

CENTRO PAULA SOUZA
ETEC IRMÃ AGOSTINA CEU VILA RUBI
Administração

PANIFICADORA ANTONIAZZI

São Paulo - SP
Dezembro de 2021

CENTRO PAULA SOUZA
ETEC IRMÃ AGOSTINA CEU VILA RUBI
Administração

PANIFICADORA ANTONIAZZI

Lourrane Stephanie de Souza Silva

Luciane Pereira da Silva

Matheus Alves Dias da Silva

Rebeca Trezzine Cordeiro

Thiago Nascimento Galberto

Valeria Martins de Freitas

3° F

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da ETEC Irmã Agostina CEU Vila Rubi, orientado pelo Prof. Paulo Henrique, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

Professores Orientadores

Prof. Anizio Santos

Prof. Paulo Henrique

São Paulo – SP
Dezembro de 2021

RESUMO

Ao longo dessa edição, será relatado todos os processos que foram realizados para que esse sonho seja realizado, iremos mostrar a descrição da empresa que conta a sua história, a problematização que deu origem a empresa e sua justificativa, que conta o porquê ela foi de fato criada. Iremos ver o macroambiente que detalha o que pode prejudicar a empresa externamente, e o microambiente que mostra o ambiente interno da panificadora.

Realizamos também a análise SWOT onde listamos as Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças da empresa, foi delimitado os principais departamentos como Jurídico, Recursos Humanos, Logístico, Marketing, Comercial e Financeiro e suas principais funções e por fim a pesquisa de Mercado realizada com o público alvo da empresa.

Espera-se que ao fim dessa leitura estejam todos empolgados para conhecer a empresa e se deliciar com os pães.

Palavras-chave: origem da empresa; microambiente e macroambiente; análise swot; pesquisa de mercado.

ABSTRACT

A lo largo de esta edición, se relatará los procesos que fueron realizados para que este sueño sea realizado. Mostraremos la descripción de la empresa que cuenta su historia, La problemática que se dio origen a la creación de la empresa e su justificativa que cuenta la razón que ella fue creada. Veremos la variable macroambiental que detalla lo que puede perjudicar la empresa externamente, e lo microambiental que muestra la parte interna de la panificadora.

Realizamos también el análisis SWOT a la cual listamos las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas a la empresa. Fue delimitados los principales departamentos como el jurídico, recursos humanos, logístico, marketing, comercial y financiero con sus principales funciones y por fin, la investigación de mercado con el público objetivo de la empresa.

Espera-se que al final de la lectura, todos se queden dispuestos a conocer la empresa y deleitarse con los panes.

Palabra clave: origen de la empresa; microambiente y macroambiente; análisis swot; investigación de mercado.

Dedicatória

Dedicamos este trabalho primeiramente ao nosso Deus por ter nos fortalecido nesse ano de pandemia, nos dando coragem e perseverança em cada momento de nossas vidas, pois sem ele não chegaríamos a lugar algum.

Às nossas famílias e amigos que sempre nos motivaram, deram força e segurança para lutarmos dia após dia. Aos nossos professores por cada ensinamento.

Epígrafe

“Mantenha a calma, somos eternos aprendizes” – Autor Desconhecido

Agradecimentos

O desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso, contou com a ajuda e apoio de diversas pessoas, dentre as quais agradecemos:

Aos professores orientadores Anízio e Paulo Henrique, que durante meses de desenvolvimento nos acompanharam pontualmente, e com base nos seus conhecimentos, auxiliaram para elaboração do projeto.

Gostaríamos de agradecer também a todos os professores do curso de administração, que conseguiram contribuir para um ótimo conhecimento de diversos conteúdos e nos favoreceram para hoje estarmos concluindo este trabalho.

Aos nossos pais, que incentivaram a cada momento e não permitam nossa desistência.

A todos que participaram das pesquisas, pela colaboração e disposição para obtenção de dados.

E agradecemos a nossa amiga Geisiane, que fazia parte do nosso grupo no início e contribuiu em diversas etapas para a conclusão deste trabalho.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — Interface do site gov.br	22
Figura 2 — Opções de cadastro	23
Figura 3 — Interface do MEI	23
Figura 4 — Interface do MEI com os dados	24
Figura 5 — Interface do MEI, Identificação	24
Figura 6 — Interface do MEI, Atividades	25
Figura 7 — Interface do MEI, Forma de atuação	25
Figura 8 — Interface do MEI, Endereço Comercial	26
Figura 9 — Interface do MEI, Declarações	26
Figura 10 — Interface do MEI, Tela de conferência	27
Figura 11 — Tabela de Controle de Estoque	29
Figura 12 — Tabela de Média de vendas de 1 ano a 5 ano	33
Figura 13 — Tabela de Investimentos em Departamentos de 1 ano a 5 ano	33
Figura 14 — Gráfico de Gênero	36
Figura 15 — Gráfico de Idade	36
Figura 16 — Gráfico de Compras pela Internet	37
Figura 17 — Gráfico de Ingredientes Utilizados	37
Figura 18 — Gráfico de Opinião de Preços	38
Figura 19 — Gráfico de Opinião Sobre Retirada	38
Figura 20 — Gráfico de Classificação de Dieta Alimentar	39
Figura 21 — Gráfico da proposta do logotipo da empresa	39
Figura 22 — Gráfico de Plataformas Utilizadas	40
Figura 23 — Gráfico de Embalagens.	40
Figura 24 — Gráfico Sobre a Taxa de Entrega	41
Figura 25 — Gráfico de Sabores.	41

SUMÁRIO

1. Introdução	10
1.1 Apresentação da empresa	11
1.2 Problematização	11
1.3 Justificativa	12
2. Macroambiente	13
2.1 Ambiente Demográfico	13
2.2 Ambiente Econômico	14
2.3 Ambiente Natural	14
2.4 Ambiente Tecnológico	15
2.5 Ambiente Político-legal	15
2.6 Ambiente Sociocultural	15
3. Microambiente	16
3.1. Fornecedores	16
3.1.1. Assaí Atacadista	16
3.1.2. Instituto Feira Livre	16
3.1.3. European	16
3.2. Concorrência	17
3.2.1 Lanchonetes	17
3.2.2 Pizzaria	17
3.2.3 Padarias Locais	17
3.3. Prestadores de serviços	18
3.3.1. Ultracentro embalagens	18
3.3.2. Consigaz.	18
3.3.3. Enel	18
4. Análise Swot	19
4.1. Forças	19
4.2. Oportunidades	19
4.3. Fraquezas	19
4.4. Ameaças	20
5. Departamentos	20
5.1. Departamento Jurídico	20

5.1.1. Atuação do dp jurídico na empresa antoniazzi	21
5.1.2. Projeção daqui 5 anos	21
5.1.3. Abertura de empresa passo a passo	22
5.2. Departamento De Recursos Humanos	27
5.2.1. Recursos humanos Panificadora Antoniazzi	27
5.2.2. Como ficará em 5 anos	28
5.3. Departamento Logístico	28
5.3.1. Logística da Panificadora Antoniazzi estoque e armazenamento	29
Embalagens	29
Transporte	29
Tecnologia	30
5.3.2. Logística da panificadora antoniazzi em 5 anos	30
5.4. Departamento De Marketing	30
5.4.1. Marketing da Panificadora Antoniazzi	30
5.4.2. Marketing da panificadora antoniazzi em 5 anos	31
5.5. Departamento Comercial	31
5.5.1. Prospecção de clientes	31
5.5.2. Prezamos o relacionamento com os clientes	31
5.5.3. Elaboração de planos de ação de vendas	32
5.5.4. Treinamentos para os colaboradores do setor	32
5.5.5. Departamento comercial da panificadora antoniazzi em 5 anos	32
5.6. Departamento Financeiro	32
5.6.1. Departamento financeiro da Panificadora Antoniazzi em 5 anos.	33
6. Pesquisas	35
6.1. Pesquisa com o público	35
6.2. Pesquisa de mercado	35

Conclusão

Referência Bibliográfica

Anexos

1 INTRODUÇÃO

No trabalho presente iremos abordar a criação da Panificadora Antoniazzi. A empresa foi pensada em ser um diferencial no mundo do delivery, inovando com um produto que dificilmente vai ser encontrado em aplicativos de entrega de comida e que mal se encontra na esquina do seu bairro. Pensando nisso, iremos apresentar a “Panificadora Antoniazzi”, como a mais nova queridinha do mundo dos aplicativos de comida. Mesmo tendo sua loja física, ela irá trabalhar 90% online e 10% na loja física.

Ao longo dessa edição, será relatado todos os processos que foram realizados para que esse sonho seja realizado, iremos mostrar a descrição da empresa que conta a sua história, a problematização que deu origem a empresa e sua justificativa, que conta o porquê ela foi de fato criada. Iremos ver o macroambiente que detalha o que pode prejudicar a empresa externamente, e o microambiente que mostra o ambiente interno da panificadora.

Realizamos também a análise SWOT onde listamos as Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças da empresa, delimitando os principais departamentos como Jurídico; Recursos Humanos; Logístico; Marketing; Comercial e Financeiro e suas principais funções e por fim a pesquisa de mercado realizada com o público alvo da empresa.

Espera-se que ao fim dessa leitura estejam todos empolgados para conhecer a empresa, e para se deliciar com os pães.

1.1. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A Panificadora Antoniazzi é uma empresa de pequeno porte de fabricação de pães caseiros para lanches sob encomenda, o atendimento é praticamente todo via Whatsapp e Ifood e as entregas começam entre a parte da tarde e à noite. Como a empresa é pequena e ainda não tem estrutura para aceitar encomendas de hora em hora, sendo assim o pedido é feito com algumas horas de antecedência para que o pedido seja entregue em sua residência na hora marcada.

Com a intenção de atender todos os públicos, como vegano; vegetariano e intolerantes alimentares, foi criado o cardápio com pães de vários tipos e sabores como pães de cenoura; beterraba; milho; pães de farinha de aveia; sem glúten ou derivados de leite ou qualquer outro tipo de alimento que o cliente não possa ter contato, então no ato do pedido via whatsapp ou ifood coloca-se na descrição do pedido o alimento que não possa ingerir.

Antes dos pães serem montados, são separados os ingredientes em praças, para que nenhum alimento entre contato um com o outro para que não haja contaminação cruzada.

1.2. PROBLEMATIZAÇÃO

A panificadora Antoniazzi foi criada depois de uma péssima experiência comprando um pão recheado na região, que não era nem um pouco convidativo e apetitoso, muito caro para algo que não se podia identificar como um pão caseiro.

Então, partindo desse ocorrido surge-se a ideia de uma panificadora, em uma região que não teria só um tipo de pão para o lanche da tarde oferecendo mais opções de escolha e com um preço que cabe no bolso do público em questão.

Pensando também na comodidade que se teria se fosse uma empresa de entrega e com pedidos feitos via internet com catálogos de fácil escolha e com produtos voltados a todos os públicos.

1.3. JUSTIFICATIVA

A intenção principal da criação da Panificadora foi por motivos financeiros, mas no meio do caminho acabou sendo também para dar as pessoas uma nova e diferente fonte de lanches com produtos voltados a todos os públicos. Assim como as pizzarias, a panificadora foi também criada para diferenciar o delivery com um novo produto que até o momento não é encontrado facilmente em aplicativos de comida e muito menos se tem nas localidades próximas a empresa.

2 MACROAMBIENTE⁽¹⁾

É um conglomerado de elementos externos que existem fora do controle de uma empresa e que podem afetar significativamente seu desempenho e capacidade de competir em seu mercado.

2.1 Ambiente Demográfico

O ambiente demográfico, refere-se ao estudo da população (tamanho, sexo, idade, etnia e outros dados estatísticos).

Na empresa, o ambiente demográfico que mais se destaca são por um público feminino maior (81%) em comparação ao masculino (19%); idades entre menos de 18 anos (23,8%), 18 aos 30 anos (33,3%) e 30 aos 60 anos (42,9%); a frequência de compras pela internet é mensalmente (76%); (91,1%) dos clientes optam por saber dos ingredientes utilizados; (78,4%) acham justo pagar R\$15,00 em um pão de 1K; (65,6%) preferem entre receber em casa e retirar no local; o grupo que mais se destaca são os carnívoros (80,6%); (92%) concorda com o logotipo da empresa; a plataforma mais utilizada para fazer pedidos foi o Whatsapp (49,6%) e Ifood (37,6%) e entre outros; a embalagem que mais preferem é a de papel (49,2%); (97,6%) acha justo pagar entre 2 a 5 reais como taxa de entrega; o pão que mais agrada é o salgado recheado (53,6%) em relação aos outros.

2.2 Ambiente Econômico

Com base na pesquisa realizada sobre a situação econômica do Brasil, de acordo com o IBGE o consumidor brasileiro gasta aproximadamente 25% de sua renda com alimentação fora de casa. Além disso, se buscar dados do ramo alimentício, pode-se ver que o mesmo foi afetado de certa forma pela pandemia, mas ainda assim conseguiu se manter em crescimento.

As compras realizadas pela internet, aumentaram consideravelmente, sendo um dos fatores da Panificadora buscar realizar suas vendas por meio das redes sociais. A Panificadora Antoniazzi já tem em mente o uso do sistema de delivery, no qual foi uma grande solução durante a pandemia, pois muitos estabelecimentos conseguiram manter suas vendas e obter lucros por conta disso. Além disso, acredita-se que aos poucos a situação econômica vai melhorar.

Com isso em mente, as vendas da Panificadora aumentarão, já que existirá a possibilidade de o cliente realizar sua compra e retirar no local.

2.3 Ambiente Natural

A empresa diferenciou-se no mercado por buscar medidas sustentáveis, como por exemplo, a utilização de sacos de papel Kraft como embalagens para os pães, pois seu tempo de decomposição na natureza é de 3 a 6 meses, diferente das sacolas de plástico que variam de 100 a 400 anos. Outra vantagem desta embalagem é a possibilidade de variar o seu tamanho para a quantidade de produto adquirido.

Outra ação sustentável da empresa, é a separação adequada de todo resíduo gerado pela fabricação, como: caixa de leite ou manteiga, sacos plásticos das matérias primas e os demais materiais recicláveis. Além disso, a empresa visa pela utilização consciente da luz e também o não desperdício de água.

2.4 Ambiente Tecnológico

A panificadora se identifica com o Macroambiente Tecnológico pois ela está sempre procurando se inovar e se atualizar no mercado em relação às tecnologias, principalmente quando se trata em relação da forma de comunicação com os clientes.

A empresa está disponível via *WhatsApp Business*, assim possibilitando responder quaisquer dúvidas dos clientes, Instagram com divulgações diárias sobre os pães e sempre interagindo visando maiores alcances, em breve estará nas plataformas de aplicativos como *Play Store* e *Apple Store*. Também atualmente tem parcerias com o *IFood*, assim facilitando os pedidos. Há também o *QRcode* em no banner para facilitar encontrar a panificadora em nas redes sociais.

2.5 Ambiente Político-Legal

A empresa diferenciase pelo comprometimento no cumprimento das leis impostas pela Anvisa, para manter a maior qualidade nos alimentos, nas embalagens e na garantia de entrega de seus produtos tendo como principal objetivo a melhor higiene possível, impostos com toda responsabilidade e cuidado no estabelecimento.

2.6 Ambiente Sociocultural

Pensando em como cultura atual trabalha, com plataformas online, o público que ela atinge utiliza o *WhatsApp* e outros aplicativos de entrega para fazer seus pedidos. E pensando na economia atual, trabalha com taxas baixas para que não pese no bolso do consumidor.

3 MICROAMBIENTE⁽²⁾

O Microambiente também é chamado de ambiente interno ou ambiente de tarefas. As variáveis encontradas nesse ambiente são chamadas de Controláveis pois podem ser diretamente influenciadas pela empresa. É composto por forças que exercem influências mais próximas à atuação das empresas e afetam diretamente sua capacidade de entender e atender seus clientes. As forças que interagem no Microambiente geram os pontos fortes e pontos fracos de uma empresa, marca ou produto em relação a sua atuação no mercado.

3.1 Fornecedores

3.1.1 Assaí Atacadista

Mercado de grande porte que vende por atacado. São fornecidos Ingredientes que contém na massa, como por exemplo farinha de trigo, manteiga, leite e óleo e ingredientes para recheios como queijos. A escolha desse mercado é motivada porque é o lugar em que os preços estão com um bom custo-benefício, ainda mais comprando em atacado.

3.1.2 Instituto feira livre

Fornecem farinhas orgânica e farinhas integrais. A panificadora Antoniazi oferece produtos para todos os gostos e preocupações, um exemplo disso é a farinha orgânica que é sem nenhum agrotóxico, adubos químicos ou conservantes que inclusive fazem bem a saúde. Também temos a farinha integral de qualidade aos que amam comer e se cuidar ao mesmo tempo.

3.1.3 EuroPan

Fornecem fermento para panificação. A compra de fermento pela empresa EuroPan foi escolhida por conta da qualidade do produto e fornecem preços de atacado e uma entrega rápida.

3.2 Concorrência

3.2.1 Lanchonetes

Normalmente as lanchonetes vendem lanches como Bauru, ou Croissant entre outros pães recheados e já estão prontos para consumo. Porém uma de nossas vantagens são que nossos pães são frescos de acordo com a data de entrega e quentinhos, de qualidade garantida e de acordo com a solicitação do cliente.

3.2.2 Pizzaria

Mesmo que as pizzas sejam diferentes de pães ainda estão na categoria de massas e ambas que os brasileiros amam comer. Além da pizza normalmente ser consumida durante a noite, os pães são mais consumidos na parte da manhã ou a tarde, conhecido e para alguns considerado tradição, o famoso "café da tarde".

3.2.3 Padarias locais

As padarias locais vendem pães salgados e doces que normalmente é consumido diariamente no café da manhã. Apesar de venderem pães também, as padarias locais não vendem pães como os da Panificadora Antoniazzi porque são mais trabalhosos, e quando vendem não é tão fresco e de boa qualidade, sendo mais vantajoso encomendar os pães.

3.3 Prestadores de serviços

3.3.1 Ultracentro Embalagens

São fornecidas as embalagens que mantem a qualidade e a sustentabilidade dos produtos. Essa escolha se teve por conta do preço ser mais acessível e ter mais variedades de produtos.

3.3.2 Consigaz

A escolha dessa foi por ser de fácil acesso, perto da Panificadora e com um orçamento bom para ser feito os pães; auxilia na produção dos pães.

3.3.3 Enel

Fornecida para a ajuda de tudo, pois sem a assistência desse prestador não seria possível nem o funcionamento da Panificadora. Escolha essa por ser a única na região que fornece energia de confiança e a melhor possível para os produtos.

4 ANÁLISE SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta de planejamento bastante conhecida no meio empresarial. Com ela é possível fazer uma comparação de cenários e realizar pesquisas que facilitem a tomada de decisões. O empreendedor consegue entender de forma clara onde estão suas falhas e priorizar ações necessárias para corrigi-lás. Pensando nisso, analisamos o cenário da panificadora Antoniazzi e foi concluído:

4.1 Forças

Qualidade dos produtos e serviços: pois são feitos com matéria prima de excelente qualidade;

O atendimento direto: os clientes têm contato direto com a proprietária, e tem total liberdade para dar feedbacks e sugestões de melhorias;

Não possui concorrentes nas proximidades: concorrentes que ofereça esse tipo de produto caseiro, facilitando assim maior lucratividade;

A boa localização: onde está localizado, é uma região com bastante comércios e avenidas, facilita bastante as entregas, e o acesso de nossos clientes.

4.2 Oportunidades

Divulgação: antigamente quando se falava em divulgação, já se pensava-se em muito investimento financeiro, hoje em dia isso está bem mais fácil e acessível, graças a internet e redes sociais que podem ser ótimas aliadas.

4.3 Fraquezas

A disponibilidade de funcionários para fabricação e nas entregas. O fato de trabalhar na residência: e não possuir um espaço e equipamentos apropriados, acaba impactando tanto no convívio familiar quanto nas vendas, pois não pode abrir espaço para grandes encomendas. A empresa ainda não possui uma boa divulgação dos produtos, porém estamos trabalhando muito em cima disso, pois é aquele ditado “a propaganda é a alma do negócio”.

4.4 Ameaças

Crise econômica: uma das piores, principalmente nesse momento de pandemia, com tantas incertezas, as pessoas estão ganhando menos e tendem a gastar menos também, comprando somente aquilo que conhecemos como o básico, impactando assim em nas vendas e nos investimentos do negócio. Grandes fábricas: outra ameaça fortíssima, possuem produtos industriais e com preços bem acessíveis que pode-se encontrar facilmente em qualquer supermercado. E por fim, Surgimento de novos empreendedores individuais: assim como a panificadora, com toda essa crise e demissões, muitos trabalhadores estão tendo que se reinventarem, podendo assim surgir novos concorrentes da região.

5 Departamentos

5.1 Departamento Jurídico⁽³⁾

O departamento jurídico é o setor responsável por todas as tratativas, atividades, tarefas e funções relacionadas aos aspectos legais, judiciais e extrajudiciais, de uma empresa. Sua equipe é composta por advogados e bacharéis em Direito, profissionais estes que podem ser especializados em alguma área relevante para a empresa ou não.

Quais funções dentro desse DP?

- Receber e atender às requisições de outros setores;
- Gerenciar contratos;
- Gerenciar procurações;
- Acompanhar processos judiciais e extrajudiciais;
- Acompanhar e requisitar certidões, alvarás e licenças;
- Realizar a gestão societária;
- Proteger dados e informações.

Quem trabalha no setor jurídico?

Trabalham no departamento jurídico o Direito Jurídico, Advogados, Analistas e Assistentes Jurídicos, bem como, eventualmente, estagiários.

5.1.1 Atuação do DP Jurídico na empresa Antoniazzi

Ter um advogado na empresa traz diversas vantagens para se manter a integridade da empresa. Atuando com outros DPs, seja para questões financeiras e tributárias, de recursos humanos, de marketing e publicidade, e até mesmo o relacionamento com o consumidor.

Por ora, começaríamos com um estagiário por ser de baixo custo para mantê-lo atuando na empresa. Atuaria como supracitado em conjunto aos outros DPs da empresa para manter tudo aos conformes de dentro dos aspectos legais, judiciais e extrajudiciais. Foi investido o valor de R\$ 5.000,00 ao ano devido ser um departamento que não necessita de um alto valor, porém por lidar com processos, pagamentos de impostos e outras burocracias, este valor se tornou necessário.

5.1.2 Projeção daqui 5 anos

Entraríamos com uma contratação de um advogado especializado na área empresarial/corporativa. E por conseguinte, desempenharia a mesma função que o estagiário, e estaríamos mais seguros em relação a empresa por ter uma pessoa qualificada por ter uma especialização para atuação.

Seguindo o raciocínio anterior, a projeção de investimento para 5 anos é o valor de R\$ 25.000,00.

5.1.3 Abertura de Empresa Passo a Passo⁽⁴⁾⁽⁵⁾

Para formalizar a sua microempresa Individual, o processo é fácil e totalmente online. Basta acessar o Portal do Empreendedor e seguir os seguintes passos:

1º passo: Atender às condições para se tornar um MEI:

Não ter participação em outra empresa como sócio ou titular;

Faturar até R\$ 81.000 por ano;

Exercer as atividades permitidas. É possível registrar uma ocupação principal e até 15 secundárias.

2º passo: Criar sua conta Gov.br: No Portal do Empreendedor, no serviço de formalização de MEI, clique em “Quero ser”. Em seguida, selecione “Formalize-se” ou “Gov.br”. O cadastro no Gov.br permite acessar diversos serviços públicos digitais sem precisar se deslocar, permanecer em filas, imprimir ou autenticar documentos.

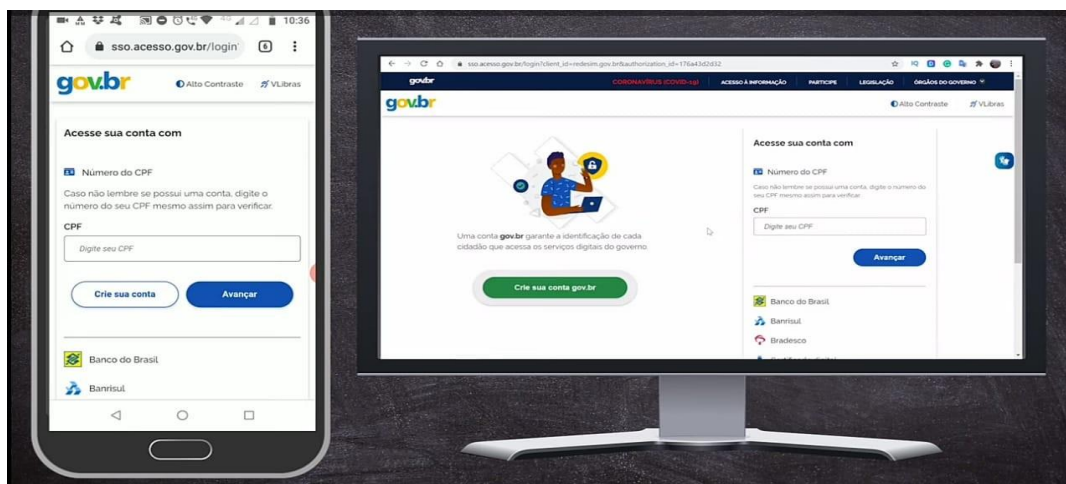


Figura 1 - Interface do site gov.br

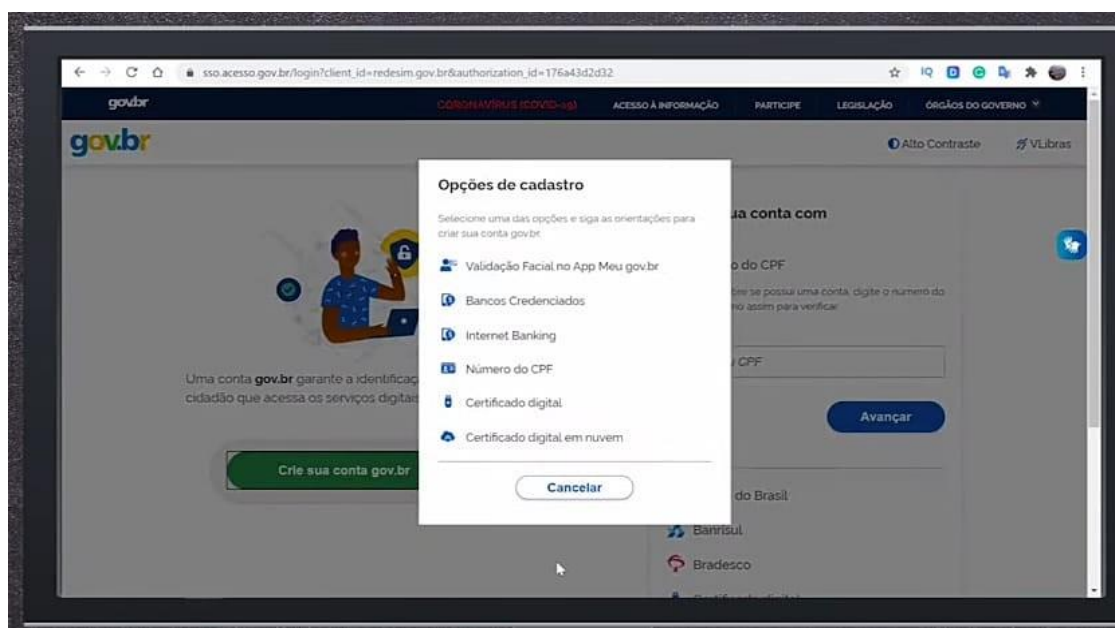


Figura 2 - Opções de cadastro

3º passo: Completar seu cadastro no Portal do Empreendedor: É hora de preencher o cadastro no Portal do Empreendedor. Clique no botão “Formalize-se”, informe os dados da sua conta Gov.br e autorize o acesso aos seus dados pelo Portal do Empreendedor – Área do Usuário da Redesim. Preencha o número do recibo da sua declaração de imposto de renda ou do título de eleitor e o número do seu telefone celular. Você receberá um código SMS.

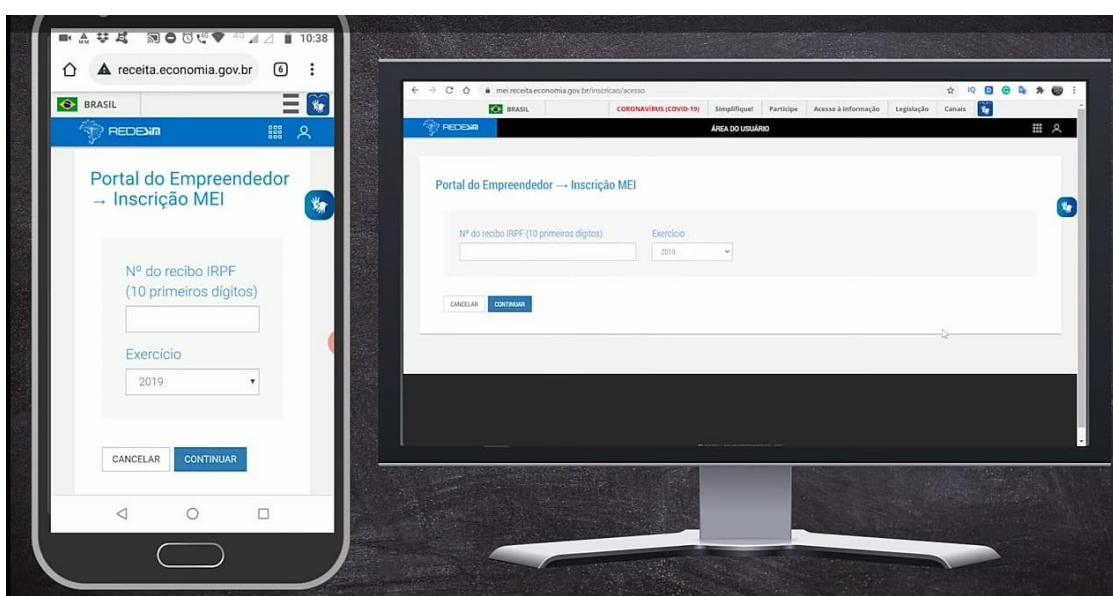


Figura 3 - Interface do MEI

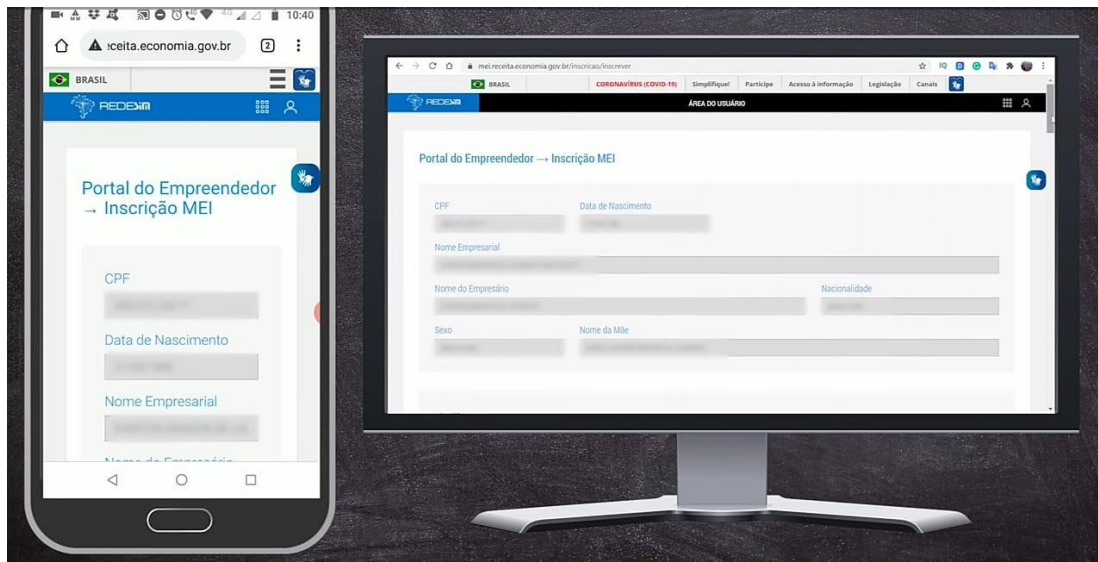


Figura 4 - Interface do MEI com os dados

4º Passo: Definir nome fantasia e atividades: Informe o nome fantasia de sua empresa e selecione as atividades que irá realizar. Também deverá ser informado onde irá atuar: em casa, em endereço comercial, como ambulante, porta a porta ou via internet, por exemplo.

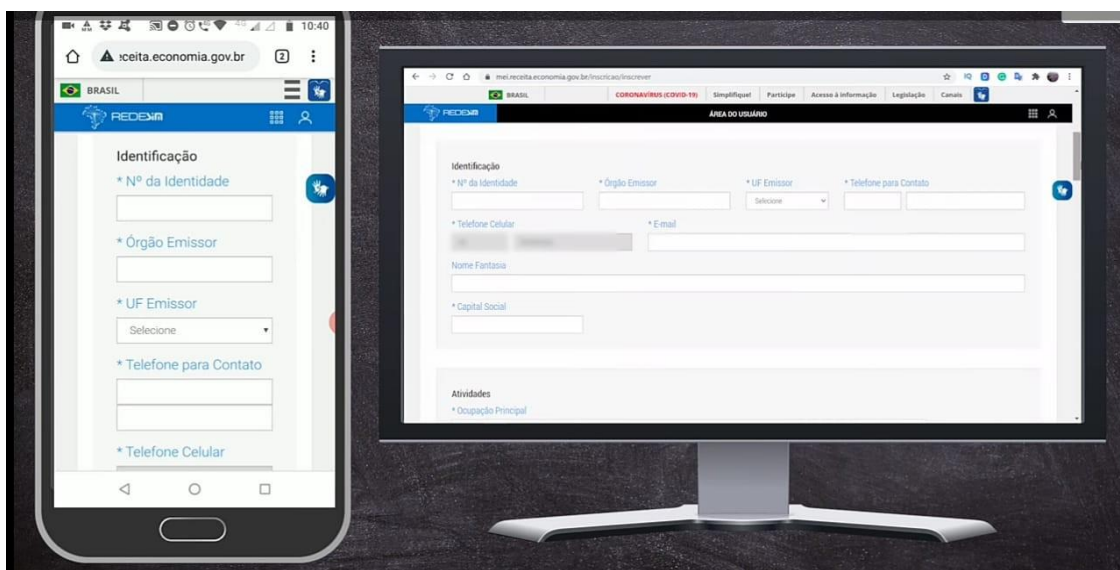


Figura 5 - Interface do MEI, Identificação

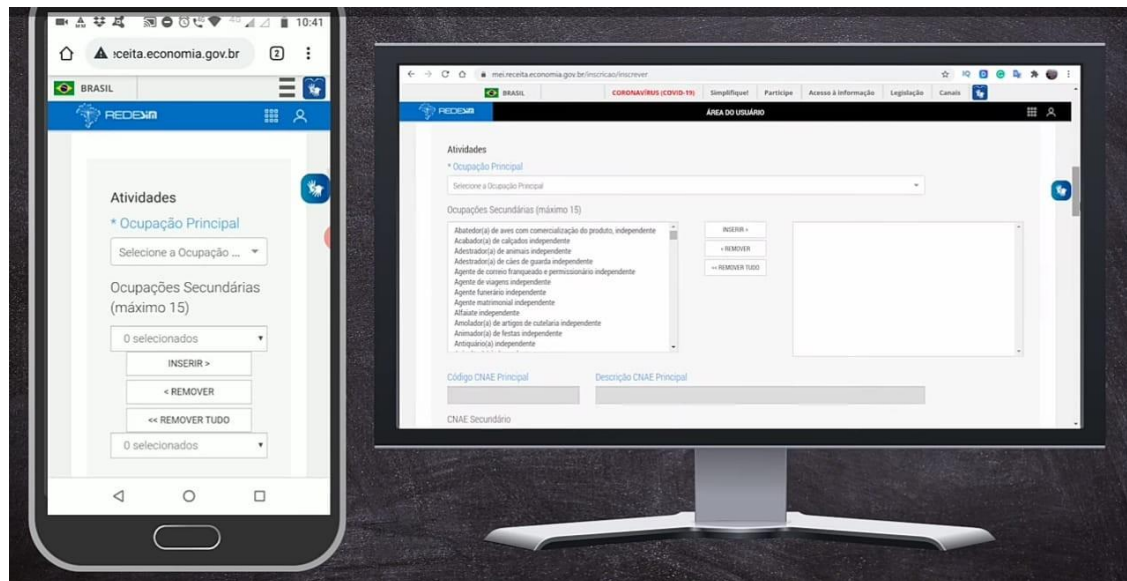


Figura 6 - Interface do MEI, Atividades

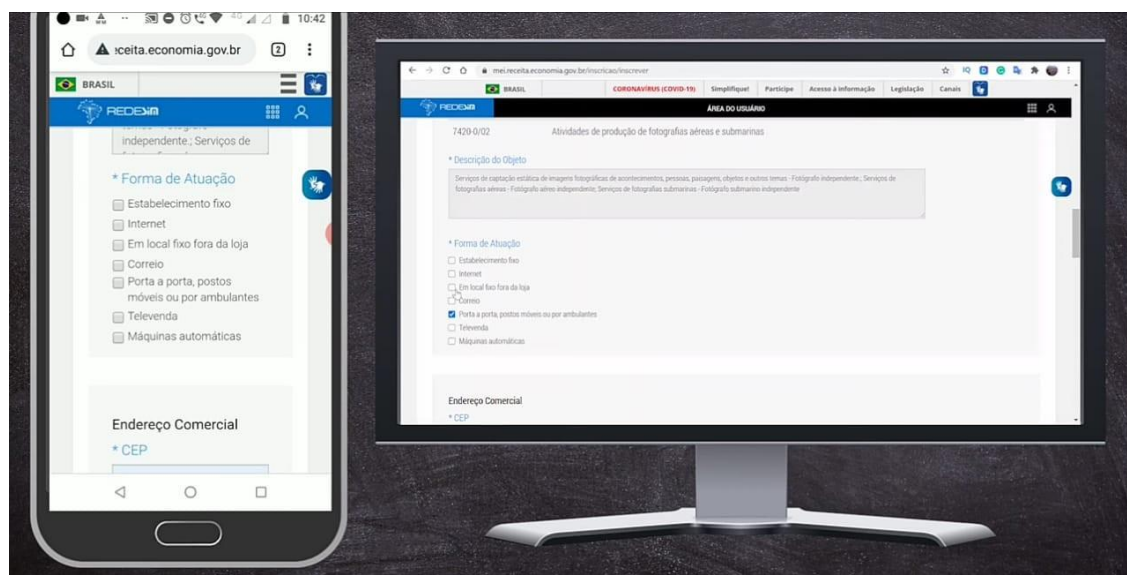


Figura 7 - Interface do MEI, Forma de atuação

5º Passo: Definir endereço: Informe o CEP do endereço residencial e o CEP do local onde irá funcionar a empresa.

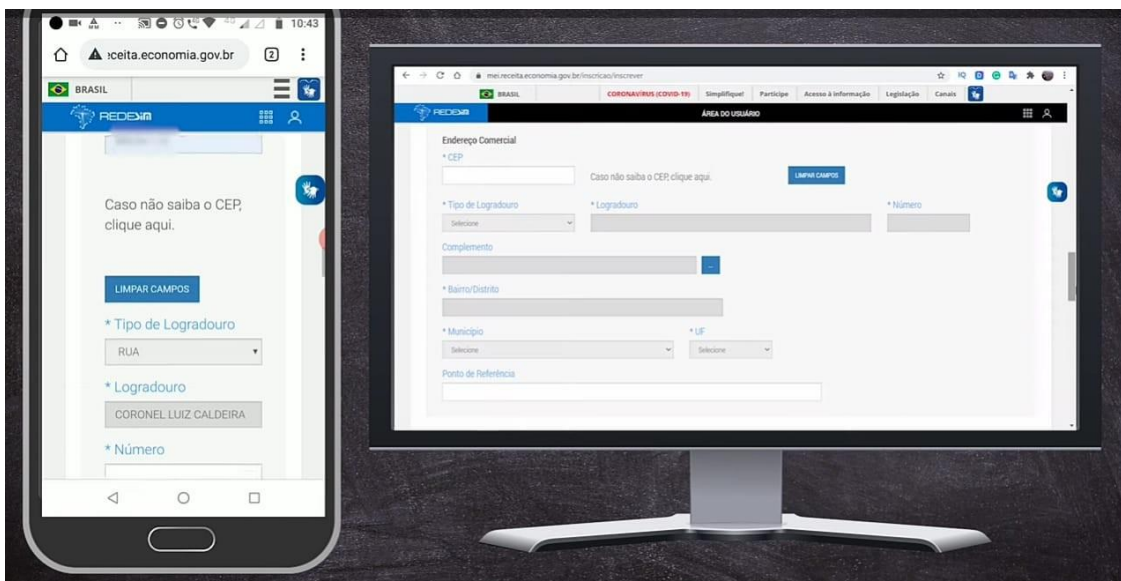


Figura 8 - Interface do MEI, Endereço Comercial

6º passo: Emitir o Certificado de Condição de Microempreendedor Individual (CCMEI): Após ler atentamente, o empreendedor deverá selecionar todas as declarações obrigatórias para o MEI. Será emitido o Certificado de Condição de Microempreendedor Individual (CCMEI) que comprova a inscrição como MEI, com o CNPJ e número do registro na Junta Comercial.

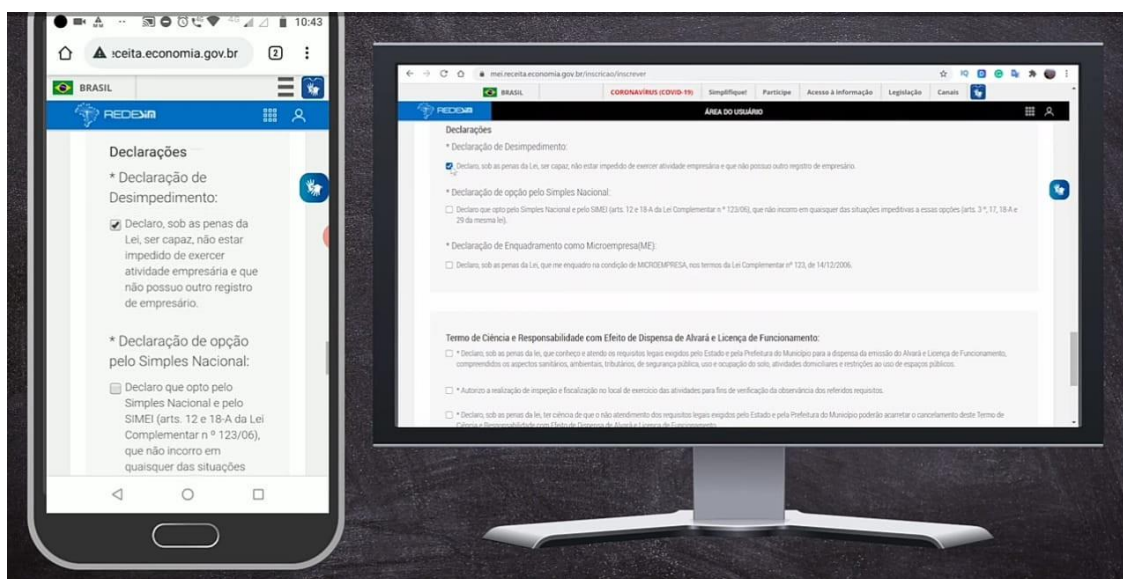


Figura 9 - Interface do MEI, Declarações

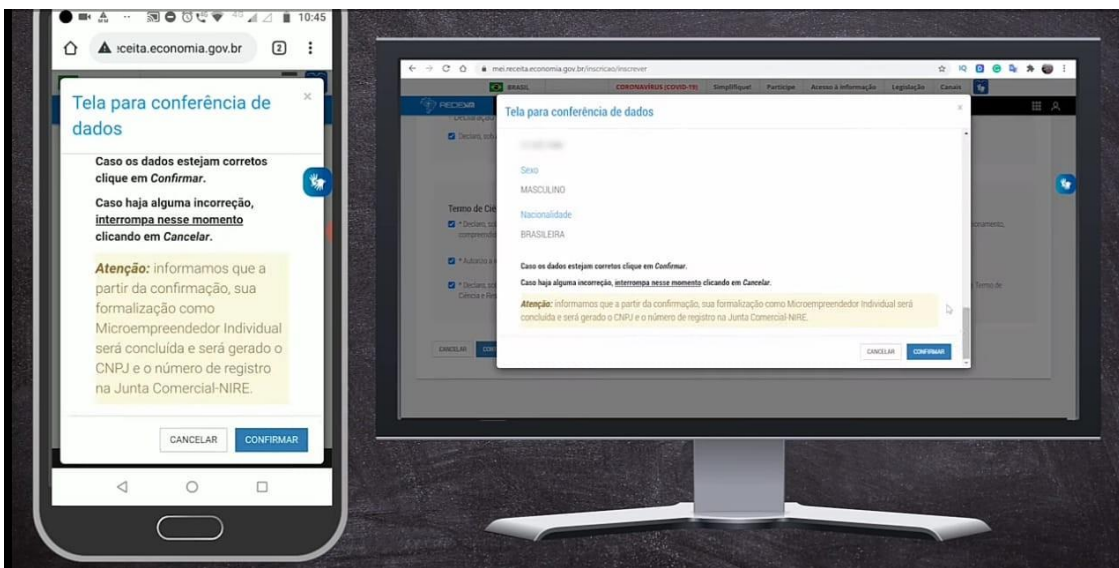


Figura 10 - Interface do MEI, Tela de conferência

5.2 Departamento de Recursos Humanos

O RH é o responsável pela gestão de pessoas, o que envolve responsabilidades como recrutamento e seleção, desenvolvimento e treinamento de colaboradores, avaliação de modelos de gestão, gerenciamento de desempenho e gestão de benefícios.

5.2.1 Recursos Humanos Panificadora Antoniazzi

A Panificadora utiliza o e-mail como um método de conhecer os seus candidatos, primeiro é solicitado que cada um envie o nome completo e o currículo para que se possa realizar a triagem, seleciona-se as pessoas que tem mais experiência e característica com a vaga, depois entra-se em contato com os mesmos e agenda-se uma entrevista individual para ter uma ideia de como o candidato é e como ele se comunica.

Depois dessa entrevista individual entra-se em contato com cada um para dar um feedback (tanto positivo quanto negativo), e para os que foram aprovados na primeira etapa agenda-se uma nova entrevista coletiva, para que possa avaliar o trabalho em equipe e a capacidade de cada colaborador na busca por soluções, utilizando o debate de soluções que funciona da seguinte maneira:

As pessoas são divididas em grupos com quatro ou cinco integrantes e são estimulados a debater um tema ou propor a solução de um problema, é dado um tempo (em torno de 20 minutos) para que o grupo interaja. No final,

um representante de cada grupo apresenta a conclusão ou solução na qual ele e seus colegas chegaram.

Desse modo consegue-se avaliar a postura de cada um, de como escolheram um líder e como colocaram as ideias em prática. Dentro da empresa o RH funciona de forma simples, de modo que ensina-se tudo o possível para o contratado, de como funciona nosso ambiente até nossas diretrizes e algumas regras, com o foco de que ninguém fique confuso.

O valor de investimento para o RH foi de R\$ 80.000,00 ao ano, dentro desta quantia está contido todos salários dos funcionários.

5.2.2 Como ficará em 5 anos.

Em torno aos acontecimentos da covid, inflação entre outras coisas, imagina-se que em 5 anos tenha uma evolução dentro da empresa, com a implementação de novos estilos para entrevista, novos métodos para contratação, uma melhor expansão do RH para dentro da empresa, com mais empregados e com toda certeza maiores produções na Panificadora Antoniazzi. Com isso aumentará o fluxo de pães e se terá um lucro melhor e maior que atualmente.

Além disso a projeção de investimento para o RH é o valor de R\$400.000,00.

5.3 Departamento Logístico

Por logística se entende um conjunto de métodos e meios destinados a fazer o que for preciso para entregar os produtos certos, no local adequado, no tempo combinado. A origem da palavra logística vem do grego e significa habilidades de cálculo e de raciocínio lógico.

5.3.1 Logística da Panificadora Antoniazzi Estoque e Armazenamento

A empresa faz mensalmente um estudo de demanda de produtos, para formular a quantidade de estoque necessária para suprir a produção, garantindo que nenhum produto fique parado no estoque deteriorando-se ou vencendo. Já que o gasto mensal de estoque é de R\$ 21.795,20, o valor final investido em logística no 1 ano será de R\$ 271.542,40 .

FICHA DE CONTROLE DE ESTOQUE				
Cod	Produto	Quantidade	Valor por Uni	Valor total
A568	Ovos	1000	R\$ 0,50	R\$ 500,00
B650	Manteiga 3kg	5	R\$ 45,07	R\$ 225,35
C126	Fermento biologico 2KG	25	R\$ 75,57	R\$ 1.889,25
D776	Óleo liza 18l	20	R\$ 197,99	R\$ 3.959,80
E443	Farinha de trigo 25kg	60	R\$ 68,11	R\$ 4.086,60
F412	Farinha de aveia 25kg	30	R\$ 149,00	R\$ 4.470,00
G009	Farinha integral 25kg	30	R\$ 79,99	R\$ 2.399,70
H554	Açucar 5kg	2	R\$ 16,98	R\$ 33,96
I871	Sal 1Kg	2	R\$ 1,89	R\$ 3,78
J776	Leite 1L	750	R\$ 3,89	R\$ 2.917,50
H905	Semente de girassol 1KG	3	R\$ 34,50	R\$ 103,50
L452	Semente de centeio 3KG	1	R\$ 33,99	R\$ 33,99
M713	Gãos de cevada 1KG	3	R\$ 17,38	R\$ 52,14
N651	Gergilim 1KG	3	R\$ 17,80	R\$ 53,40
O266	Flocos de milho 1KG	3	R\$ 6,99	R\$ 20,97
P662	Semente de linhaça 1KG	3	R\$ 15,61	R\$ 46,83
Q312	Grãos de quinoa 3KG	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
R541	Semente de chia 1KG	3	R\$ 23,57	R\$ 70,71
S780	Embalagem sacola 2000	1	R\$ 198,00	R\$ 198,00
T629	Embalagem papel kraft P 2000	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
U281	Embalagem papel Kraft M 3000	1	R\$ 128,72	R\$ 128,72
V541	Embalagens papel Kraft G 5000	1	R\$ 381,00	R\$ 381,00
Total de estoque mensal				R\$ 21.795,20

Figura 11 - Tabela de Controle de Estoque

Embalagens

Na panificadora são utilizados três tipos de embalagens; a primária, secundária e terciária. A embalagem primária é constituída de papel kraft, estas ficam diretamente em contato com o produto. A embalagem secundária é a sacola plástica, que serve para carregar a embalagem primária. A embalagem terciária é a mochila térmica usada pelo motoboy nas entregas.

Transporte

A empresa terá um motoboy fixo, esse será responsável por pedidos via whatsapp e instagram. A panificadora também contará com aplicativos de plataformas digitais, como ifood, rappi, uber eats etc.

Tecnologia

A empresa possui um software para monitorar a quantidade de insumos armazenados, produtos vendidos e datas de validade. Assim conseguindo controlar a entrada e saída do estoque.

5.3.2 Logística da Panificadora Antoniazzi em 5 anos

Levando em consideração que a produção é feita em larga escala, será necessário um ambiente de armazenamento maior, com layout que facilite a organização e locomoção dentro do ambiente. A logística irá precisar de mais funcionários, mais tipos de embalagens e máquinas que ajudam na estocagem.

O meio de distribuição também será afetado, para o abastecimento de mercados e padarias será necessário da contratação ou aquisição de um meio de transporte, tal como caminhão. Ademais, tendo sempre uma boa comunicação com os fornecedores e também a produção, garantindo que não haja falta de estoque e nem problemas de distribuição. O Valor final investido será de R\$ 1.357.712,00

5.4 Departamento de Marketing⁽⁶⁾

Marketing é uma atividade focada na geração de valor para os públicos envolvidos com uma marca. Ao entregar ofertas de valor, as organizações empresas, associações, órgãos do governo, entidades públicas, ONGs etc. conseguem satisfazer as necessidades dos públicos, conquistar o seu espaço e obter o retorno que precisam para sobreviver e competir no mercado.

5.4.1 Marketing da Panificadora Antoniazzi

A Panificadora Antoniazzi é voltada para o público mais moderno, que vive mais na era digital que utiliza muito o Instagram, Facebook e WhatsApp para fazer suas compras. Pensando nisso o marketing da empresa é voltado diretamente para esse mundo digital, a praça é totalmente digital no instagram e no whatsapp business onde é feito os pedidos previamente adiantado antes da sua entrega na residência do cliente. Pensando nisso atualiza-se sempre os catálogos e página do instagram com fotos de novos produtos que estão sendo testados antes de ser oferecido ao público, stories com enquetes e perguntas ao público-alvo na intenção de chamar mais clientes e sempre buscar novas ideias para a empresa.

O valor investido é de R\$10.000,00 ao ano.

5.4.2 Marketing da Panificadora Antoniazzi em 5 anos

A empresa já estará com seu ponto comercial, então será investido em uma empresa especializada em marketing para que sempre esteja atualizada para o público existente e para chamar mais clientes para a empresa. Mantendo a praça sempre com boa visibilidade, as redes sempre atualizadas e chamativa e a empresa sempre conectada com o mundo e suas mudanças constantes. O valor final investido será de R\$50.000,00.

5.5 Departamento Comercial⁽⁷⁾

O departamento comercial pode ser definido como o setor responsável pelo relacionamento com os clientes. Isso porque, muito além de apenas vender, este departamento atua desde a prospecção de clientes até o pós-venda, com o intuito de entender as necessidades dos consumidores e garantir satisfação. As funções do departamento comercial são diversas, mas elas podem ser resumidas em três atividades principais: construção do processo de vendas, entendimento das dores e comportamento dos clientes e garantia de uma boa jornada de compra. Por ser um departamento que ajuda a gerar lucro para a empresa, o valor investido foi de apenas R\$2.000,00, pois necessitou apenas de um computador e programa de software. Com mais detalhes, pode-se destacar que a Panificadora age nas seguintes funções:

5.5.1 Prospecção de clientes

A empresa trabalha utilizando a prospecção de cliente de duas formas: degustação de nossos pães quando novos no cardápio ou quando são os sabores menos pedidos. Enviamos nossos pães a um influenciador digital que tenha conteúdo relacionado a comida.

5.5.2 Prezamos o relacionamento com os Clientes

Um dos primeiros elementos que a Panificadora Antoniazzi está atenta é o relacionamento com os clientes. É importante cultivar uma relação positiva com quem entra na panificadora, garantindo a fidelização do público ao negócio. Para isso, começa-se entendendo quem são essas pessoas que compram, o que elas buscam na padaria e se os seus desejos estão sendo atendidos.

Além disso, nossos colaboradores são capacitados para que lidem diretamente com o público estabelecendo uma relação de transparências e confiança com os clientes que frequentam a loja.

Mesmo após o processo de compra, o relacionamento com o cliente é mantido. Para isso, investe-se no pós-venda, captando Feedback sobre a experiência de compra, assim como o contato dos clientes para informações futuras.

5.5.3 Elaboração de planos de ação de vendas

Na Panificadora Antoniazzi é feito um planejamento de vendas com percentual de lucro que cada um dos produtos gera e quais são as mercadorias mais vendidas na empresa, estabelecemos metas e estratégias de como agir.

5.5.4 Treinamentos para os colaboradores do setor

Treina-se os colaboradores para que sejam capacitados para lidar com os clientes no dia a dia, afinal a forma de recebê-los e sanar suas dúvidas faz muita diferença.

5.5.5 Departamento Comercial da Panificadora Antoniazzi em 5 anos

Prevendo a evolução da empresa, o setor pretende evoluir a prospecção de clientes, como por exemplo através da divulgação em televisores, e expandir o departamento comercial, aumentar a forma de receber um feedback dos clientes, tanto sobre o atendimento prestado quanto ao produto que foi produzido, contratar uma pessoa responsável apenas pelo treinamento dos colaboradores de acordo com a função de cada um. Por ser um departamento que não gera custos para a empresa, durante os próximos anos não foi necessário realizar nenhum tipo de investimento.

5.6 Departamento Financeiro

O departamento financeiro é responsável pelo desempenho e gestão das finanças da empresa. Portanto, é sua responsabilidade garantir os recursos e a boa administração dos ativos corporativos. Para isso, desempenha funções como: contabilidade, tesouraria, gerenciamento das finanças, controle de tributos e gestão de custos.

5.6.1 Departamento financeiro da Panificadora Antoniazzi em 5 anos

Este departamento estará totalmente responsável por administrar todo lucro e despesa que a empresa tiver. Sendo assim, cuidará das compras de matéria prima, embalagens, custos de entregas, tributos, entre outros.

Além disso, deverá ser realizado uma boa gestão dos custos, visando sempre a qualidade dos produtos e o melhor custo-benefício. O financeiro ficará responsável por ajudar a aumentar o ganho e saúde financeira da empresa. Devido o setor financeiro cuidar apenas da administração dos gastos e despesas da panificadora, o investimento que será feito no mesmo, será o valor mais baixo, comparado aos outros departamentos. O valor de investimento será de R\$ 2.000,00, para comprarmos programas de software e um computador que sirva de auxílio nas atividades. Após isso não será necessário mais investimentos.

Item	Valor	Média de vendas				Total 1º Ano	Total 5º Ano
		Diaria	Mensal	Anual			
Pão caseiro	R\$ 15,00	15	450	5400	R\$ 81.000,00	R\$ 405.000,00	
Pão doce	R\$ 15,00	15	450	5400	R\$ 81.000,00	R\$ 405.000,00	
Pão doce recheado	R\$ 20,00	18	540	6480	R\$ 129.600,00	R\$ 648.000,00	
pão salgado recheado	R\$ 20,00	25	750	9000	R\$ 180.000,00	R\$ 900.000,00	
Valor total Bruto de vendas					R\$ 471.600,00	R\$ 2.358.000,00	

Figura 12 - Tabela Média de Vendas de 1 ano a 5 ano

Investimentos realizados nos departamentos		
DEPARTAMENTOS	1º Ano	5º Ano
Financeiro	R\$ 2.000,00	-
Juridico	R\$ 5.000,00	R\$ 25.000,00
Logistica	R\$ 271.542,40	R\$ 1.357.712,00
Marketing	R\$ 10.000,00	R\$ 50.000,00
Recursos Humanos	R\$ 80.000,00	R\$ 400.000,00
Comercial	R\$ 2.000,00	-
Valor total	R\$ 368.542,40	R\$ 1.832.712,00
Lucro liquido	R\$ 103.057,60	R\$ 525.288,00

Figura 13 - Tabela de Investimentos em Departamentos de 1 ano a 5 ano

Conclusão

Neste trabalho abordamos a abertura da empresa Panificadora Antoniazzi, realizando etapas para a sua inauguração e buscas de melhorias com base em pesquisas com público alvo e seu mercado abrangente. Cumprimos a maior parte dos objetivos pré estabelecidos, sendo esses: produtos para todo tipo de público, planejamento financeiro, estrutura de departamentos, análise de macroambiente e microambiente, possíveis ameaças e fraquezas e pontos fortes ou fracos através de análise SWOT.

Este trabalho foi muito importante para o nosso conhecimento, compreensão e aprofundamento de todo o processo que envolve estruturar seu próprio negócio. Além disso, nos permitiu desenvolver visões administrativas e táticas de prosperidade para manter o negócio com a melhor lucratividade. Com base em todo conteúdo apresentado no desenvolvimento do trabalho, visamos a grande dificuldade de se manter ativo no comércio e nas formas de se adaptar, se atualizar ou revolucionar jeitos de obter sua renda fixa e vencer as dificuldades, obtendo sua independência financeira.

6 PESQUISAS

6.1 Pesquisa com o Público

Esta pesquisa tem como seu principal objetivo compreender melhor nossos futuros clientes. Desejamos conhecer suas características, preferências e gostos, assim podendo saber qual nosso maior público atingido no momento e pensar em formas de atingir mais. Com base nos resultados, desejamos assim trazer novas soluções, tais como marketing sobre divulgações, possibilidade de alterações em taxas e possíveis melhorias.

6.2 Pesquisa de mercado

Foi realizada uma pesquisa, para que fosse identificado o tipo de público que a panificadora Antoniazzi deseja atingir no mercado. Foram feitas algumas perguntas, como: Quais pães agrada mais o público? Qual tipo de plataforma é utilizado para fazer seus pedidos? Com qual frequência eles fazem pedidos via internet? Entre outras. Foi constatado que, o público que mais a panificadora irá atingir, são mulheres entre 30 e 60 anos, que fazem compras pela internet mensalmente e utilizam o WhatsApp para fazer seus pedidos. Porém não ligam muito se for delivery ou buscar no local, mas mesmo assim não ligam de pagar um valor de até R\$5,00 pela entrega. E o produto que mais agrada ao público em geral é o Pão salgado recheado, sendo assim este seria o produto no qual sairia com mais frequência e em maior quantidade.

Em suma, foi realizada a pesquisa com o objetivo de compreender melhor nosso público e potenciais clientes para saber no que devemos melhorar como empresa, trazendo sempre o melhor possível. Com as respostas obtidas, conseguimos obter uma visão melhor sobre os futuros clientes, suas preferências, características e costumes. Deseja-se iniciar a abertura da empresa visando sempre a satisfação e confiança dos clientes.

ANEXOS

1 - Qual era o gênero?

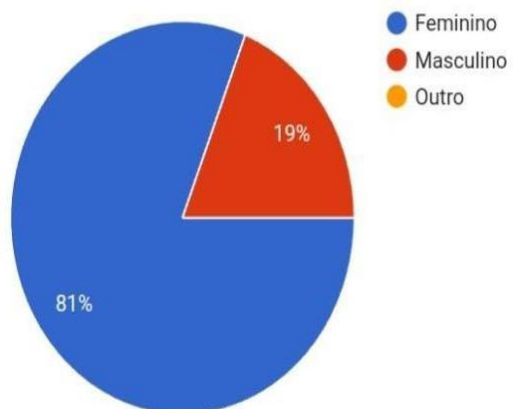


Figura 14 – Gráfico de Gênero

2 - Idade?

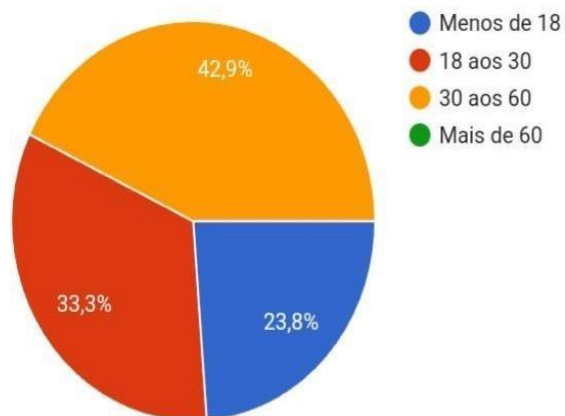


Figura 15 – Gráfico de Idade

3 - Qual a frequência de compras pela internet?

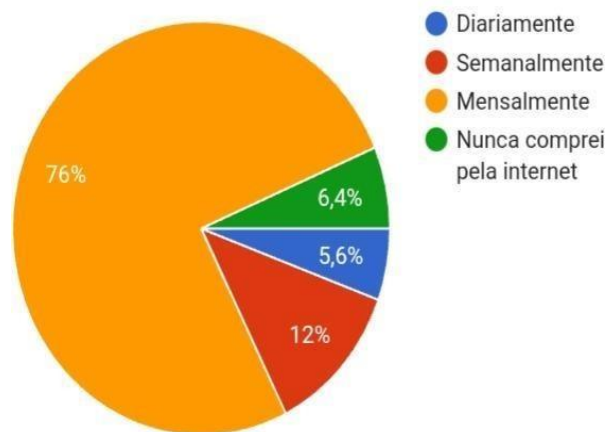


Figura 16 – Gráfico de Compras pela Internet

4 - Gostaria de saber os ingredientes utilizados?

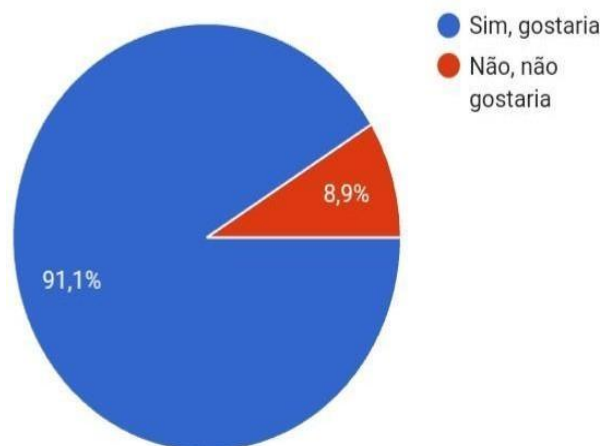


Figura 17 – Gráfico de Ingredientes Utilizados

5 - Você acha justo pagar 15 Reais ou mais em um pão de 1Kg?

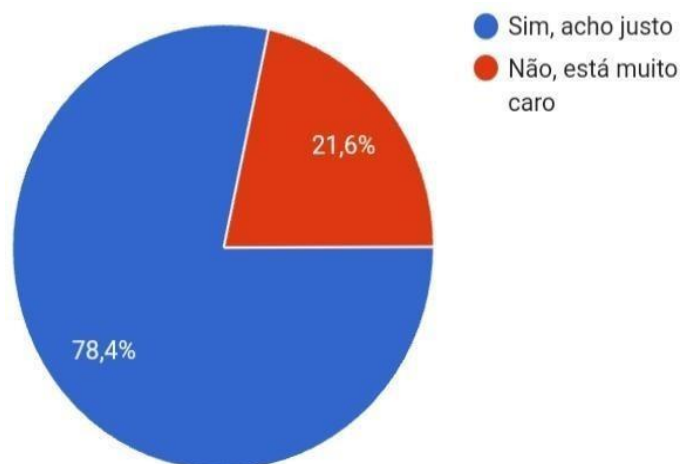


Figura 18 – Gráfico de Opinião de Preços

6 - Prefere retirar no local ou receber em casa?

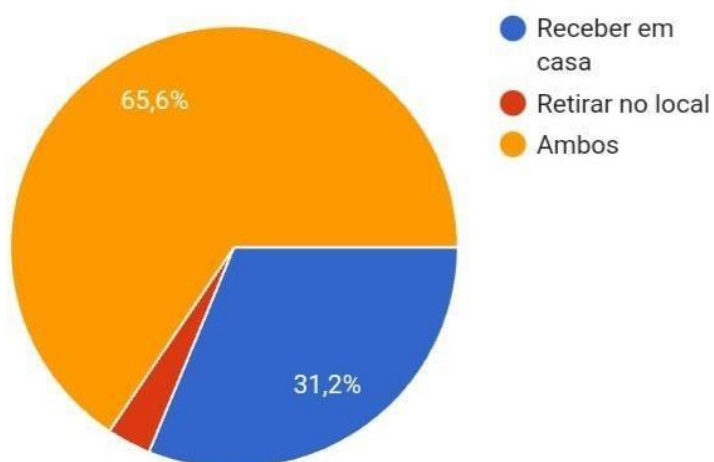


Figura 19 – Gráfico de Opinião Sobre Retirada

7 - Você se identifica como?

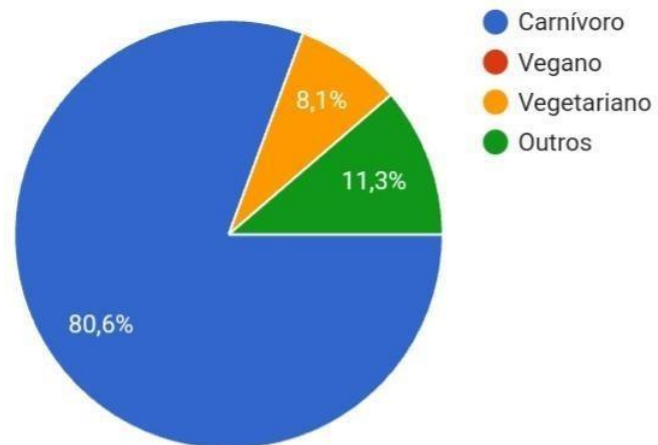


Figura 20 – Gráfico de Classificação de Dieta Alimentar

8 - O logotipo está de acordo com a proposta da empresa?

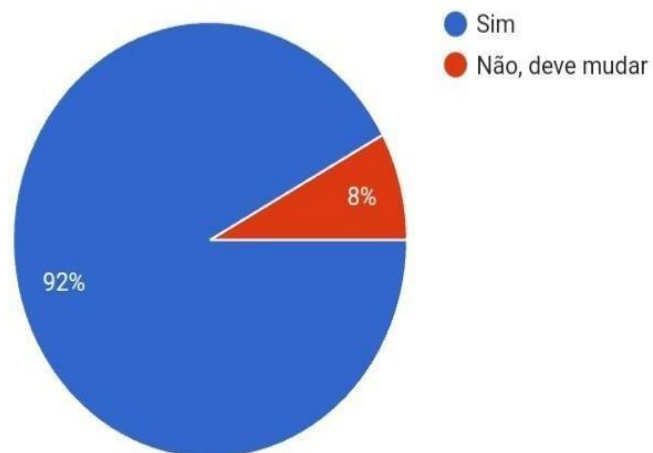


Figura 21 – Gráfico da proposta do logotipo da empresa

9 - Qual plataforma utiliza para pedidos?

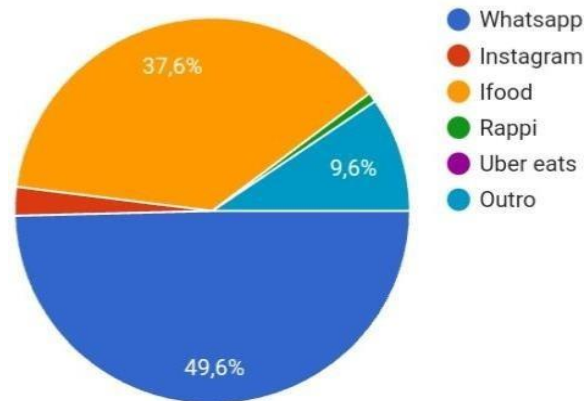


Figura 22 - Gráfico de Plataformas Utilizadas

10 - Qual embalagem prefere?

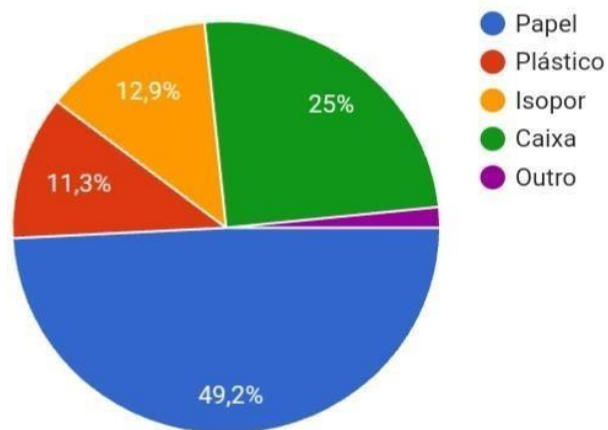


Figura 23 - Gráfico de Embalagens

11 - Você acha justo uma taxa de entrega de 2 a 5Reais?

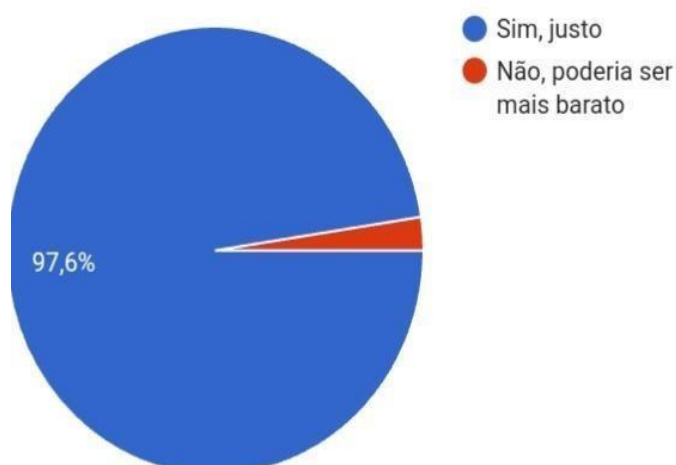


Figura 24 - Gráfico Sobre a Taxa de Entrega

12 - Qual pão mais te agrada?

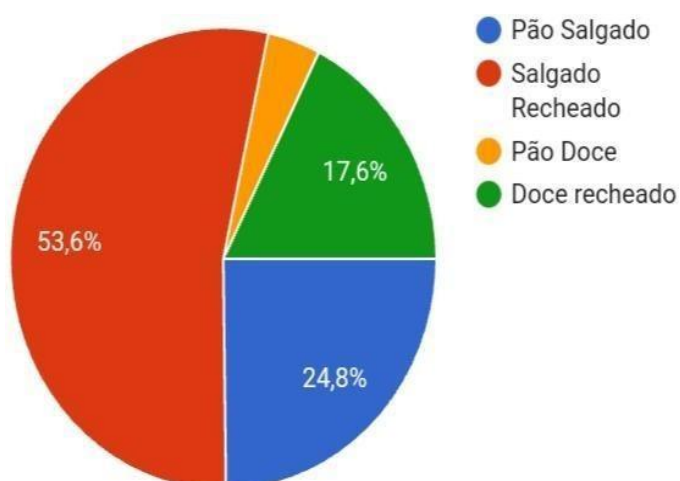


Figura 25 - Gráfico de Sabores

Em suma, foi realizada a pesquisa com o objetivo de compreender melhor os nossos clientes e clientes em potencial para saber no que devemos melhorar como empresa, trazendo sempre o melhor possível. Com as respostas obtidas, conseguimos obter uma visão melhor sobre os futuros clientes, suas preferências, características e costumes. Desejamos iniciar a abertura da empresa visando sempre a satisfação e confiança dos clientes

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(1) COLUNISTA, Portal. O Macroambiente. Portal da Educação. Disponível em: <<https://siteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/administracao/o-macroambiente/31044>>. Acesso em: 29, novembro de 2021.

(2) CARRIJO, Wesley. Microambiente e Macroambiente: Entenda a diferença. Rede Jornal Contábil, 2020. Disponível em: <<https://www.jornalcontabil.com.br/microambiente-e-macroambiente-entenda-a-diferenca/>>. Acesso em: 29, novembro de 2021.

(3) FACHINI, Tiago. Departamento jurídico: Como funciona e importância. Pro-juris. Disponível em: <https://www.projuris.com.br/departamento-juridico-como-funciona-importancia/#O_que_e_departamento_juridico>. Acesso em: 29, novembro de 2021.

(4) PASSO A PASSO de Como Abrir MEI Pela Internet. Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gbt_J5UfTu4>. Acesso em: 29, novembro de 2021.

(5) GULARTE, Charles. Como abrir um MEI. Contabilizei.blog, 2021. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/como-abrir-um-mei>>. Acesso em: 29, novembro de 2021.

(6) O QUE É MARKETING? conceito, origens e carreira. ECDD. Disponível em: <<https://ecdd.infnet.edu.br/guia-o-que-e-marketing/>>. Acesso em: 29, novembro de 2021.

(7) GOMES, Gustavo. Quais são as funções do departamento comercial? Conheça!. Agendador Blog. Disponível em: <<https://www.agendor.com.br/blog/departamento-comercial-funcoes/>>. Acesso em: 29, novembro de 2021.