

PEQUENOS NEGÓCIOS: FORMALIZAÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE UMA PEQUENA EMPRESA NO RAMO DE ALIMENTOS NA CIDADE DE BETIM

Edson Eduardo Gomes SALOMÉ¹, Felipe Alexandre Martins da SILVA², Igor Vinicius Souza CALDEIRA³, Luana Pereira FERNANDES⁴, Doge PALHARES JÚNIOR⁵

¹Estudante de Logística/UNINCOR

e-mail: luanafernandes021@gmail.com

²Estudante de Administração/UNINCOR

e-mail: felipe.alexandre@gmail.com

³Estudante de Logística/UNINCOR

e-mail: edsoneduardo@hotmail.com

⁴Estudante de Gestão de Processos Industriais/UNINCOR

e-mail: andracaldeiras@gmail.com

⁵Orientador e Professor do Curso do Projeto Integrador/UNINCOR

e-mail: dpalharesjr@gmail.com

Palavras –Chaves: Empreendedorismo. Formalização. Empresa.

RESUMO

As entidades Brasileiras como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio a Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para a Exportação de Software) foram criadas na década de 1990, após a fundação o empreendedorismo começou a tomar forma no Brasil. Em apertada síntese, o empreendedorismo é caracterizado como a identificação de oportunidades, e valendo-se das mesmas, criar um novo negócio, no qual deve receber dedicação e empenho pessoal do empreendedor. Contudo, atualmente, a decisão de ser empreendedor pode ocorrer, diversas vezes por acaso, e não necessariamente pela vocação do empreendedor. Como ocorre com o indivíduo que, diante da necessidade de ter uma renda, em função de uma situação de desemprego, resolve empreender. Assim, aumenta-se a chance da criação de uma empresa informal, trazendo consigo consequências iminentes impedindo o crescimento do negócio. Em outra análise, apresenta-se também a gestão financeira, que auxilia no sucesso do empreendimento, no qual a organização e planejamento da empresa são fatores decisivos. Com o bom planejamento e organização no sistema financeiro, trará consequências benéficas ao empreendimento como a tranquilidade, e a certeza do sucesso da mesma. O presente estudo também apresenta os caminhos para capacitar os gestores da lanchonete. Pois, é vital para o sucesso da organização. Assim, considerando que os atuais gestores não possuem capacitação em gestão, é lícito concluir que a participação dos gestores em cursos de capacitação. Assim, conhecendo a grande dificuldade de se manter em um empreendimento informal, devido suas grandes desvantagens. Maria Aparecida, com visão empreendedora interligada juntamente com um sonho, procurando dar mais conforto aos clientes, e mais variedades em seus produtos, busca formalizar seu empreendimento viabilizando a participação em licitações. Contudo, objetivou-se relatar o tema como proposta do projeto integrador 2016 para a formalização de uma pequena empresa no ramo alimentício, para que a

empresa atinja seu sucesso e objetivo, e conseqüentemente contribua para desenvolvimento econômicos do País.

Palavras –Chave: Empreendedorismo. Formalização. Empresa.

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|----|
| Tabela 1: Resumo dos produtos | 8 |
| Tabela 2: Análise do faturamento..... | 12 |
| Tabela 3: Aumento do faturamento..... | 12 |

Sumário

| | |
|---|----|
| 1.INTRODUÇÃO | 1 |
| 1.1 Contextualização do tema | 1 |
| 1.2. Objetivos | 3 |
| 1.2.1 Objetivos Geral..... | 3 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos | 3 |
| 1.2 Justificativa | 4 |
| 2.REFERENCIAL TEÓRICO | 4 |
| 3. EMPRESA ANALISADA..... | 5 |
| 3.1 Histórico | 5 |
| 3.2 Cultura Organizacional..... | 6 |
| 3.3 Missão | 7 |
| 3.4 Visão | 7 |
| 3.5 Valores | 8 |
| 3.6 Principais Produtos ou Serviços..... | 8 |
| 3.7 Principais Fornecedores..... | 8 |
| 3.8 Principais Clientes | 9 |
| 3.9 Principais Concorrentes | 9 |
| 3.10 Estrutura Organizacional | 10 |
| 3.11 Localização da Empresa | 11 |
| 4. PLANO FINANCEIRO | 11 |
| 5.METODOLOGIA..... | 13 |
| 5.1 Delineamento da pesquisa | 13 |
| 5.2 Métodos instrumentos e coletas de dados | 13 |
| 6. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS | 14 |
| 6.1 Pontos positivos e negativos | 14 |
| 6.2 Recomendações estratégicas | 15 |
| 7. CONSIDERAÇÕES FINANAIS | 16 |
| 8.REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS | 17 |

1. INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização do tema

A palavra empreendedor é originada da França, no qual um dos seus significados é assumir riscos. Um dos primeiros relatos históricos do termo empreendedorismo foi por meio de Marco Polo, no qual, assinou um contrato com um capitalista para vender as mercadorias do mesmo. Já na idade média, o termo empreendedorismo era utilizado para caracterizar aquele que gerencia grandes projetos de produção.

No século XVII Richard Cantillon um importante escritor e economista, foi um dos primeiros a criar o termo empreendedorismo e diferenciar o empreendedor do capitalista.

Já em 1990 o empreendedorismo começou a tomar forma no Brasil, por meio de entidades como SEBRAE, e SOFTEX. Após esses períodos, o empreendedor passou a ser caracterizado como pessoas diferenciadas, que possuem, visão, estratégia e paixão pelo que executam.

Em suma, o significado de empreendedorismo está relacionado com a criação de novas empresas, ou novos produtos, em ênfase quando se está no âmbito empresarial. A criação de novos negócios esta muita das vezes relacionada, á trabalhar com o que gosta, se realizar como profissional e obter mais lucros. No entanto, a criação de novas empresas, nem sempre estão dentro desses aspectos, muitos criam uma empresa devido à falta de perspectiva, por estar desempregado ou por necessidade, gerando assim a informalidade das empresas.

No País a informalidade acarretou a falta de controle do comércio. Existem inúmeras vantagens de uma micro empresa estar formalizada, cumprir com as exigências do governo prevista pela lei traz grandes benefícios ao empreendedor e sua empresa, como, a possibilidade de conquistar mais clientes, realização maior nos números de vendas, receber auxílio do governo, conseguir financiamentos e empréstimos.

Por conseguinte, a formalização da empresa e o sucesso da mesma, consiste antes em bom planejamento de negócios, tendo a finalidade de desenvolver suas tarefas, de maneira disciplinar e organizada, no qual dentro do plano de negócios também está contido a análise do mercado, isto é, para que a empresa conheça seus concorrentes, seus clientes e onde o mercado atua.

Também o levantamento de custos pertinentes ao negócio deve ser levantado, para que conhecendo o mercado saiba como e quanto investir, assim, visando sempre os objetivos aos quais levarão a um futuro melhor.

Em síntese, são inúmeras desvantagens que a informalidade traz, em especial, o risco iminente de descontinuidade da atividade empresarial em caso de autuação fiscal, e a limitação do crescimento da empresa. Assim, é necessário destacar a grande importância estratégica que a formalização representa para a organização, com impacto direto no planejamento e sucesso da empresa.

As organizações, conceitualmente, são entendidas como o conjunto de esforços, máquinas ou equipamento e recursos financeiros aplicados na busca de um objetivo comum. Em outra vertente, entende-se que uma organização é um conjunto de pessoas com um mesmo objetivo em comum, no qual o empreendimento se formalizará.

O segredo para alcançar o sucesso de um empreendimento é composto por partes básicas, como a gestão de pessoas, execução das tarefas e a administração, em especial, o planejamento, organização, controle dos recursos organizacionais, para que seja obtido o melhor resultado para a organização. Cabe destaque, que, todas as organizações estão inseridas num ambiente (cenário) composto por fornecedores, concorrentes e uma abrangente variação de condições tecnológicas sociais e econômicas, que podem influenciar o comportamento dos referidos agentes, e também do consumidor.

Nesse cenário competitivo, tomar decisões pode resultar no sucesso ou no fracasso de uma organização. Assim, destaca-se a relevância do processo decisório para o sucesso da organização, que deverá selecionar bons administradores, para, dentre

diversas decisões estratégicas para a organização, determinar as relações entre cargos, rendas, produtos, serviços. Assim, o conhecimento, capacidade e visão do administrador também é importante fator de sucesso para uma organização.

Nesse sentido, capacitar os gestores da lanchonete também é vital para o sucesso da organização. Assim, considerando que os atuais gestores não possuem capacitação em gestão, é lícito concluir que a participação dos gestores em cursos de capacitação, que, normalmente, são promovidos pelo SEBRAE/MG, tende a colaborar para o sucesso da organização.

Portanto, com fundamento nos recursos organizacionais, conhecimento de mercado e visão dos administradores da lanchonete, a formalização é recomendável. Em uma visão empresarial é necessário essa intervenção, para que o empreendimento seja realizado e formalizado. Havendo a realização pessoal de um sonho, o sucesso do mesmo, a transformação dos recursos compostos pela lanchonete em lucros trazendo a rentabilidade, e como consequência desenvolvimento do país.

O objeto do presente estudo é a formalização da Lanchonete da Tia Lia, conforme detalhado nos tópicos seguintes.

1.2. Objetivos

1.2.1 Objetivos Geral

Planejar, organizar e formalizar uma empresa alimentícia do tipo lanchonete.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analisar o mercado, e o comportamento do consumidor;
- Estudar os pontos fortes e fracos dos concorrentes;
- Levantar custos pertinentes ao negócio;
- Verificar a viabilidade econômica financeira do empreendimento.

1.2 Justificativa

Empreender é um sonho da maior parte dos brasileiros, e nunca esteve tão fácil ser seu próprio patrão. Para criar sua própria empresa, via de regra, não se exige de uma faculdade ou uma formação específica. A principal exigência é ter afinidade com o negócio, incluindo o conhecimento do empreendedor acerca do ambiente em que a empresa está inserida.

Entende-se que a criação de um novo negócio se torna uma realização mais satisfatória quando o empreendimento é formalizado, pois tem-se a consciência que registrar uma empresa é abrir novos caminhos para o sucesso do empreendimento. A formalização traz consigo inúmeros benefícios ao empreendedor e sua empresa, como também no meio social em que a empresa está inserida. Pode-se dizer que o papel das empresas na sociedade é extenso. As organizações produzem bens e serviços que satisfazem a necessidade do consumidor, e por meio dos quais são gerados recursos que são devidamente distribuídos aos proprietários, fornecedores e empregados.

Logo, por meio da atividade empresarial, gera-se, também, a arrecadação de tributos necessários para a execução das políticas públicas. Além de proporcionar novos empregos contribuindo para economia do país. Em última análise, as organizações influenciam positivamente a sociedade estendendo-se a diversos níveis sociais e ambientais.

Contudo, decidimos pela otimização, pois era necessário uma intervenção, e que sendo uma empresa de um grupo familiar ou seja só possui empregados da mesma família, era necessária uma intervenção para realizar a formalização dessa pequena organização, que contribuirá com grandes benefícios ao empreendimento, e certamente será o canal de grandes portas abertas para o sucesso da empresa.

Assim, dada a relevância do assunto, nosso grupo optou por escolher esse tema para a realização do projeto integrador 2016.

2.REFERENCIAL TEÓRICO

Para HOLANDA FERREIRA (2002, p.129), empreendedorismo é:

1. Qualidade ou caráter do que é empreendedor 2. Atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração.

No mesmo sentido, DORNELAS (2001, p.37), assim define:

O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

De acordo com o mencionado autor, o empreendedor cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, identificando oportunidades. Em suma, para DORNELAS, o empreendedor é mais conhecido como aquele indivíduo que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes.

Partindo das definições acima, compreende-se que o empreendedor é conhecido como aquele que cria novos negócios, assumindo riscos e sendo atento às informações para que o mesmo identifique as oportunidades.

Apresenta-se, a seguir, algumas das características primordiais que um empreendedor deve possuir:

“Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo o que faz. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social econômico onde vive. Aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.” DORNELAS (2001, p.38)

3. EMPRESA ANALISADA

3.1 Histórico

A história da Tia Lia Lanches iniciou-se com Maria Aparecida Souza Caldeira, em 2010. A vontade da família e amigos se reunirem para degustar seus deliciosos sanduíches, contribui para instalação de seu trailer, carinhosamente chamado “Trailer da Tia Lia”. A princípio, seus familiares a auxiliavam no trailer no atendimento aos clientes, recebimento do dinheiro e suporte na cozinha para a produção dos sanduíches.

O sucesso foi imediato, a demanda de clientes aumentou diariamente. O simples trailer da Tia Lia passou a ser um ponto de encontro dos universitários, amigos e família. Com a crescente demanda, a formalização seria inevitável e a mudança para um lugar mais amplo também.

Em 2016, em decorrência de uma importante decisão empresarial, optou-se pela formalização, que trará grandes benefícios à nova lanchonete da Tia Lia. Como também permitirá a participação de licitações envolvendo prestação de serviços no ramo alimentício.

Neste ano, além da novidade da formalização da lanchonete da Tia Lia, a organização traz, ainda, uma grande inovação por meio da disponibilização de uma linha de sanduíches e sucos naturais.

3.2 Cultura Organizacional

Compreende-se que cada sociedade possui uma cultura que influencia o comportamento de pessoas e das organizações.

A cultura de uma sociedade compreende os valores compartilhados, hábitos, usos de costumes, códigos de conduta, tradições e objetivos que são aprendidos das gerações mais velhas, impostos pelos membros atuais da sociedade e passados sucessivamente para as novas gerações. (CHIAVENATO, 2004.p.17)

Assim, entende-se que desde o nascimento de cada pessoa, é acumulado os efeitos da cultura por meio do processo de educação e socialização. Logo, a cultura é o

resultado da fundamentação de uma vida baseada em padrões, códigos, condutas e expectativa.

Da mesma forma que cada indivíduo possui sua própria cultura, as organizações também possui, em que, se caracteriza como culturas organizacionais próprias e específicas.

“Cultura organizacional representa as normas informais e não escritas que orientam o comportamento dos membros de uma organização no dia- a dia e que direcionam suas ações para a realização dos projetos organizacionais” (CHIAVENTATO, 2004, p.121)

Chiavenato (2004) saliente que para conhecer uma organização, o primeiro passo é conhecer sua cultura. A cultura organizacional baseia-se em o modo como as pessoas se interagem na organização, e suas atitudes predominantes.

A empresa em estudo é tipicamente brasileira, como proprietária, Maria Aparecida, cristã, e cujos os valores repassara no cotidiano da organização. As decisões são tomadas pela proprietária que pode ser classificada como uma pessoa centralizadora.

3.3 Missão

Fornecer, ao mercado, produtos com a altíssima qualidade, agregando sabor, saúde e satisfação, maximizando o sucesso da organização.

3.4 Visão

Ser reconhecida, em 5 anos, como uma empresa de excelência no fornecimento de produtos alimentícios.

3.5 Valores

Ética

Qualidade

Trabalho em equipe

Inovação.

3.6 Principais Produtos ou Serviços

A Tia Lia Lanches oferece produtos no setor alimentício, com alta qualidade. A organização oferece quatro opções de sanduíches, obtendo seu diferencial e credibilidade no mercado. Seus principais produtos são, sanduíche natural dos sabores atum e frango, sanduíche de forno e sanduíche de carne moída, além dos sucos naturais de laranja, limão, morango e maracujá, extraído diretamente das frutas.

TABELA 1- Resumo dos produtos

| Sanduíches | Preço(R\$) | Suco (500ml) | Preço(R\$) | Jarra 2L |
|-----------------|------------|--------------|------------|----------|
| Atum | R\$6,00 | Laranja | R\$5,00 | R\$12,00 |
| Frango | R\$6,00 | Limão | R\$5,00 | R\$12,00 |
| Carne moída | R\$7,50 | Morango | R\$5,00 | R\$12,00 |
| Cachorro-quente | R\$6,50 | Maracuja | R\$5,00 | R\$12,00 |
| Forno | R\$7,50 | - | R\$5,00 | R\$12,00 |

FONTE: Elaborado pelo autor

3.7 Principais Fornecedores

Razão social: Supermercado EPA

CEP: 32.670-35

Endereço: Av. Das Américas,675 Filadélfia, Betim-MG

Fone: (31) 3594-2092

Razão social: ABC de Minas

CEP: 32.670-35

Endereço: Rua Doutor Gravatá,51, Betim-MG

Fone: (31) 3531-7348

E-mail: contato@sacolaoabcdeminas@gmail.com

3.8 Principais Clientes

O estabelecimento funcionará a princípio de terça a domingo, de 8 às 21 h. Com este horário pretendemos atingir todos os perfis adultos, jovens e criança.

3.9 Principais Concorrentes

Razão social: Padaria Pão Fofó

CEP:32676600

Endereço: Rua Palmeiras,670, Laranjeiras Betim-MG

Fone: 3511-4224

Razão social: Corujinha Lanches

CEP:32676600

Endereço: Rua Palmeiras,367, Laranjeiras Betim-MG

Fone: 3567-0067

E-Mail: corujinhaslanches@gmail.com

QUADRO 1 – Análise da Concorrência

| LANCHONETE TIA LIA | |
|---------------------------------|------------------------|
| PONTOS FRACOS | PONTOS FORTES |
| Informalidade do empreendimento | Experiência no mercado |
| Ausência no serviço de entrega | Atendimento eficaz |

| PADARIA PÃO FOFO | |
|---------------------------------|------------------------------------|
| Preços menos acessíveis | Ambiente amplo |
| Baixa qualidade no atendimento | Diversificação do produtos |
| LANCHONETE CORUJINHA | |
| Problemas na entrega | Fácil acesso |
| Inferioridade no aconchegamento | Localidade com grande movimentação |

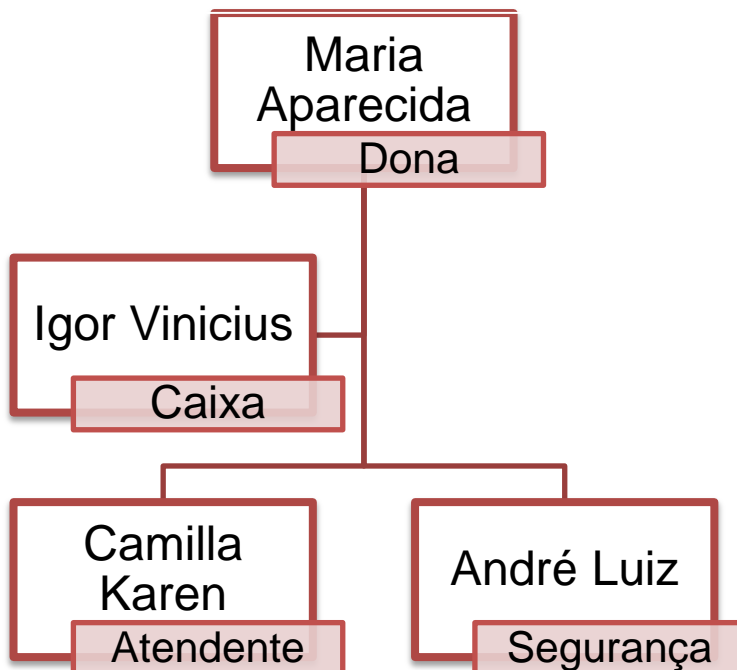
FONTE: Elaborado pelo autor

Oportunidades a serem exploradas:

- 1 Implantar serviço de entrega com qualidade – logística eficiente e de baixo custo;
- 2 Implantar pedidos delivery, inclusive com utilização de aplicativos e redes sociais;
- 3 Verificar a possibilidade de implantar pedidos via whatsApp;
- 4 Verificar a possibilidade de implantar pedidos customizados, de forma que o cliente escolha, individualmente, os ingredientes do seu sanduiche;
- 5 Trabalhar a capacitação em gestão (via SEBRAE);
- 6 Trabalhar a capacitação do atendimento.
- 7 Implementar programa de inovação dos produtos oferecidos;
- 8 Viabilizar a participação em licitações.
- 9 Avaliar a possibilidade de se instalar numa região onde concentre faculdades, se possível, se instalando dentro de uma.

3.10 Estrutura Organizacional

A equipe de gestão do empreendimento será composta, a princípio, por Maria Aparecida Souza Caldeira que terá a função na produção dos sanduíches e sucos. Igor Vinicius Souza Caldeira na parte da administração e caixa responsável pelas negociações com os credores em geral, organização de métodos de compras viáveis economicamente para que a empresa obtenha cada vez mais o aumento de sua rentabilidade operacional positiva. Como garçomete responsável Kamilla Karen Souza Caldeira para o melhor atendimento de nossos clientes, como segurança André Luiz Caldeira para vigiar e controlar o acesso de clientes.



3.11 Localização da Empresa

Nome fantasia: Tia Lia

Endereço: Rua Palmeiras 246, Laranjeiras Betim/MG

Fone: (031) 3597-3588

E-Mail: lanchonetialia@gmail.com

4. PLANO FINANCEIRO

“O sucesso de um empreendimento depende muito da capacidade de se administrar financeiramente um negócio”. (DORNELAS,2001, p.162)

Para o sucesso do empreendimento, deve-se valer a organização e planejamento da gestão financeira. Com o bom planejamento e organização no sistema financeiro, trará consequências benéficas ao empreendimento como a tranquilidade, e a certeza do sucesso da mesma. Por isso, o administrador financeiro tem um papel de grande importância na organização com a responsabilidade de analisar, controlar e planejar, em que baseia-se em coordenar as atividades por meio dos relatórios

financeiros, analisando a capacidade de produção, para um único objetivo alavancar a organização para a obtenção de mais lucros, posteriormente o propósito de se investir na empresa para o alcance das metas.

O gerenciamento financeiro é a área da empresa que se preocupa, de forma especial, com a rentabilidade e a liquidez do negócio. A rentabilidade consiste em o melhor retorno possível do investimento, em que só é alcançada na maximização dos retornos dos investimentos. Já a liquidez é a rápida conversão da rentabilidade em dinheiro. Adquirindo os, dois aspectos o empreendedor pode continuar realizando seu trabalho tranquilamente. Em contrapartida, um dos grandes desafios do gerenciamento financeiro é as dificuldades em manter a rentabilidade e liquidez da empresa em níveis satisfatório.

São respectivamente duas das principais atribuições do gerenciamento financeiro: Obtenção de recursos financeiro: o empreendimento possa dar continuidade ao seu funcionamento, podendo também expandir sua atividade.

Utilização dos recursos: consiste em suprir as operações comuns da empresa, como de matéria primas, aquisição de máquinas e equipamentos, pagamentos de encargos, salários e tributos.

Contudo, como a organização já está em operação, dispensa-se no caso em tela, a análise de despesas pré-operacionais, cabendo a análise do faturamento mensal dos últimos 6 meses, conforme detalhado abaixo:

TABELA 2 – Análise de faturamento

| Maio | Junho | Agosto | Setembro | Outubro | Novembro |
|-------------|--------------|---------------|-----------------|----------------|-----------------|
| R\$3.400,00 | R\$3.255,65 | R\$2.908,00 | R\$3.000,00 | R\$3.550,67 | R\$2.045,00 |

FONTE: Elaborado pelo autor

Assim, diante das oportunidades de serem exploradas, identificadas no item 3.9 deste trabalho, espera-se um aumento no faturamento da organização em média de 10% ao ano, conforme demonstrado no quadro abaixo:

TABELA 3 – Aumento do faturamento

| | Maio | Junho | Agosto | Setembro | Outubro | Novembro |
|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 10% | R\$3.740,00 | R\$3.581,21 | R\$3.198,00 | R\$3.300,00 | R\$3.905,73 | R\$2.249,00 |

FONTE: Elaborado pelo autor

5.METODOLOGIA

5.1 Delineamento da pesquisa

O presente trabalho apresenta a metodologia qualitativa de pesquisa, de natureza exploratório caracterizado como estudo de caso.

A pesquisa qualitativa leva a sério o contexto e os casos para entender uma questão em estudo. Uma grande quantidade de pesquisa qualitativa se baseia em estudo de caso ou em séries desses estudos e com frequência, o caso é importante para entender o que está sendo estudado (GIBBS,2009, p.9)

Yin (2005) apresenta o estudo de caso como único e múltiplo.

“Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (YIN,2005, p.32)

5.2 Métodos instrumentos e coletas de dados

O objetivo do estudo de caso é a formalização, organização e planejamento da lanchonete. Bem como, avaliar os demais benefícios resultantes da eventual formalização do empreendimento.

O estudo corresponde a uma intervenção do empreendimento na Lanchonete Tia Lia, situada em Betim- MG. Trata-se de uma organização que atua no ramo alimentício.

Por meio da realização de um sonho, também como a formalização da lanchonete, no qual foram visualizadas, estratégias que pudessem ser melhoradas, favorecendo para o sucesso.

A metodologia utilizada para a realização do trabalho, partiu do fato de que os suposto empreendedores da empresa são do mesmo grupo familiar, como também estava atuando no mercado há tempos, mesmo que informalmente. Adicionalmente, foram identificadas estratégias como proposta de melhoria para o empreendimento.

A primeira análise foi feita com base na localização atual da lanchonete, registrando os pontos fortes e fracos dos concorrentes identificados.

Após os diagnósticos, foi verificado quais procedimentos corretos para a formalização. Posteriormente, procedeu-se a reestruturação da gestão da lanchonete.

6. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS

6.1 Pontos positivos e negativos

Ao longo do trabalho foram verificadas os seguintes pontos positivos:

1. Qualidade no atendimento;
2. Qualidade nos produtos;
3. Capacitação da equipe de gestão pelo SEBRAE, aumentando a possibilidade do crescimento;
4. Preços acessíveis.

Em contra partida, também foram analisados os seguintes pontos fracos:

1. Ausência de ferramentas tecnologias;
2. Ausência de serviço de entrega;
3. Ausência de uma logística eficiente.

6.2 Recomendações estratégicas

Como mecanismo de alavancagem das operações da lanchonete, escolheu-se o aumento da lucratividade da empresa. Assim, procurou-se manter os custos de forma eficiente e aumentar o faturamento.

Para tal, com fundamento no diagnóstico estratégico realizado, sugere-se as seguintes medidas:

- 1- As necessidades de recomendações estratégicas para aumentar a possibilidade de crescimento, é mudar a localidade da lanchonete, para o centro da cidade de Betim, próxima as universidades. Com isso, a lanchonete poderá funcionar no mesmo horário de 8 às 21H, podendo atingir todos os públicos alvos, em especial os universitários.
- 2 Implantar pedidos delivery, inclusive com utilização de aplicativos e redes sociais - No atual estágio, com a recente tecnologia disponibilizada de forma abrangente, se torna muito mais fácil e inovador, fazer pedidos por aplicativos, além do baixo custo.
- 3 Verificar a possibilidade de implantar pedidos via whatsapp; - Com o fácil acesso por maior parte das pessoas, se torna muito mais viável.
- 4 Verificar a possibilidade de implantar pedidos customizados, de forma que o cliente escolha, individualmente, os ingredientes do seu sanduiche. – Com a visão de crescimento, a inovação é um fator decisivo, por isso, a ideia é de implantar comandas, com várias opções, para que o próprio cliente monte seu próprio sanduiche, ao gosto do mesmo.
- 5 Trabalhar a capacitação em gestão (via SEBRAE) – Devido os empreendedores ainda não possuírem cursos de capacitação, assim a recomendação é para que os mesmos se capacite por meios de cursos,

- agregando a eles conhecimento no qual também é um fator para o sucesso da organização.
- 6 Trabalhar a capacitação do atendimento. - Para um melhor atendimento, e uma melhor satisfação dos clientes é necessário essa capacitação, por meio de cursos, e treinamento.
 - 7 Implementar programa de inovação dos produtos oferecidos- A inovação é um fator diferencial a qualquer empreendimento, por isso a lanchonete visa implementar a inovação de produtos, isto é, um cardápio com maior variação de sanduíches.
 - 8 Viabilizar a participação em licitações. – Com a formalização da lanchonete, a participação da organização será de grande importância para garantir o desenvolvimento econômico, social e cultural

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o estudo de caso da lanchonete Tia Lia, é lícito que o empreendimento seja viabilizado e consolidado. Havendo assim, a possibilidade de implantação de grandes estratégias de planejamento. Sabe-se que não será uma tarefa fácil, no entanto, com a dedicação de todos, força e vontade, será possível a realização dessas estratégias. No qual, também para a realização dessas estratégias, requer grandes investimentos, em produção, marketing, e treinamentos de funcionários.

Logo, será possível a viabilização da lanchonete, construindo uma equipe motivada e preparada. Proporcionando aos antigos e novos clientes produto e serviço de qualidade.

Por meio do estudo, foi percebido, que o planejamento é o sucesso de qualquer empreendimento. Outros pontos analisados, é o conhecimento do mercado, isto é, onde a empresa está inserida, seus concorrentes, clientes e fornecedores.

Caracterizando assim, os pontos fracos e fortes.

Contudo, foram constados e proposto mudanças ao empreendimento, buscando eficiência e eficácia nos processos organizacionais da lanchonete.

8.REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Pioneira Thomson,2004.

DORNELAS, José Carlos A. **Empreendedorismo Transformando ideias em negócio**. Rio de Janeiro: Campus Ltda,2001. 299p.

GIBBS, Graham. **Análise de Dados Qualitativos**. Companhia Editora Ltda, 2009. 198p.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SEBRAE. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>> Acesso em: 4 de Set.2016.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso Planejamento e Métodos**. 5. Ed. São Paulo: Bookman Editora Ltda,2005. 152p.

O trabalho ora apresentado pela equipe foi resultado de muita pesquisa e esforço.

Do projeto inicial ao resultado que se apresenta, um grande caminho foi percorrido. Mas não percebi como um caminho de fardo, como algo pesado. Na verdade, o sentimento foi de uma caminhada gradativa, dedicada, mas suave, que pode perceber e valorizar cada passo alcançado.

Coube a mim a agradável tarefa de levar o grupo à reflexão sobre as abordagens dos temas. Desde questões ligadas à linguagem culta, formal, até a reflexão de ponto de vista de gestão, de iniciativas que pudessem diferenciar e alavancar o negócio, agregando valor para os clientes e lucratividade para os empreendedores.

Parabenizo o grupo pela dedicação e empenho, e ao Professor Doge pela missão de cuidar, com zelo quase pastoral, desse importante projeto.

Desejo ao grupo boa sorte na implementação e muito sucesso, na carreira, mas, sobretudo, na vida. (José Carlos Martins do Nascimento, 2016)