FACULDADES SÃO JOSÉ

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ANDRE LUIZ DOS SANTOS PIRES

FABRICIO DOS SANTOS DE OLIVEIRA

HANNA JARDIM OSORIO

MARCO ANTONIO PICLER TEIXEIRA JUNIOR

FRIENDS FIT

Rio de Janeiro

2017

ANDRE LUIZ DOS SANTOS PIRES

FABRICIO DOS SANTOS DE OLIVEIRA

HANNA JARDIM OSORIO

MARCO ANTONIO PICLER TEIXEIRA JUNIOR

FRIENDS FIT

Projeto de pesquisa apresentado para a Faculdade São José - FSJ, sob a orientação do prof. Enilton Pereira de Menezes.

Rio de Janeiro

2017

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....05

1. OBJETIVOS.....06

1.2 Objetivo Geral.....06
1.3 Objetivo Específico.....06

2.SUMARIO EXECUTIVO.....07

2.1 Resumo dos principais pontos do plano de negocio.....08
2.2 Visão.....08
2.3 Missão da Empresa.....08
2.4 Dados dos empreendedores.....08
2.5 Dados do Empreendimento.....09
2.6 Setores de Atividade.....09
2.7 Forma Jurídica.....09
2.8 Enquadramento Tributário.....09
2.8 Capital dos Sócios.....10
2.9 Fonte de Reserva.....10
.

3. ANÁLISE DE MERCADO.....10

3.1 Estudo dos Clientes.....10
3.1.1 Público Alvo.....10
3.1.2 Área Demográfica.....10
3.2 Estudo dos Concorrentes.....11
3.3 Estudo dos Fornecedores.....12

4. PLANO DE MARKETING.....13

4.1 Descrição dos Principais Produtos de Serviços.....13
4.2 Preço.....13

4.3 Estratégias Promocionais.....13
4.4 Marketing Sustentável.....13
4.5 Estrutura de Comercialização 13
4.6 Localização do Negócio.....14

5. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....14

5.1 Analise da Matriz F.O.F.A.....14

6. BIBLIOGRAFIA 16

INTRODUÇÃO

O referido trabalho demonstra a elaboração de um plano de negócios para abertura de um empreendimento voltado a comercialização de produtos alimentícios voltados a área de saúde e bem estar, visando um publico alvo predominante de pessoas que pratiquem atividade física.

A comercialização de produtos denominados “fitness”, ou seja, voltados a saúde e bem estar, requer criatividade, excelência, dinamismo e bom relacionamento a fim de fidelizar o cliente. Apesar do cenário econômico pouco favorável, a preocupação com o corpo e com o estilo de vida impulsiona o crescimento do mercado de alimentos saudáveis. A velocidade de crescimento deste segmento impressiona: cerca de 20%, em media, desde 2012.

O diferenciado voltado no nosso sabor, no foco satisfação dos nossos clientes e na personalização de nossos produtos e serviços.

.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver um Plano de Negócios para abertura de uma opção de comida saudável na cidade do Rio de Janeiro – RJ.

1.2 OBJETIVO ESPECIFICO

. Desenvolver um planejamento estratégico da empresa
. Analisar a viabilidade financeira do negócio;
. Elaborar um planejamento de marketing;
. Identificar o mercado de fornecedores.

2 SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1- Resumo dos principais pontos do plano de negócios

Um restaurante voltado a alimentação saudável, que planeja se estabilizar no mercado a fim de possibilitar ao cliente mais conforto e mais diversificação na sua escolha alimentar.

Nossa atividade se dividi em duas partes, o nosso restaurante local e o nosso serviço de entrega, flexibilizando o atendimento ao cliente.

2.2 - Visão

Ser um restaurante reconhecido por sua qualidade nos serviços ligados a alimentação, tendo em vista o desenvolvimento da cultura de uma alimentação mais saudável e acessível a população.

2.3- MISSÃO

Oferecer a todos os nossos clientes a oportunidade de diversificar sua alimentação em meio às atribulações do dia a dia, oferecendo uma refeição de qualidade e, particularmente em nosso restaurante, o prazer de degustar de uma alimentação mais saudável num ambiente confortável e climatizado.

2.4 - Dados dos empreendedores, experiências profissionais e atribuições.

Planejar, organizar, controlar assessorar a organização nas áreas de recursos humano, patrimônio, materiais, informações, financeira, tecnológicas, entre outras. Implementar programas e projetos. Elaborar planejamento organizacional. Promova estudos de racionalização e controlar o desempenho organizacional.

Sócio 1

Manuella dos Santos, 29 anos. Morador na Av Santa Cruz 4049, Bangu – RJ, Rio de Janeiro. Graduada em Administração de Empresas pela Faculdade São José, pós graduada em Finanças pela Universidade Veiga de Almeida. Atua no mercado de comercio de alimentos desde 2012.

2.5 - Dados do Empreendimento

Nome da Empresa: FRIEND FIT NATURAIS
CNPJ/CPF: 28.266.969/0001-68

2.6 – Setor da atividade

Comércio

Devido à observação de uma possível oportunidade nesse mercado, pretende-se analisar a viabilidade econômico-financeira de uma empresa que comercialize refeições saudáveis com preço acessível. Por refeição saudável entende- se a ingestão de, principalmente, alimentos naturais em nossas refeições diárias. É necessário a obsorção de proteínas, carboidratos, gorduras, vitaminas, fibras, minerais e água.

2.7 – Forma Jurídica

Empresa Individual de Responsabilidade Limita – EIRELI

2.8 – Enquadramento Tributario

Simples Nacional

2.9 – Capital Social

Manuella dos Santos - 100%

2.10 – Fonte de Reserva

100% do valor do investimento serão de recursos próprio.

3 ANÁLISE DE MERCADO

3.1 – Estudo dos clientes

3.1.1- Publico Alvo

Temos como público alvo pessoas, de ambos os sexos, na faixa etária entre 18 e 35 anos que pratiquem atividades físicas, mantendo uma boa alimentação ou que pretendem mudar a forma com que se alimentam, tornando-os adeptos a uma equilibrada e excelente alimentação e, com isso, trazendo benefícios à saúde.

3.1.2 – Área Demográfica

A região de Bangu tem, aproximadamente, 245 mil habitantes e conta com um shopping que foi inaugurado no dia 30 de outubro de 2007 que possui 140 mil m2 e tem uma movimentação monetária de 1.400.000 reais por mês somatizando suas 201 lojas.

Além do bairro de Bangu, o shopping também é bastante frequentado por moradores de bairros vizinhos como Realengo, Padre Miguel, Senador Camará e Santíssimo, que somam uma população de 392 mil moradores desses bairros e que, somando a população total, são mais de 635 mil pessoas na região.

Tendo em vista que nossos produtos e serviços são destinados à pessoas de qualquer classe social, a região escolhida é uma ótima oportunidade de crescimento para a empresa.

3.2 – Estudo dos Concorrentes

MC DONALDS

Localização: Rua Fonseca, 240, Shopping Bangu, Loja ?

Cardápio: Hambúrgueres, batatas fritas, sorvetes, sucos e refrigerantes .

Horario de Funcionamento: Seg a Dom a partir das 10:00h

Formas de Pagamento: Master Card, Maestro, American Express, Visa, Diners Club internaciolnal, dinheiro e VR (Sodexo, Alelo, ticket resurante).

BOTECO DO MANOLO

Localização: Rua Fonseca, 240, Shopping Bangu, Loja 130

Cardápio: Pizzas, pratos executivos, churrasco, porções de aperitivos, bebidas (Chope, vinhos, refrigerantes e sucos).

Horario de Funcionamento: Seg a Dom a partir das 10:00h

Formas de Pagamento: Mastercar, Maestro, American Express, Visa, Diners Club Internacional e dinheiro.

Atração: Show ao vivo com voz e violão todos os dias a partir das 19:00h.

SUBWAY

Localização: Rua Fonseca, 240, Shopping Bangu, Loja ?

Cardápio: Sanduiches, Cookies, Brownie, sucos e refrigerante.

Horário de Funcionamento: Seg a Dom a partir das 10:00h

Formas de Pagamento: Master Card, Maestro, American Express, Visa, Diners Club internaciolnal, dinheiro e VR (Sodexo, Alelo, ticket resurante).

3.3 – Estudo dos Fornecedores

Nossa empresa contará com dois principais fornecedores, os quais são empresas bastante consolidadas no mercado. Um desses fornecedores é a CEASA-RJ, uma empresa que faz intermediação entre agricultores e comerciantes atacadistas. Outro importante fornecedor de matérias primas necessária para o empreendimento é a Zamboni, visto que possui produtos que não são comercializados pela CEASA-RJ.

A CEASA-RJ, Central de Abastecimento do Estado do Rio de Janeiro S/A é uma sociedade por ações de economia mista, tendo capital do Governo do Estado do Rio de Janeiro (a quem cabe a gestão, através da Secretaria de Desenvolvimento Regional, Abastecimento e Pesca). Além da Central do Grande Rio: localizada na Av.Brasil, n°19.001 – Irajá- Rio de Janeiro - RJ, a CEASA conta com mais cinco unidades no Estado: Nova Friburgo, Paty do Alferes, São José de Ubá, Itaocara e São Gonçalo. Totalizando, aproximadamente 2.200 comerciantes. A unidade Grande Rio é a segunda maior central de abastecimento da América Latina. Alguns dos itens que serão ofertados por este fornecedor são: batata inglesa; batata doce; feijão; lentilha; mandioca; abobrinha italiana; abóbora; berinjela; ervilha; sal; cenoura; brócolis; beterraba; couve; espinafre; milho; pimentão; ovo; rúcula; tomate; entres outros.

A Zamboni é uma das maiores distribuidoras atacadistas do país, a Zamboni iniciou suas atividades em 1969, com a distribuição de leite e derivados, em Além Paraíba (MG) e atualmente conta com 570 colaboradores diretos. Atende mais de 20 mil clientes nos estados do Espírito Santo e Rio de Janeiro, sendo que neste último posiciona-se como a maior e melhor atacadista do estado, que representa quase 90% do seu negócio, localizada na Av. Franklin Roosevelt, n°115, 10º andar, Centro. Rio de Janeiro – RJ . Com o segmento Food Service ela atende dedicadamente as vendas em grandes volumes de insumos para restaurantes, lanchonetes, hotéis, casas noturnas. A Zambani fornece produtos e alimentos que não são comercializados pela Ceasa ou que tem um preço mais acessível, como arroz integral e branco, proteína da soja, massa branca e integral, produtos de higiene e limpeza.

4 PLANO DE MARKETING

4.1- Descrição dos Principais Produtos e Serviços

Nossos ingredientes serão bem diversificados: carnes, ovos, frutas, hortaliças, legumes, massas. As refeições serão preparadas com a combinação desses alimentos, alternando o cardápio todos os dias da semana, trazendo as preferências e hábitos dos clientes como opções de preços.

4.2 – Preço

A La Carte a partir 15,99, Sanduiche a partir 4,99, a partir Suco 4,99 e sala de fruta a partir 4,99.

4.3 – Estratégias Promocionais

Rede Socias e Painéis Eletrônicos

4.4- Marketing Sustentável

Nossa empresa usará embalagens recicláveis e não usaremos nenhum tipo de papel na divulgação, somente internet e painéis eletrônicos.

4.5 – Estrutura de Comercialização

O modo de comercialização e distribuição é por meio da venda direta ao consumidor pelo auto atendimento com a la carte e pelo delivery.

4.6 – Localização do Negocio

Estaremos localizados no Shopping Bangu, situado na Rua Fonseca – 240, Bangu/RJ - CEP:21828.005

Sendo um restaurante, possuímos nossa própria marca, sendo assim, faremos uma seleção dos melhores produtos distribuídos por nossos fornecedores, mantendo sempre a excelência nos serviços e produtos destinados ao nosso consumidor final.

5 Avaliação Estratégica

5.1 Analise da Matriz F.O.F.A

FORÇA

- Oferta de menor preço que a concorrência.
- Equipe altamente qualificada.
- Qualidade do produto.
- Os produtos estão com o preço mais acessíveis que a concorrência sem perder nossos princípios e a qualidade.

OPORTUNIDADES

- Demanda crescente
- Local de grande concentração de pessoas.
- Nenhum concorrente próximo.

FRAQUEZAS

- Limitação do espaço físico.

AMEAÇAS

- Cultura dos fast-food.
- Crescente no preço dos alimentos

6 BIBLIOGRAFIA

http://populacao.net.br/populacao-bangu_rio-de-janeiro_rj.html

http://pro.poli.usp.br/trabalho-de-formatura/plano-de-negocios-para-um-restaurante-fast-food-de-comida-turca/

http://bangushopping.com/pt_br/alimentacao/

Marketing Sustentável

https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/aprenda-a-usar-o-marketing-sustentavel-na-pratica,48b87bdfbaed3410VgnVCM1000003b74010aRCRD

www.botecodomanolo.com.br/bangushopping 14/06/2017 às 20:32

www.mcdonalds.com.br 14/06/2017 às 20:48

https://pt-br.facebook.com/pg/CEASARJoficial/about/ Data:14/06/2017 ás 23:08h

http://www.ceasa.rj.gov.br/ceasa_portal/view/unidade_grandeRio.asp ás 23:33h dia 14/06/2017

http://www.zamboni.com.br/ data:14/06/2017 ás 23:53h