

# BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

## IADM228 ESTÁGIO I 7º



**UBÁ  
MINAS GERAIS  
2022**

### Grupo 2:

**Gian Lucas  
Douglas Silva  
Brenda Peron  
Felipe Santos  
Vitor Rafael  
Flavio Luiz**



## Mania de coxinha



# ANÁLISE SWOT – AMB. EXTERNO

## AMEAÇA

1. Outras lanchonetes concorrentes próximas que os possíveis clientes possam preferir ir, como Melliots, Rei das vitaminas.
2. Mudanças dos hábitos alimentares para uma vida mais saudável, diminuindo alimentos calóricos e aumentando os naturais, gerando menor procura do nosso produto.
3. Alto risco de enchente no local do ponto de vendas decorrente das fortes chuvas podendo causar transbordamento do rio, alagando o calçadão.
4. Aumento do valor da farinha de trigo causada pela guerra da Rússia e Ucrânia, um dos principais ingredientes do produto, ocasionando no aumento do valor de venda.

## OPORTUNIDADE

1. Criação de novas tecnologias que possam facilitar e agilizar o processo de fabricação e venda, como máquinas que fabricam salgados e fogões mais potentes.
2. Oportunidade de realizar venda cruzada das coxinhas com acompanhamentos como molhos, refrigerantes e sucos.
3. Aumento por demanda de alimentos práticos e rápidos por conta do estilo de vida da sociedade moderna que está cada vez mais em busca de refeições ágeis devido ao pouco tempo livre.
4. Oportunidade de franquiar o modelo e abrir novos pontos de venda em outros centros comerciais.
5. Elevada variedade de fornecedores de

# ANÁLISE SWOT – AMB. INTERNO

## PONTOS FORTES

1. Loja em ótima localização no centro comercial da cidade com grande fluxo de pessoas, gerando mais clientes em potencial.
2. Atendimento ágil, dando grande fluxo de vendas e satisfazendo os clientes que estão a procura de uma refeição rápida.
3. Baixo custo operacional, pois é um processo fácil, com poucos ingredientes e sendo necessário apenas uma pessoa para realizá-lo.
4. Produto de baixo custo que pode ser adquirido por várias pessoas gerando uma grande quantidade de clientes em potencial.

## PONTOS FRACOS

1. Produto com baixa qualidade nutricional, indo contra a busca por alimentos mais saudáveis pela sociedade.
2. Produto Altamente perecível, não podendo ser estocado, sendo necessário uma produção constante.
3. Equipe desmotivada por conta do trabalho cansativo, de grande fluxo e repetitivo, causando uma alta rotatividade de funcionários.
4. Layout simples do estabelecimento, que pode gerar aversão por uma parcela da sociedade que pode questionar a qualidade do produto, preferindo ir em outros locais que já estão habituados.

# DEFINIÇÃO DA PERSONA

Ana, 30 anos, casada e tem 2 filhos. Trabalha por conta própria vendendo marmitas.

Durante o dia, vai ao centro para comprar materiais e por causa do dia corrido, prefere fazer refeições rápidas, buscando lanchonetes com atendimento ágil e com produtos baratos.

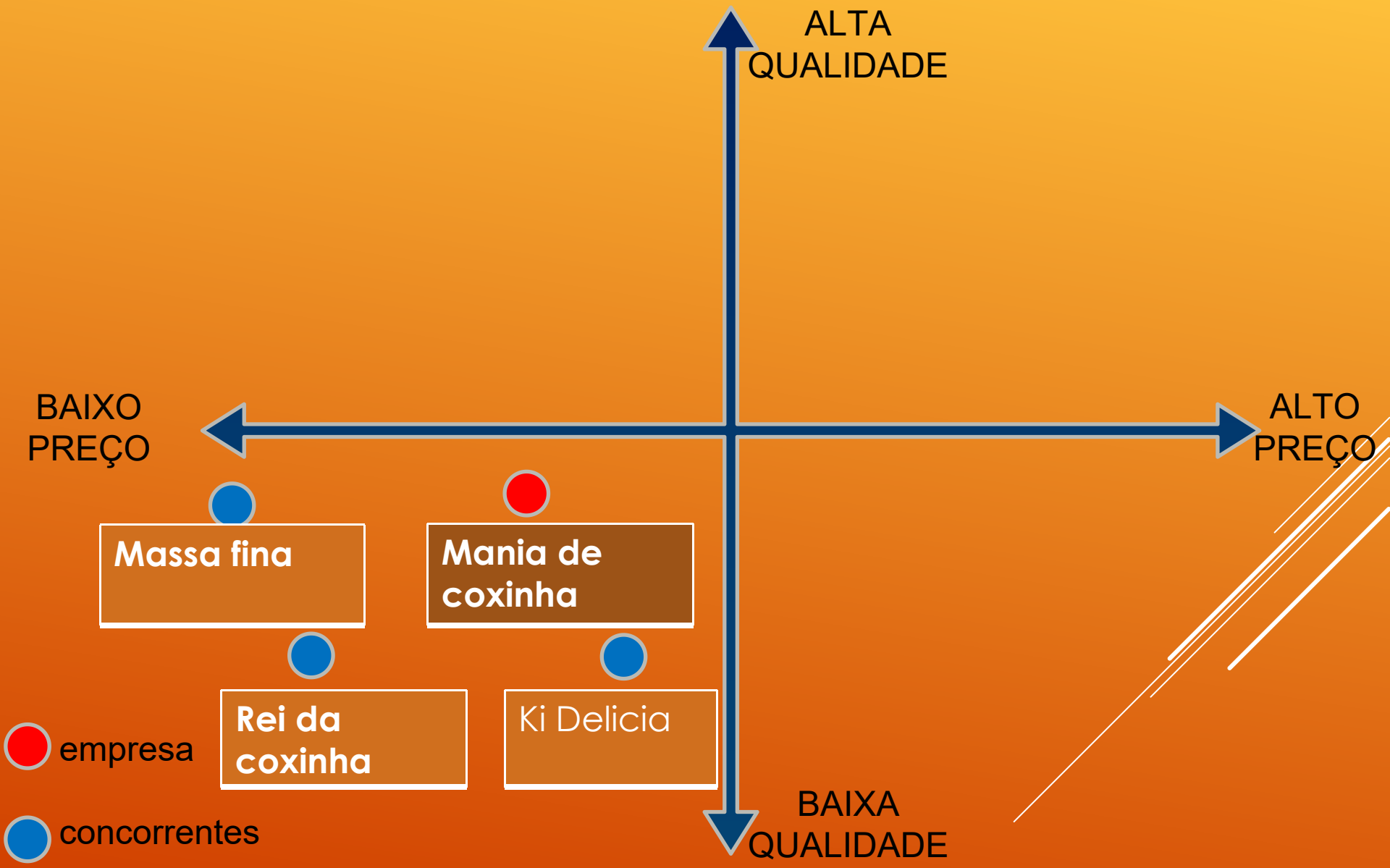
# DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

Homens ou mulheres de 25 a 35 anos pertencentes a classe C ou D.

Trabalham no centro da cidade ou pessoas que estejam passando pelo centro para fazer compras.

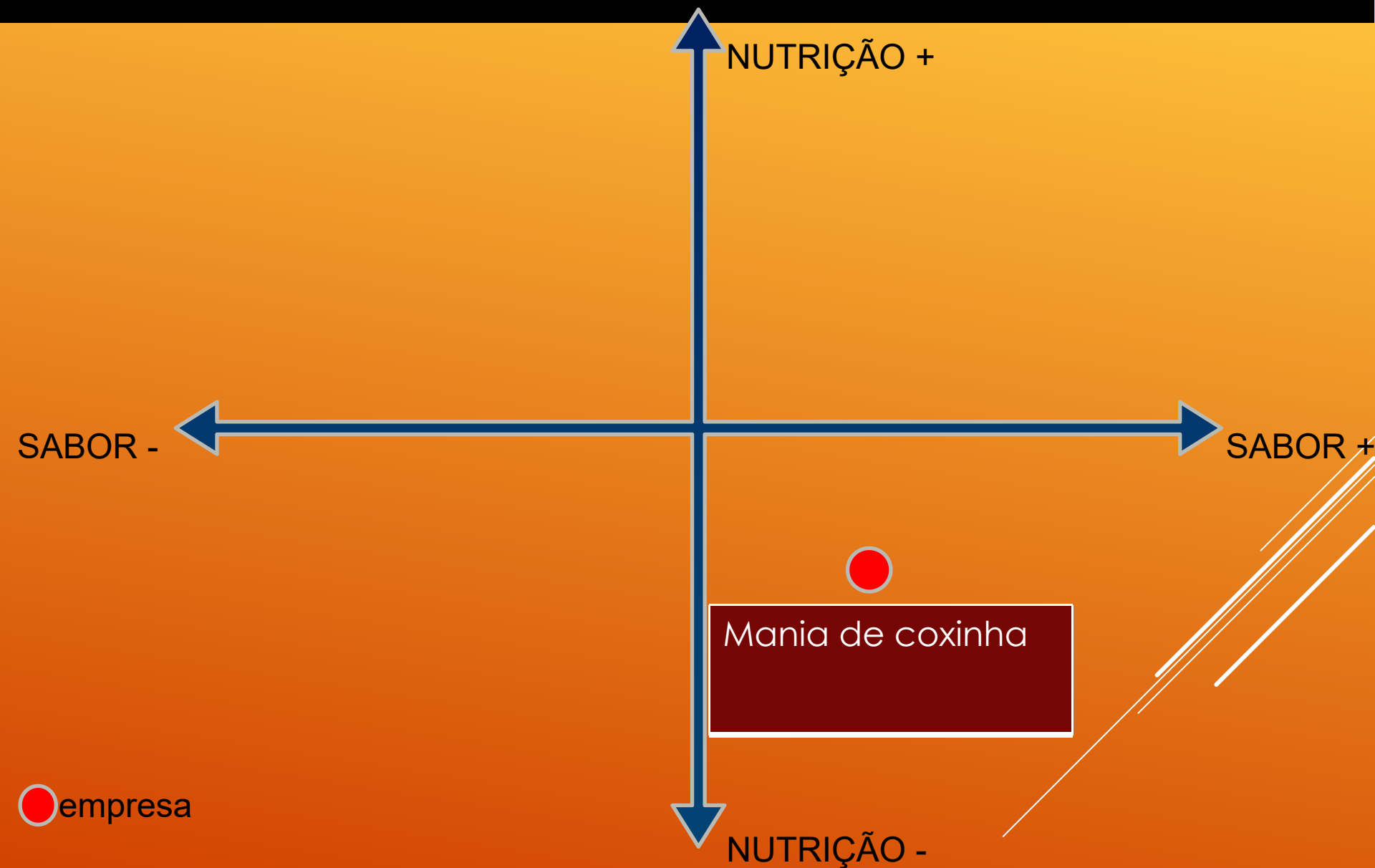
Buscam refeições rápidas, baratas e não muito pesadas.

# DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO SEGUNDO O PREÇO E A QUALIDADE





# DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO SEGUNDO ASPECTOS NUTRITIVOS E DE SABOR



# DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO NO MERCADO: COMO O CLIENTE VÊ O SEU NEGÓCIO

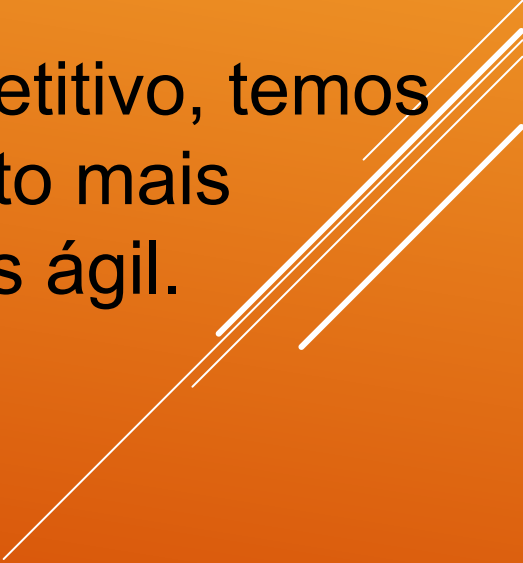
Nossos clientes nos veem como uma empresa capaz de satisfazer seus desejos por um preço acessível, oferecendo um produto com preços competitivos, de boa qualidade, saboroso e com um atendimento ágil

# JUSTIFICATIVA PELA ESCOLHA DA ESTRATÉGIA DE MERCADO

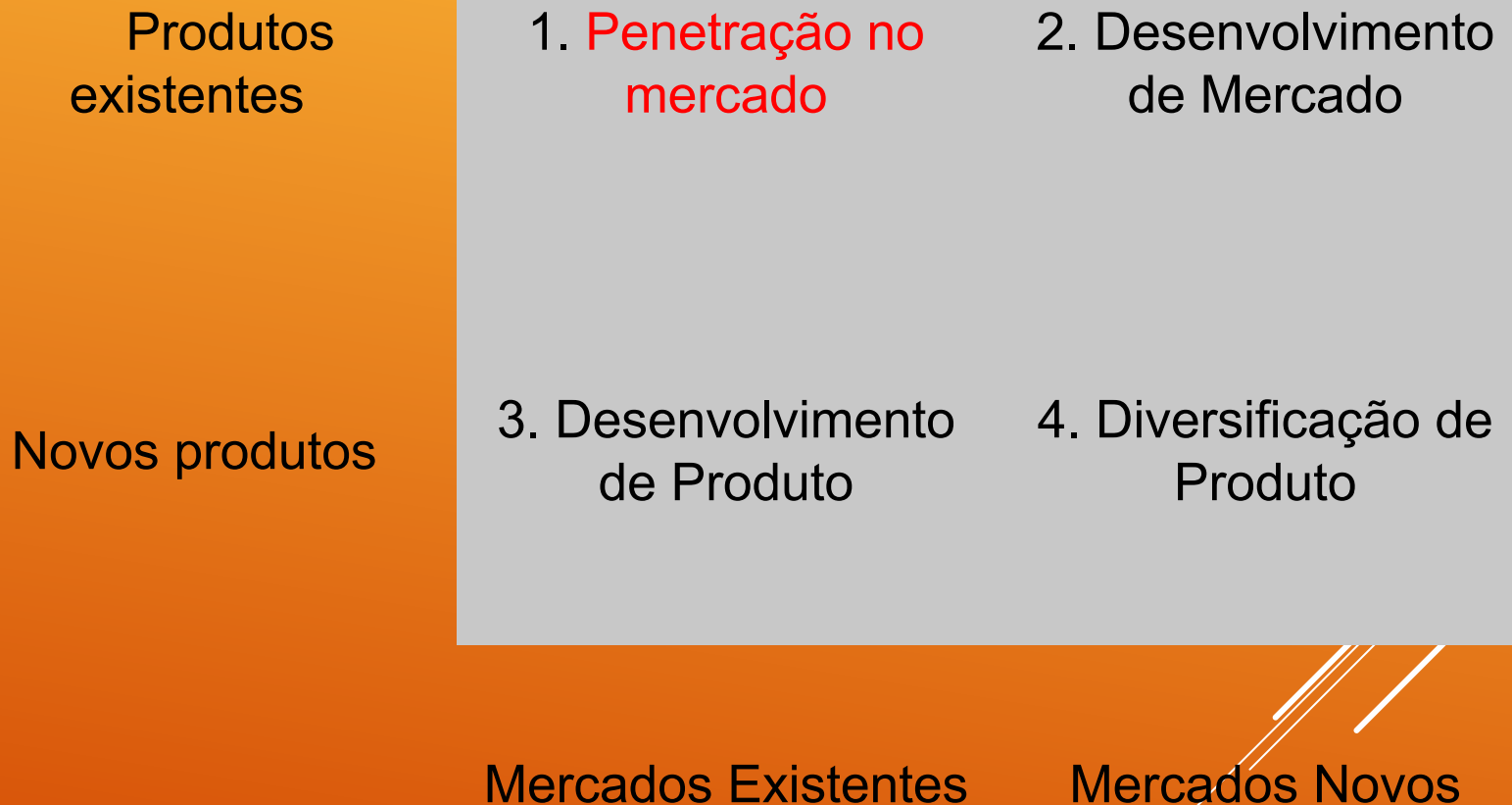
## Penetração de mercado

Nossa estratégia é de penetração de mercado, pois iremos entrar com um produto já existente no mercado.

Para entrar nesse mercado competitivo, temos a estratégia de vender um alimento mais saboroso e com atendimento mais ágil.



# DEFINIÇÃO DA ESTRATÉGIA DE MERCADO



# DEFINIÇÃO DA MARCA

Nome: Mania de Coxinha

Símbolo:



Slogan: Sua melhor coxinha

# PRODUTO

Variável	Atividades
Produto	Diferentes tipos de Design Características Diferenciais com a concorrência Marca Especificações Política de Garantia Embalagem
Preço	Financiamentos Condições de Pagamento Prazo médio Número de Prestações Descontos Crediário
Promoção	Propaganda Publicidade Relações Públicas Promoções
Praça (Ponto-deVenda)	Lojas Canais de distribuição Logística Armazenamento Distribuição

# PRODUTO

## INGREDIENTES E IDENTIFICAÇÃO DO PRODUTO

- 2 kg de peito frango:
- 500g de açúcar:
- 2 cebolas inteiras:
- 1 kg de farinha de trigo sem fermento:
- 1 maço de cheiro verde:
- 500g de margarina:
- 10 dentes de alho:



# PRODUTO



Cada salgado mede por volta de 2 cm e pesa em torno de 10 a 20 gramas



# PRODUTO

## FABRICAÇÃO DAS COXINHAS

As coxinhas são produzidas de forma manual e é feita da forma mais tradicional possível.

A quantidade de cada ingrediente deve ser muito bem calculada, pois ela não pode ficar muito mole, uma vez que, ao serem fritas, as coxinhas são colocadas em grande quantidade numa cesta e as que estão embaixo precisam suportar o peso das que estão acima.

O recheio também tem algumas características peculiares como, por exemplo, o frango que é moído e tem uma leve cremosidade devido ao catupiry.

# PRODUTO

## Política de garantia

### Prazo de validade

A média geral de tempo de conservação é de três meses, podendo se estender um pouco mais ou pouco menos. De qualquer forma, quanto menos tempo os salgados ficarem congelados, mais conservados eles estarão quanto a atributos como sabor e aparência.



# PRODUTO

## Diferencial

Os salgados do Mania de Coxinha trazem um sabor inconfundível e irresistível, além de um aroma único que vai te remeter às melhores lembranças.

Outro diferencial é o nosso molho Vale muito a pena experimentar! Você vai adorar esse molho!

Nossos sabores vão além da expectativa que seu paladar pode imaginar e são essenciais em qualquer ocasião. !

Ainda contamos com um atendimento virtual, aonde nossos clientes podem fazer seu pedido e ficar por dentro das novidades!

# PREÇO

Cada copo contém uma determinada quantia de coxinha 200 ml ( 7un.), 300 ml ( 9un.), 400 ml (12un.). Nossa receita dá um rendimento de 100 coxinhas

20g

INGREDIENTES	QUANTIDADE	PREÇO
Peito frango	2 kg	R\$ 28,40
Açafrão	25g	R\$ 2,50
Cebolas inteiras	2un	R\$ 2,20
Farinha de trigo sem fermento	1kg	R\$ 5,98
Cheiro verde	25g	R\$ 1,50
Margarina	500g	R\$ 10,79
tempero Alho e sal	250g	R\$ 2,20
Oleo	1 litro	R\$ 10,00
TOTAL		R\$ 63,57

Utilizamos na divulgação do nosso produtos 1000 panfletos por mês, tendo um gasto de impressão de R\$20,00, os copos dão o valor de R\$10,00, temos o total de gasto de R\$98,57, portanto, o **preço de custo de uma coxinha de 20 gramas** sai a R\$0,98.

- Custo por copo
- 200ml R\$6,86
- 300ml R\$8,82
- 400ml R\$ 11,76

- Preço final por copo
- 200ml R\$7,50
- 300ml R\$10,00
- 400ml R\$13,50

# PRAÇA/DISTRIBUIÇÃO

## LOJA FISICA

Nossa Loja física Está situada no calçadão da São Jose, investimos num lugar pequeno e com apenas um balcão, com a decoração com cores vivas e fortes justamente para trazer um ambiente mais aconchegante, nossos produtos são retirados no local, para que nossos clientes sejam sempre bem atendidos e possam voltar!



# PRAÇA/DISTRIBUIÇÃO

## CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

A divulgação em redes sociais precisa focar na construção de relacionamentos. com base nisso estamos presentes nas redes sociais, como por exemplo instagram e WhatsApp, utilizando desses recursos para divulgação e ampliação da atuação no mercado!



# PROMOÇÃO/COMUNICAÇÃO

## PANFLETOS

O panfleto por enquanto será nosso foco principal visando nosso público alvo, pois é onde iremos alcançar com mais facilidade nosso publico alvo, Iremos distribuir os panfletos na cidade e em nossa loja, nele divulgaremos nossos combos e promoções que será feita em algumas datas especiais, como o dia nacional da coxinha (18 de Maio).

No panfleto terá nosso slogan com a seguinte frase “Sua melhor coxinha” para ficar marcante ao consumidor e não cair no esquecimento.

Nossa forma de pagamento e feito por cartão de credito ou debito ou pix.

# PANFLETO DE MKT VIA CANVAS

## ***MANIA DE COXINHA*** ***SUA MELHOR COXINHA***



***200ML=R\$9,00***

***300ML=R\$12,00***

***400ML=R\$15,00***

***ACEITAMOS DINHEIRO, CARTÃO E PIX***

***VENHA NOS FAZER UMA VISITA:***

***RUA CALÇADÃO SÃO JOSÉ N135 CENTRO UBÁ***

***PEÇA A MELHOR COXINHA: (32)99951-5358***



# PROMOÇÃO/COMUNICAÇÃO

- **Cartão fidelidade**
  - ▶ Outra forma que iremos usar para atrair nossos clientes será nosso cartão fidelidade.
  - ▶ Com o cartão fidelidade, o cliente recebe um incentivo para retornar em nosso estabelecimento.



# PESQUISA DE SATISFAÇÃO E DEGUSTAÇÃO



**Defina agora suas vantagens competitivas, ou seja, os fatores que estimularão o cliente a comprar na sua empresa e pontue a partir de uma análise comparativa.**

<b>CONCEITO</b>	<b>EXCELENTE</b>	<b>ÓTIMO</b>	<b>BOM</b>	<b>REGULAR</b>	<b>RUIM</b>	<b>NÃO TEM</b>
<b>PONTUAÇÃO</b>	5	4	3	2	1	0

Vantagens Competitivas (principais estímulos para os clientes)	Mania de coxinha	Concorrentes		
		Massa fina	Ki delicia	Rei da coxinha
Qualidade do produto	4	4	4	3
Localização	4	3	3	4
Atendimento ao cliente	4	5	3	3
Fidelização do cliente	4	3	3	2

**Defina agora suas vantagens competitivas, ou seja, os fatores que estimularão o cliente a comprar na sua empresa e pontue a partir de uma análise comparativa.**

<b>CONCEITO</b>	<b>EXCELENTE</b>	<b>ÓTIMO</b>	<b>BOM</b>	<b>REGULAR</b>	<b>RUIM</b>	<b>NÃO TEM</b>
<b>PONTUAÇÃO</b>	5	4	3	2	1	0

Vantagens Competitivas (principais estímulos para os clientes)	Seu negócio	Concorrentes		
		Massa fina	ki delicia	Rei da coxinha
Organização	4	4	4	4
Custo	4	4	3	4
Rapidez no atendimento	4	3	3	3
Motivação dos funcionários	4	3	3	3
Promoções em Data Especifica	4	2	2	2

OBRIGADO!!!