2024, o serviço de alimentação apresentou crescimento de 5,5%, bem acima do índice geral, que registrou alta de 3,1%.

2.2 Plano de negócio

O presente plano de negócio tem como objetivo a criação da Cacio Pasta & Basta, uma fábrica de massas artesanais frescas localizada na cidade de São Luís – MA. O empreendimento busca atender tanto consumidores finais quanto estabelecimentos do setor gastronômico, oferecendo massas frescas, recheadas e congeladas, além de molhos italianos tradicionais. A proposta do negócio se baseia na crescente demanda por alimentos artesanais e de alta qualidade, aproveitando a ausência de concorrência significativa no mercado local. A fábrica contará com uma estrutura compacta e eficiente, utilizando equipamentos especializados e um processo produtivo baseado em técnicas tradicionais italianas.

O investimento inicial necessário para a implementação da fábrica é de R\$ 45.000,00, destinados à aquisição de máquinas, insumos e capital de giro. As projeções financeiras indicam

um faturamento mensal estimado em R\$ 72.000,00, com margem de lucro entre 10% e 20%, possibilitando o retorno do investimento em até dois anos.

As estratégias de marketing envolvem a forte presença digital, parcerias com influenciadores e chefs locais, participação em feiras gastronômicas e degustações em supermercados e restaurantes, visando consolidar a marca no mercado. O plano operacional prevê uma produção diária de até 30 kg de massas, atendendo tanto pedidos diretos quanto fornecimento para outros estabelecimentos.

Segundo o especialista em empreendedorismo José Dornelas (2018), um plano de negócio é um documento que detalha os objetivos de um empreendimento e os passos necessários para atingir esses objetivos. Ele abrange desde o planejamento financeiro até estratégias de marketing e análise de mercado. Um plano de negócio bem estruturado é essencial para diminuir riscos e aumentar as chances de sucesso de um novo empreendimento.

Philip Kotler e Kevin Keller (2012), no livro *Administração do Marketing*, enfatizam a importância da segmentação de mercado na elaboração de um plano de negócios, permitindo identificar nichos específicos que possam ser explorados. No caso da produção de massas frescas, a análise de mercado deve considerar fatores como preferências de consumo, concorrência e tendências de alimentação saudável.

Segundo Philip Kotler, em *Marketing 4.0*, (2017), as estratégias de marketing para pequenos negócios devem ser focadas em criar um relacionamento próximo com o cliente e oferecer um produto autêntico e de qualidade. Para uma pequena fábrica de massas frescas, isso pode incluir degustações, participação em feiras de alimentos e a criação de uma forte presença nas redes sociais.

3 METODOLOGIA

A pesquisa deste artigo classifica-se como **descritiva**, pois busca apresentar um panorama detalhado sobre a viabilidade da implementação de uma fábrica de massas frescas na cidade de São Luís – MA. O estudo investiga aspectos do mercado, estratégias de diferenciação e projeções financeiras, sem a interferência direta do pesquisador no objeto de estudo (VERGARA, 2013).

Para a condução do estudo, foi adotado um **estudo de caso**, visto que a pesquisa se concentra em uma única empresa hipotética, analisando seu potencial de mercado, estrutura operacional e viabilidade financeira. O estudo de caso permite uma análise aprofundada do contexto específico, possibilitando insights detalhados sobre as oportunidades e desafios do setor de massas frescas artesanais na região (YIN, 2015).

A abordagem metodológica utilizada foi **qualitativa**, pois os dados analisados são predominantemente descritivos e interpretativos, permitindo uma compreensão aprofundada das percepções do público-alvo e das tendências do mercado. A pesquisa qualitativa é fundamental para entender as preferências dos consumidores, as necessidades do mercado local e a aceitação do produto antes da implementação do negócio (GIL, 2019).

Coleta de Dados

Os dados foram coletados por meio de três principais métodos:

- **Entrevistas semiestruturadas:** Foram realizadas entrevistas com potenciais consumidores e empresários do ramo alimentício em São Luís – MA. O objetivo foi entender as demandas do mercado, identificar possíveis concorrentes e verificar o interesse do público-alvo por massas artesanais frescas. As entrevistas ocorreram entre os meses de **setembro e novembro de 2024** e envolveram **dez participantes**, sendo cinco consumidores finais e cinco proprietários de restaurantes e estabelecimentos gastronômicos.
- **Análise documental:** Foram examinados relatórios do SEBRAE e da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL), além de artigos acadêmicos e estudos de mercado sobre o setor de alimentação artesanal e comportamento do consumidor no Brasil.
- **Observação de mercado:** Foram visitados estabelecimentos locais que comercializam massas frescas e industrializadas, para analisar preços, embalagens, canais de distribuição e estratégias de venda.

Tipos de Dados Trabalhados

Os dados analisados podem ser categorizados em três grupos principais:

- **Dados mercadológicos:** informações sobre a demanda por massas frescas, comportamento do consumidor e concorrência na região.
- **Dados operacionais:** custos iniciais para a abertura da fábrica, equipamentos necessários, insumos e processos produtivos.
- **Dados financeiros:** estimativas de faturamento, margem de lucro e tempo de retorno do investimento.

Essa abordagem metodológica possibilitou uma visão clara sobre a viabilidade do empreendimento, fornecendo subsídios para a construção do plano de negócios e a tomada de decisão estratégica.

4 PLANO DE NEGÓCIO PARA UMA FÁBRICA DE MASSAS ITALIANAS ARTESANAIS

4.1 Introdução

O plano de negócio apresentado tem como objetivo traçar a visão, missão, valores, objetivos e estratégias para a constituição de uma fábrica de porte pequeno de massas italianas. Segundo Osterwalder e Pigneur (2011, p. 35), "um modelo de negócios descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por uma organização."

Este documento detalha os processos essenciais para fazer com que o empreendimento prospere, visando atacar duas frentes, o consumidor final e as empresas que também trabalham com massas, mas que comprem as mesmas no supermercado e acabam usando massas industrializadas.

A fábrica em destaque se chama CACIO PASTA & BASTA, “pasta e basta” é uma expressão muito usada na Itália, que mostra para o cliente que apenas a pasta (massa italiana) é

o suficiente, não precisa de mais nada para ter uma refeição perfeita, por isso foi usada na fábrica, pois apenas massas como culinária principal serão vendidas.

4.2 Visão, Missão e Valores

4.2.1 Visão

Nos tornar, em 5 anos, referência em massas italianas artesanais no mercado, nos destacando pela qualidade e eficiência dos produtos e do atendimento.

4.2.2 Missão

Produzir massas italianas artesanais de alta qualidade, usando ingredientes selecionados e métodos tradicionais de fabricação, com o compromisso de proporcionar uma experiência única e autêntica a todos os nossos clientes.

4.2.3 Valores

Honestidade e transparência sempre em primeiro lugar, tanto com os clientes, quanto com os funcionários.

4.3 Análise de Mercado

4.3.1 Ambiente Externo

O mercado de massas artesanais praticamente não existe na nossa região, temos alguns empreendimentos pequenos que focam na venda para o consumidor final, mas que não tem fatia significativa do mercado. Podemos observar que esse cenário é exclusivo das pequenas e medias cidades, pois enquanto isso, temos nas grandes metrópoles um mercado crescente nessa área, principalmente voltado para o fornecimento para outras empresas que buscam se destacar num mercado tão competitivo quanto o de restaurantes, diferenciando seus produtos, deixando de comprar massas industrializadas.

4.3.2 Público-Alvo

O público-alvo da fábrica será restaurantes que buscam uma massa de qualidade e que gostam de saber que tipo de produto estão vendendo para os seus clientes e também para aquela mulher de meia idade que já gosta de deixar algo na sua geladeira ou congelador para diferenciar um pouco as mesmas refeições de sempre da semana, ou até mesmo fazer um almoço ou jantar diferente para sua família no final de semana sem precisar gastar tanto quanto iria gastar em um restaurante.

4.4 Produtos e Serviços

A fábrica oferecerá uma ampla variedade de massas italianas artesanais, incluindo massas frescas, secas e recheadas, podendo ser frescas ou congeladas, visando um maior tempo

de duração. Além das massas, a fábrica oferecerá molhos italianos tradicionais, como molho de tomate, molho pesto, ragu de costela, entre outros, para complementar os produtos.

4.5 Plano de Marketing

O plano de marketing será focado em destacar a autenticidade e a qualidade das massas artesanais, utilizando estratégias que englobam:

4.5.1 Identidade Visual

A identidade visual foi desenvolvida por uma artista da própria cidade, a ideia inicial era trazer a tradição italiana, mas também um pouco de ousadia, com formas e linhas diferentes, assim surgiu a CACIO PASTA & BASTA, cacio é uma palavra italiana, que traduzida significa queijo em português.

4.5.2 Canal de Distribuição

Distribuição dos produtos através de ponto de venda próprio, vendas online via redes sociais, como instagram, tiktok e facebook market, além das parcerias com lojas e supermercados, onde se pretende apresentar o produto como uma excelente opção a ser vendida nos congeladores e prateleiras dos mesmos.

4.5.3 Promoção e Publicidade

Será feito inicialmente um planejamento de comunicação, onde será definido como será nossa forma de atuação nas redes sociais, posteriormente a isso, estaremos presentes em campanhas de marketing digital, principalmente nas redes instagram e whatsapp, que hoje são os maiores canais de venda online do Brasil, feiras e eventos gastronômicos em colaboração com a ABRASEL (associação de bares e restaurantes do Brasil) que vai nos abrir muitas portas para restaurantes e feiras, parcerias com influenciadoras preferencialmente mães, que tem um dia corrido e podem mostrar que nossos produtos facilitarão o dia delas e chefs renomados para promover os produtos, fazendo receitas e dando dicas para sua cadeia de fãs, para comprarem os produtos, além de degustações livres em supermercados e mercados regionais, que os produtos podem ser levados e feitos na hora, para que os clientes possam degustar.

4.6 Plano Operacional

4.6.1 Localização

A fábrica será instalada em uma cozinha industrial na Ponta do Farol, bairro da cidade de São Luís – MA, próxima a restaurantes, buffets e operações gastronômicas de grande porte da cidade, já visando essa parceria estratégica com os mesmos, além de ser uma região nobre da cidade, que é o público-alvo da operação.

4.6.2 Infraestrutura

A infraestrutura do negócio será um espaço simples, uma cozinha de 3x6m e uma área de armazenamento das máquinas, que terá 3x3m, espaço necessário para atender grandes operações.

4.6.3 Processo de Produção

O processo de produção seguirá métodos tradicionais italianos. Foram feitos dois cursos de culinária italiana pelos sócios para que se aproximasse o máximo possível dos padrões europeus, além de toda a segurança alimentar proposta pela vigilância sanitária, como o uso de toucas, roupas próprias para cozinhas industriais, como camisa de algodão e calça de tecido, para que o calor não incomode, assim como o sapato ocupacional, usado especificamente para operações gastronômicas, o armazenamento dos produtos perecíveis em locais refrigerados e devidamente etiquetados

Terá 3 processos básicos de produção, que são basicamente as três formas base de fazer quase todo tipo de massa italiana.

Inicialmente será feita a base para todas as massas, que consiste em misturar farinha de trigo com ovo até virar uma massa homogenia. Feita a base, todas as massas serão produzidas a partir disso.

Depois de ter a base concluída, as máquinas vão tomar conta do processo, para abrir a massa e, também, para fazer as massas secas que serão comercializadas.

Depois das massas abertas, uma colaboradora irá cortar e então fabricar as massas recheadas, como rondelli, lasanha, ravióli, entre outros.

Os recheios serão feitos e congelados uma vez por semana, já em porções prontas para a quantidade de cada massa, assim se economizará tempo e material, aumentando a margem do negócio.

Depois de tudo pronto, as massas serão embaladas a vácuo e lacradas em uma embalagem personalizada, contendo tabela nutricional, lista de ingredientes, data de fabricação e validade e também modo de conservação e preparo, essas são as exigências legais para o fornecimento desse produto para outras empresas.

4.7 Plano Financeiro

4.7.1 Investimentos Iniciais

Os investimentos iniciais incluem a aquisição de equipamentos e adequação do espaço físico, compra de insumos e capital de giro.

Equipamentos:

Cilindro Laminador Elétrico 30cm de mesa bivolt CLE300 Gpaniz..... R\$ 4.000,00



Máquina pastaia 2, Italvisa R\$ 22.000,00



Embalagens personalizadas R\$ 2.000,00

Máquina seladora a vácuo..... R\$ 2.000,00



Freezer expositor..... R\$ 3.000,00



Geladeira 4 portas inox R\$ 6.000,00



Freezer 2 portas..... R\$ 4.000,00



Total..... R\$ 43.000,00

Capital de giro inicial:

R\$ 5.000,00

Investimento inicial:

R\$ 48.000,00.

4.7.2 Projeção de Receitas:

A fonte de renda do negócio foi baseada de acordo com os produtos vendidos, onde foi estimado um ticket médio de 120 reais, com a venda B2C e 550 reais como ticket médio para a venda B2B. A capacidade máxima de produção diária com os equipamentos em uso é de 30kg de massas o que nos deixa uma margem para cobrar em média 80 reais por kg, sabendo que o kg da farinha custa 15 reais e cada ovo custa 0,80 centavos, o que nos daria uma boa margem para buscarmos um bom preço. Sendo assim, vemos que é possível faturar já no primeiro mês 72 mil reais.

Pode se chegar à conclusão que com esse maquinário e apenas um funcionário é capaz de atender uma demanda que hoje no setor gastronômico esta precisando ser suprida.

4.7.3 Análise de Viabilidade

De acordo com nossa projeção de receitas e, também, com o nosso entendimento de gestão de negócios gastronômicos, se o faturamento se manter em 20 mil reais, em menos de 2 anos o negócio chegará em seu ponto de equilíbrio, pois em um negócio gastronômico saudável, onde temos fichas técnicas bem feitas, um CMV adequado e sem gastos desnecessários, a margem de lucro flutua de 10 a 20% o valor do faturamento, trazendo assim, um bom limite para trabalho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora haja diversos estudos sobre o mercado de alimentos frescos e artesanais, ainda existem poucas pesquisas focadas especificamente na gestão e operação de pequenas fábricas de massas frescas no contexto brasileiro. Assim sendo, este trabalho se propôs a preencher essa lacuna, oferecendo uma análise detalhada e um plano de negócio aplicável ao contexto local de São Luís do Maranhão.

Este plano de negócio apresenta uma estratégia clara e detalhada para a criação de uma fábrica de massas italianas artesanais, destacando-se pela qualidade e autenticidade dos produtos. Com uma análise detalhada e com uma estratégia clara, esse negócio tem um grande potencial de crescimento e muitas vertentes de atuação como foi mostrado acima, podendo atuar apenas como fornecedor para empresas, ou como massas congeladas, ou até mesmo no futuro e com uma marca mais consolidada, um restaurante pode ser aberto, potencializando ainda mais a margem de lucro para os sócios. Acreditamos que esse projeto pode se tornar em algo bem maior no futuro.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES (ABRASEL). Bares e restaurantes criam 230 mil vagas em 2024 e atingem recorde de empregos. Abrasel, 2024. Disponível em: <https://abrasei.com.br/noticias/noticias/bares-e-restaurantes-criam-230-mil-vagas-em-2024-e-atingem-recorde-de-empregos/>. Acesso em: 06 fev. 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. *Marketing 4.0: do tradicional ao digital*. 1. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2018.

VERGARA, Silvia. *Projetos e relatórios de pesquisa em Administração*. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

FALCONI, Vicente. *O verdadeiro poder: princípios e valores universais para a gestão*. 1. ed. Nova Lima: Falconi Editora, 2009.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. *Business model generation: inovação em modelos de negócios*. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

SEBRAE. **Bares e restaurantes: um setor em expansão.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/bares-e-restaurantes-um-setor-em-expansao,1038d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 18 fev. 2025.

