

**MBA – GESTÃO EMPRESARIAL
Fundação Getúlio Vargas - FGV**

**PROJETO PARA IMPLANTAÇÃO DE INDÚSTRIA DE
BENEFICIAMENTO E ENVASAMENTO DE ÁGUA DE COCO EM
PORTO VELHO - RO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO – TCC

EQUIPE:

JOSÉ ESTENIO NOGUEIRA CHAGAS JUNIOR

LUIZ CARLOS FLORES DE ASSUMPÇÃO

EMIVAL BARBOSA

REGINA M. HIKAGUE HAIABE

MÔNICA PEREIRA DE CARVALHO ALMEIDA

**PORTO VELHO/RO
2004**

PLANO DE NEGÓCIO

Empresa : AMAZON COCO INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA LTDA

Sumário

- 1.0 – APRESENTAÇÃO**
- 2.0 – INTRODUÇÃO**
- 3.0 – IDENTIFICAÇÃO**
 - 3.1 - Empresa**
 - 3.2 - Sócios**
 - 3.3 - Conceito do Negócio**
 - 3.4 - Oportunidades**
 - 3.5 - Ameaças**
 - 3.6 - Regime de Trabalho**
 - 3.7 - Pontos Fortes**
 - 3.8 - Pontos Fracos**
 - 3.9 - Mercados Alvos**
- 4.0 – PROCESSO DO PRODUTO**
 - 4.1 - Matéria Prima, Materiais Secundários e Embalagens**
 - 4.2 - Máquinas, Equipamentos e Instrumentos do Processo**
 - 4.3 - Processo Produtivo**
- 5.0 – PRINCIPAIS FORNECEDORES**
- 6.0 – INVESTIMENTO**
 - 6.1 - Quadro de Investimentos Físicos**

- 6.2 - Investimento Inicial**
- 6.3 - Cálculo das Necessidades de Capital de Giro**
- 6.4 - Quadro de Manutenção, Depreciação e Seguros Anuais**
- 6.5 - Custos Fixos**
- 6.6 - Quadro de Matéria Prima e Material Direto Unitário**
- Produzido**
- 6.7 - Produtos e Serviços Oferecidos Pela Empresa**
- 6.8 - Cálculo da Lucratividade**
- 7.0 – MERCADO CONCORRENTE**
- 7.1 - Alguns Concorrentes Locais**
- 7.2 - Produtos e Serviços Oferecidos Pela Empresa**
- 7.3 - Área de Atuação**
- 8.0 – MERCADO CONSUMIDOR**
- 9.0 - MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO**
- 10.0 - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**
- 11.0 - BIBLIOGRAFIA**

1.0 APRESENTAÇÃO

Em face ao grande desenvolvimento do Estado de Rondônia e com o sonho de fazer parte deste desenvolvimento, estamos através deste, expondo nosso plano de negócio.

Acompanhamos com imensa preocupação a abertura de muitas empresas que, sem a devida orientação gerencial, não chegam a completar um ano de vida, transformando em autêntico pesadelo o sonho destes que é o de se tornar empreendedores de sucesso.

Em virtude disso, como administradores responsáveis, preocupados com nosso investimento e com a expansão do mercado de nosso Estado, apresentamos nosso projeto de Industrialização do Coco Verde.

Desenvolvemos uma forma extremamente simples, prática e realista, colocando-o à disposição de sua avaliação.

2.0 INTRODUÇÃO

A industrialização e beneficiamento do coco verde, são uma das atividades atrativas, tendo hoje em dia, uma definição exata de como esse tipo de indústria deve operar dentro do vasto mercado de produtos alimentares.

Para nós, que pretendemos ingressar na área de produção de água de coco engarrafada e o beneficiamento de todos os seus subprodutos, as perspectivas são, sem dúvida, bastante promissoras. Contudo, é necessário observar uma série de fatores e requisitos básicos, começando por um bom planejamento de negócio.

Apoiados nessa premissa o presente estudo foi elaborado, demonstrando a viabilidade técnico-econômico-financeira de implantação de uma unidade produtiva no ramo de alimentos.

Os valores descritos são indicativos, podendo variar conforme a localização, o porte do projeto, alguma mudança econômica, etc.

Cabe ressaltar que uma empresa montada, não consegue sobreviver com um único produto. A diversificação é fundamental, devendo-se abranger todo um mercado potencial, com o fornecimento de produtos atualizados, com preços acessíveis ao público que se deseja atingir, por isso, iremos industrializar todos os subprodutos do coco e também envasar sucos naturais à base de polpas de frutas como: cacau, cupuaçu, maracujá, caju, acerola, abacaxi, cajá, graviola, goiaba e caldo de cana.

Com ideal de muito trabalho e sucesso, nós sócios da Amazon Coco, contamos com a prosperidade deste investimento. Possuímos experiência de mercado e capacidade administrativa comprovada no mercado da capital através de nossas empresas já fixadas. Somos formados em Administração de Empresas e com Especialização do MBA Executive em Gestão Empresarial, administrado pela Fundação Getúlio Vargas.

3.0 IDENTIFICAÇÃO

3.1 A Empresa

- Razão/Denominação Social

Amazon Coco Indústria Alimentícia Ltda.

- Nome fantasia:

Amazon Coco

- Tipo de Indústria:

Indústria de Produtos Alimentícios

- Setor de Atuação:

Indústria e Comércio

- Produtos:

- * Água de coco engarrafada: Produto natural servindo até como soro natural, não contém conservantes, corantes, açúcar e pode ser consumido por qualquer idade.
- * Polpa de coco: Comercializada para sucos, sorvetes, sobremesas em geral.
- * Casca do coco: Usado para estofamentos de caminhão, avião, sofás e também como adubo orgânico, pó para jardinagem ou para produção de xaxim.
- * Quenga do coco ou casca dura: usado em artesanatos em geral.
- * Industrialização e Envasamento de sucos naturais: através de polpas naturais das devidas frutas, faremos sucos naturais e envazaremos em copos e garrafas descartáveis.
- * Gelo seco de água de coco: usados em bebidas quentes em restaurantes, hotéis e bares da capital.

- Matérias-primas:

Todo Estado tem apresentado as melhores condições para o cultivo de frutas e do coqueiro. As regiões mais produtoras são: Ariquemes e linhas, Jarú, Pimenta Bueno, Rolim de Moura e todo cone Sul do Estado.

A matéria-prima essencial a este perfil, será adquirida na Região supramencionada, e/ou através de produção própria.

- Localização Geográfica:

Localizada na capital, Porto Velho/RO, cito rua Uruguai 1948, bairro Embratel.

- Visão de Futuro:

Ser a maior envazadora de água de coco e sucos naturais da Região Norte, trabalhando com todos os subprodutos do coco verde, com rentabilidade no

negócio e excelência no atendimento ao cliente e gestão.

- Definição da Missão:

Atuar com excelência na área de alimentação, tendo uma ótima produtividade com vanguarda tecnológica, possibilitando o desenvolvimento dos colaboradores e produtores com responsabilidade social e a preservação do meio ambiente.

- Capacitação gerencial:

* Sócios formandos em Administração de Empresas e com Especialização do MBA Executivo em Gestão Empresarial administrado pela Fundação Getúlio Vargas.

3.2 SÓCIOS :

- José Estênio Nogueira Chagas Junior
E-mail: esteniojr@ibest.com.br

- Luis Carlos Flores Assumpção
E-mail: lfaflores@hotmail.com

- Mônica Pereira de Carvalho Almeida
E-mail: mpcalmeida@hotmail.com

- Emival Barbosa
E-mail: barbosa@bol.com.br

- Regina M. Hihague Haibe
E-mail: Regina@bol.com.br

3.3 CONCEITO DO NEGÓCIO

* Indústria de beneficiamento de coco verde com: Envasamento da água, produção de gelo-seco da água de coco, industrialização e beneficiamento

da polpa, aproveitamento do bagaço triturado ou seco para transformação em adubo orgânico, pó para jardinagem, xaxim, estofamentos de carros, caminhões, sofás, poltronas de aviões e artesanato. Também produziremos sucos de frutas natural engarrafado.

3.4 OPORTUNIDADES

* Nosso Estado conta com grandes plantações, inclusive exportação deste produto para outros estados, que por sua vez é comercializado só na forma in-natura.

Portanto observamos a oportunidade, já que se trata de um produto inovador quase sem concorrentes, (seremos os pioneiros no Estado) e totalmente natural.

Em outras capitais e cidades do Brasil a experiência virou real, com grande aceitação e consumo. Então resolvemos pegar esta matéria prima e industrializá-la, já que o coco, assim como a cana-de-açúcar, todo seu sub-produto é aproveitado.

Também, contamos com lanchonetes e cantinas de Faculdades e Colégios, para facilitar a penetração no mercado.

- Oportunidade e Aceitação do Produto:

- Produto de fácil aceitação ao público de modo geral;
- Produto 100% natural com baixo valor calórico;
- Alto valor nutritivo;
- O produto também poderá ser consumido como repositor eletrolítico de origem natural para asmáticos e alérgicos a conservantes rotineiramente usados em produtos artificiais;
- Matéria-prima com abundância em nossa região;
- Pontos de distribuição já pré-definidos;
- Canais de distribuição: vendedores externos e varejistas;
- Contaremos com pronta-entrega;
- Frota própria;
- Aproveitamento total dos subprodutos.

3.5 Ameaças

- Entrada de grandes concorrências de outros Estados, pois se trata de uma novidade em nossa cidade.
- Pequenas concorrências sem padrões de higiene e conservação, deteriorando assim, a imagem do produto.

3.6 Regime de trabalho

- * 8 horas por dia;
- * 277 dias por ano.

3.7 Pontos fortes

- Tecnologia de produção com baixo custo;
- Ponto de distribuição bem localizado;
- Condição de negociação para revenda;
- Preços mais acessíveis;
- Aproveitamento de toda matéria-prima;
- Modernas instalações;
- Rapidez na entrega;
- Armazenamento e condicionamento próprio do produto;
- Produtos aprovados por todos os órgãos competentes;
- Padronização da produção;
- Parcerias pré-definidas com os pontos de distribuição/vendas.

3.8 Pontos fracos

- A falta de padronização da matéria-prima, por parte dos fornecedores;
- Falta de mão-de-obra qualificada;
- Alto grau de pericuidade do produto.
- Falta de experiência na atividade.

3.9 Mercados Alvo

Bares, Hotéis, Motéis, Lanchonetes, Panificadoras, Farmácias e Drogarias, Cantinas, Lanchonetes, Casa de Sopas e Caldos, Casa de produtos Alimentícios Naturais, Supermercados, Lojas de Artesanato, Hospitais e Centro de Saúde, Academias, Postos de combustível, Lojas de Conveniência, Viveiros, casas de solos, adubos agrícolas, jardinagens e ornamentações de plantas e jardins.

4.0 PROCESSO PRODUTIVO

4.1 MATÉRIAS-PRIMAS, MATERIAIS SECUNDÁRIOS E EMBALAGENS				
UTILIZADAS NO PROCESSO				
ETAPAS	MATÉRIAS-PRIMAS	MATERIAIS SECUNDÁRIOS	MATERIAL DE EMBALAGEM	
Água de coco	Coco Verde in natura	Água potável.	Copo de 250 ml com tampa, garrafas de 300ml com tampa, grade plástica tipo engradado.	
Sucos de frutas	Polpas de frutas	Açúcar e água potável	sacos plásticos, copos de 250ml, garrafas de 1Lt e grades plásticas tipo engradado.	
Gelo seco	Água de coco verde in natura	água	Sacos plásticos de 03 e de 05 kg.	
Polpa do coco	Coco verde in natura	Água de coco	Saco plástico de 500mg, de 01 kg e de 05 kg.	
Casca de coco	Coco verde in natura		Balde de Plástico de 50L.	
4.2 MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS E INSTRUMENTOS DO PROCESSO				
ETAPAS	MÁQUINAS	EQUIPAMENTOS	INSTRUMENTOS	
Assepsia (higienização) da Matéria Prima.	máquina de pulverização d'água; câmara fria;	depósito de matéria Prima, Tanque de Lavagem, Bancada de secagem,	Luvas, Botas, avental, Mangueira.	
Retirada da	Furador	Depósito e	Luvas, Botas	

MBA – GESTÃO EMPRESARIAL
Fundação Getúlio Vargas - FGV

água do Coco.		Envasador.	avental e máscaras.	
Suco	Liquidificador industrial, Misturador, Envazadora, Câmara fria.	Baldes de Inox de 20L., Conchas de inox. Baldes de inox para medida d'água.	Luvas, Botas, avental e máscaras.	
Retirada da Polpa	Cortador de coco, ensacadora e lacradora com data e validade.	Colher de inox para retirada da polpa, Baldes de inox.	Luvas, Botas, avental e máscaras.	
Produção da Casca do coco.	Triturador, prensa.	Baldes plásticos de 50L para armazenamento e retirada da fábrica	Luvas, Botas, avental.	
PROCESSO:			Indústrial	

4.1 Processo de Industrialização

O processo produtivo para produção de água de coco engarrafada, é o seguinte:

- Deve ser feita uma seleção do coco verde, a fim de que se tenha uma homogeneidade do produto.
- Todos os cocos devem ser lavados com água clorada antes de seguirem para a retirada da água.
- A água segue diretamente para um tanque onde sofre um processo de congelamento, em temperatura em torno de 20 graus °C abaixo de 0.
- Em seguida, inicia-se o processo de engarrafamento manual, onde, depois de rotulado e encaixotado, segue para câmara fria, assim, ficarão no aguardo para serem comercializadas.

Para produção do suco:

- As polpas de frutas são compradas e separadas por sabores na câmara frigorífica
- Após, são retiradas e preparado o suco.
- Estes já preparados são postos em um tanque para a quebra de temperatura.

MBA – GESTÃO EMPRESARIAL
Fundação Getúlio Vargas - FGV

- Em seguida, inicia-se o processo de engarrafamento manual, onde depois de rotulado e encaixotado, segue de volta para a câmara fria, assim aguardando para serem comercializados.

Para produção do gelo seco:

- A água de coco após passar pelos tanques de temperatura será levada para a máquina de gelo seco.
- Em seguida já transformada em gelo, segue para o ensacamento e para a câmara fria, onde ficarão no aguardo para a comercialização.

Para a produção da polpa:

- Retirada à água, o coco passará para a guilhotina.
- Após, será despolpado.
- Em seguida esta polpa é liquidificada e compactada.
- Depois é ensacada e pesada.
- Segue para a câmara fria para congelamento e aguarda comercialização.

Para produção da quenga (casca dura) do coco:

- O coco depois de despolpado, será retirado a casca dura (quenga).
- A mesma é posta para secar.
- Após é estocada e ficará no aguardo da comercialização.

Para a produção da casca do coco:

- Na retirada da casca dura a casca já é separada.
- A mesma poderá ter três caminhos;
- 1 – Irá para secagem e posteriormente venda;
- 2 – Será comercializada como adubo natural orgânico;
- 3 – Será triturada até virar pó para jardinagem ou para produção de xaxim para plantas, rosas, jardins, etc.

5.0 PRÍNCIPAIS FORNECEDORES

- Refrinorte Máquinas e Equipamentos para Refrigeração: Av Jorge Teixeira; N – 2000; Trevo do Roque; PVH-Ro
- Casa Iguatú; (Máquinas e Equipamentos Diversos) Av Calama; N – 1524; Embratel ; PVH-Ro
- Pearce Indústria e Comércio de Máquinas Ltda; Rua Conselheiro Estelita, 181, bairro Centro, fone 0**85-243-6530, Fortaleza-Ce.
- Topan Indústria de Garrafas Plásticas;

MBA – GESTÃO EMPRESARIAL
Fundação Getúlio Vargas - FGV

Rua 13; N – 3026; Nova Porto Velho; PVH-Ro

- Produtores Independentes das Linhas situadas em PVH e interior de Ro
- Agrococo Linha Triunfo Candeias do Jamari - Ro
- Lara Ind. Ltda; Br 364 Km 17 Distrito Industrial PVH-Ro

6.0 INVESTIMENTO

6.1 QUADRO DE INVESTIMENTOS FÍSICOS (em R\$)			
Item	Preço Unitário	Quantidade	Valor Total
- Obras civis (terraplenagem, terreno, construções, etc.)	50.000,00	01	50.000,00
- Instalações	15.000,00	01	15.000,00
- Móveis e utensílios	10.000,00	01	10.000,00
- Máquinas e equipamentos	2.500,00	10	25.000,00
- Equipamentos de informática	2.000,00	05	10.000,00
- Veículos	40.000,00	01	40.000,00
- Investimento Físico			150.000,00
6.2 INVESTIMENTO INICIAL			
Investimento físico		150.000,00	
Investimento financeiro		14.700,00	
Total		164.700,00	
6.3 CÁLCULO DAS NECESSIDADES DE CAPITAL DE GIRO			
Rubrica		Valores (R\$)	
Custos fixos (30 dias)		1.000,00	
Estoque de matéria-prima (30 dias)		6.000,00	
Mão-de-obra variável (30 dias)		2.500,00	
Custos de comercialização (30 dias)		1.200,00	
Registros e legalização		500,00	
Publicidade inicial		1.500,00	
Outros		2.000,00	
Total		14.700,00	

MBA – GESTÃO EMPRESARIAL
Fundação Getúlio Vargas - FGV

6.4 QUADRO DE MANUTENÇÃO, DEPRECIAÇÃO E SEGUROS ANUAIS (EM R\$)

Item	Depreciação	Manutenção	Seguro
Obras civis	3,5%	1,5%	1,0%
Instalações	5,0%	3,0%	2,5%
Móveis e utensílios	10,0%	3,0%	2,5%
Máquinas e equip.	15,0%	4,5%	3,5%
Equip. de Informática	25,0%	5,0%	3,0%
Veículos	15,0%	5,0%	4,0%

Item	Valor Total	Depreciação R\$	Manutenção R\$	Seguro R\$
Obras civis	50.000,00	1.750,00	750,00	500,00
Instalações	15.000,00	2.250,00	450,00	375,00
Móveis e utensílios	10.000,00	1.000,00	300,00	250,00
Máquinas e equipamentos	25.000,00	3.750,00	1.125,00	875,00
Equipamentos de informática	10.000,00	2.500,00	500,00	300,00
Veículos	40.000,00	6.000,00	2.000,00	1.600,00
Total	150.000,00	17.250,00	5.125,00	3.900,00

6.5 CUSTOS FIXOS (em R\$)

Item	Valor Mensal	Valor Anual
Aluguel	0,00	0,00
Condomínio e IPTU	37,50	450,00
Água e esgoto	0,00	0,00
Luz e força	400,00	4.800,00
Telefone (fixo/celular)	250,00	3.000,00
Conservação e limpeza	450,00	5.400,00
Material de escritório	100,00	1.200,00
Serviços de terceiros	1.000,00	12.000,00
Salários	3.430,00	41.160,00
Encargos sociais	1.250,00	15.000,00
Retirada dos sócios	1.200,00	14.400,00
Honorários profissionais	600,00	7.200,00

MBA – GESTÃO EMPRESARIAL
Fundação Getúlio Vargas - FGV

Manutenção	427,09	5.125,00
Seguros	325,00	3.900,00
Depreciação	1.437,50	17.250,00
Total	10.907,09	130.885,08

Função	Salário	Encargos (%)	Quantidade	Valor Mensal
Lavador	280,00	75%	01	490,00
Prep.Suco	280,00	75%	01	490,00
Engarrafador	280,00	75%	01	490,00
descascador	280,00	75%	01	490,00
Faxineira	280,00	75%	01	490,00
Secretária	280,00	75%	01	490,00
Contador	280,00	0%	01	280,00
Motorista	280,00	75%	01	490,00
Vendedores	comissão	autônomos	04	
Total	2.240,00		07	3.430,00

6.6 QUADRO DE MATÉRIAS-PRIMAS E MATERIAL DIRETO UNITÁRIO PRODUZIDO (em R\$)			
Item	Quantidade	Preço Unitário	Valor Total
Coco	5.000	0,30	1.500,00
Copo	50.000	0,10	5.000,00
Tampa	50.000	0,03	1.500,00
Saco Plástico	50.000	0,010	500,00
Polpa de frutas	200Kg	1,20	240,00
Açucar	200Kg	0,99	198,00
Conservante	50	5,00	250,00
Total		7.63	9.188,00

Item	Valor
Rateio de Custos Fixos	0,15
(+) Custo Unitário de Matéria-Prima	0,19
(+) Custo Unitário de Mão-de-Obra	0,07
(=) Custo Unitário de Produção	0,41

PVU = CUP / [100% - (CC% + ML%)] x 100	
PVU =	0,70

MBA – GESTÃO EMPRESARIAL
Fundação Getúlio Vargas - FGV

6.7 PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS PELA EMPRESA	
1. Receita operacional mensal	35.000,00
2. Custos variáveis	
2.1 Mercadoria vendida ou matéria-prima utilizada	9.188,00
2.2 Custo de comercialização	5.250,00
3. Soma (2.1 + 2.2)	14.438,00
4. Margem de contribuição (1 - 3)	20.562,00
5. Gastos fixos	10.907,00
6. Lucro líquido (4 - 5)	9.665,00

6.8 CÁLCULO DA LUCRATIVIDADE	
Lucratividade:	27,61%

Rentabilidade:	5,9% a.m
----------------	----------

Prazo de Retorno do Investimento:	1,5 ano
-----------------------------------	---------

Ponto de Equilíbrio= Custos fixos / MCU =	4960
---	------

7.0 MERCADOS CONCORRENTES

A concorrência é dimensionada pela qualidade dos produtos, o preço e a capacidade de atender bem seu público alvo.

Em todo o mercado de Rondônia existem apenas 02 (duas) empresas no ramo, sendo ambas comercializando somente a água de coco que por sua vez, estão vindo de fora.

Já o suco de frutas, contamos apenas com 01 (um) concorrente local.

7.1 Alguns Concorrentes Locais

- Bobby Suco;
- Coca cola; A mesma conta com uma representada de água de coco em caixinha.
- Água de coco engarrafada (caseira) em Ariquemes (interior do Estado).
- Tampico Envazadora de Sucos Diversos

7.2 Produtos e Serviços Oferecidos Pela Empresa

- Água de Coco Engarrafada;
- Gelo da Água do Coco;
- Polpa de Coco;
- Venda do bagaço e da casca dura (quenga);
- Suco de frutas regionais;
- Distribuição e entrega rápida, com logística reversa. Garantindo a qualidade e validade dos produtos para os consumidores e distribuidores.;
- SAC, serviço de atendimento ao consumidor via telefone, e-mail, ou através da home page da empresa com chat on line no horário comercial.

7.3 Área de Atuação

Estágio 1-Na Capital;
Estágio 2-No Estado;
Estágio 3-Na Região;
Estágio 4-Exportação.

8.0 MERCADO CONSUMIDOR

O mercado consumidor é amplo e progressivo, de modo que se pretendem atingir pessoas de todas as classes sociais, níveis de instrução e faixa etária uma vez que são produtos naturais.

Os principais canais de distribuição foram citados no item 3.1 mercados alvos. Estes produtos estão em plena atividade nos mercados da Região Nordeste e com grandes expansões principalmente nas exportações.

9.0 MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO

- Estratégias de comunicação para divulgação dos produtos e/ou serviços: Rádio, Televisão, Jornais, Programas de entrevistas, Banners, Internet, Faixas e Adesivos e plotagens em veículos.
- Usaremos merchandising e degustação em supermercados, faculdades e eventos em geral.
- Canais de distribuição: Vendedores externos e Varejistas.
- Contaremos com serviços de pronta-entrega.
- Produtos em pacotes de 6/12/24 und. "Para cantinas e lanchonetes" sistema unitário, com sabores diversificados.
- Frota própria.
- Trabalho de vendas externas através de rota semanal.
- Caminhões, carros e motos equipadas de carretinha devidamente logomarcados.

10.0 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

10.1 Apresentação da Empresa

Razão / Denominação Social: Amazon Coco Ind. Alimentícia. Ltda

Nome de fantasia: Amazon Coco

Setor de atividade: Indústria e Comércio

Responsáveis:

- **José Estênio Nogueira Chagas Junior**
- **Luiz Carlos Flôres de Assumpção**
- **Mônica Pereira de Carvalho Almeida**
- **Emival Barbosa**
- **Regina M. Hihague Haibe**

Os sócios são formados em administração de empresas com especialização no curso de MBA (Gestão Empresarial) administrado pela Fundação Getúlio Vargas.

10.2 Características da Empresa

Envazadora de água do coco, produtora de gelo-seco e industrializa a polpa do coco. Vende o bagaço triturado para fábricas de adubo orgânico e a casca dura (quenga) para artesanais.

10.3 Localização e Instalações

Classificação da localização e das instalações

1	Sem importância
2	Pouco importante
3	Importante
4	Muito importante
5	Super importante

Opção	Fatores
2	Área comercial movimentada
3	Bom acesso rodoviário
3	Estrada de serviço para entregas
3	Facilidade de estacionamento

MBA – GESTÃO EMPRESARIAL
Fundação Getúlio Vargas - FGV

3	Facilidade de entrada e saída de pessoas
3	Fluxo tráfego
3	Histórico do local
3	Localização de rua
1	Passagem de pedestres
2	Transporte público
3	Serviços urbanos
3	Zoneamento adequado
2	Taxa de ocupação do local
2	Tempo de contrato do aluguel
3	Preço do aluguel
1	Melhorias exigidas na locação
2	Estado do imóvel
2	Área para vitrines

- ✓ Comentário sobre o local e os aspectos físicos: Local próprio, com facilidade de acesso, tanto para pessoas como veículos leves e pesados.
- ✓ Comentário sobre o layout para as instalações: Layout simples, moderno e amplo, já pré-estabelecido.

10.4 Produtos e Serviços

Comentário sobre produtos e / ou serviços:

- ✓ Água de coco engarrafada: Produto natural servindo até como soro natural, não contém conservantes, corantes, açúcar e pode ser consumido por qualquer idade.
- ✓ Polpa de coco: Comercializada para sucos, sorvetes, sobremesas em geral.
- ✓ Casca do coco: Usado para estofamentos de caminhão, carros, avião, sofás e também como adubo.
- ✓ Quenga do coco: casca dura, usada para artesanatos em geral.

- ✓ Gelo seco: gelo de água de coco muito apreciado para drinks em geral.

2.0 Mapeamento dos Stakeholders

Sócios: tem o interesse de fazer a empresa prosperar e aumentar o retorno sobre o investimento realizado.

Colaboradores: tem como interesse manter seus empregos e fazer com que a empresa prospere para crescerem junto com ela.

Fornecedores: tem o interesse em que a empresa compre seus produtos in natura com valores mais altos e tenha garantia de compra.

Clientes: espera que a empresa ofereça um produto de qualidade com o melhor preço e nos mais variados lugares.

3.0 Redefinição do Negócio

Nesse momento será definido o Core Business, Clientes Alvos e os Fatores Críticos de Sucesso.

3.1 Consumidores

- ✓ Tipo de clientes: Pessoas físicas e jurídicas
- ✓ Sexo: ambos
- ✓ Tipo de empresa para comercialização: Indústria, comércio, empresa pública e agronegócios.
- ✓ Faixa etária: Todas.
- ✓ Renda média: Qualquer
- ✓ Comentário sobre o nosso mercado potencial: O mercado potencial é cantinas de colégio, faculdades, órgãos públicos, hospitais, lanchonetes, restaurantes, hotéis, motéis, lojas de conveniências, casa de eventos, academias, etc.
- ✓ Sazonalidade no consumo: Não há, nossa cidade é muito quente.
- ✓ Sazonalidade no fornecimento de matéria-prima: Não há.

4.0 MAPA DE FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

MAPA DE IDENTIFICAÇÃO DE FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO								
1	OPERAÇÃO	2	FINANÇAS	3	MARKETING	4	LOGÍSTICA	CORE BUSINESS
9	Higiene	5	Facilid.Pagamento	9	Pesquisa	9	Transporte	Satisfação
7	Manutenção	9	Vendas	7	Divulgação/ prod.	9	Busca da Mat.Prima	
5	Treinamento	7	Perda	9	Merchandising	9	Entrega dos Prod. nos PDV	
9	Manuseio/processo	9	Compras de Mat. Prima					
								CLIENTE ALVO
								Pessoas de ambos os sexos e idades

Legenda - 9 IMPACTO EXTREMAMENTE FORTE

7 IMPACTO FORTE

5 IMPACTO MEDIANO

3 IMPACTO FRACO

1 IMPACTO NENHUM

4.1 Análise do Mercado

- ✓ Oportunidades do negócio: Porto Velho/ Rondônia conta com grandes plantações de coco, este produto por sua vez, é comercializado só de forma in natura. Portanto observamos a oportunidade de industrializá-lo, já que o coco, assim como a cana-de-açúcar, tudo se aproveita.
- ✓ Ameaças ao negócio: A entrada de grandes indústrias de porte nacional, pois se trata de uma novidade no Estado. Pequenas concorrências sem padrões de higiene e conservação, deteriorando assim, a imagem do produto.

4.2 Concorrentes

Legenda

1	Muito ruim
2	Ruim
3	Regular
4	Bom
5	Muito bom

MBA – GESTÃO EMPRESARIAL
Fundação Getúlio Vargas - FGV

Item	Amazon Coco	Concorrentes	
		A	B
Atendimento	5	2	5
Atendimento pós-venda	5	1	5
Canais de distribuição	4	3	5
Divulgação	5	1	3
Garantias oferecidas	4	1	3
Localização	4	3	4
Política de crédito	4	3	3
Preço	4	4	1
Qualidade do produto	5	3	5
Reputação	5	3	5
Total de pontos	45	24	39

Comentários: * Concorrente A – Já existente no interior do Estado o mesmo não possui estrutura para atender a capital e o proprietário é muito centralizador dificultando assim seu progresso. * Concorrente B – Produto embalado em caixinha tetra pak, alterando assim seu sabor devido alto índice de conservantes, mas conta com ótima logística e distribuição feita pela Rondônia Refrigerantes S/A (Distribuidora da Coca-Cola).

5.0 SWOT

5.1 MATRIZ SWOT	
Forças	Fraquezas
a. Concorrentes locais com pouca tecnologia;	a. A falta de padronização da matéria-prima, junto aos fornecedores;
b. Pontos de distribuição bem localizados;	b. Falta de mão-de-obra qualificada;
c. Condição de negociação para revenda;	c. Alto grau de pericuidade do produto.
d. Preços mais acessíveis;	
e. Aproveitamento de toda matéria-prima;	
f. Modernas instalações;	
g. Rapidez na entrega;	
h. Armazenamento e condicionamento próprio do produto;	
i. Produtos aprovados por todos os órgãos fiscalizados;	
j. Padronização da produção;	
k. Parcerias pré-definidas com os pontos de distribuição /vendas.	
l. Produto 100% natural com baixo valor calórico;	
Oportunidades	Ameaças
a. Produto de fácil aceitação ao público de modo geral;	a. Aquisição de idéias por grandes indústrias do gênero;
b. Procura pela sociedade por uma vida mais saudável;	b. Concorrentes externos;
c. Matéria-prima com abundância em nossa região;	c. A banalização do produto pela concorrência, podendo causar um marketing negativo ao produto.
d. Pontos de distribuição já definidos.	d. Praga nas plantações.

MBA – GESTÃO EMPRESARIAL
Fundação Getúlio Vargas - FGV

5.2 diagnóstico SWOT		
OPORTUNIDADES		AMEAÇAS
FORÇAS	1. Capacidade de Ação Ofensiva	2. Capacidade Defensiva
	Ponto de distribuição bem localizado;	Concorrentes com pouca tecnologia;
	Condição de negociação para revenda;	Armazenamento e condicionamento próprio do produto;
	Aproveitamento de toda matéria-prima;	Produtos aprovados por todos os órgãos fiscalizados;
	Rapidez na entrega;	Modernas instalações;
	Padronização da produção;	Preços mais acessíveis;
	Produto 100% natural com baixo valor calórico;	
	Parcerias pré-definidas com os pontos de distribuição /vendas.	
FRAQUESAS	3. Debilidades	4. Vulnerabilidades
	A falta de padronização da matéria-prima, junto aos fornecedores;	Aquisição de idéias por grandes indústrias do gênero;
	Falta de mão-de-obra qualificada;	Concorrentes externos;
	Alto grau de pericuidade do produto.	A banalização do produto pela concorrência, podendo causar um marketing negativo ao produto.
		Praga nas plantações.

6.0 MODELO PORTER

MODELO PORTER DE PLANEJAMENTO									
Fornecedor	L	Intensidade da Rivalidade	L	Clientes	L	Produtos Substitutos	L	Novos Entrantes	L
pouca oferta	A	poucos concorrentes	o	Qualidade	o	isotônicos	a	negócio atrativo	o
pouca tecnologia	O			Higiene	o	energéticos	a	sem barreira de entrada	a
pouco poder de barganha	A			Preço	a	refrigerantes	a	sem barreira de saída	o
pouca especializada	O			Embalagem	o	sucos naturais	o		
grande oferta	O			Não fiel	a	água mineral	a		

Legenda	O	Oportunidade
	A	Ameaça

7.0 MAPA DE PROJETOS ESTRATÉGICOS

MAPA DE PROJETOS ESTRATÉGICOS		
PROJETOS "COMO"	FIM/MEIO	OBJETIVOS ESTRATEG. "O QUÊ"
Aumentar base de clientes	Meio	Diminuir Risco
Ampliar força de Vendas	Meio	Aumentar Faturamento
Desenvolvimento da Agricultura	Meio	Diminuir Risco
Desenvolver novos canais	Meio	Aumentar Faturamento
Exportação	Meio	Aumentar Faturamento
Implantar Programa de Qualidade	Meio	Diminuir Custo
Negociar melhor compra/venda	Meio	Diminuir Custo
Desenvolver programa Resp.Social	Meio	Fortalecer Imagem
Desenvolver Parcerias	Meio	Diminuir Risco

OBS: Esse Mapa foi Desenvolvido para a Empresa Amazon Coco

8.0 ESTABELECIMENTOS

8.1 Visão

Ser a maior envazadora de água de coco da região norte, trabalhando com todos os subprodutos do coco verde, com rentabilidade no negócio e excelência no atendimento ao cliente e gestão.

8.2 Missão

Atuar com excelência na área de alimentação, tendo uma ótima produtividade com vanguarda tecnológica, possibilitando o desenvolvimento dos colaboradores e produtores com responsabilidade social e a preservação do meio ambiente.

8.3 Valores e Princípios

Promover progresso para nossa região, através de um bom relacionamento com os colaboradores e fornecedores de forma ética e com responsabilidade social.

MBA – GESTÃO EMPRESARIAL
Fundação Getúlio Vargas - FGV

9.0 PLANO DE AÇÃO

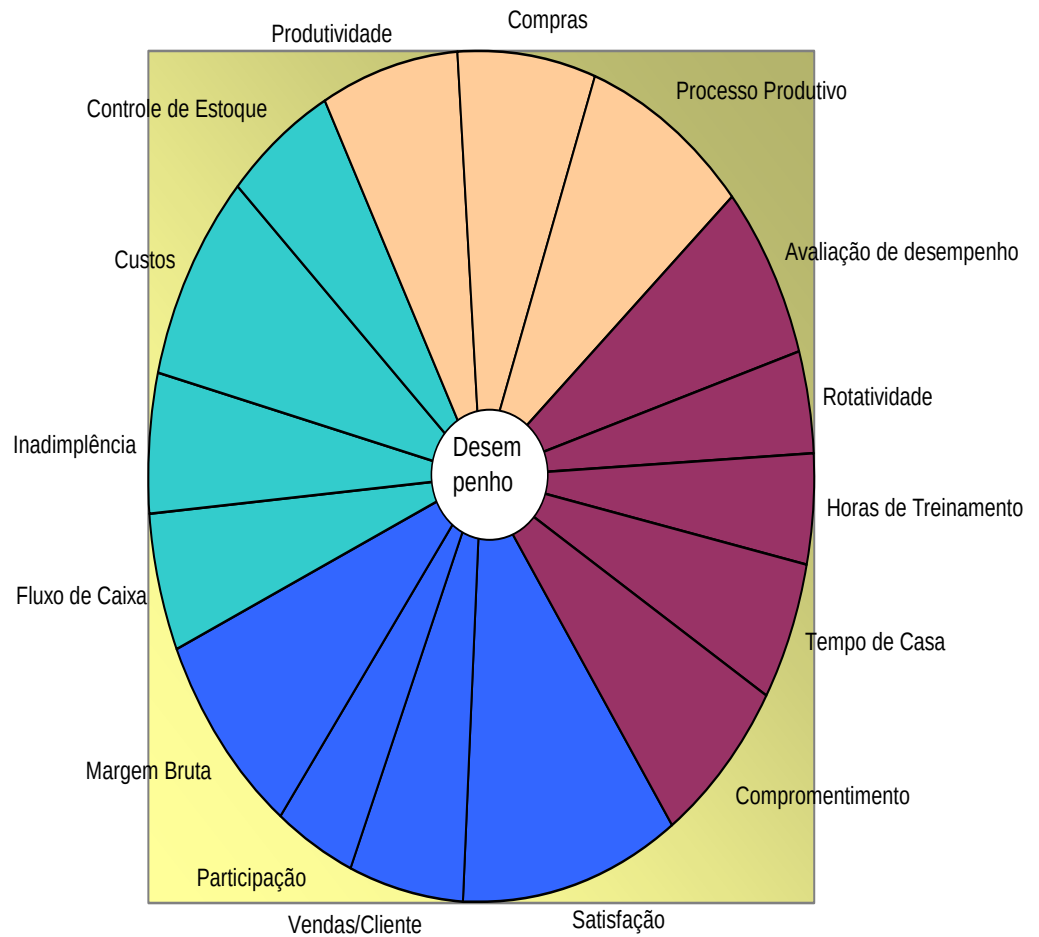
Plano de Ação 5W2H Unidade: Amazon Coco					
Objetivo Geral: Levar o faturamento da empresa para R\$ 50.000,00 mensal.					
O que fazer (Ação) – What	Como fazer (Estratégia) – How	Prazo - When	Quem - Who	Onde - Where	Custo - How much
1 - Desenvolver novos canais de vendas	a - Abertura de novos clientes;				
	b- Aumentar a área de atuação;	Imediato	Ger.Vendas	Empresa	R\$ 0,00
	c- Pesquisa de novos mercados;				
2 - Ampliar a força de vendas	a- Contratação de novos vendedores;	3 meses	Ger.Vendas		500
	b- Treinamento de Vendedores;	4 meses	Ger.Vendas		1.000,00
	c- Compra de 5 motos;	3 meses	Ger.Financeiro	Empresa	15.000,00
	d- Desenvolver merchandising;	3 meses	Ger.Vendas		3.000,00
3 - Negociar melhor compra e venda	a- Incentivo aos agricultores;				2.000,00
	b- Procura de novas parcerias;	Imediato	Ger.Operações	Empresa	0
	c- Aumento de fornecedores;				0
4- Implantar programa de qualidade na produção	a- Realizar 5S;	3 meses			
	b- Redefinição de processos;	4 meses	Ger.Operações	Empresa	2.000,00
	c- Definir padrão de matéria-prima;	2 meses			
	d- Realizar PDCA;	Indeterminado			

10.0 QUADRO DE MONITORIA E AVALIAÇÃO

Neste momento está sendo estabelecido um quadro de medição de desempenho para que a empresa possa chegar a um bom desempenho. Para isso foi dividido os em quatro pontos principais, que são: Cliente, Finanças, Operações e Pessoas. Estabelecendo dentro de cada grupo os pontos vitais e os percentuais de importância de cada um. Será formado ainda um comitê de avaliação para que realmente se cumpram os objetivos.

**Quadro de
Medição de
Desempenho**

		%
Clientes	Satisfação	45
	Vendas/Cliente	40
	Participação	15
Finanças	Margem Bruta	30
	Fluxo de Caixa	20
	Inadimplência	20
	Custos	30
Operações	Controle de Estoque	20
	Produtividade	25
	Compras	25
	Processo Produtivo	30
Pessoas	Avaliação de desempenho	25
	Rotatividade	15
	Horas de Treinamento	15
	Tempo de Casa	20
	Comprometimento	25



11.0 REVISÃO PERIÓDICA DO PLANO

O Planejamento Estratégico da Amazon Coco, será revisado no prazo de um ano e em dois anos o plano será refeito, para que nesse período tenha-se o comprometimento de executar o que está sendo planejado e para se fazer os ajustes de curso necessários.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

Luzzi, L. C. A. Plano de Marketing - 1º Edição, Editora Atlas, São Paulo, 1999.

Derek, Definição do Negócio - 1º Edição Editora Atlas, São Paulo, 1991

Curso SEBRAE (IPGN)

Material FGV Management :

Finanças Corporativas - 2º Edição, Prof: Luis Geraldo Mendonça

Fundamentos e Gestão de Marketing - 2º Edição, Prof: Fernando Roberto de Andrade Marchesini

Estratégia de Empresas - 2º Edição, Prof: Adelcio Sant`Anna

Orçamento Empresarial (Apostila) - Prof: Fernando Augusto Furtado Pinto

Logística Empresarial. - 2º Edição, Prof: Aristeu Silveira

Contabilidade para Executivos - 1º Edição Prof: Limeira

Custos e Precificação. Apostilas, - Prof: André Luis Fernandes Limeira