



FACULDADE PITÁGORAS DE UBERLÂNDIA

**Nilton Barbosa Tigre
Rafael José de Paula**

Plano de Negócio

Trabalho Número 10

Capa	→
Introdução	→
Desenvolvimento (se tiver)	→
Respostas (se tiver)	→
Conclusão	→
Referencias (se tiver)	→
Tipo de arquivo	→
Apresentação visual	→
Prazo de entrega	→
Local de entrega	→
Cumprimento das solicitações	→
Participação Aluno 1	→
Participação Aluno 2	→
Participação Aluno 3	→
Participação Aluno 4	→

**UBERLÂNDIA
2014**

1.SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1.Resumo

Este plano de negócio tem como objetivo a implementação de um quiosque para a venda de espetinhos e acompanhamentos. Foi escolhido um ponto estratégico situado a Rua Antônio Bernardes Costa, no Bairro São Jorge situado entre 2 grande condomínios.

Primeiramente será investido R\$ 50.000,00 para implementação e estruturação, capital de giro e estoque e treinamento de alguns funcionários.

Este investimento irá estruturar o ambiente para em média 30 pessoas.

A estimativa diária de vendas são pelo menos 60 espetos sendo 40 com algum tipo de acompanhamento.

O ambiente agradável, excelente atendimento, e a ótima qualidade e a grande variedade de ingredientes são a “receita de bolo” para que tenhamos sucesso em nosso empreendimento.

1.2. Destaques

Por se tratar de um produto de altíssima qualidade e com opções diferenciadas de mercado e um excelente atendimento, estima-se um resultado extremamente positivo.

2. A EMPRESA

2.1. Objetivos e Missão

A ideia de inovar o cardápio e manter o excelente nível de qualidade veio após uma análise pela cidade onde foi constatado que pelo menos 60% da concorrência não oferece o mesmo nível de qualidade ou a variedade de nosso cardápio.

2.2. Estrutura organizacional e legal

O cliente ao entrar no estabelecimento será designado a uma mesa onde lhe será entregue o cardápio. O cliente poderá escolher qual espeto, as guarnições de acompanhamento, as bebidas, um combo com espeto, guarnição e bebida e ainda a promoção do dia.

O objetivo geral da empresa é de futuramente se transformar em um grande restaurante ou até mesmo em uma churrascaria.

2.2.1. Entidade Legal/Propriedade da empresa

O investimento inicial será dos dois sócios envolvidos neste negócio. O mesmo será de 50 % onde todo o lucro ou prejuízo será dividido ao meio.

Após a montagem do quiosque, será solicitado aos.

Órgãos regulamentadores as visitas para a emissão dos alvarás necessários para o

Funcionamento do negócio.

2.2.2.Local

Este negócio será implementado na frente da casa de um dos sócios por se tratar de um grande espaço situado no ponto estratégico. Assim não haverá custo com aluguel, haverá somente o custo com a estruturação.

2.2.3. O quiosque

Serão instalados televisores e também um som ambiente para que os clientes possam degustar nossos produtos de forma mais agradável. Será investido também em equipamentos a fim controlar a temperatura do ambiente propiciando à clientela mais conforto e comodidade em suas refeições.

2.2.3.1. Funcionamento

Analisando a concorrência e o público alvo, foi definido que o estabelecimento.

Ficará aberto de terça a Domingo das 17h00min às 00h00min. O quiosque pode até ficar aberto em um horário reduzido, no entanto abrirá em feriados.

2.2.4. Concorrência

Podemos observar na região que existem em média 1 concorrente a cada 3 km percorridos. Sendo que nesta concorrência somente 1 em cada 5 realmente oferece qualidade ou variedade em seus produtos e serviços

3.Plano de Marketing

3.1.Descrição dos Principais Produtos

Será vendido no local espetos de vários sabores tais como asa de frango , linguça ,cupim ,acém, maça de peito, costelinha e entre outros. Uma estratégia que será adotada é que vão picar cebola encima da brasa para que realce o cheiro e desperte mais vontade de clientes consumir nossos produtos. Junto com o mesmo ira o acompanhamento de mandioca e vinagrete. As bebidas que sera oferecida será agua , refrigerante e sucos. Não vamos trabalhar com cerveja, pois as mesma atrai um cliente diferenciado que muita das vezes da problemas.

3.2.Ações

No marketing a empresa adotou uma política de consciência onde nosso maior diferencial é a qualidade de nossos produtos trabalhamos somente com produtos de primeira qualidade queremos levar aos nossos clientes uma carne jamais comercializada em casas deste seguimento um dos nossos objetivos é além de qualidade queremos implantar o aquilo que chamamos de “**excelência no atendimento**” uma visão de marketing será a divulgação de nossa marca por meios de outdoor , tv e rádio e não se esquecer do famoso boca a boca que para a opinião de muitos é o mais importante.

3.3.Preço

O preço proposto é variado teremos o espetinho simples que custara R\$ 3,50 e o mais completo que sera R\$ 6,50 sendo que vamos aceitar todas as bandeiras de cartões que corre na praça.

3.4.Análise de Mercado

O plano de marketing Além da boa qualidade em nossos alimentos também queremos fidelizar o cliente com um cartão onde a cada 10 o cliente terá direito de comer 2 espetos por conta da casa e haverá a promoção da segunda – feira onde você terá 10% de desconto caso curta nossa página nas redes sociais.

3.4.1.1. Avaliação estratégica – Análise da matriz

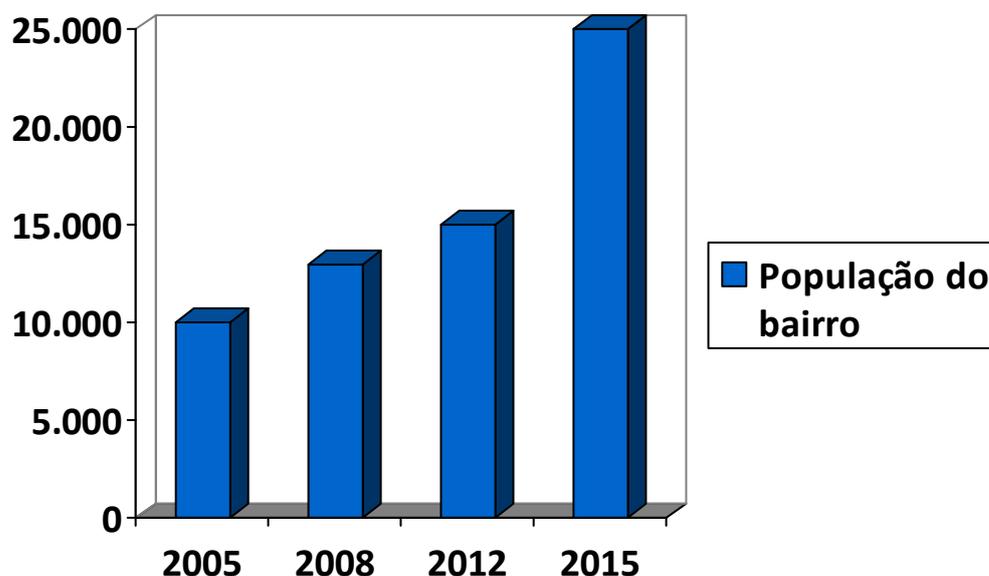
<p>FORÇAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Facil acesso •Higiene de 1ºprimeiro mundo •Qualidade do produto •ambiente agradável •Bom atendimento 	<p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Possibilidade de aumento das vendas visto que o numero de possíveis clientes que mora nas proximidades dos condomínio querem uma refeição rápida e segura. •Vemos que não tem muitos estabelecimentos como o nosso um diferencial que aceitamos cartões de credito e debito •Disponibilidade para abrir novas filiais.
<p>FRAQUEZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Não temos capital de giro. 	<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> •Alta carga tributária

<ul style="list-style-type: none"> •Preço mais auto que a concorrência <p>Direta.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Não vendemos pela internet 	<ul style="list-style-type: none"> •Violência urbana •Instabilidade econômica.
--	--

3.4.2.Publico Alvo

O empreendimento tem como objetivo atender uma vasta clientela nas proximidades pois tem escolas, supermercados, academia e pontos de ônibus. Queremos chamar a atenção de todos dando a seguinte filosofia "se tem espetinho para que fazer janta se teremos a oportunidade de comermos o melhor espetinho da cidade e ainda nos sentirmos e casa.

Estima-se que existem na proximidade do bairro cerca de 20.000 mil pessoas e que mora e trabalha na região esta havendo uma vasta mudança e chegada de mais pessoas na região pois estão fazendo vários apartamentos ou seja a tendência é crescimento.



Estima-se que em 2016 serão em torno de 25,000 mil moradores na região

3.5.Fornecedores

Um dos nossos principais ingredientes que é a carne será o fornecida pelo frigorífico Mata Boi que tem uma carne de qualidade e já possui anos de tradição.

Os ingredientes secundários serão comprados em estabelecimentos de Atacado, na cidade existem pelo menos três grandes mercados, o que obriga a Concorrência a manter os preços justos e estáveis.

4.PLANO FINANCEIRO

4.1.Custos

4.1.1.Pessoal

Os colaboradores do espetinho são:

Caixa: 1.000	Responsável pelo recebimento em cartão ou dinheiro; pela entrada e saída de dinheiro do caixa e abertura e fechamento de caixa.
Cozinheira 1.200	Responsável pelo preparo dos acompanhamentos como mandioca e vinagrete.
Churrasqueiro: 1.400	Responsável pelo preparo do espetinho.
Garçom: 1.300	Responsabilidade de servir o espetinho e os acompanhamentos aos clientes.

4.1.2.Estimativa de investimentos fixos

Descrição	Quantidade	Preço unitário	Total
Ponto em lugar	1	60.000	60.000

estratégico			
Churrasqueira	2	10.000	20.000
Mesa de ingredientes	2	2.000	4.000
Computador	2	3.000	6.000
Software	2	1.400	2.800
Mesa	20	100	2.000
Cadeira	80	20	1.600
Bandeja	10	30	300
Forro de mesa	20	10	200
Prataria	60	5	300
Fogão	2	600	1.200
Freezer	2	2.000	4.000
Talheres/copos	100	4	400

Total **102.500**

4.1.3. Estimativa do custo com depreciação de itens relevantes.

Descrição	Vida útil em Anos	Total
Ponto em lugar estratégico	20	3000
Churrasqueira	5	500
Freezer	5	400
Fogão	5	100

Computador	3	50
-------------------	----------	-----------

4.1.4. Matéria Prima

A tabela a seguir descreve os custos para espetinhos, lembrando que poderá haver uma variação de acordo com a época do ano pois em determinados momentos o preço muda de acordo com a sazonalidade.

Custos diretos de produção e comercialização

Produto	Unidade	Quantidade	Custo total por item
Carne	x	50KG	R\$600,00
Mandioca	x	20kG	R\$ 20,00
Tomate	x	10KG	R\$30,00
carvão	10	10KG	R\$60,00
Gás	1	30KG	R\$45,00

5. CONCLUSÃO

Após analisarmos o mercado foi necessário meses de estudo, concluímos que este novo negocio tem futuro é claro que existe riscos mas com esforço, trabalho e muita insistência podemos vencer e nos tornar referencia na cidade.