



# VEG STAR

---

Marina Trevisan Diniz castanho  
Nycolle Sabio Macena  
Vitória Caroline Pereira  
1 etim. de administração





# Sumário

- 01** Introdução
- 02** Pesquisa de mercado
- 03** Mix de marketing
- 04** Analise SWOT
- 05** Posicionamento e definição da marca
- 06** Objetivos e metas 2021
- 07** Ferramenta 5W2H

# Introdução







# Introdução

## Apresentação da nossa empresa :

- Veg star é uma empresa vegana que começou em 2015 no interior. Atualmente temos 3 restaurantes. O nosso primeiro restaurante esta localizado em Sorocaba na rua da Penha, o outro na rua Alameda Ribeirão Preto, São Paulo e o outro Rio de Janeiro na rua da assembleia
- **Ramo de atuação:** restaurante
- **Proprietários:**
  - Nycolle Sábio Macena
  - Marina Trevisan Diniz Castanho
  - Vitoria Caroline Pereira



# Nossos restaurantes

## Veg star em Sorocaba



[restaurantevegstar@gmail.com](mailto:restaurantevegstar@gmail.com)

Instagram:  
@SorocabaVegStar

15 99409- 3456



## Veg Star em Rio de Janeiro

[restaurantevegstar@gmail.com](mailto:restaurantevegstar@gmail.com)

@restaurantevegstarRJ

22 99786-0594



## Veg Star em São Paulo

[restaurantevegstar@gmail.com](mailto:restaurantevegstar@gmail.com)

@restaurantevegstarSP

15 99209 – 1011







# Introdução

- **Produto principal:**

Nós vendemos marmitas, sobremesas, sucos naturais.

- **Público alvo:**

O nosso público alvo são pessoas vegetarianas, veganas e pessoas que tem algum problema de saúde (alergia a glúten, lactose, diabetes).

- **Concorrentes:**

Nossos concorrentes são Couve flor bistrô vegetariano, naturalíssima comida saudável, Vegano vaca verde, Banana verde

- **Fornecedores:**

Nossos fornecedores são a maior parte agricultores, pois trabalhamos com produtos frescos direto da horta, mas também temos os fornecedores de produtos orgânicos, integrais como: Mãe Terra e Vapza.

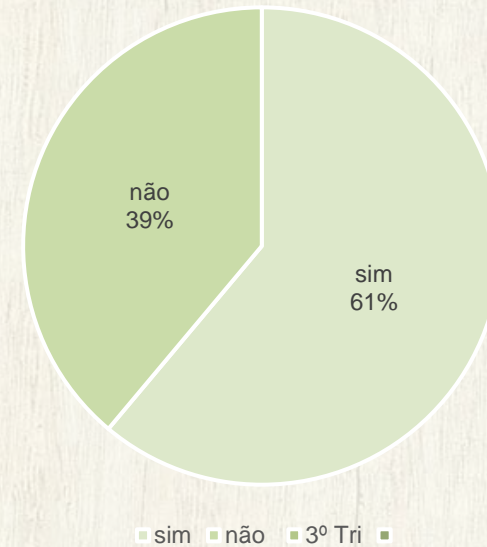


# Pesquisa de mercado



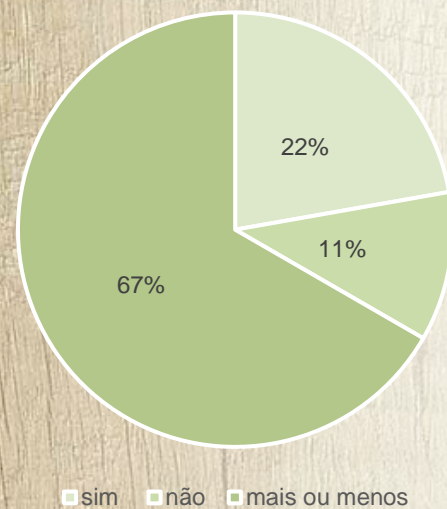
- Essa pesquisa foi feita com o intuito de ver sobre a alimentação saudável e sobre o veganismo e vegetarianismo

quantidade de pessoas que gosta de alimentos "fit"

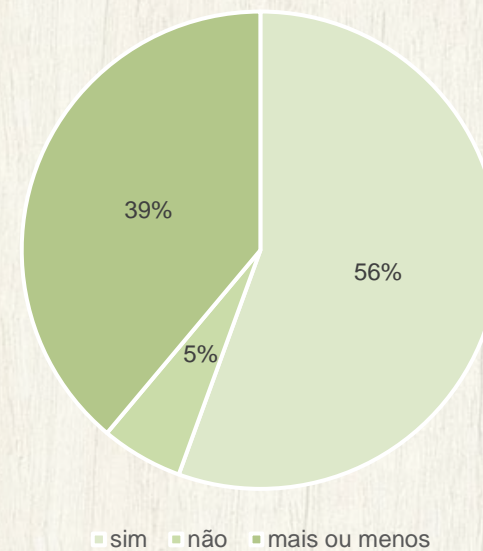




quantidade de pessoas que tentam ter uma alimentação saudável



conhecimento sobre veganismo e vegetarianismo





# Mix de marketing





# Nossos produtos



Os nossos produtos são orgânicos, colhidos de hortas vivas, sem agrotóxico e produtos integrais e com baixa calorias e nossas comidas são feitas diariamente e por isso sem conservantes. O valor nutricional depende de cada prato.



## Nossos produtos:



Todas as nossas embalagens, talheres, copos, pratos são biodegradáveis.  
Nossas embalagens são tradicionais de três tamanhos, P M e G e também temos combos





Nós escolhemos montar a nosso restaurante na rua da Assembleia no Rio de Janeiro, rua Vitória em São Paulo e na Rua da Penha em Sorocaba pelo fato de serem ruas centrais de fácil acesso e movimentadas.

Nossos restaurantes estão em prédios alugados, todos com ar condicionado, garçons treinados, cozinheiras preparadas, um ambiente familiar com música ambiente e temos muitas formas de pagamentos.



Praça



Veg Star



# Preços

## PREÇO DAS MARMITAS

	<b>P</b>	<b>M</b>	<b>G</b>
Marmitas	15,00	18,00	21,00
Combos: Marmitas + sucos	18,00	21,00	24,00
Mega combos: Marmitas + sucos + sobremesa	20,00	23,00	26,00

## PREÇO DAS BEBIDAS

<b>BEBIDAS</b>	<b>PREÇOS</b>
Suco natural 330 ml (sabores)	4,00
Garrafa de 550 ml (sabores)	7,00
Cha gelado	5,00
Coca zero 350 ml	5,00
Coca zero 1,5 l	10,00

# Preços

PREÇO DAS SOBREMESAS	
SOBREMESAS	PREÇOS
Brigadeiro zero açúcar e sem lactose	4,50
Brigadeiro vegano	4,50
Beijinho vegano	4,50
Beijinho zero açúcar e sem lactose	4,50
Doce de abobora com coco (pote de 200 ml)	7,00
Mousse vegano (pote de 200ml)	7,00
Salada de frutas	5,00
Chocolates veganos, zero lactose, diet e light	4,00





# Promoção

- Dia do aniversariante – paga somente 50%
- Promoção no dia do veganismo e no dia do vegetarianismo
- Indique um amigo
- Cartão fidelidade- 10 refeições ele ganha uma
- Nossa comunicação é principalmente nas redes sociais
- Nossas publicações estão também nos nossos outdoors, que estão espalhados pelas cidades.



# Analise SWOT







# Analise SWOT



- **Ambiente interno**

- Pontos fortes:

Nosso ponto forte é a que nos do Veg Star temos várias opções veganas e vegetarianas, por isso conseguimos abranger quase que todos os veganos e vegetarianos.

- Pontos fracos:

É que as vezes um cliente deixa de vir no nosso restaurante pelo fato de ter somente a opção vegana e vegetarianas e acabam indo para outro lugar que tem opções veganas e não veganas

- **Ambiente externo**

- Ameaças:

A entrada de novos concorrentes no mercado, porque iríamos perder clientes

- Oportunidade:

Fazer mais propagandas, por que com isso conseguiríamos atingir mais pessoas

# DEFINIÇÃO DA MARCA



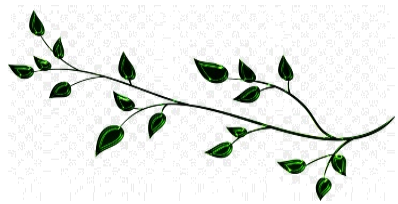




# DEFINIÇÃO DA MARCA

A minha empresa que ser lembrada como quem que ajudou pessoa a continuarem no veganismo e mostrou muitas opções para aquele que diziam que vegano não come bem, pois com os nossos pratos você vai comer bem e não vai precisar tirar a vida de ninguém.





*Veg Star o tempero da vida*





# METAS PARA 2021



1

Primeiramente queremos construir a nossa propria horta em cada restaurante

2

Incluir sorvetes veganos, milk shake veganos e lanches naturais

3

Abrir outra filial no Rio de Janeiro .

4

Construir um horta comunitária



veg star



FERRAMENTA

5W2H





# FERRAMENTA 5W2H



## 5W2H

What? O que?	Why Porque?	Where onde	When Quando?	Who Por quem?	How? Como?	How much? Quanto custa ?
Abrir outro restaurante	Para que mais pessoas possam conhecer nosso trabalho	Copacabana - Rio de Janeiro	Em setembro de 2021	Gerente geral	Comprar um imóvel e contratar um arquiteto	250.000
Criar nossa própria horta	Para que a gente tenha certeza de que nossos produtos são de qualidade	Nas nossas empresas	Em março de 2021	Gerente e os funcionários que iram cuidar	Comprando várias sementes, arrumando um local apropriado, e plantando	5.000
incluir sorevetes, milkshakes e lanches naturais	Para ter mais opções variáveis no nosso cardápio	Nas nossas empresas	Em fevereiro de 2021	Gerente e encarregados e os nossos nutricionistas	Comprar máquinas, ingredientes, potes e cones, massas	5.000
Criar uma horta comunitária	Para que todos ajudem uns aos outros	Em áreas próximas as nossos restaurantes	Em fevereiro de 2021	Gerente e os funcionários que iram cuidar	Comprando várias sementes, arrumando um local apropriado, e plantando	5.000





Vegan



Veggie



Vegan



## Conclusão

Mesmo estando em lugar com a "boa fama" de um lugar limpo, alimentos de qualidade, preço legal, colaboradores, profissionais temos que investir no marketing pois da mesma forma que as redes sociais nos ajuda, a chance de temos concorrentes também é grande, sempre procurar estar atualizado no mercado faz com que caminhemos lado a lado com o sucesso.



*obrigada*

