



# **FACULDADE PITÁGORAS DE UBERLÂNDIA**

**Diego Beneveluthy Goncalves Barbosa**

**Jorge Arthur de Oliveira Queiroz**

**Leon Denis Jose da Silva Junior**

**Rodrigo Martins de Souza**

**Tiago Rodrigo Ferreira Silva**

**Vinicius Santos Oliveira**

**Plano de Negocio**

**UBERLÂNDIA - MG**

**2014**



**Definição:** O negocio será voltado para a venda de tapioca e bebidas.

**Nome:** Santa Tapioca

**Local:** Bairro Santa Monica próximo a UFU (Universidade Federal de Uberlândia).

## Sumário

Definição: .....	1
Nome: .....	3
Local: .....	3
SUMARIO EXECUTIVO .....	5
1. Enunciado do Projeto .....	5
2. Competências responsáveis.....	5
3. Haverá um investimento tecnológico através de :.....	6
4. O mercado potencial.....	6
5. Oportunidades .....	6
6. Elementos de diferenciação.....	6
7. A EMPRESA.....	6
8. A missão.....	6
9. Os objetivos da empresa.....	7
9.1. Situação planejada desejada.....	7
9.2. Foco .....	7
10. Estrutura organizacional e legal .....	7
10.1. Descrição legal .....	7
10.2. Estrutura funcional .....	7
10.3. Descrição da Unidade Fabril .....	7
10.4. Síntese das responsabilidades da equipe dirigente .....	7
11. Plano de operações .....	7
11.1. Administração .....	7
11.2. Comercial .....	7
11.3. Controle de qualidade.....	7
11.4. Terceirização .....	8
11.5. Sistema de gestão .....	8
11.6. Parcerias .....	8
12. O PLANO DE MARKETING.....	8
13. Análise de mercado .....	8
13.1. O setor .....	8

13.2.	Oportunidades e ameaças .....	8
13.3.	A clientela .....	8
13.4.	Segmentação.....	8
13.5.	A concorrência .....	8
13.6.	Fornecedores: .....	8
14.	Estratégia de marketing .....	8
14.1.	O produto.....	8
14.2.	A tecnologia e o ciclo de vida .....	9
14.3.	Vantagens competitivas.....	9
14.4.	Planos de pesquisa e desenvolvimento.....	9
14.5.	Preço.....	9
14.6.	Distribuição .....	9
14.7.	Promoção e publicidade .....	9
14.8.	Serviços ao cliente.....	9
14.9.	Relacionamento com os clientes .....	9

## **SUMARIO EXECUTIVO**

### **1. Enunciado do Projeto**

Santa Tapioca, um local para sair da rotina e experimentar novos sabores.

### **2. Competências responsáveis**

Marketing – Jorge

Financeiro – Vinicius

Nutrição – Rodrigo/ Leon

Infraestrutura – Diego/ Tiago

### **3. Os produtos e a tecnologia:**

Serão oferecidos os seguintes produtos: Tapiocas de vários sabores e bebidas não alcoólicas.

#### **4. Haverá um investimento tecnológico através de :**

- Wifi grátis para os clientes;
- Sistema de gerenciamento de pedidos e estoque;
- Sistema de delivery pelo site do estabelecimento;
- TV corporativa;

#### **5. O mercado potencial**

Estudantes e a população local.

#### **6. Oportunidades**

É um negocio novo e não possui muitos concorrentes próximos ao local de funcionamento, portanto se torna uma opção diferente e muito atraente devido sua variedade e qualidade do produto oferecido.

#### **7. Elementos de diferenciação**

O produto por si já é diferenciado, no entanto o estabelecimento ainda conta com um amplo espaço organizado e decorado para que o cliente se sinta em casa com entretenimento e uma área de lazer para as crianças.

#### **8. Previsão de vendas**

A previsão de vendas gira em torno de 200 tapiocas por dia inicialmente e será estruturado todo um trabalho comercial e de marketing para aumentar substancialmente esse numero.

#### **9. Rentabilidade e projeções financeiras**

Espera-se uma rentabilidade mensal em torno de 50% (R\$ 10.000,00) do valor investido inicialmente no negocio (R\$ 22.000,00).

#### **10.Necessidade de financiamento**

Será feito um empréstimo de R\$ 10.000,00 inicialmente para capital de giro.

#### **11.A EMPRESA**

##### **12.A missão**

A missão da empresa é produzir e fornecer produtos alimentícios para consumidores exigentes preocupados com a saúde e com a qualidade do serviço.

## **13.Os Objetivos da Empresa**

### **13.1. Situação planejada desejada**

O objetivo da empresa é oferecer um produto de qualidade e um bom atendimento para que com essas e outras variáveis possa superar em dois anos o capital investido e obter um lucro mensal de 20% sobre esse capital.

### **13.2. Foco**

Fornecer alimentos com qualidade para o público local, principalmente estudantes universitários.

## **14.Estrutura Organizacional e Legal**

### **14.1. Descrição legal**

Ainda não possui uma descrição legal, porém em breve será adicionada.

### **14.2. Estrutura funcional**

Estrutura simples por ser uma empresa de pequeno porte. No começo das atividades seus proprietários serão responsáveis pela área administrativa e financeira.

### **14.3. Descrição da Unidade Fabril**

Será um local amplo estrategicamente posicionado, com água encanada, energia elétrica e condições higiênicas sanitárias.

### **14.4. Síntese das responsabilidades da equipe dirigente**

Seus sócios são formados e possuem conhecimentos em diferentes áreas. Diego Beneveluth, um dos sócios, é formado em estatística e possui experiência na área de administração. Vinicius, outro sócio, ficará responsável pela área financeira, enquanto os outros serão responsáveis pela área nutricional e organizacional.

## **15.Plano de operações**

### **15.1. Administração**

Estrutura hierárquica composta por gerencia e área de produção.

### **15.2. Comercial**

O estabelecimento funcionará das 8h da manhã às 22h da noite.

### **15.3. Controle de qualidade**

Será realizado diariamente o controle sobre as datas de validade, local adequado para armazenamento e qualidade do produto.

#### **15.4. Terceirização**

Será utilizada mão de obra terceirizada para o serviço de limpeza.

#### **15.5. Sistema de gestão**

Através de uma estrutura organizacional simplificada, será implantado um sistema de controle informatizado responsável pela contabilidade, faturamento e estoque.

#### **15.6. Parcerias**

No momento ainda não possui nenhuma parceria.

### **16.O PLANO DE MARKETING**

#### **17.Analise de Mercado**

##### **17.1. O setor**

O negocio esta voltado para o setor alimentício.

##### **17.2. Oportunidades e ameaças**

A grande oportunidade do negocio e a novidade pois se trata de um produto pouco conhecido na região. Já a ameaça são os outros estabelecimentos no setor alimentício nas proximidades.

##### **17.3. A clientela**

Constituem-se na sua maioria por estudantes e moradores locais.

##### **17.4. Segmentação**

E um estabelecimento que prepara e fornece alimentos.

##### **17.5. A concorrência**

Restaurantes e lanchonetes próximos.

##### **17.6. Fornecedores:**

Diretamente dos distribuidores.

### **18. Estratégia de Marketing**

#### **18.1. O produto**

Tapioca, sucos de vários sabores, salgados refrigerantes e sorvetes.

### **18.2. A tecnologia e o ciclo de vida**

Na produção das tapiocas não existe nenhuma tecnologia específica apenas fogão e panelas e seu consumo é feito no mesmo dia.

### **18.3. Vantagens competitivas**

Não possui muitos concorrentes, é um produto novo e pouco conhecido na região e esta bem localizada geograficamente.

### **18.4. Planos de pesquisa e desenvolvimento**

Seus sócios estão sempre empenhados na pesquisa e desenvolvimento de novos sabores e ideias para melhor atender seus clientes.

### **18.5. Preço**

R\$ 3,00 a tapioca e seus recheios serão cobrados a parte, e serão proporcionais aos ingredientes utilizados. Para as bebidas será estabelecido o preço de R\$ 5,00 para os sucos e R\$ 3,00 para refrigerantes.

### **18.6. Distribuição**

Será feita no próprio estabelecimento.

### **18.7. Promoção e publicidade**

Será feita a publicidade pela TV, internet e radio.

### **18.8. Serviços ao cliente**

A venda e o consumo do produto serão feitos na mesma hora e qualquer reclamação ou sugestão serão gentilmente aceitas e analisadas para a melhoria do produto.

### **18.9. Relacionamento com os clientes**

Sempre o melhor possível com cordialidade, bom humor e educação, buscando conhecer melhor e estreitar os laços entre o estabelecimento e seus clientes.

## **19. PLANEJAMENTO FINANCEIRO**

Para fazer o nosso planejamento financeiro, precisávamos orçar utensílios para cozinha, utensílios para o salão de refeições, instalações da cozinha, instalações dos banheiros, moveis destinados ao salão de refeição, despesas mensais com energia elétrica, telefonia, folha de pagamento etc..

## 18.1 . Investimentos Iniciais

Para o período startup da empresa, foram identificadas algumas necessidades de investimentos para a sua operacionalização inicial que estão discriminadas em anexo (Investimentos Iniciais). A seguir estão discriminadas as maneiras como foram estimados os principais valores de investimento inicial. O valor total para o investimento inicial no cenário realista calculado foi aproximadamente de R\$ 21.957,21.

## 18.2 . Custos iniciais:

Reforma do Ambiente	R\$	6.000,00
Freezer	R\$	1.199,00
Chapeira	R\$	339,00
Espremedor de Frutas	R\$	39,90
Liquidificador Industrial	R\$	628,00
Forno micro-ondas	R\$	289,00
Fogão a gás com 6 bocas	R\$	599,00
Balança para cozinha	R\$	23,00
Sistema de exaustão	R\$	210,00
Mesas	R\$	500,00
Utensílios (Painéis, Bacias..)	R\$	500,00

Total R\$ 10.446,90

### Custos Fixos

Água	R\$	70,00
Energia elétrica	R\$	180,00
Telefone	R\$	50,00
Depreciação	R\$	95,31
Honorários do contador	R\$	30,00
Limpeza	R\$	120,00
Garçonete	R\$	965,00

Total R\$ 1.510,31

Capital de Giro (Empréstimo dividido em 10 vezes de 1000): R\$ 10.000,00

