



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
<NOME DO CURSO>

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL

CASA DO TEMAKI

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

<NOME DO CURSO>

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

CASA DO TEMAKI

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Agna Quech de Souza, RA 1012021100210

Igor da Silva de Oliveira, RA 1012021100559

Leticia dos Reis Colozzo, RA 1012021100395

Rodrigo Assis de Mello,, RA 1012021100384

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	6
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	8
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	8
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	8
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	8
4. CONCLUSÃO	10
REFERÊNCIAS	11
ANEXOS	12

1. INTRODUÇÃO

O objetivo do projeto (a proposta de criação de um novo empreendimento), foi uma oportunidade de passar pelo processo de criação de um empreendimento na teoria. Pensando em um nicho de mercado onde a demanda fosse grande o suficiente para um acesso rápido da empresa, chegamos à decisão de fornecer refeições devido a alta demanda de entrega de refeições gerado pelo distanciamento na pandemia.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Com características importantes como: oferta e demanda no ramo da alimentação, a empresa fornecedora de refeições orientais Casa do Temaki, aposta no mercado do interior de São Paulo, com seus serviços de compra, produção, empacotamento, venda e entrega de refeições orientais.

A região do interior de São Paulo, possui oferta de refeições orientais com qualidade e também conta com boa demanda para o consumo deste produto. Assim, o foco da empresa fornecedora de refeições orientais Casa do Temaki, é inserir neste mercado produtos atraentes que atendam as necessidades do mercado.

O mercado consumidor de refeições orientais por entrega tem crescido absurdamente rápido neste período de pandemia. Há variedades que são mais consumidas em detrimento de outras, como é o caso das barcas montadas, temakis, mais consumidas do que o rodízio, devido ao distanciamento social estabelecido para evitar a propagação do Coronavírus.

Há na região algumas fornecedoras de refeições orientais em que é utilizado venda deste produto ou serviço em um comércio já existente, conhecido como “restaurante de comida japonesa”, que concentra o comércio deste produto.

As empresas concorrentes possuem uma já implementada rede de consumidores como os atacadistas e varejistas além de serem compradores conhecidos pelos distribuidores de oriental desta região, logo sempre são procurados pelos distribuidores que desejam vender de acordo com os preços de mercado. Em contrapartida, a empresa Casa do Temaki possui também como fornecedor, importantes distribuidores de oriental devido a boa relação existente entre a empresa e os distribuidores da região, pois a mesma também fornece o serviço de distribuição desses produtos.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Para o novo empreendimento, a empresa Casa do Temaki necessitará de processos para executar com perfeição a comercialização deste produto sendo essas etapas as seguintes:

- compra e controle de estoque
- produção e empacotamento
- atendimento e venda
- entrega do produto

Então é de extrema importância que o gestor tenha a habilidade de gestão de pessoas, para que cada etapa funcione de acordo com esperado, e que ele entenda esses processos desde a raiz, para que possa ter controle dos resultados. Contratando assim as pessoas certas e com conhecimento correto para executar cada função.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

A empresa Casa do Temaki entraria com recurso próprio no valor de R\$5,000,00 tendo em vista que essa quantia inicial renderia pelo menos 10 mil reais em vendas, e que metade do valor investido, seria de utensílios e maquinários comprados apenas no primeiro mês.

O que significa que dentro de 2 meses ela teria o retorno do valor investido e uma renda fixa para as próximas compras.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

a Proposta da Casa do Temaki é a seguinte:

A venda de refeições orientais de rápido preparo utilizando como produto foco o “Temaki”, um “lanche de fácil montagem” , que pesa em média 200 gms sendo composto de:

- 70 gms de proteína in natura
- 90 gms de carboidratos saudáveis.
- 20 gms de cream cheese
- 10 gms de temperos

Baseado no mercado já estudado pela casa do temaki, sabemos que as demais empresas que fornecem esse tipo de produto ou serviço vendem em média uma caixa de 30 kgs de salmão fresco a cada 3 dias, com um atendimento mínimo feito através de redes sociais e plataformas de refeição.

- Cada caixa de 30kg custa R \$1.000,00 já com os custos do transporte.
- carboidratos e produtos orientais custam em média R\$500,00 para cada caixa
- preparo e mão de obra R\$500,00
- embalagens e entrega RS500,00

Fechando o custo do produto final em R \$2.500,00 com o produto já entregue na mão do cliente, essa quantidade de matéria produz 280 temakis. Que são vendidos no mercado a R\$19,90 resultando em um valor de venda de R \$5.572,00 a cada 3 dias.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Para atingir esse resultado de vendas iremos direto ao processo de vendas , serão criadas páginas de vendas e redes sociais para a empresa casa do temaki, pois a persona que consome este tipo de produto esta por maior parte nos aparelhos eletrônicos, que são jovens de 18 a 35 anos, com hábitos alimentares semelhantes, rotinas e personalidades que se encaixam a necessidade de mercado do seu produto.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, visão e valores são o tripé que confere identidade e propósito para uma empresa. Sem esse tripé, é praticamente impossível construir um planejamento estratégico e guiar as decisões feitas dentro da empresa de modo a atingir os resultados esperados.

Em resumo, costumo dizer que a **missão** é o propósito da empresa, o motivo pelo qual ela existe e trabalha todos os dias. Já a **visão** é a declaração de onde a empresa quer chegar, um grande objetivo a ser alcançado a longo prazo, e os **valores** são os princípios a serem seguidos em todas as ações da organização, devendo ser visíveis tanto interna quanto externamente.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

O fast food gera muito lixo descartável, que acaba parando de forma errônea no meio ambiente gerando milhões de toneladas em lixo descartado, principalmente pelos estabelecimentos, pensando em soluções para isso, nasceu então a ideia de montar um conceito de fast food que fosse auto sustentável sem gerar lixo no meio ambiente, e em busca por esse processo a casa do temaki trará soluções para uma maior preservação do meio ambiente e também poder fornecer essa necessidade do mercado.

Sem prejudicar o meio ambiente, e com um produto de qualidade que o cliente merece.

4. CONCLUSÃO

Ao analisarmos este projeto é possível avaliar, vários possíveis projetos de aberturas de estabelecimentos que tenham como foco delivery de refeições, seja em casa ou até mesmo de forma industrializada.

Vale ressaltar que a ideia deste projeto era mostrar os processos necessários para se empreender um negócio do zero tendo uma renda disponível, logo cada custo e variação de preço deve ser levado em consideração devido a sua região.

REFERÊNCIAS

<https://blog.contaazul.com/10-razoes-para-abrir-seu-proprio-negocio/>

<https://aberturasimples.com.br/abrir-uma-temakeria/>

<https://blog.saipos.com/como-calcular-preco-de-sushi/>

<https://www.montarumnegocio.com/como-montar-uma-temakeria/>

ANEXOS

No anexo conta a identidade visual da temakeria e propagandas para melhor divulgação do comércio

