



FACULDADE PITÁGORAS DE UBERLÂNDIA

**Álvaro do Carmo Carneiro
Cássio Muriel Borges
Eder Rodrigues Silva
Murilo Martins Tavares
William Fernandes Araujo**

Plano de Negócio

Crepes Mania

UBERLÂNDIA - MG

2014

Sumario Executivo

Esse plano de negócio tem como objetivo principal a implementação de um quiosque de crepes recheados, situado em um ponto estratégico no centro de Uberlândia, dentro do terminal central de ônibus do transportes públicos, na 1ª plataforma onde chegam e saem ônibus a todo momento, local onde se concentra grande números de pessoas durante todo o dia.

Com um investimento total aproximado de R\$ 72.000,00 para estruturação, capital de giro, estoque inicial e efetivação. Para um quiosque com capacidade de atender pessoas durante todo o horário de funcionamento do terminal central de ônibus em Uberlândia, com isso esperamos chegar a uma proposta de lucratividade que recupere o valor investido em menos de um ano, e dobrando esse valor em ate um ano e meio, tornando o nosso investimento altamente rentável e com um baixíssimo grau de risco, por se tratar de um quiosque de crepes com foco na qualidade dos produtos e serviços com funcionários diferenciados, local privilegiado atentos as ordens de vigilância sanitária, direito do trabalhador e consumidor.

Introdução

O trabalho a seguir tem por finalidade, demonstrar a viabilidade de um Quiosque de Crepes denominado “Crepes Mania” que irá atender a demanda diária da população local, que utilizem o transporte coletivo publico, considerando os recursos necessários, as condições e a perspectiva de mercado. No meio da incerteza que envolve qualquer projeto, é indispensável ao empreendedor fazer todos os cálculos necessários reduzindo riscos e orientando nas tomadas de decisão.

O plano apresentado foi desenvolvido através de levantamentos e informações técnicas para tal como investimentos iniciais, público alvo, análise da concorrência, custos com mão de obra, pesquisas com os consumidores etc.

O perfil do Quiosque foi escolhido com base na capacidade produtiva conforme instalações, equipamentos e recursos humanos estabelecidos alinhados à demanda proporcionada pela região.

O resultado final deste plano de negócios permitirá ao investidor / empreendedor concluir se determinada decisão de investimento é viável ou não.

Dados dos dirigentes

Este empreendimento é composto por seis sócios sendo eles: Álvaro, Cássio, Eder, Leonardo, Murilo, William.

Cássio é responsável pela área comercial, atua realizando todo o trabalho de propagandas, divulgando a empresa através da distribuição de folders e panfletos por todo o terminal e é o representante comercial.

Eder é o responsável pelo financeiro onde atua diretamente no controle de entrada e saída de mercadorias, gastos, lucros, investimentos necessários; atua também como caixa e comprador geral.

William é responsável pela administração de todo o empreendimento com a função de gerente geral, acompanhar resultados, atuar com base nos mesmos, seja mantendo ou buscando novos projetos para melhores resultados, e é preparado tecnicamente para atender todas as áreas do empreendimento caso haja necessidade.

Leonardo e Murilo são responsáveis pela produção dos alimentos; matérias primas; e acompanham ainda e identificam possibilidades de melhorias no processo de produção Leonardo nutricionista e Murilo cozinheiro.

Álvaro atua na recepção dos clientes, como garçom e auxiliar de cozinha, onde faz a solicitação de pedidos e posteriormente na sua distribuição.

Visão

Estar entre os principais quiosques alimentícios do mercado e ser referencia na nossa área de atuação.

Missão

Desenvolver produtos alimentícios, com qualidade, garantindo a satisfação dos clientes e a sustentabilidade do negócio.

Valores

Ter a preferência dos clientes

Responsabilidade Social

Amor pelo que faz

Excelência no atendimento

Comunicação eficiente

Foco no trabalho em equipe

Definição do negócio

Devido ao local escolhido nosso público alvo será os usuários do transporte público de Uberlândia que quando chegarem ao terminal central na troca de um ônibus por outro, buscam um lanche rápido, que venham a satisfazer sua fome juntamente com sua pressa.

Hoje eles já encontram no local uma boa variedade de lanches rápidos, mas segundo nossas pesquisas (realizadas onde iremos atuar) o cardápio (salgados, pão de queijo, bolo, pasteis) que é oferecido para o público não atende a maioria que gostariam de escolher o recheio dos lanches, e é aí que entra nossa idéia oferecer aos nossos clientes um produto com uma massa única que facilita para ganhar tempo, porém seu recheio quem irá montar é o próprio cliente, escolhendo um tipo de molho, um tipo de carne, e dois acréscimos de recheio.

Setor de atividade: serviços (alimentação)

Horário de Funcionamento:

De Segunda a Sábado das 08h00min às 20h00min

Estudo dos concorrentes

Os principais concorrentes diretos:

Nossos principais concorrentes são duas lanchonetes e uma sorveteria que situam na mesma plataforma que iremos atuar.

	Qualidade	Preço	Condições de Pagamentos	Localização	Atendimento
Nossa Empresa	Excelente	Médio	À vista / À prazo	Excelente	Excelente
Arte e sabor Pastelaria	Excelente	Médio	À vista / À prazo	Muito boa	Bom
Batatas Krocante	Bom	Baixo	À vista / À prazo	Excelente	Muito bom
Sorvetes Italiano	Muito Bom	Baixo	À vista / À prazo	Excelente	Bom

Pontos positivos e negativos dos concorrentes:

- **Arte e sabor pastelaria**

- **Pontos positivos:** localização privilegiada em um dos corredores que mais transitam pessoas em todos os horários, qualidade dos produtos excelente, com boa rotatividade evitando que os mesmos fiquem muito tempo expostos.

- **Pontos negativos:** atendimento de qualidade ruim, os clientes esperam muito tempo para serem atendidos.

- **Batatas Krocante**

- **Pontos positivos:** Atendimento muito bom, clientes recebem a atenção necessária e são atendidos rapidamente, preço baixo comparado com o primeiro concorrente que vendem o mesmo produto.

- **Pontos negativos:** localização pouco privilegiada pois fica em um corredor onde a circulação de pessoas acontecem com maior frequência apenas nos horários de pico, o que faz com que os produtos fiquem muito tempo expostos antes de serem consumidos.

- **Sorvetes Italiano**

- **Pontos positivos:** Excelente localização fica bem no centro da plataforma de embarque do terminal central, preço muito baixo e atendimento muito rápido.

- **Pontos negativos:** Só trabalham com uma mercadoria específica e com uma quantidade de sabores muito baixa, no inverno a quantidade de clientes que passam nesta sorveteria cai bastante.

A Empresa

Nossa empresa irá atuar na área alimentícia, fornecendo aos nossos público produtos de preparo rápido, já que os nossos clientes serão usuários do sistema integrado de transporte, que ao chegarem no terminal entre um ônibus e outro poderão fazer um lanche rápido, e saboroso, onde nossa empresa fornecera a melhor opção.

Plano de Marketing

Descrição do produto

A “Crepes Mania” oferecerá aos clientes um produto diferente dos demais encontrados hoje no local.

Os crepes são massas finas, fritas levemente em manteiga e que são recheadas conforme o gosto de seus degustadores. Com a mesma massa podem-se preparar crepes salgados quanto doces.

Receita do Crepe

1 pitada de sal
250 ml de leite
1 colher de manteiga
12 colheres de farinha de trigo
3 ovos

Rendimento: 15 unidades grandes ou 25 pequenas.

Molhos:

Branco ou Vermelho

Recheios:

Recheio salgado

Frango desfiado ou carne moída

Bacon, mussarela, presunto, calabresa, ervilhas, milho, palmito, azeitona

Recheio doce

Doce de leite, chocolate branco, chocolate ao leite/amargo, leite condensado com coco.

Bebidas: Refrigerantes, sucos, água e cerveja.

Preço do produto

Valor Unitário sugerido

8,00 Crepe Grande

5,00 Crepe Pequeno

Estratégias de Marketing

Antes da inauguração será feito no local um Marketing com panfletos do “Crepes Mania”, nestes panfletos irá conter todas as informações do nosso produto, este

Marketing tem como objetivo gerar curiosidade no cliente a respeito do novo estabelecimento que esta prestes a abrir.

Na época da inauguração, pretendemos atrair os clientes para que eles venham ao quiosque. Para isso faremos a divulgação do boca a boca em toda a área mais próxima e também nos outros terminais que possuem ônibus que vão para o terminal central, local onde estará situado o nosso quiosque.

Sempre estaremos inovando e divulgando nossos produtos e serviços, para nunca entrarmos na fase de declínio. Obviamente, as divulgações serão realizadas com o objetivo de atingir a população que passe pelo terminal central diariamente.

O estabelecimento utilizará dois meios, como técnicas de Marketing . O composto de marketing do quiosque será panfletos e anúncios em jornal.

O estabelecimento será divulgado em jornais da cidade como “ O Correio” e jornais informativos, já os panfletos serão distribuídos no centro da cidade e nos ônibus em toda cidade que fazem ligação com o terminal central.

- Pontos Fortes: fidelização dos clientes; busca contínua pela inovação; crescimento constante.
- Pontos fracos: alto custo de manutenção.
- Oportunidades: atração de novos clientes; traz a possibilidade de se tornar o estabelecimento conhecido e apreciado entre os especialistas da área.
- Ameaças: não surtir o efeito esperado; concorrentes realizando estratégias parecidas.

Cenário futuro para o mercado

A prioridade e atender nossos clientes com um produto novo, ou seja, que os mesmos ainda não têm acesso no local, depois de estabilizarmos passaremos a fornecer todos os demais produtos (salgados, pão de queijo, pasteis) que nossos concorrentes vendem, por serem produtos que podemos comprar já preparados e só teremos o trabalho de aquecer ou fritar.

Objetivamos com essa ação expandir nosso portfólio e aumentar nossos clientes, podendo assim dominar nosso mercado no local em que iremos atuar, e futuramente abrir novas lojas chegando assim a criar uma rede de fast foods otimizada para que se prevaleça no mercado.

Diferencial do produto

O principal diferencial do nosso produto é a oportunidade do nosso cliente escolher o recheio do seu lanche, não sendo assim obrigado a escolher um alimento que contenha um recheio que não seja o que mais te agrade.

Outro diferencial que iremos fornecer ao público é o acesso a nossa rede wifi, para que possam estar conectados as redes sociais em todo momento, desta forma mesmo aqueles que não estejam adquirindo nossos produtos estarão próximos ao nosso estabelecimento sentindo o cheiro dos nossos alimentos e podendo até chegar a saborear nosso produto.

Fornecedores: Atacadistas e varejista da região sendo eles Martins, Arcom, Almart, Bahamas, Atacadão.

Localização do Negócio

Terminal Central Paulo Ferolla da Silva

Bairro Centro

Endereço: Praça Sérgio Pacheco – Loja 7

Horário de Funcionamento do Terminal das 05h30min às 23h30min

Onde há uma grande circulação de pessoas diariamente.

Área de abrangência

Todos aqueles usuários que utilizam diariamente o transporte público da cidade de Uberlândia sem distinção de classe social.

Estrutura de Comercialização

A forma de comercialização e distribuição será através da venda direta ao consumidor por meio do atendimento direto.

Análise da matriz F.O.F.A

Forças

- boa localização (em um local com bom movimento e fluxo de pessoas elevado;
- treinamento dos constante dos colaboradores com foco na qualidade do atendimento

Oportunidades

- possibilidade de aumentar as vendas através da realização de eventos internos;
- serviço indispensável à população
- aumento constante da demanda na região;
- disponibilidade para abrir novas filiais.

Fraquezas

- público consumidor limitado (usuários do transporte publico coletivo)
- riscos relacionados à higiene e saúde
- falta de experiência na área

Ameaças

- alta rotatividade da mão de obra;
- alta carga tributária;
- violência urbana.
- instabilidade econômica.

Plano Financeiro

Origem dos recursos

Todos os recursos utilizados para as despesas da empresa são recursos próprios divididos em quantidades iguais para todos os sócios.

Plano de Investimentos

Para iniciar as atividades da nossa empresa será necessário um investimento inicial de aproximadamente R\$ 72.000,00

Estimativa de investimento Fixo

- . Registro de marca e patente: R\$ 1.000
- . Registro de empresa: R\$ 2.000,00
- . Publicidade: R\$ 1.200,00
- . Maquinas e equipamento: R\$ 30.000
- . Moveis e utensílios: R\$ 12.000
- . Informatização (computador/ software): R\$ 4.500
- . Aluguel do ponto: R\$ 2.000

Estimativa de investimento variável

- . Estoque de mercadorias: R\$ 6.500
- . Capital de giro: R\$ 6.000
- . Matéria prima: R\$ 6.000

Projeção de fluxo de caixa

Para estimar o faturamento mensal da empresa, e o fluxo de caixa multiplicamos o preço de venda do produto pela quantidade de produtos oferecidos.

Estimamos vender cerca de 150 crepes diariamente, sendo eles 100 (crepes pequenos no valor de 5,00) e 50 (crepes grandes no valor de 8,00 cada) obtendo assim diariamente um fluxo de caixa de R\$ 900,00.

Se tratando de um mês de 26 dias trabalhados obteremos um lucro de R\$ 23.400,00

Já num prazo de 6 meses R\$ 140.400,00 alcançando já em 6 meses quase o dobro do valor investido inicialmente.

Conclusão:

Concluimos que a criação de um Plano de Negócios objetiva-se significativamente na organização e integração de toda uma empresa, e contribuir para o sucesso da mesma. O plano de negócios, apesar de não ser a garantia de sucesso, reforça na tomada de decisões, afim de não nos desviarmos de nossos objetivos iniciais e por sua vez evidenciam um negócio que tem uma atuação forte e bem planejada.

Outro ponto forte importante que podemos destacar é a necessidade de estar sempre investindo, divulgando e aprimorando os produtos oferecidos para que os mesmos sejam de boa qualidade, e conseqüentemente cativem os clientes fazendo com que os mesmos voltem mais vezes e se sintam satisfeitos com os produtos oferecidos.

Percebemos então que todo negócio precisa estar bem projetado, e que o plano de negócios é uma ferramenta que traz consigo uma fundamental importância independente do ramo de atuação, assim, através dele podemos chegar aos resultados com mais precisão, rapidez, segurança e qualidade no serviço e atendimento prestado.