

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS  
Faculdade De Ciências Econômicas - Face  
Programa de Pós-graduação em Gestão

**Antônio Santana Neto**

**PLANO DE NEGÓCIOS PANELA DE MÃE KID'S**

**Belo Horizonte**  
**2019**

**Antônio Santana Neto**

**PLANO DE NEGÓCIOS PANELA DE MÃE KID'S**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada à Faculdade de Ciências Econômicas Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Gestão.

Orientador: Prof. Ricardo Veiga

Belo Horizonte

2019



**Universidade Federal de Minas Gerais**  
**Faculdade de Ciências Econômicas**  
**Departamento de Ciências Administrativas**  
**Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração**  
**Curso de Especialização em Gestão Estratégica**

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO do Senhor **ANTONIO SANTANA NETO**, REGISTRO N° **2017708695**. No dia 10/12/2019 às 17:30 horas, reuniu-se na Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização em Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**PLANO DE NEGÓCIOS: PANELA DE MÃE KID'S**", requisito para a obtenção do **Título de Especialista**. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Professor Ricardo Teixeira Veiga, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra ao aluno para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguido das respostas do aluno. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença do aluno e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

APROVADO

( ) APROVAÇÃO CONDICIONADA A SATISFAÇÃO DAS EXIGÊNCIAS CONSTANTES NO VERSO DESTA FOLHA, NO PRAZO FIXADO PELA BANCA EXAMINADORA - PRAZO MÁXIMO DE 60 (SESSENTA) DIAS

( ) NÃO APROVADO

85 pontos ( oitenta e cinco ) trabalhos com nota maior ou igual a 60 serão considerados aprovados.

O resultado final foi comunicado publicamente ao aluno pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 10/12/2019.

Prof. Ricardo Teixeira Veiga  
(Orientador)

Prof. João Batista Diniz Leite

## RESUMO

Este trabalho foi desenvolvido com o objetivo de formalizar e organizar um negócio já iniciado de forma simples e com uma ideia promissora.

O negócio começou dentro da escola do filho da proprietária e tem sua produção concentrada em sua residência, agora vamos organizar e planejar o desenvolvimento do negócio podendo separar e cuidar da empresa de forma mais embasada profissionalmente e com respaldos teóricos da Administração.

Neste primeiro momento, identificou-se que o mercado não apresenta um concorrente direto no local de atuação. Assim, será feita uma análise de mercado para entender como a novidade foi e será aceita, além de calcular a melhor forma de viabilização do negócio formalizado e com seu espaço de trabalho próprio. Existe a necessidade da definição de fornecedores e formas de viabilizar ganho de tempo em algumas partes, para assim dedicar-se em manter sua qualidade em tudo que sai das próprias mãos.

Manter o cuidado e atenção com os clientes será fundamental para que tudo ocorra conforme previsto. Neste sentido, é importante destacar que já existe uma base de como prosseguir o negócio aceitável e de boa qualidade, que necessita ser melhor utilizada e buscar constante aprimoramento para alcançar objetivos mais altos.

Palavras-chave: Plano de negócios. Embasamento profissional. Administração. Alimentação.

## **ABSTRACT**

This work was developed with the objective of formalizing and organizing a business already started simply and with a promising idea. The business started in the school of the owner's son and its production is concentrated in his residence, now we will organize and plan the development of the business and can separate and take care of the company more professionally based and with theoretical support from the Administration. In this first moment, it was identified that the market does not have a direct competitor in the place of operation. So, let's do a market analysis to understand how the news was and will be accepted, and calculate the best way to make the formalized business viable and with its own workspace. There is a need to define suppliers and ways to save time in some parts, in order to dedicate themselves to maintaining their quality in everything that goes out of their own hands. Maintaining care and attention to customers will be critical to everything going as planned. In this sense, we emphasize that there is already an acceptable and good quality basis, which needs to be better used and seek constant improvement to achieve higher goals.

Keywords: Business Plan. Professional background. Administration. Food.

## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO.....</b>                          | <b>8</b>  |
| <b>2. DO EMPREENDIMENTO.....</b>                   | <b>9</b>  |
| 2.2 MISSÃO DA EMPRESA.....                         | 9         |
| 2.3 VISÃO DA EMPRESA.....                          | 10        |
| 2.4 VALORES DA EMPRESA.....                        | 10        |
| <b>3. ANÁLISE DE MERCADO.....</b>                  | <b>10</b> |
| 3.1 – ANÁLISE DO AMBIENTE DO SETOR.....            | 13        |
| 3.2 – CLIENTES.....                                | 13        |
| 3.3 – FORNECEDORES.....                            | 14        |
| 3.4 PRODUTOS SUBSTITUTOS.....                      | 14        |
| 3.5 – NOVOS CONCORRENTES EM POTENCIAL.....         | 14        |
| 3.6 – RIVALIDADE ENTRE AS EMPRESAS EXISTENTES..... | 15        |
| <b>4. PLANO DE MARKETING.....</b>                  | <b>15</b> |
| 4.1 – PRODUTOS E SERVIÇOS.....                     | 15        |
| 4.2 – PREÇO.....                                   | 16        |
| 4.3 – PRAÇA.....                                   | 17        |
| 4.4 – PROMOÇÃO.....                                | 17        |
| <b>5. PLANO OPERACIONAL.....</b>                   | <b>19</b> |
| 5.1 PROCESSO DE CONTATO.....                       | 19        |
| 5.2 PROCESSO DE CONTRATAÇÃO.....                   | 19        |
| 5.3 PROCESSO DE PRODUÇÃO.....                      | 19        |
| 5.4 PROCESSO DE ENTREGA.....                       | 20        |
| 5.5 PROCESSO ADMINISTRATIVO.....                   | 20        |
| 5.6 PROCESSO DE CONTROLE DE QUALIDADE.....         | 20        |
| <b>6. PLANO FINANCEIRO.....</b>                    | <b>20</b> |
| <b>7. PROJEÇÕES FUTURAS.....</b>                   | <b>25</b> |
| 7.1- ANÁLISE PARA CRESCIMENTO.....                 | 25        |
| 7.2- NÚMEROS PARA O TERCEIRO ANO.....              | 26        |
| 7.3 CUSTOS.....                                    | 26        |
| 7.4 FATURAMENTO.....                               | 27        |

|  |           |
|--|-----------|
| 7.5 BALANÇO FINAL.....                 | 27        |
| 7.6- ANÁLISE DE RESULTADOS.....        | 27        |
| <b>8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....</b>   | <b>28</b> |
| 8.1- ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A.....    | 28        |
| 8.2- OPORTUNIDADES.....                | 29        |
| 8.3- AMEAÇAS.....                      | 29        |
| 8.4- PONTOS FORTES.....                | 29        |
| 8.5- PONTOS FRACOS.....                | 29        |
| <b>9. CONCLUSÃO.....</b>               | <b>30</b> |
| <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b> | <b>30</b> |

## 1. INTRODUÇÃO

Um plano de negócios conforme estudos do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), não serve apenas para criação de negócio, mas também ajuda empresas que estão com expansão em andamento a conseguir um melhor planejamento reduzindo os seus riscos. Isso ajuda em um planejamento futuro do negócio, onde apesar de não ter como haver certeza de sucesso, é possível mapear os melhores caminhos e diminuir as incertezas em suas decisões.

Este trabalho trata-se de um plano de negócios que tem como objetivo formalizar e organizar uma ideia de negócio de fornecimento de lanches em escolas de educação infantil. O mesmo foi iniciado com o trabalho sendo realizado dentro da própria residência da proprietária e o negócio foi pausado recentemente para que possa ocorrer um replanejamento. A proprietária identificou a oportunidade de negócio em um momento de dificuldade financeira, quando enxergou na escola onde seu filho estuda uma dificuldade dos demais pais em conseguir enviar lanches escolares com qualidade para seus filhos.

Naquele momento surgiu então o Panela de Mãe *Kid's*, que após acordo com a escola, encaminhou para os pais, *flyers* e cartões nas agendas escolares para divulgar os serviços prestados.

O retorno inicial foi muito positivo e a partir daí foram desenvolvidas outras estratégias de comunicação, como participações em reuniões, folders de parceria com a escola e a divulgação em mídia social dos lanches.

A partir disso surgiram clientes e parcerias em novas escolas e foi possível chegar a um bom número de lanches distribuídos dando sequência ao negócio. Porém, houve uma barreira que fez com que este trabalho fosse desenvolvido, que foi a dificuldade organizacional encontrada devido à falta de experiência administrativa. Por um pequeno período, houve algum auxílio profissional incluindo o desenvolvimento de planilhas e busca por fornecedores que pudessem ajudar com entregas e fazendo encomendas mensais que também ajudavam no poder de barganha do negócio.

Contudo, diante da ajuda superficial, verificou-se a necessidade e pertinência de formalizar um plano de negócios que pudesse entregar um projeto que possa direcionar as ações de gestão em busca de sucesso.

Este plano de negócios irá abordar a maior divulgação do negócio, buscando ampliar o número de escolas e assim também o número de lanches necessários para que possa dar sequência de forma correta.

Outro detalhe importante é que foi sugerido que o negócio fosse tirado de dentro de casa, e formalizando-o em um estabelecimento externo destinado apenas ao negócio.

O próximo passo é comprar todos os materiais e equipamentos necessários para assim montar seu próprio negócio e planejar de forma cautelosa este desenvolvimento dos próximos três anos.

Será apresentado planilhas de investimento e retorno financeiro, além de um planejamento de como atuar da melhor forma dentro do mercado, separando também o fator contas de casa que acabavam sendo misturadas a da empresa. Desse modo, é possível identificar a real viabilidade do negócio.

## 2. DO EMPREENDIMENTO

O Panela de Mãe *Kid's* é um empreendimento comercial popular que se especializou em lanches escolares. A crescente demanda necessita de determinação estratégica e específica quanto a estruturação organizacional do empreendimento, bem como um planejamento para que empreendedor possa prosperar.

**TABELA 1 - Dados do empreendimento**

| <b>DADOS</b>             | <b>DESCRIÇÃO</b>                    |
|--------------------------|-------------------------------------|
| NOME DO EMPREENDEDOR     | Eliana Marques de Sousa             |
| SETOR DE ATIVIDADE       | Prestação de Serviços               |
| FORMA JURÍDICA           | MEI - Micro Empreendedor Individual |
| ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO | MEI - Fixo Mensal de R\$49,00       |
| CAPITAL SOCIAL           | R\$11.519,00                        |
| FONTE DE RECURSO         | 100% própria                        |

Fonte: Elaboração própria.

### 2.2 MISSÃO DA EMPRESA

A missão é fornecer uma opção de lanche para crianças, proporcionando aos pais tranquilidade e comodidade através da garantia de uma alimentação saudável, com qualidade e confiança.

## 2.3 VISÃO DA EMPRESA

Tornar-se a melhor fornecedora de lanche infantil para crianças na região de Contagem até 2022.

## 2.4 VALORES DA EMPRESA

Fornecimento de uma alimentação de qualidade e saudável;

Foco na satisfação do cliente;

Atenção e responsabilidade;

## 3. ANÁLISE DE MERCADO

Segundo Porter (1999, p. 46), a estratégia competitiva torna-se essencial para uma empresa obter lucro no mercado onde está inserida. É preciso entender seu diferencial dentro da concorrência e buscar “uma posição sustentável da empresa para enfrentar as forças da concorrência num dado ramo de negócios, de forma a superar seus rivais em termos de rentabilidade a longo prazo”. É muito importante que a empresa e os gestores conheçam, antes da definição de qualquer estratégia, as forças que cercam o negócio.

A vida das pessoas tem ficado cada vez mais movimentada, todo tempo livre encontrado tem sido preenchido como interesse de melhor aproveitar seu dia. Essa situação pode causar um desgaste, o que fica mais acentuado na rotina de pais, que além de seus afazeres particulares, passam a ter que cuidar e se preocupar com o cotidiano dos seus filhos.

Muitas crianças hoje em dia estudam em tempo integral. No ensino fundamental, por exemplo, entre 2016 e 2017 houve um aumento de 9,1% para 13,9% de crianças estando integralmente dentre escolas públicas e privadas (INEP, 2018). Isso se deve à ocupação do tempo dos pais, além do grande crescimento das mulheres no mercado de trabalho, tendo as mães também seu dia ocupado pelo trabalho e não ficando por conta de filhos e maridos como já se viu no passado.

As escolas então passam a oferecer opções de ensino integral mesmo para o ensino fundamental, atendendo a essa necessidade dos pais e agregando já uma

rotina e conhecimentos para as crianças. Então se cria uma questão para os pais e escolas, como gerir a alimentação diária destas crianças?

O negócio proposto, *Panela de Mãe Kid's*, surge a partir de uma oportunidade vista dentro do Colégio Santana, local de estudo do filho da proprietária do empreendimento, que tem seis anos de idade e estuda no local há três anos, também se alimentando na escola. O colégio oferece almoço para o ensino integral, porém nos intervalos da manhã e da tarde os lanches oferecidos costumam conter opções não tão saudáveis para as crianças.

O que acontece é que muitos pais não possuem tempo suficiente para poder preparar o lanche diário dos seus filhos, então muitos optam por comprar o lanche na própria escola ou até mesmo mandam a opções mais práticas como biscoitos ou sanduíches simples que podem ser prejudiciais em médio ou longo prazo. Em números divulgados pelo Ministério da Saúde ainda neste ano de 2019 13% dos meninos e 10% das meninas com idade entre 5 e 19 anos sofrem com obesidade ou sobrepeso.

Então criou-se uma possibilidade de incluir na alimentação diária dos intervalos escolares uma alimentação gostosa e saudável para os filhos de pais que não possuem tempo para se dedicar a essa importante preocupação que se deve ter. É preciso mostrar essa necessidade de conscientização para eles e, fazendo uma parceria entre pais, escolas e o negócio ora apresentado, *Panela de Mãe Kid's* é possível trazer uma alimentação benéfica para as crianças em seu dia a dia.

A região de atuação inicial, localizado no bairro Água Branca no município de Contagem, oferece um leque de pelo menos seis escolas particulares de pequeno e médio porte e duas grandes escolas públicas que trabalham a faixa etária de idade que é nosso público alvo, crianças de três a nove anos, ainda caminhando para ou iniciando o ensino fundamental.

A empresa vai buscar principalmente os pais de classe média que precisam de ajuda por falta de tempo ou instrução para melhor alimentar seus filhos. O ganho de tempo principalmente com segurança e confiabilidade de uma boa alimentação atrairá clientes para nosso negócio e agregara para as escolas parceiras um serviço acessível e de alta qualidade para poder atrair novos alunos.

Apesar de não existir este tipo de negócio disponível no mercado atualmente, será necessário ter atenção aos concorrentes indiretos que existem. Os lanches oferecidos pelas próprias escolas apesar de nem um pouco saudáveis, geralmente

são muito utilizadas e também atraem muito o olhar das crianças por ver outros colegas comprando. As próprias variedades de lanches coloridos ou divertidos lançados em supermercados e muito consumidos em casa passam a ser uma ameaça para o sucesso do negócio.

Com isso, é preciso buscar ideias de lanches criativos e atraentes com as crianças, com a preocupação de além de agradar o paladar, também agradar o olhar e o cotidiano das crianças. Embalagens práticas e coloridas, opções de lanches artesanais como bolos divertidos e lanches comuns como gelatinas que podem ser benéficos e atraentes fazem parte de um cardápio atrativo.

Para cumprir este compromisso, foi preciso buscar bons fornecedores, que além de oferecer produtos de qualidade, facilita o trabalho individual uma vez que aproximadamente 80% do material utilizado é entregue por encomenda. Isso também evita o gasto de tempo em deslocamento de compras e favorece maior dedicação ao desenvolvimento dos lanches diários.

O fato de existir um grande volume de compra pré-estimado, traz oportunidades como fornecimento de embalagens que apesar de não tão próximo é possível encomendar e receber os materiais em 24 horas não havendo necessidade de deslocamento para compra. Dentro do bairro fornecimento de frutas também são entregues de acordo com a demanda ficando em geral apenas itens de supermercado para produção sendo necessário, neste caso, sair às compras.

**TABELA 2 - Fornecedores do Panela de Mãe *Kid's***

| <b>FORNECEDOR</b>       | <b>MATERIAL</b>                       | <b>PRÓXIMO</b> | <b>ENTREGA</b> |
|-------------------------|---------------------------------------|----------------|----------------|
| PLASTLEO                | EMBALAGENS<br>DESCARTÁVEIS            | NÃO            | SIM            |
| PADARIA LA PAZ          | PÃES E LANCHES<br>ASSADOS             | SIM            | NÃO            |
| SACOLÃO DO<br>CASSIO    | FRUTAS                                | SIM            | SIM            |
| HIPERMERCADOS           | INSUMOS DE<br>PRODUÇÃO                | NÃO            | NÃO            |
| LOJA DA CECÍLIA         | ETIQUETAS /<br>PANFLETOS /<br>CARTÕES | SIM            | SIM            |
| FRASCOMINAS             | GARRAFINHAS                           | NÃO            | SIM            |
| TRANSPORTE DO<br>TIO GE | ENTREGA DOS<br>LANCHES                | SIM            | SIM            |

### 3.1 – ANÁLISE DO AMBIENTE DO SETOR

É muito importante que a empresa e os gestores conheçam, antes da definição de qualquer estratégia, as forças que cercam o negócio. A competição por participação no mercado não ocorre apenas em relação aos concorrentes, mas em toda a cadeia de relações da empresa. A partir desse entendimento Porter (1999) criou o conceito das Cinco Forças que regem a competição em um setor, que é uma ferramenta para pensar e avaliar o ambiente externo da organização.

As Cinco Forças são: Clientes (o poder de barganha dos compradores pode alterar o equilíbrio na relação deste com o setor); Fornecedores (estes podem exercer poder de barganha sobre os participantes de um setor, aumentando os preços ou reduzindo a qualidade das mercadorias e serviços); Novos concorrentes em potencial (novos entrantes trazem novas capacidades e o desejo de ganhar participação de mercado); Produtos substitutos (produtos ou serviços de outros ramos que possam substituir o produto ou serviço do ramo considerado, os substitutos não somente limitam lucros, eles também reduzem a prosperidade que um setor pode alcançar); e a rivalidade entre as empresas existentes no ramo (está ligada ao uso de táticas como as de competição de preços, lançamento de produtos e propaganda). Abaixo serão analisadas as cinco forças competitivas de Porter para o segmento de lanches que vamos trabalhar.

### 3.2 – CLIENTES

O Panela de Mãe *Kid's* trabalha uma ideia nova para a região de atuação, o que ajuda a diminuir o poder de barganha do seu cliente por não ter outra opção de fornecimento com essa proposta. Os nossos lanches oferecem além de comodidade, saúde e atenção as necessidades das crianças, o que lanchonetes ou escolas não conseguem oferecer. Para os pais, não contratar um serviço de lanche só lhe da opção de comprar salgados das escolas ou montar o lanche em casa, onde no atual cenário onde o tempo é algo escasso ajuda nossa ideia a ser bem vista.

### 3.3 – FORNECEDORES

Os fornecedores escolhidos foram baseados principalmente pelo quesito qualidade aliado ao fator entrega (conforme tabela I apresentada anteriormente) para que possamos ter uma parte produtiva mais eficiente. No momento o poder de barganha maior parte dos fornecedores, pois as opções para cobrir as necessidades de matéria prima não são muitas a não ser que seja aumentado o deslocamento para busca-los, o que não seria interessante.

Porém, será apresentada uma proposta de um volume de compra interessante e que será fator principal para conseguirmos boas propostas, que foi o fator fidelidade. Nosso período de compra é extenso e garantido, o que melhora nossa relação com fornecedores e ajuda há não precisar ficar aumentando valores com as alterações de mercado. Deixamos bem selecionados nossos principais fornecedores para que nossa parte de produção seja mais rápida, eficiente e rentável.

### 3.4 PRODUTOS SUBSTITUTOS

As opções substitutas aos lanches em sua maior parte vêm das próprias escolas ou dos supermercados com lanches que muitas vezes apesar de não saudáveis, o fato de ter baixo custo pode tirar alguns clientes. Apesar de não ser atuação como a nossa, existe um fator cultural quando os pais já têm este costume de lanches citados que teremos que trabalhar para reverter para o pensamento moderno e comodidade e saúde que é bem trabalhado no mundo atual.

### 3.5 – NOVOS CONCORRENTES EM POTENCIAL

Inicialmente a ameaça de novos concorrentes é baixa, pois ainda não é visto trabalho de novas empresas com serviços iguais ou parecidos com este. Porém como prevenção a esse tipo de ameaça a ideia é contar com as escolas parceiras, buscando um acordo de fidelidade e que a própria escola também tenha benefícios. A boa relação com os responsáveis da escola será fundamental para quando aparecer concorrentes diretos, o acordo com as mesmas não deixe entrarem com a comunicação direta como a que o Panela de Mão *Kid's* pode fazer.

Mas não podemos pensar que isso não ocorrerá em nenhum momento, então busca-se a expansão no terceiro anos e o esperado é que a partir disso seja possível projetar novos crescimentos, podendo atuar em novas regiões que aumentará a segurança do negócio e principalmente a confiabilidade da marca, deixando cada vez mais protegida contra concorrentes que possam vir atuar nas mesmas regiões onde trabalhamos.

### 3.6 – RIVALIDADE ENTRE AS EMPRESAS EXISTENTES

Não existe no momento uma rivalidade direta devido não haver outro negócio com a mesma proposta onde atuamos. Mas é preciso pensar no fator do lanche das escolas e a compra residencial dos pais, então trabalhamos para que possamos ter parcerias que no caso iria praticamente eliminar o fator rivalidade e sim criar uma cadeia de benefícios a todos. O ideal será demonstrar as vantagens do negócio onde seu valor vai ser diluído dentro destes fatores e não haverá problemas de divulgação e preços para sua atuação.

## 4. PLANO DE MARKETING

Abaixo o Planejamento das ações de Marketing do Panela de Mãe a fim de alcançar a lucratividade para investimentos no negócio, consolidando a marca no mercado de lanches escolares.

### 4.1 – PRODUTOS E SERVIÇOS

Será oferecido a produção e entrega dos lanches das crianças para se alimentarem de forma saudável nos intervalos (recreio) escolares. As entregas são feitas com os lanches embalados em materiais descartáveis e com o nome e turma do aluno informado em uma etiqueta colada na embalagem. Um exemplo da apresentação dos produtos, pode ser vista na figura 1.

**Figura 1** - Apresentação dos produtos Panela de Mãe *Kid's*



Os pais têm opções de pacotes para contratação para o turno (manhã ou tarde) e também para os filhos que estudam em período integral (manhã e tarde), tendo em todas as opções a comodidade de não precisar se preocupar com o lanche diário e tendo sempre as informações do cardápio que está sendo servido para seus filhos.

Para aumento de confiabilidade e também facilidade de adaptação ao cardápio para toda criança, cujos pais forem iniciar contrato (anexo 1), será enviada, aos pais, uma ficha de análise inicial (anexo 2). Servirá para que possamos saber quais itens do cardápio a criança não come ou se existe algum impedimento médico como alergias ou intolerâncias para buscarmos uma adaptação de fácil reposição diária.

#### 4.2 – PREÇO

Será trabalhado uma linha de preços distribuídos em pacotes acessíveis e compatíveis com a região. Os preços em cálculo diário contando com o cardápio disponibilizado está muito próximo ao que os pais gastariam se saíssem para comprar e montar os lanches dos seus filhos em casa.

Serão distribuídos como mostra a tabela 2:

**TABELA 3 - Valores de contratação por pacote de serviços**

| <b>MODELO DE PACOTE</b> | <b>TURNO</b> | <b>INTEGRAL</b> |
|-------------------------|--------------|-----------------|
| MENSAL                  | R\$ 180,00   | R\$ 340,00      |
| QUINZENAL               | R\$ 100,00   | R\$ 190,00      |
| SEMANAL                 | R\$ 60,00    | R\$ 120,00      |

Fonte: Elaboração própria.

A ideia da nossa distribuição dos preços é atrair mais clientes para o pacote mensal, onde se torna mais fácil o planejamento e aumenta o poder de barganha do negócio, ficando mais atrativo para os fornecedores também.

Os preços sofrem correções para o período de férias, tendo a opção de manter o pacote os alunos que forem participar das colônias de férias. Isso facilita também a fidelização dos clientes que podem contar com um planejamento financeiro fixo, tendo somente atualizações anuais de acordo com a inflação do mercado.

#### 4.3 – PRAÇA

O foco de trabalho inicialmente será focado apenas no bairro Água Branca de Contagem, tendo as seguintes escolas como alvo:

- Colégio Santana;
- Cantinho Feliz;
- Estrela do Saber;
- Turma da Glorinha;
- IEDUC;
- Rafael Brito;
- Escola Cristã;
- Escola Municipal Joaquim Teixeira Camargo;
- Colégio Tiradentes PMMG.

Sabendo que em todas essas escolas existe um grande número de alunos na idade entre 3 e 9 anos, o plano será buscar trabalhar para que se consiga o máximo de clientes nesta região. As 7 primeiras são particulares e será fortemente trabalhada a possibilidade de entrada com parceria que encurta a distância da comunicação com os pais.

#### 4.4 – PROMOÇÃO

Para Ambrósio (2007, p.34) o consumidor é o ponto central do marketing, faz-se necessário entender o perfil do público no qual se quer alcançar, trabalhando suas reais necessidades e como nosso produto pode ajudar. Busca-se aproximar a

comunicação e ser o mais claro possível demonstrando os benefícios que os pais e os filhos vão colher com esta oferta e fazendo-o entender o porquê de contratar estes serviços. A competição por participação no mercado não ocorre apenas em relação aos concorrentes, mas em toda a cadeia de relações da empresa, algo que vai ser trabalhado no decorrer deste plano apresentado.

O foco inicial será panfletar nas proximidades das escolas principalmente nos horários de entradas e saídas dos alunos, o que traz um maior movimento de pais e responsáveis para receber o panfleto. Neste panfleto será divulgado o descritivo da ideia com imagens dos lanches na frente e atrás um exemplar de um cardápio mensal para que já possa ser visto a diferença de variedade saudável que o aluno terá à disposição.

Também será trabalhado o marketing digital da empresa, criando página do *Instagram*, e *Facebook*, que são ferramentas de divulgação que oferecem a oportunidade de focar a tentativa de atrair novos clientes em uma região específica. A ideia também é ganhar seguidores distantes que possam ajudar com elogios e curtidas para movimentar a página e dar cada vez mais credibilidade para a empresa.

Pontuamos como ápice dentre as estratégias promocionais as parcerias com as escolas, inclusive já realizadas com os colégios Santana, Estrela do Saber e Cantinho Feliz. Com isso, as escolas ganham por poder divulgar um serviço que muito agrega aos pais que precisam desta facilidade e também passam a receber um percentual de 10% do valor fechado de cada aluno de sua determinada escola.

Neste acordo a escola dá liberdade do envio de *folders* dentro das agendas e além disso de participar das reuniões de pais podendo fazer uma divulgação direta. Serão desenvolvidos *banners* da parceria para exposição em dias de reuniões e isso encurta a comunicação para que possam tirar todas as dúvidas dos pais.

Além disso, dentro destes dias serão distribuídas experimentações para que a qualidade seja demonstrada de forma mais contundente, podendo serem distribuídos lanches gostosos e de baixo custo para além de fazer o melhor do marketing, não haver gastos altos para termos essa divulgação. Esse contato mais próximo será o mais atrativo e com certeza o que haverá maior retorno para nossos negócios.

Por fim, para os clientes que mantiverem os filhos nas colônias de férias terão como incentivo 10% de desconto no valor do lanche, sendo que 5% será concedido

pelo Panela de Mãe e os outros 5% fica acordado com as escolas de abater em sua comissão. Isso ajudará ambos os lados a incentivar a participação do seu filho nas colônias de férias, aumentando o número de alunos.

## **5. PLANO OPERACIONAL**

Sabendo que o Plano Operacional é a formalização dos objetivos, e procedimentos que Panela de Mãe deverá seguir para concretizar seus objetivos, foi delineado os seguintes processos:

### **5.1 PROCESSO DE CONTATO**

Será necessário apresentar o negócio aos clientes potenciais e tirar todas as dúvidas de forma mais clara e educada possível, trazendo assim uma curiosidade e atração de interessados no fornecimento de lanches. As apresentações vão ocorrer em mídias sociais, panfletagem no início e com degustações para melhor apresentação da qualidade oferecida. Para escolas parceiras haverá acesso para demonstrar o trabalho nas reuniões de pais e divulgações mensais nas agendas das crianças.

### **5.2 PROCESSO DE CONTRATAÇÃO**

Momento de envio da ficha de análise alimentar da criança junto a assinatura da contratação do fornecimento de lanches nos turnos solicitados pelos pais. Neste momento também será definida a forma de pagamento, sendo que o mesmo deve ocorrer antes do início do fornecimento dos lanches de seu pacote.

### **5.3 PROCESSO DE PRODUÇÃO**

O horário produtivo será no intervalo entre 07:00 h e 17:00 h de todos os dias, quando toda logística produtiva será definida neste período para que os lanches estejam aptos a entrega nos intervalos das escolas. Neste espaço de tempo acontecerão as produções de produtos caseiros como pães de queijo e sucos e todos os lanches serão devidamente embalados para entrega. Também precisará

ser bem definido os momentos de saídas para compras e recepções de produtos de produção, assim como a dedicação com limpeza e organização do ambiente para facilitar o trabalho e torná-lo sempre agradável e saudável.

#### 5.4 PROCESSO DE ENTREGA

O transporte será feito por uma van escolar que já trabalha com alunos das escolas da região. Devido durante os intervalos de aula a van ter tempo disponível o mesmo fez um acordo de pegar os lanches 20 minutos antes do primeiro intervalo escolar de cada turno. O mesmo receberá os lanches em suas devidas embalagens etiquetadas com nome da escola, aluno e turma onde passará deixando-os com os recepcionistas responsáveis de cada instituição para entrega ao aluno correspondente. A rota de entrega não passará de 30 minutos devido à proximidade entre as escolas facilitando a logística de entrega.

#### 5.5 PROCESSO ADMINISTRATIVO

É preciso separar diariamente ao menos uma hora para balanço de gastos e separação de recibos e notas fiscais necessárias. As escolas parceiras receberão mensalmente relatórios de alunos que recebem lanches acompanhados do valor percentual no qual tem direito no acordo de parceria. Já os pais sempre receberão recibos de pagamento após efetuar quitação do valor do pacote contratado.

#### 5.6 PROCESSO DE CONTROLE DE QUALIDADE

Haverá contatos cotidianos com os pais para saber como estão as aceitações das crianças além de busca de contato com os professores e instrutores das escolas para ver o comportamento das crianças na hora da alimentação. Isso ajudará a sempre termos as adaptações necessárias com as rejeições a alimentos e também ganharemos opções quando houver aceitações com novas opções do cardápio.

### **6. PLANO FINANCEIRO**

Será descrito uma projeção na qual se considera os dois primeiros anos de negócio trabalhando em um padrão considerado compatível com a capacidade do negócio em conseguir clientes e manter o faturamento para seguir como MEI. As projeções seguem conforme tabelas exibidas:

**TABELA 4 - Investimentos iniciais do negócio**

| <b>Descrição</b>                 | <b>Valor</b>        |
|----------------------------------|---------------------|
| 1. Estudo de mercado             | -----               |
| 2. Registro de marcas e patentes | R\$142,00           |
| 3. Honorários                    | -----               |
| 4. Registro da Empresa           | R\$47,00            |
| 5. Máquinas e Equipamentos       | R\$3.750,00         |
| 6. Móveis / Utensílios           | R\$3.380,00         |
| 7. Capital de giro               | R\$3.000,00         |
| 8. Marketing                     | R\$1.200,00         |
| <b>9. Total</b>                  | <b>R\$11.519,00</b> |

Fonte: Elaboração própria.

**TABELA 5 - Fonte de recursos**

| <b>VALOR TOTAL</b> | <b>RECURSOS PRÓPRIOS (%)</b> | <b>RECURSOS DE TERCEIROS (%)</b> | <b>REINVESTIMENTO (%)</b> |
|--------------------|------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| R\$11.519,00       | 100                          | 0                                | 0                         |

Fonte: Elaboração própria.

**TABELA 6 - Custo médio unitário por lanche**

| <b>MATERIAL</b> | <b>CUSTO DIÁRIO</b> | <b>CUSTO MENSAL</b> |
|-----------------|---------------------|---------------------|
| EMBALAGENS      | R\$ 1,05            | R\$ 23,10           |
| SUCO            | R\$ 0,70            | R\$ 15,40           |
| FRUTA           | R\$ 1,20            | R\$ 26,40           |
| LANCHE DO DIA   | R\$ 1,50            | R\$ 33,00           |
| <b>TOTAL</b>    | <b>R\$ 4,45</b>     | <b>R\$ 97,90</b>    |

Fonte: Elaboração própria.

Considerado média de 22 dias úteis mensalmente.

**TABELA 7 - Cálculo de depreciação**

| <b>ATIVOS FIXOS</b>     | <b>VALOR DO BEM</b> | <b>VIDA ÚTIL EM ANOS</b> | <b>DEPRECIÇÃO ANUAL</b> | <b>DEPRECIÇÃO MENSAL</b> |
|-------------------------|---------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| MAQUINAS E EQUIPAMENTOS | R\$ 3.750,00        | 1000%                    | 375                     | R\$ 37,50                |
| MÓVEIS E UTENSÍLIOS     | R\$ 3.380,00        | 1000%                    | 338                     | R\$ 33,80                |

Fonte: Elaboração própria.

Utilizamos a tabela de estudo de depreciação fornecida por Lopes (2019), onde na mesma existe a clara identificação de cada item e seu percentual de depreciação a ser calculada. Conforme nossa tabela 6, identificamos nossos cálculos considerando os seguintes itens utilizados pela empresa:

Máquinas e equipamentos:

- Fogão com bom forno;
- Geladeira;
- Freezer Vertical Médio;
- Extrator de Suco;
- Liquidificador;
- Miniprocessador;
- Notebook.

Móveis e utensílios:

- Mesa;
- Balcão;
- Armário;
- Vasilhas, talheres, tabuleiros, caixas organizadoras, painelas.

**Tabela 8 - Custo fixo mensal dos 2 primeiros anos**

| <b>DESCRIÇÃO</b> | <b>CUSTO</b> |
|------------------|--------------|
|------------------|--------------|

|                        |            |                 |
|------------------------|------------|-----------------|
| ALUGUEL + IPTU         | R\$        | 500,00          |
| ENERGIA ELÉTRICA       | R\$        | 90,00           |
| GÁS                    | R\$        | 35,00           |
| TELEFONE/INTERNET      | R\$        | 55,00           |
| PRÓ-LABORE             | R\$        | 1.000,00        |
| MATERIAL DE LIMPEZA    | R\$        | 50,00           |
| MATERIAL DE ESCRITÓRIO | R\$        | 50,00           |
| TERCEIROS              | R\$        | 200,00          |
| RESERVA                | R\$        | 120,00          |
| IMPOSTOS               | R\$        | 49,00           |
| DEPRECIAÇÃO            | R\$        | 71,30           |
| <b>TOTAL</b>           | <b>R\$</b> | <b>2.220,30</b> |

Fonte: Elaboração própria.

**TABELA 9** - Projeção de custo variável 2 primeiros anos

| <b>MÊS</b>   | <b>Nº DE LANCHES</b> | <b>VALOR</b>         |
|--------------|----------------------|----------------------|
| JANEIRO      | 15                   | R\$ 1.468,50         |
| FEVEREIRO    | 42                   | R\$ 4.111,80         |
| MARÇO        | 42                   | R\$ 4.111,80         |
| ABRIL        | 42                   | R\$ 4.111,80         |
| MAIO         | 42                   | R\$ 4.111,80         |
| JUNHO        | 42                   | R\$ 4.111,80         |
| JULHO        | 15                   | R\$ 1.468,50         |
| AGOSTO       | 42                   | R\$ 4.111,80         |
| SETEMBRO     | 42                   | R\$ 4.111,80         |
| OUTUBRO      | 42                   | R\$ 4.111,80         |
| NOVEMBRO     | 42                   | R\$ 4.111,80         |
| DEZEMBRO     | 15                   | R\$ 1.468,50         |
| <b>TOTAL</b> | <b>423</b>           | <b>R\$ 41.411,70</b> |

Fonte: Elaboração própria.

\*Considerado média de 22 dias úteis e cada lanche R\$97,90 de custo mensal

**TABELA 10** - Projeção de receita dos 2 primeiros anos

| <b>MÊS</b>   | <b>Nº<br/>LANCHES</b> | <b>DE VALOR</b>      |
|--------------|-----------------------|----------------------|
| JANEIRO      | 15                    | R\$ 2.700,00         |
| FEVEREIRO    | 42                    | R\$ 7.560,00         |
| MARÇO        | 42                    | R\$ 7.560,00         |
| ABRIL        | 42                    | R\$ 7.560,00         |
| MAIO         | 42                    | R\$ 7.560,00         |
| JUNHO        | 42                    | R\$ 7.560,00         |
| JULHO        | 15                    | R\$ 2.700,00         |
| AGOSTO       | 42                    | R\$ 7.560,00         |
| SETEMBRO     | 42                    | R\$ 7.560,00         |
| OUTUBRO      | 42                    | R\$ 7.560,00         |
| NOVEMBRO     | 42                    | R\$ 7.560,00         |
| DEZEMBRO     | 15                    | R\$ 2.700,00         |
| <b>TOTAL</b> | <b>423</b>            | <b>R\$ 76.140,00</b> |

Fonte: Elaboração própria.

Considerado média de 22 dias úteis e média de receita por lanche de R\$180,00 mensalmente

**TABELA 11 - Demonstrativo de resultado anual**

| <b>DESCRIÇÃO</b>         | <b>VALOR</b>        |
|--------------------------|---------------------|
| RECEITA TOTAL COM VENDAS | R\$ 76.140,00       |
| CUSTO FIXO TOTAL (-)     | R\$ 26.643,60       |
| CUSTO VARIÁVEL TOTAL (-) | R\$ 41.411,70       |
| <b>LUCRO LÍQUIDO</b>     | <b>R\$ 8.084,70</b> |

Fonte: Elaboração própria.

**TABELA 12 - Indicadores de viabilidade**

| <b>INDICADORES</b>               | <b>ANO 1</b>  |
|----------------------------------|---------------|
| PONTO DE EQUILÍBRIO              | R\$ 57.866,40 |
| PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO | 18            |

Fonte: Elaboração própria.

Lopes (2019) em sua ideia de modelo de plano de negócios orienta o cálculo de dois indicadores (tabela 11) para se ter uma melhor confirmação de viabilidade:

- Ponto de equilíbrio: Corresponde o valor de faturamento necessário para que a empresa possa cobrir todos seus custos tendo um lucro

operacional igual a zero. No caso calculamos os custos fixos dividindo sobre a margem de contribuição para encontrar o valor de R\$57.866,40 como o ponto de equilíbrio da empresa.

- Tempo de retorno: Também conhecido como *Payback*, calcula-se o investimento inicial dividindo sobre o lucro obtido no ano e por fim multiplica-se o resultado por 12 para encontrar o resultado final. Para o caso do plano atual o tempo de retorno encontrado foi de 18 meses.

## 7. PROJEÇÕES FUTURAS

Para análise tem-se que verificar a trajetória do negócio, quais as ações desenvolvidas para o seu funcionamento e quais as expectativas para o futuro.

### 7.1- ANÁLISE PARA CRESCIMENTO

A capacidade produtiva do trabalho individual é de 50 lanches, porém pensando em parte contábil nos primeiros 2 anos vamos optar em limitar nos 42 lanches para evitar alteração de Microempreendedor para Microempresa e no caso precisaria terceirizar a contabilidade. Outro detalhe a se pensar é que se calcula no mínimo 65 lanches para viabilizar uma contratação de funcionário auxiliar.

Para conseguir manter o controle e poder tomar a decisão de mudança na hora certa, será criada uma lista de espera para os clientes que quiserem vagas e não for possível atender. Com isso teremos sempre novos clientes quando algum sair e completando a lista dos 23 complementares para mudanças, poderemos fazer isso de forma planejada. Na atual circunstância o retorno do investimento está em um prazo de 18 meses, podendo não haver pressa de crescimento, salvo no caso de um número de procura que supere as expectativas. Então será projetado esse crescimento para o terceiro ano de trabalho e vamos manter o faturamento projetado para o segundo ano.

### 7.2- NÚMEROS PARA O TERCEIRO ANO

**TABELA 13 - Custos variáveis**

| MÊS          | Nº DE LANCHES | VALOR                |
|--------------|---------------|----------------------|
| JANEIRO      | 22            | R\$ 2.153,80         |
| FEVEREIRO    | 65            | R\$ 6.363,50         |
| MARÇO        | 65            | R\$ 6.363,50         |
| ABRIL        | 65            | R\$ 6.363,50         |
| MAIO         | 65            | R\$ 6.363,50         |
| JUNHO        | 65            | R\$ 6.363,50         |
| JULHO        | 22            | R\$ 2.153,80         |
| AGOSTO       | 65            | R\$ 6.363,50         |
| SETEMBRO     | 65            | R\$ 6.363,50         |
| OUTUBRO      | 65            | R\$ 6.363,50         |
| NOVEMBRO     | 65            | R\$ 6.363,50         |
| DEZEMBRO     | 22            | R\$ 2.153,80         |
| <b>TOTAL</b> | <b>651</b>    | <b>R\$ 63.732,90</b> |

Fonte: Elaboração própria.

### 7.3 CUSTOS

**TABELA 14 - Custos fixos**

| DESCRIÇÃO              | CUSTO                |
|------------------------|----------------------|
| ALUGUEL + IPTU         | R\$ 500,00           |
| ENERGIA ELÉTRICA       | R\$ 110,00           |
| GÁS                    | R\$ 70,00            |
| TELEFONE/INTERNET      | R\$ 55,00            |
| PRÓ-LABORE             | R\$ 1.200,00         |
| MATERIAL DE LIMPEZA    | R\$ 80,00            |
| MATERIAL DE ESCRITÓRIO | R\$ 70,00            |
| TERCEIROS              | R\$ 200,00           |
| CONTRATADO             | R\$ 1.400,00         |
| IMPOSTOS               | R\$ 100,00           |
| DEPRECIÇÃO             | R\$ 71,30            |
| <b>TOTAL MENSAL</b>    | <b>R\$ 3.856,30</b>  |
| <b>TOTAL ANUAL</b>     | <b>R\$ 46.275,60</b> |

Fonte: Elaboração própria.

### 7.4 FATURAMENTO

**TABELA 15 - Faturamento**

| <b>MÊS</b>   | <b>Nº<br/>LANCHES</b> | <b>DE VALOR</b>       |
|--------------|-----------------------|-----------------------|
| JANEIRO      | 22                    | R\$ 3.960,00          |
| FEVEREIRO    | 65                    | R\$ 11.700,00         |
| MARÇO        | 65                    | R\$ 11.700,00         |
| ABRIL        | 65                    | R\$ 11.700,00         |
| MAIO         | 65                    | R\$ 11.700,00         |
| JUNHO        | 65                    | R\$ 11.700,00         |
| JULHO        | 22                    | R\$ 3.960,00          |
| AGOSTO       | 65                    | R\$ 11.700,00         |
| SETEMBRO     | 65                    | R\$ 11.700,00         |
| OUTUBRO      | 65                    | R\$ 11.700,00         |
| NOVEMBRO     | 65                    | R\$ 11.700,00         |
| DEZEMBRO     | 22                    | R\$ 3.960,00          |
| <b>TOTAL</b> | <b>651</b>            | <b>R\$ 117.180,00</b> |

Fonte: Elaboração própria.

## 7.5 BALANÇO FINAL

**TABELA 16 – Balanço Final**

| <b>DESCRIÇÃO</b>         | <b>VALOR</b>        |
|--------------------------|---------------------|
| RECEITA TOTAL COM VENDAS | R\$ 117.180,00      |
| CUSTO FIXO TOTAL (-)     | R\$ 46.275,60       |
| CUSTO VARIÁVEL TOTAL (-) | R\$ 63.732,90       |
| <b>LUCRO LÍQUIDO</b>     | <b>R\$ 7.171,50</b> |

Fonte: Elaboração própria.

## 7.6- ANÁLISE DE RESULTADOS

Com a projeção dos 65 lanches e a contratação de um novo funcionário ainda é possível manter lucro líquido anual. E apesar de o valor de lucro líquido ter sido um pouco abaixo comparado aos anos anteriores, fizemos uma projeção de aumento do pró labore para que o investidor passe a ter um valor de retorno próprio maior.

A ideia é chegar aos 120 lanches com crescimentos controlados durante os anos para assim chegar a um resultado financeiro interessante e podendo colocar

um pró labora na faixa de R\$2.000,00 e mantendo lucratividade dos negócios para seguir investindo.

## **8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA**

### **8.1- ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A**

A matriz FOFA é uma ferramenta estratégica utilizada para aprofundar-se em pontos importantes da organização, identificando suas forças e fraquezas internas e analisando oportunidades e ameaças externas que influenciam em seu desenvolvimento. Esta matriz iniciou-se em discussões da administração na década de 60 e até os dias atuais tem papel importante para quem deseja fazer uma análise mais assertiva dos melhores caminhos a seguir.

Conforme orienta o SEBRAE (2019) sobre a matriz, é possível priorizar atuações e tomar decisões mais coerentes minimizando risco de perdas e ajudando o objetivo de organização e crescimento que a empresa tem. Essa análise ajuda muito empresa já em andamento a melhorar sua representatividade no mercado, e pode ser aplicado para o Painel de Mãe *Kid's* para sua projeção de crescimento nesses primeiros anos, além de ser importante repetir ao longo dos próximos anos também.

Toda decisão tomada precisa ter um embasamento criterioso e contundente para que possa haver resultado. Estamos lidando com uma ferramenta que precisa estar sempre atualizada, para assim podermos nos prevenir de percalços que podemos encontrar no caminho e conseguirmos com mais clareza e dinamismo mostrar nossos diferenciais e atrativos que vão trazer os resultados esperados.

É fundamental entender o comportamento do mercado em frente ao negócio proposto, para assim saber como sua ideia de fato se encaixa dentro do objetivo traçado para alcançar. As pessoas mudam, o mercado muda e a cada dia que se passa novas ideias surgem. Passamos a aprender a trabalhar com concorrentes diretos e indiretos, além de cada vez mais diversificada ser a necessidade e exigência do cliente. Vamos fazer uma análise dentro do nosso negócio para que possamos assim ter melhor engajamento e direcionamento de nossa estratégia de entrada no mercado.

## 8.2- OPORTUNIDADES

- Falta de alimentação saudável oferecida pelas escolas;
- Falta de tempo dos pais para poderem montar os lanches dos seus filhos;
- Ausência de concorrência direta na região de trabalho;
- Muitas opções de colégios com clientes em potencial na região, sendo selecionados 9 para focarmos inicialmente.

## 8.3- AMEAÇAS

- Baixo poder monetário de alguns pais,
- Receio de algumas escolas em fazer a parceria
- Alto custo de produtos na região sendo necessário pesquisar antes de comprar.

## 8.4- PONTOS FORTES

- Produção própria de grande parte dos lanches aumentando a qualidade, facilidade de rota de entrega;
- Fornecedores próximos sendo alguns com entrega e baixo investimento inicial;
- Vantagem competitiva pelo pioneirismo no segmento nesta região.

## 8.5- PONTOS FRACOS

- Falta de conhecimento em gestão da proprietária;
- Falta de um funcionário que faz a proprietária assumir o risco de não ter lanche em um imprevisto por não haver suplente;
- Espaço interno pequeno para buscar grandes expansões.

## 9. CONCLUSÃO

Com a avaliação do plano, foi possível viabilizar e planejar o negócio deixando de ser residencial e formalizando para que seja desenvolvido da forma

correta. O fato do proprietário possuir o valor de investimento sem necessidade de financiamentos, ajuda a viabilizar o negócio e também pelo fato de ter um retorno em um curto prazo, pode usar a opção de financiamentos para um crescimento futuro. O crescimento da marca poderá abrir oportunidades para tentar desenvolver novas opções rentáveis dentro do próprio negócio.

Uma vez que os clientes pagam inicialmente para poder haver o fornecimento dos lanches, ou seja, o lanche só é entregue com prévio pagamento, fica muito bem orientada a proprietária que seu capital de giro é por segurança própria, mas os recebimentos conforme acordados com quem contrata o serviço facilita seu planejamento e precisa ser mantido desta forma para que consiga trabalhar sempre com segurança e ainda ajude seu poder de barganha, já que além da quantidade o valor poder ser pago sempre a vista no momento da compra.

Com isso, será feito o investimento inicial de R\$11.519,00 com recurso próprio, podendo no prazo de 18 meses já ter o retorno do investimento e posteriormente podendo pensar em novos investimentos. Neste caso esse período também servirá para conseguir acostumar-se com a rotina aliada a administração do negócio para que possa então no terceiro ano conforme previsto começar a expandir.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMBRÓSIO, V. Plano de Marketing. **Um roteiro para a ação**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto, **Teoria Geral da Administração**, 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011

EDUCA MAIS BRASIL, **Ensino integral: saiba melhor como ele funciona**.

Disponível em: <<https://g1.globo.com/especial-publicitario/educa-mais-brasil/estudar-para-transformar/noticia/ensino-integral-saiba-melhor-como-ele-funciona.ghtml>>

Acesso em: 28 de novembro de 2019.

GUILGEN, Gilton; MASSUDA, Cadri. **Percentual de crianças e adolescentes obesos aumentou 10 vezes**. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/pr/parana/especial-publicitario/clinipam/guia-da-saude/noticia/2019/05/27/percentual-de-criancas-e-adolescentes-obesos-aumentou-10-vezes.ghtml>> Acesso em: 28 de novembro de 2019.

LOPES, Victor. **Modelo de Plano de Negócio**. Disponível em: [https://www.academia.edu/32802366/Mod\\_plano\\_negocio](https://www.academia.edu/32802366/Mod_plano_negocio). Acesso em: 02/12/2019.

PORTER, M. **Competição: estratégias competitivas essenciais**. 9. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SEBRAE NACIONAL, **Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio**. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em: 28 de novembro de 2019.

SEBRAE NACIONAL **Use a matriz F.O.F.A. para corrigir deficiências e melhorar a empresa**. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/use-a-matriz-fofa-para-corriger-deficiencias-e-melhorar-a-empresa,9cd2798be83ea410VgnVCM2000003c74010aRCRD>> Acesso em: 28 de novembro de 2019.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS. **DIRETRIZES PARA NORMALIZAÇÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS DA UFMG**: trabalhos de conclusão de curso, monografias de especialização, dissertações e teses. Belo Horizonte. 2019. 79 p. Disponível em:

<<https://repositorio.ufmg.br/static/politica/diretrizes-para-normalizacao-de-trabalhos-academicos-da-UFMG.pdf>> Acesso em: 01 de dezembro de 2019.

## ANEXO 1 - Ficha Panela de Mãe



**Panela de Mãe** oferece lanches, compostos por diversos alimentos saudáveis, como sucos naturais, frutas, bolos caseiros, pães de queijo caseiro, sanduíches, dentre outros.

- Todos os lanches são preparados diariamente de forma artesanal e com ingredientes selecionados.
- Todas as frutas são de qualidade, higienizadas, servidas *in-natura*, prontas para comer.
- Os lanches são entregues em materiais descartáveis para maior segurança dos pequenos,
- A entrega é feita diariamente nas escolas todos os dias letivos do mês no horário marcado pela escola.

Peço que por gentileza confira nosso cardápio de 2019 e aponte algum item caso a criança não goste, para que seja feita adaptações.

Seu filho é alérgico a algum item do cardápio? Sim ( ) não ( )  
Se sim, qual? \_\_\_\_\_

**Cite lanches que não estão no cardápio e gostaria que fosse incluso.**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Nossa data de recebimento da mensalidade é sempre dia 07 de cada mês com tolerância até dia 10 de cada mês.**

**Após dia 10 enviaremos mensagem ao responsável, caso não haja manifestação o lanche é automaticamente suspenso até manifestação dos pais.**

**Pedimos compreensão neste quesito, pois, é a data de fechamento com nossos fornecedores.**

**Estamos à disposição para quaisquer observações referente ao lanche ou alteração da data de pagamento caso a data mencionada não seja a data ideal para você.**

**Marque a forma de pagamento escolhida:**

- ( ) depósito em conta ou transferência bancária ( ) cartões de crédito ou débito  
( ) na secretaria escolar (para escolas parceiras) ( ) DH - pagamento em mãos ( ) boleto bancário

\* Caso ocorra algum imprevisto, e a criança não vá à escola, ofertamos que o valor correspondente ao lanche daquele dia se converta em crédito a ser utilizado na "Panela de Mãe" (verifique nosso cardápio).

Para tal, é imprescindível que a comunicação ocorra:

Se seu filho estuda de manhã, comunicar até às 18h do dia anterior.

Se seu filho estuda de tarde, comunicar no dia anterior ou até às 9h do dia.

Comunicações fora deste horário não serão creditadas, mas o lanche do dia ficará à disposição para retirada.

**Nesse espaço cite alguma observação caso deseje.**

\_\_\_\_\_

Nome da criança: \_\_\_\_\_ Data de nascimento: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Endereço: \_\_\_\_\_

Escola: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Horário escolar: \_\_\_\_\_

Contatos dos responsáveis: \_\_\_\_\_

Contagem, \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de \_\_\_\_

Assinatura do responsável

Eliana Marques de Sousa - Panela de Mãe

## ANEXO 2 - Ficha Painel de Mãe, cardápio.



Para melhorar nosso trabalho, e atender melhor nossas crianças, estamos sempre preocupados em saber o que mais os agrada.

Pedimos que, por gentileza **marque os lanches que sua criança não coma**, para que sejam feitas as adaptações.

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> pão de queijo caseiro                            | <input type="checkbox"/> suco de morango              |
| <input type="checkbox"/> suco de laranja                                  | <input type="checkbox"/> suco de abacaxi              |
| <input type="checkbox"/> bolo de laranja                                  | <input type="checkbox"/> suco de laranja com morango  |
| <input type="checkbox"/> requeijão  | <input type="checkbox"/> suco de maracujá             |
| <input type="checkbox"/> presunto   | <input type="checkbox"/> suco de limão                |
| <input type="checkbox"/> mussarela  | <input type="checkbox"/> iogurte de morango           |
| <input type="checkbox"/> queijo minas                                     | <input type="checkbox"/> suco de laranja com maracujá |
| <input type="checkbox"/> peito de peru defumado                           | <input type="checkbox"/> suco de manga                |
| <input type="checkbox"/> mini cachorro quente                             | <input type="checkbox"/> suco de laranja com acerola  |
| <input type="checkbox"/> biscoito de polvilho                             | <input type="checkbox"/> suco de caju                 |
| <input type="checkbox"/> pão de forma                                     | <input type="checkbox"/> suco de laranja com cenoura  |
| <input type="checkbox"/> biscoito escaldado                               | <input type="checkbox"/> suco de goiaba               |
| <input type="checkbox"/> bolo de mexerica                                 |   |
| <input type="checkbox"/> leite fermentado                                 |   |
| <input type="checkbox"/> bolo de nutritivo (laranja, cenoura e beterraba) |   |
| <input type="checkbox"/> esfiha de frango                                 |   |
| <input type="checkbox"/> empada   | <input type="checkbox"/> maçã                         |
| <input type="checkbox"/> lanchinho assado de frango                       | <input type="checkbox"/> laranja                      |
| <input type="checkbox"/> pastel assado de frango                          | <input type="checkbox"/> mexerica                     |
| <input type="checkbox"/> pastel assado de carne                           | <input type="checkbox"/> banana                       |
| <input type="checkbox"/> kibe assado                                      |   |
| <input type="checkbox"/> roscas caseiras de nata                          |   |
| <input type="checkbox"/> mini hambúrguer caseiro com pão de batata        |   |
| <input type="checkbox"/> pão francês                                      | <input type="checkbox"/> pêra                         |
| <input type="checkbox"/> bolo de cenoura                                  | <input type="checkbox"/> uva                          |
| <input type="checkbox"/> cookies caseiros                                 | <input type="checkbox"/> mamão                        |
| <input type="checkbox"/> biscoitos de maisena                             | <input type="checkbox"/> manga                        |
| <input type="checkbox"/> biscoito de queijo caseiro                       | <input type="checkbox"/> gelatina                     |
| <input type="checkbox"/> bolo de gelatina de limão                        | <input type="checkbox"/> pudim de chocolate           |
| <input type="checkbox"/> bolo de banana                                   |   |
| <input type="checkbox"/> lanchinho assado de salsicha                     |   |
| <input type="checkbox"/> bolo de chocolate                                |   |
| <input type="checkbox"/> cobertura de chocolate                           |   |
| <input type="checkbox"/> quibe assado                                     |   |
| <input type="checkbox"/> bisnaguinha                                      |   |

**Cite lanches que não estão no cardápio e que seu filho(a) coma, para substituições.**

• Caso ocorra algum imprevisto, e a criança não vá à escola, ofertamos que o valor correspondente ao lanche daquele dia se converta em crédito a ser utilizado na "Painel de Mãe" (verifique nosso cardápio). **Para tal, é imprescindível que a comunicação ocorra:**

✓ **Se seu filho estuda de manhã, comunicar até às 18h do dia anterior.**

✓ **Se seu filho estuda de tarde, comunicar até às 9h do dia.**

Comunicações fora deste horário não serão creditadas, mas o lanche do dia ficará à disposição para retirada.

Nesse espaço cite alguma observação caso deseje: \_\_\_\_\_

Nome da criança: \_\_\_\_\_ Escola: \_\_\_\_\_

Assinatura do responsável \_\_\_\_\_

Contagem, \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de 2018.