

PLANO DE NEGÓCIO

Sumário

SUMÁRIO EXECUTIVO.....	2
APRESENTAÇÃO DA EMPRESA.....	2
Empreendedora	2
Fonte de Recursos	3
Capital social	3
PRODUTOS & SERVIÇOS.....	3
ANÁLISE DO MEIO ENVOLVENTE	3
Contexto Económico	3
ANÁLISE DO MERCADO	3
Estudo dos Clientes	3
Estudos dos concorrentes	4
Estudo dos fornecedores.....	4
ANÁLISE FOFA.....	4
ESTRATÉGIA DA EMPRESA	4
PLANO DE MARKETING	4
O Preço.....	5
Estratégias Promorcionais	5
Estrutura de comercialização.....	5
Localização do negócio	5
PLANO OPERACIONAL	5
Processos Operacionais	5
PLANO DE ORGANIZAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS	6
PLANO PRODUTIVO	6
PLANO ECONÓMICO FINANCEIRO	6
PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO/CALENDARIZAÇÃO	8
MOTIVAÇÃO.....	8

SUMÁRIO EXECUTIVO

Pretendemos com este plano de negócios, apresentar uma empresa com oferta inovadora numa área de negócio não muito fácil no nosso país porque sem grandes motivos a alimentação é muito cara. A nossa equipa quer com isso mostrar que vamos fazer refeições com qualidade a baixo custo.

Na kubata da Ngalaxe é um estabelecimento comercial, do género restaurante, destinado ao preparo e comércio de refeições que são levadas e consumidas em outro local, **Take-away** ou **take-out**.

Não providenciamos serviço de mesa por enquanto. A nossa Empresa comercializa refeições saudáveis e de boa qualidade, à pessoas interessadas no nosso Serviço, vendemos o Prato a 500.00 e 750.00 kz, a hora do almoço todos os dias úteis.

O capital investido é de 2.468.380.00 Kuanzas, a facturação mensal é 594.500.00

O retorno deste investimento espera-se daqui a 1 ano e Meio.

APRESENTAÇÃO DA EMPRESA (logotipo)



Na kubata da Ngalaxe, é uma empresa vocacionada a venda de **Take-away**, Doces e Salgados, serve buffet, cocktail, pequeno almoço, e Coffe Break.

É uma empresa singular ou em nome individual.

Empreendedora

Graciete Raposo de Almeida Dias dos Santos

Bacharel em Língua Inglesa e Literatura da Língua Inglesa, Professora de Informática na óptica do utilizador, Professora e coordenadora da Disciplina de Empreendedorismo, no Instituto de Telecomunicações, uma vasta formação em Culinária e confeitaria, tem uma vasta experiência no ramo.

Situa-se no Bairros dos CTT km 7, Edifícios do parque tecnológico apartamento B2 primeiro piso.

Aureliana de Almeida- Gerente/Cozinheira

Eduardo Campos –Motorista

Nádia José- Ajudante

Fátima António- Ajudante

Fonte de Recursos

Recursos próprios

Capital social

50.000 kz

PRODUTOS & SERVIÇOS

Vendemos alimentação saudável em tigelas de take away, Doces e Salgados, servimos buffet, cocktail, pequeno almoço, e Coffe Break o que nos distingue da concorrência é a qualidade e saúde dos nossos produtos.

ANÁLISE DO MEIO ENVOLVENTE CONTEXTUAL

Contexto sociocultural

Os nossos clientes, são homens, mulheres , jovens e adolescentes, têm idade compreendida entre os 13 aos 70 anos de idade, veem de vários sítios da cidade de Luanda, são professores e alunos, policias, e outras empresas, com níveis educacionais variados

Contexto Económico

As taxas de câmbio influenciam muito o desenvolvimento da empresa.

Contexto Tecnológico

O nosso material de produção, segue um padrão tecnológico, que nos permite produzir mais em pouco tempo e aumentar os processos de produção.

Contexto Político Legal

Para a nossa empresa a influência político legal não tem sido positiva.

A falta de apoio da banca e do Estado, e a falta de incentivos legais.

ANÁLISE DO MEIO TRANSACIONAL

ANÁLISE DO MERCADO

Estudo dos Clientes

São pessoas, homens e mulheres, Jovens e adolescentes, Professores, Pessoal Administrativos, alunos e policiais, têm Idades compreendidas entre 13 a 70 anos, auferem um salário rasurável, moram nos arredores e em diversas zonas da cidade de Luanda.

São também nossos clientes empresas que actuam no ramo de prestação de serviço e comércio.

Compram várias refeições por dia, todos os dias e pagam em cash ou transferência bancária. O que leva as pessoas a comprar o nosso produto, primeiro é a qualidade do produto, depois o preço e o atendimento da Empresa. Compram para satisfazer as necessidades fisiológicas.

Estudos dos concorrentes

Os nossos concorrentes têm um serviço, um pouco diferenciado, o nosso preço é o melhor até agora, penso caprichar mais no meu produto

Estudo dos fornecedores

Os meus fornecedores são os supermercados como o Kero, nosso super, Shoprit ; Mercados informais, Como o mercado do 30 , tunga go etc.

Comparados os preços os mercados informais fazem os preços mais baixos em alguns produtos.

ANÁLISE FOFA

Forças	Oportunidades
Preço de venda competitivo Equipe treinada e emotiva Localização estratégica da Empresa	Existência de muitos Clientes Aumento crescente da demanda
Fraquezas	Ameaças
Forma de atendimento. Falta de lugar para acomodar os clientes	A concorrência A inflação

ESTRATÉGIA DA EMPRESA

Missão

Somos uma empresa que vende refeições takeaway , ou seja levadas para serem consumidas em outro lugar.

O Nosso objectivo é servir refeições saudáveis a baixo preço, somos diferentes porque o nosso produto é saudável de qualidade e a preço baixo.

O nosso público alvo são pessoas singulares e coletivas.

Os nossos valores

- Somos uma empresa séria, respeitamos os nossos clientes, servimos produtos de boa qualidade, acreditamos que podemos crescer todos os dias, transmitimos confiança e somos Humildes.
- A nossa missão é vender alimentação saudável a baixo custo.
- **Visão**
- Queremos crescer no mercado daqui a 5 anos queremos estar em vários pontos da província de Luanda.
- Daqui a 10 anos queremos estar em vários pontos do País.

PLANO DE MARKETING

Fazemos a divulgação através de panfletos, na internet, temos planos de criar um site para divulgação dos nossos serviços, fazemos divulgação porta a porta, boca a boca

Na Kubata da Ngalaxe , fazemos refeições saudáveis e de boa qualidade, vendemos em embalagens de take away.

O Preço

O preço é calculado em função aos custos dos produtos.

Estratégias Promocionais

Os nossos produtos são divulgados pela Internet, Brinds, amostra grátis, descontos (de acordo com os volumes comprados) participação em feiras e eventos.

Estrutura de comercialização

Os produtos da empresa Na Kubata da Ngalaxe Chegam aos clientes ', comprado por eles pessoalmente, fazemos entregas, muitos pedidos são encomendas por telefone.

Localização do negócio

A localização para instalação do negócio é no bairro dos CTT km 7 , porque tem localizada várias escolas e esquadra da polícia estes são os nossos potenciais clientes, vamos abrir filiais em outras zonas de Luanda.

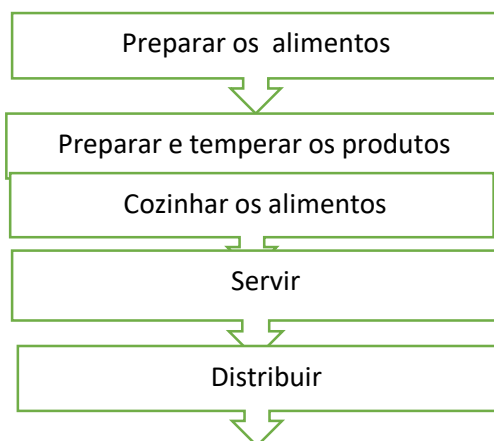
PLANO OPERACIONAL

Capacidade produtiva /comercial /serviços

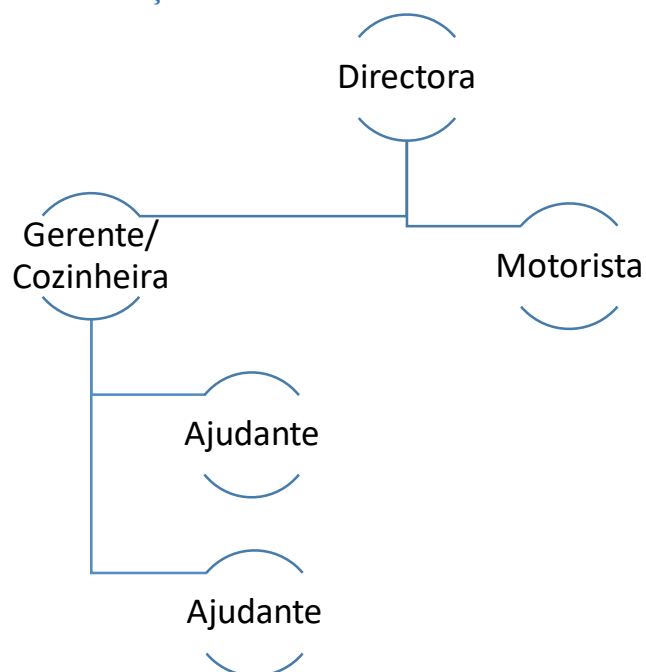
A capacidade máxima de produção é de 150 refeições diárias.

O volume de produção inicial é de 50 refeições diárias.

Processos Operacionais



PLANO DE ORGANIZAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS



O pessoal é submetido a uma formação assim que começa a trabalhar,

PLANO PRODUTIVO

O plano produtivo começa com aquisição da matéria prima nos supermercados e mercados como mercado dos 30 ai compramos uma boa parte dos produtos para o plano produtivo

A capacidade produtiva/ comercial/ serviço

A capacidade máxima de produção é de 300 refeições diária

O volume de produção inicial é de 50 refeições diárias

PLANO ECONÓMICO FINANCEIRO

INVESTIMENTOS:

Despesas Pré-Operacionais

Gastos com Pesquisas de mercado	20.000.00
Honorários publicitário para desenvolver a marca	5.000.00
Total	25.00000

INVESTIMENTOS FIXOS

Equipamentos	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Fogão	1	182.000.00	182.000.00
Grelhador	1	50.100.00	50.100.00
Mesa de inox	1	120.000.00	120.000.00
Arca	1	117,199.00	117,199.00
Batedeira	1 Grande	90.000.00	90.000.00
Batedeira	1 pequena	15.000.00	15.000.00
Hamburgueira	1	80.320.00	80.320.00
Assador/aquecedor de cachorro quente	1	55.671.41	55.671.00
Panelas	1 jogo	20.000.00	20.000.00
Banheiras	3	1.200.00	3600.00
Baldes	2	1.000.00	2000.00
Caixas para transporte das refeições	2	3.000.00	6000.00
Tigelas plásticas	50	130.00	6500.00
Tabuleiros	5	500.00	2500.00
Tigelas	3	500.00	1500.00
Pratos	1cx	4000.00	4000.00
Talheres	1cx	4000.00	4000.00
TOTAL			643.380.00

CAPITAL DE GIRO

Despesas	Valor mensal
Salários	131.000.00
Contas (água, luz, telefone)	19.000.00
Total	150.000.00

Investimentos	Ano I	Ano II
Pré Operacionais	25000.00	
Fixos	643.380.00	
Capital de Giro	1.800.000.00	1.800.000.00
Total	2.468.380.00	2.468.380.00

PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO/CALENDARIZAÇÃO

Já estamos a dois Anos no mercado,

MOTIVAÇÃO

A minha motivação é alimentar, os alunos, professores, e funcionários da minha comunidade de forma saudável e a baixo custo, para que eles se sintam bem e possam aumentar a sua produtividade evitando adquirir doenças.