



EMPREENDEDORISMO
FECAP
PROF- EDSON BARBERO



ELEVARE *GRUPO 02*

ANÁLISE DE MERCADO

A Cannoli atua no mercado de food service, que inclui restaurantes, lanchonetes, hamburguerias, cafeterias e estabelecimentos que dependem de vendas recorrentes.

É um dos setores que mais cresce no Brasil.

Tendências favoráveis

- Adoção crescente de WhatsApp como principal canal de vendas.
- Crescimento na busca por relatórios simples e resultados mensuráveis.

Conclusão: o mercado é grande, cresce rápido e ainda tem baixa adoção de ferramentas como a Cannoli, excelente oportunidade para crescer

FORÇAS ECONÔMICAS

As forças econômicas mostram como a situação financeira, hábitos de consumo e custos influenciam o negócio.

Principais forças econômicas que afetam a Cannoli

Crescimento do setor alimentício

Mesmo com crises, as pessoas continuam comendo fora de casa, isso torna o setor mais estável.

Baixo custo de entrada

A Cannoli é digital, não precisa de estrutura física isso facilita crescer com pouco investimento.

Crescimento da automação e marketing digital

Empresas preferem soluções acessíveis que automatizam processos.
A Cannoli se encaixa nisso (plataforma simples + WhatsApp).

Sensibilidade ao preço

Restaurantes pequenos têm pouco dinheiro para investir, então a Cannoli precisa entregar alto valor com baixo custo.

Conclusão: as forças econômicas favorecem negócios digitais acessíveis, mas exigem diferenciação clara que a Cannoli oferece com relatórios simples e retorno rápido.

ANÁLISE SWOT

Forças

- Plataforma simples e fácil de usar.
- Foco em mostrar resultados reais .
- Canal via WhatsApp,
- Baixo custo e escalabilidade.

Fraquezas

- Dependência de dados fornecidos pelos restaurantes.
- Baixa maturidade digital de pequenos estabelecimentos.

Oportunidades

- Mercado de food service em crescimento.
- Popularização de QR Codes e mensagens automáticas.
- Poucos concorrentes focam em relatórios claros e simples.

Ameaças

- Concorrentes maiores podem entrar no nicho.
- Economia instável que afeta restaurantes pequenos.

ANÁLISE DAS 5 FORÇAS DE PORTER

Rivalidade entre concorrentes — ALTA

O mercado tem muitas ferramentas e agências, mas poucas entregam clareza como a Cannoli.

Ameaça de novos entrantes — MÉDIA/ALTA

É fácil criar sistemas básicos, mas difícil criar confiança e relatórios que agradem

Poder dos clientes — ALTO

Restaurantes têm orçamento limitado, então exigem retorno rápido e preços justos.

Poder dos fornecedores — BAIXO/MÉDIO

Bons provedores de tecnologia são variados. Dependência maior apenas da API do WhatsApp.

RESUMO DO MODELO DE NEGÓCIO DA CANNOLI

O que é a Cannoli?

Uma plataforma que ajuda restaurantes a fidelizar clientes com campanhas automáticas pelo WhatsApp, relatórios simples e resultados reais.

Como cria valor?

- Envio de mensagens personalizadas.
- Relatórios fáceis mostrando quem recebeu e quem voltou a comprar.

Como ganha dinheiro?

- Assinatura mensal (SaaS).
- Serviços extras de relatórios e suporte.

Clientes principais

Pequenos e médios restaurantes, cafeterias, hamburguerias, pizzarias e negócios alimentícios.

Canais

WhatsApp, site oficial, redes sociais e parcerias com agências.

Diferencial competitivo

A Cannoli traduz marketing complicado em relatórios simples e diretos, focados no que o dono do restaurante quer ver:

“Quantas vendas eu gerei?” MODELO DE NEGÓCIOS ABAIXO:

Parceiros chave <ul style="list-style-type: none">• Cannoli – empresa parceira e cliente principal.• Plataformas de envio de mensagens e delivery (WhatsApp, iFood, 99Food).• Ferramentas de análise e visualização de dados.• Desenvolvedores e equipe de tecnologia.• Empresas de marketing digital e agências parceiras.	Atividades chave <ul style="list-style-type: none">• Criar e manter o dashboard que mostra os dados da Cannoli.• Organizar informações sobre clientes, campanhas e pedidos.• Ajudar a Cannoli a entender quais campanhas funcionam melhor e onde pode melhorar.• Fazer melhorias constantes na plataforma com base no feedback da empresa. Recursos chave <ul style="list-style-type: none">• Plataformas digitais (site e sistema de automação).• Equipe de programadores e suporte técnico.• Banco de dados e servidores seguros.• Marca Cannoli e identidade visual reconhecível.• Conhecimento em CRM, automação e marketing conversacional.	Oferta de valor <ul style="list-style-type: none">• Automação de campanhas e mensagens via WhatsApp.• Comunicação personalizada com cada cliente.• Aumento das vendas e fidelização sem esforço manual.• Economia de tempo e praticidade para o dono do restaurante.• Facilidade de uso, mesmo para quem não entende de tecnologia.• Resultados claros com relatórios e métricas de desempenho.	Relacionamento com clientes <ul style="list-style-type: none">• Contato direto e frequente com a equipe da Cannoli.• Suporte e explicações sempre que for necessário.• Relacionamento baseado em confiança e cooperação.• Ajustes e melhorias de acordo com as necessidades da Cannoli. Canais de venda <ul style="list-style-type: none">• Site oficial: cannoli.food• Redes sociais: Instagram, LinkedIn e YouTube.• Campanhas de marketing digital e anúncios pagos.• Parcerias com influenciadores de tecnologia e negócios.• Participação em eventos e feiras de tecnologia e food service.	Segmento de clientes <ul style="list-style-type: none">• Pequenas e médias empresas do setor alimentício.• Restaurantes, lanchonetes, cafeterias e deliverys.• Lojas virtuais e e-commerces que vendem pelo WhatsApp.• Profissionais autônomos (consultores, academias, pequenas marcas locais).• Agências de marketing que gerenciam campanhas para restaurantes.
Estrutura de custos <ul style="list-style-type: none">• Hospedagem do sistema online.• Ferramentas e softwares usados no desenvolvimento.• Tempo dedicado pela equipe para organizar, criar e analisar os dados.• Custos operacionais (internet, energia, equipamentos).		Fontes de receitas <ul style="list-style-type: none">• Cannoli como cliente pagador: a empresa remunera a equipe pelo serviço de coleta, análise e visualização dos dados.• Prestação de serviços para outras empresas do mesmo setor.• Parcerias com agências de marketing.• Treinamentos e consultorias sobre análise de resultados.		