



CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PADRE JOSÉ NUNES DIAS
Técnico em Administração



Emanuel Atila da Silva
Emily Fernanda da Silveira
Pedro Augusto Pires de Aguiar
Raissa Borges dos Santos
Samuel Castro Cardoso Silva

FEIRA DE EMPREENDEDORISMO:
Alimentos Panc

Monte Aprazível / SP

2023

Emanuel Atila da Silva
Emily Fernanda da Silveira
Pedro Augusto Pires de Aguiar
Raissa Borges dos Santos
Samuel Castro Cardoso Silva

FEIRA DE EMPREENDEDORISMO:
Alimentos Panc

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso Técnico em Administração da ETEC Padre José Nunes Dias de Monte Aprazível / SP, orientado pelas professoras Andréa Nunes Matias e Rose Perpétuo do Nascimento, como requisito para obtenção do título de Técnico em Administração.

Monte Aprazível / SP

2023

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, por nos ajudar a ultrapassar todos os obstáculos que obtivemos durante o curso.

Aos nossos pais familiares que nos apoiou ao longo do curso.

Agradecemos imensamente nossos professores pelos ensinamentos compartilhados pela paciência aplicada.

SUMÁRIO DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 Planta baixa	12
Figura 2 Planta Alta.....	12
Figura 3 Planta Alta.....	13
Figura 4 Planta Alta.....	13
Figura 5 Alimentos Panc	14
Figura 6 - Proposta de Valores - Canvas.....	17
Figura 7 - Bolo de chocolate com ora-pro-nóbis	17
Figura 8 - Brigadeiro Pimenta-Rosa	19

SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO	6
1.1 Resumo	6
1.1.1 Objetivo	6
1.1.2 Público-alvo.....	6
1.1.3 Problemática	7
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	8
2.1 O Nome	9
2.2 A Ideia	10
3. DESENVOLVIMENTO	11
3.1 Análise de mercado: Missão, visão e valores	11
3.2 Plano de Marketing.....	12
3.2.1 Estratégia de Vendas:	14
4. MANUFATURA E/OU OPERAÇÕES	15
3.2.2 Organograma de Cargos.....	16
3.3 Competências da Empresa.....	20
3.3.1 Competências técnicas	20
5. PLANO FINANCEIRO	22
5.1 Ativo permanente.....	22
6. CONCLUSÃO	24
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	25

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 Resumo

Plantas Alimentícias não Convencionais, este é o tema escolhido para abordagem à nível de Trabalho de conclusão de curso, deste modo, o termo se refere às espécies comestíveis que as pessoas não têm o hábito de consumir na alimentação.

Ressaltando que hábitos atuais da "vida moderna ", estão alocados constantemente pelo consumismo e a busca da praticidade, alimentos *Panc's* caminham em uma proposta complementar aos hábitos atuais, complemento este direcionado a uma alimentação saudável, consciente e responsável.

1.1.1 Objetivo

Dentro do que foi passado e aplicado na prática do componente curricular Desenvolvimento de Modelos de Negócios, foi criado um negócio inovador, elaboramos uma Empresa denominada alimentos PANC, cujo maior objetivo foi a proposta dos alimentos ficarem mais saudáveis com as *Panc's*, atendendo um público que tem desejos e necessidades em mudar e ou melhorar sua rotina alimentar.

As PANC começaram a apresentar grande ênfase dentro do meio científico pôr vários atributos na diversificação alimentícia, obtendo destaque no âmbito da nutrição, da economia, medicina, sustentabilidade e da biodiversidade. Com isso, obtemos o encaixe das PANC's na rotina das pessoas, expondo para todo Brasil sua real importância.

1.1.2 Público-alvo

Nessa ideia de mercado, o público-alvo a ser trabalhado na conquista, manutenção e fidelização dos mesmos, consideramos que sejam adultos e jovens masculino e feminino em sua maioria que procuram uma vida mais saudável e com riqueza e diversificação em seu paladar, além da próxima geração também se identificar com esta proposta no ramo alimentício.

1.1.3 Problemática

Quanto a problemática, foi identificada a necessidade de melhorar e agregar valor mercadológico municipal, com a criação de um produto inovador, colocando na prática com que foi assimilado do componente curricular Modelo de Desenvolvimento de Negócios.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

De acordo com Kinupp e Lorenzi (2014), em livro referência no tema, as Plantas Alimentícias Não Convencionais (Panc) são espécies vegetais que possuem uma ou mais partes alimentícias que não são corriqueiras, que não fazem parte do dia a dia, espontâneas ou cultivadas, nativas ou exóticas, incluindo ainda partes alimentícias de espécies convencionais como o “umbigo” da bananeira, as folhas de batata-doce ou as folhas, flores, brotos e sementes de abóboras. Madeira e Kinupp (2016) acrescentam que são espécies regionais, que muitas delas já foram comuns no passado fazendo parte da cultura alimentar brasileira. Elas não são globalizadas, não possuem cadeia produtiva estruturada e são notavelmente rústicas e resilientes, muitas vezes de ocorrência espontânea, além de apresentarem destacado potencial nutricional.

Dentro desse grande grupo das Panc, predominam frutas e hortaliças. Dentre as hortaliças Panc, estão as hortaliças tradicionais (Madeira et al., 2013), que fizeram parte da cultura alimentar de alguma região do Brasil, mas que caíram em desuso (exemplos: beldroega, João-gomes, caruru e serralha), ou se mantiveram somente em determinadas regiões. Essas espécies exercem influência na culinária e na cultura locais (exemplos: jambu, vira greira, ora-pro-nóbis e bertalha) e é exatamente por isso que são chamadas também, especialmente em trabalhos de campo, de hortaliças tradicionais. Outras, ainda, caíram em desuso de tal maneira que atualmente são desconhecidas da grande maioria da população, a exemplo da araruta, do mangarito, do jacatupé e do ariá. (Embrapa.,2023).

Por outro lado, algumas plantas (conhecidas como Plantas Alimentícias Não Convencionais – PANC) pouco conhecidas pela grande maioria da população, estão sendo paulatinamente estudadas (KINUPP; LORENZI, 2014; TOLEDO; GALETTO; COLATONIO, 2007; ALMEIDA; CORRÊA, 2012; SOUZA et al.,2009) trazendo um olhar mais apurado sobre elas. No entanto, é necessário mais conhecimento sobre suas propriedades e funções para que sejam utilizadas como fonte de alimentação e de recursos nutricionais para as famílias que desejarem consumi-las, sobretudo para aquelas que vivem em situação de pobreza e desigualdade social, tendo uma alimentação pobre em nutrientes.

Portanto, acreditamos que deve ser cada vez mais estimulada a divulgação do entendimento científico acerca dos benefícios ocasionados pela utilização alimentar dessas plantas não convencionais para a melhoria da saúde humana,

principalmente na cidade de Manaus como capital e referência para todo o estado amazônico. (Borges, et al.,2023).

De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), muitas dessas plantas crescem espontaneamente em qualquer lugar, como aquele matinho ou trepadeira no quintal de casa ou em terrenos baldios. Justamente por isso, elas nem sempre são consideradas uma opção culinária. (MINISTÉRIO DA SAÚDE,2023)

Mas a frase “quem vê cara, não vê coração” se encaixa muito bem aqui. Isso porque as PANCs possuem essa aparência de ervas daninhas, mas guardam alto teor de nutrientes e podem ser fonte de renda para produtores, principalmente da agricultura familiar e são bons exemplos de alimento in natura. Somado aos benefícios para a saúde, essas plantas também possuem baixo impacto ambiental.

Normalmente, elas possuem um crescimento espontâneo, exigem um cultivo simples, além de serem facilmente adaptáveis a diferentes ambientes. Todos esses fatores influenciam no baixo impacto ambiental. Isso sem falar que, no passado, essas plantas faziam parte da cultura e alimentação local. Sendo assim, seu consumo também é um resgate de costumes regionais. Por esse motivo, são consideradas ambiental e culturalmente responsável. (MINISTÉRIO DA SAÚDE,2023)

Muitas PANC são conhecidas no Brasil, sobretudo pelas comunidades tradicionais e na agricultura familiar, em locais de vegetação nativa, com ênfase para o cultivo e a colheita para subsistência (NESBITT et al., 2010). Poucas plantas foram estudadas ou são utilizadas como alimento, a atualização dos conhecimentos e divulgação para a população pode garantir a produção em quantidade comercial, resultar na melhora da renda das famílias produtoras (agricultura familiar) e dos consumidores, contribuir com enriquecimento nutricional do cardápio e diversidade cultural, no que tange a alimentação e, além disso também são amplamente utilizadas na medicina popular. (Silva, et al.,2023)

2.1 O Nome

O nome da nossa empresa é Alimentos Panc e vai ser uma lanchonete, apesar deste nome ser exótico, o escolhemos para ajudar o público a ter mais conhecimento geral e identificação à marca e tipo de alimento que será consumido. Afinal poucas pessoas sabem que Panc é nada mais que plantas comestíveis, que

deixa tudo mais saudável e com a ideia de entregar alimentos saudáveis ao público criamos esta lanchonete.

2.2 A Ideia

A empresa é uma lanchonete com a ideia de trazer diversidade, afinal poucas lanchonetes têm alimentos saudáveis, nossa produção dentro da empresa é basicamente, a compra das plantas Panc e de utensílios sustentáveis, pois, planejamos que seja totalmente sustentável o estabelecimento, e obviamente faremos alimentos com as Panc que serão vendidas na lanchonete.

Almejamos que a visão da nossa empresa, seja muito bem-vista pelo público, afinal estamos fazendo um produto saudável com a ideia de melhorar diariamente a vida das pessoas que não tem uma alimentação saudável.

3. DESENVOLVIMENTO

Foi designado ao Grupo 7 do 2º MÓDULO DO CURSO TÉCNICO DE ADMINISTRAÇÃO DA ETEC “PADRE JOSÉ NUNES DIAS”, na cidade de Monte Aprazível. Decidimos no dia 30 de agosto de 2022, iniciarmos o projeto para a feira do empreendedorismo, no qual duas ideias foram formadas, que a primeira foi os “Alimentos Panc” (Plantas Alimentícias Não Convencionais) e a segunda foi “Iogurte de jabuticaba”.

No dia 6 de setembro de 22 em acordo com o grupo todo, escolhemos a ideia dos alimentos saudáveis com o intuito de trazer experiência nova para os consumidores, que possam desfrutar de uma comida saudável. Usando as plantas Panc, que têm um desenvolvimento espontâneo, e são facilmente encontradas em jardins, hortas, quintais e até mesmo em calçadas.

3.1 Análise de mercado: Missão, visão e valores

Missão: A missão de proporcionar mais saúde à população, com os nossos alimentos, afinal temos estudos muito grandes apontando a gravidade dos problemas alimentícios, pois hoje em dia como bem sabemos nossa população não tem uma alimentação saudável, isso só está se agravando de tempos em tempos e, com essa realidade, nossa missão é tentar melhorar e conscientizar para todos terem uma vida saudável e produtiva.

Visão: A visão de crescer a médio prazo, assim que ingressarmos no mercado, ajudando todos, principalmente aqueles que não tenham uma alimentação saudável ainda e com a visão principal de querer melhorar vidas, em consequente queremos crescer nossa lanchonete, para assim fazemos uma mudança global nas vidas das pessoas e credibilizando a marca.

Os valores: Os valores são descritos, pela nossa preocupação com a saúde da população em geral, temos muito comprometimento com as metas propostas onde inovar sempre com a transparência total ao público e realizando pesquisas de campo de ordem semestral para saber a opinião do público à respeito dos alimentos Panc.

3.2 Plano de Marketing

Layout, Planta baixa



Figura 1 Planta baixa



Figura 2 Planta Alta



Figura 3 Planta Alta

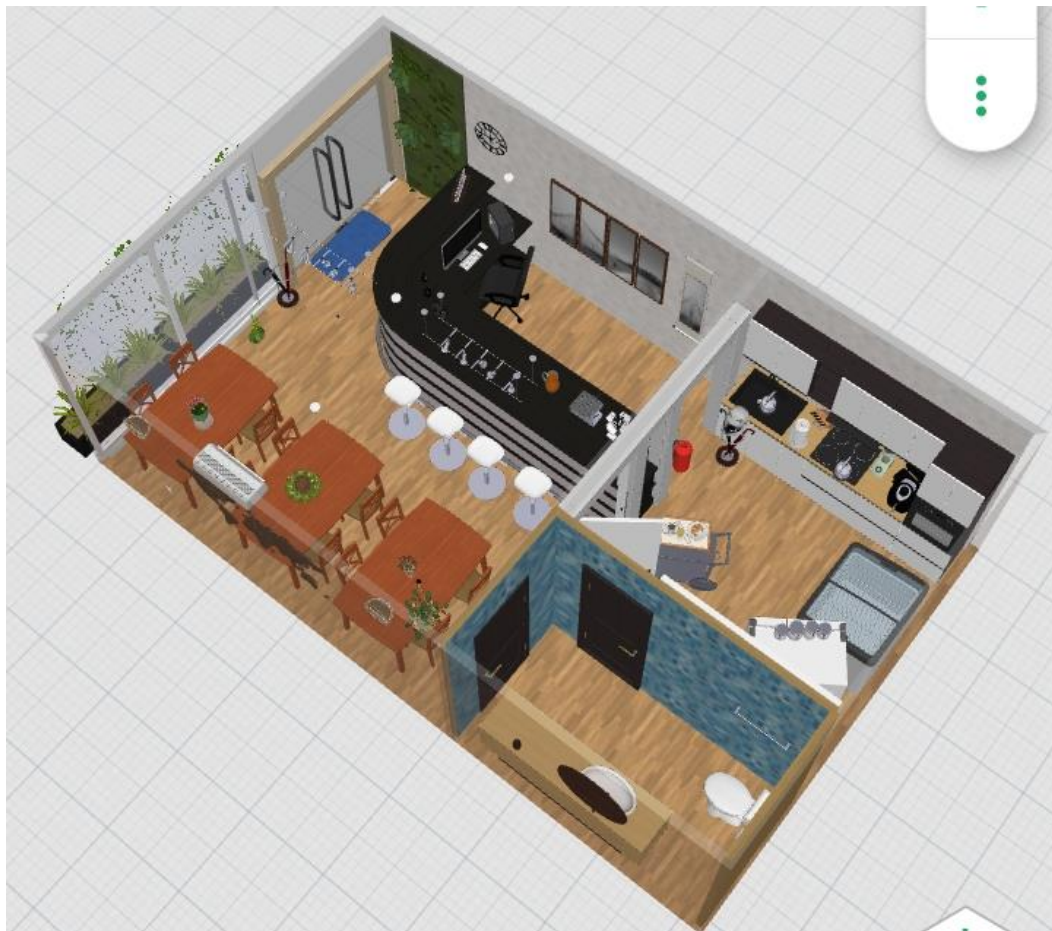


Figura 4 Planta Alta

3.2.1 Estratégia de Vendas:

Os produtos serão vendidos pela Lanchonete, método a pronta entrega e por encomenda, sendo pedidos na própria lanchonete ou em casa, trazendo um produto de alta qualidade com um custo-benefício atrativo.

Alcançando o público que desconheça ou almeja uma forma mais positiva de se alimentar, através das redes sociais e propagandas da empresa (lanchonete Panc), e atendendo todas as formas de pagamento (pix, cartão débito/crédito, dinheiro).

Logo:



Figura 5 Alimentos Panc

E as cores são para chamar atenção até porque são cores vibrantes, usamos uma Coroa com um hambúrguer estampado de lado com uma fita vermelha escrito Panc.

Vermelho: desejo, significar cor da paixão ou da fome

Laranja: equilíbrio, trazer sensações de equilíbrio

Verde: saudável, referência quando o assunto é natureza e meio ambiente

Amarelo: otimismo, possui característica de estimulante de apetite

4. MANUFATURA E/OU OPERAÇÕES

Para a empresa “de vocês” funcionar, quais áreas / funções / departamentos, precisam?

Para as nossas empresas funcionar, necessitamos destas áreas: Administrativo; financeiro; recursos humanos; setor comercial; setor operacional; garçom; caixa; chefe de cozinha; cozinheiro; auxiliar de cozinha; confeitoiro; bartender; maitre; gerente; limpeza;

Está localizada na Av. José Munia, 5090 Jardim Redentor, São José do Rio Preto

Qual tipo de segmento é o da empresa?

É um segmento de comércio de alimentos saudáveis, do setor alimentar e fazem parte do setor de produção de plantas Panc, para trazer uma alimentação mais saudável, ao público que desejamos, que são as pessoas que já tenham o costume de ter esse tipo de alimentação. E as que desejam ter uma vida mais saudável, oferecemos serviço delivery, com entrega e os serviços dentro do nosso próprio estabelecimento

Quais empresas do mesmo segmento de negócio existem? (cidade; região; estado).

Em relação à o nosso produto, não temos empresas com o mesmo com objetivo no estado de São Paulo. Então não temos concorrentes, afinal as plantas panc que são a nossa base de tudo não tem o reconhecimento do benefício que elas trazem, e é isso o que nossa lanchonete vai trazer para o público e assim iremos fazer lanches, batata fritas, doces, pão de queijo, pedaços de bolo, salgados fritos e assados etc. Bom nossa lanchonete é bom versátil, pois temos o local interno e externo e assim nossos clientes podem sentar e comer o seu pedido a vontade, ou fazer um pedido que irá ser entregue no local desejado pelo cliente e por fim temos o delivery que sai muito mais pedidos e com mais rapidez. Nossa empresa não é iniciante neste ramo de produção, é também não pagamos aluguel pois um de nossos sócios vendeu o local que trabalhamos, entre todos nós sócios para assim começarmos a nossa empresa, No nosso setor de produção temos o cozinheiro que recebe 1.622,00 e também o auxiliar de cozinha que recebe 1.529,00, no setor comercial temos o caixa que recebe 1.574,00, o moto boy que recebe 1.270,00 ,

garçom que recebe 1.450,00 e a faxineira que recebe 1.000,00, no setor da logística temos o gerente que recebe 5.370,00 , no setor de financiamento temos o contador que recebe 3.684,00 , no setor administrativo temos os sócios que recebem os lucros, nossa conta de luz normalmente é 1.200,00 e a conta de água é 1.500,00. Em média temos os lucros de 50.000,00, e com isso podemos dizer que parte dos nossos gastos ficam entre 20.200,00

Qual investimento é necessário para constituir a empresa?

Para darmos um início na empresa precisaríamos de no mínimo R\$12000,00 e no máximo R\$20200,00

Qual (s) necessidade (s) será (ão) atendida através da empresa?

Atenderemos a necessidade dos clientes que gostam de novas experiências de comidas saudáveis, também os que tenham preferência em uma alimentação mais saudável, por exemplo os nutricionistas, fitness, atletas, físico turistas, porém não deixamos que as comidas percam suas próprias linhagens então apenas será um jeito do cliente comer saudavelmente sem deixar seus desejos por comidas apetitosas

3.2.2 Organograma de Cargos

- Composição: Lanchonete Alimentos Panc
- Sócios: Samuel – Presidente
- Sócios: Emily – Diretora de Marketing
- Sócios: Raissa – Diretora Materiais
- Sócios: Emanuel – Diretor Financeiro
- Sócios: Pedro - Diretor Produção

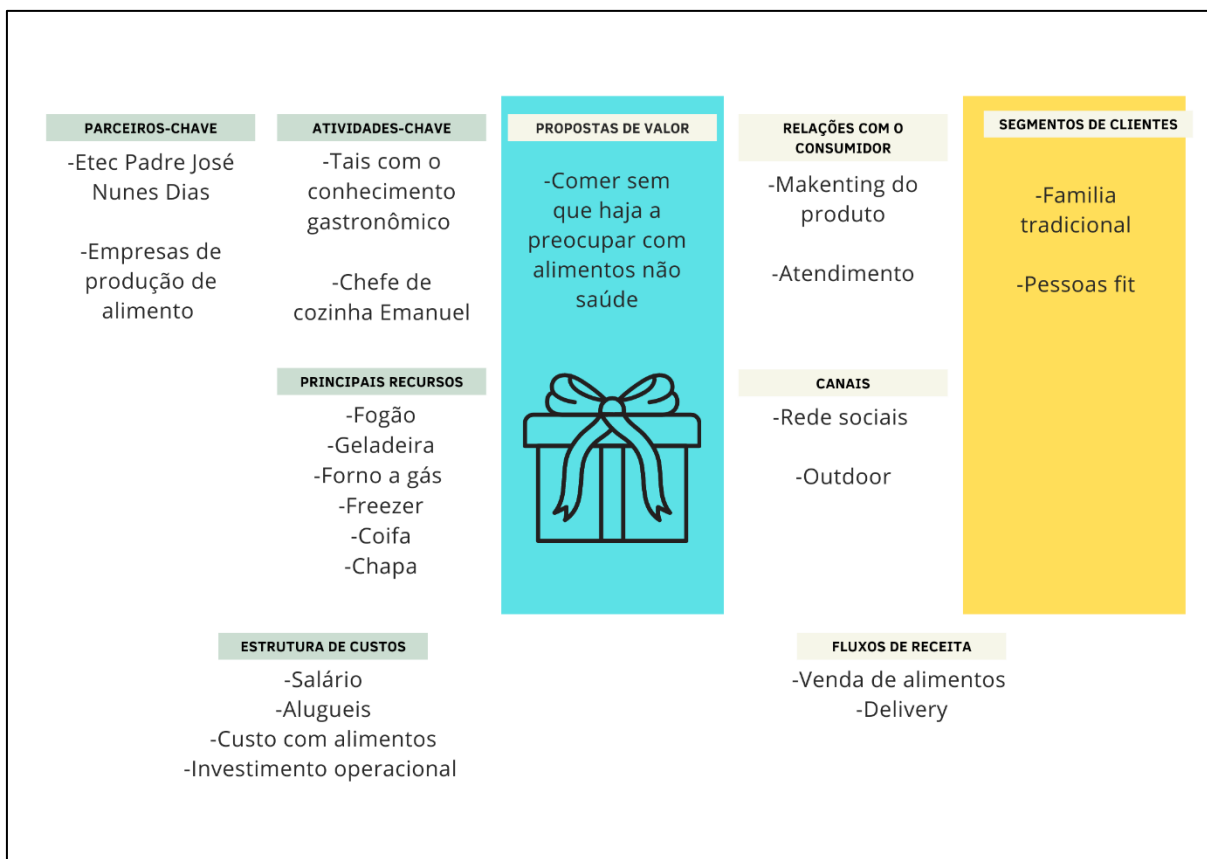


Figura 6 - Proposta de Valores - Canvas



Figura 7 - Bolo de chocolate com ora-pro-nóbis

Ingredientes:**Massa:**

1/2 xícara de chá de farinha de aveia
1/2 xícara de chá de farinha de arroz
1/2 xícara de chá de polvilho doce
1 colher de sopa de fermento em pó
3 ovos
2 xícaras de chá de ora-pro-nóbis natural
1/2 xícara de chá de óleo de coco
4 xícaras de chá de açúcar mascavo
1 colher de chá de essência de baunilha
1 colher de sopa de vinagre de maçã
1/2 xícara de chá de cacau em pó
1 pitada de sal
Óleo para untar
Cacau em pó para enfarinhar

Cobertura:

200 ml de leite de coco
1/2 xícara de chá de açúcar mascavo
1/4 de xícara de chá de cacau em pó
1 pitada de sal

Modo de preparo**Massa:**

Em um recipiente, coloque a farinha de aveia, a farinha de arroz e o polvilho doce e misture bem. Reserve. No liquidificador, coloque os ovos, as folhas de ora-pro-nóbis, o óleo de coco, o açúcar mascavo, a essência de baunilha, o vinagre e o sal e bata até obter uma mistura homogênea. Acrescente o cacau em pó e bata novamente até incorporar.

Despeje a mistura sobre os ingredientes secos reservados e misture. Por último, coloque o fermento em pó e mexa bem. Reserve. Unte uma forma com óleo e polvilhe com cacau em pó, despeje a massa e leve ao forno preaquecido em 180°C por 25 minutos. Desligue o forno, espere esfriar e desenforme.

Cobertura:

Em uma panela, coloque o leite de coco, o açúcar mascavo, o cacau em pó e o sal e leve ao fogo médio, mexendo sempre, até a cobertura começar a desgrudar do fundo da panela. Em seguida, cubra o bolo com a cobertura, leve à geladeira para gelar e sirva em seguida.



Figura 8 - Brigadeiro Pimenta-Rosa

Ingredientes:

- 50g de pimenta-rosa (falsa pimenta, PANC - *Schinus terebinthifolius*)
- 2 caixas de leite condensado
- 2 colheres de sopa de manteiga
- 5 colheres de sopa de cacau em pó

Modo de Preparo

Junte todos os ingredientes, misture-os e adicione a pimenta macerada. Leve ao fogo até o ponto de brigadeiro, mexendo sempre. Aguarde esfriar e enrole com as mãos (palmas untadas na manteiga). Passe o brigadeiro em uma mistura de cacau e pimenta rosa macerada. Em seguida coloque em formas apropriadas e sirva. Se preferir decorar os brigadeiros utilize flores comestíveis.

3.3 Competências da Empresa

Comunicação – É necessário ter a competência de ser comunicativo, na empresa, por conta de negociações, precisamos conversar, entender, e explicar, para nossos investidores de forma clara e formal, também a necessidade de ter essa competência, para convencer o seu cliente, a necessitar de nossos serviços além do trabalho em equipe, onde é preciso que todos consigam trabalhar em conjunto para que não haja discórdia e divergência nos assuntos da empresa.

Trabalho em equipe – trabalhar em equipe também é outra competência a ser explorada nas empresas em geral, onde saber lidar com colegas de funções e tarefas ajuda no desenvolvimento da empresa, socialmente e financeiramente. Em uma lanchonete, a necessidade aumenta, pois a empresa não desenvolve sem uma sincronia de habilidades de seus funcionários.

Liderança – ser o líder não se refere apenas ao gestor, mas também aquele que gera a iniciativa das ações, liderar, não é apenas comandar determinado grupo, mas também aquele que assume as responsabilidades de ações a sua volta. Uma empresa necessita de liderança, porque funcionários necessitam de algo para se espelharem para tomar suas ações.

Criatividade – é preciso para termos uma grande variedade de criação de novos pratos, no designer interior, e nas formas e métodos de atendimento visando melhor aconchego para os clientes.

Pensamento crítico – será útil na gestão dos recursos, e nas soluções de problemas, como na compra de produtos, no preparo dos alimentos.

3.3.1 Competências técnicas

Gestão financeira – A gestão financeira seria o conjunto das ações e procedimentos administrativos com relação ao planejamento, execução, análise e controle das atividades financeiras da empresa.

Marketing – A competência de marketing é a competência essencial de nossa empresa, para finalidade de criar valor e chamar a atenção do cliente, gerando relacionamentos lucrativos para ambas as partes aumentando nossa competição em meio ao mercado.

Gestão de produto – A gestão de produtos da nossa empresa lida com assuntos de como, o quê, e quando os produtos serão produzidos e vendidos.

5. PLANO FINANCEIRO

5.1 Ativo permanente

Móveis

Kit 5 mesas 25 cadeiras R\$ 4.399,00

Prateleira R\$ 1.692,90

Geladeira R\$ 1.767,15

Fogão/gás R\$ 509,00

Placa solar R\$ 5.000,00

Máquinas

Fogão R\$ 1.690,00

Forno a gás R\$ 2.050,20

Equipamento

Computador R\$ 7.200,74

Impressora R\$ 3.000,00

TV R\$ 118, 10

Ar-Condicionado R\$ 19.219,68

Ventilador R\$ 750,00

Sistema Windows R\$ 179,00

Infraestrutura

Veículos R\$ 10.780,00

Sistema Operacional

Material de uso e consumo R\$ 3.000,00

Material de escritório R\$ 2.500,00

Material de limpeza R\$ 1.000,00

Reforma material

Pintura R\$ 5.000,00

Reforma geral R\$ 30.000,00

Equipamento

Computador R\$ 1.365,53

Impressora R\$ 3.000,00

Ar-Condicionado R\$ 2.402,46

Freezer R\$ 2.238,52

Máquina do cartão R\$ 238,80

Investimento operacional

Aluguel R\$ 5.200,00

Sistema operacional R\$ 6500,00

Reforma R\$ 15.000,00

Pintura R\$ 5.000,00

Receita Bruta de Vendas e/ou Serviços	R\$ 30.000,00	100%	R\$ 40.080,80	100%	34%
Venda de produtos	R\$ 30.000,00	100%	R\$ 40.080,80	100%	34%
Deduções da Receita Bruta	R\$ -	0%	R\$ -	0%	
Devoluções	R\$ -	0%	R\$ -	0%	
Cancelamentos	R\$ -	0%	R\$ -	0%	
Receita Líquida de Vendas e/ou Serviços	R\$ 30.000,00	100%	R\$ 40.080,80	100%	34%
Custo de Bens e/ou Serviços Vendidos	R\$ 11.300,00	38%	R\$ 13.400,00	33%	19%
Custo com a produção	R\$ 500,00	2%	R\$ 500,00	1%	0%
Custo com a mercadoria vendida	R\$ 10.800,00	36%	R\$ 12.900,00	32%	19%
Resultado Bruto	R\$ 41.300,00	138%	R\$ 53.480,80	133%	29%
Despesas totais	-R\$ 16.100,00	-54%	-R\$ 16.100,00	-40%	0%
Despesas com Pessoal	R\$ 10.000,00	33%	R\$ 10.000,00	25%	0%
Despesas com Aluguéis	R\$ 2.000,00	7%	R\$ 2.000,00	5%	0%
Despesa com Energia	R\$ 800,00	3%	R\$ 800,00	2%	0%
Despesa com Água	R\$ 200,00	1%	R\$ 200,00	0%	0%
Despesa com internet	R\$ 100,00	0%	R\$ 100,00	0%	0%
Despesa com divulgação e marketing	R\$ 3.000,00	10%	R\$ 3.000,00	7%	0%
Taxa de franquia/royalties		0%		0%	
Resultado Antes Tributação/Participações	R\$ 25.200,00		R\$ 37.380,80		48%
Provisão para IR e Contribuição Social	-R\$ 6.174,00	-21%	-R\$ 9.158,30	-23%	48%
Retirada sócios	R\$ -	0%	R\$ 1,00	0%	#DIV/0!
Lucro/Prejuízo do Período	R\$ 19.026,00	63%	R\$ 28.223,50	70%	48%

6. CONCLUSÃO

Concluimos que ideias inovadoras ativam gatilhos para aceitação de novidades no mercado e a importância do trabalho em equipe.

A relevância de praticar a teoria das aulas ministradas no componente curricular Desenvolvimento de Planos de Negócios.

Aprendido e concluído com sucesso as etapas de um administrador que são planejar, organizar, executar e dirigir através das teorias, práticas e mais especificamente a realização da Feira de Empreendedorismo.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALIMENTOS regionais brasileiros. 2. ed. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2015. 484 p. Disponível em: http://189.28.128.100/dab/docs/portaldab/publicacoes/livro_alimentos_regionais_brasileiros.pdf. Acesso em: 5 mai. 2023.

BORGES, Carla Karoline Gomes Dutra; SILVA, Cirlande Cabral da. **PLANTAS ALIMENTÍCIAS NÃO CONVENCIONAIS (PANC): a divulgação científica das espécies na cidade de Manaus, AM.** Revista Eletrônica Científica Ensino Interdisciplinar: [s. n.], 2018.

EMBRAPA. SEBRAE (ed.). **Hortaliças PANC Segurança Alimentar e Nicho de Mercado.** Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento: [s. n.], 2021. *E-book*.

Você sabe o que são PANCs? Descubra as plantinhas que também são alimentos e você não sabia. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/eu-quero-me-alimentar-melhor/noticias/2022/voce-sabe-o-que-sao-pancs-descubra-as-plantinhas-que-tambem-sao-alimentos-e-voce-nao-sabia>>. Acesso em: 05 mai.2023