



**NUTRIÇÃO EMPREENDEDORA: PLANO DE NEGÓCIOS DE UMA EMPRESA
FORNECEDORA DE LANCHEIRA SAUDÁVEL PARA PRÉ-ESCOLARES**

**Andréa Ferreira Dantas
Tatielly Pinheiro Oliveira**

Orientador: Profa. Ms. Jaqueline Nascimento de Assis

Trindade-GO
2020

FACULDADE UNIÃO DE GOYAZES

**NUTRIÇÃO EMPREENDEDORA: PLANO DE NEGÓCIOS DE UMA EMPRESA
FORNECEDORA DE LANCHEIRA SAUDÁVEL PARA PRÉ-ESCOLARES**

Andréa Ferreira Dantas

Tatielly Pinheiro Oliveira

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
à Faculdade União de Goyazes como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Nutrição.

Orientador: Profa. Ms. Jaqueline Nascimento de Assis

Trindade - GO

2020

Andréa Ferreira Dantas
Tatielly Pinheiro Oliveira

**NUTRIÇÃO EMPREENDEDORA: PLANO DE NEGÓCIOS DE UMA EMPRESA
FORNECEDORA DE LANCHEIRA SAUDÁVEL PARA PRÉ-ESCOLARES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
à Faculdade União de Goyazes como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Nutrição, aprovada pela seguinte
banca examinadora:

Profa. Orientadora: Ms. Jaqueline Nascimento de Assis
Faculdade União de Goyazes - FUG

Profa. Interna: Ms. Larissa de Farias Alves
Faculdade União de Goyazes - FUG

Convidado Externo: Adm. Janaina Cabaleiro Rodrigues
MBA em Gestão Comercial

Profa. Suplente: Ms. Ingryd Garcia de Oliveira
Faculdade União de Goyazes - FUG

Trindade - GO
04/08/2020

NUTRIÇÃO EMPREENDEDORA: PLANO DE NEGÓCIOS DE UMA EMPRESA FORNECEDORA DE LANCHEIRA SAUDÁVEL PARA PRÉ-ESCOLARES

(Andréa Ferreira Dantas)¹

(Tatielly Pinheiro Oliveira)¹

(Prof. Ms. Jaqueline Nascimento de Assis)²

RESUMO

INTRODUÇÃO: O mundo passou por várias mudanças e as transformações ocorridas no estilo de vida da população trouxeram práticas alimentares inadequadas. Considerando que as crianças ficam nas escolas uma boa parte do dia, sabe-se que na maioria das vezes consomem lanches que compram na cantina da escola. Esses alimentos são nutricionalmente pobres, apresentando excesso de sal, açúcar e gordura, além da baixa quantidade em vitaminas, minerais e fibras. **OBJETIVO:** Construção de um plano do negócio para verificar a viabilidade de implantação de cozinha para produção de lancheira saudável na cidade de Trindade (GO). **METODOLOGIA:** Trata-se de uma pesquisa do tipo descritiva, para construção de plano de negócios onde utilizou-se a ferramenta da pirâmide para a coleta de informações. **RESULTADOS:** Através da construção do plano de negócios pôde-se definir o negócio em si, o plano de marketing, o plano operacional, de recursos humanos e o plano financeiro. **CONSIDERAÇÕES FINAIS:** O presente estudo comprovou a não viabilidade do negócio no formato em que foi proposto. Os objetivos esperados de visualizar o negócio como um todo para identificar a viabilidade foram atingidos, embora mostrando-se rentável a longo prazo.

PALAVRAS-CHAVE: Alimentação saudável. Alimentação infantil. Negócios.

¹ Acadêmica do Curso de Nutrição da Faculdade União de Goyazes

² Orientadora: Profa. Ms. Faculdade União de Goyazes

ENTREPRENEURIAL NUTRITION: BUSINESS PLAN OF A HEALTHY LUNCH BOX SUPPLIER FOR PRE-SCHOOLS

ABSTRACT

INTRODUCTION: The world has passed several changes and the changes that have occurred in the population's lifestyle have led to inappropriate eating practices. Considering that children stay in the school for a good part of the day, it is known that most of the time they consume snacks that they buy in the school canteen. These foods are nutritionally poor, with excess of salt, sugar and fat, as well as a low quantity of the vitamins, minerals and fiber. **OBJECTIVE:** Construction of a business plan to verify the viability of the implementing of a kitchen for the production of a healthy lunch box in the city of Trindade (GO). **METHODOLOGY:** It is a descriptive type of research, for the construction of business plan where the pyramid tool was used to collect information. **RESULTS:** Through the construction of the business plan, it was possible to define the business itself, the marketing plan, the operational plan, the human resources plan and the financial plan. **FINAL CONSIDERATIONS:** The present study proved the non-viability of the business in the format in which it was proposed. The expected objectives of visualizing the business as a whole to identify viability have been achieved, although proving to be rentable in the long term.

KEYWORDS: Healthy eating. Children foods. Business.

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse projeto à nossa família, pela paciência e apoio que nos deram durante toda essa trajetória.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus por nos permitir, nesse cenário caótico de pandemia pelo COVID-19 onde o mundo parou, encarar o novo de forma positiva e lembrando que, mesmo na velocidade em que a tecnologia avança, não podemos esquecer o lado humanizado nos negócios e nas relações.

Empreender nesse universo volátil, incerto, complexo e ambíguo não é tarefa fácil. Transformar a vida das pessoas e auxiliá-las na resolução de uma dor, tem que ser a essência das empresas. Para isso, o apoio das pessoas que amamos, a dedicação, incentivo e puxões de orelha dos professores são ingredientes fundamentais para a realização desse projeto.

Portanto, gratidão especial aos nossos familiares e professores que nos guiaram até aqui.

INTRODUÇÃO

O mundo passou por várias mudanças e, com as transformações ocorridas no estilo de vida da população nas últimas décadas, houve um aumento exponencial no aparecimento de doenças crônicas não transmissíveis (DCNT) e que estão acometendo não só adultos e idosos, mas principalmente infância e juventude. A maior parte destas se deve às modificações nos hábitos alimentares (WEFFORT, 2011).

De acordo com informações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística tivemos um aumento significativo no número de crianças acima do peso nos últimos 5 anos, em especial entre 5 e 9 anos de idade (IBGE, 2010). Em contrapartida tivemos também um importante parâmetro de desnutrição infantil, anemia e deficiência de vitamina A, seja em grupos populacionais marcados pela dificuldade de produzir ou adquirir seus alimentos; seja pela violação de direitos básicos (BRASIL, 2018). No desenvolvimento dos hábitos alimentares durante a infância, os pais têm papel fundamental, tanto por serem responsáveis pela aquisição dos alimentos, quanto por exporem seus filhos aos mesmos (COOKE et al., 2003; VENTURA; BIRCH, 2008).

Essas escolhas alimentares são complexas, pois envolvem vários fatores como renda familiar, escolaridade, mídia e o próprio comportamento alimentar dos pais (CLARO; MONTEIRO, 2010; TAYLOR et al., 2005). Hábitos alimentares inadequados refletem em importantes problemas de saúde, considerando que a alimentação com baixa densidade nutricional está associada à presença de várias DCNT, entre elas o excesso de peso na infância. Uma em cada três crianças que saíram da escola primária foram consideradas obesas em 2015 e às doenças cardiovasculares, no futuro (VITOLLO, 2015).

Para além da preocupação com a alimentação em casa, há uma maior em relação aos lanches escolares. Segundo Azeredo et al. (2016 apud WOGNSKI et al. 2019) as crianças no Brasil ficam nas escolas em uma boa parte do dia e, durante esse período, na maioria das vezes, consomem lanches que compram na cantina da escola. Uma grande parte dos alimentos vendidos nessas cantinas escolares são nutricionalmente pobres, apresentando excesso de sal, açúcar e gordura, além da baixa quantidade em vitaminas, minerais e fibras (LOPES FILHO; MENDES, 2016;

BEKKER et al., 2017). Para agravar a situação, a lancheira das crianças não tem muita diferença desses alimentos ofertados pelas cantinas no que tange, tanto o tipo de alimento oferecido, quanto ao valor nutricional.

A alimentação escolar exige consciência e responsabilidade e deve atentar para a utilização de alimentos saudáveis, adequados em macro e micronutrientes, diversificando a oferta de frutas e fibras, visando atingir pelo menos 15 % das necessidades dos estudantes, contemplando as Diretrizes do Ministério da Saúde (BRASIL, 2006). Nesse aspecto, o ambiente de ensino favorece o desenvolvimento de projetos que contribuam para a melhor qualidade de vida dos alunos. As atividades educativas promotoras de saúde na escola representam importantes ferramentas se considerarmos que, crianças bem informadas têm mais chance de fazer melhores escolhas alimentares no futuro, promovendo seu bem-estar (COSTA et al., 2001).

Trindade, cidade do Estado de Goiás, com uma população de 127.599 habitantes, segundo levantamento feito pelo IBGE (2019), possui 33 escolas municipais, 20 estaduais e 15 privadas (EDUCA MAIS BRASIL, 2020). Nota-se uma crescente conscientização das famílias na busca de práticas mais saudáveis. Em contrapartida, pode-se perceber que as escolas, principalmente as privadas, não oferecerem em seus currículos escolares atividades de Educação Alimentar e Nutricional (EAN) para incentivar nas crianças o hábito do comer bem e de forma saudável (RAMOS et al., 2013).

Para que o alimento promova saúde, existe a necessidade de haver harmonia entre quantidade, qualidade, frequência, variabilidade, fornecendo assim, todas as substâncias necessárias ao desenvolvimento do organismo (BRASIL, 2006).

As relações que a criança em fase escolar estabelece com o alimento, vão além da necessidade de nutrição. Nesse período começa a percepção do alimento como um motivo para o convívio social, por isso a condução e o preparo desses alimentos têm que ser feitos com competência. Isso significa que, além de nutrir e fazê-los crescer, ajuda a criar relacionamentos e isso refletirá na saúde e estilo de vida futuros (CTENAS; VITOLO, 1999).

Segundo Brasil (2019, p. 18): “o acesso a alimentos adequados e saudáveis e à informação de qualidade fortalece a autonomia das famílias.”

Frente a todos esses fatores, se faz presente a alternativa empreendedora de um negócio com foco na produção de opções de lancheira saudável que, além de

facilitar a vida das famílias, teria como proposta estratégica a transformação do perfil nutricional das crianças, apresentando novos alimentos, mais nutritivos e saudáveis. Dessa forma, todos os responsáveis pela alimentação da criança saberiam que estes estariam recebendo diariamente na escola, mesmo que em uma pequena refeição, nutrientes essenciais para o seu desenvolvimento integral.

A princípio esse projeto poderia ser desenvolvido com crianças das escolas privadas, até por se tratar de uma negociação direta com os pais, com possibilidade de ofertar informações nutricionais dentro das próprias lancheiras garantindo acesso ao conhecimento para toda a família.

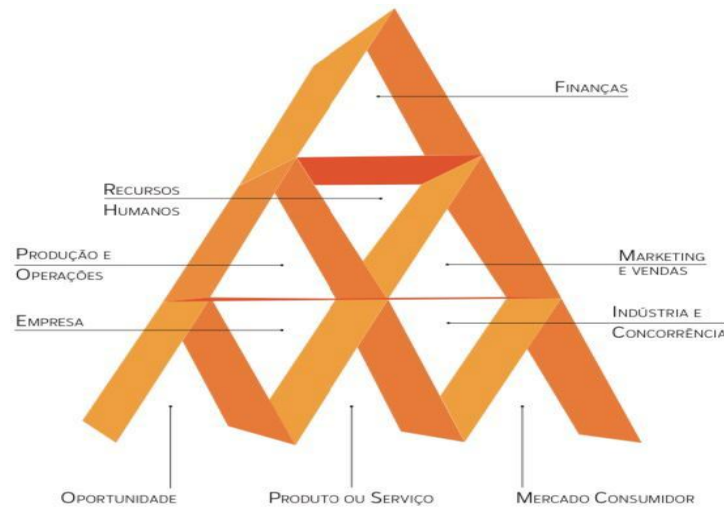
O objetivo geral do presente estudo é a construção do plano do negócio utilizando a ferramenta da pirâmide para o planejamento de novos modelos de negócio, no intuito de entender melhor como seria a empresa, o mercado em que poderia atuar e quais os recursos necessários.

2 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa do tipo descritiva, para construção de plano de negócios com intuito de verificar a viabilidade de implantação de cozinha para produção de lancheira saudável na cidade de Trindade (GO). As pesquisas descritivas têm como principal objetivo descrever as características de determinado fenômeno ou população ou ainda estabelecer relações entre variáveis (GIL, 2002).

Para a coleta de informações utilizou-se a ferramenta da pirâmide que, de acordo com Nakagawa (2011), cada elemento do plano pode ser analisado como um bloco triangular. Inicialmente demonstrou-se sua base, abordando a oportunidade de negócio, apresentação da empresa e do produto/serviço, análise do mercado consumidor e da concorrência. Na sequência do desenvolvimento foi elaborado o plano de produção e operações, plano de marketing e vendas, plano de recursos humanos e finalizando-se com o plano financeiro.

Figura 1 – Modelo Plano de negócio em pirâmide.



Fonte: Nakagawa (2011)

É importante ressaltar que o presente estudo não foi submetido à análise do comitê de ética da instituição por se tratar somente de levantamentos bibliográficos e não envolver a participação de indivíduos.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO

Aprender a fazer boas escolhas alimentares já na infância trará benefícios para o resto da vida e, muitas vezes, as crianças são privadas dessa oportunidade pela falta de tempo dos pais. Surge então a necessidade de montar uma unidade para a fabricação de lanches saudáveis, entregues diretamente na escola.

Os pais terão a tranquilidade de saber que seus filhos estarão recebendo na hora certa, na escola, um lanche balanceado, nutritivo e saboroso. Todo esse serviço poderá ser contratado através do nosso site, onde os pais escolhem o tipo de plano (semanal, quinzenal ou mensal), e recebem o acesso ao cardápio antecipadamente. Essa ideia de negócio possui vários benefícios:

- Inovação regional: a cidade de implantação (Trindade-GO) não possui nenhuma empresa que presta esse tipo de serviço;
- Existem empresas do mesmo ramo atuando em cidades próximas há vários anos com sucesso;
- A cidade de Trindade-GO vem crescendo nos negócios e percebe-se que a inovação vem sendo bem aceita pelos moradores;
- Negócio gerenciado, supervisionado e executado por nutricionistas, garantindo qualidade higiênico-sanitária, saúde e sabor;
- Produto de qualidade para as crianças livre de corantes, aditivos químicos e conservantes;
- Lanche artesanal, fresco e de forma lúdica para despertar nas crianças, interesse em consumir novos alimentos;

3.2 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A Lancheira & Nutrir surgiu através do desejo de proporcionar para as crianças a oportunidade de terem bons hábitos alimentares e, com isso, serem adultos mais saudáveis. A vontade de empreender surge fortemente, visto que as cantinas escolares existentes na cidade não disponibilizam muitas opções saudáveis e saborosas e onde os pais, em sua maioria sem tempo, não encontram incentivo de proporcionar aos filhos um lanche escolar nutritivo. A partir disso, viu-se uma grande oportunidade de negócio que será dirigido por nutricionistas.

Nesta empresa cada sócia terá 50% de participação societária e pretende-se inaugurar no primeiro semestre do ano de 2021. O negócio se situará em localização estratégica na cidade de Trindade-GO, próximo às maiores escolas da cidade para facilitar as entregas. Em relação à aquisição de matéria-prima para fabricação dos lanches, a preferência será por produtores e comerciantes da região para incentivar e fortalecer o comércio da cidade.

A empresa tem como missão cultivar desde a infância o hábito da alimentação saudável, fornecendo lanches nutritivos, saborosos, práticos, e com a maior qualidade possível. Nossa visão é de ser a melhor empresa da região em

excelência e praticidade no fornecimento de alimentação saudável infantil. Para que a visão estabelecida seja alcançada a empresa se empenhará no serviço prestado, garantindo que as necessidades nutricionais das crianças sejam atendidas diariamente de maneira equilibrada, sem interferir no sabor e fazendo com que elas cresçam com bons hábitos. Nossos valores estão na alta qualidade no serviço prestado, ética profissional, compromisso com nossos clientes, empatia, inovação no mercado Trindadense e proporcionar a praticidade.

E para que a Lancheira & Nutrir desempenhe suas atividades e se sustente ao longo do tempo foram criados objetivos estratégicos que serão listados abaixo.

- Aumentar o faturamento da empresa em pelo menos 30% ao ano;
- Buscar sempre inovar nos cardápios e preparações;
- Buscar parcerias em escolas;
- Desenvolver ações de marketing para aumentar as vendas e fidelizar clientes;
- Divulgar a empresa através das redes sociais, site e cartões de visita;
- Garantir treinamento de excelência no atendimento ao cliente quando contratar funcionários;
- Manter sempre um bom nível de satisfação dos clientes;
- Manter a qualidade na produção;
- Preço justo e atrativo ao consumidor.

As empreendedoras da Lancheira & Nutrir, Andréa Dantas e Tatielly Pinheiro, preocupadas com a alimentação das crianças e com o desejo de mudar o futuro através do empreendedorismo, baseando-se nos conhecimentos adquiridos durante a graduação em nutrição, acreditam que ensinando as pessoas a terem bons hábitos desde cedo, contribuirão para a formação de adultos mais saudáveis e conscientes. Para elas os hábitos desenvolvidos e estabelecidos na infância tendem a permanecer durante toda a vida. Dessa maneira, através da Lancheira & Nutrir, pretende mudar o cenário atual, onde as crianças comem de forma muito errada, para que elas passem a consumir alimentos mais artesanais, preparados no dia, e que elas percebam que uma alimentação saudável pode ser também sinônimo de sabor.

3.3 APRESENTAÇÃO DE PRODUTO/SERVIÇO

Produto ou serviço pode ser definido como algo que pode ser oferecido a um mercado para ver, adquirir, usar ou consumir e que pode satisfazer uma vontade ou necessidade. Produtos/serviços compreendem mais do que apenas bens concretos. Explicando de forma ampla, incluem objetos físicos, eventos, cidadãos, locais, empresas, ideias ou uma combinação de todas essas coisas (ARMSTRONG, 2007).

O produto/serviço é destinado especialmente para pais/cuidadores que querem oferecer uma alimentação saudável as crianças. A Lancheira & Nutrir será uma empresa especializada em lanche escolar. Os cardápios serão elaborados e preparados por nutricionistas, garantindo lanches saudáveis e balanceados conforme demonstrado no apêndice A.

A empresa contará com uma cozinha planejada para esse fim onde serão produzidas todas as preparações que vão compor o kit lanche. A administração da empresa, produção e entrega dos lanches serão realizadas pelas sócias. Porém, de acordo com a demanda, pretende-se expandir, contratando assim pessoas para ajudar na produção e entrega para poder atender mais crianças em diversas escolas da cidade.

3.4 ANÁLISE DO MERCADO CONSUMIDOR

Para Nakagawa (2013) a qualidade da conclusão da análise dependerá do nível de detalhe dos dados a serem examinados, da quantidade, do processo e da capacidade analítica da condução do trabalho. Nakagawa (2013) sugere ainda que seja feito um breve panorama do mercado consumidor, envolvendo a análise do perfil geral dos consumidores e o tamanho do mercado ao qual estão inseridos. Para Karsaklian (2000) por mais que se busque compreender o comportamento do consumidor é difícil saber quais comportamentos ele vai ter em relação aos fatos que venham a ocorrer durante a vida. De qualquer modo, sabemos que eles são influenciados por necessidades e diversas variáveis.

Por meio da análise do mercado consumidor o público alvo de interesse para o produto/serviço desenvolvido no presente plano de negócios se concentra no âmbito escolar. Os clientes, representados pelos pais ou cuidadores dos escolares, muitas vezes apresentam dificuldades no preparo da lancheira da criança. Baseado nesse fato, estudos realizados por Matuk et al. (2011) mostram prevalências de excesso de peso, de 10,8 a 33,8%, em escolares de diferentes regiões do Brasil. Segundo esse estudo o perfil dos consumidores de interesse apresenta hábitos pouco saudáveis que podem estar ligados a busca pela praticidade ou a falta de informação sobre os alimentos.

No entanto um estudo realizado por Souza et al. (2019) na região central do município de Goiânia-GO composto por 154 crianças no período pré-escolar observou que 42% de crianças estão no índice de normalidade, mas 33% estão em situação nutricional abaixo do peso, acompanhado de 13% de crianças com obesidade grau III, 7% com sobrepeso, 3% obesidade grau II e 2% grau I. Esses valores demonstram que uma grande parte dos escolares estão abaixo do peso e ligados a desnutrição, entende-se que existe uma carência de nutrientes na alimentação dos mesmos. E os dados relacionados a obesidade mesmo que em menor quantidade significa que precisamos estar alertas pois o excesso de peso eleva os índices de mortalidade e morbidade entre as crianças favorecendo os casos de doenças crônicas.

Porém, segundo a pesquisa conjuntural divulgada pela Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (2019) o setor brasileiro de alimentos registrou um crescimento de 2,08% em faturamento no ano de 2018 o que representa 9,6% do Produto Interno Bruto (PIB) do país. Diante disso, a escolha para atuar nesse segmento específico de mercado está relacionada ao fato de que as crianças ficam na escola grande parte do tempo e, quando não existe distribuição de alimentos na escola, consomem lanches comprados na cantina escolar ou levam de casa (MATUK et al., 2011). E para garantir que o rendimento escolar das crianças não seja comprometido, levando em conta o crescimento anual do setor e a vontade de empreender, acha-se viável inserir-se nesse mercado.

3.5 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

A importância da correta análise do mercado consumidor refletirá na qualidade da análise da concorrência, visto que a análise do mercado consumidor gera filtros que direcionam o setor do mercado de interesse do negócio. Segundo Nakagawa (2013) a análise da concorrência é importante para verificar se o negócio apresentado se reflete em uma boa oportunidade, servindo também para criar mecanismos para se portar diante da concorrência.

De acordo com Nakagawa (2013) uma ferramenta bastante útil utilizada na análise da concorrência é a análise competitiva denominada de Cinco Forças de Porter. A análise proposta consiste em verificar a rivalidade entre os concorrentes atuais, os bens substitutos, os novos entrantes, a força dos fornecedores e a força dos clientes. Nakagawa (2013) sugere ainda que deve ser feito também a análise Swot, que contempla os pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades dos principais concorrentes do negócio proposto. Chiavenato e Sapiro (2003) descrevem que a análise Swot consiste em mesclar os pontos fortes/fracos com as ameaças/oportunidades, visando o entendimento do negócio considerando-se os fatores internos e externos ao mesmo.

Inicialmente, aplicando-se as Cinco Forças de Porter para o negócio aqui proposto, temos a seguinte análise:

- Rivalidade entre os concorrentes atuais: Os concorrentes da Lancheira & Nutrir serão as panificadoras da cidade (Adore, Peter Pan, Jumbo II), as lanchonetes (biscoitinho Mara, Cia do Pão de queijo, Ki-bom salgados, Zap Zap Salgados, Star Lanches, beb's lanches, barão lanches), os supermercados (Rede Store, Imperial, dentre outros de porte menor), os profissionais autônomos que trabalham na porta das escolas como comerciantes ambulantes, alguns profissionais liberais que fazem lanches saudáveis e vendem por delivery (Delícias da Lais e Nara Freire delicias saudáveis) e as cantinas escolares (lanchonetes com instalações dentro das unidades escolares).
- Bens substitutos: As empresas que vão concorrer diretamente com a Lancheira & Nutrir serão as citadas no tópico anterior, levando em

consideração que todos trabalham com alimentos que podem servir de lanches aos nossos futuros clientes. Todos eles oferecem produtos que poderiam substituir os nossos, mesmo que não sejam alimentos considerados saudáveis como os que podem ser encontrados nos supermercados por exemplo.

- Novos entrantes: É evidente a facilidade de se abrir um negócio igual ou semelhante a Lancheira & Nutrir pelo fato de ser um negócio novo na cidade e por se tratar de uma “cidade de interior”. Esse aspecto pode chamar muito a atenção de empreendedores ou comerciantes locais, denominado novos entrantes. Caso isso venha a acontecer a Lancheira & Nutrir estará preparada, pois pretende-se manter sempre a qualidade dos produtos e do atendimento, buscando sempre inovar nas preparações.
- Força dos fornecedores: A empresa Terra orgânica produtos agroflorestais serão responsáveis pelo fornecimento todos os produtos orgânicos necessários as preparações. O fato de querermos usar produtos orgânicos é um grande diferencial em nosso negócio, garante saúde e qualidade aos nossos futuros clientes. Como nossos concorrentes não tem essa preocupação será mais fácil mantê-los como parceiros.
- Força dos clientes: Os clientes desse negócio como já falado anteriormente se trata de pais ou cuidadores de crianças (escolares). O negócio depende unicamente deles para se manter. Dito isso, pretende-se ser a melhor empresa deste ramo na região.

Depois da análise funcional da concorrência direta, a matriz Swot foi utilizada para auxiliar na análise dos principais concorrentes no que diz respeito aos pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades de cada um. A seguir, estão dispostos na tabela 01 os resultados encontrados referentes aos concorrentes da Lancheira & Nutrir na cidade analisada no presente plano.

Tabela 1 - Análise SWOT para os diversos concorrentes da cidade de Trindade - GO.

	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	AMEAÇAS	OPORTUNIDADES
Supermercados	Boa localização	Poucos produtos saudáveis	Outros supermercados da cidade	Datas comemorativas
	Tradição na cidade	Baixa divulgação	Mudança do comportamento do consumidor	Concorrente com desvantagem financeira
	Muitos clientes	Muitos industrializados	Crises econômicas	Mercado consumidor sempre em alta
	Diversidade de produtos			
	Custos variados			
	Funcionamento diário			
Panificadoras	Abrange todos os públicos	Poucas opções de lanches saudáveis	Entrada de concorrentes inovadores	Eventos
	Produtos gostosos	Alta produção pode perder qualidade	Concorrente com serviço mais saboroso	Falta de tempo da população
	Várias opções de lanches	Custo mais elevado	Concorrente com espaço mais aconchegante	Parceria com empresas
	Muitos Funcionários		Baixa qualidade atendimento	Modernização da tecnologia no segmento de panificação
	Funcionamento diário		Crises econômicas	
			Mudança de fornecedor	
Lanchonetes	Boa localização	Não funciona todos os dias	Entrada de concorrentes inovadores	Falta de tempo da população
	Baixo Preço	Médio controle higiênico-sanitário	Falta de renovação no cardápio	Alimentos congelados (facilitar produção)
	Diversidade cardápio	Baixa qualidade nutricional nos produtos	Crises econômicas	

Fonte: Próprio autor (2020)

Tabela 1 (cont.) - Análise SWOT para os diversos concorrentes da cidade de Trindade - GO.

	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	AMEAÇAS	OPORTUNIDADES
Autônomos	Localizados na porta das escolas	Baixa qualidade Higiênico-sanitária	Food truck ou food bike	Política de legalização e licenciamento do trabalho
	Preço baixo	Falta de qualificação dos funcionários	Vigilância Sanitária	Poucos competidores relevantes
	Fácil acesso	Imagem ruim de negócio	Intempéries climáticas	Clientes fieis
			Férias escolares	Falta de tempo da população
Profissionais Liberais	Produtos integrais	Custo fixo alto	Concorrente Inovador	Parceria em eventos
	Já possui clientela	Produtos mais caros	Mudança do comportamento do consumidor	Marketing Fitness em alta
	Formação acadêmica (Gastronomia)	Apenas delivery	Mudança Fornecedor	Falta de tempo da população
Cantinas Escolares	Boa localização	Sem opções saudáveis	Concorrente com serviço mais saboroso	Falta de tempo dos pais
	Fácil acesso	Sem variedade	Concorrente com preço melhor	Parceria em aniversários
		Custo elevado	Concorrente inovador	

Fonte: Próprio autor (2020)

A partir da análise das Cinco Forças de Porter e da Matriz Swot as decisões a serem tomadas pela Lancheira & Nutrir serão no sentido de entrar no mercado sendo um negócio inovador, vendendo produtos de qualidade e com bastante sabor. Mostrando praticidade, buscando fidelizar todos os clientes que conseguirmos capturar e trabalhar bastante no marketing para mostrar ao consumidor que nosso negócio sempre está em alta.

3.6 PLANEJAMENTO DE PRODUÇÃO E OPERAÇÕES

Segundo Nakagawa (2013) o planejamento de produção e operações objetiva associar a capacidade de produzir ou prestar um serviço, ao bom funcionamento da

empresa. Garante-se com isso melhor atendimento da demanda, mais eficiência na produção, menos desperdício e agilidade na entrega ao consumidor final.

Em virtude do perigo do consumo de alimentos contaminados, a legislação brasileira foca na qualidade higiênico-sanitária (SANT'ANA, 2012). Mas para o consumidor, o que mais importa é a qualidade sensorial, representada pelo sabor, aparência, cheiro, textura e temperatura (PROENÇA et al., 2005).

O planejamento físico-funcional da UAN é fator determinante na garantia da qualidade das refeições ofertadas. Envolve as áreas de edificação e instalações, estrutura física adequada, os fluxos de manipulação dos alimentos, funcionários e clientes, matérias-primas de qualidade, conhecimento técnico, higiene e organização (SANT'ANA, 2012).

Segundo Sant'Ana (2012) as boas práticas garantem a qualidade do serviço prestado e tem como recomendação os seguintes itens:

1. Edificação, instalações, equipamentos, móveis e utensílios;
2. Controle integrado de vetores e pragas urbanas;
3. Abastecimento de água;
4. Manejo dos resíduos;
5. Preparação dos alimentos;
6. Exposição ao consumo do alimento preparado;
7. Armazenamento e transporte do alimento preparado.

3.6.1 CARACTERIZAÇÃO DA UAN LANCHEIRA & NUTRIR

A Lancheira & Nutrir compreenderá, dentro do setor de alimentação coletiva, o macrosssegmento de alimentação comercial na categoria de microempresa e seguirá a resolução RDC 216 de 15 de setembro de 2004.

Inicialmente a empresa atenderá apenas uma escola, Escola Pinguinho de Gente (EPG), situada à R. Eugênio Jardim, 473 - St. Central, Trindade - GO, CEP: 75380-000. O público alvo definido será pré-escolares com idade entre 2 a 6 anos. Para estes, a empresa ofertará o lanche escolar que será entregue na escola pouco antes do recreio, tanto no período matutino quanto vespertino. Estima-se uma

produção inicial de lancheiras em torno de 25% no universo de 80 alunos com o perfil desejado, ou seja, 20 lancheiras dia.

A localização da UAN não foi definida, mas será determinada com o objetivo de evitar riscos de contaminação alimentar, proporcionar o menor esforço possível, sem prejuízo da assiduidade e superando a expectativa dos clientes.

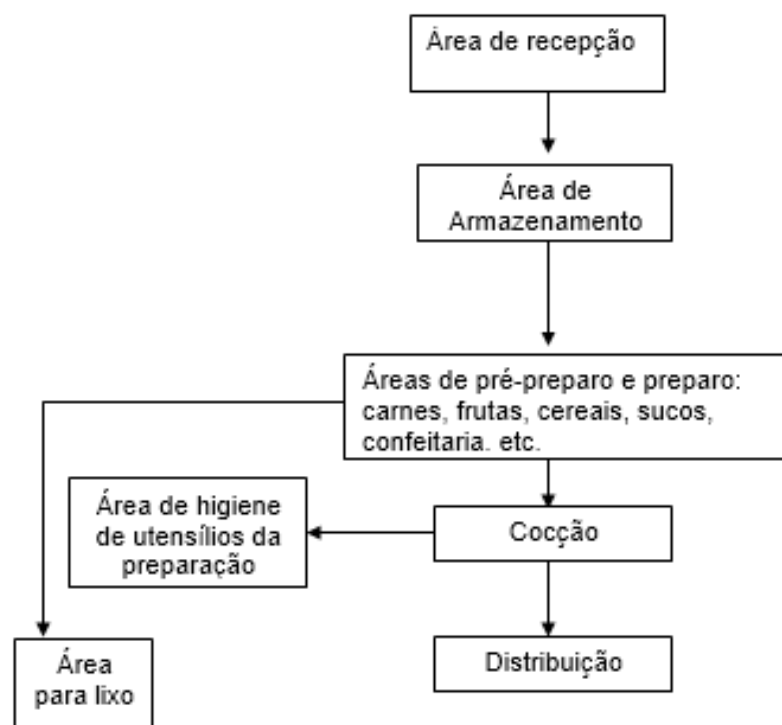
Alguns requisitos que serão buscados no planejamento e localização da UAN:

1. Facilidade de iluminação natural;
2. Facilidade de ventilação natural;
3. Facilidade de comunicação com o exterior;
4. Facilidade de reparos, reformas e ampliações na edificação e instalações.

Segundo Sant'Ana (2012), a disposição dos setores da UAN deve permitir o fluxo linear dos alimentos, desde o recebimento até a distribuição. Esse fluxo tem que ser projetado de forma a evitar cruzamentos nas etapas de preparação de alimentos e facilitar as operações de manutenção, limpeza e desinfecção (BRASIL, 2004).

O fluxograma de atividades seguido pela empresa Lancheira & Nutrir será o proposto abaixo:

Figura 2 – Fluxograma de atividades da Lancheira & Nutrir.



Fonte: Próprio autor (2020)

3.6.2 AREAS DA UNIDADE DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO

As principais áreas da UAN Lancheira & Nutrir serão:

1. Área de recebimento de mercadorias;
2. Área de Armazenamento;
3. Área de pré-preparo (carnes, verduras/frutas/confeitaria);
4. Área para cocção;
5. Área para montagem das lancheiras;
6. Área para higienização dos utensílios utilizados;
7. Área para as instalações sanitárias;
8. Depósito de Materiais de Limpeza (DML);
9. Área para guarda de botijão de gás;
10. Área para guarda de coletores de resíduos;
11. Sala do nutricionista.

As futuras instalações da empresa serão projetadas de forma a garantir todas as exigências higiênico/sanitárias exigidas na RDC 216 como: ventilação que garanta a renovação do ar, rede de esgoto ou fossa séptica onde as caixas de gordura e de esgoto estarão fora das áreas de preparo e de armazenamento dos alimentos. Na área de manipulação serão colocados lavatórios exclusivos para a higiene das mãos. As áreas de instalação sanitária serão separadas da área de preparação e armazenamento dos alimentos. Piso, paredes e teto serão de revestimento liso, impermeável e lavável.

1. Área de Recebimento de Mercadorias

Área com balcão em inox para recebimento e conferência de mercadorias e um extintor de incêndios.

2. Área de Armazenamento

Área com prateleiras metálicas sendo distribuídas em 40% para estocar alimentos pouco perecíveis e descartáveis e 20% para estocar materiais de limpeza. Essas estarão dispostas a uma distância mínima adequada de 20cm do chão, teto

e/ou paredes. Também contará com uma geladeira e um freezer verticais e climatização artificial do ambiente.

3. Área de Pré-Preparo dos Alimentos

3.1 Pré-preparo de carnes

Esta área terá uma bancada de apoio em inox para manipulação de carnes e suporte para equipamentos (facas, balança e tábuas em polietileno). Uma cuba em aço inox com torneira de acionamento manual de água quente e fria. Próximo ao acesso haverá uma pia para higienização de mãos, dotada de sabonete líquido inodoro, antisséptico e papel toalha não reciclável.

3.2 Pré-preparo de frutas e verduras

Área com bancada de apoio em inox para manipulação de hortifrutis e suporte para equipamentos (processador de alimentos), duas cubas em aço inox, sendo uma com torneiras de acionamento manual de água quente e fria. Disporá também de um balcão refrigerado localizado abaixo de uma das bancadas de inox, onde os itens pré-preparados deverão ser armazenados aguardando finalização.

3.3 Pré-Preparo de Confeitaria

Área com bancada de apoio em inox para manipulação e disposição de equipamentos (liquidificadores, espremedor de fruta e batedeira).

4. Área de Cocção

Destina-se ao preparo de itens que farão parte dos lanches. Possuirá um fogão de seis chamas, coifa, um forno elétrico, um forno microondas, uma bancada de apoio em inox, duas cubas em inox com torneiras de acionamento manual de água quente e fria, uma prateleira em inox para acondicionamento de utensílios, purificador de água e pia para higienização de mãos, dotada de sabonete líquido inodoro, antisséptico e papel toalha não reciclável.

5. Área para Montagem das Lancheiras

Esta área destina-se à montagem das lancheiras. Conterá com uma bancada móvel de inox, prateleiras para armazenamento de insumos (embalagens) localizadas abaixo da bancada.

6. Área para Higienização dos Utensílios Utilizados

Área com duas cubas em aço inox, torneiras de acionamento manual de água quente e fria, e uma bancada de apoio em aço inox para os escorredores/secadores.

7. Área para Instalação Sanitária

As instalações sanitárias serão dotadas de sanitários e lavatórios para higienização e mãos.

8. Depósito de Materiais de Limpeza (DML)

O depósito de materiais de limpeza localizar-se-á distante da área de preparo e cocção dos alimentos e terá prateleiras em aço para guardar os produtos.

9. Área para Guarda de Botijão de Gás

Área para guarda de cilindro de gás ficará fora da área de produção.

10. Área para Guarda de Coletores de Resíduos

Localizará em área externa à UAN, em local de fácil acesso para o acondicionamento dos resíduos recolhidos na área de produção.

11. Sala do Nutricionista

Terá paredes com metade superior em vidro, armário para acondicionamento dos documentos utilizados pelo setor, ar condicionado, mesa administrativa, cadeiras, computadores e telefone.

3.6.3 ESPECIFICAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS

Todos os equipamentos e utensílios serão projetados e construídos de forma a evitar ameaças à higiene, de fácil limpeza e desinfecção. Por se tratar de uma microempresa, os equipamentos serão resumidos em:

1. Balcões em inox (4): 1 para manipulação de carnes; 1 para manipulação de legumes e verduras e frutas; 1 para finalizar as preparações; 1 para recebimento e conferência de mercadorias;
2. Um balcão móvel para montar as lancheiras;
3. Prateleiras em inox, sendo distribuídas em 40% para estocar alimentos pouco perecíveis e descartáveis e 20% para estocar materiais de limpeza;
4. Extintores de incêndio;
5. Quatro pias para higienização de alimentos e das mãos;
6. Depósito de detritos;
7. Uma geladeira;
8. Um freezer
9. Um fogão semi-industrial;
10. Forno elétrico e um microondas
11. Utensílios: batedeira planetária; liquidificador profissional; espremedor de frutas; multiprocessador; formas; cortadores; facas.

3.7 PLANEJAMENTO DE MARKETING

O planejamento de marketing e vendas é o grande responsável por levar o produto/serviço da empresa para o consumidor da melhor forma possível. Essa

responsabilidade está acima da venda por si só e do lucro, mas na realização de um propósito maior, em contribuir com a sociedade (NAKAGAWA, 2013).

O propósito maior da Lancheira & Nutrir é contribuir para melhorar os hábitos alimentares das crianças e tranquilizar os pais quanto ao preparo das lancheiras, deixando-os seguros de que seus filhos estarão recebendo alimentos equilibrados nutricionalmente.

As estratégias de marketing serão apresentadas seguindo a estratégia do Marketing Mix ou 4Ps (1. Produto, 2. Preço, 3. Promoção e 4. Praça). Segundo Kotler (1998), esse composto é um conjunto de ferramentas para auxiliar a empresa a atingir seus objetivos.

1. Produto

- Lancheiras divertidas, alimentos apresentados de forma lúdica;
- Variedade de cardápio;
- Alimentos frescos, saborosos e coloridos;
- Três opções de lancheiras para que os pais possam escolher:
Lanche 1 (uma fruta ou um suco de frutas e um item de sal ou de doce);
Lanche 2 (um suco de frutas ou água de coco, uma fruta e um item de sal ou de doce);
Lanche 3 (um suco de frutas ou água de coco, uma fruta, um item de sal e um de doce).
- Incentivo à memória afetiva;
- Figuras, joguinhos, informativos que irão dentro das lancheiras para a criança sobre a alimentação saudável.

2. Preço

Para determinação do preço de venda será levado em consideração o custo das matérias-primas adquiridas de fornecedores locais, os valores cobrados pelos concorrentes e o quanto o consumidor estaria disposto a pagar.

3. Promoção

A divulgação inicial da empresa será por redes sociais, abordagens na porta da escola com pessoas vestidas de personagens de frutas divertidas para despertar a curiosidade das crianças e dos pais em ouvir a proposta; distribuição de folders na porta da escola; apresentação de como serão as lancheiras.

4. Praça

O produto será entregue pelas empreendedoras na porta da escola pouco antes do intervalo para o recreio dos turnos matutino e vespertino. Os pais interessados em fechar o pacote de lancheiras poderão fazê-lo pelo site. Neste, estarão especificados os modelos de lancheiras, os cardápios do mês e os planos semanal, quinzenal ou mensal. Feita a escolha, o pagamento é por essa mesma via por cartão de crédito, débito ou PayPal.

A partir da tabela 2 é possível visualizar o planejamento estratégico das ações de marketing, seguindo o modelo 5W1H, o qual permite considerar todas as tarefas a serem executadas ou selecionadas de forma cuidadosa e objetiva, assegurando sua implementação de forma organizada (SINAERJ, 2014).

Tabela 2. Ações de marketing da Lancheira & Nutrir

O QUÊ?	COMO?	QUEM?	QUANDO?
Criação das Lancheiras	Pacotes com opções de itens	Empreendedoras	Assim que a empresa iniciar suas atividades
Divulgação	- Distribuição de folders; - Ações na porta da escola; - Redes sociais	Empreendedoras	Assim que a empresa iniciar suas atividades
Distribuição	As lancheiras serão entregues na escola	Empreendedoras	Entregues próximo do intervalo - matutino e vespertino
Preço	O valor das lancheiras será de acordo ao tipo escolhido e periodicidade	Empreendedoras	Já estará estabelecido desde o início da produção.

Fonte: Próprio autor (2020)

Tabela 2 (cont.). Ações de marketing da Lancheira & Nutrir

O QUÊ?	COMO?	QUEM?	QUANDO?
Cardápios	Variados, equilibrados nutricionalmente.	Empreendedoras/ Nutricionistas	Elaborado na segunda quinzena de cada mês para o mês seguinte.
Criação: montagem lúdica e informativos	Uso de fôrmas e cortadores infantis; composições divertidas; impressos informativos sobre os alimentos.	Empreendedoras/ Nutricionistas	Antes do início da empresa e, após a abertura, definido uma vez ao mês.
Desenvolvimento das receitas	Equilibradas nutricionalmente; produção artesanal;	Empreendedoras/ Nutricionistas	Definido uma vez ao mês.

Fonte: Próprio autor (2020)

3.8 RECURSOS HUMANOS

Fazer o planejamento de pessoas é de fundamental importância para que a empresa atinja seus objetivos organizacionais em um determinado tempo ou período de tempo (SANTOS, 2015). Segundo Chiavenato (2009) a qualidade dos funcionários, seus conhecimentos, habilidades e competências estão diretamente relacionados com a produtividade e lucratividade da organização.

Marlow e Patton (1993) afirmam que a cultura ou gestão dos micros e pequenos empreendimentos são moldadas inicialmente pelos próprios empreendedores. Com a Lancheira & Nutrir não será diferente, ela iniciará suas atividades com todas as funções sendo executadas pelas proprietárias. À medida que a empresa for crescendo, novos colaboradores serão contratados.

As principais funções da empresa, no início de suas atividades são descritas na tabela 3.

Tabela 3 – Distribuição das atividades da Lancheira & Nutrir

FUNÇÃO	ATRIBUIÇÕES	RESPONSÁVEL
Produção	Produção dos lanches; desenvolvimento de cardápios; controle de estoque; montagem das lancheiras.	Empreendedora / Nutricionista
Administração (comercial, marketing, financeiro)	Divulgação; Compras; Controle Financeiro; Controle dos pacotes	Empreendedora / Nutricionista
Distribuição Entrega	Entrega nas escolas	Empreendedora / Nutricionista

Fonte: Próprio autor (2020)

3.9 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

De acordo com Nakagawa (2013) o planejamento financeiro é a principal parte do plano de negócio, que comprova se a oportunidade de negócio é possível e lucrativa. Considerando a apresentação da oportunidade de negócio apresentada no início do plano de negócio foram considerados como gastos principais os seguintes itens: aluguel, impostos, água, energia elétrica, equipamentos (móveis e utensílios), equipamentos de proteção individual (EPIs), gás, internet, matéria-prima, produtos descartáveis, produtos de limpeza, transporte e telefone. Ao longo do planejamento financeiro foi demonstrado um modelo completo envolvendo todos os gastos necessários para o funcionamento do negócio. As demonstrações financeiras contemplaram a demonstração do resultado do exercício (DRE) e a demonstração do fluxo de caixa e a partir desses resultados foi feita a análise do ponto de equilíbrio e análise de payback para demonstrar a viabilidade financeira da empresa.

3.9.1 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)

Segundo Nakagawa (2013), é essencial constar no planejamento financeiro a demonstração do resultado do exercício (DRE). De acordo com o Portal de Contabilidade (2020) os principais itens para compor a DRE são: receita bruta,

impostos, receita líquida, custo, despesas fixas, despesas variáveis, lucro operacional e despesas diversas.

A primeira linha da DRE informa a receita bruta, que é a soma total do que a empresa vendeu no período. A seguir, aparecem os impostos que a empresa vai pagar de acordo com as vendas (lucros). A linha da receita líquida é o resultado da primeira menos a segunda. Na sequência vem o custo da mercadoria vendida e as despesas operacionais fixas, que independentemente do número de vendas, engloba os custos que a empresa tem para se manter funcionando. As despesas variáveis referem-se às despesas que a empresa tem para efetuar as vendas dos produtos e o lucro operacional é o resultado direto das linhas de cima. Antes de finalizar, tem-se o grupo de despesas diversas, que mostram os valores positivos e negativos que não tenham relação direta com as operações da empresa. Como resultado final temos a última linha da DRE, a linha do resultado líquido, que mostra se a empresa teve lucro ou prejuízo, revelando todos os seus ganhos e perdas no período (PORTAL DE CONTABILIDADE, 2020). A tabela 4 contempla a DRE obtida de acordo com as considerações explanadas.

Inicialmente foi estimado um custo de implantação de R\$ 15.652,34 onde considerou-se o gasto com aluguel, combustível e compra de produtos de limpeza, botijão de gás, equipamentos de proteção individual, matéria prima, material descartável, equipamentos, móveis e utensílios em geral. Nakagawa (2013) sugere que as tabelas financeiras sejam feitas de modo anual. Sendo assim, esse valor obtido do custo de implantação foi importante para o desenvolvimento das tabelas anuais levando em consideração também as outras despesas e lucros obtidos ao longo dos meses. Como mencionado no tópico de caracterização da UAN Lancheira & Nutrir, foi estimado inicialmente uma produção de 20 lancheiras por dia. Para essa quantidade considerou-se um valor médio unitário de venda de 10 reais, valor esse que será demonstrado ao final deste tópico com base nas informações financeiras da demonstração do resultado do exercício (DRE).

Tabela 4 – Demonstração do resultado do exercício (DRE) anual.

ANO	2021	2022	2023	2024	2025
(+) RECEITA BRUTA Produtos vendidos	R\$ 44.000,00	R\$ 57.200,00	R\$ 74.360,00	R\$ 96.668,00	R\$ 125.668,40
(-) IMPOSTOS Simples nacional	R\$ 1.760,00	R\$ 2.288,00	R\$ 2.974,40	R\$ 3.866,72	R\$ 5.026,74
(=) RECEITA LÍQUIDA	R\$ 42.240,00	R\$ 54.912,00	R\$ 71.385,60	R\$ 92.801,28	R\$ 120.641,66
(-) CUSTO DO PRODUTO VENDIDO					
Matéria-prima, materiais descartáveis, equipamentos de proteção individual (EPIs)	R\$ 20.050,37	R\$ 20.651,88	R\$ 21.271,43	R\$ 21.909,58	R\$ 22.566,86
(-) DESPESAS FIXAS					
Aluguel, conta de energia, conta de água, telefone, internet, produtos de limpeza, gás de cozinha	R\$ 13.171,90	R\$ 13.567,06	R\$ 13.974,07	R\$ 14.393,29	R\$ 14.825,09
(-) DESPESAS VARIÁVEIS					
Combustível	R\$ 1.320,00	R\$ 1.518,00	R\$ 1.745,70	R\$ 2.007,56	R\$ 2.308,69
(=) LUCRO OPERACIONAL	R\$ 7.697,73	R\$ 19.175,07	R\$ 34.394,40	R\$ 54.490,86	R\$ 80.941,02
(-) DESPESAS DIVERSAS					
Juros, multas e rendimentos de aplicações	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
(=) RESULTADO LÍQUIDO	R\$ 7.697,73	R\$ 19.175,07	R\$ 34.394,40	R\$ 54.490,86	R\$ 80.941,02

Fonte: Próprio autor (2020).

Como pode ser observado, a tabela 4 mostra os resultados anualizados para os próximos 5 anos. Foi considerado, conforme definido no tópico de apresentação da empresa, um aumento nas vendas de 30% por ano, o que vai impactar positivamente na receita bruta. Por ser uma microempresa, considerou-se o enquadramento da empresa no sistema simplificado de tributação denominado de Simples Nacional. Sendo assim, os impostos aqui considerados foram aqueles que se aplicam nessa situação. Para estimar o aumento no custo do produto vendido e nas despesas fixas ao longo dos anos, foi considerado que a inflação média se manterá em 3% por ano. Entretanto, nas despesas variáveis, além do aumento com a inflação, foi estimado também um aumento proporcional ao aumento do número das vendas.

Para chegar ao valor inicial referente ao custo do produto vendido, considerou-se os itens de matérias primas (envolvendo itens de mercearia básica, itens de hortifrutti, temperos e frutas), custos relativos à materiais descartáveis (envolvendo copos de plástico, garrafas, colheres, sacos e outros itens na composição da embalagem do produto) e custos com equipamentos de proteção individual básicos necessários para a realização das atividades (luvas, toucas e

botas de borracha) de acordo com os preços atuais de mercado. Já para as despesas fixas analisou-se os valores mensais de aluguel da cidade considerada no plano de negócios, verificou-se o preço de internet e gás de fornecedores locais, realizou-se uma estimativa para conta de energia e água e uma pesquisa rápida para verificar preços de planos de telefonia e produtos de limpeza. Nas despesas variáveis foi estimado um valor de combustível de acordo com a localização da escola que a empresa vai atender inicialmente, provisionando um aumento desse valor ao longo dos anos de acordo com novas possibilidades de vendas em novas escolas. Esses valores mensais foram transformados em valores anuais para a composição da tabela de DRE anualizada. É importante ressaltar que as despesas diversas se mantiveram nulas porque a empresa pretende não ter juros e multas a pagar.

Com base nas informações financeiras apresentadas na DRE da tabela 4, o valor médio unitário de venda de 10 reais foi estimado levando-se em consideração os custos apresentados na tabela 5, que informa o custo total de produção de cada lancheira que será vendida.

Tabela 5 – Custo para produção de uma lancheira

CUSTOS UNITÁRIOS	VALORES UNITÁRIOS
Impostos	R\$ 0,40
Custo do Produto Vendido	R\$ 4,56
Despesas Fixas	R\$ 2,99
Despesas Variáveis	R\$ 0,30
Custo Total Unitário	R\$ 8,25

Fonte: Próprio autor (2020).

A tabela 5, obtida por meio da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) anual (Tabela 4), mostra que o custo total de produção será de R\$ 8,25 por lancheira. Desse resultado, temos que o lucro médio por lancheira será de R\$ 1,75, o que representa 17,5 % de lucro médio por unidade produzida, garantindo lucratividade para o negócio.

3.9.2 DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

A demonstração do fluxo de caixa é a ferramenta apropriada para um bom controle financeiro, isto é, um acompanhamento das entradas e saídas de bens financeiros no caixa da empresa (BIAGIO; BATOCCHIO, 2005). Com base nessa prerrogativa, aplicou-se a ferramenta para um melhor planejamento financeiro da Lancheira & Nutrir, sendo possível visualizar os resultados na tabela 5.

Tabela 6 – Demonstração do fluxo de caixa.

ANO	2021	2022	2023	2024	2025
CAIXA					
Recursos disponíveis	R\$ 7.227,00	R\$ 14.924,73	R\$ 34.099,79	R\$ 68.494,19	R\$ 122.985,05
(+) ENTRADAS					
Vendas dos produtos	R\$ 44.000,00	R\$ 57.200,00	R\$ 74.360,00	R\$ 96.668,00	R\$ 125.668,40
(-) SAÍDAS					
Energia, água, impostos, matérias primas, produtos de limpeza, materiais descartáveis, EPIs, telefone, Internet, gás de cozinha, combustível	R\$ 36.302,27	R\$ 38.024,94	R\$ 39.965,60	R\$ 42.177,14	R\$ 44.727,38
(=) SALDO OPERACIONAL	R\$ 7.697,73	R\$ 19.175,06	R\$ 34.394,40	R\$ 54.490,86	R\$ 80.941,02
> SALDO A TRANSPORTAR	R\$ 14.924,73	R\$ 34.099,79	R\$ 68.494,19	R\$ 122.985,05	R\$ 203.926,07

Fonte: Próprio autor (2020).

A partir dos dados apresentados nas demonstrações é possível identificar a linha de caixa (recursos disponíveis), que se refere ao valor investido pelas sócias (cada uma teve participação de 50% do valor total aplicado inicialmente de R\$ 20.000,00) descontado as despesas com instalações e gastos iniciais. A seguir, tem-se as entradas referentes às vendas do ano dos produtos oferecidos, ficando no valor de R\$ 44.000,00 para o primeiro ano de atividades. Na linha de baixo estão os valores pertinentes às saídas em todos os meses do primeiro ano analisado contemplando o valor de R\$ 36.302,27. Como pode ser observado, o item de saídas contemplou as despesas com energia, água, impostos, matérias primas, produtos de limpeza, materiais descartáveis, EPIs, telefone, Internet, gás de cozinha e combustível. O saldo operacional mostra que a Lancheira & Nutrir fechou o primeiro ano com lucro líquido de R\$ 7.697,73, ficando com R\$ 14.924,73 de saldo a

transportar. Esse saldo é o resultado da soma do caixa disponível (parcela restante do capital inicial após descontar os custos iniciais com as instalações) com o saldo operacional, sendo o saldo operacional o valor obtido pela subtração das entradas com as saídas. O saldo a transportar nada mais é do que o valor total de recursos disponível ao final de um ano que é transportando para compor o valor de caixa do próximo ano de atividades, indicando se a empresa vai iniciar o novo ano com lucros ou prejuízos.

3.9.3 ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO

A partir dos dados apresentados foi possível calcular o ponto de equilíbrio. De acordo com Sebrae (2020) este é um indicador de segurança que mostra quando, partindo das projeções de vendas, a empresa estará igualando suas receitas e seus custos, conforme apresentado matematicamente na equação 1, de acordo com a legenda da figura 3.

Figura 3 – Legenda para a equação 1 do cálculo de análise do ponto de equilíbrio.

PONTO DE EQUILÍBRIO
PE – Ponto de Equilíbrio
CF – Custo Fixo
MC – Margem de Contribuição

Fonte: SEBRAE, 2013. (adaptado)

$$PE = \frac{CF}{MC \times 100} \quad (1)$$

Da equação 1 temos que:

$$PE = \frac{13.171,90}{22.629,63 \times 100} \longrightarrow PE = R\$ 58.206,43$$

Portanto, o ponto de equilíbrio da empresa Lancheira & Nutrir está no valor de R\$ 58.206,43

3.9.4 ANÁLISE DE PAYBACK

Para demonstrar o tempo de retorno do investimento inicial, foi usada a ferramenta de cálculo do Payback, representado pela equação 2, conforme legenda da figura 4.

Figura 4 – Legenda para a equação 2 do cálculo de análise do Payback.

PAYBACK
PB - Payback
II - Investimento Inicial
LL – Lucro Líquido

Fonte: SEBRAE, 2013. (adaptado)

$$PB = \frac{II}{LL} \quad (2)$$

Da equação 2 temos que:

$$PB = \frac{20.000,00}{7.697,73} \longrightarrow PB = 2,6 \text{ ou seja, 2 anos e 6 meses.}$$

Segundo o resultado, em 2 anos e 6 meses a empresa terá recuperado seu investimento, sendo então um negócio de alto grau de atratividade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendimento proposto é a criação de uma cozinha com objetivo de fornecer lanches escolares nutritivos, saborosos, apresentados de forma lúdica. O propósito maior por trás dos objetivos foi auxiliar os pais que não têm tempo de preparar o lanche dos filhos, a resolverem esse problema, além de incentivar as crianças a conhecerem os alimentos e, conseqüentemente, melhorarem seus hábitos alimentares.

Para tanto, foi elaborado o presente Plano de Negócios no modelo de pirâmide conforme proposto por Nakagawa. A base da pirâmide corresponde a apresentação da oportunidade; o meio representa o produto que será vendido e, por fim, o topo da pirâmide resume a análise do mercado consumidor e a viabilidade do negócio.

Após o desenvolvimento do plano de negócios concluiu-se que é um projeto inovador, capaz de gerar transformação na comunidade onde será implantado no que tange ao conhecimento sobre alimentação saudável, principalmente entre as crianças e, aliado a esses valores, trata-se de uma empresa que pode expandir para outros públicos e gerar essa transformação de forma mais ampla.

Com a planificação financeira, notou-se que os resultados não foram tão satisfatórios por alguns fatores como: pandemia que impediu uma boa pesquisa de mercado; recursos para investimento inicial são limitados; é preciso ter uma demanda maior, ou seja, prospectar mais escolas desde o início pois se trata de um produto que, para gerar lucro, tem que ter volume de venda; talvez iniciar numa cozinha menor mantendo as exigências higiênico sanitárias e qualidade da matéria prima; aumentar o recurso humano.

O negócio em si é inspirador, promissor e rentável, porém seriam necessários ajustes para que seja viável e tenha retorno em menor tempo. Mas consideramos que os fatores limitantes são mínimos em relação à vontade de empreender, fazer a diferença na sociedade e deixar um legado, é tudo uma questão de acreditar e reajustar.

5 REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS. **Indústria de alimentos fecha 2018 com aumento de 2,08% em faturamento**. 2019. Disponível em: <https://www.abia.org.br/vsn/tmp_2.aspx?id=393>. Acesso em: 25 maio de 2020.

ARMOSTRONG, G.; KOTLER, P. **Princípios de Marketing**. 12. Ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2007.

BEKKER, F.; MARAIS, M.; KOEN, N. The provision of healthy food in a school tuck shop: does it influence primary-school students' perceptions, attitudes and behaviours towards healthy eating?. **Public Health Nutrition**, Stellenbosch, v. 20, n.7, 2017.

BIAGIO, L. A.; BATOCCHIO, A. **Plano de Negócios**: Estratégia para Micro e Pequenas Empresas. Barueri, SP: Manole, 2005.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução-RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004**. Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação. Brasília, DF, 16 set. 2004. Disponível em:<<http://portal.anvisa.gov.br/documents/33916/388704/RESOLU%25C3%2587%25C3%2583ORDC%2BN%2B216%2BDE%2B15%2BDE%2BSETEMBRO%2BDE%2B2004.pdf/23701496-925d-4d4d-99aa-9d479b316c4b>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. Departamento de Atenção Básica. Coordenação Geral de Alimentação e Nutrição. **Guia alimentar para crianças menores de 2 anos**. Brasília: Ministério da Saúde, 2018. 06 p. Disponível em: <<https://portalarquivos2.saude.gov.br/images/pdf/2018/julho/12/Guia-Alimentar-Crianca-Versao-Consulta-Publica.pdf>>. Acesso em: 25 mar. de 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. Departamento de Atenção Primária à Saúde. Departamento de Promoção à Saúde. **Guia alimentar para crianças menores de 2 anos**: Versão para consulta pública. Brasília: Ministério da Saúde, 2019. 18 p. Disponível em: <http://189.28.128.100/dab/docs/portaldab/publicacoes/guia_da_crianca_2019.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia Alimentar Para a População Brasileira**. Promovendo a Alimentação Saudável. 1 ed. Brasília, DF. 2006. Disponível em: <http://189.28.128.100/nutricao/docs/geral/guia_alimentar_conteudo.pdf>. Acesso em: 03 jun. 2020.

CLARO, R.M.; MONTEIRO, C.A. Renda familiar, preço de alimentos e aquisição domiciliar de frutas e hortaliças no Brasil. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v.44, n.6, 2010.

CTENAS, M.L.B.; VITOLO, M.R. **Crescendo com Saúde**: o guia de crescimento da criança. São Paulo: C2 Editora e Consultoria em Nutrição, 1999.

COSTA, E.Q.; RIBEIRO, V.M.B.; RIBEIRO, E.C.O. Programa de Alimentação Escolar: Espaço de Aprendizagem e produção de conhecimento. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 14, n. 3, 2001.

COOKE, L.; WARDLE, J.; GIBSON, EL. Relationship between parental report of food neophobia and everyday food consumption in 2-6-year-old children. **Appetite**, London, v. 41, n. 2, 2003.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos**: O capital humano das organizações. Rio de Janeiro: Campus, 2009.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento estratégico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

EDUCA MAIS BRASIL. **Escolas em Trindade Go**. 2020. Disponível em: <<https://educamaisbrasil.com.br/escolas/educaçãoinfantil>>. Acesso em: 26 maio de 2020.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Panorama Populacional**. 2019. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/go/trindade/panorama>>. Acesso em: 26 mar. de 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa de orçamentos familiares 2008-2009**: Antropometria e sobrepeso e obesidade de crianças, adolescentes e adultos no Brasil. 2010. Rio de Janeiro: IBGE.

KARSAKLIAN, E. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5º ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LOPES FILHO, J. D.; MENDES, L. L. **Comercialização de lanches e bebidas em escolas públicas**: análise de uma regulamentação estadual. DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde, v. 11, p. 991-1000, 2016.

MARLOW, S.; PATTON, D. Managing the employment relationship in the small firm: Possibilities for human resource management. **International Small Business Journal**. England, v. 11, n. 4, pp. 57 - 64, 1993.

MATUK, T. T.; STANCARI, P. C. S.; BUENO, M. B.; ZACCARELLI, E. M. Composição de lancheiras de alunos de escolas particulares de São Paulo. **Revista Paulista de Pediatria**, São Paulo, v. 29, n. 2, pp. 157-163, 2011.

NAKAGAWA, M. **Empreendedorismo**: Elabore seu plano de negócio e faça a diferença! 1. ed. São Paulo: Senac, 2013.

NAKAGAWA, M. **Plano de negócio**: Teoria Geral. Barueri: Manole. 2011.

PORTAL DE CONTABILIDADE. **Demonstração do resultado do exercício (DRE)**. 2020. Disponível em: <<http://www.portaldecontabilidade.com.br/guia/demonstracaodoresultado.htm>>. Acesso em: 17 jun. 2020.

PROENÇA, R.P.C.; SOUSA, A. A. de; VEIROS, M. B.; HERING, B. **Qualidade nutricional e sensorial na produção de refeições**. Florianópolis: UFSC, 2005.

RAMOS, F. P.; SANTOS, L. A. da. S.; REIS, A. B. C. Educação alimentar e nutricional em escolares: uma revisão de literatura. **Cadernos de Saúde Pública**. Online, v.29, n.11, pp. 2147-2161, 2013.

SANT'ANA, H. M. P. **Planejamento físico-funcional de unidades de alimentação e nutrição**. Rio de Janeiro: Rubio, 2012.

SANTOS, N. **Planejamento de Recursos Humanos**. 2015. Disponível em: <<https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/planejamento-de-rh/>>. Acesso em: 13 jun. de 2020.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: Sebrae, 2013.

SEBRAE. **Ponto de equilíbrio: ferramenta para manter seu negócio seguro**. 2020. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/ponto-de-equilibrio,67ca5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 17 jun. 2020.

SINAERJ. **O Quê? Quando? Quem? Por quê? Onde? Como? 5W1H dá consistência ao plano de ação**. 2014. Disponível em <<https://administradores-rj.blogspot.com/2014/06/o-que-quando-quem-porque-onde-e-como.html>>. Acesso em: 19 jun. 2020.

SOUZA, L.C.A.; SANTOS, V.L.; OLIVEIRA, R.A.; FÉLIS, K.C.; MORAES-FILHO, I.M. Perfil nutricional de pré-escolares do programa mais educação na cidade de Goiânia- GO. **Revista Científica Sena Aires**, Goiânia, v. 8, n. 1, pp. 36-48, 2019.

TAYLOR, J. P.; EVERS, S.; MCKENNA, M. Determinants of healthy eating in children and youth. *Canadian Journal Of Public Health*, Charlottetown, v. 96, s. 3, 2005.

VENTURA, A. K.; BIRCH, L. L. Does parenting affect children's eating and weight status? **The International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity**. New York, v. 5, n. 15, 2008.

VITOLO, M. R. **Nutrição: da gestação ao envelhecimento**. 2. ed. Rio de Janeiro: Rubio, 2015.

WEFFORT, V. R. S.; MELLO, E. D.; SILVA, V. R.; ROCHA, H. F. **Lanche Saudável - Manual de orientação**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Pediatria. Departamento Científico de Nutrologia, 2011.

WOGNSKI, A. C. P.; PONCHEK, V. L.; DIBAS, E. E. S.; ORSO, M. R.; VIEIRA, L. P.; FERREIRA, B. G. C. S.; MEZZOMO, T. R.; STANGARLIN-FIORI, L. 2019. Comercialização de alimentos em cantinas no âmbito escolar. **Brazilian Journal of Food Technology**. Campinas, v. 22, e. 2018198, 2019.

APÊNDICE

APÊNDICE A - Cardápio Lancheira & Nutrir para 30 dias

CARDÁPIO LANCHEIRA & NUTRIR PARA 30 DIAS

SEMANA 1				
segunda-feira	terça-feira	quarta-feira	quinta-feira	sexta-feira
Pão caseiro com Queijo fresco	Chipa de batata doce	Esfirrinha de carne	Sanduche de pasta de tomate e frango	Pipoca
Suco de Manga	Suco de maracujá	Suco de acerola	Suco de Caju	Suco de laranja
Maçã	Banana	Melancia	Maçã	Manga em cubos
SEMANA 2				
segunda-feira	terça-feira	quarta-feira	quinta-feira	sexta-feira
Pão Colorido com manteiga	Bolo de Cenoura com cobertura de chocolate	Muffin de brocolis com bacon	Cookie de amendoas com cacau	Biscoito de Queijo
Suco de Manga com manjeriço	Suco de acerola	Suco de abacaxi	Suco de maracujá	Suco de Morango
Mexerica	Uvas vermelhas	Mamão	Banana	Melancia em cubinhos

Fonte: Próprio autor (2020).

APÊNDICE A (cont.). CARDÁPIO LANCHEIRA & NUTRIR PARA 30 DIAS

SEMANA 3				
segunda-feira	terça-feira	quarta-feira	quinta-feira	sexta-feira
Bauruzinho de amêndoa com pasta de frango Suco de Abacaxi Maçã	Bolo de maçã Suco de Morango Laranja picadinha	Panqueca colorida com queijo Suco de caju Mamão	Cup Cake de chocolate Suco de Maracujá Melão	Pipoca Suco de Cajazinho Banana
SEMANA 4				
segunda-feira	terça-feira	quarta-feira	quinta-feira	sexta-feira
Tortinha salgada de frango Suco de morango Mexerica	Bolo de cenoura Suco de acerola com laranja Uvas vermelhas	Enroladinho de queijo Suco de abacaxi com hortelã Morangos	Pão Colorido com manteiga Suco de Caju Melão	Mini quibe assado Suco de Maracujá Manga picadinha

Fonte: Próprio autor (2020).