

UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ
ÍTALO MORETTO
LUCAS RODRIGUES SALDANHA DA COSTA

LANCHONETE: ABERTURA DE UM NEGÓCIO
PRÓPRIO

Taubaté – SP
2021

**Ítalo Moretto
Lucas Rodrigues Saldanha da Costa**

**LANCHONETE: ABERTURA DE UM NEGÓCIO
PRÓPRIO**

Trabalho de Graduação, modalidade de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Gestão e Negócios da Universidade de Taubaté para obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Orientador (a): Prof. Me. Júlio Gonçalves

**Taubaté – SP
2021**

Ítalo Moretto
Lucas Rodrigues Saldanha da Costa

LANCHONETE: ABERTURA DE UM NEGÓCIO PRÓPRIO

Trabalho de Graduação, modalidade de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Gestão e Negócios da Universidade de Taubaté para obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Orientador (a): Prof. Júlio Gonçalves

Data: _____

Resultado: _____

COMISSÃO JULGADORA

Prof. _____ Universidade de Taubaté

Assinatura _____

Prof. _____ Universidade de Taubaté

Assinatura _____

Prof. _____ Universidade de Taubaté

Assinatura _____

Ficha catalográfica elaborada pelo
SIBi – Sistema Integrado de Bibliotecas / UNITAU

M845l Moretto, Italo

Lanchonete: abertura de um negócio próprio / Italo Moretto,
Lucas Rodrigues Saldanha da Costa - 2021.

40f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Departamento
de Gestão e Negócios da Universidade de Taubaté, 2021.

Orientação: Prof. Me. Julio Gonçalves, Departamento do
orientador – Gestão e Negócios.

1. Empreendedorismo. 2. Lanchonetes. 3. Criatividade nos
negócios. I. Costa, Lucas Rodrigues Saldanha da. II. Título.

658.11

AGRADECIMENTOS

Agradecimentos de Lucas Rodrigues:

Primeiramente agradecer a Deus por ter me proporcionado a desfrutar dessa nova experiência em minha vida. Agradeço também aos meus Pais Roberto Carlos e Jane Cabral por sempre me apoiarem as minhas decisões. Agradeço também meu amigo Ítalo Moretto por topar esse projeto comigo e fazer acontecer em breve. Por fim agradeço todos os professores e diretores que foram essenciais a essa caminhada de longos 4 anos, que me ensinaram muito sobre a administração e as tomadas de decisões que irei fazer em minha vida.

Agradecimentos de Ítalo Moretto:

Primeiramente gostaria de agradecer a Deus por me conceder essa experiência de gerar novos conhecimentos para a vida. Agradeço aos meus Pais Anestor Moretto e Simone Laux Moretto e familiares que sempre me apoiaram em quaisquer decisões tomadas. Agradeço também ao Meu amigo Lucas Rodrigues por fazer parte desses longos anos de amizade e de um futuro projeto. Gostaria de agradecer ao nosso mestre Júlio Cesar Gonçalves por todo ensinamento passado e a todos os professores e diretores da Unitau.

“Seja a mudança que você quer ver no mundo”. – Mahatma Gandhi

MORETTO, Ítalo e COSTA, Lucas Rodrigues Saldanha. LANCHONETE: ABERTURA DE UM NEGÓCIO PRÓPRIO 2021. Trabalho de Graduação, modalidade Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do Certificado do Título em Administração do Departamento de Gestão de Negócios da Universidade de Taubaté, Taubaté.

É fundamental e importante a aplicação das técnicas de empreendedorismo para abertura de um novo negócio próprio, no setor alimentício de lanchonete na atualidade. Tendo em vista o mercado e o comércio estar estagnado, é fundamental a abertura de novos empreendimentos com o foco no empreendedorismo. A saturação dos nichos de mercado exige empresas inovadoras, que tenham produtos e serviços diferenciados para oferecer à sociedade. As micro e pequenas empresas, atualmente, ocupam uma parcela significativa diante do desenvolvimento econômico do país, crescendo em proporções consideráveis, tanto no que tange às suas dimensões quanto em número. O objetivo principal desta pesquisa foi estudar a demanda por novos empreendimentos no distrito de Moreira César, onde não existe lanchonetes e há um público consumidor, atingir o máximo de público possível, criando fidelidade aos clientes que sempre estão passando por perto, trazendo qualidade e preço justo, para se obter a fidelidade dos clientes que sempre estarão na casa lotérica, no petshop e nos outros estabelecimentos vizinhos. A pesquisa partiu do método de pesquisa explorativa e com dados do *IBGE*, com um desenvolvimento positivo na área de empreendedorismo. Há uma oportunidade deste tipo de empreendimento no local, tendo em vista que o distrito cresceu 57,8% em 10 anos, fato que tem despertado a atenção dos empreendedores e empresários da região.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Lanchonete e Novos Negócios

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Analise Swot.....29
Tabela 2: Custos de Equipamentos.....30

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Dados do IBGE populacional.....	14
Figura 2- Dados do IBGE pirâmide etária.....	15
Figura 3- Localização do Projeto.....	16
Figura 4 - Evolução do nº de empregos por porte de estabelecimento no Brasil - anos de 2003 a 2013 (nº absolutos), MPE – Micro e Pequenas Empresas, MGE – Médias e Grandes Empresas.....	23
Figura 5- Projeto Planta Baixa Lanchonete.....	31
Figura 6- Protótipo em 3D da Lanchonete.....	32
Figura 7- Produtos a serem comercializados.....	34

SUMÁRIO

RESUMO.....	07
LISTA DE TABELAS.....	08
LISTA DE FIGURAS.....	09
SUMÁRIO.....	10
1 INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Tema do trabalho.....	12
1.2 Objetivo do trabalho.....	12
1.2.1 Objetivo Geral.....	12
1.2.2 Objetivos Específicos.....	12
1.3 Problema.....	13
1.4 Relevância do Estudo.....	13
1.5 Delimitação do estudo.....	14
1.6 Metodologia.....	16
1.7 Organização do Trabalho.....	17
2 REVISÃO DE LITERATURA.....	18
2.1 Micro Empresa.....	18
2.2 Perfil do Empreendedor.....	20
2.3 Panorama das Micro e pequenas Empresas Brasileiras.....	22
2.4 A Gestão na Sobrevivência das micro e pequenas empresas.....	24
2.5 O Conhecimento do Empreendedor x A Prática Empreendedora.....	25
3. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA.....	28
3.1 Detalhamento e especificidade do tema.....	28
4. RESULTADOS.....	35
4.1 Análise da pesquisa (Ou Discussão).....	35
5. CONCLUSÕES	37
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	39

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos os pequenos negócios, em nosso país, têm crescido de forma acelerada e abarcado importantes nichos do mercado. Dada à importância deste seguimento no Brasil, tanto no desenvolvimento econômico como no social, convencionou-se uma denominação própria para os empreendimentos de menor porte: microempresas e empresas de pequeno porte, ou ainda, *MPEs (micro e pequenas empresas)*.

As micro e pequenas empresas, atualmente, ocupam uma parcela significativa diante do desenvolvimento econômico do país, crescendo em proporções consideráveis, tanto no que tange às suas dimensões quanto em número, e, conseqüentemente, este índice igualmente compreende um percentual de mortalidade financeira relevante, o que demonstra que uma gestão inadequada deste tipo de empreendimento indubitavelmente apresentará conseqüências negativas à organização.

De tal modo, para a concretização desta pesquisa utilizar-se-á como procedimento metodológico explorativo de uma pesquisa do *IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)* que foram utilizado a análise qualitativa e quantitativa de informações referentes à temática com seus pressupostos teóricos, onde a metodologia que será empregada consistirá em uma pesquisa relacionada a necessidade da população.

Para Silva e Horta (2021) o *IBGE* aponta um grande crescimento populacional no distrito de Moreira Cesar que fica em Pindamonhangaba, interior de São Paulo. Os números que chamaram a atenção do projeto foram que em 2010 a população de Moreira Cesar era de 38.138 mil habitantes no município, e em 2020 esse número saltou para 60.000 mil habitantes, que representa um crescimento de 63,5%, um número muito expressivo para que chamasse a atenção do desenvolvimento do projeto.

Contudo, é importante observar que, ao se iniciar um novo negócio, consideráveis riscos e esforços estão envolvidos, para que seja superada a comodidade contra a criação de algo novo. No entanto, para se criar e desenvolver uma nova organização, o empresário de pequeno porte assume a responsabilidade e os riscos pelo desenvolvimento e sobrevivência da criação além de lidar com novos desafios.

1.1 TEMA DO TRABALHO

Esse trabalho consta a abertura de um empreendimento e a realização pessoal de dois amigos, que viram uma oportunidade de abrir uma lanchonete em um bairro onde a necessidade de uma lanchonete para as pessoas que circulam nas redondezas.

A ideia surgiu através de uma pesquisa observada sobre a necessidade de um empreendimento novo nessa região e que vá proporcionar benefícios as pessoas. Nesse local projetado a nossa lanchonete será bem localizada, pois as redondezas há um grande fluxo de pessoas que estão sempre na casa lotérica, ao petshop, a barbearia, a salão de estética e outros comércios que não tem por perto um estabelecimento que irá fornecer alimentos, como: salgados, refrigerantes, sucos, bolos, lanches, sorvete e outros.

1.2 OBJETIVO DO TRABALHO

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo é estudar a falta desse novo empreendimento no distrito de Moreira César, aonde está em falta uma lanchonete e que tem público para consumir. Atingir o máximo de público possível, criando fidelidade aos clientes que sempre estão passando por perto, trazendo qualidade e bom preço. tendo como objetivo a fidelidade dos clientes que sempre estarão na casa lotérica, no petshop e nos outros estabelecimentos vizinhos.

Essa idealização será consta principalmente em função do aprendizado já adquirido do Ítalo Moretto que já trabalha no ramo alimentício, junto com a ajuda e auxílio do orientador de conclusão de curso.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Mostrar a importância e as vantagens da abertura de um negócio
- Discorrer sobre os desafios para implantar um empreendimento
- Abrir a lanchonete em um lugar estratégico aonde não possui um negócio semelhante e trazer a grande clientela que circula nas redondezas.

1.3 PROBLEMA

O grande Problema é que na região não tem um estabelecimento que irá proporcionar alimentos rápido e que irá atender a necessidade dos comerciantes locais e a todo tipo de público que circula na redondeza.

1.4 RELEVÂNCIA DO ESTUDO

Nesse trabalho de conclusão de curso será proposto um novo empreendimento, que será a lanchonete. A abertura da lanchonete será feita no município de Pindamonhangaba.

A justificativa para o novo empreendimento é a oportunidade observada no local, e que um integrante já do ramo tem conhecimento do assunto. O motivo da criação da lanchonete em Moreira Cesar, localizado no bairro Terra dos Ipês II, foram baseadas em uma pesquisa do *IBGE* no ano de 2010 e com estimativa para o ano de 2020, que analisou-se um crescimento significativo para o local que irá ser sediado a lanchonete.

No ano de 2010 o *IBGE* calculou que havia 146.995 mil pessoas residentes em Pindamonhangaba. Já em Moreira César que é distrito de Pindamonhangaba esse número foi de 38.138 mil habitante.

Para Santos e Lima (2018) Dada a representatividade das micro e pequenas empresas, é necessário discutir a gestão e abertura de novos negócios e discutir as causas do sucesso e mortalidade das MPEs. No momento do seu fechamento, segundo o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). está relacionado a fatores de gestão como o melhor planejamento e a questão do fluxo de caixa.

É imprescindível que os dirigentes e proprietários de Micro e Pequenos Negócios vejam a utilidade da adoção de melhorias nos seus processos de gestão, com o objetivo de desenvolver competências para aumentar as oportunidades competitivas, uma vez que a sobrevivência da empresa no mercado dependerá da capacidade e competência. gerentes têm. deve gerir a empresa e também tomar decisões corretas, portanto, a necessidade das MPEs buscarem um diferencial e descobrirem melhores meios e sistemas de gestão de processos, para que possam se manter no mercado, pois também sofrem o impacto de enorme competitividade e mudanças constantes. (SILVA; HORTA, 2021).

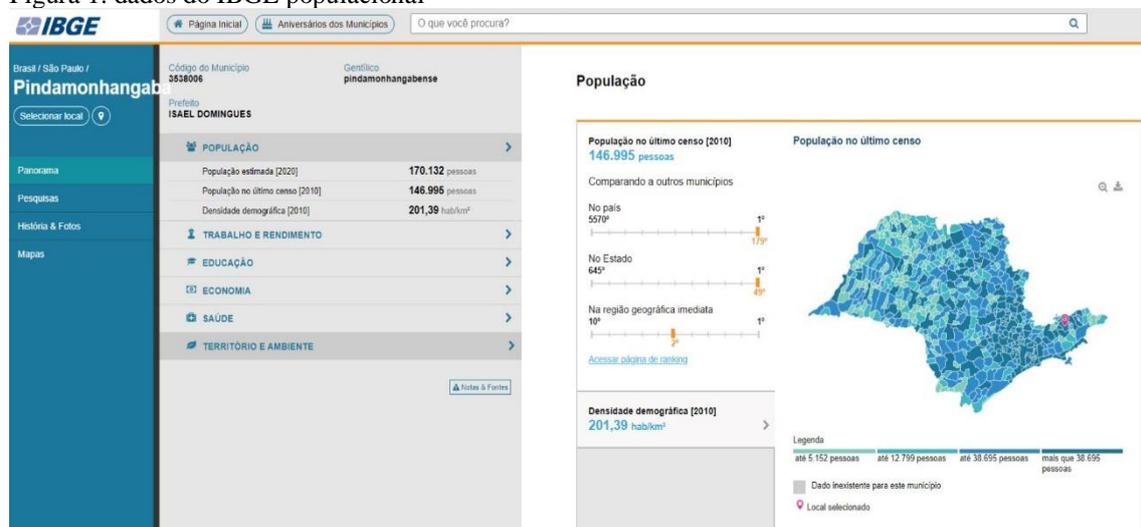
Para Pinheiro e Neto (2019) As micro e pequenas empresas respondem por 99% das fábricas que operam no Brasil, sendo um vetor importante no desenvolvimento econômico do país, atualmente acredita-se que as pequenas empresas contribuem efetivamente para a geração de renda e emprego no país, ao mesmo tempo o tempo experimenta o paradoxo da baixa perpetuidade. Motivação.

1.5 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

No ano de 2020 o Censo do *IBGE* estimou que o número de moradores de Pindamonhangaba seria de 170.132 mil habitantes e em Moreira Cesar atingiu mais de 60.000 mil habitantes. Comparamos o crescimento de 2010 e 2020 entre Pindamonhangaba e Moreira Cesar, o crescimento de 2010 a 2020 de Pindamonhangaba foram de 15,6% enquanto Moreira Cesar obteve um crescimento de 57,8%.

O distrito de Moreira César está localizado na região leste da cidade, e possuía quase 40 mil habitantes segundo o último censo demográfico. É considerado um dos maiores distritos do interior do estado de São Paulo, sendo maior inclusive que os municípios vizinhos de Potim e Roseira, além de ter uma economia maior que a média das cidades brasileiras, apesar de não ser um município. Por essa mesma condição, o distrito possui uma subprefeitura. (dados do *IBGE* de 2010). Conforme a Figura 1 a seguir.

Figura 1: dados do IBGE populacional

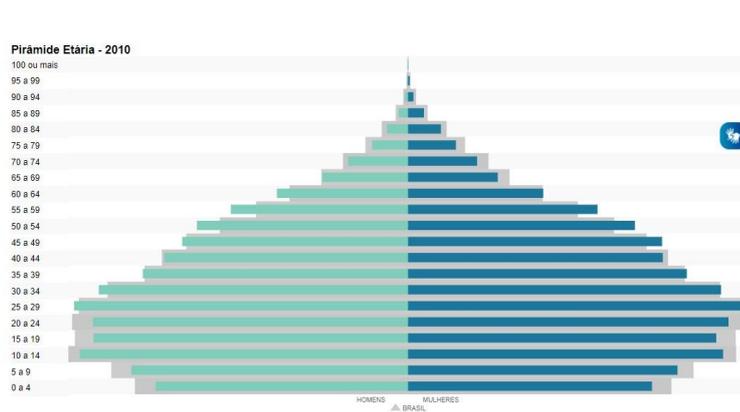


Fonte: Adaptado de IBGE (2010)

Esses números foram que chamaram a atenção dos pesquisadores, com o crescimento muito grande da população de Moreira Cesar, fazendo com que no futuro Moreira se torne uma cidade e não um distrito, que tem como objetivo um desenvolvimento autônomo e de liderança para os moradores.

O que chamou a atenção também foi a faixa etária da população de Pindamonhangaba, temos uma pirâmide etária abaixo que demonstra uma população muito jovem e conseqüentemente com um potencial imenso de crescimento. Uma população jovem pode servir de combustível para a industrialização e a geração de riquezas. O crescimento da economia aumenta a renda da população e, assim, amplia a capacidade das pessoas de ter acesso a melhores condições de vida.

Figura 2: Dados do IBGE pirâmide etária



Fonte: Adaptado de IBGE (2010)

A área territorial do distrito é de 187,213 km², que corresponde a um quarto da área territorial de Pindamonhangaba o bairro escolhido foi o Ipê II é o bairro mais movimentado de Moreira Cesar, pois lá se encontra a caixa econômica federal, supermercado bom preço, lotéricas e pet shop, além disso é um bairro de acesso para outros bairros de Moreira. Foram esses os motivos pelos quais os pesquisadores decidiram montar a Lanchonete. O local a ser montado o quiosque será na avenida alameda manacás, onde é a avenida principal do bairro. A Figura 3 a seguir ilustra o local do projeto.

Figura 3: Localização do Projeto



Fonte: Autores (2021)

1.6 METODOLOGIA

Foi utilizado o método de pesquisa bibliográfica explorativa e com dados do *IBGE*, com um desenvolvimento positivo na área de empreendedorismo. Que vimos a necessidade de um novo empreendimento em Moreira César já que o distrito cresceu 57,8% em 10 anos, foi um número que chamou a atenção. E com isso analisou-se uma oportunidade no local depois de ter conversado com funcionários da lotérica, petshop e outras estabelecimentos vizinhos que vivem na redondeza de onde irá ser a lanchonete.

As pesquisas exploratórias são enquadradas pela coleta de informação de um contexto desconhecido. Essa ideia deve estar presente no texto quando se propõe a esse tipo de abordagem metodológica.

O método utilizado para a recolha de dados contou com o desenvolvimento de uma observação participante, bem como a realização de conversas com as pessoas da região, durante o período de duas semanas. Optou-se por realizar uma análise qualitativa dos dados através de perguntas feitas como: o que acha de uma abertura de uma lanchonete, você iria com qual frequência, como seria necessários uma lanchonete, você procura preço bom ou qualidade nos produtos, o que não poderia faltar na lanchonete, o que você preza em um atendimento. O que permitiu a identificação dos principais temas abordados nas conversas.

1.7 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

O trabalho está dividido em 4 capítulos, de forma que os capítulos dão sequência entre eles, oferecendo um perfeito entendimento de seu propósito.

No Capítulo 1, apresenta-se uma introdução com o local aonde será feito a lanchonete, que será em Pindamonhangaba no distrito de Moreira César, após um estudo feito em cima dos dados do *IBGE* da população de Pindamonhangaba e Moreira César nos últimos 10 anos. E junto com a pesquisa de campos, que foram usados os métodos quantitativos e qualitativo. Com isso a importância de saber a necessidades da população local, os custos benefícios, o quanto estão dispostos a gastar, quantas vezes ao dia irão frequentar a lanchonete, o que não poderia faltar. Está organizada de forma direta e objetiva para atender todo tipo de público na região.

O Capítulo 2, trata da revisão bibliográfica, necessária para fundamentar a pesquisa, acerca de temas como: empreendedorismo, microempresas, mercado de atuação e empresa

O capítulo 3, deve ser mostrado todo o desenvolvimento da empresa

O Capítulo 4 trata da análise de resultados e discussão da pesquisa, no sentido de confrontar diferentes idéias em torno do mesmo propósito da criação de um empreendimento.

No Capítulo 5 são realizadas as conclusões e sugestões para futuros estudos.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Microempresa

Para Pinheiro e Neto (2019) A Microempresa (ME) é a empresa (Pessoa Jurídica) que não se qualifica como MEI, possui opção pelo Simples Nacional e possui as seguintes características: Faturamento bruto de até R \$ 360 mil por ano; Contratação máxima de 9 a 19 funcionários, dependendo do segmento de negócio; Possibilidade de escolha do regime tributário entre Simples Nacional, Utilidade Presumida e Utilidade Real; Escolha de quatro categorias de natureza jurídica: Empresa Simples, EIRELI, Empresa Empresarial e Empreendedor Individual); Atividades cuja CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) não esteja em conformidade com o MEI; Emissão de notas fiscais para todas as vendas, tanto a particulares como a empresas. Uma característica muito importante dos MEs, e que acaba se revelando uma grande vantagem, é o fato de serem regulamentados pela Lei Geral da Micro e Pequena Empresa. Graças a esta legislação, criada em 2006 com o objetivo de regular as atividades, as microempresas (ME) e as pequenas empresas.

De acordo com a Lei Complementar nº. 123, fundada em 1 de dezembro de 2006, considera-se que a micro ou pequena empresa é a sociedade comercial, simples e / ou pessoa física com responsabilidade limitada, devidamente inscrita no Registro das Sociedades Comerciais ou no Registro Civil de Sociedades de Pessoas Jurídicas , para conforme apropriado. De acordo com a lei, no caso de microempresas, o empreendimento que em cada ano civil tenha uma receita bruta igual ou inferior a R \$ 360.000,00; e, no caso de empresa de pequeno porte, apurar, em cada ano civil, receita bruta superior a R \$ 360.000 e igual ou inferior a R \$.800.000,00. (SANTOS; LIMA, 2018).

A micro e pequena empresa, na actual situação em que vivemos, torna-se imprescindível face à retoma do crescimento, uma vez que nos encontramos num mercado econômico em recessão, e com isso o investimento nas microempresas com iniciativa empresarial merece destaque. (SANTOS; LIMA, 2018).

No Brasil, o crescimento e a permanência no mercado de muitos empreendimentos estão baseados em um início penoso das atividades empresariais, pois com escasso ou mesmo nenhum recurso financeiro, os negócios são regidos pela determinação do empreendedor em vencer e conquistar seu espaço no universo empresarial, nascendo assim milhares de micro e pequenas empresas. (REIS, 2016)

Para Silva e Horta (2021), as micro e pequenas empresas impulsionam a economia e o emprego informal no país, tornando-as responsáveis pela absorção de grande parte dos profissionais.

Para Reis (2016, p. 19), Micro e pequenas empresas movem a economia e o emprego informal no país, tornando-se responsáveis pela absorção da maior parte de profissionais.

Entende-se que no Brasil uma grande parte da atividade econômica prove das micro e pequenas empresas, considerando assim as suas participações representativas no tocante ao aspecto da arrecadação do governo e também para circular a economia brasileira, gerando maior emprego.

Sobre esse aspecto Reis (2016, p. 18), ressalta que, é um importante mecanismo de mobilidade social e de melhor distribuição de renda, no entanto, não existem pré-requisitos para abertura de uma empresa.

Segundo Santos e Lima (2018), Para ser estratégica e competitiva no mercado, a empresa deve ter os pré-requisitos para a sua abertura como atividade empresarial, ou seja, definir melhor quais os parâmetros que seriam importantes para um start-up, evitando assim a sua mortalidade em curto espaço de tempo. de existência.

A pequena empresa para sobreviver no mercado tem que ser competitiva, capaz de enfrentar a concorrência em um mundo sem fronteiras comerciais. É necessário preparar melhor o empreendedor brasileiro. Esta condição impõe mudanças no comportamento da sociedade e constitui-se numa fonte geradora de vantagens competitivas, mantendo os vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre empreendedores, onde todos os elos estão entrelaçados: sociedade, governo, organizações empresariais, instituições de crédito, pesquisa e ensino. (REIS, 2016, p. 19)

Para Neto e Ferreira (2019), é numerosa a quantidade de micro e pequenas empresas (MPEs) brasileiras, elas geram empregos, oportunidades e crescimento econômico para o país. São negócios pequenos, com perfis diferentes, tendo em vista, o faturamento anual diferenciado, com essencial papel na economia do país.

As *MPEs*, representam a oportunidade para o país voltar a crescer com eficiência e de modo sustentável. Todavia para tal estratégia é imprescindível o investimento em infra estrutura e subsídios para as micro e pequenas empresas.

Apesar de sua importância no ciclo econômico brasileiro, as maiores partes das MPEs não possuem uma longa expectativa de vida, pois uma em cada quatro empresas não consegue chegar ao primeiro ano de vida. Isso ocorre devido à alta taxa de mortalidade que tem origem a partir dos desafios e dificuldades que estas empresas encontram no mercado como, por exemplo, alguns fatores econômicos e a falta de experiência para o planejamento e para fazer uma boa gestão financeira, que são fatores importantes para a sobrevivência em um ambiente cada dia mais competitivo. (OLIVEIRA, *et al.* 2016, p. 2)

Entende-se que essa realidade pode ser expressa primordialmente na conduta das equipes gestoras ou empreendedoras do negócio, é de se ressaltar que o empreendedor possui muitas habilidades, dentre elas assumir o risco da atividade, proatividade, persistência e atitudes. No entanto apenas esses qualitativos não bastam para a empresa crescer e sobreviver no mercado.

É essencial para que o empreendimento seja viável, possuir estratégias voltadas para a boa prática administrativa com plano de negócios e planejamento em suas ações.

No tocante a esse aspecto Oliveira *et. al.* (2016, p. 2), diz que, as micro e pequenas empresas ainda enfrentam problemas que dificultam a continuidade dos negócios e a competitividade. A alta carga tributária é um desses fatores. E o excesso de tributação acaba por levar a maioria das empresas a fechar as portas.

Analisa-se que no Brasil é muito difícil as micro e pequenas empresas sobreviverem se não estiverem bem planejadas e estruturadas quanto do seu surgimento, pois como ressaltou o autor, a carga tributária no país é muito elevadas, as grandes empresas conseguem com maior facilidade driblar essas carga, no entanto para as empresas que tem pouca liquidez, giro de capital e lucratividade é muito mais difícil.

2.2 Perfil do Empreendedor

Inventor não necessariamente é um empreendedor, para ser um empreendedor, tem que haver uma ideia, e dessa ideia nascer uma invenção de um negócio novo, enxergar nesse negócio uma oportunidade e explorá-lo, não afugentando do risco que deve ser calculado. Segundo Dornelas, (2011, p.37) empreendedor é Aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados.

Há pessoas com mais facilidades para ser empreendedores, mas isso não indica que essa possibilidade não possa ser desenvolvida, pode-se ser trabalhado o espírito

empreendedor, é possível capacitar e estimular o comportamento empreendedor nas pessoas; empreender não é apenas a criação de uma empresa ou a abertura de um negócio.

Para Dornelas (2003), No século XXI, o empreendedor seria um administrador completo, interagindo com o seu ambiente para tomar as melhores decisões, incorporando as diferentes abordagens existentes sem restrições, assumindo as funções, papéis e atividades do administrador de forma complementar, sabendo como usá-los no momento certo para atingir seus objetivos. Para ele é interessante notar que o empresário de sucesso adquire uma característica única, que é o fato de conhecer o negócio em que atua como quase todo mundo. Outro fato que, para o autor, diferencia o empresário de sucesso de um gerente comum é o planejamento constante a partir de uma visão de futuro.

Segundo Chiavenato (2009, p. 20), Complementa que, para obter o sucesso o empreendedor não deverá apenas saber criar seu próprio empreendimento, deve também saber fazer a gestão do seu negócio para mantê-lo e sustenta-lo em um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de seus investimentos.

Para que esse novo empreendimento tenha sucesso Chiavenato, (2009, p. 21) diz que deve-se “administrar, planejar, organizar, dirigir e controlar todas as atividades relacionadas direta ou indiretamente com o negócio. Isso significa estratégia”.

A inovação, a mudança, tira a sociedade de uma zona de conforto, sendo assim para ser ou desenvolver um olhar empreendedor, a pessoa deverá ser um visionário o tempo que o empreendedor gasta no futuro é bem maior, pois tem uma visão além do alcance, saber tomar decisões, devem ser indivíduos que fazem a diferença com as ideias, explorando ao máximo as oportunidades, devem ser determinados, dinâmicos e dedicados, vivendo o negócio se colocando até no lugar do usuário, e acima de tudo serem apaixonados pelo que estão desenvolvendo.

Explicando ainda um pouco mais sobre o perfil e perseverança do empreendedor, Dolabela (2006, p 41) Ele define o empresário como "alguém que sonha e tenta realizar o sonho", mas é preciso ter cuidado ao fazê-lo. O indivíduo pode sonhar, mas também deve realizar esse sonho. Essa ação de transformar o sonho em realidade é explorada pela emoção, pelo desejo de fazer acontecer, pela paixão por um sonho. Esse sentimento transforma o indivíduo, que traz à tona seu potencial empreendedor, liberando assim todas as características empreendedoras: tenacidade, conhecimento, autoconfiança e outras já citadas.

2.3 Panorama das micro e pequenas empresas brasileiras

No desenvolvimento econômico brasileiro, um dos setores que tem atraído muita atenção é o das Micro e Pequenas Empresas (*MPEs*), devido a seu importante papel social e econômico. As *MPEs* representam a maioria das empresas existentes no país e por essa razão contribuem significativamente com a geração de renda e de emprego para as famílias brasileiras. (OLIVEIRA, *et al.* 2016).

Segundo Brito *et al.* (2021), Segundo os dados abertos coletados pelo Sebrae, no mapa empresarial, em 2020 havia mais de 19 milhões de pequenos negócios no Brasil (7 milhões de micro e pequenas empresas e 12,3 milhões de MEI de microempreendedores individuais), que juntos representam 99 % do total. empresas no país e responsáveis por cerca de 30% do PIB, as *MPEs* respondem por 52% dos empregos formais do setor privado.

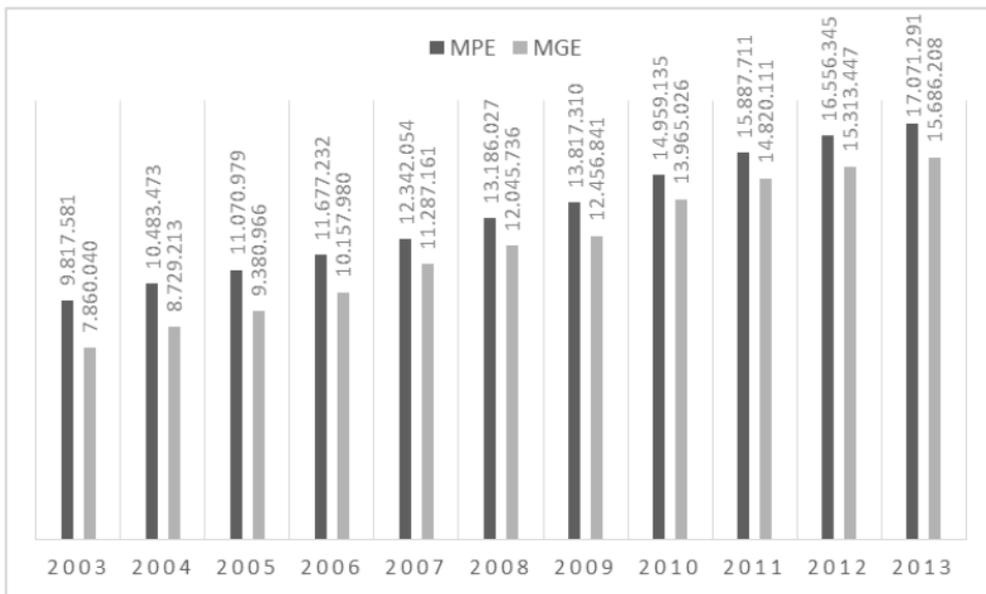
Em relação à participação das *MPEs* na economia brasileira, identificou-se que: As micro e pequenas empresas já são as principais geradoras de riqueza no comércio brasileiro (53, % do PIB desse setor). No PIB da indústria, a participação das micro e pequenas empresas (22,5%) já é próxima à das médias (2 ,5%). E no setor de Serviços, mais de um terço da produção nacional (36,3%) vem de pequenos negócios. (SANTOS; LIMA, 2018).

Ao visualizar os últimos dados anuais divulgados pelo SEBRAE (2014, 2015, 2016), em 2015 as micro e pequenas empresas representaram para a economia cerca de 98,2% dos estabelecimentos privados existentes no Brasil e foram responsáveis por 51,2% da remuneração paga aos empregados formais. Em 2011, estes tipos de negócios representaram 27% do PIB do brasileiro, em valores absolutos isto significa R\$ 599 bilhões. Além do mais, percebe-se que em 2014 os pequenos negócios representaram 59,4% das empresas exportadoras no Brasil, sendo responsáveis pelo valor total de exportações de US\$ 2 bilhões. (SANTOS; LIMA, 2018).

Entende-se que essa realidade pode ser expressa primordialmente na conduta das equipes gestoras ou empreendedoras do negócio, é de se ressaltar que o empreendedor possui muitas habilidades, dentre elas assumir o risco da atividade, proatividade, persistência e atitudes. No entanto apenas esses qualitativos não bastam para a empresa crescer e sobreviver no mercado. Em dados divulgados pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (*DIEESE*) e o Sebrae, o anuário do Trabalho na *MPE* (2014), informando que entre os anos de 2003 a 2013, as *MPEs* geraram 7,3 milhões de empregos com carteira assinada, elevando desta forma a criação de 17,1 milhões de novos postos de trabalho em

2013, e que no ano de 2003 representava 9,8 milhões. O Gráfico da Figura 1, faz um comparativo das evoluções de empregos gerados pelas *MPE* e pelas médias e grandes empresas (*MGE*), correspondente aos anos de 2003 a 2013, nos setores da indústria, construção, comércio e serviços. (FERNANDES, 2017).

Figura 4: Evolução do nº de empregos por porte de estabelecimento no Brasil - anos de 2003 a 2013 (nº absolutos), *MPE* – Micro e Pequenas Empresas, *MGE* – Médias e Grandes Empresas



Fonte: Adaptado de Fernandes (2017)

A Figura 4 segundo Fernandes (2017) evidencia a importância das *MPEs* na geração de empregos no país no comparativo de 2003 até 2013. Em todos os anos as *MPEs* representaram uma parcela maior no número de empregos formais efetivados, sendo que no ano de 2013 elas possuíam *MPE* – Micro e Pequenas Empresas. *MGE* – Médias e Grandes Empresas aproximadamente 1,3 milhões a mais de empregados que as *MGE* (Médias e Grandes Empresas). E um dos motivos dessa superioridade, vem do crescimento exponencial e dos incentivos das *MPEs*.

No entanto para Brito *et al.* (2021), em 2020 na quantidade de empresas abertas que foram quase 2,5 milhões de *MEIs*. As empresas de sociedade limitada e empresários individuais, que também podem ser enquadradas como *MPEs*, tiveram uma quantidade de aberturas relevante, chegando em pouco mais de 650 mil empresas constituídas em 2020, número um pouco maior se comparado a 2019, que girou entre 625 mil novas empresas. No acumulado de 2014 a 2018, foram 2,2 milhões de *MPEs* cadastradas.

2.4 A Gestão na Sobrevivência das micro e pequenas empresas

Para Santos e Lima (2018) gestão empresarial compreende diversas ações e estratégias que são direcionadas à um negócio, orientada por uma política de valores com capacidade para planejar, gerir e alocar da melhor forma seus recursos financeiros, humanos e de estrutura. Vista como a administração das empresas.

Os recursos que são geridos formam um ciclo administrativo, são essenciais para que seja atingida a eficiência e a eficácia da organização. Faz se necessários que aja um planejamento adequado de forma estratégica para atingir o objetivo, ou seja, organizar de forma a obter o controle e a direção dos recursos disponíveis e prever situações de risco. Essas estratégias são de fundamental importância para o sucesso do negócio. (SANTOS; LIMA, 2018).

As causas da mortalidade são variadas, dentre elas, destaca-se a falta de gestão e informação do mercado, que representa 41,64%. E também a carga tributária e a burocracia que apresenta um número de 16,51%. A mortalidade das empresas está relacionada a questão de falta de uma gestão empresarial eficiente. (SILVA; HORTA, 2021).

Para Fernandes (2017) que os principais fatores que favorecem a mortalidade das *MPEs* são a falta de capital ou lucro, planejamento prévio, gestão empresarial, comportamento empreendedor, capacitação dos donos em gestão empresarial e situação antes da abertura.

Para Reis (2016), algumas *MPE's* não tem sucesso, devido à ausência do básico conhecimento em gestão empresarial, ou seja, essas empresas não gerenciam seus riscos e oportunidades e nem procuram ajuda especializada para a gestão de seu negócio.

Todavia para Silva e Horta (2021) o que acarreta o fechamento das *MPE's* é a não utilização dos instrumentos de controle de gestão, sendo que sua utilização é de real importância para o sucesso do negócio, pois, são essas ferramentas que auxiliam os gestores das empresas a tomarem as decisões empresariais de maneira mais assertiva.

A estrutura das *MPEs* exige uma gestão que se adeque às suas obrigações, objetivos e recursos que impactam de forma significativa no desempenho e lucro. Essa gestão é um grande desafio para a maioria das empresas, visto que,

a maioria dos problemas das *MPEs* explica-se pela falta de capacidade gerencial. (SANTOS; LIMA, 2018).

É de relevância para uma empresa, o gerenciamento de seus recursos sejam eles financeiros, humanos, materiais, tecnológicos, de informação, entre outros. E também, o aprimoramento de seus processos, para que a empresa consiga evoluir constantemente e estar em busca sempre, de novas ferramentas de apoio, de novas formas de gestão, de novos sistemas de informação, para contribuir para uma boa gestão empresarial. (SILVA; HORTA, 2021).

2.5 O Conhecimento do Empreendedor x A Prática Empreendedora

O conhecimento do empreendedor é um fator muito importante para que o mesmo tenha condições de desenvolver atitudes que busquem colocar como medida de peso na hora das tomadas de decisões, circunstâncias da qual o domínio sobre o conteúdo exposto seja realizado de maneira eficaz.

No entanto é essencial compreender que no campo do empreendedorismo, a prática empreendedora acontece somente quando o empreendedor assuma o risco de iniciar qualquer atividade empresarial ou empreendedora, o ideal é a junção do conhecimento, habilidades e atitudes que vão determinar a praticidade empreendedora.

O conhecimento é representado pelo que você sabe sobre determinado assunto e geralmente é adquirido em livros, aulas, laboratórios e, sem dúvida, conhecer determinada área de atuação é um fator muito importante para se conseguir um bom resultado. A habilidade é adquirida no exercício de alguma atividade, demonstrando o indivíduo capacidade para realizar algo, quer pela experiência, pela prática ou até mesmo por uma qualidade que possua. A atitude nos leva a imaginar uma ação, uma postura ativa na direção de colocar algo em andamento, e está muito associada em fazer acontecer. (SALIM; SILVA, 2010, p. 28)

Analisa-se que esses três fatores são essenciais para posteriormente o empreendedor possa colocar em prática durante as atividades no empreendimento, ou seja, o empresário quando se encontra preparado para desempenhar as suas funções administrativas, o mesmo se encontra em uma situação em que favoreça o desenvolvimento de suas experiências, no entanto o início do conhecimento se inicia nos cursos sobre empreendedorismo.

As pessoas que se matriculam nesses cursos não querem todos se tornar empreendedores, mas vários querem descobrir o mundo do empreendedor. Sendo assim, estabelecemos distinções entre as categorias de cursos que tratam ora da sensibilização, ora das práticas de gestão. Portanto as instituições de ensino hoje estão aptas a instituir certificados e diplomas nesse campo. Hoje é muito fácil encontrar cursos sobre empreendedorismo, inclusive estudos de casos, trabalhos de campo e contatos com pessoas que vivenciam este mundo. O empreendedorismo surge de contextos culturais que se desenvolvem em torno de empreendedores que dirigem pequenas empresas (OLIVEIRA, 2012, p. 10).

Na visão do autor o aumento da demanda de novos empreendimentos, fez ter uma explosão de cursos que ensinam práticas de empreendedorismo e também qualificações para a prática do empreendedor, ou seja, a grande maioria de empreendedores ou micro empreendedores, surgiram devido a situação econômica em que o país se encontra.

Todavia é válido afirmar que muitos desses empreendedores que estão a frente dos seus negócios aprenderam a gerenciar a sua empresa por meio da experiência do dia a dia, não que foi apenas por esse motivo, já que alguns obtiveram o aprendizado nos cursos e universidades.

Outro aspecto importante segundo Custódio (2011, p. 21), Muitas vezes o termo empreendedor e o termo empresário são usados como sinônimos no dia-a-dia, porém existem diferenças conceituais e prática entre eles.

Analisa-se que o empresário é o que tem a prática administrativa, pois além de dominar os conceitos e técnicas administrativas, pressupõe-se que ele já passou pelo processo inicial de aprendizado em relação aos conhecimentos empreendedores necessários para conduzir um empreendimento.

Nem todo empreendedor é empresário, enquanto nem todo empresário é empreendedor, no entanto, o ideal é ser empresário empreendedor, o que certamente facilita a sobrevivência no mundo dos negócios. O empreendedor costuma ter boas ideias, não somente quando cria uma empresa, mas durante toda a existência dela, tendo a iniciativa de renová-la sempre. Já o empresário é sinônimo de cautela. Ele consegue a empresa porque a montou, comprou ou herdou, mas sua atuação limita-se a administrá-la da maneira em que ela está montada. Possui um estilo conservador. O empreendedor tem a capacidade de enxergar objetivos com clareza e traçar planos para atingi-los em prazo pré-estabelecido, tendo a capacidade de identificar oportunidades nos locais mais improváveis. Ele sabe montar um projeto e ainda colocá-lo em prática, mesmo que, para isso, ele corra riscos, o que exige tolerância às frustrações e motivação diante dos desafios (CUSTÓDIO, 2011, p. 21).

Na opinião do autor a praticidade do empreendedor é direcionada no seu dinamismo em assumir responsabilidades e riscos para que o negócio ou empreendimento venha a se

desenvolver, diferente do empresário que tem sim muita experiência, mas, no entanto a prática do mesmo é em relação ao seu conhecimento administrativo na tomada de decisões.

Um empresário com personalidade empreendedora é de fundamental importância para a empresa, porque para momentos em que seja necessário dar equilíbrio à mesma ou depois de uma mudança na organização, certamente suas características como empresário não criariam nenhum tipo de instabilidade, além de poder contar com a criatividade e inovação pertinentes aos empreendedores em momentos de dificuldades (CUSTÓDIO, 2011, p. 21).

A grande estratégia e solução para junção de conhecimento e prática empreendedora se dão na figura do empresário com a mente empreendedora ou ao contrário um empreendedor com a personalidade de um empresário, assim sendo quem ganha com isso são os empreendimentos ou negócios, pois os potenciais empreendedores se desenvolveram de forma eficaz.

3. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

3.1 Detalhamento e Especificidade do Tema

Por que a ideia de ser uma Lanchonete de alimentação? A ideia é servir as pessoas que estão na fila da lotérica que ali se encontra, servi as pessoas do pet shop, e servi as pessoas que circulam as redondezas. Analisou-se a necessidade de abrir uma lanchonete nesse local, pois no Bairro não existe nenhum negócio de alimentação que irá ser desse seguimento. Porque da lanchonete de alvenaria e não um trailer móvel?

Procurou-se preço do ponto já de trailer e achamos um de 5x2 metro pelo preço de 44.990,00 reais esse foi um trailer de uma empresa chamado ART trailer que fabrica já com iluminação, tomadas, rodas, setas, lanternas de freios e outros opcionais, mas sem os moveis.

O metro da obra já com acabamento e mão de obra paga está custando 1.338,00 o metro quadrado, então se o trailer tiver 5x2 em alvenaria sairá por 13.338,00 reais, e pode-se fazer o designe diferente e inovador.

As vantagens e desvantagens:

- Vantagens de trailer: mobilidade, acessibilidade e baixo custo de instalação (não precisa pagar *IPTU*).
- Desvantagem do trailer: Manutenção do veículo, permissão do DETRAN para uso, dependência climática.
- Vantagens de alvenaria: poucas manutenções, dá para fazer um planejamento melhor da lanchonete (moveis), mais barato.
- Desvantagem de alvenaria: Custo alto de instalação (paga *IPTU*), não tem mobilidade.

No entanto foi elaborado uma análise de mercado pela matriz *Swot* que identifica os pontos fortes e fracos do negócio, bem como as oportunidades e ameaças de mercado. A Tabela 1 a seguir ilustra:

Tabela 1: Análise SWOT

SWOT			
FORÇA	FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Qualidade nos produtos oferecidos • Bom relacionamento com os fornecedores • Experiência já no ramo alimentício 	<ul style="list-style-type: none"> • Espaço limitado da lanchonete • Dificuldade de encontrar pessoas qualificadas • Instabilidade no fornecimento de produtos 	<ul style="list-style-type: none"> • Ótima localização • Atender as necessidades das pessoas que passam no local • Poucos concorrentes 	<ul style="list-style-type: none"> • Super mercado próximo ao quiosque • Mudança no comportamento do cliente • Mudança de leis e parâmetros regulamentadores

Fonte: Autores (2021)

Analisa-se que as forças do negócio parte da qualidades dos produtos que será ofertado aos clientes consumidores, bem como o bom relacionamento com os diversos tipos de fornecedores, e ainda a práxis no ramo alimentício. Os pontos fracos é o espaço físico do layout do empreendimento ser de dimensão pequena, e a mão de obra qualificada é um problema a se considerar.

No entanto a oportunidade é a ótima localização, considerada uma localidade estratégica para o negócio, e poucos concorrentes nas proximidades, então sendo assim a viabilidade é excelente.

Todavia no que tange as ameaças analisa-se outro ramo de atividade de produtos não super processados mas que é uma ameaça que são supermercado próximo ao quiosque, e parâmetros regulamentadores para se entrar nesse mercado.

Na Tabela 2 a seguir é identificado os custos para o projeto.

Tabela 2: Custos de equipamentos

Tabela de custo de equipamentos para lanchonete	
chapa 30x60 a gás	R\$ 125,00
Vitrine Estufa Portas Duplas 4 Bandejas	R\$ 287,90
Cafeteira Elétrica Industrial 6L Inox	R\$ 665,91
Expositor de Bebidas Venax 300 Litros Branco	R\$ 2535,55
Coifa de Parede Britânia Pirâmide 60 cm	R\$467,10
Liquidificador 2 Litros Alta Rotação Inox 800w	R\$255,99
Fogão Industrial 4 Bocas 26x26 com Forno Tampa	R\$ 997,33
Módulo Gaveteiro de Dinheiro	R\$ 220,00
Utensílios de cozinha (10Painéis,20 pares talheres, 12 xícaras, 12 copo americano,24pratos)	R\$419,29
Pia em aço inox com 1 cuba de 40 cm	R\$239,90
4 jogo de mesa e cadeira	R\$1390,00
Total	R\$ 7603,97

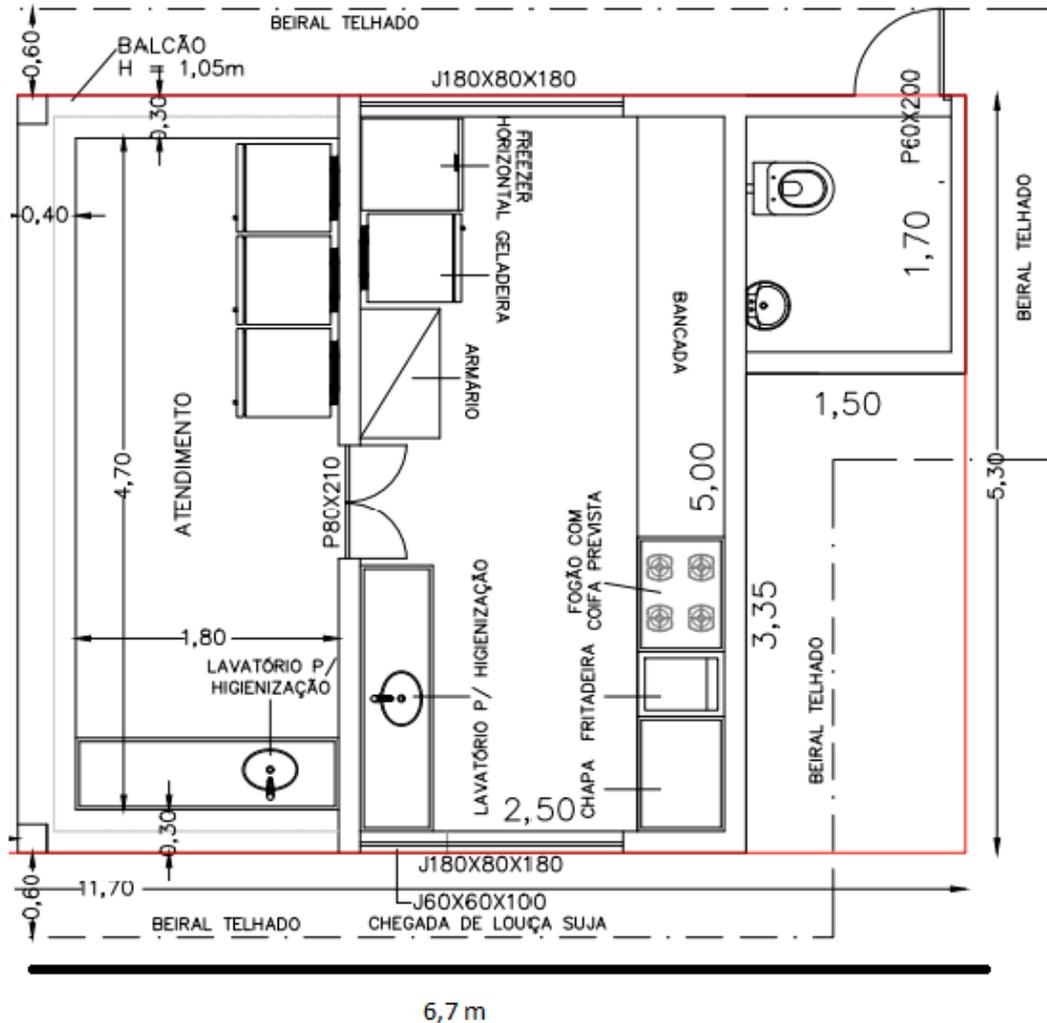
Fonte: Autores (2021)

Os equipamentos foram orçados seguindo critério de estabelecimento de análise de 3 diferentes orçamentos em relação aos ativos necessários para o início do desenvolvimento da lanchonete. Nesse sentido essa configuração da Tabela 2 foi a escolhida para se colocar em prática no empreendimento.

Todos esses equipamentos serão indispensáveis para a proposta da lanchonete e seu pleno funcionamento para atender as demandas dos clientes com padrão de excelência e maior flexibilidade.

O projeto da planta da Lanchonete feito junto ao Engenheiro Felipe Castor, responsável para a construção do novo empreendimento, foi feito através das medidas real na Figura 5 a seguir:

Figura 5: Projeto Planta Baixa Lanchonete



Fonte: Os autores (2021)

No projeto consta de 1 banheiro a cozinha e 1 área de atendimento para contemplar o empreendimento, uma estrutura de porte pequeno mas pela localização com grande potencial para desenvolvimento e crescimento de mercado.

A seguir na Figura 6 segue a ilustração de um protótipo em 3D da lanchonete, a ideia é essa, uma lanchonete com a frente aberta e com atendimento rápido, pois o local que irá ser instalado, é um local de passagem para outros bairros.

Figura 6: Protótipo em 3D da Lanchonete



Fonte: Os Autores (2021)

Em relação a lanchonete a ideia é construir um empreendimento de alvenaria, pois não há nenhuma lanchonete na região com esse estilo, terá uma estrutura com sanitário, pias e balcões, para que possa trazer um maior conforto aos clientes. Havendo uma maior preocupação do ambiente estar sempre limpo e conservado.

O controle será feito pelo gerente, inicialmente através de comandas que ao final do expediente serão transpostas em um sistema de gestão para lanchonetes que ainda será definido. Esse sistema deverá controlar os estoques através das entrada e saída diária de produtos. No caso dos produtos compostos, como os lanches, haverá parâmetros pré estabelecidos das quantidades de insumos que formarão o produto final, sendo que lançadas as vendas desses produtos, serão baixados diretamente os insumos.

O ônus da falta de caixa ou de produtos será do gerente da loja. Esse controle, não visa o controle absoluto das mercadorias, e sim aproximado, mas que mantenha a estrutura de custos correta, uma vez mantida as quantidades de insumos dos cardápios próximas as estabelecidas, além de manter alguns parâmetros para que não haja desvios de mercadorias e de caixa.

O maior diferencial da lanchonete consta em:

- Profissionais altamente treinados e competentes para executar o trabalho
- Diversas formas de pagamentos (dinheiro, cartões de debito e credito, vale refeição, pix)
- Variedade no cardápio
- Ambiente sempre limpo
- Promoções: cada dia da semana haverá um combo de lanche, oferecendo melhor valor
- Fidelizar o cliente (promoção feita: a cada 10 reais gasto ganha um carimbo em um cartão fidelidade, e a cada 10 carimbo o cliente ganha 1 café e 1 salgado)
- Horário de funcionamento pontual
- Marketing diferenciado (outdoor nos bairros).

A crescente demanda por tudo que envolve o ramo alimentício é um dos fatores que tornam a abertura de uma lanchonete um empreendimento com potencial de viabilidade, já que esta atividade se mostra vantajosa por não haver necessidade de determinação de público-alvo específico.

Todavia em contraste aos potenciais desse tipo de empreendimento, Santos e Lima (2018) em 2017, o setor de *food service*, que inclui restaurantes, lanchonetes, bares, cafeterias, *self-service*, movimentou R\$ 418 bilhões no Brasil de acordo com dados da empresa de pesquisa de mercado *Euromonitor International*. Isso representa um crescimento real de 3% marcado pela lenta recuperação da economia que prejudicou o segmento, uma vez que muitos consumidores escolheram cortar gastos. Além disso, o aumento do desemprego resultou num número menor de consumidores com subsídios para refeição para almoçar fora de casa nos dias de semana, o que diminui o tráfego em restaurantes *self-service*.

E, como dito anteriormente, este tipo de negócio apresentam diversos aspectos que agradam vários tipos de públicos. Com a evolução constante do tempo e das exigências da sociedade, assistiu-se a um surto de diferentes tipos de negócios, onde existe a ideia geral e as várias ramificações da mesma. Entre os diversos modelos que o empresário pode apostar, estão as lanchonetes tradicionais, as móveis e claro. É importante ressaltar que cada um desses modelos possui uma característica diferente, e graus de investimentos iniciais diferentes. A Figura 7 a seguir ilustra os produtos a serem comercializados:

Figura 7: Produtos a serem comercializados

CARDÁPIO DA LANCHONETE	
PRODUTOS	PREÇO
agua sem gas	3,00
agua com gas	4,00
refrigerante lata	5,00
refrigerante 600ml	8,00
café	2,00
café expresso	5,00
café com leite	4,00
suco natural (laranja/limão/abacaxi)	7,00
gatorade	8,00
energetico	12,00
agua de coco	4,00
achocolatado 400ml	5,00
Pão com manteiga	4,00
misto quente	12,00
queijo quente	8,00
pão de queijo	5,00
salgado assado	7,00
salgado frito	6,00
pedaço de bolo	5,00
lanche natural	8,00
pedaço de torta	6,00
vitaminas(banana/morango/abacate/mamão)	7,00

Fonte: Autores (2021)

Os itens a serem comercializados na lanchonete contemplam a dinâmica de preferências da região do ponto comercial em que se encontrará a estrutura da lanchonete, com refeições para consumo no local de modo expresso e para a viagem a gosto preferencial dos clientes. A formação dos preços atende a análise da concorrência nos preços e também ao preço dos insumos.

O empreendimento visa a atender clientes que busquem um lanche ou uma refeição rápida e de qualidade em um ambiente agradável e familiar, portanto, pode-se definir como público alvo homens e mulheres de 15 a 70 anos de idades das classes A, B e C que morem nas proximidades, tenham atividades próximas ou passem pelo ponto, e que estejam dispostos a pagar por qualidade e bom atendimento.

4. RESULTADOS

4.1 Análise da Pesquisa e Discussão

No estudo de Silva e Horta (2021), diante da relevância econômica e social em que se vive atualmente é compreendido por estarmos em um cenário econômico competitivo, onde os quesitos principais a serem analisados são a inovação, tecnologia e diferenciais competitivos. A área de empreendedorismo para novos negócios, assume uma função significativa como resposta ao mercado, ou seja, mediante sua estratégia empreendedora de conduzir e direcionar grupos de empreendedores ao sucesso do empreendimento, colaborando assim na solução de produtos e serviços de qualidade.

Entretanto em tempos de crise econômica é importante se ter visão estratégica, com ações que vislumbrem tal pensamento. O investimento, estratégico em empreendimento de lanchonete do ramo alimentício, configura-se na estratégia mais eficaz para conduzir uma nova atividade de negócios, que potencialize o desenvolvimento da empresas, para isso é necessário que os parâmetros de sua filosofia estratégica esteja interligada entre todos no empreendimento, para crescimento empresarial conferindo à área gerencial um posicionamento estratégico, ao mesmo tempo em que passam a exigir demonstrativos concretos da efetividade de suas ações.

Esse trabalho procurou estabelecer a importância da abertura de um novo negócio empresarial para o desenvolvimento de novos negócios na atualidade, com resultados que advenham da redução de custos, inovação, crescimento exponencial, soluções em produtos e serviços, e ainda em proporcionar um ambiente adequado para desenvolvimento organizacional e profissional dos colaboradores.

Atualmente em virtude da magnitude da crise econômica vivenciada, onde a escassez de recursos é crescente, as atividades empreendedoras mediante as startups, buscam cada vez mais estarem preparadas para o mercado, ou seja, com estratégias orientadas para o desenvolvimento, e investimento em tecnologia com inovação, e isso irá refletir em resultados satisfatórios tanto para o empreendedorismo quanto para a sociedade.

Na pesquisa de Santos e Lima (2018) diante dos estudos realizados acerca da importância do empreendedorismo para novos negócios que os objetivos foram alcançados frente a questão de abertura de empreendimento inovadores, mesmo diante da crise

econômica vivenciada, bem como foi observado o crescimento do empreendedorismo no país, e o surgimento e desenvolvimento do empreendimento que este estudo, por ser dotado um conceito, objetiva despertar para a visão empreendedora, torna-se um material muito rico para se desenvolver com os profissionais de diversas ramificações interessados em técnicas e estratégias de negócios que vem a melhorar o andamento de seu trabalho atingindo melhores resultados.

Além do mais, o investimento estratégico em abertura de novos negócios, auxilia na eficácia dos resultados do empreendimento. Por se tratarem de estratégias eficazes, os novos negócios precisam estar cada vez mais bem preparados, sendo assim é possível atingir níveis de excelência, aumento de produtividade e desenvolvimento em soluções inovadoras com potenciais tecnológicos superiores.

De fácil localização, podendo ser encontradas em sites, livros didáticos e mesmo no dia a dia pela memória ou ainda criadas pelos próprios interessados, os processos que envolvem a complexidade do empreendedorismo para novos negócios, configura-se como uma oportunidade estratégica, em face do exposto, transformam-se em poderoso auxiliar ao alcance dos profissionais que o utilizem que se interesse em trabalhar sistematicamente com este índole.

No entanto, identifica-se a necessidade de haver o interesse em conhecer a fundo o gênero que está preste adotar, a fim de não sub aproveitá-lo tornando inútil e dispensável limitando-o a um mero plano não executado.

A partir do interesse temático abordado, outras pesquisas podem ser realizadas, apenas substituindo-se a variável por outro valor real baseado em realidade própria. Em reforço a essas considerações, vale frisar que essa pesquisa não consome ao todo o assunto, pois ele pode desdobrar-se em pesquisas de maior fôlego, que exijam maior tempo de consulta sobre a relação ao assunto, podendo se desdobrar em pesquisas de campo.

Todavia, em que pesem as restrições do trabalho, ele possui virtude de apontar caminhos para pesquisadores, além servir de referencial inicial para quem já trabalha como empreendedor.

5. CONCLUSÃO

Desenvolver e criar novos negócios contribui para o desenvolvimento das nações e para o bem estar da população em geral. Através da abertura de postos de trabalho, geram-se novas oportunidades e aumenta-se a riqueza. Para que o desenvolvimento e estes benefícios ocorram é necessária a figura do empreendedor, disposto a correr os riscos na abertura de um novo negócio.

Na literatura pesquisada foi possível constatar que ao empreendedor cabe agir pró-ativamente, se antecipar aos possíveis acontecimentos e abrir novos caminhos ao empreendimento. Porém o que se vê no mercado são empreendedores bastante despreparados tecnicamente, o estudo evidenciou a importância dos conhecimentos, habilidades e atitudes para o desenvolvimento de um novo negócio.

O principal objetivo deste empreendimento da criação da lanchonete foi estruturar uma ideia prévia das possibilidades de ganho a partir de um projeto e de um determinado volume de capital. Não há segurança quanto ao sucesso do empreendimento, pois se sabe que o planejamento não é real, ou seja, pode haver distorções. Porém pode ser utilizado como um modelo de plano de negócios mais estruturado.

No entanto conclui-se que deverá ser feito um plano de marketing e uma pesquisa com o público alvo no local do investimento do ponto, onde será efetivado o projeto de empreendimento da lanchonete. Deve ser feito um grande esforço nesta área para assegurar que ocorram as vendas para um cenário realista.

Por se tratar de um mercado com poucas barreiras de entrada e muita informalidade, não há medidas concretas a respeito do potencial desse mercado. Pode-se afirmar que é um mercado potencial pela popularidade dos tipos de produtos e os preços bastante acessível aos consumidores, além de agradar ao paladar de grande parte da população.

Todavia os potenciais para o empreendimento da lanchonete se mostram bem atrativos em relação ao ponto estratégico na cidade de Moreira Cesar, localizado no bairro Terra dos Ipês II, localidade que favorece o grande número de pessoas que passam pelo local, conforme levantado nesse estudo. E também pelo custo inicial com o projeto e materiais para o início do empreendimento é considerado favorável para a rentabilidade do empreendedor.

Mas é essencial destacar que esse estudo não teve como foco o plano de negócios, e sim demonstrou uma oportunidade de criação de empreendimento favorável para investimento e posteriormente suprir uma carência da região de Moreira Cesar.

Referencias Bibliográficas

BRITO, Lana de Araújo; *et al.* **Os efeitos da covid 19 nas micro e pequenas empresas no Brasil:** uma análise nas informações de constituições e extinções de 2015 a 2020. Congresso Usp, 2019.

Disponível em:

<<https://congressosp.fipecafi.org/anais/21UspInternational/ArtigosDownload/3485.pdf>>

Acesso em: 07 out. 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 03. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa.** 30 ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

DORNELAS, J.C.A. **Transformando ideias em negócios.** 01. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

FERNANDES, Vitor Henrique. **A importância e os desafios enfrentados pelas micro e pequenas empresas no Brasil.** Universidade Federal de Ouro Preto: Mariana, 2017.

Disponível em: < <https://docplayer.com.br/3769484-Desafios-enfrentados-pelas-micro-e-pequenas-empresas-no-brasil.html>>

Acesso em: 08 out. 2021.

OLIVEIRA, Nilza Duarte Aleixo. *Et al.* **Micro e pequenas empresas:** desafios, oportunidades e mecanismos de sobrevivência. UNIR: Natal, 2016.

Disponível em:

<www.admpg.com.br/2016/down.php?id=2159&q=1>

Acesso em: 11 out. 2021.

OLIVEIRA, Fabiana Morais. **Empreendedorismo:** teoria e prática. Rev. Online Especialize, 2012.

Disponível em:

<<https://www.ipog.edu.br/downloadarquivosite.sp?...empreendedorismo...pratica...pd>>

Acesso em: 04 out. 2021.

PINHEIRO, Janaína Felix Diógenes; NETO, Macário Neri Ferreira. **Fatores que contribuem para mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil.** ResearchGate, 2019.

Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/335225655_Fatores_que_contribuem_para_mortalidade_das_micro_e_pequenas_empresas_no_Brasil>

Acesso em: 10 out. 2021.

REIS, Zenaide Radanesa. **Micro e pequenas empresas:** a importância de aprender a empreender. FGV, dissertação de mestrado: Rio de Janeiro, 2016.

Disponível em:

<bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/8710/000384143.pdf?>

Acesso em: 09 out. 2021.

CUSTÓDIO, Telma Padilha. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio**. Unisaesiano: Lins, 2011.

SILVA, Grazielle Nayara Santos; HORTA, Patrícia Maia do Vale. **Gestão das micro e pequenas empresas: um estudo sobre alguns instrumentos de controle em mercearias de Juiz de Fora – MG**. Uniacademia, 2021.

Disponível em:

<<https://seer.cesjf.br/index.php/gestao/article/download/2666/1744>>

Acesso em: 11 out. 2021.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo despertando a atitude empreendedora**. Ed. Elsevier Ebook: Rio de Janeiro, 2007.

SANTOS, Pedro Vieira Souza; LIMA, Nyegge Vitória Martins. **Fatores de impacto para sobrevivência de micro e pequenas empresas MPEs**. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v.3, nº5, 2018.

Disponível em:

<[Acesso em: 11 out. 2021.](http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/180#:~:text=Foram%20apontados%20fatores%20influenciadores%20da,99%25%20da%20totalidade%20de%20neg%C3%B3cios.></p>
</div>
<div data-bbox=)

[Moreira César – Wikipédia, a enciclopédia livre \(wikipedia.org\)](#)

[IBGE | Cidades@ | São Paulo | Pindamonhangaba | Panorama](#)

[Moreira César – Wikipédia, a enciclopédia livre \(wikipedia.org\)](#)

[Microempresa: O que é uma ME? Como funciona, definição e características \(contabilizei.com.br\)](#)

[Significado de Empresa \(O que é, Conceito e Definição\) - Significados](#)

[Por que você deveria empreender no ramo alimentício em 2020? \(consumer.com.br\)](#)

[Jogo de Panelas Tramontina Turim Antiaderente Vermelha - 10 Peças - Conjuntos de Panela | Casas Bahia | 15653254](#)

[Faqueiro Tramontina Leme Preto Pote com 20 Peças | eFácil \(efacil.com.br\)](#)

[Kit 12 Xicara De Chá Porcelana Branca 160 MI Ref 84x | Mercado Livre](#)

[Copo Americano Simples Nadir 190ml Lagoinha 12 Unidades | Mercado Livre](#)

[Conjunto de Pratos Fundos Astral 24 Peças - Marinex - Conjunto de Pratos | Casas Bahia | 15653824](#)

[Pia de Apoio Tramontina New Raggi 40 em Aço Inox 120 x 52 cm - lojamadesa](#)

[Kit com 4 Jogos de Mesa 70x70 Com 4 Cadeiras Dobráveis Cada Preto - Top Madeira | MadeiraMadeira](#)