

Business Plan para reposicionamento mercadológico e exportações

Cliente: empresa brasileira de médio porte do mercado de massas alimentícias

Objetivo: plano de negócios para reposicionamento de marca e presença internacional com análises financeiras e recomendações futuras

Reposicionamento

Mercado Oriental



Mercado Saudável

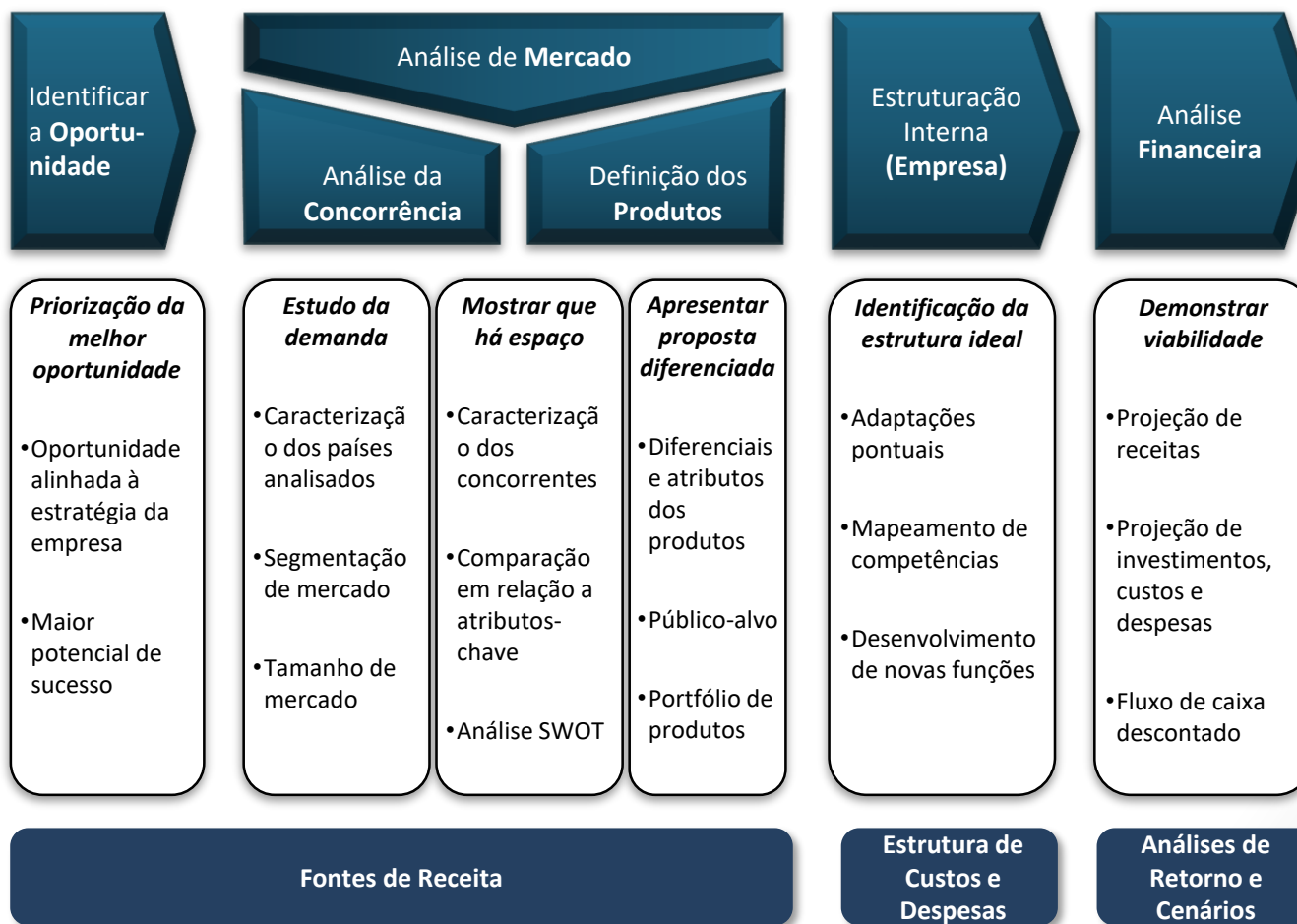


Entregas do projeto

Diretrizes estratégicas de posicionamento e de mercados

Análise financeira e recomendações

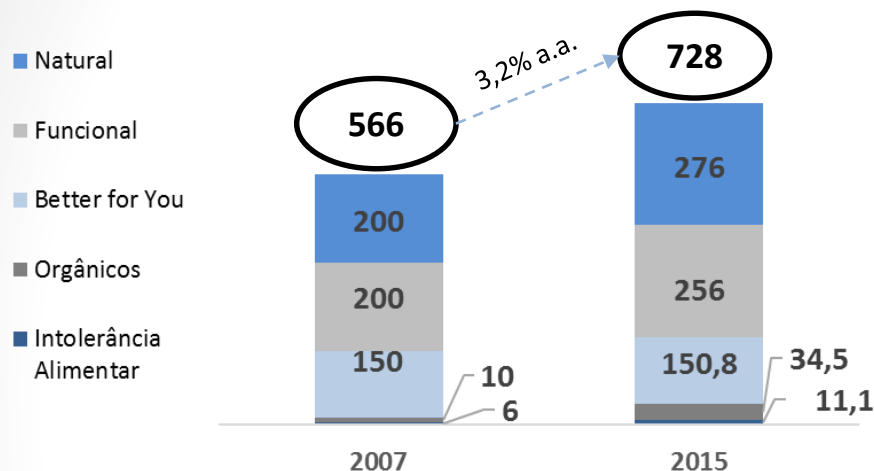
Metodologia



Business Plan para reposicionamento mercadológico e exportações

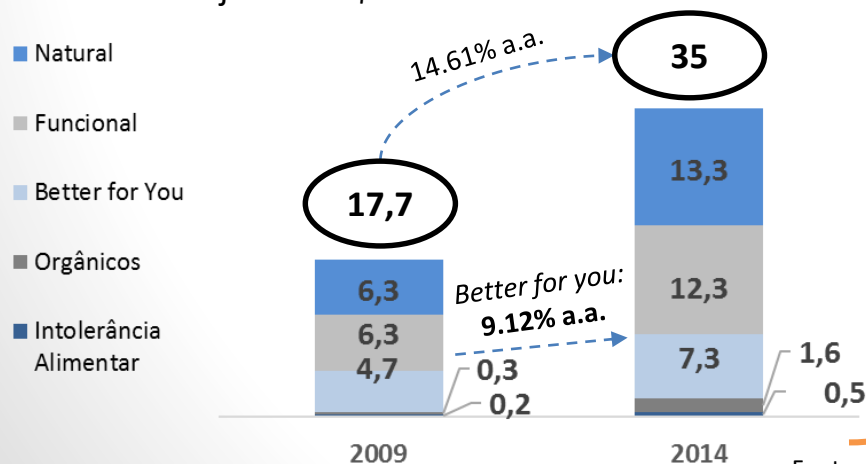
Demanda global por alimentos saudáveis

Valor no varejo em US\$ bilhões



Mercado brasileiro de alimentos saudáveis

Valor no varejo em US\$ bilhões



Segmentação do setor:

- **Intolerância Alimentar:** ausência de glúten, lactose e outros.
- **Orgânicos:** desde frutas e legumes a carnes e ovos.
- **Funcional:** logurte, aveia, soja, chá verde.
- **Natural:** sementes, águas minerais, sucos 100% naturais.
- **"Better for You":** reduzidos de sódio, sal e/ou carboidratos.

SEGMENTO EM QUE A INDÚSTRIA SE ENQUADRA

Tendências que impulsionam alimentação saudável:

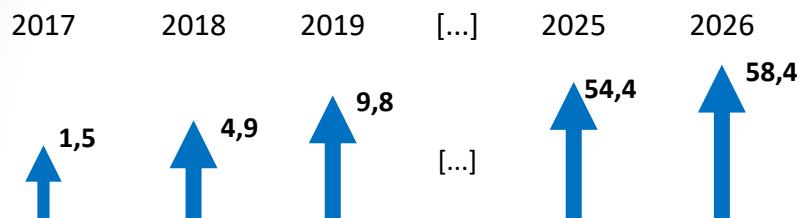
- Consumidores em todo o mundo têm buscado produtos naturais, frescos e **minimamente processados**.
- **Saudabilidade é atributo importante** para grande parcela da população do Brasil.
- Há oportunidades tanto em **mercados externos, quanto no Brasil**.
- O segmento no qual a indústria pode se posicionar com facilidade, o "Better for you", está entre as maiores oportunidades de negócios.

Caso de Internacionalização de Empresa de Alimentos (3/4)

Business Plan para reposicionamento mercadológico e exportações



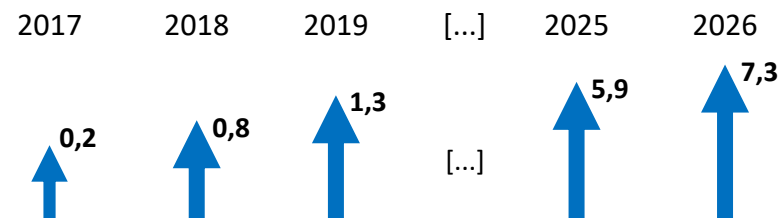
POTENCIAL DE MERCADO (em R\$ milhões)



- *Market-share* desejado de 0,1% em 10 anos, avanço ano a ano
- “Ataque comercial” escalonado em 3 fases (SP; RJ+DF+MG, Sul)
- Crescimento anual natural do mercado saudável iniciando em 14% conforme histórico recente e decrescendo até 2026 para 3,2%, vide mercados maduros globais

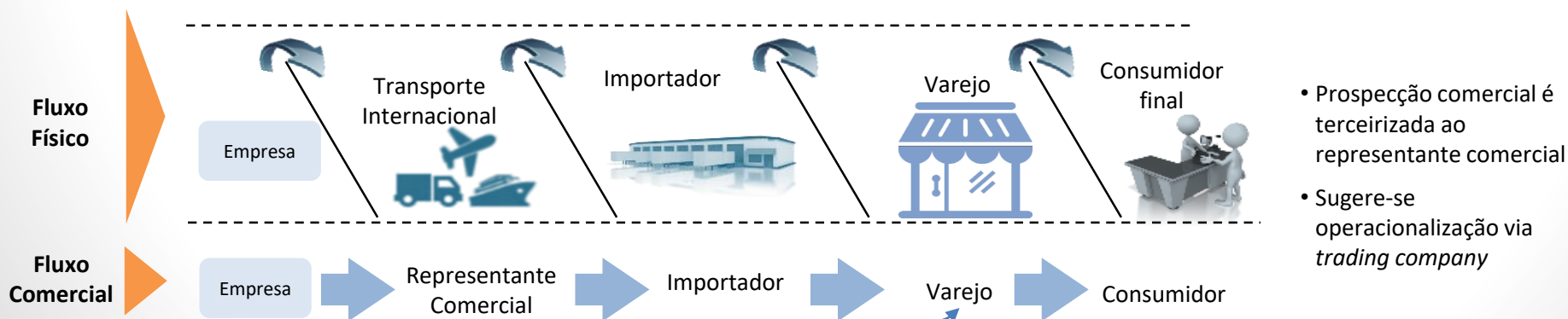


POTENCIAL DE MERCADO (em US\$ milhões)



- *Market-share* desejado de 0,05% em 10 anos, avanço ano a ano
- “Ataque comercial” escalonado em 11 grandes cidades
- Califórnia como 1º Estado potencial para alimentos saudáveis
- Crescimento anual natural do mercado saudável: 3,2%

Cadeia de vendas para os mercados externos: alternativa com parceiros é mais confortável para a cultura da empresa

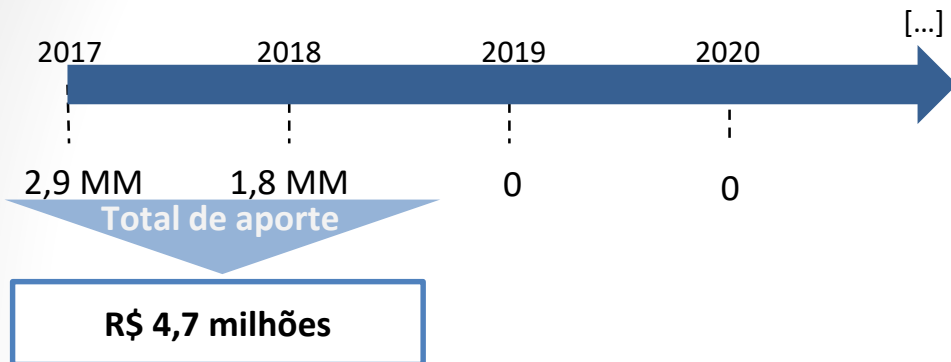


Caso de Internacionalização de Empresa de Alimentos (4/4)

Business Plan para reposicionamento mercadológico e exportações

Aporte projetado no tempo

Em R\$



Cenário Base

Payback Simples	4 anos e 6 m
Payback Descontado	4 anos e 10 m
TIR	44%
VPL	R\$ 15 MM

Faturamento e EBTIDA projetados no tempo

Em R\$ milhões

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Faturamento	1,1	6,9	18,5	29,2	40,3	41,9	43,5	44,7	46,0	47,6
EBITDA	-0,6	-0,7	3,2	5,0	7,0	7,2	7,5	7,6	7,9	8,2

Holding e família receberiam % acionário do novo negócio em troca de *know how* de produto/processo e mercado.