

PLANO DE NEGÓCIO

Fino Grão, Massas, Pães & Cia

Aline Natana Bublitz (alinenatana08@gmail.com)

Informações - Sócios

Foto dos Sócios

Segue em anexo as fotos dos sócios.
<http://campeche.inf.furb.br/pjempreendedor/desktop/arquivos/ARQU412044.pdf>

Informações do Sócio - Presidente

Aline Natana Bublitz, presidente da Fino Grão, Massas, Pães & Cia, é graduanda do curso de Gestão Empresarial da FURB. Desde pequena, sempre estive presente na vida profissional do meu pai, ajudando o sempre que necessário, a confeitar e rechear os bolos, nos dias antecedentes as datas de aniversário de um membro da família. Neste sentido, tive como apelido intitulado pelo meu avô, em alemão "Die Kleine Bäcker", em português, a pequena padeira". Daí o gosto pela área de panificação e confeitaria. No entanto, iniciei minha vida profissional, realizando estágio na NETZSCH do Brasil, uma empresa do ramo metalúrgico, o qual desempenhei tarefas relacionadas ao departamento de marketing. Em seguida, prestei concurso na cidade de Pomerode e atualmente trabalho na área pública. Estudei alemão e tenho certeza que este idioma irá contribuir muito no negócio, considerando que Pomerode se destaca entre as cidades mais alemãs do Brasil. Minhas características, voltam-se para a persistência, comprometimento, responsabilidade, estabelecimento de metas, planejamento e exigência de qualidade. Como Presidente, não possuo nenhuma experiência. No entanto, diante dos meus conhecimentos, pretendo ajudar a aprimorar os objetivos da Fino Grão, Massas, Pães & Cia, para que toda a equipe possa alcançar seus objetivos e metas. Como Presidente, pretendo gerenciar a Fino Grão, Massas, Pães & Cia, juntamente com os meus dois sócios. Além disso, por se tratar de uma empresa familiar, pretendo desempenhar todas as atividades necessárias ao longo da trajetória da empresa, como por exemplo: financeiro, compras, atendimento, caixa.

Informações do Sócio - Desenvolvimento e Pesquisa

Curt Bublitz, sócio de desenvolvimento e pesquisa da Fino Grão, Massas, Pães & Cia tem dedicado sua vida toda ao trabalho de panificação, nos negócios da Família. Possui experiência no mercado de Panificação e Confeitaria há 35 anos. Iniciou sua carreira aos 16 anos, trabalhando na padaria de seu irmão na Vila Itoupava, onde permaneceu até os 22 anos de idade. Esse período, foi fundamental para adquirir os conhecimentos básicos, entre eles a limpeza de fornos e formas. O início foi assim, apenas observando os demais familiares e colegas como se dava o funcionamento de uma padaria. Em seguida, dos 22 aos 39 anos, seguiu para Itoupava Central, abrindo as portas da Panificadora e Confeitaria Bublitz, como se chama até hoje, junto com seu outro irmão. Desenvolveu atividades de padeiro, confeito e até a sociedade. Nestes anos, adquiriu técnicas e habilidades e se aperfeiçoou através de cursos de Panificação e Confeitaria no SENAI de Blumenau. Durante esse período elaborou seus primeiros pães, tortas, cucas, bolos, bolos de aniversários desenhados e decorados, bolos estes que praticamente não são feitos mais atualmente. Pode-se dizer que nestes 17 anos, adquiriu todo o aprendizado necessário para desenvolvimento de novos produtos, afinal, além de ter sido sócio, padeiro e confeito, era o responsável pela área produtiva. No entanto, em 2000, seu sobrinho abriu a Confeitaria e Panificadora Bublitz, e Curt

resolveu seguir com ele para Massaranduba, aonde está atualmente. Nestes últimos 11 anos fortificou suas habilidades e técnicas de confeitaria e a cada dia e oportunidade, pesquisa e desenvolve novos produtos para lançar no mercado, e conseqüentemente se diferenciar dos concorrentes. Atualmente é o responsável pela aquisição de insumos e produção. Entre suas características, destacam-se a agilidade, criatividade, inovação, comprometimento, responsabilidade, assumir riscos, eficiência, entre outros. Na Fino Grão, Massas, Pães & Cia, Curt, será o responsável por supervisionar a área produtiva, bem como, pesquisar através de meios de telecomunicação, novos produtos que podem atrair o público. Conseqüentemente, será o responsável por desenvolver o produto, ensinando-os aos demais padeiros e confeitadores do estabelecimento. Ou seja, Curt será sócio, mas também colocará a mão na massa, afinal se trata de uma empresa familiar. Diante desta complexa experiência acredito que meu Pai, Curt, será um ótimo Sócio de Pesquisa e Desenvolvimento de produtos. Segue em anexo a sua foto e algumas de suas artes desenvolvidas durante esses anos.

<http://campeche.inf.furb.br/pjempreendedor/desktop/arquivos/ARQU687092.pdf>

Informações do Sócio - Comercial

Ivan Rafael Bublitz, sócio Comercial da Fino Grão, Massas, Pães & Cia é administrador e atualmente está formando-se na pós-graduação em Engenharia da Produção. Desde pequeno, acompanhava nosso pai em seu trabalho. Foram inúmeras as vezes que acompanhou-o até a Panificadora e Confeitaria Bublitz para auxiliá-lo nas tarefas diárias deste segmento. Sempre demonstrando gosto e vocação para a área gastronômica. No entanto, iniciou sua vida profissional em 1997 na Porcelana Schmidt S/A, onde permanece até hoje. Seu primeiro cargo foi o de vendedor da loja de porcelanas. Em seguida, passou a fazer parte do administrativo da empresa. Atualmente, como Gerente de Produção é responsável pelo atendimento de clientes e transportadoras, visando buscar sempre um melhor preço e qualidade para a empresa. Além disso, realiza tarefas como o controle da logística, controle e programação dos pedidos de vendas entre o cliente e fábrica, elaboração de planilhas com os dados da produção, serviços bancários e cartórios, entre outros. Entre suas características, destacam-se o bom relacionamento interpessoal, a comunicação, simpatia, boa rede de contatos, organização, persuasão, resiliência e responsabilidade. Vale ressaltar que sempre teve interesse em abrir um negócio na área gastronômica, afinal sempre sentiu prazer por cozinhar e expor suas ideias, as quais os não falta. Neste sentido, através de suas características, do seu conhecimento adquirido na universidade, do desejo de abrir um negócio na área alimentícia, do acompanhamento do pai desde pequeno na área de panificação e por meio de sua vaga experiência na área comercial, acredito que Ivan será um excelente Sócio Comercial, encorajando os colaboradores da Fino Grão, Massas, Pães & Cia o desejo pela área comercial.

Informações do Sócio - Administrativo / Financeiro

Não possui.

Identificação da Empresa - Sumário Executivo

Criação da Empresa

Fino

Grão, Massas, Pães & Cia consiste em
uma Panificadora e

Confeitaria, com o diferencial voltado para o setor natural. Possui uma conveniência, contendo os mais diversos produtos. Além disso, apresenta lanches, servindo a comunidade

com produtos salgados. Seu espaço amplo contempla um local para o consumo dos alimentos produzidos, incluindo café expresso, sucos, chocolate quente, entre outros, atendendo também sob encomendas. Consiste em uma empresa familiar. O horário de atendimento será de

Segunda a Sábado das 07h00min às 20h00min, sem fechar para o almoço e domingos das 13h00min às 19h00min. Inicialmente, o expediente contará com 6 funcionários, com os seguintes cargos e atribuições: Presidente que será a responsável pelo Administrativo e Financeiro, Sócio de Desenvolvimento e Pesquisa (Confeiteiro, que será o responsável pelo desenvolvimento dos produtos, bem como pela pesquisa de novos alimentos), dois Padeiros/Confeiteiros e duas pessoas para atendimento comercial. Pelo fato de ser uma empresa familiar, todos os colaboradores irão auxiliar em todas as atividades necessárias. A panificadora e confeitaria, através da venda de seus produtos, pretende conquistar primeiramente o bairro de Testo Rega (localidade que será instalada) da cidade de Pomerode, adquirindo confiança e credibilidade. Já estabilizada a organização pretende estender e comercializar seus produtos para toda a população da cidade.

Os produtos são os mais variados possíveis, entre eles:

bolos (sensação, napolitano, chocolate, frutas, sonho de valsa, nozes, Marshmallow, entre outros), tortas (maçã, queijo, coco, laranja, pêssego, banana, pêra, mousse de maracujá com bolacha negresco, mousse de chocolate branco com bolacha negresco, torta de geléia, entre outros), cucas (farofa, banana, queijo, morango, castanhas com creme, nata, abacaxi, abacaxi com nata, pêssego), pães (de batata, de aipim, de leite, de fubá, pão integral, de aveia, granola, cereais e de cenoura) e pãezinhos, bebidas (café expresso, chá, sucos, refrigerantes), salgados (pastel, coxinha, risoles, espetinho, cachorro-quente, escondidinho, pastelão, lasanha, enrolado e mini-pizza), linha Fino Grão (neste espaço, serão oferecidos produtos como tortas e lanches, voltados para a área natural, incluindo alimentos para pessoas que sofrem com glúten e lactose, como por exemplo: sanduíches naturais, bauru de forno sem farinha, sem glúten e lactose, rocambole salgado sem farinha, bolo integral com passas, bolo integral de banana, panquecas sem lactose, entre outros), bebidas (chás, refrigerantes, sucos, café expresso e chocolate quente), todos incluindo qualidade, e a própria conveniência em si, que irá compreender: aveia e mel, granola, cereais, bolachas com e sem recheio, iogurtes, chás, choco leite, sucos, refrigerantes, chocolates, chicletes, balas, macarrão instantâneo, salgadinhos, entre outros.

As vendas serão destinadas as classes A e B, com produtos exclusivos, diferenciados e de alta qualidade, como o caso da linha Fino Grão.

O principal diferencial, conforme já relatado acima é a ênfase no cantinho da saúde. Estes produtos, além de apresentarem margem de lucro alta por terem maior valor agregado, proporcionam à padaria grande diferencial em relação à concorrência, fidelizando clientes adeptos ao consumo deste tipo de produto e que não encontram com facilidade no mercado. As estratégias a serem utilizadas são a localização, pelo fato de não possuir nenhum estabelecimento com este fim no local a ser instalado. Além disso, outras estratégias serão adotadas em relação a exposição de produtos, a comercialização, experimentação, ações

promocionais e caixa, conforme explicações descritas no item 21. Além do diferencial principal, as novidades serão inúmeras, incluindo pães e bolos especiais para crianças em formas de bichos e brinquedos, lembrete aos solteiros, com o desenvolvimento de produtos ou porções menores, acabamentos diferenciados, com embalagens criativas e personalizadas de acordo a marca da empresa, recheios na hora, ilha de produtos, onde os produtos mais vendidos serão expostos em um balcão central e música ambiente.

A

conquista do mercado irá ocorrer através da experimentação. Serão desenvolvidos cafés coloniais, onde a população poderá experimentar os produtos elaborados pelo Fino Grão, Massas, Pães & Cia. Neste mesmo evento, os cidadãos poderão ter conhecimento do amplo espaço da empresa, tendo ideia do funcionamento e da missão da mesma. Além disso, semanalmente serão oferecidas mesas de degustação; pequenos pedaços dos melhores produtos, para que os clientes experimentem. Adicionalmente serão fornecidos o nome do produto, para que o consumidor possa pedir por ele após prová-lo. Consequentemente, a medida destes fatos, ocorrerá à credibilidade e a confiança por parte dos consumidores.

Os

fatores críticos de sucesso estão relacionados à motivação dos colaboradores, satisfação dos clientes, apresentação da organização, qualificação dos colaboradores e reconhecimento da marca no mercado.

O valor do investimento inicial

da Fino Grão, Massas, Pães & Cia, irá ser de R\$ 602.361,02, incluindo itens como:

Abertura da empresa (registros), estrutura, equipamentos e instalações como: Amassadeira rápida, armários de 20 esteiras, Balança Digital, Balcão caixa em vidro com expositor de produtos, Balcão copa, Balcão estufa, Balcão expositor, Batedeira, Caixa Registradora (fiscal), Câmara Crescimento, Cilindro, Divisora de Coluna de 30 peças; Esteiras (50 esteiras), Fatiadeira para pães de forma e sanduíche, Formas, forno Confeitaria, Freezer, Geladeira, Liquidificador Industrial, Mesa de Inox de tamanho médio, Mobiliário (armários, prateleiras, mesas e cadeiras), Modeladora, Reformas e adaptação do imóvel, Resfriador de Água, Sanduicheira (chapa), Ventilação / Refrigeração Ambiental / Exaustão, Vitrines geladas, microondas, móveis, balcões, utensílios e equipamentos da administração.

O retorno sobre o investimento, de acordo com o pagamento simples, ocorrendo venda de 100% ocorrerá em 1 ano e 7 meses. Ou seja, a Fino Grão, Massas, Pães & Cia, terá uma rentabilidade bruta de 53,73% em relação ao investimento total.

Missão da Empresa

A missão da Fino Grão, Masas, Pães & Cia é desenvolver e apresentar aos consumidores a partir dos produtos produzidos, confiança e qualidade através de ingredientes selecionados.

Idéia do Produto

Os produtos são a natureza da venda. Na Fino Grão, Massas, Pães & Cia os produtos são diferenciados, incluindo qualidade com ingredientes selecionados, entre eles: a linha "Fino Grão" (neste espaço, serão oferecidos produtos como tortas e lanches, voltados para a área natural, incluindo alimentos especiais como produtos lights (para clientes em dieta que necessitam de baixas calorias), ingredientes integrais (para clientes naturalistas), sem glúten (clientes com intolerância a glútem), sem leite (para clientes com intolerância a lactose), baixo teor de sal (para clientes com hipertensão ou retenção de líquidos), produtos diet (sem adição de açúcar para clientes diabéticos), produtos sem gordura (para clientes com triglicerídios e colesterol altos), produtos com fibras, vitaminas, etc., como por exemplo: sanduíches naturais, bauru de forno sem farinha, sem glúten e lactose, rocambole salgado sem farinha, bolo integral com passas, bolo integral de banana, panquecas sem lactose, entre outros). Além disso, serão oferecidos bolos (sensação, napolitano, chocolate, frutas, sonho de valsa, nozes, Marshmallow, entre outros), tortas (maçã, queijo, coco, laranja, pêsego, banana, pêra, mousse de maracujá com bolacha negresco, mousse de chocolate branco com bolacha negresco, torta de geléia, entre outros), cucas (farofa, banana, queijo, morango, castanhas com creme, nata, abacaxi, abacaxi com nata, pêsego), pães (de batata, de aipim, de leite, de fubá, pão integral, de aveia, granola, cereais e de cenoura) e pãezinhos, bebidas (café expresso, chás, sucos, chocolate quente, refrigerantes), salgados (pastel, coxinha, risoles, espetinho, cachorro-quente, escondidinho, pastelão, lasanha, enrolado e mini-pizza), e a própria conveniência em si, que irá compreender:

aveia e mel, granola, cereais, bolachas com e sem recheio, iogurtes, chás, choco leite, sucos, refrigerantes, chocolates, chicletes, balas, macarrão instantâneo, salgadinhos, entre outros. Os alimentos serão comercializados durante o horário de atendimento que consiste de segunda a sábado das 07h00min às 20h00min, sem fechar para o almoço e domingos das 13h00min às 19h00min. Os alimentos serão consumidos no próprio comércio, ou, podendo ser levados para casa.

Meta

A Fino Grão, Massas, Pães & Cia a partir da sua análise financeira pretende alcançar durante seu primeiro ano de atuação a seguinte meta: Bolos - vender 4.200 unidades, gerando uma receita anual de R\$ 142.800,00; Tortas - vender 3.100 unidades, gerando uma receita anual de R\$ 62.000,00; Cucas - vender 15.360 unidades, gerando uma receita anual de R\$ 138.240,00; Pães - vender 26.400 unidades, gerando uma receita anual de R\$ 73.920,00; Pãezinhos - vender 17.280 Kg, gerando uma receita anual de R\$ 96.768,00; Linha Fino Grão - vender 12.600 unidades, gerando uma receita anual de R\$ 81.900,00; Salgados - vender 48.000 unidades, gerando uma receita anual de R\$ 129.600,00; Bebidas - vender 1.500 unidades, gerando uma receita anual de R\$ 4.800,00; Conveniência - vender 2.800 unidades de produtos, gerando uma receita anual de R\$ 8.400,00. Totalizando uma receita anual de R\$ 738.428,00. Após este período, pretende-se aumentar as vendas em 15% ao ano.

Qual é o hobby do empreendedor?

Estar envolvida na área

administrativa de qualquer organização sempre foi um prazer. Estudar sempre foi

e sempre será o meu grande hobby. Requer tempo, mas trás ótimos resultados. Acredito que o estudo seja um dos

fatores chaves na vida pessoal e profissional. Em relação a Fino Grão,

Massas, Pães & Cia, pretendo envolver o estudo adquirido até o momento,

adequando o mesmo as necessidades da empresa. Outro hobby que merece destaque é

o desejo pela Pesquisa. No meu ponto de vista, pesquisar e analisar o ambiente interno e externo da organização garantem a sobrevivência e o sucesso da empresa. Afinal, a análise ambiental é o instrumento utilizado pelos administradores para antecipar e interpretar informações ambientais, monitorar ações dos concorrentes e criar um conjunto de cenários. No caso da Fino Grão, Massas, Pães & Cia, a pesquisa se torna fundamental, pois através dela é possível verificar se as necessidades dos consumidores estão sendo satisfeitas e quais os produtos em escassez no mercado.

Uso de Hardware / Software / Serviços

A Fino Grão, Massas, Pães & Cia, por se tratar de uma panificação e confeitaria não utiliza nenhum Hardware e Software na produção dos alimentos.No entanto, utiliza um Hardware (Pentium) e um Software (aplicativos de programas) para controle financeiro, emissão de nota fiscal eletrônica e cartões de débito e crédito.

Inovação Tecnológica

Não se aplica.

Internet

Através de seu site: www.finograo.com.br, a Fino Grão, Massas, Pães & Cia pretende divulgar e ilustrar os produtos desenvolvidos pela empresa.Inicialmente, não serão vendidos alimentos pelo site.

Quando aconteceu a motivação?

A motivação para criação da empresa Fino Grão, Massas, Pães & Cia, esteve relacionada ao fato da família Bublitz já possuir panificadoras e confeitarias a anos, ou seja, o conceito de Panificação faz parte da vida da minha família e da minha desde criança, quando meu pai enfeitava os bolos para minhas festas de aniversário, como costuma fazer até hoje.

Além disso, pelo fato de meu pai, trabalhar durante toda a sua vida, neste segmento, porém em cidades vizinhas, como Blumenau e Massaranduba a inspiração de desenvolvimento de um projeto esteve baseada nestes motivos. Na verdade, este sonho sempre esteve presente na vida da família, porém, acabou ficando de lado. Hoje, portanto, entrou em ação. O plano de negócios consiste em uma empresa familiar e vem para facilitar em termos de distância a vida da família.

Pesquisa de produtos correlatos

A concorrência apresenta através de seus produtos requinte e beleza. No início de sua implantação, a concorrência apresentava também a qualidade como característica fundamental. Hoje, entretanto, deixaram de lado este aspecto optando por ingredientes de custos reduzidos.Outro aspecto que merece destaque é em relação ao atendimento. Determinados consumidores da cidade preferem deixar de lado renomadas panificadoras como a Torten Paradies, que se caracteriza por um ambiente chique e amplo, por outras padarias e confeitarias menores, mais que possuem um atendimento exclusivo, que realmente se preocupa

com o cliente. A Fino Grão, Massas, Pães & Cia pretende expor muito, além disso. Pretende apresentar além do requinte e beleza, produtos com qualidade, inovação, que realmente chamem a atenção do público tanto pela aparência quanto pelo gosto suave, pelo recheio e cobertura, mantendo sempre o uso de ingredientes selecionados. O estabelecimento comercial promete chamar a atenção pela variedade de produtos frescos, em pequenas quantidades, mantendo sempre a originalidade do alimento. Além disso, pretende expor através da sua linha Fino Grão, produtos que promovam saúde e bem estar ao público alvo, ou seja, o estabelecimento se preocupa com o cliente. Em relação ao atendimento, a organização irá treinar seus colaboradores para fornecer um ótimo e exclusivo atendimento ao consumidor, visualizando as suas necessidades, procurando atendê-las sempre. Portanto, verifica-se que basicamente não se encontram características semelhantes entre a concorrência e a Fino Grão. Apenas em relação aos tamanhos dos bolos,ucas e tortas, sendo: redondo ou quadrado (médio grande e pequeno).

Quais as características que deverá ter Meu Produto?

A Linha Fino Grão, possui características voltadas a qualidade, inovação e a questão natural, abrangendo ingredientes selecionados, promovendo saúde e bem estar ao público alvo. Trás consigo alimentos especiais com produtos lights, diets, integrais, sem glúten, sem leite, baixo teor de sal, sem gordura, produtos com fibras e vitaminas. Por exemplo: Bauru de forno, sem trigo, sem glúten e sem lactose, ingredientes: ovos, café de óleo, água morna, casca, fécula de batata, maisena, farinha de arroz, fermento em pó, presunto, cebola, tomate e orégano. Em relação aos demais produtos relacionados a panificadoras e confeitarias, como bolos e tortas pode-se dizer que entre suas características destacam-se a qualidade, gosto suave, boa aparência, desenho, estrutura, montagem, tamanho (redondo, quadrado) cobertura e recheio. Como por exemplo: Bolo Sensação. Ingredientes: Morangos, Chocolate, Suspiros, pudim de Leite Condensado e Chantili de café. Em contrapartida, os pães, pãezinhos e salgados destacam-se pelo sabor, qualidade, tamanho e formato. Como por exemplo: Pão de Cereais. Ingredientes: Cereais, linhaça, gergelim, aveia e trigo integral. E por fim, as bebidas e a conveniência possuem características voltadas a qualidade, marca, gosto suave, entre outros. Como por exemplo: Sucos, Café, granola, cereais, etc.

Pontos fortes e fracos

Pontos Fortes: Qualidade, Variedade de Produtos, Localização, Amplo espaço para consumo dos alimentos, Produtos Frescos, Bom atendimento, Estacionamento, Espaço destinado a crianças, oferecendo pães e bolos em formas de bichos e brinquedos, Cartão de crédito e débito, Recheios na Hora, Música Ambiente, Higiene e Limpeza, Marca Própria. Pontos Fracos: Produção de forma exagerada com baixa saída.

Exportação do Produto

Não se aplica.

ECO Empreendedor

O relacionamento da Fino Grão, Massas, Pães & Cia para com a ecologia se dará da seguinte forma: Para cada criança que participar do Culto Infantil ou do Grupo de Jovens de Pomerode será semeado uma semente de videira, demonstrando confiança e perseverança, pois a Semente é a palavra do Senhor Jesus e semear é a boa nova da salvação.

APL - Arranjos Produtivos Locais

A Fino Grão, Massas, Pães & Cia dentro dos arranjos produtivos locais, se encaixa na

gastronomia.

Estratégia

As novidades e estratégias a serem utilizadas são:Exposição:

- 1) Criar maneiras diferenciadas de exposições, de acordo com diferencial, qualidade, marca.
- 2) Como o pão gera uma frequência quase que diária dos clientes, ele precisa estar exposto estrategicamente dentro da loja para que se concretize a venda agregada dos outros produtos. Com isso, o balcão do pão irá estar no fundo do estabelecimento. Primeiramente pela proximidade com o local onde o produto é feito, facilitando a logística de abastecimento.
- 3) Evitar atalhos pela padaria de modo que o cliente percorra a loja inteira, aumentando a possibilidade de maiores vendas.
- 4) Posicionar o caixa estrategicamente
- 5) Identificação de preços, tipo de recheio e ingredientes da receita.
- 6) Os produtos mais pesados da conveniência (refrigerantes, leite, etc.), devem ficar mais próximos à saída;
- 7) Apresentar ao cliente produtos de compra por impulso junto aos produtos de compra de rotina.

Exemplo: Queijo e presunto perto dos pães. Desta forma ao comprar o pão, o cliente vai ser despertado para comprar o acompanhamento. A técnica é muito eficiente oportunizando aumento das vendas e lucratividade.

- 8) Os equipamentos utilizados para ilustração dos produtos devem ser de fácil limpeza além de uma ótima exposição, de aspecto confiável e que conserve a integridade do produto. A limpeza é fundamental para quem comercializa alimentos. O ambiente não precisa só estar limpo, como precisa parecer limpo.9) Expor os produtos em uma ilha no meio da área de vendas, para destacar produtos de lançamento ou promocionais.10) Acabamentos diferenciados nas embalagens, incluindo criatividade e personalização.

Experimentação:

- 1) Colocar no caminho para o balcão de atendimento ou em ponto central, cestas com pequenos pedaços dos melhores produtos para que os clientes experimentem. Junto às cestas colocaremos o nome do produto, para que o cliente possa pedir por ele após prová-lo.
- 2) Elaborar cafés coloniais para

que os consumidores conheçam os diferentes produtos, gerando confiabilidade e credibilidade.

Comercialização:

- 1) Utilizar cestinhos na entrada, bem à vista. A utilização do cestinho poderá aumentar as vendas, pois o cliente pode levar mais produtos pela capacidade de armazenamento.
- 2) Disponibilizar cestas sobre o balcão, pois o produto fica na altura dos olhos do cliente, facilitando a compra por impulso.
- 3) Montar um balcão para lanches rápidos, gerando o aumento do consumo de doces, salgados, refrigerantes, sucos e outros, gerando boa fonte de receita.
- 4) Retirar uma fatia das tortas e bolos expostos. Possibilitar a visualização do recheio ao cliente dando a impressão que aquele produto está com ótima saída.
- 5) Recheios de produtos na hora.

- 1) Explorar a área dos caixas com produtos ou guloseimas de baixo valor como balas, gomas de mascar e picolés.

Ações Promocionais

- 1) Promoção de Verão: Preço único para sanduíche e suco.
- 2) Compre 10 e Ganhe 1: Em um determinado dia do mês, será estabelecido a promoção, onde o atendente será o responsável por convencer o consumidor a completar seu pedido e ganhar.
- 3) Páscoa: Desenvolver biscoitos temáticos em formatos de coelho, ovos de páscoa com embalagens criativas e diversificadas, gerando a atração dos consumidores. Sendo uma opção de lembrança para familiares e amigos
- 4) Dia das Mães: Produzir doces com formatos especiais com mensagens para as mães.
- 5) Festa Junina na Padaria: Disponibilizar um espaço exclusivo durante essa época para consumo de rapaduras, cocadas, amendoim torrado, doce ou salgado. Outro aspecto interessante é caracterizar a equipe.
- 6) Dia do Café: Dia 24 de maio é o dia do café. Neste dia, a Fino Grão, Massas, Pães & Cia, irá oferecer uma maior variedade de tipos de cafés.
- 7) Dia dos Pais: Produzir doces com formatos especiais com mensagens para os pais.

6) Natal e Ano Novo: Desenvolver produtos típicos desta época do ano, como panetones. Parceria com Negócios do Bairro1) Firmar parceiras com outros empreendimentos, como vídeo locadoras, salões de beleza, escolas de idiomas, entre outros oferecendo degustações e distribuindo folhetos de divulgação.Plano de Fidelização:1) Criar uma pontuação para os gastos. Por exemplo, a cada R\$ 1,00 em compras, equivale a 1 ponto. Cada cliente que completar 100 pontos em determinado tempo receberá um vale compras ou um brinde.

Slogan

Fino Grão, Massas, Pães & Cia Sabor e Qualidade, você encontra aqui!

Responsabilidade Social

A Fino Grão, Massas, Pães & Cia preocupa-se com a Sociedade. E para tal, cria a semana, intitulada "Semana da Criatividade". Nesta semana, parte das vendas serão destinados a fins filantrópicos.A cidade de Pomerode possui várias entidades deste fim, neste sentido, através de uma pesquisa, a clientela poderá definir a escolha do órgão. A ideia é fazer com que o cliente participe da campanha, fazendo com que ele se sinta como parte da empresa. Para realização desta campanha, serão distribuídos cupons após a venda, de acordo com o valor da compra e depositados em uma urna para contagem e posteriormente doação. A semana da criatividade ocorrerá duas vezes por ano, uma a cada semestre.

Prospecção de Clientes

Teste de conceito

Acredito que implantar um diferencial e um projeto em uma empresa, atualmente são aspectos essenciais para garantir o sucesso organizacional. Em meu ponto de vista, a ideia da Fino Grão, Massas, Pães & Cia em implantar uma linha natural em sua panificadora e confeitaria é excelente, pois, segundo pesquisas são aproximadamente 200 milhões de pessoas no mundo que sofrem com algum tipo de alergia alimentar, incluindo intolerância a glicose e a lactose.O projeto é bom, pois prevê um investimento de aproximadamente R\$ 600.000,00, onde o retorno sobre o investimento de acordo com o pagamento simples será readquirido em 19 meses, caso ocorra vendas de 100%.Oferecendo qualidade e ingredientes selecionados, através da linha Fino Grão, bolos, tortas, cucas, pães, pãezinhos, salgados, bebidas e a conveniência em si, tenho certeza que os produtos satisfazem os consumidores. Afinal, envolve uma variedade de produtos, em pequenas quantidades, mantendo-os sempre frescos, atendendo tanto o público masculino, quanto feminino.

Teste de utilidade

Sendo eu a consumidora, concerteza escolheria os produtos oferecidos pela Fino Grão, Massas, Pães & Cia para compra. Devido a qualidade, ingredientes selecionados e produtos frescos.Tendo em vista que atualmente a qualidade alimentícia e os produtos que proporcionam saúde, possuem preços elevados, devido aos custos dos ingredientes, pagaria entre R\$ 5,00 até R\$ 25,00 para aquisição de um alimento.Gostaria de comprar em lugares próximos da minha residência, próximos ao meu local de trabalho e próximos a universidade a qual eu estudo.

Teste de mercado

Ainda não há um número específico de consumidores. Apenas, pode-se dizer que irá envolver o público masculino e feminino, incluindo uma faixa etária dos 15 aos 70 anos de idade, aproximadamente.Geralmente, os clientes são pessoas que trabalham o dia todo, que buscam praticidade e facilidade através de alimentos prontos.Os hábitos dos consumidores são alimentos

de qualidade, de boa aparência, com gosto suave, incluindo novidades e diferenciais. Entre eles, bolos, tortas, cucas, pães, salgados, entre outros. O território de vendas da empresa será um amplo espaço que irá compreender os produtos desenvolvidos pela Fino Grão, Massas, Pães & Cia. Estes, poderão ser consumidos no próprio local, poderão ser encomendados, ou poderão ser levados para casa. A distribuição dos produtos ocorrerá no próprio estabelecimento, pois como se trata de uma panificadora e confeitaria, os produtos serão fabricados e posteriormente comercializados no mesmo local. Os atendentes servirão os consumidores de acordo com as suas necessidades. Os produtos serão expostos em um balcão vitrine, ficando a disposição e ilustração dos clientes. Inicialmente, não serão feitas entregas dos produtos para domicílio. Todas as concorrências na cidade de Pomerode, no início de suas implantações apresentavam produtos de qualidade, porém, atualmente, acabam substituindo ingredientes bons, por ingredientes de custos reduzidos, ou seja, deixam a desejar na produção de produtos específicos de uma confeitaria e panificadora, não apresentando nenhum diferencial. Portanto, acredito que a Linha Fino Grão, será um projeto inovador, que irá chamar a atenção do público-alvo, afinal se desconhece a prática de vendas desta atividade na cidade de Pomerode.

Amplitude da Empresa

Identificar nicho de mercado

O Nicho de Mercado da Fino

Grão, Massas, Pães & Cia é a variedade de produtos no setor de panificação e confeitaria, com o diferencial voltado para a Linha Fino Grão, que compreende o cantinho natural. Ou seja, caracteriza-se por ser uma empresa de pequeno porte que envolve consumidores da classe A ou B, que necessitam de produtos voltados a esta área.

PDCA

Problema: Excesso de Pães Queimados

PLAN 1: Meta: 1 pão queimado para 200 pães produzidos. Item de Controle: Pães Feitos/Pães Queimados.

Definir os procedimentos para produção de pães.

DO: Oferecer treinamento para Padeiros para produção dos pães: separar os bens assados e os queimados.

CHECK: Verificar os resultados. Contar quantos pães saíram do forno queimados.

ACTION: Agir e analisar as causas preventivas. Verificar se os equipamentos estão em boas condições de operação ou se o erro é humano. Caso seja erro humano, oferecer novo treinamento. Caso não obtenha resultados satisfatórios, substituir o funcionário, ou fornecer manutenção ao equipamento (forno).

Amplitude - Curto Prazo

Neste tópico são analisados os diversos produtos oferecidos pela Fino Grão, Massas, Pães & Cia, com projeção de venda para um ano. Vale ressaltar que o item referente a exportação não se aplica na Fino Grão, Massas, Pães & Cia. Segue em anexo o formato gráfico.
<http://campeche.inf.furb.br/pjempreendedor/desktop/arquivos/ARQU364392.pdf>

Amplitude - Médio Prazo

Neste tópico são analisados os diversos produtos oferecidos pela Fino Grão, Massas, Pães & Cia, com projeção de venda para três anos. Vale ressaltar que o item referente a exportação não se aplica na Fino Grão, Massas, Pães & Cia. Segue em anexo o formato gráfico.
<http://campeche.inf.furb.br/pjempreendedor/desktop/arquivos/ARQU761843.pdf>

Amplitude - Longo Prazo

Neste tópico são analisados os diversos produtos oferecidos pela Fino Grão, Massas, Pães & Cia, com projeção de venda para cinco anos. Vale ressaltar que o item referente a exportação não se aplica na Fino Grão, Massas, Pães & Cia. Segue em anexo o formato gráfico.
<http://campeche.inf.furb.br/pjempreendedor/desktop/arquivos/ARQU240953.pdf>

Relacionamento

Segue em anexo a rede de relacionamentos da Fino Grão, Massas, Pães & Cia.
<http://campeche.inf.furb.br/pjempreendedor/desktop/arquivos/ARQU136595.pdf>

Qual é o ramo de atividade?

Sua empresa se enquadra na Indústria?

Não.

Sua empresa se enquadra no Comércio?

Sim.

Sua empresa se enquadra em Prestação de Serviços?

Não.

Em que Classificação NICE se enquadra o seu negocio

A Fino Grão, Massas, Pães & Cia se encaixa na lista de classes número 30, conforme abaixo: 30Café, chá, cacau, açúcar, arroz, tapioca, sagu, sucedâneos de café; farinhas e preparações feitas de cereais, pão, massas e confeitos, sorvetes; mel, xarope de melaço; lêvedo, fermento em pó; sal, mostarda; vinagre, molhos (condimentos); especiarias; gelo.

Os Dez Mandamentos

1 - Assumir riscos

Um

verdadeiro empreendedor deve avaliar os riscos e calculá-los para determinar a proporção que estes podem atingir a organização. A Fino Grão, Massas, Pães & Cia pretende arriscar no que se trata do cantinho natural. Atualmente vê-se a necessidade da implantação deste segmento na área de panificação e confeitaria, pois, na cidade de Pomerode se desconhece este tipo de atividade. Afinal, são milhões de pessoas no mundo (as estimativas situam em torno de 200 milhões) que sofrem algum tipo de alergia alimentar, intolerância a lactose ou de glúten. Neste sentido, acredita-se que a procura exista, mas pelo fato de ser um segmento completamente novo, se desconhece o nível de consumo.

A empresa

acredita que enfrentar desafios, lançando novos produtos no mercado, além de

ser um diferencial, pode determinar o sucesso a longo prazo da organização.

2 - Identificar oportunidades

Identificar oportunidades no mundo de negócios é essencial para verificar os fatores ambientais que podem influenciar significativamente as operações organizacionais. Afinal, toda organização possui uma constante interação com o ambiente externo, pois vive-se em uma sociedade cada vez mais competitiva e instável, exigindo uma maior análise externa.

Neste

contexto, a Fino Grão, Massas, Pães & Cia procura identificar oportunidades na área de panificação e confeitaria, criando parceiros, divulgando a marca e os produtos, proporcionando qualidade de vida aos consumidores, entre outros.

Vale ressaltar que aproveitar as oportunidades e evitar as ameaças conduzem a organização ao sucesso.

3 - Conhecimento

4 - Organização

5 - Tomar decisões

6 - Liderança

7 - Dinamismo

8 - Independência

9 - Otimismo

10 - Tino empresarial

Plano de Marketing

Criar o Produto

Pelo fato de tratar-se de uma Panificadora e Confeitaria, a Fino Grão, Massas, Pães & Cia, irá desenvolver produtos dos mais variados tipos, entre eles: a linha Fino Grão, que será o diferencial da empresa. Neste espaço, serão oferecidos produtos como tortas e lanches, voltados para a área natural, incluindo alimentos especiais como produtos lights (para clientes em dieta que necessitam de baixas calorias), ingredientes integrais (para clientes naturalistas), sem glúten (clientes com intolerância a glúten), sem leite (para clientes com intolerância a lactose), baixo teor de sal (para clientes com hipertensão ou retenção de líquidos), produtos diet (sem adição de açúcar para clientes diabéticos), produtos sem gordura (para clientes com triglicerídios e colesterol altos), produtos com fibras e vitaminas. Como por exemplo: sanduíches naturais, bauru de forno sem farinha, sem glúten e lactose, rocambole salgado sem farinha, bolo integral com passas, bolo integral de banana, panquecas sem lactose, entre outros). Além disso, destacam-se ainda os bolos (sensação, napolitano, chocolate, frutas, sonho de valsa, nozes, Marshmallow, entre outros), tortas (maçã, queijo, coco,

laranja, pêsego, banana, pêra, mousse de maracujá com bolacha negresco, mousse de chocolate branco com bolacha negresco, torta de geléia, entre outros), cucas (farofa, banana, queijo, morango, castanhas com creme, nata, abacaxi, abacaxi com nata, pêsego), pães (de batata, de aipim, de leite, de fubá, pão integral, de aveia, granola, cereais e de cenoura) e pãezinhos, bebidas (café expresso, chás, sucos, chocolate quente, refrigerantes), salgados (pastel, coxinha, risoles, espetinho, cachorro-quente, escondidinho, pastelão, lasanha, enrolado e mini-pizza), e a própria conveniência em si, que irá compreender: aveia e mel, granola, cereais, bolachas com e sem recheio, iogurtes, chás, choco leite, sucos, refrigerantes, picolés, chicletes, balas, macarrão instantâneo e salgadinhos. Vale ressaltar que todos os produtos serão desenvolvidos com ingredientes selecionados. Segue em anexo ilustrações de alguns dos produtos acima mencionados.

Cliente - quem são?

Os clientes são pessoas de faixas etárias de 15 à 70 anos de idade, envolvendo tanto o público masculino, quanto feminino. As vendas serão destinadas as classes A e B, com produtos exclusivos, diferenciados e de alta qualidade. Os clientes, na maioria das vezes, são indivíduos que trabalham o dia todo e buscam praticidade, com alimentos frescos e prontos.

Cliente - o que eles querem?

Os clientes esperam por um produto especial, diferenciado e de qualidade, com ingredientes selecionados que possam satisfazer suas necessidades. São vários os fatores que levam os clientes a busca pela panificação e confeitaria, entre eles: o ambiente acolhedor do ponto de venda, estacionamento, condições de higiene e limpeza, organização, variedades de produtos; incluindo especialidades, como no caso da Fino Grão, Massas, Pães & Cia, produtos lights e naturais, preço, horário de atendimento, praticidade no sistema e localização (em relação a proximidade do local de trabalho e residência). A Linha Fino Grão, será o diferencial e o carro chefe do negócio, afinal, atualmente na cidade de Pomerode não há nenhuma outra panificadora e confeitaria que desenvolva uma variedade de produtos voltados especificamente à área da saúde. O cliente espera retorno rápido, antecipação dos problemas, otimismo, entregas antes do prometido e pós vendas. Vale ressaltar que o excelente atendimento é uma das estratégias mais adequadas para alcançar o sucesso, possibilitar o retorno e gerar a fidelização do cliente. Neste sentido, a Fino Grão se dispõe para atender esses anseios.

Qualidade - ABNT - INMETRO

Por se tratar de um estabelecimento alimentício, a Fino Grão, Massas, Pães & Cia é avaliada através da Vigilância Sanitária que avalia a limpeza, higiene, organização, condições operacionais, entre outros.

Pesquisa PDI

A pesquisa de novos produtos, está baseada na análise estratégica do ambiente. Ou seja, verificar quais as necessidades dos consumidores e com o resultado, desenvolver produtos baseados na análise. O desenvolvimento de novos produtos será feito inicialmente pelo próprio Sócio de Pesquisa e Desenvolvimento, que será o responsável por sugerir novas ideias, baseado na identificação das necessidades dos clientes. Este, se fará presente em cursos e acompanhará informações e novidades da televisão e internet. Após este procedimento, ele será o responsável por ensinar os padeiros e confeitadores a colocar as ideias em prática. Em relação a inovação tecnológica, a Fino Grão, Massas, Pães & Cia não se enquadra.

Política de Preço

O preço é o único elemento do composto mercadológico (4 Ps) que produz receita, os demais

produzem custos. Na maioria das categorias o preço funciona como principal determinante na escolha do consumidor. Atualmente, o preço ascende para uma condição estratégica na função organizacional, tornando-se difícil sua determinação, porém, gerando um efeito potencializador sobre os resultados. A política de preços da Fino Grão, Massas, Pães & Cia está baseada no pagamento à vista, ou, utilizando o cartão de crédito e débito.

Concorrente

Os concorrentes são panificadoras e confeitarias que produzem e comercializam produtos específicos desta área. Em geral, todas seguem o mesmo padrão de uma panificadora, incluindo, bolos, tortas,ucas, cafés, pães, etc. Todas na fase inicial de implantação, apresentaram a qualidade como único aspecto diferencial. Entretanto, atualmente, deixam a desejar nesse quesito, substituindo ingredientes de qualidade por outros de custos reduzidos. Atualmente, são duas grandes panificadoras que possuem destaque na cidade e que contemplam a maior participação do mercado, entre elas a Torten Paradies e a Dona Ella.

Tipo de vendas

O tipo de vendas da Fino Grão, Massas, Pães & Cia envolve o varejo, ou seja, por se tratar de uma panificadora e confeitaria, as comercializações ocorrerão em pequenas quantidades de acordo com a preferência do consumidor. Serão produzidos em pequenas quantidades, mas em diversas variedades, mantendo produtos frescos a todo instante. A distribuição ocorrerá no próprio estabelecimento, pois como se trata de uma padaria, os produtos serão fabricados e posteriormente comercializados no mesmo local. Ocorrerá de forma simples, onde os atendentes servirão os clientes, de acordo com as suas necessidades. Os produtos serão expostos em um balcão vitrine, ficando à disposição e ilustração para escolha do consumidor. Além disso, os alimentos também poderão ser requisitados por encomenda. No salão de vendas, serão criadas maneiras diferenciadas de exposição. Por exemplo, existem produtos de maior diferencial, de maior qualidade e de melhores marcas. Neste sentido, serão disponibilizados espaços diferenciados de exposição, apresentando destaque e valorização aos mesmos. Além disso, serão fornecidas informações como nome, preços e tipos de recheios perto das prateleiras, balcões e embalagens, facilitando a escolha do cliente. A determinação de exposição dos produtos é fundamental, pois, muitas vezes quem quer mostrar tudo, não mostra nada.

Publicidade E Propaganda

O trabalho de divulgação da Fino Grão, Massas, Pães & Cia irá focar os fatores que mais influenciam a compra dos consumidores, ou seja, a variedade de produtos (neste caso, a linha fino grão, bolos, tortas,ucas, pães, salgados, bebidas e conveniência), agilidade e ótimo atendimento, proximidade de casa e do trabalho, estacionamento, promoções, entre outros. A divulgação irá ocorrer de acordo com a propaganda, onde a empresa expõe em revistas e jornais a ideia do negócio, apresentando o seu diferencial perante a comunidade. Além disso, será demonstrado a venda pessoal, vendedor atrás do balcão, a folheteria, com a distribuição de folhetos nas proximidades da Panificadora e Confeitaria, marketing direto, que significa uma pessoa falar com outra e o merchandising que é a administração do ponto de venda. Segue em anexo o modelo de folheto que será utilizado.

Plano Financeiro

Investimentos Iniciais

Custo do Produto

Despesas Operacionais

Receitas

Despesas Gerais

Ponto de Equilíbrio

Texto - Análise Financeira

Planilha Financeira - Complementação

Segue em anexo a Análise Financeira da Fino Grão, Massas, Pães & Cia.
<http://campeche.inf.furb.br/pjempreendedor/desktop/arquivos/ARQU903845.xls>

Jogos de Empresas

Ganhador

Referencias

Referenciar