

CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO
Técnico em Administração

Grazieli Eiko Ketayama Marin
Jéssica Gonçalves dos Santos
Juliana Ramos Ruy
Lais Fernanda da Silva Pereira
Natália Alexandre Carrilho
Thainara dos Santos Pereira

**GESTÃO DE PRODUÇÃO NO SETOR ALIMENTICIO: Lanchonete
Deu Fome, reduzindo o desperdício através da produção orgânica
de alimentos.**

TUPÃ - SP

2016

Grazieli Eiko Ketayama Marin

Jéssica Gonçalves dos Santos

Juliana Ramos Ruy

Lais Fernanda da Silva Pereira

Natália Alexandre Carrilho

Thainara dos Santos Pereira

**GESTÃO DE PRODUÇÃO NO SETOR ALIMENTICIO: Lanchonete
Deu Fome, reduzindo o desperdício através da produção orgânica
de alimentos.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Professor Massuyuki Kawano, orientado pelo Prof. Esp. Dercílio Volpi Júnior, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em administração.

TUPÃ - SP

2016

Grazieli Eiko Ketayama Marin
Jéssica Gonçalves dos Santos
Juliana Ramos Ruy
Lais Fernanda da Silva Pereira
Natália Alexandre Carrilho
Thainara dos Santos Pereira

**GESTÃO DE PRODUÇÃO NO SETOR ALIMENTÍCIO: Lanchonete
Deu Fome, reduzindo o desperdício através da produção orgânica
de alimentos.**

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Esp. Dercílio Volpi Júnior
Orientador

Prof. Edvaldo Navas Rodrigues
Avaliador

Prof^a. Esp. Caroline Penteado Manoel
Avaliadora

Guilherme Gotardi Silva
Avaliador

Douglas Belo Bernardi
Avaliador

TUPÃ, 28 DE JUNHO DE 2016.

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelas alunas. O Professor Orientador, a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

Dedicamos aos nossos pais, que nos apoiaram durante toda a nossa trajetória que levou a tão sonhada conquista.

Agradecemos a Deus nossas vidas e a oportunidade de concretizarmos esse objetivo.

A ETEC Prof. Massuyuki Kawano por propiciar o ambiente necessário para nossa aprendizagem e conseqüentemente pelo nosso desenvolvimento pessoal e profissional.

Aos Docentes do Curso Técnico de Administração pela generosidade depositada em todos os momentos de compartilhamento de seus conhecimentos profissionais e humanos. Dedico aos nossos pais, que nos apoiaram durante toda a nossa trajetória que levou a tão sonhada conquista.

*“Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades,
lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram
conquistadas do que parecia impossível.”*

Charles Chaplin

RESUMO

Introdução: O projeto está ligado a Gestão de Produção no Setor Alimentício, através da utilização dos alimentos em sua totalidade evitando o máximo de desperdício e promovendo a sustentabilidade através da produção orgânica dos restos alimentares e da reciclagem de embalagens. **Objetivos:** O objetivo é identificar e relacionar os métodos contra desperdícios alimentares no antes e durante da produção e reaproveitamento de qualquer tipo de sobra. **Metodologia/Desenvolvimento:** O tema do projeto foi baseado na pesquisa descritiva através da pesquisas de campo; e da pesquisa bibliográfica através de revistas, sites confiáveis, periódico; e com a utilização da ferramenta CANVAS para modelagem da empresa. **Resultados:** A pesquisa mostrou que algumas lanchonetes não demonstram ter preocupações com a sustentabilidade, no entanto a maior parte dos entrevistados possivelmente trocaria sua lanchonete de costume para frequentar uma que realize práticas sustentáveis. **Considerações Finais:** Conclui-se que a nossa empresa proporciona além de alimentos de qualidade, ambiente agradável, bom atendimento e atrações musicais, nos diferenciamos do mercado com a realização de práticas sustentáveis, mesmo que não atinja resultados mundiais, conseguiremos uma mudança local.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Lanchonete, Desperdício, Alimentação.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Térreo.....	29
Figura 02 - Primeiro andar.....	30

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Faixa etária	18
Gráfico 02 - Sexo	19
Gráfico 03 – Com qual frequência as pessoas costumam frequentar lanchonetes...	19
Gráfico 04 – Você se preocupa com o meio ambiente.....	20
Gráfico 05 :- A lanchonete que você costuma frequentar possui ações sustentáveis.	21
Gráfico 06 –Você trocaria a lanchonete de sua preferencia por outra que apoia práticas sustentáveis?	22

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. PESQUISA DE CAMPO	16
3. PLANO DE NEGÓCIOS.....	21
3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	21
3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	22
3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários	22
3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições.....	23
3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO	24
3.3.1. Missão e Visão de Empresa.....	24
3.3.2. Setor de Atividade	25
3.3.3. Forma Jurídica	25
3.3.4. Enquadramento Tributário	25
3.4. CAPITAL SOCIAL.....	26
3.5. FONTE DE RECURSOS	26
3.6. ANÁLISE DE MERCADO	26
3.6.1. Análise dos Clientes	26
3.6.2. Análise dos Concorrentes.....	27
3.6.3. Análise dos Fornecedores	29
3.7. PLANO DE MARKETING	31
3.7.1. Descrição dos Principais Produtos e Serviços	31
3.7.2. Preço	31
3.7.3. Estratégias Promocionais.....	32
3.7.4. Estrutura de Comercialização	32
3.7.5. Localização da Empresa	32
3.8. PLANO OPERACIONAL	33
3.8.1. Layout ou Arranjo Físico.....	33
3.8.2. Capacidade Produtiva	34
3.8.3. Necessidade de Pessoal.....	35
3.9. PLANO FINANCEIRO	36

3.9.1. Custo Fixo	36
3.9.2. Custo Variável	36
3.9.3. Custo Produto Vendido.....	39
3.9.4. Margem de Contribuição	40
3.9.5. Ponto de Equilíbrio	42
3.10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	42
CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
REFERÊNCIAS.....	41
APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL	47
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO.....	51
APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS	52

1. INTRODUÇÃO

O projeto de pesquisa está ligado a Gestão de Produção no Setor Alimentício, através da utilização dos alimentos em sua totalidade evitando o máximo de desperdício e promovendo a sustentabilidade através da produção orgânica dos restos alimentares e da reciclagem de embalagens.

Cerca de 1,3 bilhões de toneladas de alimentos são desperdiçados no mundo, de acordo com a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), e o Brasil apresenta 3% dessa contagem de desperdício, o que significa um índice extremamente alto.

O que causa esse desperdício no Brasil está no descarte de alimentos que podem ser processados, entre outros reaproveitados, e as más condições de armazenamento.

É muito importante evitar o máximo de desperdício para diminuir também o teor de lixos orgânicos em aterros sanitários e lixões que causam poluição, reduzir em 30% do desperdício significa diminuir 30% do uso de terra, de fertilizantes e de agrotóxicos, além de beneficiar as pessoas necessitadas, que vivem com a escassez de alimentos.

Segundo Santos, *et al.* (2005), foi realizada uma pesquisa no Restaurante Universitário da Universidade Estadual de Londrina levantou dados sobre desperdícios de alimentos durante os meses de abril e maio de 2004, considerando o número de refeições servidas no almoço e jantar, e foi constatado o desperdício anual de 49.720 kg de alimentos, suficiente para servir 82.940 refeições de 500g. O custo desse desperdício é cerca de R\$ 157.586,00 por ano, representando 12,30 % (por cento) do gasto da matéria prima dos gêneros alimentícios do Restaurante.

Mas, o desperdício ocorre pelo falta de conscientização das pessoas? Há falta de preparo dos profissionais na preparação dos alimentos? Seria o excesso de recursos naturais causando comodidade nas pessoas resultando no desperdício? As empresas no setor alimentício não se preocupam com o reaproveitamento de suas sobras?

Através destas questões o objetivo é identificar e relacionar os métodos contra desperdícios alimentares e reaproveitamento de qualquer tipo de sobra.

Após a coleta das informações os dados foram relacionados de forma bibliográfica, as atitudes que causam desperdício no antes, durante e após o preparo dos alimentos, podendo promover a sustentabilidade; Identificar atitudes para aproveitar o máximo de cada produto orgânico e utilizar as sobras dos alimentos como adubos; Ajudar companhias de catadores doando os papelões que forem recebidos por cada produto e a doação dos óleos já utilizados para o desenvolvimento de sabões; Criar uma empresa com a finalidade de conscientizar a sociedade para assim reduzir o desperdício de alimentos.

Este tema foi escolhido, pois há muito desperdício de comida pelo mundo, o que causa muitos problemas. Buscando através deste projeto reduzir o desperdício no preparo dos alimentos e eliminar de forma sustentável os produtos, como óleo, caixas de papelões, entre outros, para que não agredam o meio ambiente.

Em consequência, pode-se identificar que o Brasil possui um alto índice em desperdício de alimentos, seja ele domiciliar ou em restaurantes. As pessoas acabam desperdiçando grande parte dos alimentos que poderiam ser consumidos.

São revelados dados, onde mostram que, o total produzido no mundo, e a capacidade de produção se fossem bem aproveitados e distribuídos, poderia diminuir a fome, ou até mesmo, acabar com esse problema que afeta milhares de pessoas no mundo.

O relatório Perdas e Desperdícios de alimentos na América Latina e no Caribe do Escritório Regional da FAO (Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura), diz que 6% das perdas mundiais de alimentos ocorrem na região.

O Representante Regional da FAO (Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura), Raul Benítez, explica que:

A cada ano, a região perde ou desperdiça aproximadamente 15% de seus alimentos disponíveis, o que impacta a sustentabilidade dos sistemas alimentares, reduz a disponibilidade local e mundial de comida, gera menor renda para os produtores e aumentam os preços para os consumidores. (FAO – NAÇÕES UNIDAS PARA A ALIMENTAÇÃO E A AGRICULTURA, 2014).

Notam-se atualmente muitos alimentos transgênicos, onde, os responsáveis por essas empresas que fabricam e vendem sementes geneticamente

mudadas dizem que querem vender mais, pois a agricultura vem crescendo em grande escala. Mas, as pessoas não se preocupam com os problemas que essas sementes acarretam para o solo e também para a nossa saúde.

A ONU tem apostado uma grande quantia de dinheiro, passando de bilhões de dólares para acabar com a fome. Foi criado um aplicativo chamado *Share The Meal*, onde o objetivo segundo a ONU (2015a) é que os usuários de *Smartphones* doam R\$ 0,50 centavos pelo aplicativo, o que irá representar uma alimentação durante um dia para uma criança na Síria. Ocorreu uma ação brasileira dentro da ONU (2015b) contra a fome em fórum na Rússia para cooperação sul-sul, onde o Brasil, e o Centro de Excelência também contribuíram para os debates do Fórum Global. Daniel Balaban é o diretor do Centro e ele participou em um painel para discutir o que tem sido feito pela comunidade global nos setores de nutrição e proteção social para combater a má nutrição. Em outro grupo foi apresentado estratégias alimentícias escolares vinculadas à compra local de alimentos como parte de debate sobre formas de fortalecer programas de proteção social e de desenvolver capacidades para o desenho de programa relacionado à nutrição.

Outra iniciativa foi comprar alimentos nos próprios países onde há fome, dessa forma iria deixar os mercados aquecidos e a produção local ganharia um incentivo.

Mas, não se deve deixar de lado que, algumas regiões, como por exemplo, o Vietnã que por consequências de guerras o solo foi deteriorado por reagentes químicos, então não se torna possível gerar sua própria produção.

Então, para acabar com a fome não depende apenas de programas de ajudas para retirar as pessoas da pobreza, ou comprar alimentos de mercados e distribuir para os necessitados e utilizar sementes transgênicas para obter uma maior produção. Mas também, deve-se intervir nos desperdícios ocorrentes.

Os autores Gianesi e Corrêa (1997) enfatizam que planejar as necessidades futuras de capacidade, qualitativa e quantitativa, do processo produtivo, a aquisição dos materiais comprados, os níveis apropriados de estoques, a programação de atividades de produção, capacitação de saber a situação corrente dos vários recursos inerentes ao processo produtivo, de reagir eficazmente cumprindo prazos com precisão e prover a comunicação em todo ambiente organizacional são algumas funções básicas de um sistema de planejamento e controle de produção (SPCP). Cabe ressaltar, que essas podem afetar diretamente os níveis de desempenho do sistema de produção, em termos de custos, qualidade, prazos e confiabilidade e, por conseguinte, afetam a forma com que a própria organização compete e é vista pelo mercado.

A indústria alimentícia enfrenta muitos desafios relacionados ao seu sistema de produção. Ela não somente deve assegurar a consistência de seu sistema de produção, mas deve também garantir que os produtos são seguros de se consumir. Existem órgãos como o AAPPCC (Análise de Perigo e os Pontos Críticos

de Controle) e os padrões da ISO 9001(2000) que garantem a qualidade para a indústria.

Segundo Yacout (2001) diz que:

As companhias que executam ambos os sistemas asseguram a qualidade do alimento e que as exigências do cliente são satisfeitas. O que se pretende com a união de ambas as práticas, APPCC e ISO 9001(2000), é fornecer um sistema de controle de projeto, manufatura, armazenamento, e a distribuição do alimento seguro pretendendo satisfazer o cliente.

Um tipo de sistema de produção é o *Just-in-time*, apresenta-se como uma filosofia que se concentra na eliminação de desperdício no processo de manufatura. Ele exige que a administração faça todo o possível para ter as peças certas no lugar certo, no tempo certo e exatamente na quantidade certa. O sistema visa administrar a manufatura de forma simples e eficiente, otimizando o uso dos recursos de capital, equipamento e mão-de-obra. O resultado é um sistema de manufatura capaz de atender às exigências de qualidade e entrega de um cliente ao menor custo (RUSSOMANO, 2000).

O empresário Pedro Grimaldi tinha um problema crítico que emperrava o faturamento de seu restaurante, o Austrália *SteakHouse*, que serve comida australiana e hambúrgueres, no sistema à *la carte*, na Praça de Alimentação do Salvador Shopping, após a visita do SEBRAE ele pode perceber a falha no seu estabelecimento. Assim ele entrou no Programa 5 Menos que são Mais, em 2011, que sugeriu ações emergenciais para otimizar o uso dos alimentos. Essas iniciativas resultaram numa economia de R\$ 20 mil por mês, mantida até hoje. (SEBRAE, 2014).

Muitas ações foram adotadas para mudar o quadro. Na primeira visita técnica do programa, os consultores do SEBRAE propuseram a análise dos aspectos abordados pelo 5 Menos que são Mais (matéria-prima, água, luz, geração de resíduos e emissões aérea) com o objetivos de reduzir os desperdícios das atividades do restaurante. Após três visitas, foi constatado que muita comida estava indo para as lixeiras

Segundo Maria Carolina Santana, gerente interina de Acesso à Inovação e Tecnologia do SEBRAE (2014):

O nível de desperdício era muito alto, sendo necessário adequar a quantidade de alimentos produzida ao fluxo de clientes. A cozinha não tinha controle de produção, costumava jogar muito alimento fora no final do dia, tendo em vista que não podia aproveitá-lo, nem doá-lo, em função do risco de segurança alimentar.

Outra melhoria que foi adotada foi à comunicação entre a cozinha e o salão, o que é fundamental para o setor de produção alimentícia, para poder compreender a realidade do público e produzir apenas o necessário

A metodologia será através de pesquisas bibliográficas em livros; revistas; periódicos e sites confiáveis. Serão utilizadas também pesquisas de campo, onde essas pesquisas serão realizadas através de questionários com perguntas fechadas e a ferramenta CANVAS.

A coleta de dados será aplicada em forma de pesquisa direta, utilizando como instrumento a ser aplicado o questionário. As perguntas dentro do questionário serão de múltipla escolha e de forma estruturada, pois assim todas as perguntas serão na mesma ordem, todas iguais e sem alterações. E a análise no desenvolvimento de uma pesquisa de campo será realizada de forma quantitativa, sendo demonstrada por meio de gráficos e/ou tabela de fácil entendimento do leitor.

O público alvo são os empresários no ramo alimentício, sustentável e/ou sistema de produção, sem distinção ou exceções.

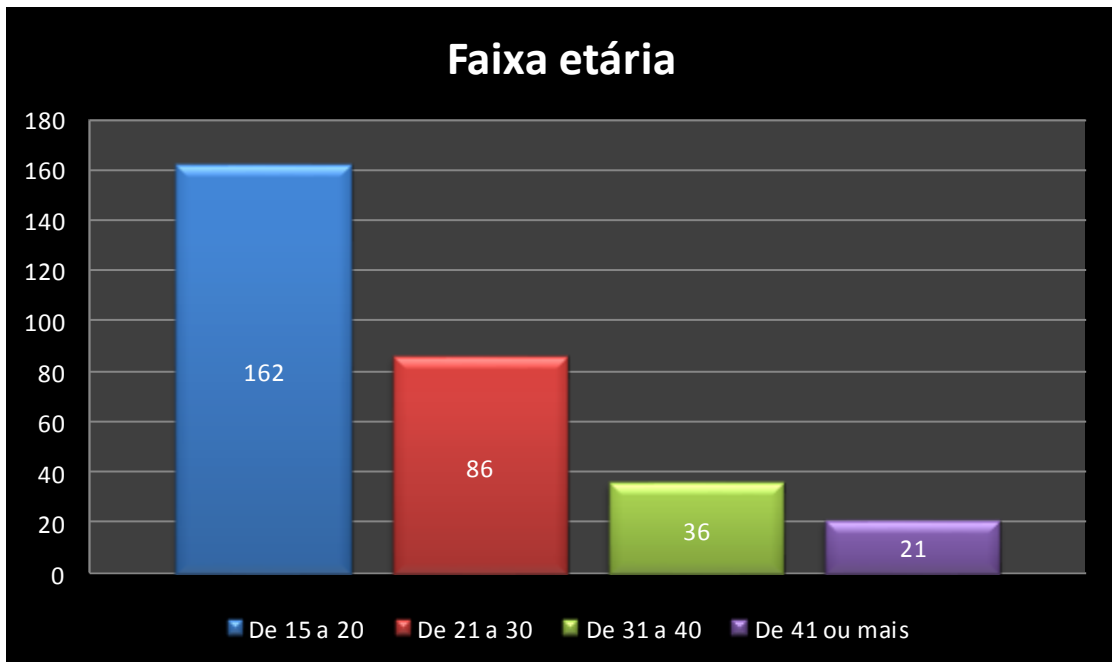
Em virtude dos fatos mencionados à cima, o trabalho pretende diminuir o desperdício de alimentos, problemas encontrados não só no Brasil, mas no mundo todo, em consequência disso ocorrerá também a diminuição dos custos para as empresas.

2. PESQUISA DE CAMPO

Foi realizada uma pesquisa através de questionários quantitativos com perguntas fechadas, sendo aplicadas com 305 alunos da ETEC Professor Massuyuki Kawano, na cidade de Tupã/SP, no período noturno, com a finalidade de identificar a viabilidade de abertura da empresa.

Em primeiro momento, os entrevistados foram questionados sobre sua faixa etária, para o levantamento de dados a respeito do público alvo. Em seguida, a pergunta aplicada foi com o intuito de sabermos com qual frequência as pessoas costumam ir às lanchonetes. E por final foi aplicada três questões relacionadas à sustentabilidade, para avaliarmos a preocupação das pessoas com o meio ambiente, se as lanchonetes já existentes possuem práticas sustentáveis e se

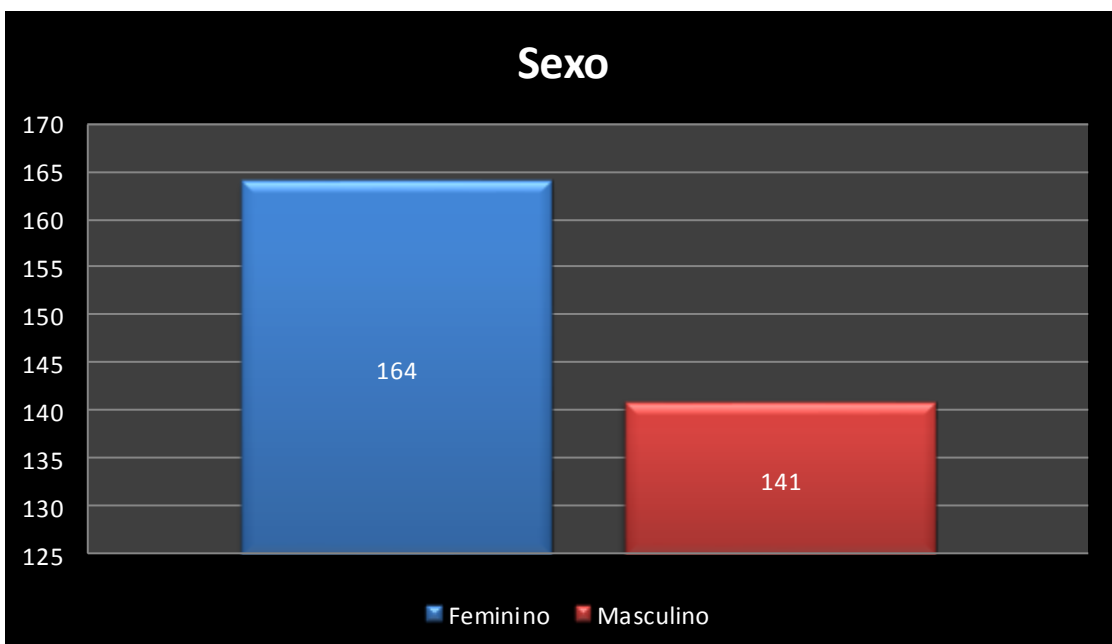
Gráfico 01 – Faixa Etária.



Fonte: Elaborada pelas autoras, 2016

Neste gráfico podemos analisar que a faixa etária predominante do nosso publico entrevistado varia de 15 a 20 anos.

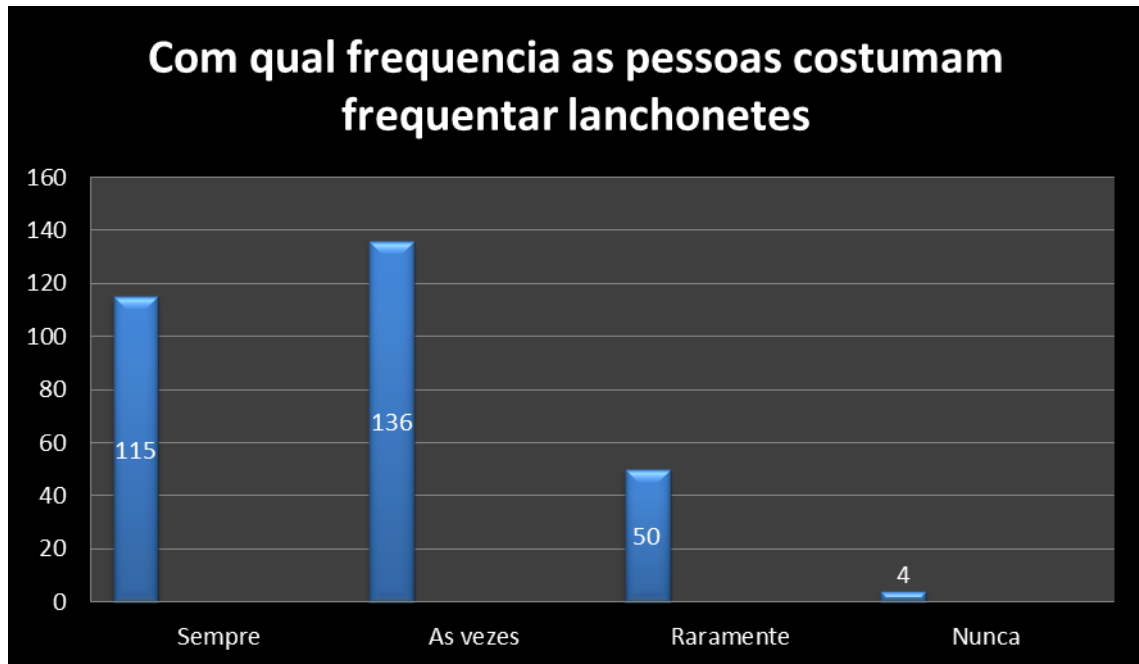
Gráfico 02 – Sexo.



Fonte: Elaborada pelas autoras, 2016.

Neste gráfico é possível a identificação do sexo dos entrevistados, tendo a predominância o sexo feminino.

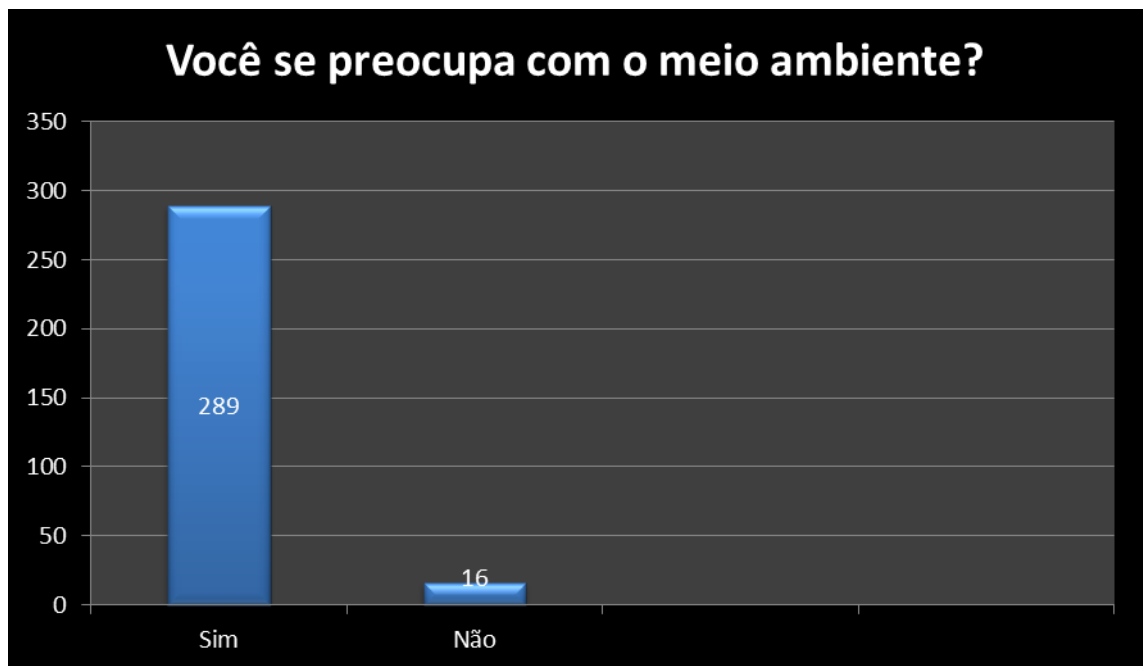
Gráfico 3 – Frequência do publico em lanchonetes.



Fonte: Elaborada pelas autoras, 2016.

Neste gráfico podemos observar que 44,60% dos entrevistados costumam frequentar lanchonetes às vezes. Já os entrevistados que costumam frequentar sempre às lanchonetes, correspondem a 37,70% do total. E por fim temos 16,39% representando as pessoas que frequentam raramente, e 1,3% que nunca vão a lanchonetes

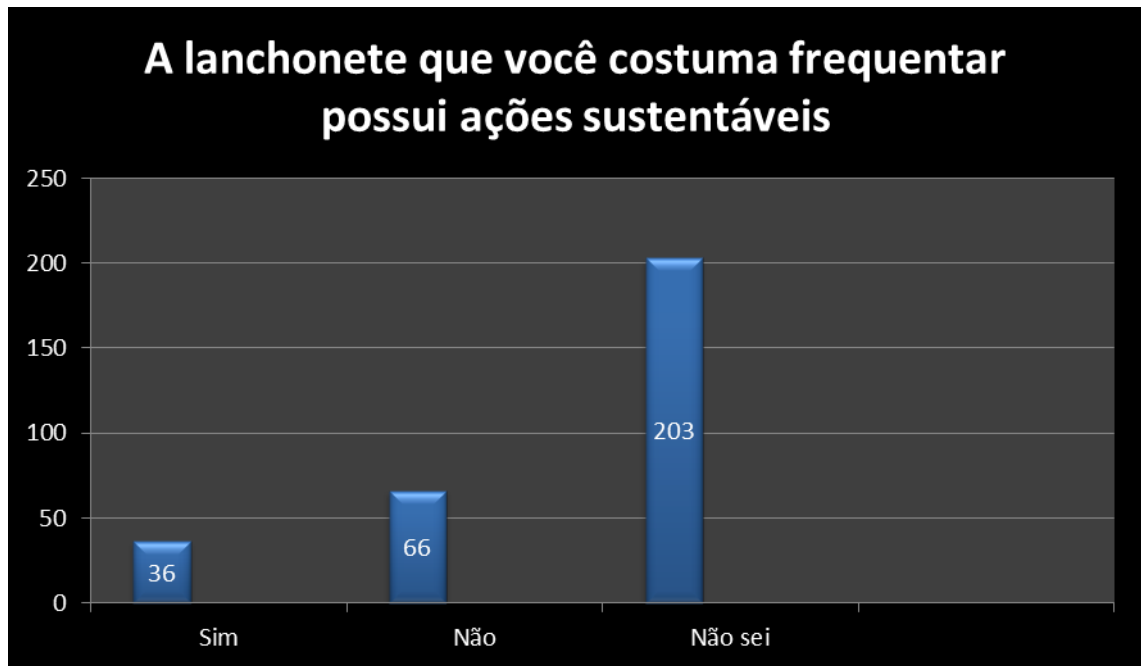
Gráfico 4 – Preocupação com o Meio Ambiente.



Fonte: Elaborada pelas autoras, 2016.

Através da pesquisa foi constatado que 95% dos entrevistados se preocupam com o Meio ambiente e apenas 5% afirmaram não se preocupar.

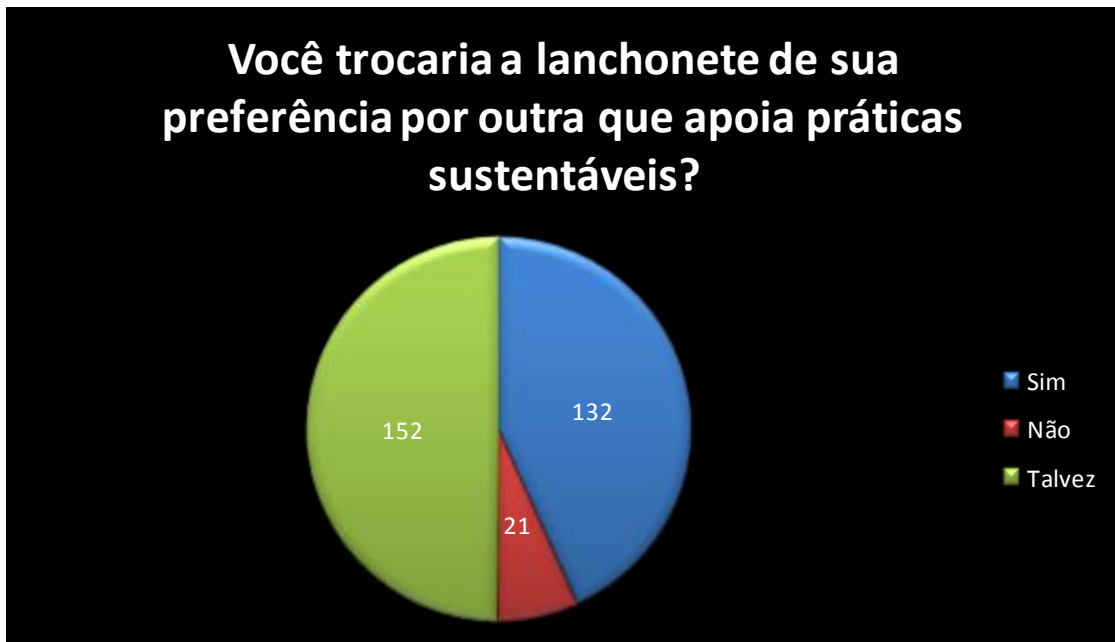
Gráfico 5 – Lanchonetes com ações sustentáveis.



Fonte: Elaborada pelas autoras, 2016

O gráfico mostra que 64% dos entrevistados não sabem se a lanchonete de sua preferência pratica ações sustentáveis, 22% dos entrevistados disseram que a lanchonete que eles frequentam não praticam ações sustentáveis e 14% afirmaram que a lanchonete frequentada por eles possuem ações sustentáveis.

Gráfico 6 – Troca de lanchonete comum por lanchonete com práticas sustentáveis.



Fonte: Elaborada pelas autoras, 2016

Através da pesquisa realizada podemos perceber que 49% dos entrevistados talvez trocassem a sua lanchonete de preferência para frequentar uma lanchonete com atividades sustentáveis, 44% trocariam a sua lanchonete de preferência por uma com atividades sustentáveis e 7% não trocariam.

3. PLANO DE NEGÓCIOS

3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Nossa empresa atuante no ramo alimentício foi constituída por 06 sócios, onde nossos produtos serão pratos e bebidas diversificados, tais como lanches, porções, sucos, refrigerantes e cervejas, com valores acessíveis, abrangendo um público alvo desde jovens às famílias, sem distinções.

A razão da escolha de nossa empresa é pelo fato de serem produtos com uma alta procura no mercado, atingindo todas as camadas populacionais. Tendo um diferencial no ambiente físico, ações sustentáveis, tais como a trituração das sobras de alimentos transformando-as em adubos, decorações; tendo também músicas ao vivo e ambiente para crianças.

Através de um levantamento de custos, podemos observar que de início teremos um lucro razoável, em contra partida, por ser um ramo pouco abalado economicamente, temos uma maior oportunidade de crescimento.

A empresa tem como objetivo reduzir gastos e desperdícios de alimentos, esse processo ocorrera desde o processo de fabricação, reduzindo o tamanho e a quantidade de alimentos nas porções, até as sobras, que será recolhida e enviada para uma fábrica de compostagem para ser transformada em adubo, que será vendida para agricultores e uma parte sendo utilizada em nossa horta.

3.2 DESCRIÇÕES DA EMPRESA

3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários

Fundador 01	
Nome: Grazieli Eiko Ketayama Marin	
Endereço: Marajoara; Jorge Elias nº350	Cidade/Estado: Tupa- SP
E-mail:gramarin_tupa@hotmail.com	Telefone:014 99889-5443

Atribuição do Fundador 01: Gerente administrativo.

Fundador 02	
Nome: Jéssica Gonçalves dos Santos	
Endereço: Chácara São João	Cidade/Estado: Tupã- SP
E-mail: jessica.santtos1999@hotmail.com	Telefone: 014 99757-1413

Atribuição do Fundador 02: Gerente de estoque.

Fundador 03	
Nome: Juliana Ramos Ruy	
Endereço: Av. Marechal do Ar Eduardo Gomes, km 1,2. Chácara Vitória.	Cidade/Estado: Tupã-SP
E-mail: julianarray@hotmail.com	Telefone: 014 99671-3332

Atribuição do Fundador 03: Diretora Administrativa.

Fundador 04	
Nome: Laís Fernanda da Silva	
Endereço: Bezerra de Menezes	Cidade/Estado: Tupã-SP
E-mail:lais_fernandah@outlook.com	Telefone: 014 99702-1471

Atribuição do Fundador 04: Gerente administrativo.

Fundador 05	
Nome: Natália Alexandre Carrilho	
Endereço: Antônio Lahoz nº 70	Cidade/Estado: Tupã-SP
E-mail: na.carrilho@gmail.com	Telefone: 014 99674-9470

Atribuição do Fundador 05: Operadora de caixa.

Fundador 06	
Nome: Thainara dos Santos Pereira	
Endereço: Teodoro Towkan Towkanuik	Cidade/Estado: Tupã-SP
E-mail: thainara_pereira@outlook.com	Telefone: 019 98261-6557

Atribuição do Fundador 06: Contabilista.

3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições

Perfil do Fundador 01:

- Cursando o ensino médio; Escola Estadual Índia Vanuíre, Tupã-SP, término previsto para dezembro de 2016.
- Cursando técnico em administração, ETEC Centro Paula Souza, Tupã-SP, término previsto para julho de 2016.
- Experiência na empresa Editorial Maximize Educação com o cargo de diagramadora.

Perfil do Fundador 02:

- Cursando o ensino médio; Escola Estadual Joaquim Abarca, Tupã- SP, término previsto para dezembro de 2016.
- Cursando técnico em administração, ETEC Centro Paula Souza, Tupã- SP, término previsto para julho de 2016.

Perfil do Fundador 03:

- Cursando o ensino médio; Escola Estadual Massuyuki Kawano, Tupã- SP, término previsto para dezembro de 2016.
- Cursando técnico em administração, ETEC Centro Paula Souza, Tupã- SP, término previsto para julho de 2016.
- Experiência no escritório Aguilar advocacia com o cargo de secretária.

Perfil do Fundador 04:

- Cursando o ensino médio; Escola Estadual Joaquim Abarca, Tupã- SP, término previsto para dezembro de 2016.
- Cursando técnico em administração, ETEC Centro Paula Souza, Tupã- SP, término previsto para julho de 2016.

Perfil do Fundador 05:

- Ensino médio completo; Escola Estadual Lélío Piza de Almeida, Tupã- SP.
- Cursando técnico em administração, ETEC Centro Paula Souza, Tupã- SP, término previsto para julho de 2016.
- Experiência na empresa Loteria da sorte e supermercado Sevilha, com o cargo de operadora de caixa.

Perfil do Fundador 06:

- Cursando o ensino médio; Escola Estadual Índia Vanuire, Tupã- SP, término previsto para dezembro de 2016.
- Cursando técnico em administração, ETEC Centro Paula Souza, Tupã- SP, término previsto para julho de 2016.
- Experiência na empresa LCP Contabilidade com o cargo assistente fiscal e administrativo.

3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa/Nome Fantasia: Deufome

CNPJ: 02.468.135/0001-00

3.3.1. Missão e Visão da Empresa:

Missão: Fornecer alimentos com alta qualidade conquistando nossos clientes com ótimo atendimento e a segurança de estar consumindo um alimento saboroso. Além de garantir a sustentabilidade em todos os processos da produção.

Visão: Transformar a DeuFome em uma empresa conceituada e de grande porte, satisfazer os nossos clientes com todo o conforto que podemos oferecer.

3.3.2. Setor de Atividade

O setor de alimentação é um dos últimos a se abalar mediante uma crise econômica e um dos setores que mais cresce no Brasil, pois por comodidade ou necessidade as pessoas buscam refeições prontas, rápidas e de boa qualidade. O ramo é bastante receptivo por oferecer um item de consumo que atinge todas as camadas da população, abrindo para o empreendedor um amplo leque de possibilidades.

3.3.3. Forma Jurídica

Tendo como forma jurídica a LTDA. (Sociedade Limitada); aquela que é formada por duas ou mais pessoas que se responsabilizam solidariamente e de forma limitada ao valor de suas quotas pela integralização do capital social, ou seja, a responsabilidade de cada sócio é limitada à quantidade de cotas que ele possui.

3.3.4. Enquadramento Tributário

Sendo assim, o enquadramento tributário será o Simples Nacional, onde o regime traz duas vantagens desejadas por pequenos empresários: as alíquotas tendem a ser menores e a administração da agenda tributária é mais simples. Se enquadrando nos requisitos.

3.4. CAPITAL SOCIAL

Nomes do Fundador	Valor do Capital Integralizado
Grazieli Eiko Ketayama Marin	R\$ 50.000,00
Jéssica Gonçalves dos Santos	R\$ 50.000,00
Juliana Ramos Ruy	R\$ 60.000,00
Laís Fernanda da Silva	R\$ 50.000,00
Natália Alexandre Carrilho	R\$ 50.000,00
Thainara dos Santos Pereira	R\$ 70.000,00

3.5. FONTES DE RECURSOS

Reforma do imóvel; Aquisição de veículos para entregas; Aquisição de equipamentos como: balcões climatizados, freezers, geladeiras, espremedor de frutas, liquidificadores, fritadeira, micro-ondas, chapa, forno, fogão industrial, coifa; utensílios de cozinha, mesas, cadeiras, gás, exaustor, caixa, ventiladores, computadores.

3.6. ANÁLISES DE MERCADO

3.6.1. Análise dos Clientes

A busca pelo nosso produto ocorre pelo desejo de algo prático, saboroso, agradável, para comemorar uma data especial com a família, amigos ou companheiros (as), e para quebrar a rotina. Dessa forma traremos um ambiente que acolha qualquer pessoa, sem diferença de raça, cor, sexo e etc.

Nesse contexto, a empresa possui como um dos públicos alvo as famílias, onde serão disponibilizados produtos a um custo mais acessível, com lanches específicos para as crianças e *playground*.

Também temos como público alvo os jovens, e para satisfazê-los serão realizadas apresentações de bandas e proporcionaremos formas de pagamentos mais flexíveis.

3.6.2. Análise dos Concorrentes

	Qualidade do Produto/Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
Branco Lanches	Média	7,00 á 24,00	Á vista, e cartão	Regular	Lanches, bebidas, batata recheada, porções, doces, playground
Madrugão Lanches	Média	8,00 á 20,00	Á vista e cartão	Regular	Lanches, playground, bebidas, karaokê,
OKI Lanches	Bom	9,00 a 25,00	À vista	Bom	Lanches, porções, playground, bebida e doce.
Subway	Bom	7,00 á 15,00	Á vista e cartão	Bom	Lanches, bebidas, doces.
Chalé Lanches	Bom	8,00 á 20,00	Á vista, cartão e convenio.	Bom	Lanches, porção, bebida, doces, playground.
Old Dog	Médio	10,00 a 25,00	A vista	Regular	Lanches, playground e bebidas.
Vô Lanches	Bom	9,00 á 20,00	Á vista e cartão	Regular	Lanches, porção, bebidas, doces.
Frajola Lanches	Ruim	5,00 á 10,00	Á vista	Regular	Lanches e bebidas
Copacabana Lanches	Bom	9,00 á 20,00	A vista	Bom	Lanches e bebidas
Kentynhos Lanches	Médio	8,50 á 24,00	A vista	Bom	Lanches e bebidas
Cq Sabe	Bom	8,00 á 23,00	A vista	Regular	Lanches, porções, bebidas, playground e doces.
Big Lanches	Bom	8,00 á 20,00	À vista	Regular	Lanches, doces, porções, playground e bebidas.
Et. Lanches	Bom	8,00 á 18,00	A vista e cartão	Bom	Lanches e bebidas
Vem que tem dog	Bom	7,00 á 12,00	Á vista e cartão	Bom	Hot Dog, bebidas e doces, playground.

Parada 1900	Bom	10,00 á 24,00	A vista e cartão	Bom	Lanches e bebidas
Kikão Lanches	Bom	10,00 á 20,00	A vista	Bom	Lanches e bebidas
Roberto Lanches	Bom	9,00 á 24,00	A vista	Bom	Lanches e bebidas
Paulinho Lanches	Bom	9,00 a 12,00	A vista	Bom	Lanches, bebidas.
Vira-Latas Lanches	Médio	7,00 á 20,00	A vista	Ruim	Lanches e bebidas.
Elite Hot Dog	Médio	8,00 á 23,00	A vista	Regular	Lanches e bebidas
Clidao Lanches	Médio	7,00 á 19,00	A vista	Bom	Lanches e bebidas
Hot Life Lanches	Bom	9,00 á 20,00	A vista	Bom	Lanches e bebidas
Chopinho Lanches	Bom	10,00 á 23,00	A vista	Bom	Lanches e bebidas
Gugui Lanches	Ruim	5,00 a 10,00	A vista, cartão	Regular	Lanches, bebidas e doces.
Oasis Lanches	Médio	9,00 á 20,00	Á vista	Ruim	Lanches, bebidas, porção, yakissoba, espetinho e doce.
Ademir Lanches	Bom	5,50 á 15,00	A vista e cartão	Bom	Lanches e bebidas.
Macarrão Lanches	Bom	10,00 á 25,00	A vista e cartão	Bom	Lanches e bebidas.
Big Dog	Médio	7,00 á 20,00	A vista	Bom	Lanches e bebidas.

Conclusão da Análise dos Concorrentes: Com base na tabela, podemos concluir que de 28 concorrentes, 50% deles são fortes, e influenciam diretamente em nossa empresa; Destes, 32% se torna concorrentes medianos e 12% não influenciam de maneira direta.

3.6.3. Análise dos Fornecedores

Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	Panificadora Aria	Pão	14,90 o quilo.	A vista	1 dia	Avenida Tamoios, 766 – Tupã-SP
2	Panificadora Tupã	Pão	0,90 por unidade.	A vista	1 dia	Avenida Dracena, 40 – Tupã-SP
3	Bispo Alimentos	Frios	23,00 a 70,00.	A vista	1 dia	Estr. Mun. Arlindo Firmino da Silva, 1- José Bonifácio.
4	Tieri Distribuidora Atacadista	Frios	20,00 á 60,00	A vista	1 dia	Rua Cláudio Rossi, 841, Jardim da Glória São Paulo
5	Gás Alvorada	Gás	60,00 a vista; 70,00 a prazo	A vista, a prazo	1 dia	Rua Rosa Magi Convento, 189 - Tupã-SP
6	Super GásBras	Gás	55,00 a vista; 65,00 a prazo.	A vista, a prazo	1 dia	R. Marília, 3100- Tupã-SP
7	Oliveira verdura e legumes	Verduras e Legumes	40,00 á 70,00	A vista	1 dia	Estr. Teresópolis Friburgo, Km 30 Santa Rosa- Teresópolis
8	Coca Cola	Refrigerante, Agua	2,00 por unidade.	A vista	1 dia	Rod. Cmte. João Ribeiro de Barros, 10 - Chácara dos Laranjais, Marília-SP
9	Tigers	Skol, Brahma, Antártica	0,90 á 1,80 por unidade.	A vista	1 dia	Av. República, 6161, Marília-SP
10	D'ajuda	Ketchup	20,00 a 25,00 a vista	A vista	1 dia	Aimorés, 2510 - Tupã-SP
11	D'ajuda	Mostarda	20,00 a 25,00 a vista	A vista	1 dia	Aimorés, 2510 - Tupã-SP

12	D'ajuda	Maionese	20,00 a 25,00 a vista.	A vista	1 dia	Aimorés, 2510 - Tupã-SP
13	Friboi	Hambúrguer	0,89 de 90g.	A vista e a prazo	1 dia e a prazo de 14 a 21 dias	Domingos F de Medeiros – Presidente Epitácio-SP
14	Friboi	Batata	5,60	A vista e a prazo	1 dia, e a prazo de 14 a 21 dias	Domingos F de Medeiros – Presidente Epitácio-SP
15	Pão de Açúcar	Peito de Frango	4,80 á 6,00	À vista e cartão.	1 dia.	R. Bandeirantes, 430 – Marília- SP
16	Pão de Açúcar	Salsicha	30,00 á 40,00	A vista e cartão	1 dia	R. Bandeirantes, 430 – Marília- SP

3.7. PLANO DE MARKETING

3.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

Lanches e porções com maior aproveitamento de sua matéria-prima, utilizando a sobra dos alimentos como adubo para a criação de uma horta de onde serão retiradas algumas das matérias-primas que compõem o produto, visando à diminuição de gastos alimentícios e também a venda para os agricultores; comercialização do óleo utilizado em fritura para empresas que reutilizem o material para a criação de novos produtos.

Embalagens de papel reciclável personalizado com o logo da empresa; o serviço será realizado dentro do próprio estabelecimento da empresa, desde o recebimento da matéria-prima até a entrega ao cliente; a medição de qualidade será feita com uma forma padrão de receita para todos os lanches e porções, havendo assim uma forma de manter a qualidade e o sabor do produto; a forma de entrega será tanto o estabelecimento quanto a domicilio.

3.7.2. Preço

Porção pequena de batata frita	R\$ 12,00
Porção média de batata frita	R\$ 18,00
Porção grande de batata frita	R\$ 25,00
Porção família de batata frita	R\$ 30,00
Lanche mini Cachorro Quente	R\$ 7,50
Lanche mini Calabresa	R\$ 8,00
Lanche Médio Bacon	R\$ 15,00
Lanche especial	R\$ 20,00
Lanche na tábua	R\$ 25,00
Latas de refrigerantes variados 350ml	R\$ 3,50
Refrigerantes variados 1,5L	R\$ 5,50
Cerveja Brahma (Garrafa 1L)	R\$ 5,00
Sucos naturais variados (Jarra 1L)	R\$ 6,50
Água (Garrafinha 500ml)	R\$ 3,50

3.7.3. Estratégias Promocionais

As estratégias promocionais são: brindes infantis somente em lanches especiais, promoções de “combos” diferentes a cada semana, lanches decorados para crianças.

3.7.4. Estrutura De Comercialização

A comercialização começou com o marketing que é a Pré-venda, que se baseia na distribuição de panfletos e anúncios em rádios, jornais e redes sociais para que a população conheça o nosso trabalho e sinta interesse em no nosso produto.

Venda; dentro do estabelecimento haverá cartão fidelidade, que conforme o número de compras de certos produtos o cliente ganhará desconto ou até mesmo um produto em sua próxima compra.

Pós-Venda; teremos um relacionamento com o nosso cliente, nos preocupando com a sua opinião e satisfação sobre a nossa empresa e produto, buscando saber essas informações através de ligações ao cliente e questionário, para irmos à busca de aperfeiçoamento.

3.7.5 Localização da Empresa

Endereço da Empresa: Rua Brasil	
Bairro: Vila Espanha	Cidade/Estado: Tupã / SP
Telefone/Fax: 3491-1341	

Descrição do ponto (localização), considerações que justifica a escolha do local:

O motivo da escolha do local foi pelo fato de ser um ponto movimentado, de fácil acesso para nossos clientes e não há tanta concorrência nas proximidades.

3.8. PLANO DE OPERACIONAL

3.8.1. Layout ou Arranjo Físico

Figura 01 – Térreo.



Fonte: Elaborada pelas autoras, 2016.

Figura 02 – Vista do 1º Andar.



Fonte: Elaborada pelas autoras, 2016.

3.8.2. Capacidade Produtiva

Nossa capacidade de produção seria cerca de 106 lanches diários, sendo assim alcançando em uma capacidade mensal de 2650 lanches vendidos, visto que a empresa trabalhará durante seis dias por semana.

3.8.3. Necessidade de Pessoal

Cargo	Função	Qualificação Necessária
Gerente Administrativo	Gerencia, planeja e controla os recursos e as atividades da área administrativa para garantir conformidade com as normas e políticas da empresa.	Graduação ou curso Técnico em Administração.
Gerente de Estoque	Coordena, recebe, confere e supervisiona o armazenamento dos produtos e materiais no estoque.	Graduação ou curso Técnico em Administração.
Diretor Administrativo	Dirige, planeja, organiza e controla as atividades, planos e programas das áreas administrativas da empresa.	Graduação ou curso Técnico em Administração.
Operadora de Caixa	Recebe valores de vendas de produtos e serviços, atende público em estabelecimentos comerciais, realiza a abertura e fechamento de caixa e emite notas fiscais.	Ensino médio completo.
Contabilista	Realizam análises, classificações, conciliações contábeis e financeiras/controla fiscal. Administra tributos, controla ativos, com análise de custos e apuração de resultados.	Graduação ou curso Técnico em Contabilidade/Administração.
Garçom	Serve alimentos e bebidas aos clientes, anota pedidos e organiza e limpa mesas e cadeiras em restaurantes, bares, hotéis e eventos.	Ensino médio completo.
Faxineiro	Realiza a conservação e limpeza de ambientes por meio de coleta de lixo, varrições, lavagens e aparo de gramas.	Ensino fundamental completo.
Monitora Infantil	Promove atividades recreativas, brincadeiras e jogos lúdicos, visando o entretenimento, integração social e desenvolvimento pessoal.	Ensino médio completo.
Cozinheiro	Prepara pratos, atentando para as especificações da comanda ou cardápio. Manipula e tempera alimentos e verifica o estado de conservação dos ingredientes utilizados, para atender as exigências dos pedidos e assegurar o padrão de qualidade.	Curso básico de culinária.

3.9. PLANO FINANCEIRO

3.9.1. Custos Fixos

CUSTOS FIXOS	
Custos	Valores
Aluguel	R\$ 2.500,00
Salários: 3 cozinheiros	R\$ 3.000,00
2 garçons	R\$ 2.000,00
1 monitora infantil	R\$ 1.000,00
1 Faxineiro	R\$ 950,00
Prolabore	R\$ 7.200,00
Material de Escritório	R\$350,00
Material de Limpeza	R\$200,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 550,00
IPTU (mensal)	R\$ 70,00
Água	R\$300,00
Telefone	R\$70,00
Internet	R\$79,90
Luz	R\$500,00
Total	R\$ 18769,90

3.9.2. Custo Variável

Produto 01: Lanche Mini – cachorro quente.

CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO			
Produto			
Lanche Mini – cachorro quente			
Material/Insumos utilizados	Quantidade Necessária	Custo Unitário	TOTAL
Pão	1 pão	0,90	0,90
Salsicha	1 salsicha	0,54	0,54
Maionese	2 colheres	0,14	0,28
Ketchup	2 saches	0,04	0,08
Mostarda	2 saches	0,10	0,20
Batata palha	2 colheres	0,19	0,38
Alface	2 folhas	0,01	0,02
Milho	2 colheres	0,13	0,26
Tomate	1 tomate	0,87	0,87
TOTAL		2,92	3,53

Calcular o custo variável mensal: $100 \times 3,53 = 353,00$

O custo unitário por prato acima discriminado será de R\$ 3,53, que totaliza de acordo com a venda de 200 unidades mensais, um custo mensal de R\$ 706,00.

Produto 02: Lanche Mini/ Calabresa.

CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO			
Produto			
Lanche Mini/ Calabresa			
Material/Insumos utilizados	Quantidade Necessária	Custo Unitário	TOTAL
Pão	1	0,90	0,90
Hambúrguer	1	0,99	0,99
Calabresa	½	0,30	0,30
Maionese	2 colheres	0,14	0,28
Queijo	1 fatia	0,27	0,27
Tomate	1	0,87	0,87
Alface	2 folhas	0,01	0,02
Milho	2 colheres	0,13	0,26
Plástico	1	0,05	0,05
TOTAL		4,2	4,57

Calcular o custo variável mensal: $100 \times 4,57 = 457,00$

O custo unitário por prato acima discriminado será de R\$ 4,57, que totaliza de acordo com a venda de 200 unidades mensais, um custo mensal de R\$ 914,00

Produto 03: Lanche Médio/Bacon.

CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO			
Produto			
Lanche Médio/Bacon			
Material/Insumo utilizado	Quantidade Necessária	Custo Unitário	TOTAL
Pão	1	0,90	0,90
Hambúrguer	2	0,99	1,98
Bacon	1 fatia	0,80	0,80
Queijo	1 fatia	0,27	0,27
Tomate	1	0,87	0,87

Alface	2 folhas	0,01	0,02
Milho	2 colheres	0,13	0,26
Maionese	2 colheres	0,14	0,28
Plástico	1	0,05	0,05
TOTAL		4,61	6,06

Calcular o custo variável mensal: $200 \times 6,06 = 1212,00$

O custo unitário por prato acima discriminado será de R\$ 6,06, que totaliza de acordo com a venda de 400 unidades mensais, um custo mensal de R\$ 2.424,00.

Produto 04: Porção Mini/ Batata.

CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO			
Produto			
Porção Mini/ Batata			
Material/Insumo utilizado	Quantidade Necessária	Custo Unitário	TOTAL
Batata	5	0,56	2,80
Papel Toalha	4	0,02	0,08
Óleo	1L	3,15	3,15
TOTAL		3,73	6,03

Calcular o custo variável mensal: $150 \times 6,03 = 904,50$

O custo unitário por prato acima discriminado será de R\$ 2,88, que totaliza de acordo com a venda de 250 unidades mensais, um custo mensal de R\$ 720,00

Produto 05: Porção Grande/ Batata.

CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO			
Produto			
Porção Grande/ Batata			
Material/Insumo utilizado	Quantidade Necessária	Custo Unitário	TOTAL
Batata	12	0,56	6,72
Papel Toalha	6	0,02	0,12
Óleo	1L	3,15	3,15
TOTAL		3,73	9,99

Calcular o custo variável mensal: $250 \times 9,99 = 2497,50$

O custo unitário por prato acima discriminado será de R\$ 6,84, que totaliza de acordo com a venda de 450 unidades mensais, um custo mensal de R\$ 3.078,00.

Produto 06: Jarra de Suco 1L/Laranja.

CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO			
Produto			
Jarra de Suco 1L/Laranja			
Material/Insumo utilizado	Quantidade Necessária	Custo Unitário	TOTAL
Laranja	6	0,01	0,06
Água	250 ml	0,15	0,15
Açúcar	2 colheres	0,04	0,08
TOTAL		0,20	0,29

Calcular o custo variável mensal: $100 \times 0,29 = 29,00$

O custo unitário por prato acima discriminado será de R\$ 0,29, que totaliza de acordo com a venda de 550 unidades mensais, um custo mensal de R\$ 159,50.

3.9.3. Custo Produto Vendido

A empresa oferecerá um cardápio com grande variedade entre os pratos, porém para a análise de custos foi feita com um representante de cada especificação de nossos diferenciais produtivos.

ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA			
Produto	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1 – Lanche mini Cachorro Quente	100	7,50	750,00
2 – Lanche	100	8,00	800,00

mini/calabresa			
3 – Lanche médio/bacon	200	15,00	3.000,00
4 – Porção mini de Batata	150	12,00	1.800,00
5 – Porção grande de Batata	250	25,00	6.250,00
6 – Sucos 1L	100	6,50	650,00
TOTAL	900		13.250,00

Esta análise de custo foi em base dos principais produtos vendidos em nossa empresa. Ou seja, fornecemos mais variedades em nosso cardápio, tanto de lanches quanto de porções, sucos, nesse sentido com base na capacidade produtiva total da empresa é de 2.650 pratos mensais estima-se que o faturamento mensal seja em torno de 53.000,00

3.9.4. Margem de Contribuição

Produto 01: Lanche Mini Cachorro Quente

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	7,50
Custos variáveis unitários	3,53
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	3,97

Produto 02: Lanche Mini Calabresa

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	8,00
Custos variáveis unitários	4,57
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	3,43

Produto 03: Lanche Médio Bacon

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	15,00
Custos variáveis unitários	6,06
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	8,94

Produto 04: Porção Mini de Batata

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	12,00
Custos variáveis unitários	6,03
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	5,97

Produto 05: Porção Grande de Batata

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	25,00
Custos variáveis unitários	9,99
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	15,01

Produto 06: Suco de Laranja

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	6,50
Custos variáveis unitários	0,29
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	6,21

3.9.5. Ponto de Equilíbrio

Índice da Margem de Contribuição = $47547 / 53000 = 0,89$

I.M.C = R\$ 0,89

PE (Ponto de Equilíbrio) = $\frac{18769,9}{0,89} = 21.089,77$

PE = R\$ 21.089,77

Ou seja, no mês para não ter nem lucro nem prejuízo à empresa precisa vender/faturar R\$21.089,77. Acima disso passa a ter lucro.

3.10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Fazer a Análise SWOT do Plano de Negócio Descritivo desenvolvido.

	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Pontos Fortes	Forças Ambiente diferenciado e sofisticado para alimentação. Proporcionar shows ao-vivo. Espaço destinado para as crianças. Grande procura por lanches. Promoções semanais. Formas de pagamentos.	Oportunidades Crescimento e reconhecimento na área.
Pontos Fracos	Fraquezas Elevado número de concorrentes. Localização perto de concorrentes.	Ameaças Iniciantes na área de alimentação. Nosso PE é muito próximo ao faturamento estimado.

Através do nosso plano de negócio foi perceptível que nossa empresa terá pontos fortes mais destacados do que ameaças e fraquezas, e seguirá com boas oportunidades de crescimento e consolidação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desperdício é um mal que precisa ser combatido por todos e iniciado, preferencialmente dentro da própria casa, dentro do próprio estabelecimento gerando exemplo para outras pessoas se conscientizarem, e assim também tomarem atitudes para ao menos reduzir esse problema.

Não se consegue grandes mudanças mundiais apenas tendo em mente o problema, e o que ele causa. O que irá trazer resultados é a aplicação de atitudes e de hábitos sustentáveis no nosso dia a dia, para que também outras pessoas sucessivamente possam absorvê-los e aplicá-los. Grandes mudanças do comportamento começam de forma humilde, sendo assim todos nós devemos pensar globalmente e agir localmente.

Através de pesquisas realizadas anteriormente a respeito de desperdício alimentar, tanto no Brasil quanto no mundo, grande parte dos alimentos que poderiam ser consumidos é desperdiçada, desde o processo de produção até o consumo dos mesmos. Com isso criamos e desenvolvemos uma empresa dentro desse setor, para realizarmos a venda de nossos pratos, além de utilizarmos de práticas sustentáveis no processo de produção dos alimentos e no descarte das sobras.

As pesquisas bibliográficas realizadas nos possibilitaram ver que esse problema mundial não ocorre devido à falta da conscientização populacional e nem de preparo dos profissionais; e sim a falta de importância que a maioria das pessoas demonstram sobre o assunto alusivo a sustentabilidade. E através de questionários aplicados, podemos notar que apenas a minoria das redes de lanchonetes se preocupa com a sustentabilidade nas suas ações.

A sustentabilidade foi aplicada em várias partes da nossa empresa, tanto na parte de produção dos alimentos, onde a produção alimentícia será de forma que não desperdice a matéria prima em excesso, ou seja, visamos aproveitar

o máximo dela, transformando os restos dos alimentos em compostagem, com fins para agricultores e uma parte para nossa horta.

Por fim, com base nos dados das pesquisas realizadas, podemos observar que é viável a abertura da empresa dentro do ramo alimentício, pois além das nossas praticas sustentáveis, oferecemos produtos de alta qualidade, com um bom atendimento e um ambiente agradável para realizar as refeições, além de serem produtos com alto índice de consumo.

REFERENCIAS

ALEXANDRE, Mário Jesiel de Oliveira. **A construção do trabalho científico**: um guia para projetos, pesquisas e relatórios científicos. Rio de Janeiro: Forense, 2003. BOLETIM GEOGRÁFICO. Rio de Janeiro: IBGE, 1943-1978. Trimestral.

FAO (Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura). **A AMÉRICA LATINA E O CARIBE PODERIAM ERRADICAR A FOME SOMENTE COM OS ALIMENTOS QUE PERDEM E DESPERDIÇAM**: Somente na venda a varejo, se desperdiça comida que alimentaria 64% das pessoas que sofrem de fome na região. 2014. Disponível em: <<https://www.fao.org.br/ALCpefsapd.asp/>> Acesso em: 26 nov. 2015 às: 17h30min.

FERRARI, Thales Martins; VENÂNCIO, Juliano Lopes; TURRIONI, João Batista. Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 18, 2003. **Sistema de Gestão Alimentícia**: Um estudo de caso sobre sistema de gestão em uma rede de Lanchonetes. Ouro Preto, MG, 2003. Disponível em: <http://www.iem.unifei.edu.br/turrioni/congressos/ENEGEP/2003/Sistema_de_Gestao_Alimenticia_Um_estudo_de_caso_sobre_sistema_de_gestao_em_uma_rede_de_lanchonetes.pdf> Acesso em: 25 nov. 2015, às 16h15min.

HOUAISS, A. **Novo dicionário Folha Webster's**: inglês/português, português/inglês. Co-editor Ismael Cardim. São Paulo: Folha da Manhã, 1996. Edição exclusiva para o assinante da Folha de S. Paulo.

MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2000.

MEZZAROBA, Orides; MONTEIRO, Cláudia Servilha. **Manual de metodologia da pesquisa no Direito**. São Paulo: Saraiva, 2003.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica**: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. 2ª ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1999.

ONU (Organização das Nações Unidas). **Com apenas um clique, usuários de novo aplicativo da ONU podem acabar com a fome de crianças sírias**. 2015a. Disponível em:<<http://nacoesunidas.org/com-apenas-um-clique-usuarios-de-novo-aplicativo-da-onu-podem-acabar-com-a-fome-de-criancas-sirias/>> Acesso em: 25 nov. 2015, às 17h11min.

ONU (Organização das Nações Unidas). **ONU compartilha ações brasileiras contra a fome em fórum na Rússia para cooperação sul-sul**. 2015b. Disponível em: <<http://nacoesunidas.org/onu-compartilha-acoes-brasileiras-contr-a-fome-em-forum-na-russia-para-cooperacao-sul-sul/>> Acesso em: 26 nov. 2015, às 17h11min.

RAS (Rede de Agricultura Sustentável). **Transgênicos – Organismos Geneticamente Modificados**: Porque dizer não aos transgênicos na agricultura.

Disponível em: <<http://www.agrisustentavel.com/trans/cartilha.htm/>> Acesso em: 01 dez. 2015, às 20h50min.

SANTOS, Marisa M. K. *et al.* **Aplicação da gestão de qualidade no restaurante da Universidade Estadual de Londrina: desperdício de alimentos.** 2005. Disponível em: <<http://bases.bireme.br/cgi-bin/wxislind.exe/iah/online/?IscScript=iah/iah.xis&src=google&base=LILACS&lang=p&nextAction=lnk&exprSearch=435197&indexSearch=ID/>> Acesso em: 25 nov. 2015 às: 17h40min.

SEBRAE. **Restaurante lucra mais ao evitar desperdício:** Empresário aumenta faturamento mensal em R\$ 20 mi com otimização do uso dos alimentos. 2014. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/Restaurante-ucra-mais-ao-evitar-desperd%C3%ADcio/>> Acesso em: 25 nov. 2015, às: 17h50min.

STRINGUETO, Kátia. **Como e por que evitar o desperdício.** 2013. Disponível em: <<http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/lixo/como-evitar-desperdicio-seguranca-alimentar-bons-fluidos-752309.shtml>> Acesso em: 26 out. 2015, às 14h27min.

VILANOVA, Janice de Avila; RIBEIRO, Claudete Fogliato. I.B.S , Instituto Brasileiro de Profissionais de Supply Chain, 2011. **IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DA PRODUÇÃO E GERENCIAMENTO DE CUSTOS EM UMA INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA.** 2011. Disponível em: <<http://www.holdenrh.com.br/resources/uploads/artigos/5c0fb45d42658444630ae031c0c49842.pdf>> 26 nov. 2015, às 15h30min.

APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL

SOCIEDADE LIMITADA

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE: DeuFome

1. Grazieli Eiko Ketayama Marin, brasileira, Tupã-SP, solteira, 08/12/1999, gerente administrativa, 476.252.948-62, 52.147.242-8, 014 99889-5443, órgão expedidor e UF onde foi emitida (documentos válidos como identidade: carteira de identidade, certificado de reservista, carteira de identidade profissional, Jorge Elias, 350, Marajoara/Tupã-SP, 17603-170.
2. Jessica Gonçalves dos Santos, brasileira, Tupã-SP, solteira, 29/10/1999, gerente de estoque, 474.474.288-25, 50.083.620-6, 014 997571413, órgão expedidor e UF onde foi emitida (documentos válidos como identidade: carteira de identidade, certificado de reservista, carteira de identidade profissional) Chácara São João, Bairro Alto Alegre, km.532/Tupã-SP.
3. Juliana Ramos Ruy, brasileira, Tupã-SP, solteira, 31/08/1999, diretora administrativa, 475.348.618-45,53.699.513-8, 014 99671-3332, Secretária da Segurança Pública- SP, Av. Marechal do Ar Eduardo Gomes, Bairro Jardim Cerejeira, km.51 /Tupã-SP.
4. Lais Fernanda da Silva Pereira , brasileira, Tupã-SP, solteira, 26/04/1999, gerente administrativa, 487.548.778-90, 54517459-4, (14) 99702-1471, Secretária da Segurança Pública- SP, Bezerra de Menezes, 246, Vila Independência /Tupã-SP, 17605-440.
5. Natalia Alexandre Carrilho , brasileira, Tupã-SP, casada, 19/06/1988, operadora de caixa, 367.231.548-60, 41.831.811-6, 014 996749470, Secretaria da Segurança Pública, Antônio Lahoz, 70, Vila Lahoz /Tupã-SP, 17600-720.
6. Thainara dos Santos Pereira, brasileira, Tupã-SP, solteira, 08/01/1998, contabilista, 361.895.758-03, 46.308.495-0, (19) 98261-6557, Secretária da Segurança Pública- SP, rua Campinas, 343, Jardim Ipiranga /Tupã-SP, 17602-03

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Lanchonete DeuFome e terá sede e domicílio na rua Brasil, 1270, Bairro Vila Espanha, Tupã- SP, 17607-090.

2ª O capital social será R\$ 330.000,00(trezentos e trinta mil) reais (dividido em330.000 quotas de valor nominal R\$ 1,00 (um real) , integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Grazieli Eiko Ketayama Marin, 50000 quotas. R\$ 50.000,00

Jessica Gonçalves dos Santos, 50000 quotas. R\$ 50.000,00

Juliana Ramos Ruy, 60000 quotas. R\$60.000,00

Lais Fernanda da Silva Pereira, 50000 quotas. R\$50.000,00

Natalia Alexandre Carrilho, 50000 quotas. R\$50.000,00

Thainara dos Santos Pereira, 70000 quotas. R\$70.000,00

3ª O objeto será passar credibilidade aos nossos clientes com nossos pratos, realizando ações sustentáveis e com menos desperdícios.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em e seu prazo de duração é indeterminado.

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade caberá Grazieli Eiko Ketayama Marin, Jéssica Gonçalves dos Santos, Juliana Ramos Ruy, Lais Fernanda da Silva Pereira, Natália Alexandre Carrilho e Thainara dos Santos Pereira com os poderes e atribuições de realizarem todas as operações para consecução de seus objetivos sociais,

representando a sociedade ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente. Os administradores ficam autorizados a usar o nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso.

10 A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11 Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “pro labore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12 Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

13 O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a

economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

14 Fica eleito o foro de Tupã para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em oito vias.

Tupã-SP, 13 de maio de 2016.

Grazieli Eiko Ketayama Marin
RG. 52.147.242-8

Lais Fernanda da Silva Pereira
RG. 54.517.459-4

Jéssica Gonçalves dos Santos
RG. 50.083.620-6

Natália Alexandre Carrilho
RG. 41.831.811-6

Juliana Ramos Ruy
RG. 53.699.513-8

Thainara dos Santos Pereira
RG. 46.308.495-0

Visto: _____ (OAB/SP)

Nome

**APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC
PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO.**

01. Faixa etária dos entrevistados:

1. 15 a 20 anos
2. 21 a 30 anos
3. 31 a 40 anos
4. 41 anos ou mais

02. Sexo

1. Feminino
2. Masculino

03. Com que frequência você costuma frequentar uma lanchonete?

1. Sempre
2. As vezes
3. Raramente
4. Nunca

04. Você se preocupa com o meio ambiente?

1. Sim
- 2 – Não

05. A lanchonete que você costuma frequentar possui ações sustentáveis?

1. Sim
2. Não
3. Não Sei

06. Você trocaria a lanchonete de sua preferência por outra que apóia práticas sustentáveis?

1. Sim
2. Não
3. Talvez

APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS

