

BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
IADM228 ESTÁGIO I 7°

Churros eStudantil

Grupo 6:

**Larissa Martins Ferreira
Lívia Campos Bressan
Paola Miranda Dias Machado
Victor Guilhermino Prates Marangon**

UBÁ
MINAS GERAIS
2022



CHURROS eStudentil



ANÁLISE SWOT – AMB. EXTERNO

AMEAÇA	OPORTUNIDADE
<ol style="list-style-type: none">1. Crise econômica (produto supérfluo);2. Pessoas com cuidados maiores com a alimentação;3. Grande número de lojas no setor alimentício;4. Baixa nas vendas durante as férias escolares (devido a localização, nossos maiores clientes são alunos);5. Sazonalidade do produto;6. Facilidade de entrada de novos concorrentes;7. Elevado número de produtos substitutos;8. Aumento do valor da matéria-prima (farinha de trigo).	<ol style="list-style-type: none">1. Poucos concorrentes;2. Nenhuma empresa direcionada diretamente ao produto;3. Inovação para o ramo do produto;4. Participação em eventos (locais públicos e privados);5. Grande aceitação por parte do público-alvo;

ANÁLISE SWOT – AMB. INTERNO

PONTOS FORTES

1. Localização estratégica;
2. Embalagem diferenciada e prática;
3. Higienização do ambiente;
4. Atendimento ágil;
5. Estrutura física (layout) prático. Uma van, onde é separado o local do pedido e entrega do produto.

PONTOS FRACOS

1. Pouco espaço de armazenamento do produto;
2. Produto não pode ser estocado;
3. Difícil manutenção dos equipamentos;
4. Baixa durabilidade das matérias-primas.

DEFINIÇÃO DA PERSONA (BUYER PERSONA) E DO PÚBLICO-ALVO

PÚBLICO-ALVO



Homens e mulheres, faixa etária de 14 a 24 anos.

Estudantes, do ensino fundamental ao médio, pertencentes a classe econômica A ou B, localizados na zona urbana da cidade de Ubá.



PERSONA

Lívia, 16 anos, estudante do ensino médio de uma rede de ensino particular. Atualmente não trabalha, apenas estuda.



Gosta sempre de comer um doce no decorrer do seu dia, pois deixa seus estudos mais prazeroso. Sempre procura opções saborosas e facilitadas. Se sente mimada e fica feliz quando recebe um doce como agrado.

DEFINIÇÃO DA PERSONA

Persona: Lívia, 16 anos, estudante do ensino médio de uma rede de ensino particular. Atualmente não trabalha, apenas estuda.

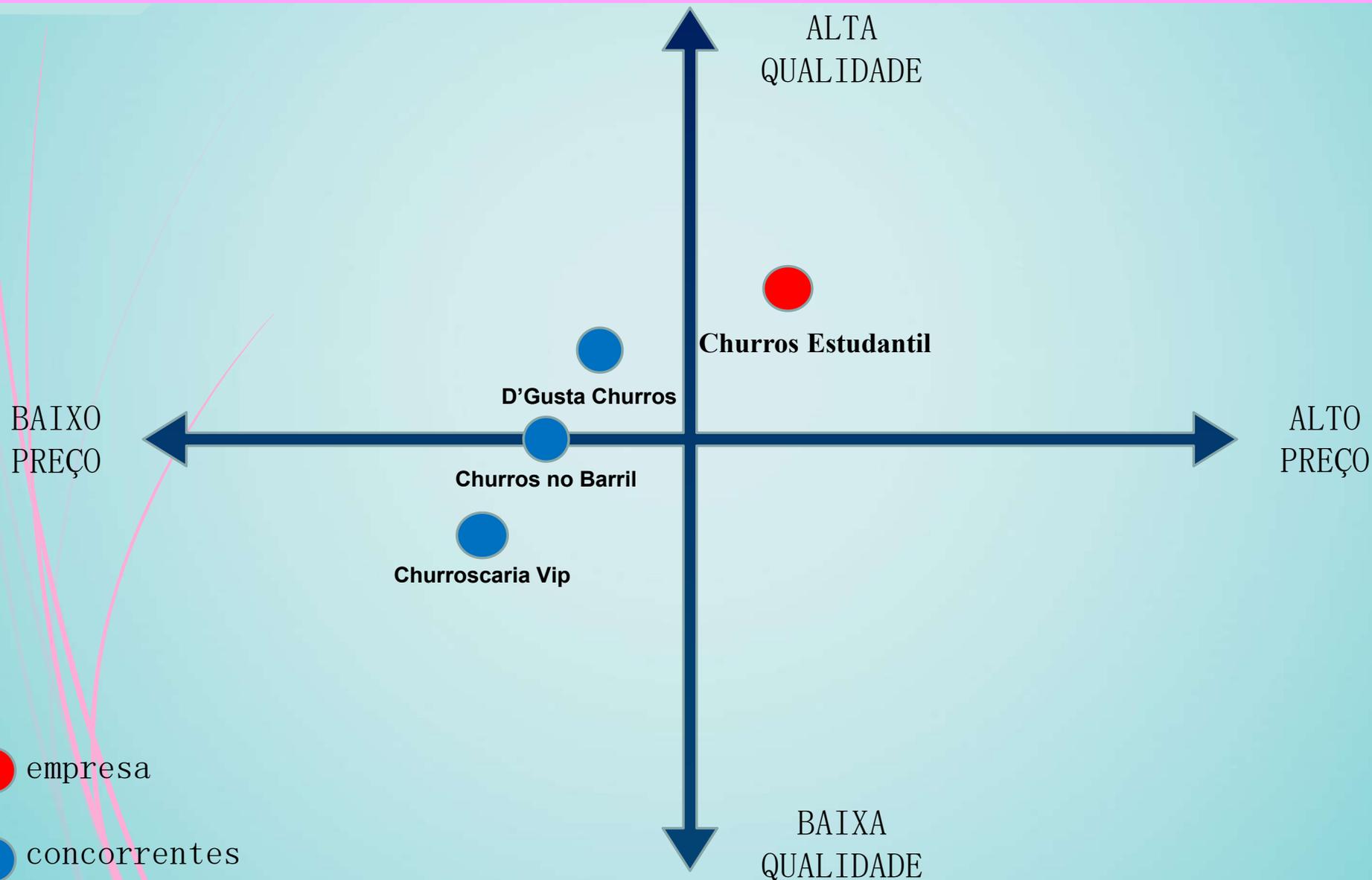
Gosta sempre de comer um doce no decorrer do seu dia, pois deixa seus estudos mais prazeroso. Sempre procura opções saborosas e facilitadas.

Se sente mimada e fica feliz quando recebe um doce como agrado.

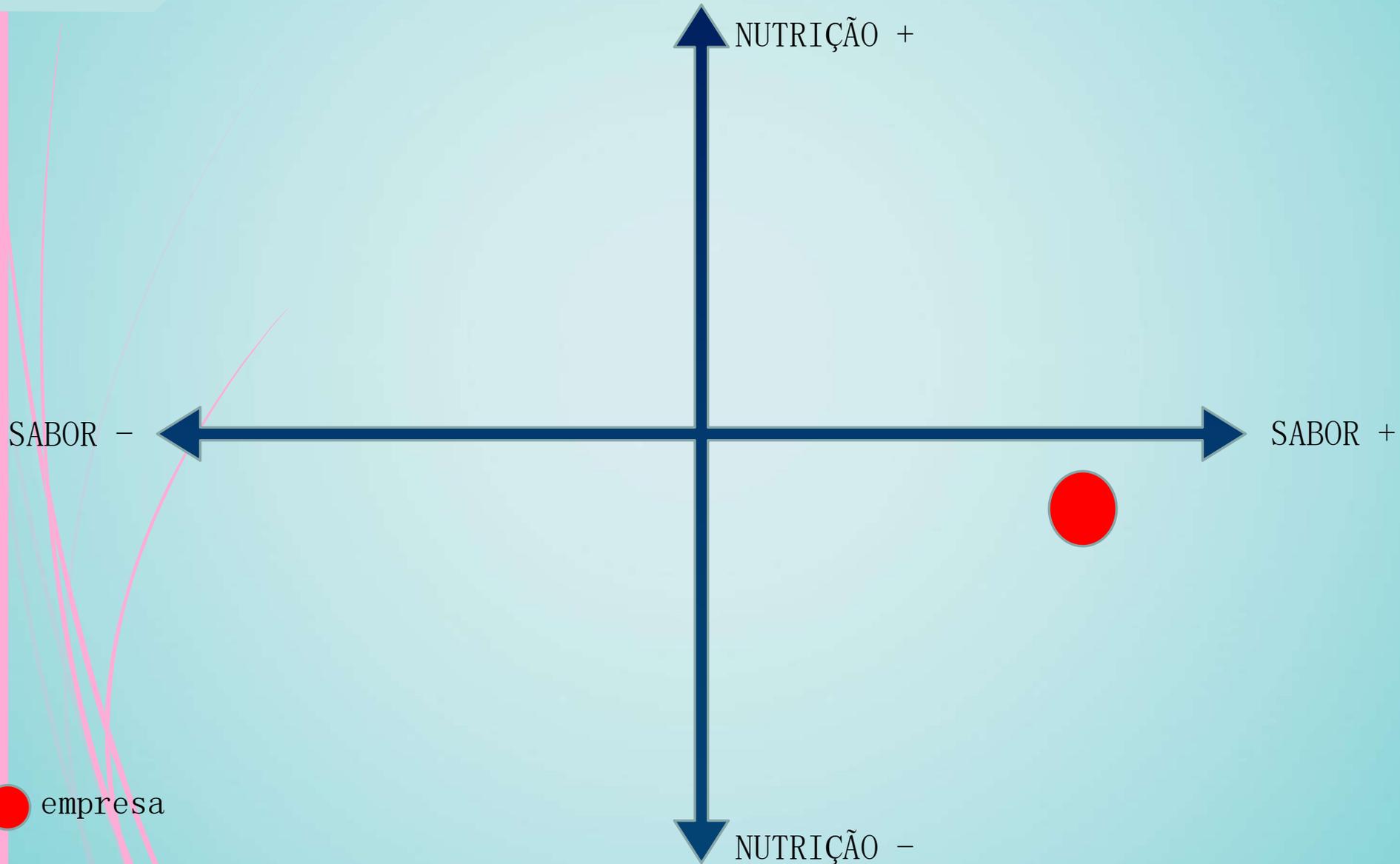
DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

Público-alvo: Homens e mulheres, faixa etária de 14 a 24 anos. Estudantes, do ensino fundamental ao médio, pertencentes a classe econômica A ou B, localizados na zona urbana da cidade de Ubá.

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

A empresa oferece churros de sua própria produção, fritos, porém sequinhos, com recheio de doce de leite. Os churros são fritos na hora e são servidos com um acompanhamento.

Trabalhamos por um ideal: oferecer uma experiência única e saborosa. Estamos aptos para oferecer o melhor aos nossos clientes “amigos”.

DEFINIÇÃO DA ESTRATÉGIA DE MERCADO

Produtos existentes

1. Penetração de Mercado

2. Desenvolvimento de Mercado

Novos produtos

3. Desenvolvimento de Produto

4. Diversificação de Produto

Mercados Existentes

Mercados Novos

JUSTIFICATIVA PELA ESCOLHA DA ESTRATÉGIA DE MERCADO

A estratégia de mercado da empresa Churros Estudantil será focada em “Desenvolvimento de Mercados”, onde mantém os produtos existentes e busca novos mercados. Essa estratégia será para permanecermos com o mesmo e único produto “Churros” e buscarmos ampliar nosso público-alvo, buscando atrair novos clientes com faixa etária mais elevada.

DEFINIÇÃO DA MARCA

Nome: Churros Estudantil

Símbolo:



Slogan: Seu momento mais doce!

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

Doce em **formato** de tubo, com massa a base de farinha de trigo e água, frita em óleo vegetal, sendo assim, macia por dentro e crocante por fora. Logo após, pode ser salpicado com uma camada de açúcar por fora (opcionalmente, também com canela).

A **massa** contém 12 centímetros em média de comprimento. Recheio de doce de leite sendo a tradição da Churros Estudantil.

Embalagem diferenciada, onde terá separadamente um potinho para o recheio, acoplada a caixa que vem o churros.



PREÇO

O valor do custo do churros é uma média de R\$9,32. O preço de venda será de R\$17,99 e teremos como opções de pagamentos para os clientes as seguintes condições: dinheiro, cartão débito e crédito e pix.

Produto	Quantidade	Preço	Quantidade utilizada	Valor
Farinha de trigo	1 kg	R\$ 4,99	250 gramas	R\$ 1,2475
Ovos	30 unidades	R\$ 16,99	2 ovos	R\$ 1,1326
Água	20 litros	R\$ 13,00	200 ml	R\$ 0,1300
Óleo Vegetal	900 ml	R\$ 16,50	900 ml	R\$ 3,3000
Sal	1 kg	R\$ 1,69	1 pitada - 2 gramas	R\$ 0,0033
Açúcar	5 kg	R\$ 18,49	15 gramas	R\$ 0,0554
Margarina	1 kg	R\$ 17,99	13 gramas	R\$ 0,2338
Doce de leite	390 g	R\$ 10,99	50 gramas	R\$ 1,4000
Canela	30 g	R\$ 4,99	5 gramas	R\$ 0,8316
Embalagem	200 unidades	R\$ 192,00	1 unidade	R\$ 0,9600
Copo plástico	100 unidades	R\$ 2,90	1 unidade	R\$ 0,0300
CUSTO TOTAL				R\$ 9,32

PRAÇA/DISTRIBUIÇÃO

Faixa da van (local do estabelecimento):



A área total do local é de **40 m²**. Sua **localização** será no centro da cidade, no endereço: Praça São Januário, 12, Centro, Ubá-MG (Posto de gasolina São Januário).

A **venda ocorrerá** através de propagandas nas redes sociais (Instagram), cartões fidelidades distribuídos e panfletos que será entregue pela cidade.

O **processo para ocorrer a venda** funcionará da seguinte maneira: o cliente chega, terá uma pessoa para atende-la, onde irá anotar seu pedido e receber o pagamento, será entregue ao cliente uma senha do número do seu pedido. Logo após, vai para o processo de execução do churros e montagem, que terá uma pessoa responsável por isso. Em seguida, quando estiver pronto, irá chamar a senha da pessoa na tela e a mesma poderá pegar seu pedido na parte de trás da van, entregando sua comanda com a senha.

PROMOÇÃO/COMUNICAÇÃO

Iremos divulgar nossos produtos através das redes sociais, com foco principal no Instagram, que é onde nosso maior público se encontra. Teremos como forma de atrair clientes nosso cartão fidelidade.

Cartão fidelidade



Cardápio



PANFLETO DE MKT VIA CANVAS

**ALGUÉM DISSE
CHURROS ?**



 (32) 99911-3654  churros_estudantil


**CHURROS
ESTUDANTIL**

*Vontade de comer um
Churros ?*

PEÇA JÁ O SEU!



 (32) 99911-3654  churros_estudantil


**CHURROS
ESTUDANTIL**

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.

CONCEITO	EXCELENTE	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	NÃO TEM
PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1	0

Vantagens Competitivas (principais estímulos para os clientes)	Seu negócio	Concorrentes		
		(D' Gusta Churros)	(Churros caria Vip)	(Churros no Barril)
Churros ser frito na hora (Presencialmente na frente do cliente)	5	0	0	0
Cozinha aberta, onde os clientes conseguem visualizar o processo	5	3	0	0
Atendimento humanizado e presencial	5	0	0	0
Embalagem diferenciada e prática	5	4	0	0

Vantagens Competitivas (principais estímulos para os clientes)	Seu negócio	Concorrentes		
		(D' Gusta Churros)	(Churros caria Vip)	(Churros no Barril)
Flexibilidade de horário	5	3	0	0
Localização estratégica (centro da cidade)	5	0	0	0
Fidelização dos clientes	5	3	2	2



OBRIGADO ! ! !

Grupo 6:

**Larissa Martins Ferreira
Lívia Campos Bressan
Paola Miranda Dias Machado
Victor Guilhermino Prates Marangon**