



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO
CONSELHO SUPERIOR

CARLOS VINICIUS ALVES DOS SANTOS
DAIANE ALVES CAVALCANTE
PAULO CEZA FERREIRA DO NASCIMENTO
RAYANE KETYLLI ALVES DE OLIVEIRA
WANESSA BARBOSA DA SILVA

ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIO DE UM FOOD TRUCK

Qi-Delicía

POSSE, 2020

CARLOS VINICIUS ALVES DOS SANTOS

DAIANE ALVES CAVALCANTE

PAULO CEZA FERREIRA DO NASCIMENTO

RAYANE KETYLLI ALVES DE OLIVEIRA

WANESSA BARBOSA DA SILVA

ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIO DE UM FOOD TRUCK

Qi-Delicía

Plano de negócio apresentado ao curso Técnico em Administração, referente a Um Food truck, para a conclusão do Curso e obtenção do título de Técnico em administração.

Orientadora: Maryele Rezende

Posse-GO 2020

Sumario

1-Introdução.....	5
1.1-Competência dos responsáveis.....	6
1.2-Plano de emoreendedorismo.....	6
1.3-Plano financeiro.....	8
1.4-Descrição legal da empresa.....	8
1-5-Situação planejada e desejada.....	8
2-Plano de produção.....	10
2.1-Objetivos.....	10
2.2-Produtos/serviços.....	10
2.2.1- Conceito.....	10
2.2.2-Pacote.....	10
2.3-Fluxograma.....	11
2.4-Cronograma.....	12
2.5-Processos de transformação.....	14
2.6-Objetivos de desempenho.....	14
2.7-Estimulos a produtividade.....	15
2.8-Recursos necessários para a execução do trabalho.....	15
2.9-Influência da localização para demanda.....	15
2.10-Tipos de processo de transformação.....	15
2.11-Capacidades produtivas.....	15
2.1.1.1-Capacidade disponível.....	16
2.12 - Atividades a serem realizadas por cada sócio.....	17
2.13-Custo mensal para manter o profissional incluindo encargo.....	17
2- Plano de empreendedorismo.....	18
3.1-Conceito da empresa.....	18
3.2- Os procedimentos para a criação de uma empresa.....	19
3.4-Fontes de recursos.....	20
3.8- Estratégia empresarial.....	20
4-plano de marketing e vendas.....	21
4.1-Pesquisa de mercado.....	21
4.2-Fatores presentes no mercado de Food Trucks.....	24
4.3- Concorrência.....	24
4.4- Mercados consumidor.....	25
4.5- Análise swot da empresa:	26
4.5.1- Pesquisa de mercado.....	26
4.6 – Portfólio da empresa.....	28
4.6.2- Definição de carro chef.....	29
4.6.3- Logomarca, símbolo E slogan.....	30
4.6.4- Ciclo de vida da empresa.....	31
4.6.5- Ação de responsabilidade social.....	31
4.7. Plano de ação.....	31
4.8-Produto.....	32
4.8.0-Histórico do produto.....	32
4.8.1-Concorrência	32
4.8.2 Marca.....	32
4.8.3-Embalagem, Design, Cor Do Produto.....	33
4.8.4-Pontos De Diferenciação Com Os Nossos Concorrentes.....	33
4.8.5-Nível de Qualidade Do Produto.....	33

4.8.6-Os Serviços Que Agregam Valor Ao Produto.....	34
4.8.7-Atendimento Ao Consumidor.....	34
4.9-Processo De Treinamento Para Quem Vende O Produto.....	34
4.9.1-Pesquisa De Satisfação.....	35
4.9-Praça.....	35
4.10.1-Localização.....	35
4.10.2-Canais de distribuição.....	35
4.10.3-Participação no canal de vendas.....	36
4.10.4 Empresas atuantes.....	36
4.10.5 -Procedimentos de venda.....	36
4.10.6-Processo logístico.....	36
4.10.7-Intensão de pesquisa.....	37
4.10-Promoção.....	37
4.11.1-Estratégias de posicionamento do produto.....	37
4.11.2-Componentes de comunicação.....	37
4.11.3-Promoções de vendas.....	37
4.11.4.1-Artifícios.....	38
4.11.5-Propaganda dos concorrentes.....	38
4.12-Prazos e Condições de pagamento.....	38
4.12.1-Script de vendas.....	39
4.12.2-Estrutura do preço do produto.....	39
4.12.3-Diferenciação de preço por canal de vendas.....	39
4.12.4-Margem de contribuição de cada produto ou serviço.....	39
4.12.5-Estrutura de formação de Preço e Impostos implicados no preço... ..	39
4.12.6-Projeção de vendas.....	39
5-Plano financeiro.....	39
5.4 Despesas Administrativas e operacionais, fixas e variáveis.....	39
5.5-Demonstração do Investimento Inicial.....	41
7.1-Imposto Simples Nacional.....	46
7.2-Formula Simples Nacional.....	46
8.1-Entradas/saida.....	47
8.2-DRE.	46
9.1-Viabilidade.....	50
9.1.2-Referencias.....	50

Agradecimentos

Agradecemos aos professores que nos ajudaram desde o início, o apoio do mesmo foi fundamental para a elaboração e, enfim, a conclusão deste plano.

Aqueles que diretamente e indiretamente nos ajudaram na conclusão do plano de negócio.

1-INTRODUÇÃO

Este projeto final do curso, tem como objetivo analisar a abertura de uma empresa no ramo da alimentação, vinculando a conceitos de lanchonetes fast food, como agilidade e praticidade. O food truck é uma adaptação de cozinha móvel, de dimensões pequenas sobre rodas que transporta alimentos de forma itinerante.

Esta é uma ferramenta que analisa o negócio do ponto de vista estratégico, adotando tanto uma perspectiva interna, quanto externa do ambiente que o cerca. O estudo conta com abordagens relativas aos planos de gerenciamento, produção, 'marketing' e financeiro do negócio, analisando o planejamento e entendendo a sua estruturação para uma entrada no mercado de comercialização de comida de food truck móvel, que possua uma marca forte, visualmente perceptível associada à venda de produtos que cumpri o seu 'marketing', discutindo se é financeiramente viável implantação deste empreendimento na cidade de Posse-GO. Com um grande potencial para crescer e ser explorado e, até mesmo ser expandido para a região.

Missão: Produzir e comercializar sobre rodas, proporcionando um ambiente agradável ao ar livre, oferecendo uma alimentação rápida e deliciosa, com um bom atendimento.

Visão: A QI-Delícia, tem como visão se expandir na região, sendo referência no mercado em que atua pelo seu comprometimento e respeito com os seus clientes, criando assim, novas filiais e, conquistando cada vez mais o paladar dos clientes.

Valores:

- Respeito.
- Bom humor.
- Responsabilidade socioambiental.

- Sinergia e seriedade no trabalho em equipe.
- Ética.

1.1-COMPETÊNCIA DOS RESPONSÁVEIS

A empresa não terá um grande número de sócios. De início, serão os sócios responsáveis pelas atividades do Food Truck, são 5 sócios no total, tendo as funções e competências, devidas ao nível estratégico, tático e operacional.

Sócio 1: Esta função é do sócio Carlos Vinicius Alves dos Santos

Produção de lanches/ Ficarão responsáveis por essa parte o sócio Paulo Ceza Ferreira do Nascimento.

Marketing: Nesta parte ficara a sócia Daiane Alves Cavalcante.

Administrativa e financeira: A sócia Rayane Ketylli Alves de Oliveira.

Caixa e vendas: Wanessa Barbosa da Silva.

RAZÃO SOCIAL:

Food Truck QI Delícia Ltda.

NOME FANTASIA: QI Delícia.

CNPJ: 50.719.562/0009-17

SEGMENTOS DE ATUAÇÃO: Ramo alimentício.

ENDEREÇO: Praça da Matriz, Centro, Guarani de Goiás.

TELEFONE: (62) 3481-5007 ou (62) 9 9908-5024.

WHATSAPP: (62) 9 99085024.

E-MAIL: foodtruckqidelicia@gmail.com.

1.2-PLANO EMPREENDEDORISMO

O food truck QI-Delicia vai ter um veículo bastante popular, muito conhecida no mercado, a Kombi sendo assim, personalizada, para ser utilizada no ramo alimentício.

Abaixo temos algumas fotos deste veículo e como ele foi adaptado para atender as necessidades de um food truck, o que mudaria neste é o externo, com a pintura e customização de acordo com o rosto e proposta da empresa.

OBS. o veículo em questão é usado, tendo km rodados e já vem customizado.

As imagens abaixo mostram o layout da Kombi e da parte interna do veículo, com as suas adaptações já feitas, onde realizaremos as atividades diárias.



Serão comercializados alimentos rápidos e de fácil manuseio como hambúrgueres e batata frita, também ofertaremos bebidas como refrigerantes e sucos naturais, estaremos em lugares diferentes e estratégico, onde possui uma maior concentração de pessoas.

No dia a dia agitado, comer fora de casa é um hábito cada vez mais comum no cotidiano de estudantes e moradores de Posse-Goiás.

OBS: Como o nosso projeto não ficara em lugar fixo, postaremos durante amanhã a localização onde vamos estar, por meio do Instagram, Facebook, WhatsApp.

1.3-PLANO FINANCEIRO

O food truck QI-Delícia terá um investimento inicial próprio de R\$ 23.617,74, serão 5 sócios, cada membro entrará com R\$ 4.723,60 mil, possuindo 20% das cotas, com o total de 100%. Os investimentos serão direcionados para a compra de máquinas, equipamentos, utensílios e para o capital de giro da empresa, para atendermos de forma eficaz os nossos futuros clientes.

A empresa será composta apenas por sócios, sendo que, os gastos e lucros serão divididos em partes iguais.

1.4-DESCRIÇÃO LEGAL DA EMPRESA

O nome da empresa será registrado legalmente antes da abertura do negócio faremos os seguintes procedimentos para a criação da empresa:

- Registro no Juntado Comercial do Estado
- Inscrição do CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas) na Receita Federal
- Inscrição Estadual
- Contrato Social
- Certificado do Corpo de Bombeiros

A empresa terá o nome fantasia QI-Delícia, tipo da empresa e enquadramento: microempresa, sociedade limitada.

- QI-Delícia é uma empresa que será criada no ano de 2020 para satisfazer a demanda no setor alimentício. Sendo comercializado alimentos e bebidas como hambúrgueres e sucos.

1.5-SITUAÇÃO PLANEJADA E DESEJADA

A empresa QI-Delícia planeja alcançar o mercado através de estratégias:

CURTO PRAZO

- Comercializando nossos produtos nas cidades vizinhas em festas e eventos tradicionais da região. Como o rodeio na cidade de Iaciara-Goiás.
- Além disso, a logística é área que deve ser mais contemplada, com procedimentos de produção, estoque e transporte, para deslocar onde houver eventos
- Pesquisas de mercado, justificando o investimento, para analisar se vai atingir o público alvo
- Tendo controle e avaliando a produção, tendo controle dos nossos serviços, com todos os sócios compreendendo as estratégias da empresa, para modifica-la se for preciso.
- Trabalhando para ter um bom gerenciamento ambiental com sustentabilidade, um exemplo disso abrange medidas para reduzir o consumo de papel, diminuindo custos, com iniciativa de fortalecer a necessidade de preservar a natureza.
- Propaganda no município de Posse e cidades vizinhas através de redes sociais (facebook, instagram, whatsapp) distribuição de panfletos e imas de geladeira.

MÉDIO PRAZO

- Crescer o número de funcionários e, aumentar a produção.

LONGO PRAZO

- Criação de filiais para alcançar mais clientes
- Expandir o negócio para outros estados.
- Buscar parcerias para divulgação e eventos.
- Com o pensamento no futuro de investir em uma choperia.



2-PLANO DE PRODUÇÃO.

2.1-OBJETIVOS.

Food truck é um espaço móvel que transporta e comercializa comida. Serão vendidos: Hambúrgueres, batata frita e bebidas como: sucos naturais e refrigerantes. A venda será feita em uma Kombi personalizada. A empresa se chamará “QÍ-Delícia”.

Pretendemos atender jovens e adultos, que tenha hábito de se alimentar fora de casa.

2.2- PRODUTOS/SERVIÇOS

2.2.1- CONCEITO

O food truck QI-Delícia é uma Kombi que produzirá e venderá lanches. Uma de suas qualidades está na facilidade de locomoção, um ambiente agradável sobre rodas a céu aberto. Proporciona um contato direto com os consumidores, aumentando o conhecimento sobre nosso produto. QI-Delícia poderá atender festas de carnaval, eventos esportivos, faculdades e parques, feiras de food trucks, eventos particulares e corporativos, principalmente lugares fixos, onde exista muito fluxo de pessoas para a demanda potencial por lanches.

Inovando na decoração, atendendo rapidamente e com qualidade para reduzir filas porque quando o atendente receber o pedido do cliente no caixa, ele vai direto para o local de produção, isto é, o pedido do cliente é levado pela atendente até o cozinheiro na cozinha do food truck, a proximidade dos locais facilita a rapidez no processo, evitando idas e vindas de papeis, erros de anotação.

Com um cardápio a disposição dos clientes em redes sociais como Facebook, Instagram e Whatsapp, permitindo que o cliente faça pedidos através do seu próprio ‘Smartphone’, sem precisar aguardar na fila, além de que vamos usar um app de food truck gratuito, chamado KYTE, com comanda eletrônica, recibos, controle de bebidas e estoque, relatórios gerenciais, etc, poderão ser também uma ótima opção em eventos, festas e feiras. O estabelecimento terá um serviço diferenciado no atendimento, além de aromas e temperos apetitosos.

2.2.2-PACOTE

QI-Delícia oferecerá uma boa eficiência dentro desse mercado alimentício:

- Funcionários qualificados com atendimento rápido, agilizando o processo de pedido e entrega.
- O Cardápio estará à disposição do cliente para sugestões e pedidos em redes sociais.
- Formas de pagamento acessíveis: (A vista, cartão de crédito/débito).
- Cartão fidelidade.

Todos poderão dispor de um ótimo atendimento e qualidade nos produtos.

2.3-FLUXOGRAMA

O fluxograma foi dividido em duas partes, o primeiro fluxograma (figura1) mostra o processo de limpeza e organização dos produtos feitos pelo funcionário (cozinheiro) antes de abrir o estabelecimento. O segundo fluxograma (figura 2) mostra o processo de preparação do alimento.

Figura 1:

Fluxograma Vertical								
Símbolos	●	Análise ou operação	Totais	0	Rotina	Atual ✕	De recepção de material	
	■	Execução ou Inspeção		9		Proposta		
	◐	Demora ou atraso		0	Unidade organizacional: Qi-Delicia			
	▲	Arquivo provisório		2	Estudado por:			
	▼	Arquivo definitivo		1	Em ___ de ___ de 20__			
	➔	Transporte		0				
Ordem	Símbolos						Unidades Organizacionais	Descrições dos Passos
1	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Limpar e corta a calabresa
2	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Adicionar os molhos no pote
3	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Colocar os refrigerantes no freezer
4	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	fatiar o presunto
5	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Colocar o sal no saleiro
6	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Fatiar a mussarela
7	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Cortar o bacon
8	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Lavar o hortelã
9	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Lavar os tomates
10	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	preparar polpa do maracujá
11	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Limpar o alface
12	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Organizar os guardanapos

Fonte: elaborada pelos autores.

Figura 2:

Fluxograma Vertical								
Símbolos	●	Análise ou operação	Totais		Rotina	Atual	X	De recepção de material
	■	Execução ou Inspeção		12		Proposta		
	◐	Demora ou atraso			Unidade organizacional: Qi-Delicia			
	▲	Arquivo provisório			Estudado por:			
	▼	Arquivo definitivo		1	Em ___ de ___ de 20__			
	➔	Transporte						
Ordem	Símbolos						Unidades Organizacionais	Descrições dos Passos
1	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Limpar a chapa
2	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Ligar a chapa
3	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Fritar o bacon
4	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Fritar o ovos
5	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Fritar o hamburguer
6	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Fritar a calabresa
7	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Pegar os pães
8	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Acrescentar o alface
9	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Acrescentar tomate
10	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Acrescentar milho verde
11	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Adicionar a mussarela
12	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Adicionar o presunto
13	●	■	◐	▲	▼	➔	Cozinheiro	Finalização do lanche

Fonte: elaborada pelos autores.

2.4-Cronograma

O cronograma foi dividido em duas partes, o primeiro cronograma (figura 1) foi tirado cinquenta e cinco minutos para a preparação dos produtos, o segundo (figura 2) é o tempo gasto para preparação do alimento, que será de 15 minutos, com a preparação de até 5 hambúrguer ao mesmo tempo.

O food truck Qi-Delicia será aberto ao público às 18:00hrs da tarde e ficará aberto até às 00:00hrs.

FIGURA 1: A ilustração abaixo mostra a preparação dos Ingredientes uma hora mais cedo às 17:00hrs.

Atividades	Descrição	17:00	17:05	17:10	17:15	17:20	17:25	17:30	17:35	17:40	17:45	17:50	17:55
1	Limpar e corta a calabresa	■											
2	Adicionar os molhos no pote	■	■										
3	Colocar os refrigerantes no freezer		■	■									
4	Cortar ou fatiar o presunto			■	■								
5	Colocar o sal no potinho				■	■							
6	Fatiar ou cortar a mussarela					■	■						
7	Cortar o bacon						■	■					
8	Limpar o hortelã							■	■				
9	Lavar os tomates								■	■			
10	Fazer polpa do maracujá									■	■		
11	Limpar o alface										■	■	
12	Ajeitar os portas guardanapos											■	■
12	Finalização												■
	Fonte: elaborada pelos autores.												

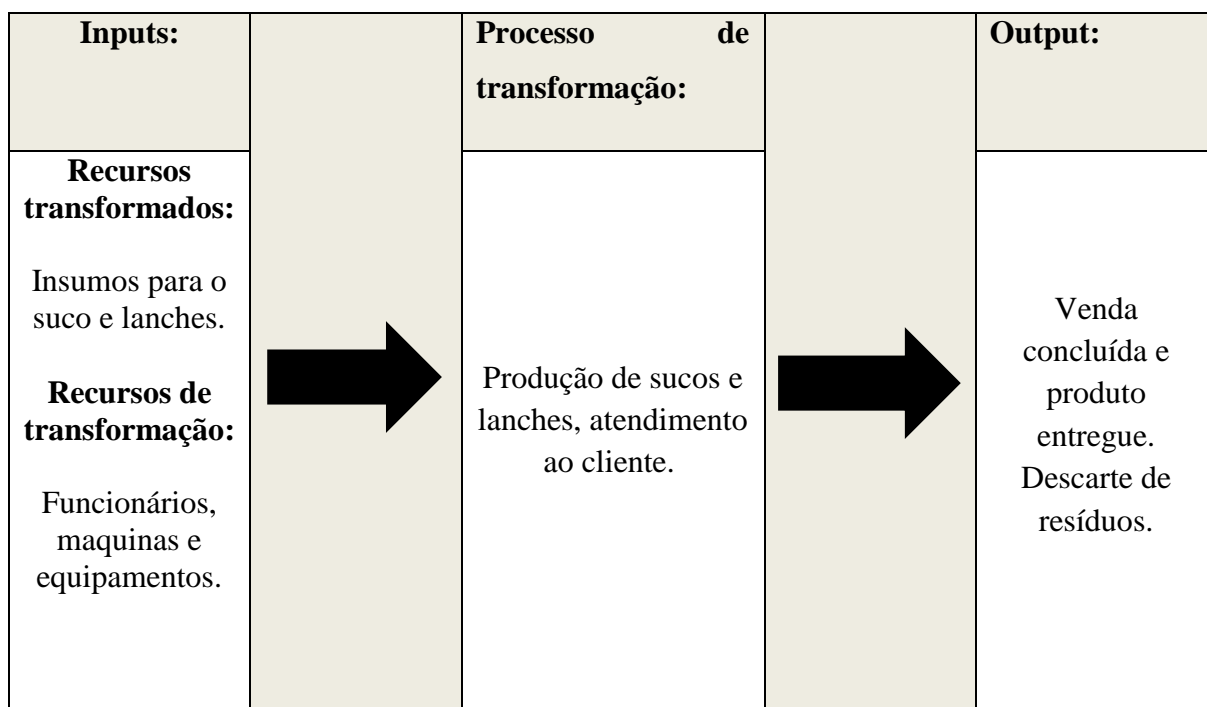
Fonte: Elaborada pelos autores.

Figura 2: A ilustração do tempo gasto para a preparação de um Hambúrguer.

Atividades	Descrição	07:00	07:05	07:10	07:15
1	Limpar a chapa	■			
2	Ligar a chapa	■			
3	Fritar Ovos	■	■		
4	Fritar Hambúguer		■	■	
5	Fritar Bacon		■	■	
6	Fritar Calabresa		■	■	
7	Preparar o Pão		■	■	
8	Acrescentar alface			■	■
9	Acrescentar Tomate			■	■
10	Acrescentar Milho verde			■	■
11	Adicionar Mussarela				■
12	Adicionar Presunto				■

Fonte: elaborada pelos autores.

2.5-PROCESSOS DE TRANSFORMAÇÃO.



2.6–OBJETIVOS DE DESEMPENHO

VELOCIDADE:

- Rapidez no processo conforme o subitem 2.2.1.
- Velocidade na operação interna.

FLEXIBILIDADE:

- Assegurar que o serviço prestado, seja de acordo com a expectativa do cliente.
- Introdução de novas rotas comerciais.
- Tendo controle total da produção.
- Amplitude de horários de atendimento durante eventos.

CONFIABILIDADE:

Desejamos conquistar a confiança dos nossos clientes e cumprir o que foi proposto, suprimindo as expectativas do consumidor, será medido conforme:

- Atraso médio de pedidos.
- Porcentagem de pedidos entregues no prazo.

2.7-ESTÍMULOS A PRODUTIVIDADE

Os sócios terão a oportunidade de dar sugestões para a melhoria da empresa nas reuniões. Será feito planejamentos e alinhamentos com os colaboradores para ter uma comunicação clara e objetiva, para evitar erros e retrabalhos. Utilizando métodos como a metodologia dos 5 Porquês. Fazendo reuniões e discutindo em grupo, será mais fácil chegar a um consenso sobre as causas dos problemas e, assim, ter uma visão mais clara de qual caminho tomar. Com reconhecimento aos membros envolvidos no crescimento da empresa.

2.8-RECURSOS NECESSÁRIOS PARA A EXECUÇÃO DO TRABALHO

As funções operacionais e gerenciais irão necessitar de uma Kombi adaptada para lanches, cadeiras, freezer e utensílios de cozinha.

A limpeza será feita pelos próprios sócios, será necessário: produtos de limpeza e higiene, equipamentos de proteção individual e sinalizadores de segurança.

A viatura móvel permanecerá na residência de um dos sócios, para a efetuação da limpeza, que terá em média de 30 a 40 minutos para higienização da Kombi.

2.9-INFLUÊNCIA DA LOCALIZAÇÃO PARA DEMANDA

A mobilidade permite a possibilidade de mudança de ponto de acordo com a demanda, uma das vantagens do food truck é a possibilidade de ir aonde os clientes estão. Não terá ponto fixo, aproveitaremos a flexibilidade do food truck para explorar diversos pontos da cidade que possuam aglomeração de pessoas como festas tradicionais da cidade, eventos esportivos, parques e faculdades. A escolha da localização se deve ao grande fluxo de pessoas.

2.10-TIPOS DE PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO

A QI-Delícia realizará o processo de transformação de insumos tendo em vista materiais que serão utilizados para criação de *hambúrgueres*, o processo é constituído de Inputs (Entradas), geralmente matéria-prima, que sofre um processo de transformação para a produção dos lanches e mudança de posse, pois trabalharemos com revenda de bebidas (refrigerantes e sucos).

2.11-CAPACIDADES PRODUTIVAS

A nossa capacidade produtiva, foi calculada com base no tempo que levamos para atender o cliente. Com variação de 15 minutos. Através da pesquisa de mercado foi estipulado uma meta de 112 atendimentos por dia, pois, a cada 15 minutos, a chapa pode fazer até 5 hambúrgueres, mas foi estipulado 4 hamburguês a cada 15 minutos, para levar o pedido ao cliente, vezes ás 7 horas trabalhadas, com os clientes usando nossos serviços em escolas, faculdade e eventos, em geral, dependendo da demanda do dia, trabalhando 26 dias por mês.

2.1.1.1-CAPACIDADE DISPONÍVEL

O cálculo da capacidade disponível, foi analisado pelos dias trabalhados, que são de terça a domingo, onde abriremos de terça-feira a domingo das 18:00 às 00:00, com total de 2184 produtos produzidos mensalmente.

Capacidade disponível	Mensal	Semestral	Anual
Atendimentos	2.912	17.472	34.944

Fonte: elaborada pelos autores

Venda de bebidas por dia:

Refrigerante lata	18
Suco 1lt	10
Agua com gás	4
Agua sem gás	10
Suco 500 ml	7
Refrigerante de 1,5 lt	11
Total	60

Fonte: champ'z

Capacidade disponível	Mensal	Semestral	Anual
Atendimentos	1.560	9.360	18.720

Durante a semana ocorrem interrupções previstas como mostra a tabela a seguir:

TABELA 3 – INTERRUPÇÕES PREVISTAS

HORAS PERDIDAS:

DESCRIÇÃO	SEMANAL	MENSAL	SEMESTRAL	ANUAL
------------------	----------------	---------------	------------------	--------------

Limpeza do Local	6	24	144	288
TOTAL	6	24	144	288

Fonte: elaborada pelos autores.

2.12 - Atividades a serem realizadas por cada socio.

Quadro 4-Atribuição de cada cargo.

Cargos	Atividades	Perfil	Horário	Autonomia
Sócio 1	Conduzir o negócio, assinar documentos, realizar empréstimos e outras ações gerenciais.	Ter curso administração e requisitos.	44 horas semanais.	Será a contribuição de todos os sócios(a) com o mesmo propósito de tomar decisões em relação a empresa.
Cozinheiro 2	Preparo dos lanches, pratos e bebidas em geral.	Ter curso de culinária, possuir praticas em fazer drinks/bebidas saber trabalhar em equipe	44 horas semanais	
Caixa	Abordagem dos clientes, passar o pedido para o cozinheiro. Fechamento de caixa, emissão de cupom fiscal.	Saber trabalhar em equipe, comunicar-se bem, ter espirito de liderança, raciocínio lógico, concentração, ter boa interpretação.	44 horas semanais.	
Gerente de marketing.	Divulgação do produto, fazer estratégias e pesquisa.	Proativo, ter curso de informática.	44 horas semanais	
Administrativo Financeiro	Compras, Gerenciamento de estoque, Emissão de nota fiscal, Pagamento de dívidas.	Curso de Administração	44 horas semanais	

Fonte: Elaborada pelos autores.

2.13-CUSTO MENSAL PARA MANTER O PROFISSIONAL INCLUINDO ENCARGOS E BENEFÍCIOS.

De acordo com o direito trabalhista, “o pró-labore se difere do salário justamente porque, sobre essa remuneração, não são obrigatórios benefícios como FGTS, 13º salário, férias, entre outros”.

Obviamente esses benefícios também podem ser oferecidos aos sócios, através de um acordo entre empresa e o administrador. O que normalmente acontece é o aumento da remuneração pró-labore, em vez da concessão de muitos benefícios trabalhistas. Assim, a empresa QI-Delicia não irá conceder aos sócios benefícios como FGTS, e 13º salário.

Inicialmente a empresa não contratará funcionários, os colaboradores da empresa serão os próprios sócios.

A seguir, a tabela com o demonstrativo que se refere às retiradas do pró-labore das sociais.

Tabela 5- Pró-labore dos cargos gerenciais:

Descrição	Socio 1	Cozinheiro 2	Administrativo financeiro	Caixa	Gerente de Marketing
Pró-labore	R\$ 1.045,00	R\$ 1.045,00	R\$ 1.045,00	R\$ 1.045,00	R\$ 1.045,00
INSS 11%	R\$ 114,95	R\$ 114,95	R\$ 114,95	R\$ 114,95	R\$ 114,95
Custo total	R\$ 1.159,95	R\$ 1.159,95	R\$ 1.159,95	R\$ 1.159,95	R\$ 1.159,95

Fonte: elaborada pelos autores.

Total mensal	R\$ 5.799,75
Total Anual	R\$ 69.597,00

Fonte: Elaborada pelos autores.

2-Plano de empreendedorismo

3.1-Conceito da Empresa

A empresa destina-se a oferecer alimentação rápida de fácil manuseio. Os alimentos têm acessibilidade por parte do cliente em viatura móvel em uma Kombi adaptada, onde são

ofertados os mais variáveis tipos combináveis de sanduíches e outros alimentos complementares.

O conceito do negócio designa a um carro de comida em um espaço móvel que transporta e vende comida, de forma itinerante, se localizando em lugares diferentes e estratégicos, onde possui uma maior concentração de pessoas, com modos mais flexíveis e acessíveis, ou seja, comida rápida podendo ela estar presente em lugares distintos e acessíveis. Em eventos, lugares estratégicos, o mais perto possível de seu público alvo. Trabalhando com embalagens práticas e de fácil manuseio para quem come de pé. Os food Trucks são ambientes naturais, sendo comida de rua, ao ar livre.

A escolha desse segmento em Posse-GO, foi pelo fato, de que a cidade tem poucos Food Truck moveis, sendo mais negócios fixos.

3.2- Os Procedimentos Para a Criação de uma Empresa

- **Registro no junto comercial do estado**
- **Inscrição do CNPJ (cadastro nacional de pessoas jurídicas) na receita federal**

O Cadastro funciona como uma identidade e nele estão informados:

- Data de abertura;
- Nome da empresa;
- Título ou nome fantasia;
- Código e descrição da atividade econômica principal - o CNAE;
- Código e descrição das atividades econômicas secundárias - se tiver;
- Código e descrição da natureza jurídica;
- Endereço;
- Situação cadastral - Na consulta realizável na página da internet da Receita Federal;

- **Inscrição estadual**

A inscrição estadual (IE) é o número de uma empresa junto a Receita Estadual ou Secretária de Estado da fazenda para o recolhimento do ICMS, O Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços. A partir desse procedimento a pessoa passa a ser contribuinte desse

tributo. Com o número de inscrição estadual a empresa é identificada como um estabelecimento apto a realizar operações de venda de produtos no território nacional.

- **Contrato social**

O objetivo é formalizar uma sociedade junto ao CNPJ. O empreendedor adquire o direito de abrir uma conta corrente jurídica, obter empréstimos, emitir notas fiscais, etc. O registro exige que os sócios elaborem e registrem o **Contrato Social** junto à Junta Comercial de seu estado. Se for uma sociedade simples, esse registro é realizado por um Cartório de Registro das Pessoas Físicas.

- **Certificado do corpo de bombeiros**

É um documento utilizado para comprovar a estabilidade e segurança em casos de incêndio, obtido após aprovação de projeto e vistoria realizada pelo Corpo de Bombeiros.

3.4-Fontes de Recursos

O QI-Delícia conta com capital próprio de R\$ 23.618,00 onde são 5 sócios, cada um entrará com R\$ 4.723,60mil, possuindo 20% das cotas, com o total de 100%. Os investimentos serão direcionados para a compra de máquinas, equipamentos, utensílios e para o capital de giro da empresa.

NOME	QTD. QUOTA	VALOR	VALOR TOTAL
CARLOS VINICIUS ALVES DOS SANTOS	1	R\$ 4.723,60	R\$ 4.723,60
DAIANE ALVES CAVALCANTE	1	R\$ 4.723,60	R\$ 4.723,60
PAULO CEZA FERREIRA DO NASCIMENTO	1	R\$ 4.723,60	R\$ 4.723,60
RAYANE KETYLLI ALVES DE OLIVEIRA	1	R\$ 4.723,60	R\$ 4.723,60
WANESSA BARBOSA DA SILVA	1	R\$ 4.723,60	R\$ 4.723,60
TOTAL	5		R\$ 23.618,00

3.8- Estratégia Empresarial

O QI-Delícia tem como estratégia empresarial a mobilidade da nossa kombi podendo servir nosso alimento onde houver eventos, aglomerado de pessoas e buscam alternativa de

comida rápida combinada. Vai onde os clientes estão, sendo no parque, festas, faculdades ou eventos da cidade, conforme foi citado no conceito da empresa.

Circularemos de terça a domingo, no período das 18:00hrs às 00:00hrs de quarta-feira a domingo e 19:00hrs às 22:00hrs nas terças-feiras, para o melhor atendimento da clientela que está impossibilitada de ir a outros estabelecimentos se alimentar.

Uma ótima opção de lanches rápidos, expandiremos em curto prazo para outras cidades da região. Para investir no negócio, faremos propagandas e trabalharemos na melhoria dos produtos, inovando o ambiente para um conforto ao ar livre, estando presente nas redes sociais, mostrando nosso cardápio, novidades e promoções do dia. Aceitaremos sugestões complementares para novos produtos e capacitaremos a equipe.

4-PLANO DE MARKETING E VENDAS

4.1-PESQUISA DE MERCADO

Contexto Econômico

A economia brasileira é considerada, em 2018, a nona economia mundial e a primeira da América Latina, segundo dados do Fundo Monetário Internacional (FMI). O PIB chegou aproximadamente em 1,9 trilhão de dólares.

O Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil registrou um tombo histórico de 9,7% no segundo trimestre, na comparação com os três primeiros meses do ano, segundo dados divulgados pelo IBGE. Em relação a igual período de 2019, o PIB caiu 11,4%.

O resultado inédito mostra o forte impacto da pandemia do coronavírus na atividade econômica e os efeitos das medidas de isolamento social. Com a retração, a economia brasileira entra em recessão técnica, caracterizada por dois trimestres consecutivos de encolhimento do PIB. A queda do primeiro trimestre em relação ao quarto trimestre do ano passado foi revisada para 2,5%, ante 1,5% inicialmente informado.

Entre os segmentos, a maior queda foi na Indústria (-12,3%), puxada pelo forte recuo na produção de produtos duráveis ou semiduráveis, como automóveis e vestuário, respectivamente. O setor de não-duráveis, como alimentos e itens de higiene, no entanto, contribuiu para amenizar o resultado negativo.

Segundo o IBGE, a inflação de março de 2019 foi fortemente influenciada pelas altas de preços dos alimentos e bebidas (1,37%) e dos transportes (1,44%), que responderam por 80% da taxa de inflação no mês. A inflação dos alimentos, limita o nosso poder de compra, apesar do impacto da inflação, economistas como Reinaldo Pereira ponderam que ainda não se pode falar em uma desaceleração do volume de vendas puxada pela alta de preços. O economista ressaltou que dados mais recentes de índices de preços mostram o arrefecimento da pressão inflacionária dos alimentos, além do que o varejo se beneficia da alta da renda.

Tabela 1 - PIB trimestral Brasil e Goiás – 2019 e 2020 (Base: igual período do ano anterior - %)

Período	Agropecuária		Indústria		Serviços		PIB	
	Goiás	Brasil	Goiás	Brasil	Goiás	Brasil	Goiás	Brasil
1º Trim. 2019	2,4	0,9	1,5	-1,0	2,1	1,2	1,9	0,6
2º Trim. 2019	6,9	1,4	2,4	0,3	2,0	1,2	2,8	1,1
3º Trim. 2019	6,8	2,1	1,6	1,0	2,4	1,0	2,9	1,2
4º Trim. 2019	14,1	0,4	5,9	1,5	2,1	1,6	2,3	1,7
Acumulado	4,1	1,3	2,8	0,5	2,2	1,3	2,5	1,1
1º Trim. 2020	18,0	1,9	-0,2	-0,1	0,2	-0,5	3,4	-0,3
2º Trim. 2020	4,7	1,2	-2,1	-12,7	-3,9	-11,2	-2,4	-11,4

Fonte: IBGE,

IMB. Elaboração: Instituto Mauro Borges/Secretaria de Estado da Economia - 2020.

Desemprego

O desemprego no país foi de 12%, em média, no trimestre encerrado em janeiro, de acordo com dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). O índice subiu em relação ao trimestre anterior (11,7%) após duas quedas consecutivas. Na comparação com o mesmo período do ano passado (12,2%), o resultado foi considerado estável pelo instituto. Segundo o IBGE, o número de desempregados no Brasil foi de 12,7 milhões de pessoas. Isso representa alta de 2,6% em relação ao trimestre anterior. Na comparação com o mesmo período de 2018, houve estabilidade. Mesmo com o desemprego em alta o nosso negócio não sofreria uma grande queda no número de vendas, pois a tendência é que as pessoas continuem comprando alimentos mesmo que em menor quantidade.

No ano de 2018, o índice de desempregados no Brasil era de 11,6% de toda a População Economicamente Ativa (PEA). Em 2019, o índice caiu para 11%, com uma leve redução. Entretanto, até abril de 2020, devido à pandemia do COVID-19, esse índice estava em 12,6%.

Contexto Sociocultural

O contexto sociocultural brasileiro é constituído por diversidades que ultrapassam a questão territorial, tendo em vista a presença de múltiplas culturas, valores, religiões,

Identidades em um mesmo local. Esta diversidade dialoga com a diferença por, muitas vezes, repercutir em relações de desigualdade, discriminação e preconceito. No espaço específico da escola, o processo de escolarização é desafiado a promover discussões e práticas pedagógicas que contribuam para a libertação dos sujeitos oprimidos pela discriminação; como também, que intervenham junto aos que oprimem em nome de uma visão eurocêntrica, androcêntrica e heterossexual de mundo e de pessoas.

Agropecuária

Na comparação com o segundo trimestre de 2019, a Agropecuária goiana cresceu 4,7% e a brasileira 1,2%. Conforme a Tabela 2, as estimativas mais atualizadas referentes à produção agrícola para o ano de 2020 mostram recuperação na produção e produtividade da soja, na comparação com o ano anterior, alcançando taxas de 16,0% e 11,1%, respectivamente. Além disso, a cana de açúcar apresentou aumento da produção e produtividade, sendo uma cultura importante para a economia goiana. Mesmo com o impacto da pandemia, dentro da divisão CNAE Agricultura, Pecuária e Serviços relacionados houve um saldo positivo do emprego no período analisado. É um período que coincide com plantio e colheita de algumas lavouras no estado.

Setor de alimentos em Goiás

Os Food Trucks atendem vários requisitos em alta na preferência dos consumidores, como variedade, qualidade, preço, praticidade e lazer.

Eles atendem também festas, universidades, escolas, parques, ou seja, eventos da cidade em que está.

Com a demanda do público consumidor por estes tipos de evento é grande, e a oferta de espaços para os Food Trucks limitada, atualmente existem filas e alto custo para se conseguir os melhores espaços. Com o tempo, a tendência é que a oferta e procura de espaços se equilibre.

No entanto, alguns eventos, de maior popularidade e possibilidade de retorno, continuarão sendo disputados.

Análise de mercado

O setor do nosso negócio é no ramo alimentício, lanches rápidos e práticos de rua. Os lanches são: batatas fritas e hambúrgueres, com variedades de molhos para o acompanhamento. Para servir como bebida, as opções: cervejas, refrigerantes e sucos naturais.

Concorrentes:	Produtos:
Girafas contêiner	Hambúrgueres e batata frita
Scoob Lanches	Lanches em geral
Tropical pizzaria e outras pizzarias	Lanches em geral
Point do pastel	Sucos
PH grills	Batata frita
Brothers Lanches	Hambúrgueres e batata frita
Posse Café	Batata frita

Fonte: elaborada pelos autores.

4.2-Fatores presentes no mercado de Food Trucks

O mercado da alimentação fora de casa no Brasil, vem apresentando crescimento nos últimos anos. Segundo o IBGE, os principais motivos relacionados a este crescimento são: as mudanças no estilo de vida dos brasileiros, que hoje dedicam mais tempo ao trabalho fora de casa do que ao preparo dos alimentos; e também ao lazer. Em um levantamento feito pela empresa de pesquisa Mintel, que perguntou a 1,5 mil pessoas como elas planejavam gastar algum dinheiro extra que receberiam neste ano – 28% responderam “comer fora”. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a alimentação fora de casa consome, em média, 31,1% do total de gastos das famílias brasileiras.

A tendência é que o mercado da alimentação fora de casa continue crescendo nos próximos anos, mas com taxas menores devido ao momento econômico. Segundo Donna, da ECD, as expectativas de crescimento para os próximos anos giram em torno de 11%, levando em conta desafios como a inflação sobre os preços dos Serviços e dos alimentos.

4.3- Concorrência

A concorrência nesse setor, compete não somente com a concorrência direta, mas também com outros tipos de estabelecimentos são: restaurantes, bares, lanchonetes, padarias, bancas de hot dog e pastel, disputando a preferência dos consumidores. A concorrência direta: girafas contêiner, alguns bares que oferecem porções de batatas fritas, pizzaria (oferecem x-tudo), lanchonetes. Com a concorrência direta, teremos que disputar além da preferência dos consumidores, os melhores pontos públicos e privados, aperfeiçoar o negócio para enfrentar muita competição.

4.4 Mercado consumidor

Pretendemos atender um público mais específico, ou seja, jovens e adultos, pessoas que retornam do trabalho no final da tarde, estudantes e pessoas que frequentam festas e parques.

Abaixo temos a tabela da Pirâmide Etária de 2010, da cidade de Posse-Goiás, onde a parte destacada será o nosso público-alvo.

A pirâmide etária mostra a idade média e a quantidade de homens e mulheres de POSSE-GO, a parte amarela, está indicando idade dos nossos clientes.

OBS: O censo da população de Posse-GO só tem dados até 2010, sem nenhuma atualização recente.

Pirâmide Etária - 2010		
Idade	Homens	Mulheres
100 ou mais	3	0
95 a 99	8	7
90 a 94	8	12
85 a 89	31	47
80 a 84	70	82
75 a 79	129	142
70 a 74	211	228
65 a 69	296	306
60 a 64	397	343
55 a 59	459	493
50 a 54	698	639
45 a 49	946	827
40 a 44	1026	999
35 a 39	1135	1093
30 a 34	1352	1375
25 a 29	1546	1473
20 a 24	1509	1429
15 a 19	1555	1589
10 a 14	1612	1619
5 a 9	1552	1429

Total	9069	8795
--------------	------	------

Fonte: IBGE

4.5- Análise SWOT da empresa:

FOOD TRUCK QI-DELICIA	
Análise SWOT:	
FORÇAS	FRAQUEZAS
Preços competitivos	Mão de obra limitada
Boa comunicação	Lucros reduzidos
Competência em inovação de produtos	Limitação de vendas e espaço físico
Conhecimento na área de administração	Falta de recursos humanos
Treinamento em equipe	Limitação de estocagem
Confiabilidade	Ingredientes perecíveis
Localizações estratégicas	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Diferencial na marca do produto	Concorrência
Formação de novas parcerias	Novas tecnologias
Expansão do mercado	Aumento da regulamentação
Pouca concorrência na região	Crise econômica
Aumento crescente da demanda	Problemas climáticos
Produto com alto índice de aceitação	Concorrentes fixos
Mobilidade	Produtos substitutos

Fonte: Elaborada pelos autores.

4.5.1- PESQUISA DE MERCADO

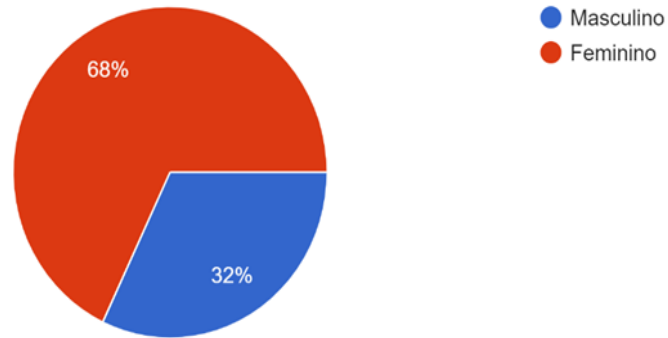
O Food Truck Qi-Delicia desenvolveu essa pesquisa de mercado para conhecer o perfil do cliente, visando fornecer a caracterização do mesmo nos aspectos quantitativos, fazendo a pesquisa via rede social, feita pelo formulário do gmail, compartilhado no whatsapp e facebook dos sócios, com o total de 182 pessoas entrevistadas.

Após a apuração dos dados obtidos através das pesquisas, foi constatado os seguintes resultados abaixo:

O gráfico mostra a quantidade de pessoas que responderam o questionário em relação ao seu gênero, sendo que, 68% do público é feminino e 32% é masculino.

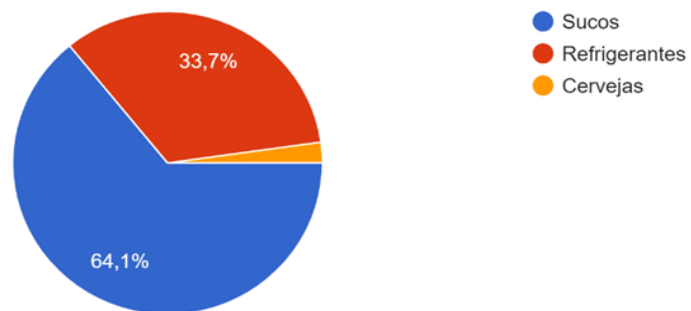
Sexo?

181 respostas



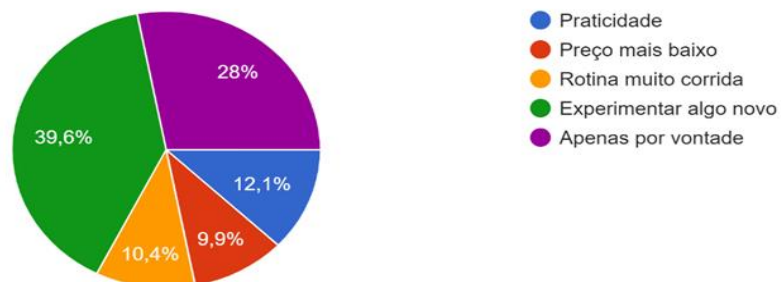
Quais bebidas você deseja acompanhar sua refeição?

181 respostas



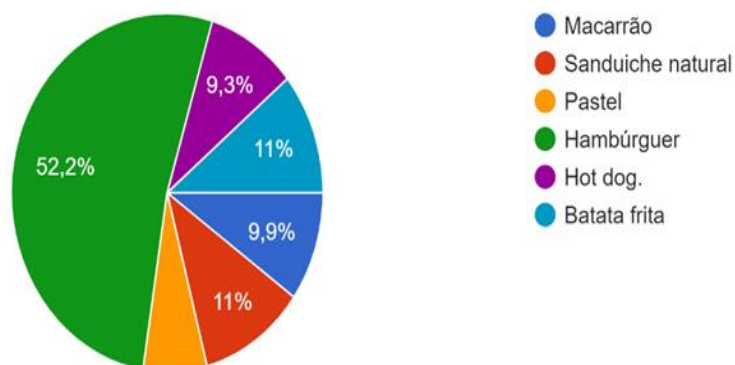
Por qual(is) motivo(s) você comeria em um food truck?

182 respostas



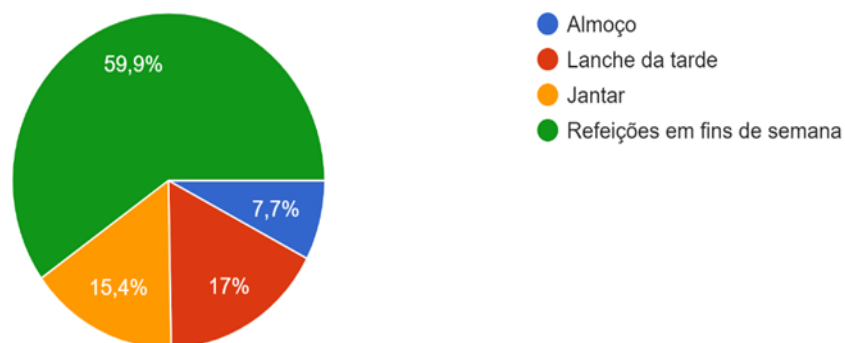
Marque qual comida te atrairia mais em um food truck?

182 respostas




Em qual ocasião você utilizaria o serviço de um food truck?

182 respostas



4.6 – PORTFOLIO DA EMPRESA

O preço de venda foi calculado entre 5% e 40%, para termos uma margem de lucro considerável, sendo o X-salada e X-calabresa em 5%, e os outros em 40%.

Produtos	Preços(R\$)
 <p>Hambúrguer (Pão, hambúrguer, bacon, ovos, calabresa, muçarela, presunto, tomate, alface, milho verde)</p>	R\$ 11,50

	Hambúrguer com cheddar e bacon (Pão, 2 hambúrguer, bacon em fatias, cheddar)	R\$ 17,50
	X-Salada (Pão, hambúrguer, queijo, alface, tomate e molho)	R\$ 11,00
	X-Calabresa (Pão, hambúrguer, queijo, calabresa, alface, tomate, milho e batata palha)	R\$ 10,00
	Batata frita	R\$ 16,50
	Batata frita com cheddar e bacon (Batata palito congelada, bacon, cheddar e leite(2 colheres)	R\$ 26,50
	Coca lata	R\$ 4,00
	Coca 1,5L	R\$ 7,50
	Refrigerante lata	R\$ 4,00
	Refrigerante 1,5L	R\$ 7,00
	Sucos natural de laranja, maracujá e abacaxi	
	500ml:	R\$ 5,00
	1lt:	R\$ 10,00
	Água com gás	R\$ 2,50
	Água mineral	R\$ 2,00

Fonte: elaborada pelos autores

4.6.2- DEFINIÇÃO DE CARRO CHEF

O carro chefe da nossa empresa será o hambúrguer com a opção no portfólio de adicionar outros ingredientes nos lanches, como o bacon e cheddar, com molhos tradicionais na quantidade imposta pelo cliente.

4.6.3- LOGOMARCA, SIMBOLO E SLOGAN

Logomarca: A escolha dessa logomarca tem a intenção de mostrar a face da empresa, sendo memorizada e observada por todos, chamando atenção pelas cores.

Símbolo: Mostra um dos principais produtos da empresa, o hambúrguer.

SLOGAN: É rápido, é gostoso, é QI-Delícia.



SIGNIFICADO DAS CORES:

A cor amarela foi usada para chamar a atenção e estimular o intelecto do cliente, mostrando otimismo e clareza da marca.

A cor vermelha foi usada para atrair o cliente e estimular seu apetite, uma cor quente que incentiva e aumenta a intensidade das ações.

A cor laranja foi usada para mostrar uma marca amigável e confiante, impulsionar a compra, amigável e convidativa.

4.6.4- CICLO DE VIDA DA EMPRESA

A empresa tem um ciclo, pois nascem, crescem e acabam morrendo se não tiverem boas estratégias e serem bem gerenciadas, as várias fases que ocorrem, assim que a empresa for lançada no mercado, faremos investimentos de divulgação antes e depois da inauguração da empresa, para que os clientes conheçam nossos produtos e serviços. Essas fases são:

Introdução: Esse é o momento de traçar os objetivos e metas planejados, ter especializações e um bom planejamento estratégico para se manter firme, oferecendo um produto de consumo rápido e expandir cada vez mais.

Crescimento: Essa é a hora que a empresa começa a dar certo, perante a todos os concorrentes ao redor, sendo acirrada e se destacando dentro do mercado, com tecnologia dos negócios em seus insumos, comprando os insumos de uma boa procedência, com marcas bem posicionadas no mercado, além de insumos da agricultura familiar, com um bom marketing, com pouca variedade inicialmente, porém ao decorrer, vamos incluir opções para o público.

Maturidade: Onde a empresa tem postura de se manter dentro do mercado, com a qualidade que sempre teve, com preparação dos colaboradores, com técnicas de culinária atuais e seguindo a tendências, fazendo o possível para obter inovações nos produtos, favorecendo a comunicação com foco no dia-a-dia no relacionamento com o cliente, optando por treinamentos de como interagir corretamente com os clientes.

Declínio: É o momento que a empresa fica frágil, é superada por outro concorrente, trazendo um produto substituto ou superior, assim, tendo estratégia de criar e desenvolver novos lanches, variação de cardápio e exploração de novos locais, evoluindo tecnologicamente.

4.6.5- AÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

A responsabilidade social tem um destino adequado com a reciclagem das embalagens, papel e o plástico.

Unir-se à economia local e apoiar pequenos produtores comprando produtos naturais.

4.7. PLANO DE AÇÃO

O plano de ação é desenvolvido para mostrar as estratégias que a empresa seguirá com o objetivo de crescer com melhoria continuá.

Estratégia	Ação ou atividade	Responsável	Período	Investimento
Rede social	Criação de uma página no facebook, instagran, whatsapp. Com postagens de fotos dos produtos, vídeos curtos da preparação, promoções, contatos, locais que atenderemos e horários.	Marketing	Contínuo	Sem custo
Promoções de vendas	Sexta e datas comemorativas, com sorteio de um lanche, descontos, brindes (como suco grátis) .	Marketing	Sempre	5% de desconto em compras acima de 20,00 R\$

Fonte: elaborada pelos autores

4.8-Produto

4.8.0-HISTÓRICO DO PRODUTO

A empresa busca a satisfação dos seus clientes, em consumir os seus produtos sendo um lanche rápido a céu aberto.

A ideia do negócio surgiu entre os sócios (a) quando analisamos que na cidade os concorrentes não possuíam uma facilidade de locomoção para chegar até os seus clientes e sequer uma variedade maior em sabores. Contudo o Food Truck QI-DELÍCIA tem por objetivo atender as necessidades dos seus clientes, proporcionando uma refeição rápida e saborosa, com possibilidade ainda maior de escolha em produtos.

4.8.1-Concorrência

Os concorrentes da QI-Delícia são os que oferecem produtos e serviços do mesmo ramo aos que será oferecido pela nossa empresa.

Os nossos concorrentes na cidade de Posse são: Girafas Contêiner, Scoob Lanches, Tropical Pizzaria e outras Pizzarias, Brothers Lanches, Posse Café e alguns bares.

4.8.2 Marcas

A marca do Food Truck QI-Delicia foi pensado com base na forma que o cliente a admira e pense sobre a marca, com o aspecto de fazer com que ela cresça, oferecendo produtos que possui excelência no mercado.

4.8.3-Embalagem, Design, Cor Do Produto.

Os produtos que serão consumidos no local serão servidos embalagem Caixa Barca, que serão servidos especialmente a batata e o hambúrguer.

Figura-Embalagem e cor do produto.



4.8.4-Pontos De Diferenciação Com Os Nossos Concorrentes.

Uma de nossas maiores vantagens está no fato que iremos “carregar” nosso food truck por vários locais da cidade, e ainda levaremos nossa marca por vários ambientes.

A Kombi será personalizada com a logomarca da empresa. Tendo cores chamativas, com a compra da Kombi adaptada no valor de 18.000,00.

Trabalharemos em pontos com um bom fluxo de pessoas como as faculdades e o parque da cidade. Sendo de fácil acesso para o cliente.

O food truck QI-Delicia vai trazer para Posse um novo conceito de lazer em espaços públicos, a praticidade e fácil localização são alguns fatores determinantes.

Nossos maiores concorrentes são lanchonetes que comercializa seus produtos em um ambiente fixo.

4.8.5-Nível de Qualidade Do Produto.

A QI delicia contará com pessoas qualificadas, com curso de culinária. Os sócios terão treinamentos para que haja melhorias e agilidade no atendimento, buscando sempre oferecer o melhor aos clientes.

- **Indicador de Eficiência-Produtividade.**

Medir quantos recursos são necessários para a realização da produção, evitando desperdícios para uma maior produtividade, adotando um ‘software’ (Não implicará nenhum valor, pois, um dos sócios criará o programa) de gerenciamento de produção (com módulos de compra de matéria-prima, custos, etc.).

- **Indicador de Eficácia-Satisfação e Fidelidade do Cliente.**

Saber se o cliente está satisfeito, se voltaria a comprar e se recomendaria o seu serviço para saber a sua força.

- **Indicador de Atendimento-Reclamações dos clientes.**

Saber se os clientes não estão reclamando muito sobre o produto ou serviço, tendo controle da organização interna, com uma análise de realização das tarefas com êxito e se empenhando para prestar o melhor atendimento. Criando uma relação amigável e se preocupando com o cliente mesmo depois do fechamento do negócio.

4.8.6-Os Serviços Que Agregam Valor Ao Produto.

Os serviços que agregaram valor aos nossos produtos serão à disponibilidade de movimentação que teremos por vários pontos da cidade em locais onde a maior fluxo e concentração de pessoas e fazendo encomenda pelo aplicativo.

4.8.7-Atendimento Ao Consumidor.

Após a chegada do cliente ao food truck, ele (a) será recepcionado pelo caixa, será feita a abordagem inicial, em seguida será anotado o pedido, o atendimento também será feito via whatsapp e facebook para divulgação e promoções.

4.9-Processo De Treinamento Para Quem Vende O Produto.

Para atender as necessidades da empresa os colaboradores deveram demonstrar conhecimento na área em que iram trabalhar. É importante para o crescimento da empresa os sócios buscarem treinamentos/cursos, iremos á viagens para Workshops e feiras com o intuito de adquirir e aprimorar conhecimento.

Para o vendedor serão oferecidos treinamentos para adquirir conhecimentos técnicos e aprimorar suas especialidades.

4.9.1-Pesquisa De Satisfação.

Através da pesquisa de satisfação saberemos se os objetivos estão sendo atingidos e se os clientes estão satisfeitos com o produto e atendimento. Vamos colocar há disposição uma caixa de sugestões para os clientes darem sua opinião. Para aumentar a fidelização e medir a satisfação do cliente será feita uma pesquisa de satisfação como mostra a tabela a seguir:

Pesquisa de satisfação:

Em uma escala de 0 a 10, qual a possibilidade de você recomendar nossa empresa (QI-Delicia) para um amigo ou conhecido?
Resposta:
Alguma sugestão para a empresa?
Resposta:

Fonte: elaborada pelos autores.

4.9-Praça.

4.10.1-Localização.

O food truck QI-Delicia não terá um ponto de venda fixo, uma de suas vantagens é a possibilidade de ir aonde os clientes estão. Tendo como ponto de vendas festas, faculdades, eventos e o parque da cidade de Posse-Goiás. Com lanches que agradam grande parte da população. Tendo como diferencial a mobilidade que permite mais flexibilidade com relação ao ponto comercial que iremos explorar.

4.10.2-Canais de distribuição.

O food truck QI-delicia irá vender lanches diretamente para o consumidor final no espaço móvel. (Distribuição direta).

A venda dos lanches será feita em uma Kombi comprada com capital destinado ao investimento da empresa.

4.10.3-Participação no canal de vendas.

A empresa atenderá diretamente os consumidores, a compra dos suprimentos para o food truck será feita em varejo e atacados com custos acessíveis.

4.10.4 Empresas atuantes.

A concorrência atua em um ponto de venda fixo.

Principais empresas atuantes no comercio de lanches na cidade de Posse

Concorrentes:

Girafas contêiner	Hambúrgueres e batata frita
Scoob Lanches	Hambúrgueres
Tropical pizzaria e outras pizzarias	Hambúrgueres
Point do pastel	Sucos
PH grills	Batata frita
Brothers Lanches	Hambúrgueres e batata frita
Posse Café	Batata frita

Fonte: elaborada pelos autores.

4.10.5 -Procedimentos de venda.

O atendente receberá o pedido, e levará diretamente para o local de produção, evitando procedimentos desnecessários. A escolha do produto poderá ser feita antecipadamente, o cardápio estará disponível nas redes sociais da empresa facilitando a escolha do pedido.

4.10.6-Processo logístico.

A maioria das aquisições serão feitas semanalmente, a reposição dos produtos será feita em curto prazo devido à deterioração rápida dos alimentos. A compra de pão será feita diariamente, a face de dois dias, trabalharemos com estoque mínimo, para evitar a possibilidade

de falta de estoque durante o período, a reposição será feita de forma rápida devido à proximidade com os fornecedores. O pagamento será feito sempre ao final do mês.

O atendimento será feito de forma rápida e com qualidade para reduzir filas, o atendente receberá o pedido, e levará para o local de produção, evitando idas e vindas de papeis, erros de anotação e, principalmente, evitando possíveis aborrecimentos e, ascender a qualidade do serviço. O cardápio estará disponível nas redes sociais como facebook, instagram e whatsapp, facilitando a escolha do pedido.

4.10.7-Intensão de pesquisa

Através da pesquisa realizada pelos sócios da empresa, direcionada a possíveis clientes foi constatado que a interesse da maioria de comer em um food truck, considerado um ambiente novo e interessante para reunir com amigos e familiares para adquirir produtos populares como sucos, hambúrgueres e batata frita com preferência em finais de semana, sendo uma ótima opção para eventos, intervalos de faculdades e pós trabalho.

O cliente terá a sua disposição uma caixa de sugestões onde registrara sua opinião.

4.10-Promoção.

4.11.1-Estratégias de posicionamento do produto.

O posicionamento estratégico da nossa empresa, é ofertar produtos de rápido preparo, lazer, rapidez no atendimento, flexibilidade por ser uma lanchonete móvel, essa estratégia foi pensada, pelo fato da cidade não ter um Food Truck que seja móvel.

4.11.2-Componentes de comunicação.

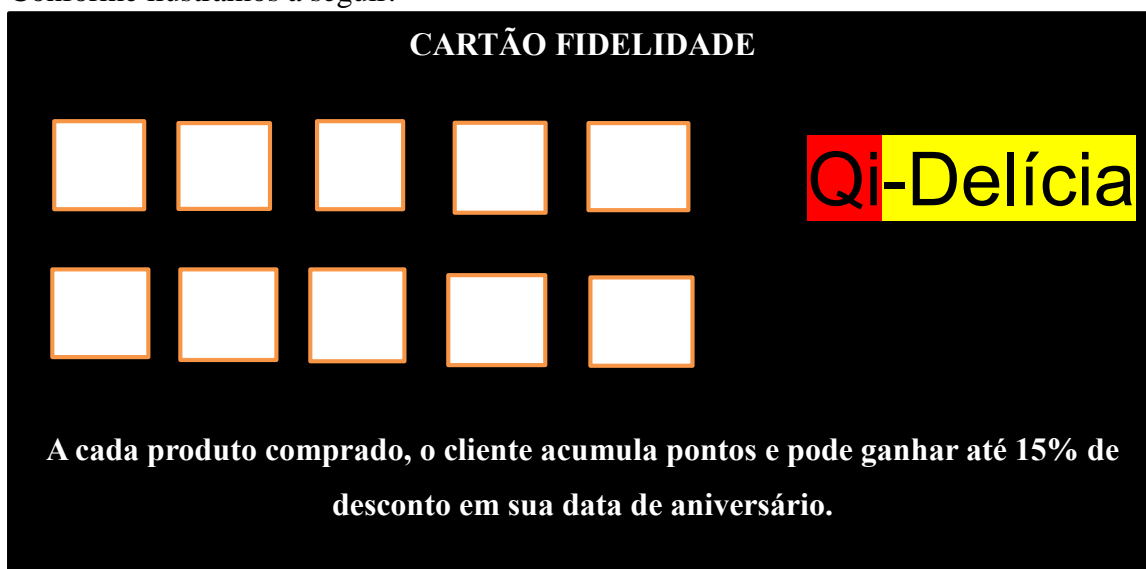
- Via Whatsapp: (62)99983-5528.
- Facebook: Food Truck QI-Delícia.
- Instagram: @QIDelícia.

4.11.3-Promoções de vendas.

O Food Truck contará com o cartão (fidelidade) para nossos clientes.

O cartão deverá conter carimbos da empresa QI-delicia.

Conforme ilustramos a seguir:



A pergunta é, como o food truck Qí-delicia saberá a data de aniversário de cada cliente? e isso é simples, o sócio Carlos Vinicius Alves dos Santos, atuante na área de informática criará um programa com todos os dados do cliente, o cliente apenas precisará fornecer seu CPF e o programa vai analisa esse CPF trazendo todos os dados do cliente. Não terá custo, porque toda a manutenção estará nas mãos do sócio

A campanha publicitária terá uma mensagem que chegará até nosso público-alvo, em carros de som pela cidade. Será focada em adolescentes, jovens e adultos.

4.11.4.1-Artifícios.

Nas redes sociais, serão postadas imagens dos nossos saborosos lanches, para atrair os nossos clientes.

4.11.5-Propaganda dos concorrentes

A maioria dos concorrentes utiliza as redes sociais para apresentar sua empresa.

4.12-Prazos e Condições de pagamento.

A empresa adotou o pagamento à vista, debito e a prazo o cartão de crédito, este com o prazo até de 30 dias.

4.12.1-Script de vendas.

O atendente deverá seguir os seguintes passos da venda, para relacionamento com o cliente.

- Fazer saudação (Boa Tarde/ Boa Noite).
- Apresentar o Portfólio/Cardápio da empresa.
- Abordar necessidades e tirando suas dúvidas.
- Anotar pedido do cliente.
- Apresentar a forma de pagamento.
- Fechar pedido.
- Obrigada pela preferência e volte sempre.

4.12.2-Estrutura do preço do produto.

Por se tratar de um food truck que atua no ramo alimentício, a estrutura do preço, foi estimado uma porcentagem do produto, uma de 5% e 40% no preço de venda, sendo 5% sobre os lanches básicos e 40% sobre os com ingredientes mais caros, um exemplo, seria o bacon, que teria 3 ou 4 fatias na sua consistência no produto.

4.12.3-Diferenciação de preço por canal de vendas.

As vendas dos alimentos serram feitas no próprio food truck no local em que estiver localizado, será vendido diretamente para o consumidor final.

4.12.4-Margem de contribuição de cada produto ou serviço.

4.12.5-Estrutura de formação de Preço e Impostos implicados no preço.

4.12.6-Projeção de vendas.

5-Plano financeiro.

5.4 Despesas Administrativas e operacionais, fixas e variáveis.

Tabela 1. Custos e Despesas fixos.

Custos e Despesas fixas			
Item	Qtd.	Valor Unitário	Valor total
Salários e encargos	5	R\$ 1.077,84	R\$ 5.799,75
Material de limpeza	12	R\$ 22,35	R\$ 268,20
Conta de telefone	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
Gasolina	45	R\$ 4,83	R\$ 217,35
Total			R\$ 6.325,30

Fonte: Elaborada pelos autores.

Tabela 2: Custos variáveis.

Para estimar tais custos, foi realizada uma pesquisa nos principais supermercados e distribuidoras da região, assim, chegou-se aos valores apresentados abaixo.

Custos Variáveis			
Item	Qtd.	Valor unitário	Valor Total
Ovos caipira (30 un.)	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
Batatas congeladas 2kg.	5	R\$ 19,00	R\$ 95,00
Bacon kg.	2	R\$ 15,50	R\$ 31,00
Óleo lata	4	R\$ 2,99	R\$ 11,96
Hambúrguer unidade	100	R\$ 0,99	R\$ 99,00
Calabresa kg.	2	R\$ 16,00	R\$ 32,00
Alface	8	R\$ 2,00	R\$ 16,00
Tomate kg.	3	R\$ 3,65	R\$ 10,95
Maracujá kg.	2	R\$ 4,99	R\$ 9,98
Laranja (Saco grande)	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
Hortelã(bandeja)	3	R\$ 3,00	R\$ 9,00
Abacaxi un.	2	R\$ 6,00	R\$ 12,00
ketchup Garrafa 3,5kg.	2	R\$ 25,99	R\$ 51,98
Maionese Pote 3kg.	2	R\$ 15,49	R\$ 30,98
Mostarda 370g.	3	R\$ 6,99	R\$ 20,97
Cheddar 400ml.	28	R\$ 8,99	R\$ 251,72
Refrigerante 1,5lt.(12 un.)	1	R\$ 52,00	R\$ 52,00
Refrigerante Lata(12 uni).	3	R\$ 26,00	R\$ 78,00
Água Mineral s/ gás uni.	5	R\$ 0,99	R\$ 4,95
Água Mineral c/ gás uni.	4	R\$ 1,29	R\$ 5,16
Galão de água	4	R\$ 10,00	R\$ 40,00
Molho de Alho 900ml.	2	R\$ 6,49	R\$ 12,98
Presunto kg.	2	R\$ 19,99	R\$ 39,98
Mussarela	2	R\$ 22,00	R\$ 44,00
Pão para Hambúrguer	100	R\$ 3,00	R\$ 300,00
Pimenta 150ml.	5	R\$ 1,89	R\$ 9,45
Milho Lata	1	R\$ 14,99	R\$ 14,99
Batata palha 200g.	4	R\$ 5,49	R\$ 21,96
Gás	2	R\$ 75,00	R\$ 150,00
Subtotal			R\$ 1.516,01

Fonte Elaborada pelos autores.

Tabela 3. Despesas Administrativas.

Para a estimativa deste tipo de despesas, foram considerados custos mensais fixos, e investimento em propaganda para divulgação inicial da marca e outros, como a tabela abaixo apresenta.

Despesas Administrativas			
Item	Qtd.	Valor	Valor total
Chamex A4 100folhas	2	R\$ 4,95	R\$ 9,90
Caixa de Grampos	1	R\$ 7,95	R\$ 7,95
Caneta Bic unidade	5	R\$ 1,20	R\$ 6,00
Almofada para carimbo	2	R\$ 6,90	R\$ 13,80
Total			R\$ 37,65

Fonte: Elaborada pelos autores.

Tabela 4. Despesas de Vendas.

Despesas de Vendas			
Item	Qtd.	Valor	Valor total
Sacolas Pacote	1	R\$ 56,50	R\$ 56,50
Guardanapos pacote	6	R\$ 2,99	R\$ 17,94
Embalagens para Lanches 300un.	1	R\$ 152,00	R\$ 152,00
Kit c/ 10 un. Bisnagas para molho	3	R\$ 31,90	R\$ 95,70
Embalagem de isopor 100uni.	1	R\$ 45,90	R\$ 45,90
Copos descartáveis 200ml.	1	R\$ 68,95	R\$ 68,95
Caixa de Canudos	1	R\$ 92,90	R\$ 92,90
Copos descartáveis 500ml.(100un.)	1	R\$ 39,90	R\$ 39,90
Total			R\$ 569,79

Fonte: elaborada pelos autores.

5.5-Demonstração do Investimento Inicial.

Tabela 5-Investimento Inicial.

O investimento inicial do negócio foi feito principalmente pelo valor do veículo além de equipamentos de cozinha, caracterização do truck, além dos notebooks e outros aparelhos para a operação, com o valor estimado do veículo buscaram-se os modelos possíveis de serem adaptados para food trucks. O preço do veículo foi estimado em R\$ 18 mil.

Investimento Inicial			
Descrição	Qtd.	Valor unitário	Total
Kombi de lanches equipada	1	R\$ 18.000,00	R\$ 18.000,00
Celular Samsung J1	1	R\$ 299,00	R\$ 299,00
Grampeador metal	1	R\$ 23,58	R\$ 23,58
Impressora Multifuncional	1	R\$ 219,00	R\$ 219,00
Impressora de cupom fiscal	1	R\$ 390,00	R\$ 390,00
Maquina de cartão sem alugue	1	R\$ 58,80	R\$ 58,80
Fritadeira a gás 3 cestos	1	R\$ 499,00	R\$ 499,00
Tábua de Corte	2	R\$ 14,80	R\$ 14,80
Bandeja plástica retangular	15	R\$ 13,06	R\$ 195,90
Conjunto de facas 3 peças	1	R\$ 20,82	R\$ 20,82
Peneira Manual	1	R\$ 11,50	R\$ 11,50
Escumadeira para frituras	2	R\$ 9,90	R\$ 19,80
Kit duas colheres cabo longo	1	R\$ 3,99	R\$ 3,99
kit porta guardanapo 12 uni	1	R\$ 119,00	R\$ 119,00
kit porta canudos 3 uni	1	R\$ 53,25	R\$ 53,25
Lixeira Plástica 100 litros	2	R\$ 52,30	R\$ 104,60
Liquidificador 1,5Lt.	1	R\$ 59,90	R\$ 59,90
Notebook	2	R\$ 899,00	R\$ 1.798,00
Mesas e cadeiras	6	R\$ 159,90	R\$ 959,40
Espremedor de frutas	1	R\$ 103,49	R\$ 103,49
Espatula para Hambúrguer	2	R\$ 20,90	R\$ 41,80
Programa	1	R\$ 384,00	R\$ 384,00
Kit 12 Jarras 1lt.	1	R\$ 176,60	R\$ 176,60
Kit 10 prato plástico p/ porção	2	R\$ 26,28	R\$ 52,56
Forma de gelo cubo	5	R\$ 1,79	R\$ 8,95
Subtotal			R\$ 23.617,74

Fonte: elaborada pelos autores.

Tabela 6-Prospecção de custos.

Aqui temos uma projeção de custo dos produtos nos 12 primeiros meses. Os valores dos produtos foram estipulados após uma pesquisa de mercado.

DESCRIÇÃO	JANEIRO			FEVEREIRO		
	QUANT.	CUSTO	TOTAL	QUANT.	CUSTO	TOTAL
HAMBURGER SIMPLES	600	R\$ 10,48	R\$ 6.288,00	600	R\$ 10,48	R\$ 6.288,00
HAMBURGER DUPLO	500	R\$ 9,43	R\$ 4.715,00	500	R\$ 9,43	R\$ 4.715,00
X SALADA	500	R\$ 10,50	R\$ 5.250,00	500	R\$ 10,50	R\$ 5.250,00
X CALABRESA	600	R\$ 9,32	R\$ 5.592,00	600	R\$ 9,32	R\$ 5.592,00
BATATA FRITA	412	R\$ 9,69	R\$ 3.992,28	412	R\$ 9,69	R\$ 3.992,28
BATATA FRITA + CHEDDAR	300	R\$ 15,72	R\$ 4.716,00	300	R\$ 15,72	R\$ 4.716,00
REFRIGERANTE LATA	468	R\$ 1,50	R\$ 702,00	468	R\$ 1,50	R\$ 702,00
REFRIGERANTE 1,5L	286	R\$ 5,25	R\$ 1.501,50	286	R\$ 5,25	R\$ 1.501,50
SUCO 1LT	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00
SUCO 500 ML	182	R\$ 1,75	R\$ 318,50	182	R\$ 1,75	R\$ 318,50
AGUA COM GAS	104	R\$ 1,00	R\$ 104,00	104	R\$ 1,00	R\$ 104,00
AGUA SEM GAS	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00
TOTAL	4472		R\$ 34.089,28	4472		R\$ 34.089,28

DESCRIÇÃO	MARÇO			ABRIL		
	QUANT.	CUSTO	TOTAL	QUANT.	CUSTO	TOTAL
HAMBURGER SIMPLES	600	R\$ 10,48	R\$ 6.288,00	600	R\$ 10,48	R\$ 6.288,00
HAMBURGER DUPLO	500	R\$ 9,43	R\$ 4.715,00	500	R\$ 9,43	R\$ 4.715,00
X SALADA	500	R\$ 10,50	R\$ 5.250,00	500	R\$ 10,50	R\$ 5.250,00
X CALABRESA	600	R\$ 9,32	R\$ 5.592,00	600	R\$ 9,32	R\$ 5.592,00
BATATA FRITA	412	R\$ 9,69	R\$ 3.992,28	412	R\$ 9,69	R\$ 3.992,28
BATATA FRITA + CHEDDAR	300	R\$ 15,72	R\$ 4.716,00	300	R\$ 15,72	R\$ 4.716,00
REFRIGERANTE LATA	468	R\$ 1,50	R\$ 702,00	468	R\$ 1,50	R\$ 702,00
REFRIGERANTE 1,5L	286	R\$ 5,25	R\$ 1.501,50	286	R\$ 5,25	R\$ 1.501,50
SUCO 1LT	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00
SUCO 500 ML	182	R\$ 1,75	R\$ 318,50	182	R\$ 1,75	R\$ 318,50
AGUA COM GAS	104	R\$ 1,00	R\$ 104,00	104	R\$ 1,00	R\$ 104,00
AGUA SEM GAS	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00
TOTAL	4472		R\$ 34.089,28	4472		R\$ 34.089,28

DESCRIÇÃO	MAIO			JUNHO		
	QUANT.	CUSTO	TOTAL	QUANT.	CUSTO	TOTAL
HAMBURGER SIMPLES	600	R\$ 10,48	R\$ 6.288,00	600	R\$ 10,48	R\$ 6.288,00
HAMBURGER DUPLO	500	R\$ 9,43	R\$ 4.715,00	500	R\$ 9,43	R\$ 4.715,00
X SALADA	500	R\$ 10,50	R\$ 5.250,00	500	R\$ 10,50	R\$ 5.250,00
X CALABRESA	600	R\$ 9,32	R\$ 5.592,00	600	R\$ 9,32	R\$ 5.592,00
BATATA FRITA	412	R\$ 9,69	R\$ 3.992,28	412	R\$ 9,69	R\$ 3.992,28
BATATA FRITA + CHEDDAR	300	R\$ 15,72	R\$ 4.716,00	300	R\$ 15,72	R\$ 4.716,00
REFRIGERANTE LATA	468	R\$ 1,50	R\$ 702,00	468	R\$ 1,50	R\$ 702,00
REFRIGERANTE 1,5L	286	R\$ 5,25	R\$ 1.501,50	286	R\$ 5,25	R\$ 1.501,50
SUCO 1LT	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00
SUCO 500 ML	182	R\$ 1,75	R\$ 318,50	182	R\$ 1,75	R\$ 318,50
AGUA COM GAS	104	R\$ 1,00	R\$ 104,00	104	R\$ 1,00	R\$ 104,00
AGUA SEM GAS	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00
TOTAL	4472		R\$ 34.089,28	4472		R\$ 34.089,28

DESCRIÇÃO	JULHO			AGOSTO		
	QUANT.	CUSTO	TOTAL	QUANT.	CUSTO	TOTAL
HAMBURGER SIMPLES	600	R\$ 10,48	R\$ 6.288,00	600	R\$ 10,48	R\$ 6.288,00
HAMBURGER DUPLO	500	R\$ 9,43	R\$ 4.715,00	500	R\$ 9,43	R\$ 4.715,00
X SALADA	500	R\$ 10,50	R\$ 5.250,00	500	R\$ 10,50	R\$ 5.250,00
X CALABRESA	600	R\$ 9,32	R\$ 5.592,00	600	R\$ 9,32	R\$ 5.592,00
BATATA FRITA	412	R\$ 9,69	R\$ 3.992,28	412	R\$ 9,69	R\$ 3.992,28
BATATA FRITA + CHEDDAR	300	R\$ 15,72	R\$ 4.716,00	300	R\$ 15,72	R\$ 4.716,00
REFRIGERANTE LATA	468	R\$ 1,50	R\$ 702,00	468	R\$ 1,50	R\$ 702,00
REFRIGERANTE 1,5L	286	R\$ 5,25	R\$ 1.501,50	286	R\$ 5,25	R\$ 1.501,50
SUCO 1LT	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00
SUCO 500 ML	182	R\$ 1,75	R\$ 318,50	182	R\$ 1,75	R\$ 318,50
AGUA COM GAS	104	R\$ 1,00	R\$ 104,00	104	R\$ 1,00	R\$ 104,00
AGUA SEM GAS	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00
TOTAL	4472		R\$ 34.089,28	4472		R\$ 34.089,28

DESCRIÇÃO	SETEMBRO			OUTUBRO		
	QUANT.	CUSTO	TOTAL	QUANT.	CUSTO	TOTAL
HAMBURGER SIMPLES	600	R\$ 10,48	R\$ 6.288,00	600	R\$ 10,48	R\$ 6.288,00
HAMBURGER DUPLO	500	R\$ 9,43	R\$ 4.715,00	500	R\$ 9,43	R\$ 4.715,00
X SALADA	500	R\$ 10,50	R\$ 5.250,00	500	R\$ 10,50	R\$ 5.250,00
X CALABRESA	600	R\$ 9,32	R\$ 5.592,00	600	R\$ 9,32	R\$ 5.592,00
BATATA FRITA	412	R\$ 9,69	R\$ 3.992,28	412	R\$ 9,69	R\$ 3.992,28
BATATA FRITA + CHEDDAR	300	R\$ 15,72	R\$ 4.716,00	300	R\$ 15,72	R\$ 4.716,00
REFRIGERANTE LATA	468	R\$ 1,50	R\$ 702,00	468	R\$ 1,50	R\$ 702,00
REFRIGERANTE 1,5L	286	R\$ 5,25	R\$ 1.501,50	286	R\$ 5,25	R\$ 1.501,50
SUCO 1LT	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00
SUCO 500 ML	182	R\$ 1,75	R\$ 318,50	182	R\$ 1,75	R\$ 318,50
AGUA COM GAS	104	R\$ 1,00	R\$ 104,00	104	R\$ 1,00	R\$ 104,00
AGUA SEM GAS	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00
TOTAL	4472		R\$ 34.089,28	4472		R\$ 34.089,28

DESCRIÇÃO	JANEIRO			FEVEREIRO		
	QUANT.	CUSTO	TOTAL	QUANT.	CUSTO	TOTAL
HAMBURGER SIMPLES	600	R\$ 10,48	R\$ 6.288,00	600	R\$ 10,48	R\$ 6.288,00
HAMBURGER DUPLO	500	R\$ 9,43	R\$ 4.715,00	500	R\$ 9,43	R\$ 4.715,00
X SALADA	500	R\$ 10,50	R\$ 5.250,00	500	R\$ 10,50	R\$ 5.250,00
X CALABRESA	600	R\$ 9,32	R\$ 5.592,00	600	R\$ 9,32	R\$ 5.592,00
BATATA FRITA	412	R\$ 9,69	R\$ 3.992,28	412	R\$ 9,69	R\$ 3.992,28
BATATA FRITA + CHEDDAR	300	R\$ 15,72	R\$ 4.716,00	300	R\$ 15,72	R\$ 4.716,00
REFRIGERANTE LATA	468	R\$ 1,50	R\$ 702,00	468	R\$ 1,50	R\$ 702,00
REFRIGERANTE 1,5L	286	R\$ 5,25	R\$ 1.501,50	286	R\$ 5,25	R\$ 1.501,50
SUCO 1LT	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00
SUCO 500 ML	182	R\$ 1,75	R\$ 318,50	182	R\$ 1,75	R\$ 318,50
AGUA COM GAS	104	R\$ 1,00	R\$ 104,00	104	R\$ 1,00	R\$ 104,00
AGUA SEM GAS	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00	260	R\$ 1,75	R\$ 455,00
TOTAL	4472		R\$ 34.089,28	4472		R\$ 34.089,28

Tabela 6.1-Prospecção de vendas.

Agora temos uma projeção de vendas para os 12 primeiros meses, com uma expectativa de vender todas a quantidade de produtos. Os valores dos produtos foram estipulados após uma pesquisa de mercado e porcentagem em cima do produto.

DESCRIÇÃO	JANEIRO			FEVEREIRO		
	QUANT.	VENDA	TOTAL	QUANT.	VENDA	TOTAL
HAMBURGER SIMPLES	600	R\$ 11,50	R\$ 6.900,00	600	R\$ 11,50	R\$ 6.900,00
HAMBURGER DUPLO	500	R\$ 17,50	R\$ 8.750,00	500	R\$ 17,50	R\$ 8.750,00
X SALADA	500	R\$ 11,00	R\$ 5.500,00	500	R\$ 11,00	R\$ 5.500,00
X CALABRESA	600	R\$ 10,00	R\$ 6.000,00	600	R\$ 10,00	R\$ 6.000,00
BATA TA FRITA	412	R\$ 16,50	R\$ 6.798,00	412	R\$ 16,50	R\$ 6.798,00
BATATA FRITA + CHEDDAR	300	R\$ 26,50	R\$ 7.950,00	300	R\$ 26,50	R\$ 7.950,00
REFRIGERANTE LATA	468	R\$ 4,00	R\$ 1.872,00	468	R\$ 4,00	R\$ 1.872,00
REFRIGERANTE 1,5L	286	R\$ 7,50	R\$ 2.145,00	286	R\$ 7,50	R\$ 2.145,00
SUCO 1LT	260	R\$ 10,00	R\$ 2.600,00	260	R\$ 10,00	R\$ 2.600,00
SUCO 500 ML	182	R\$ 5,00	R\$ 910,00	182	R\$ 5,00	R\$ 910,00
AGUA COM GAS	104	R\$ 2,50	R\$ 260,00	104	R\$ 2,50	R\$ 260,00
AGUA SEM GAS	260	R\$ 2,00	R\$ 520,00	260	R\$ 2,00	R\$ 520,00
TOTAL	4472		R\$ 50.205,00	4472		R\$ 50.205,00

DESCRIÇÃO	MARÇO			ABRIL		
	QUANT.	VENDA	TOTAL	QUANT.	VENDA	TOTAL
HAMBURGER SIMPLES	600	R\$ 11,50	R\$ 6.900,00	600	R\$ 11,50	R\$ 6.900,00
HAMBURGER DUPLO	500	R\$ 17,50	R\$ 8.750,00	500	R\$ 17,50	R\$ 8.750,00
X SALADA	500	R\$ 11,00	R\$ 5.500,00	500	R\$ 11,00	R\$ 5.500,00
X CALABRESA	600	R\$ 10,00	R\$ 6.000,00	600	R\$ 10,00	R\$ 6.000,00
BATATA FRITA	412	R\$ 16,50	R\$ 6.798,00	412	R\$ 16,50	R\$ 6.798,00
BATATA FRITA + CHEDDAR	300	R\$ 26,50	R\$ 7.950,00	300	R\$ 26,50	R\$ 7.950,00
REFRIGERANTE LATA	468	R\$ 4,00	R\$ 1.872,00	468	R\$ 4,00	R\$ 1.872,00
REFRIGERANTE 1,5L	286	R\$ 7,50	R\$ 2.145,00	286	R\$ 7,50	R\$ 2.145,00
SUCO 1LT	260	R\$ 10,00	R\$ 2.600,00	260	R\$ 10,00	R\$ 2.600,00
SUCO 500 ML	182	R\$ 5,00	R\$ 910,00	182	R\$ 5,00	R\$ 910,00
AGUA COM GAS	104	R\$ 2,50	R\$ 260,00	104	R\$ 2,50	R\$ 260,00
AGUA SEM GAS	260	R\$ 2,00	R\$ 520,00	260	R\$ 2,00	R\$ 520,00
TOTAL	4472		R\$ 50.205,00	4472		R\$ 50.205,00

DESCRIÇÃO	MAIO			JUNHO		
	QUANT.	VENDA	TOTAL	QUANT.	VENDA	TOTAL
HAMBURGER SIMPLES	600	R\$ 11,50	R\$ 6.900,00	600	R\$ 11,50	R\$ 6.900,00
HAMBURGER DUPLO	500	R\$ 17,50	R\$ 8.750,00	500	R\$ 17,50	R\$ 8.750,00
X SALADA	500	R\$ 11,00	R\$ 5.500,00	500	R\$ 11,00	R\$ 5.500,00
X CALABRESA	600	R\$ 10,00	R\$ 6.000,00	600	R\$ 10,00	R\$ 6.000,00
BATATA FRITA	412	R\$ 16,50	R\$ 6.798,00	412	R\$ 16,50	R\$ 6.798,00
BATATA FRITA + CHEDDAR	300	R\$ 26,50	R\$ 7.950,00	300	R\$ 26,50	R\$ 7.950,00
REFRIGERANTE LATA	468	R\$ 4,00	R\$ 1.872,00	468	R\$ 4,00	R\$ 1.872,00
REFRIGERANTE 1,5L	286	R\$ 7,50	R\$ 2.145,00	286	R\$ 7,50	R\$ 2.145,00
SUCO 1LT	260	R\$ 10,00	R\$ 2.600,00	260	R\$ 10,00	R\$ 2.600,00
SUCO 500 ML	182	R\$ 5,00	R\$ 910,00	182	R\$ 5,00	R\$ 910,00
AGUA COM GAS	104	R\$ 2,50	R\$ 260,00	104	R\$ 2,50	R\$ 260,00
AGUA SEM GAS	260	R\$ 2,00	R\$ 520,00	260	R\$ 2,00	R\$ 520,00
TOTAL	4472		R\$ 50.205,00	4472		R\$ 50.205,00

DESCRIÇÃO	JULHO			AGOSTO		
	QUANT.	VENDA	TOTAL	QUANT.	VENDA	TOTAL
HAMBURGER SIMPLES	600	R\$ 11,50	R\$ 6.900,00	600	R\$ 11,50	R\$ 6.900,00
HAMBURGER DUPLO	500	R\$ 17,50	R\$ 8.750,00	500	R\$ 17,50	R\$ 8.750,00
X SALADA	500	R\$ 11,00	R\$ 5.500,00	500	R\$ 11,00	R\$ 5.500,00
X CALABRESA	600	R\$ 10,00	R\$ 6.000,00	600	R\$ 10,00	R\$ 6.000,00
BATATA FRITA	412	R\$ 16,50	R\$ 6.798,00	412	R\$ 16,50	R\$ 6.798,00
BATATA FRITA + CHEDDAR	300	R\$ 26,50	R\$ 7.950,00	300	R\$ 26,50	R\$ 7.950,00
REFRIGERANTE LATA	468	R\$ 4,00	R\$ 1.872,00	468	R\$ 4,00	R\$ 1.872,00
REFRIGERANTE 1,5L	286	R\$ 7,50	R\$ 2.145,00	286	R\$ 7,50	R\$ 2.145,00
SUCO 1LT	260	R\$ 10,00	R\$ 2.600,00	260	R\$ 10,00	R\$ 2.600,00
SUCO 500 ML	182	R\$ 5,00	R\$ 910,00	182	R\$ 5,00	R\$ 910,00
AGUA COM GAS	104	R\$ 2,50	R\$ 260,00	104	R\$ 2,50	R\$ 260,00
AGUA SEM GAS	260	R\$ 2,00	R\$ 520,00	260	R\$ 2,00	R\$ 520,00
TOTAL	4472		R\$ 50.205,00	4472		R\$ 50.205,00

DESCRIÇÃO	SETEMBRO			OUTUBRO		
	QUANT.	VENDA	TOTAL	QUANT.	VENDA	TOTAL
HAMBURGER SIMPLES	600	R\$ 11,50	R\$ 6.900,00	600	R\$ 11,50	R\$ 6.900,00
HAMBURGER DUPLO	500	R\$ 17,50	R\$ 8.750,00	500	R\$ 17,50	R\$ 8.750,00
X SALADA	500	R\$ 11,00	R\$ 5.500,00	500	R\$ 11,00	R\$ 5.500,00
X CALABRESA	600	R\$ 10,00	R\$ 6.000,00	600	R\$ 10,00	R\$ 6.000,00
BATATA FRITA	412	R\$ 16,50	R\$ 6.798,00	412	R\$ 16,50	R\$ 6.798,00
BATATA FRITA + CHEDDAR	300	R\$ 26,50	R\$ 7.950,00	300	R\$ 26,50	R\$ 7.950,00
REFRIGERANTE LATA	468	R\$ 4,00	R\$ 1.872,00	468	R\$ 4,00	R\$ 1.872,00
REFRIGERANTE 1,5L	286	R\$ 7,50	R\$ 2.145,00	286	R\$ 7,50	R\$ 2.145,00
SUCO 1LT	260	R\$ 10,00	R\$ 2.600,00	260	R\$ 10,00	R\$ 2.600,00
SUCO 500 ML	182	R\$ 5,00	R\$ 910,00	182	R\$ 5,00	R\$ 910,00
AGUA COM GAS	104	R\$ 2,50	R\$ 260,00	104	R\$ 2,50	R\$ 260,00
AGUA SEM GAS	260	R\$ 2,00	R\$ 520,00	260	R\$ 2,00	R\$ 520,00
TOTAL	4472		R\$ 50.205,00	4472		R\$ 50.205,00

DESCRIÇÃO	NOVEMBRO			DEZEMBRO		
	QUANT.	VENDA	TOTAL	QUANT.	VENDA	TOTAL
HAMBURGER SIMPLES	600	R\$ 11,50	R\$ 6.900,00	600	R\$ 11,50	R\$ 6.900,00
HAMBURGER DUPLO	500	R\$ 17,50	R\$ 8.750,00	500	R\$ 17,50	R\$ 8.750,00
X SALADA	500	R\$ 11,00	R\$ 5.500,00	500	R\$ 11,00	R\$ 5.500,00
X CALABRESA	600	R\$ 10,00	R\$ 6.000,00	600	R\$ 10,00	R\$ 6.000,00
BATATA FRITA	412	R\$ 16,50	R\$ 6.798,00	412	R\$ 16,50	R\$ 6.798,00
BATATA FRITA + CHEDDAR	300	R\$ 26,50	R\$ 7.950,00	300	R\$ 26,50	R\$ 7.950,00
REFRIGERANTE LATA	468	R\$ 4,00	R\$ 1.872,00	468	R\$ 4,00	R\$ 1.872,00
REFRIGERANTE 1,5L	286	R\$ 7,50	R\$ 2.145,00	286	R\$ 7,50	R\$ 2.145,00
SUCO 1LT	260	R\$ 10,00	R\$ 2.600,00	260	R\$ 10,00	R\$ 2.600,00
SUCO 500 ML	182	R\$ 5,00	R\$ 910,00	182	R\$ 5,00	R\$ 910,00
AGUA COM GAS	104	R\$ 2,50	R\$ 260,00	104	R\$ 2,50	R\$ 260,00
AGUA SEM GAS	260	R\$ 2,00	R\$ 520,00	260	R\$ 2,00	R\$ 520,00
TOTAL	4472		R\$ 50.205,00	4472		R\$ 50.205,00

Tabela 7-Simples nacional.

7.1-Imposto Simples Nacional.

	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO
Faturamento	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00
Valor do Imposto	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20

JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00
R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20

7.2-Formula Simples Nacional.

	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO
RBT12	R\$ 602.460,00	R\$ 602.460,00	R\$ 602.460,00	R\$ 602.460,00	R\$ 602.460,00	R\$ 602.460,00
Aliquota	4%	4%	4%	4%	4%	4%
PD	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -

JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
R\$ 602.460,00	R\$ 602.460,00	R\$ 602.460,00	R\$ 602.460,00	R\$ 602.460,00	R\$ 602.460,00
4%	4%	4%	4%	4%	4%
R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -

Tabela 8-Fluxo de caixa.

8.1-Entradas/saida

A análise com a elaboração do fluxo de caixa, que demonstra para onde os recursos gerados são destinados. A tabela abaixo ilustra o fluxo de caixa projetado para o mesmo horizonte de tempo.

Entra abaixo com os resultados totais obtidos nessa planilha financeira. Nos custos e despesas já estão inclusos insumos e materiais, custo com profissionais, despesas com pessoal e gerais.

Entradas			
Fluxo de Caixa			
	Janeiro	Fevereiro	Março
Saldo Anterior	26.730,00	R\$ 43.857,85	R\$ 84.603,70
Entradas			
Vendas Dinheiro	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00
Total das entradas	R\$ 76.935,00	R\$ 94.062,85	R\$ 134.808,70
Saídas			
Custo Fixo	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30
Custo Variado	R\$ 518,21	R\$ 518,21	R\$ 518,21
Despesas Administrativa	R\$ 37,65	R\$ 37,65	R\$ 37,65
Despesas de venda	R\$ 569,79	R\$ 569,79	R\$ 569,79
Investimento	R\$ 23.618,00	R\$ -	R\$ -
Imposto	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20
Total saídas	R\$ 33.077,15	R\$ 9.459,15	R\$ 9.459,15
Total Entradas	R\$ 76.935,00	R\$ 94.062,85	R\$ 134.808,70
Saldo Mensal	R\$ 43.857,85	R\$ 84.603,70	R\$ 125.349,55

Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto
R\$ 125.349,55	R\$ 166.095,40	R\$ 206.841,25	R\$ 247.587,10	R\$ 288.332,95
R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00
R\$ 175.554,55	R\$ 216.300,40	R\$ 257.046,25	R\$ 297.792,10	R\$ 338.537,95
R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30
R\$ 518,21	R\$ 518,21	R\$ 518,21	R\$ 518,21	R\$ 518,21
R\$ 37,65	R\$ 37,65	R\$ 37,65	R\$ 37,65	R\$ 37,65
R\$ 569,79	R\$ 569,79	R\$ 569,79	R\$ 569,79	R\$ 569,79
R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20
R\$ 9.459,15	R\$ 9.459,15	R\$ 9.459,15	R\$ 9.459,15	R\$ 9.459,15
R\$ 175.554,55	R\$ 216.300,40	R\$ 257.046,25	R\$ 297.792,10	R\$ 338.537,95
R\$ 166.095,40	R\$ 206.841,25	R\$ 247.587,10	R\$ 288.332,95	R\$ 329.078,80

Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	
R\$ 329.078,80	R\$ 369.824,65	R\$ 410.570,50	R\$ 451.316,35	
R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	
R\$ 379.283,80	R\$ 420.029,65	R\$ 460.775,50	R\$ 501.521,35	
R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30	
R\$ 518,21	R\$ 518,21	R\$ 518,21	R\$ 518,21	
R\$ 37,65	R\$ 37,65	R\$ 37,65	R\$ 37,65	
R\$ 569,79	R\$ 569,79	R\$ 569,79	R\$ 569,79	
R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	
R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	
R\$ 9.459,15	R\$ 9.459,15	R\$ 9.459,15	R\$ 9.459,15	
R\$ 379.283,80	R\$ 420.029,65	R\$ 460.775,50	R\$ 501.521,35	
R\$ 369.824,65	R\$ 410.570,50	R\$ 451.316,35	R\$ 492.062,20	

8.2-DRE.

Com todos os elementos das seções anteriores já calculados, elaborou-se a tabela de Demonstração do Resultado do Exercício da empresa para os próximos 12 meses. Para a construção desta projeção, considera-se uma diminuição do resultado líquido do exercício, segundo as taxas mostradas no início da tabela.

	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO
RECEITA OPERACIONAL BRUTA			
Prestação de Serviço	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00
(-) DEDUÇÃO DA RECEITA BRUTA	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00
Imposto sobre venda	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$ 48.196,80	R\$ 48.196,80	R\$ 48.196,80
(-) CUSTO DE VENDAS	R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28
Resultado Operacional Bruto	R\$ 14.107,52	R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28
(-) Despesas	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30
Resultado líquido do exercício	R\$ 7.782,22	R\$ 27.763,98	R\$ 27.763,98

ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO
R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00
R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00
R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20
R\$ 48.196,80	R\$ 48.196,80	R\$ 48.196,80	R\$ 48.196,80
R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28
R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28
R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30
R\$ 27.763,98	R\$ 27.763,98	R\$ 27.763,98	R\$ 27.763,98

AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00
R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00	R\$ 50.205,00
R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20	R\$ 2.008,20
R\$ 48.196,80	R\$ 48.196,80	R\$ 48.196,80	R\$ 48.196,80	R\$ 48.196,80
R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28
R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28	R\$ 34.089,28
R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30	R\$ 6.325,30
R\$ 27.763,98	R\$ 27.763,98	R\$ 27.763,98	R\$ 27.763,98	R\$ 27.763,98

9.1-Viabilidade

Ao analisar todo o Plano de Negócios, constatamos que este é possível e viável, com alguns projetos futuros para implementar no food truck, já que os custos são acessíveis e, com um bom faturamento dos respectivos meses no plano financeiro, a empresa obterá lucro e terá bom resultado.

9.1.2-Referencias

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/go/posse/panorama>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-food-truck,8aea5c669e2df410VgnVCM1000004c00210aRCRD>

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luiza**. 30. ed. ver. atual. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

PNUD, Ipea e FJP

champ´z

Instituto Mauro Borges

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR OS PLANOS DE NEGÓCIO NA BIBLIOTECA DO IFGOIANO CAMPUS POSSE E ARQUIVO DIGITAL À INTERESSADOS

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo o IFGoiano – Campus Posse a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca o arquivo físico e digital do Plano de Negócio desenvolvido no primeiro semestre de 2020, sem ressarcimento dos direitos autorais, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

1. Identificação do material bibliográfico: Plano de negócio

2. Título do Plano de negócio

FOOD TRUCK OF-DELICIA

Nome completo dos autores:

CARLOS VINÍCIUS DA SILVA

Rafael K. A. de Oliveira Rafael K. A. de Oliveira

Wagner Roberto da Silva

Dionísio A. Gonçalves

Raulo Cesar S. do Nascimento

3. Informações de acesso ao documento:

Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF do plano de negócios

Posse, 19 de 10 de 2020

Assinatura dos autores:

CARLOS VINÍCIUS DA SILVA

Rafael K. A. de Oliveira Wagner Roberto da Silva

Dionísio A. Gonçalves

Raulo Cesar S. do Nascimento

