

PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESA CARDÁPIO DA GALERA

Aluno (a): Tuany Ribeiro da Rocha

Orientador: Prof. Antonio Ferrari

RESUMO

O objetivo deste trabalho é mostrar o desenvolvimento da empresa Cardápio da Galera, no primeiro semestre de 2011. A empresa, que surgiu através da proposta da disciplina de Jogos II ministrada pelo orientador Antônio Ferrari.

No primeiro momento o grupo iniciou a discussão definindo a empresa/produto, primeiro obstáculo neste projeto, uma vez que ocorreram inúmeras idéias para a empresa como, por exemplo, cursos à distância (com objetivo de somar nas horas complementares dos alunos) em seguida a empresa de turismo (também visando atender a demanda de horas complementares) e ainda empresa de camisetas temáticas ecológicas.

Foram muitos momentos de dúvidas, pois o objetivo era atingir um nicho de mercado na qual a faculdade ESADE ainda não houvesse explorado e então; tivemos o grande “insight”: entrar no mercado alimentício e neste momento nasceu a “Cardápio da Galera”.

PALAVRAS CHAVES: Estudantes, Cardápio, Faculdade, Diferenciado.

INTRODUÇÃO

Foram enfrentadas muitas dificuldades existentes neste mercado, tanto em relação à produção, logística como na aceitação do público. Os desafios foram inúmeros, mas ao mesmo tempo motivadores e com certeza após este trabalho podemos afirmar que conquistamos mais do que o resultado almejado no início deste projeto.

1 CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA

Razão Social: Cardápio da Galera Ltda.

Ramo de Atividade: Produtos Alimentícios

Produto: Sanduíches Prontos

Presidente - Jeyson Ribeiro

Diretor de Marketing - Pierre Xavier

Diretora Financeira - Andréa Rios

Diretora de RH - Carina Gonzaga

Diretora Administrativa - Maria Fernanda Marques

Diretora Multifuncional - Tuany Ribeiro

1.1 Missão

"Levar ao público um cardápio variado, diferente e de alta qualidade".

1.2 Visão

“Ser uma alternativa saudável e variada para lanches universitários”.

1.3 Estratégia

- Parceria estratégica: Facebook e ESADE.

- Contar com o tempo e colaboração de todos os integrantes do grupo para a produção.

1.4 Objetivos

- Tornar-se referência no segmento de alimentação;
- Ser uma empresa reconhecida pela qualidade de seus produtos;
- Minimizar os custos, mas sempre prezar pela qualidade dos sanduíches;
- Suprir a necessidade alimentícia e superar as expectativas dos clientes;
- Atender as necessidades de um grupo de mercado, o qual está "descoberto";
- Vender lanches através de uma alimentação saudável e personalizada para cada curso de graduação da Esade.
- Atender as expectativas da disciplina de Jogos Empresariais II, atendendo as necessidades dos alunos e obter lucro para O Cardápio da Galera.

2 PRODUTO

Sanduíches Temáticos:

**mr.
CHICKEN**

Depois de um dia corrido, que tal se entregar a esta tentação? A perfeita combinação de alface, tomate e cenoura em meio à um recheio de frango e cheddar. Ah! E de quebra: um delicioso Molho de Requeijão. O mais completo. Para profissionais completos.

**DeLÍRiOs De
Friend?!**

Em meio a reflexões e delírios de grandes mestres, a leveza do aclamado Pão Preto e do saboroso Requeijão, que acompanha alface, rodela de tomate, cenoura e Pitadas de Orégano. O recheio? Que tal Pélto de Peru? Para dar o tok: gotas de limão!
A cada mordida, um novo insight!

SUPERAVIT

Por entre análises e previsões, eis que surge esta opção! As fatias de Pão Branco equilibram a receita em meio ao salame tipo italiano. Para os economistas, pitadas de orégano para combinar com a Mussarela e o Requeijão... Para aqueles momentos em que os indicadores apontam a FOME!

WANTED!

O Pão Preto traz um disfarce refinado que instiga a galera do Direito... A verdadeira identidade revela uma deliciosa Pasta de Atum... De quebra: rodela de Tomate, Alface e Cenoura acompanham as ervilhas...
Por matar a Fome, ele é o principal suspeito!

DRE?!

Único e Tradicional, esta opção traz aos contadores a popular combinação entre Presunto e Queijo... Quer mais? Que tal alface, tomate, milho verde e um saboroso molho tártaro? Largue a calculadora e renda-se ao DRE...
Descomplicado... Recheado... Excêntrico!

3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

3.1 Comunicação: Perspectivas X Prática

Organizados de forma harmoniosa e simples, o grupo manteve-se fiel aos objetivos organizacionais idealizados no início do processo. Com claros desafios e pontos importantes ressaltados através da Matriz SWOT, pode-se prever aspectos que poderiam trazer problemas futuros à saúde do negócio. O ponto chave para essa fidelidade ocorreu, principalmente, pela organização dos processos, revisados periodicamente e mantidos até o fim. Com objetivos calcados na qualidade e no custo-benefício do produto, atributos que se converteriam em

receitas futuras, os sócios mantiveram-se durante estes meses a prática aliada à estratégia, resultando em total aceitação do público-alvo e sucesso em dias de venda.

No Planejamento de Comunicação não foi diferente, pois a utilização de redes sociais na popularização da marca entre o meio acadêmico foi de extrema utilidade, ao passo que compõe uma opção econômica também. Através do Facebook, conseguimos atingir inúmeras pessoas que puderam acompanhar nossas notícias e comunicados importantes. A mudança no cotidiano da Instituição também se deu com a presença dos cardápios impressos, que além de darem praticidade e facilidade na decisão de compra do consumidor, trouxeram transparência e criatividade ao produto oferecido através da diferenciada linguagem proposta no planejamento.

3.2 Serviços

Serviço é qualquer ato ou desempenho, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta na propriedade de nada. A execução de um serviço pode estar ou não ligada a um produto concreto. Para se diferenciarem, fabricantes, distribuidores e varejistas podem oferecer serviços de valor agregado ou simplesmente um excelente atendimento ao cliente.

Serviços são atividades econômicas que criam valor e fornecem benefícios para clientes em tempos e lugares específicos, como decorrência da realização de uma mudança desejada no, ou em nome do destinatário do serviço.

3.3 Gestão Financeira

É a gestão dos fluxos monetários derivados da atividade operacional da empresa, em termos de suas respectivas ocorrências no tempo. Ela objetiva encontrar o equilíbrio entre a “rentabilidade” (maximização dos retornos dos proprietários da empresa) e a “liquidez” no que se refere à capacidade de a empresa em honrar seus compromissos nos prazos contratados. Portanto a gestão financeira busca o equilíbrio entre gerar lucros e manter o caixa.

No período em que iniciamos as atividades o maior desafio foi o orçamento inicial, pois elaboramos um cardápio diferenciado e com muitos ingredientes, na qual não tínhamos nenhum conhecimento de valores e possíveis fornecedores.

Pode-se dizer ainda que a gestão financeira esta preocupada com a administração das entradas e saídas de recursos monetários provenientes da atividade operacional da empresa, ou seja, com a administração do fluxo de disponibilidade da empresa.

O fluxo de caixa da empresa constitui-se de uma planilha de elementos utilizados na confecção dos sanduíches e observando o ciclo de caixa, visualiza-se que o montante de dinheiro em circulação, os prazos e os custos do dinheiro são importantes variáveis para análise da gestão financeira. E para que esta seja eficaz é necessário que as três variáveis (compras, vendas e produção) sejam administradas de modo a atingir os melhores resultados possíveis.

Toda e qualquer decisão que afetou nas variáveis de produção e vendas foi impactando diretamente em nosso fluxo de caixa, pois em muitos momentos sofremos com a alta de preços em alguns produtos, com a implantação da venda de bebidas e os produtos para suporte (como copos e produtos para o café) que não estavam no orçamento inicial de produção.

As pesquisas de mercado foram nossos aliados na busca de fornecedores, o grupo trabalhou na sua maioria das vezes com a rede de supermercados Zaffari e Center Shop, pois tínhamos fácil acesso e um leque de produtos à disposição, já que o tempo era limitado para futuras pesquisas de preço.

O tempo médio de produção era de 2hs, nestes encontros buscamos aumentar a eficiência no consumo de insumos, através de uma logística de confecção dos sanduíches e também avaliar e mensurar os resultados obtidos em relação à quantidade de produção, na qual estimamos no mínimo a produção de 60 sanduíches.

Existem três áreas na empresa que merecem atenção especial, visto que desempenham funções de captação e aplicação de recursos são elas:

- Área financeira: Entende-se que sua função é administrar o fluxo de recursos monetários da empresa suprindo as necessidades e aplicando os excedentes, além de suas atividades de cobrança e tesouraria.
- Área de compras: A área de compras pode ser entendida como um captador de recursos monetários quando ao negociar prazos com fornecedores, propicia ou não à área financeira um “empréstimo” a uma determinada taxa.
- Área de vendas: vendas, por sua vez, funcionam como um aplicador na empresa

Neste trabalho, demonstramos o relatório gerencial dos dias das ações denominado “Controle de Vendas Realizadas”, onde informam as vendas realizadas, os custos das mercadorias vendidas, o lucro bruto e a margem de lucro sobre as vendas registradas.

Já o Controle de Caixa é onde se registra as entradas e saídas realizadas de recursos financeiros e apura o saldo disponível. Este controle financeiro foi feito diariamente.

3.4 Ponto de Equilíbrio

Toda empresa necessita de certo montante de vendas para cobrir todos os seus custos e despesas para não ter prejuízo. Portanto, quando as vendas igualam-se com os custos e despesas totais, dizemos que a empresa encontra-se no Ponto de Equilíbrio. Neste caso a empresa não tem lucro nem prejuízo.

$$\text{Ponto de Equilíbrio Vendas} = \text{Custos} + \text{Despesas Totais}$$

O cálculo do Ponto de Equilíbrio poderá ser feito de várias maneiras, uma das maneiras de calcular o Ponto de Equilíbrio de uma empresa é utilizando os valores constantes no relatório gerencial. O cálculo é bastante simples, basta somar as despesas fixas mais as despesas financeiras e dividir pela porcentagem da margem de contribuição.

Ao observarmos o relatório abaixo identificamos que em todas as ações a empresa obteve sucesso em vendas.

Planilha de Produção

Produto	Quantidade	Orçamen	07/04/1	14/04/1	05/05/1	12/05/1	21/05/11
		to	1	1	1	1	
Pão branco	36 fatias (3pct)	R\$ 6,00	R\$ 9,96	R\$ 9,96	R\$ 9,96	R\$ 14,94	R\$ 19,12
Pão preto	24 fatias (2pct)	R\$ 4,00	R\$ 16,76	R\$ 11,56	R\$ 11,16	R\$ 5,58	R\$ 5,58
Alface	2 pés	R\$ 2,00	R\$ 6,72	R\$ 3,96	R\$ 3,96	R\$ 3,12	R\$ 2,78
Tomate	10 unidades	R\$ 4,00	R\$ 3,98	R\$ 4,85	R\$ 6,88	R\$ 5,25	R\$ 3,23
Cenoura	5 unidades	R\$ 2,00	R\$ 1,81	R\$ 2,38	R\$ 3,41	R\$ 4,21	R\$ 1,66

Milho	2 latas	R\$ 4,00	R\$ 2,58	R\$ 0,00	R\$ 1,19	R\$ 0,99	R\$ 0,00
Ervilha	2 latas	R\$ 4,00	R\$ 1,90	R\$ 0,00	R\$ 0,79	R\$ 0,99	R\$ 0,00
Queijo cheddar	12 fatias	R\$ 6,00	R\$ 4,00	R\$ 4,19	R\$ 6,09	R\$ 4,58	R\$ 9,86
Queijo muzzarella	24 fatias	R\$ 10,00	R\$ 5,10	R\$ 7,01	R\$ 4,46	R\$ 7,99	R\$ 9,27
Presunto	12 fatias	R\$ 5,00	R\$ 5,30	R\$ 2,90	R\$ 4,11	R\$ 3,31	R\$ 4,83
Peito de peru	12 fatias	R\$ 6,00	R\$ 6,23	R\$ 8,55	R\$ 6,22	R\$ 7,12	R\$ 5,80
Salame	36 rodela	R\$ 5,00	R\$ 9,28	R\$ 7,06	R\$ 0,00	R\$ 6,12	R\$ 14,87
Frango	1 peito desfiado	R\$ 7,00	R\$ 6,37	R\$ 7,29	R\$ 12,74	R\$ 6,37	R\$ 11,96
Atum	2 latas	R\$ 6,00	R\$ 5,98	R\$ 5,78	R\$ 5,78	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Requeijão	6 latas	R\$ 18,00	R\$ 8,97	R\$ 8,97	R\$ 8,76	R\$ 8,97	R\$ 12,90
Molho tártaro	1 pote	R\$ 3,00	R\$ 4,58	R\$ 0,00	R\$ 2,58	R\$ 2,58	R\$ 2,58
Maionese	2 potes	R\$4,00	R\$ 2,58	R\$ 0,00	R\$ 1,56	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Papel Filme	3 rolos	R\$ 2,00	R\$ 6,60	R\$ 0,00	R\$ 4,40	R\$ 2,00	R\$ 4,40
Guardanapo	6 pacotes	R\$ 0,60	R\$ 3,78	R\$ 0,85	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 1,26
Ralador	1 unidade	R\$ 0,00	R\$ 3,90	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Suco	4 caixas	R\$ 2,67	R\$ 24,03	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Coca- Cola	3 garrafas	R\$ 2,89	R\$ 8,67	R\$ 5,78	R\$ 2,99	R\$ 0,00	R\$ 5,98
Café	pacote	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 8,96	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Copos	100 unidades	R\$ 3,15	R\$ 6,30	R\$ 3,50	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 5,96

Total gasto

(R\$) 103,31 155,38 103,55 97,04 84,12 122,04

Para chegarmos ao valor de R\$ 2,50 por unidade, usamos pesquisa de mercado, pois os fornecedores vendiam salgados em torno de R\$ 2,50 à R\$ 3,00 e também lançamos um valor estimado de orçamento para a produção até então de 60 sanduíches (20 de cada sabor de nosso cardápio), pois sem conhecimento da aceitação do mercado, seria necessário arriscar.

Cálculo 60 sanduíches vendidos a R\$ 2,50 o total arrecadado seria de R\$ 150,00 e o capital inicial foi de R\$ 180,00 (R\$ 30,00 por sócio).

Na primeira produção o custo de produção foi de **R\$ 1,93**, mas como iríamos ter um retorno projetado em longo prazo e precisávamos nos diferenciar, acabamos por arriscar e o

sucesso veio com o tempo, pois na segunda semana o custo unitário do sanduíche já era de **R\$ 1,42**.

A venda da bebida ajudou a incrementar nosso caixa, vendíamos o copo de café, suco e refrigerante a R\$ 1,00.

Na terceira semana de vendas o custo do sanduíche aumentou para **R\$ 1,56** e na quarta semana ficou em **R\$ 1,40** (melhor dia de custo X benefício). Com a semana Acadêmica, nosso último dia produção arriscamos na produção de 85 sanduíches e o custo de produção ficou em **R\$ 1,29**, porém não vendemos toda a produção e tivemos uma experiência de desperdício. Neste caso fizemos uma doação para os meninos de rua (afim de não desperdiçar os alimentos).

Gastos Administrativos

	07/abr	14/abr	05/mai	12/mai
Diversos	4,00	2,14	16,00	4,00
Panfletos	19,80			

Fluxo de Caixa

Capital Semana 1	Custos
R\$ 180,00	R\$ 179,18
Saldo em caixa	R\$ 0,82
Vendas Semana 1	R\$ 169,50
Em caixa	R\$ 170,32

Capital Semana 2	Custos
R\$ 170,32	R\$ 103,55
Entrada de Vendas	R\$ 182,50
Em caixa	R\$ 66,77
Vendas Semana 2	R\$ 182,50
Em caixa	R\$ 249,27

Capital Semana 3	Custos
R\$ 249,27	R\$ 113,04
Entrada de Vendas	R\$ 179,80
Em caixa	R\$ 136,21
Vendas Semana 3	R\$ 179,80
Em caixa	R\$ 316,01

Capital Semana 4	Custos
R\$ 316,01	R\$ 88,12
Entrada de Vendas	R\$ 169,50
Em caixa	R\$ 397,39

Capital Semana 5 Custos

R\$ 397,39	R\$ 122,04
Entrada de Vendas	R\$ 162,00
Em caixa	R\$ 437,35

Lucratividade sobre as vendas

Esse indicador tem como objetivo demonstrar qual é a lucratividade da empresa, ou seja, o poder de ganho da empresa comparando o seu lucro líquido com relação ao seu montante de venda.

Relatório de Vendas

Vendas Semana 1		Vendas Semana 2	
R\$ 56,00	Riachuelo	R\$ 83,00	Riachuelo
R\$ 49,50	Gen. Vitorino	R\$ 99,50	Cidade Baixa
R\$ 64,00	Cidade Baixa	R\$ 182,50	Total
R\$ 169,50	Total		
Vendas Semana 3		Vendas Semana 4	
R\$ 81,00	Riachuelo	R\$ 76,50	Riachuelo
R\$ 98,80	Cidade Baixa	R\$ 93,00	Cidade Baixa
R\$ 179,80	Total	R\$ 169,50	Total

Observa-se ao final destes eventos que nosso caixa fechou em R\$ 437,35, lucro final de R\$ 257,35 e em percentuais mais de 142% do que investimos conseguimos obter de volta. Lucro para cada um de R\$ 32,89.

O diferencial na Gestão financeira no caso da nossa empresa Cardápio da Galera foi:

- Elaborar e manter os controles financeiros sempre atualizados;
- Evitar os excessos de compras e realizar pesquisa contínua;
- Manter um controle permanente das despesas fixas, procurando mantê-las compatíveis com a capacidade da empresa;

CONCLUSÃO

Após a realização deste projeto, onde a cada etapa foram inúmeros desafios desde a busca do melhor fornecedor, a logística de produção, tempo para participação, e principalmente o trabalho em equipe (que talvez tenha sido o indicador principal tanto para o desenvolvimento da empresa quanto para a sua permanência no mercado) podemos afirmar que Cardápio da Galera sem dúvida é uma empresa rentável.

Mesmo com a grande dificuldade na elaboração dos preços de nossos produtos na qual deste dependia o sucesso ou fracasso da organização e sem garantias de como o mercado iria absorver nossa idéia chegamos ao final desta etapa satisfeitos com o resultado.

Esta foi uma experiência gratificante para todos os envolvidos, e que com certeza nos tornará profissionais capazes de enfrentar os desafios do mercado e também provocou o lado empreendedor de cada um.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Kotler, Philip. Administração de marketing/ Philip Kotler, Kevin Lane Keller; 12. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

Lovelock, Christopher. Serviços: marketing e gestão/ Christopher Lovelock, Lauren Wright. São Paulo: Saraiva, 2006.

ANEXO A – DEPOIMENTOS DOS PARTICIPANTES DO PLANO DE NEGÓCIOS

Maria Fernanda Marques - Diretora Administrativa

"Participar como Diretora Administrativa da Cardápio da Galera me trouxe inúmeros conhecimentos e um enorme aprendizado. Sabia das dificuldades que teríamos, mas não podia imaginar o quanto na prática as coisas tomam outra proporção. Foi maravilhoso ter participado desta experiência, e, sobretudo poder ter contando com um grupo de trabalho tão engajado nesta causa, o que só reforça o quão importante é ter pessoas motivadas em busca de um objetivo".

Carina Gonzaga - Diretora de Recursos Humanos

"A Cardápio da Galera me ensinou que uma equipe unida vai longe, e que cada ingrediente é importante para um majestoso sanduíche ou trabalho. Que mais que uma avaliação foi a prova que somos capazes de ser empreendedores e que somente com muita dedicação pode se chegar ao fim do trajeto ou a conclusão de uma meta".

Tuany Rocha - Diretora Multifuncional

"A Cardápio da Galera iniciou com o objetivo de planejar uma empresa que pudesse render lucros e trazer conhecimento prático sobre direito, recursos humanos, finanças e um pouco de tudo que estudamos. Porém, como diretora multifuncional, este trabalho me ensinou, pela primeira vez, o significado de trabalhar pelo o que é meu. Não estava acostumada a "fabricar" e vender, somente a vender. Aprendi o quanto é trabalhoso, mas também que é muito gratificante ver o resultado de um trabalho em equipe e a satisfação dos clientes".

Pierre Xavier - Diretor de Marketing

"Obrigado a todos que interagiram para o sucesso dessa missão. Para mim, a principal realização com a constituição da Cardápio da Galera foi a possibilidade de inter-relacionar todos os fundamentos das disciplinas na formulação e desenvolvimento de uma idéia, que

como toda grande idéia nasce da verificação de uma oportunidade. Como pessoas formadoras de opiniões, todos divergimos em prol do alcance do sucesso, o quê caracterizou a união desse grupo. Que possamos cada vez mais despertar esse espírito empreendedor e alcemos vôos maiores. Abraços à todos!”

Andréa Rios – Diretora Financeira

“Posso afirmar que este projeto superou todas as minhas expectativas. O desafio de cuidar da parte financeira que podemos dizer que é um dos carros-chefe de uma empresa não foi fácil, e a responsabilidade de controlar os gastos da equipe me trouxe uma certeza.... valeu a pena...JUNTOS SOMOS UM. Obrigado!”

Jeyson Ribeiro - Presidente

"Passou tudo muito rápido e ainda lembro do primeiro dia em que nos reunimos com aquela chuva de idéias, que iam da camiseta às aulas de dança. (risos) Da proposta em aula, desenvolveu-se uma experiência útil para todos nós, onde possamos nos deparar com situações muitas vezes desafiadoras. Me senti orgulhoso e feliz, garanto que assim como meus colegas, ao ver este processo chegar ao fim e, com ele, muitos medos que mantínhamos em relação ao mundo empreendedor. Agradeço ao professor, que com sua visão macro nos agregou muito durante a atividade, e em especial à minha equipe, que com união e coleguismo, me ajudou a atingir este objetivo. Por melhor que tenha sido o nosso desempenho, acredito muito que está na simplicidade que demos à tudo o principal ingrediente do Cardápio da Galera! Obrigado."

ANEXO B – FOTOS DA FEIRA SÁBADO ACADÊMICO



ANEXO C – LOGOMARCA DA EMPRESA

**CARDÁPIO da
GALERA**