

Projeto Empreendedor

2024

Modelo do Negócio

Projeto Social Alimentação para todos

Marília
2024

MODELO DE NEGÓCIOS | MTEC ADMINISTRAÇÃO

Relatório Final

Projeto Social Alimentação para todos

Agatha Yasmin Ramos Prando
Ana Flavia Andrade Nicolau
Giovanna Lopes de Azevedo
Maria Eduarda Salústio Fernandes
Mariana do Amaral Bueno
Sofia Vitória Luiz Silva
Professor Orientador: Luciana Cristina Leite

Marília
2024

APRESENTAÇÃO

O projeto Alimentação para Todos é uma rede de apoio comprometida em ajudar pessoas que enfrentam a fome e a insegurança alimentar. Vivemos em um país onde, infelizmente, muitas famílias não têm acesso suficiente a alimentos básicos, o que afeta gravemente a saúde, o bem-estar e o futuro dessas pessoas. É diante dessa realidade que nosso projeto surge, com o propósito de oferecer assistência direta a quem mais precisa.

Nossa iniciativa atua na distribuição de cestas básicas e marmitas para pessoas em situação de vulnerabilidade. Além de garantir uma refeição digna para essas pessoas, buscamos criar um ambiente de acolhimento e solidariedade. Através de doações e parcerias com voluntários e empresas, nosso objetivo é contribuir para a redução do índice de fome, proporcionando mais segurança alimentar para essas famílias.

SUMÁRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO	5
Tópico 1 MOTIVAÇÃO	6
1.1 Problema	6
1.2 Solução Potencial.....	7
1.3 Valor para o cliente	7
1.4 Fator de inovação e ou diferenciação.....	7
1.5 Time de projetos	8
Tópico 2 MODELO DO NEGÓCIO.....	9
2.1 IDENTIDADE DA EMPRESA	9
2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO	10
2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR	11
2.4 FORMALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	11
2.5 PIVOTAGEM DO MODELO DO NEGÓCIO	12
Tópico 3 PRODUTO	13
3.1 ESCOPO DO PRODUTO.....	13
3.2 MVP.....	14
3.2.1 Apresentação	14
3.2.2 Processo de Validação	20
3.3 PIVOTAGEM DO PRODUTO	23
Tópico 4 MERCADO	24
4.1 ANÁLISE SETORIAL.....	24
4.2 PESQUISA DE CAMPO	25
4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo.....	25
4.2.2 Análise de Dados.....	26
4.3 COMPETIDORES	27
4.4 AMBIENTE INTERNO E EXTERNO	32
4.5 MARKETING E VENDAS	32
4.5.1 Composto de Marketing	32
4.5.2 Projeção de Vendas	33
4.6 PIVOTAGEM DO MERCADO.....	34
Tópico 5 FINANÇAS.....	35
5.1 PREMISSAS ECONÔMICO-FINANCEIRAS	35
5.2 INVESTIMENTOS E FONTES DE RECURSOS	35
5.3 CUSTOS E DESPESAS	37

5.4 ESTRATÉGIAS DE PRECIFICAÇÃO	37
5.5 RELATÓRIOS ECONÔMICO-FINANCEIROS	38
5.6 ANÁLISE DE VIABILIDADE	38
5.7 VALUATION	Erro! Indicador não definido.
5.8 PIVOTAGEM DAS FINANÇAS	38
PITCH	39

SUMÁRIO EXECUTIVO

Propósito: No contexto atual, o Brasil enfrenta um grave problema de insegurança alimentar, com milhões de pessoas sofrendo de fome ou falta de acesso a alimentos adequados. O projeto Alimentação para Todos é uma rede de apoio criada com o objetivo de combater essa problemática, oferecendo auxílio a comunidades em situação de vulnerabilidade por meio da distribuição de cestas básicas e marmitas. Além de suprir as necessidades alimentares imediatas.

Definição do Negócio: O Alimentação para Todos funciona como uma plataforma que mobiliza voluntários e empresas parceiras para fornecer assistência alimentar diretamente às comunidades necessitadas. Por meio de um sistema organizado de doações e distribuição, o projeto garante que alimentos essenciais cheguem a quem mais precisa.

Time de Projeto:

- Agatha Yasmin Ramos Prando: facilidade com comunicação e marketing;
- Ana Flávia Andrade Nicolau: boa em comunicação e facilidade escrita;
- Giovanna Lopes de Azevedo: Facilidade com escrita, boa comunicação e facilidade em design;
- Maria Eduarda Salústio Fernandes: facilidade com escrita, conhecimento de língua inglesa e boa comunicação;
- Mariana do Amaral Bueno: Facilidade com escrita, boa comunicação, facilidade em design e no marketing;
- Sofia Vitória Luiz Silva: facilidade com escrita e boa comunicação.

Localização: A plataforma será disponibilizada para cidade de Marília

Mercado: O Alimentação para Todos atua no setor de assistência social e segurança alimentar, oferecendo um diferencial por seu modelo de rede de apoio que envolve empresas, voluntários e doadores em um esforço conjunto.

Análise Financeira e Econômica:

Para o início das operações, estima-se um investimento inicial de R\$ 36.776,06, destinado à compra de alimentos, embalagens para marmitas, transporte e outros itens essenciais para a logística de distribuição. Este valor será obtido por meio de doações, campanhas de arrecadação e parcerias com empresas. O projeto pretende ser financeiramente sustentável através de colaborações contínuas com doadores e patrocinadores.

Tópico 1 | MOTIVAÇÃO

1.1 Problema

Nas últimas duas décadas, o Brasil viu um aumento significativo no número de pessoas sem acesso adequado à alimentação, apesar de uma queda inicial na parcela da população enfrentando fome. Em 2014, o país foi retirado do mapa da fome pela Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), mas atualmente em 2023, cerca de 33,1 milhões de brasileiros passam fome, representando cerca de 15% da população. Embora tenha havido uma redução na fome severa entre 2014 e 2016, os anos de 2020 a 2022 registraram um aumento nos números de pessoas com dificuldades alimentares (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, 2023).

De acordo com uma pesquisa de 2022, aproximadamente 70,3 milhões de pessoas enfrentam insegurança alimentar moderada, enquanto 21,1 milhões sofrem com insegurança alimentar grave (AGÊNCIA BRASIL, 2023). Apesar do Brasil ser considerado o quarto maior produtor de alimentos do mundo, ele também está na lista dos que mais desperdiçam alimentos. O país estava fora do mapa da fome até 2021, mas após diversos fatores econômicos e políticos ligados à pandemia, ele voltou a fazer parte dos países com insegurança alimentar. De acordo com pesquisas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), cerca de 30% dos alimentos produzidos no país são perdidos, isso é equivalente a 46 milhões de toneladas anuais (Lemos, 2024).

Em 2022 foi aprovada a lei nº 17.755/2022 – autoria do vereador Gilson Barreto (PSDB), a qual autoriza os estabelecimentos dedicados à produção e ao fornecimento de alimentos, inclusive produtos in natura e industrializados, além de refeições prontas para consumo, a doarem o excedente não comercializado. Porém por ainda ser uma lei consideravelmente nova muitos estabelecimentos não têm conhecimento sobre ela. E por isso acaba acontecendo um grande desperdício de alimentos (CAMÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO, 2023).

Após realizadas pesquisas, surgiu a ideia de criar uma plataforma que procura ajudar pessoas que passam pelo estado de fome. Assim, a proposta visa à criação do site do projeto social “Alimentação para todos”, que busca criar uma rede de comunicação entre restaurantes e supermercados e os responsáveis pela distribuição dos alimentos.

1.2 Solução Potencial

Por meio do site "Alimentação para Todos", busca-se criar uma ampla rede de apoio que envolva o poder público, a sociedade civil e empresas, com o objetivo de promover ações solidárias que contribuam para uma sociedade mais justa no que se refere à alimentação. A solução proposta está centrada na criação de um portal online, onde essa rede de apoio será constituída por meio de parcerias com entidades públicas e privadas, além de doações, troca de informações e voluntariado. O ambiente virtual visa fomentar a solidariedade e o esforço conjunto para a redução da desigualdade alimentar, criando um espaço em que todos possam colaborar para garantir o acesso a uma alimentação adequada e digna para todos.

1.3 Valor para o cliente

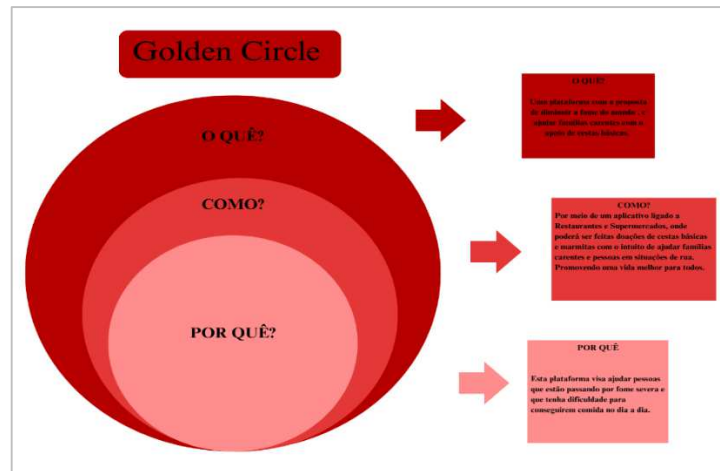
A proposta do site "Alimentação para Todos" oferece benefícios tanto para os parceiros engajados na causa quanto para quem recebe as doações. Para os parceiros (agentes públicos e privados e pessoas físicas), é uma oportunidade de se engajar em uma causa social relevante, fortalecendo sua imagem como agente de transformação e responsabilidade social, além de promover parcerias estratégicas e ganhar visibilidade positiva. Para quem recebe as doações, a plataforma representa um canal de acesso a alimentos de forma digna e justa, contribuindo para reduzir a insegurança alimentar e melhorar a qualidade de vida dessas pessoas. A solução cria um impacto direto na comunidade, estando de acordo com os objetivos da Agenda 2030, proporcionando não apenas sustento, mas esperança e inclusão.

1.4 Fator de inovação e ou diferenciação

O diferencial da proposta "Alimentação para Todos" está na criação de uma rede de apoio integrada que envolve o poder público, a sociedade civil e empresas em uma plataforma única, onde todos podem colaborar de forma ágil e solidária. O portal não apenas busca facilitar doações, mas buscar promover a troca de informações, voluntariado e parcerias estratégicas, criando um ecossistema completo de apoio à redução da desigualdade alimentar na cidade de Marília, SP. Outro ponto de destaque do projeto, é o foco na dignidade de quem recebe as doações, promovendo acesso justo e respeitoso, ao mesmo tempo em que fortalece a responsabilidade social e a imagem de quem participa.

Dessa forma, apresenta-se a ideia e o valor proposto, conforme Figura 1.

Figura 1 – Golden Circle



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

1.5 Time de projetos

No Quadro 1, apresenta-se o time do projeto, bem como suas habilidades e competências.

Quadro 1 – Time do projeto

Integrante	Habilidades/Competências
Agatha Yasmin Ramos Prando	1. Boa comunicação; 2. Facilidade em design;
Ana Flávia Andrade Nicolau	1. Facilidade com escrita; 2. Boa em comunicação;
Giovanna Lopes de Azevedo	1. Facilidade com escrita; 2. Boa comunicação; 3. Facilidade em design;
Maria Eduarda Salústio Fernandes	1. Boa Comunicação; 2. Conhecimento da língua inglesa; 3. Facilidade em design;
Mariana do Amaral Bueno	1. Facilidade com escrita; 2. Boa comunicação; 3. Facilidade em design;
Sofia Vitória Luiz Silva	1. Facilidade com escrita; 2. Boa comunicação;

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Feitas as considerações iniciais sobre a proposta de projeto, segue no Tópico 2 o Modelo de Negócio.

Tópico 2 | MODELO DO NEGÓCIO

2.1 Identidade da Empresa

A proposta do projeto é criar uma imagem que faça com que as pessoas se sintam à vontade ao ver nossa marca, transmitindo confiança e refletindo nosso verdadeiro valor. Por isso, buscamos um logotipo que seja fácil de lembrar e que comunique claramente o objetivo e as principais características do projeto.

O logotipo e o nome da marca foram escolhidos para transmitir claramente nossa missão: fornecer alimentos e ajudar o próximo dentro das nossas possibilidades. Optamos pela cor vermelha, que é frequentemente associada à vida, altruísmo, solidariedade e amor ao próximo—valores que nossa marca deseja refletir para a sociedade.

Figura 2- Logotipo



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Para verificar se o nome escolhido por nós não está em uso acessamos o instituto nacional da propriedade industrial (INPI) para verificarmos, se não está sendo usado por outra empresa. Com resultado da pesquisa podemos ver que o nome “Alimentação para todos” não está em uso, e vamos continuar com a segunda ideia.

Figura 3- Pesquisa no registro.br



Fonte: Registro.br (2024)

De acordo com as pesquisas, é possível manter o nome do nosso projeto, e sendo assim fácil de ser memorizado. Em via, o registro de um domínio tem um custo de acordo com o serviço contratado, e pelo tempo de uso.

2.2 Canvas do modelo do negócio

A Figura 5 representa o Business Model Canvas do modelo de negócios, que é uma ferramenta de planejamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócios novos ou existentes (CANVA, 2012). Assim, para evidenciar a proposta de moldagem, apresenta-se o Canvas de negócio.

Figura 4 – Canvas do modelo de Negócio



Fonte: Sebrae (2024)

Conforme mostra a Figura 5, a proposta do Canvas permitiu que a ideia de negócios fosse descrita em nove quadrantes, o que permitiu mostrar a proposta de valor oferecida e a quem se destina (como o cliente compra e como recebe o produto), como a empresa se relaciona com o cliente, as atividades e recursos necessários para implementá-la, bem como os parceiros listados, estrutura de custos e fontes de receita. Com o auxílio da ferramenta é possível obter uma análise e visualização abrangente do negócio, permitindo que seja corrigido caso necessário.

2.3 Design da proposta de valor

O design da proposta de valor é uma ferramenta que tem por finalidade ajudar a criar e posicionar produtos ou serviços em torno do que o cliente precisa e que ajuda a encontrar a solução, produto-mercado de forma estruturada. Assim a figura 6 mostra o *desing* da proposta de valor do modelo do negócio proposto.

Figura 5 – Canvas de proposta de valor



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

2.4 Formalização do Negócio

Para a formalização do negócio, apresenta-se, abaixo, alguns dos principais dados para a formalização do negócio.

Quadro 2- Dados da Empresa

Razão Social:	Alimentação Para Todos
Nome Fantasia:	APT
Ramo de Atividade:	Área alimentar
Site:	www.alimentaçãoparatodos.com.br
Endereço	Av. Castro Alves,62- Somenzari, Marília-SP
Prédio Próprio/Alugado	Alugado
Enquadramento Tributário:	
CNAE:	9430-8/00 Atividades de associações de defesa de direitos sociais.
Forma Jurídica:	Sociedade por cotas limitadas

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Quadro 3- Capital Social

Sócio	Quotas	Valor
Agatha Yasmin Ramos Prando	16,6	R\$: 7.000,00
Ana Flávia Andrade Nicolau	16,6	R\$:7.000,00
Giovanna Lopes de Azevedo	16,6	R\$:7.000,00
Mariana do Amaral Bueno	16,6	R\$: 7.000,00
Maria Eduarda Salústio Fernandes	16,6	R\$:7.000,00
Sofia Vitória Luiz Silva	16,6	R\$:7.000,00
Total	100	R\$:42.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Quadro 4- Registros Necessários

Âmbito Municipal	Registro na junta comercial. Alvará de localização e funcionamento. Inscrição municipal. CNPJ. Licença ambiental. Licença sanitária. Vistoria de cumprimento de normas de segurança.
Âmbito Estadual	Registro na junta comercial. Alvará de localização e funcionamento. Inscrição municipal. CNPJ. Licença ambiental. Licença sanitária. Vistoria de cumprimento de normas de segurança.
Âmbito Federal	Registro na junta comercial. Alvará de localização e funcionamento. Inscrição municipal. CNPJ. Licença ambiental. Licença sanitária. Vistoria de cumprimento de normas de segurança.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

2.5 Pivotagem do Modelo do Negócio

O nome escolhido inicialmente, foi "Food for Help", porém optou-se por mudar para "Alimentação para todos", pois teria mais aderência com a essência de nossa iniciativa, harmonizando de forma ideal com a proposta principal: criar uma plataforma dedicada à alimentação e conectar pessoas e organizações para combater a fome, promovendo a distribuição de alimentos de uma forma eficiente e solidária, além de reforçar o compromisso com a causa e a comunidade.

Tópico 3 | PRODUTO

3.1 Escopo do Produto

O a proposta apresentada é voltada para indivíduos, restaurantes e supermercados que desejam contribuir para a luta contra a insegurança alimentar. Por meio do aplicativo e do site, será possível obter informações sobre como participar ou apoiar o projeto “Alimentação para Todos”. Ambos, o aplicativo e o site, estarão disponíveis gratuitamente para Android e iOS.

Quadro 5- Escopo do produto

Serviços	Objetivo	Escopo do produto
Quem somos?	Contar como o projeto alimentação para todos surgiu, para que ele foi criado.	Ferramenta localizada no site e no aplicativo Alimentação Para Todos na aba “Quem somos?” com cores neutras e vibrantes.
Área dos Patrocinadores	Apresentação das empresas restaurantes que ajudam o projeto Alimentação Para Todos.	Localizada na aba "Área dos Patrocinadores" Site e aplicativo Alimentação para todos onde os usuários podem ver quais são as empresas e restaurantes que fazem doações.
Redes sociais	Onde as pessoas podem ver quais redes sociais usamos, para ir segui-las e acompanhar o que a ONG faz.	Localizada no menu na aba “Redes sociais” onde está o perfil usado pela ONG que usuários podem acompanhar.
Ações	Mostrar como as pessoas que tem interesse em se tornar voluntários, podem se inscrever.	Localizada na aba “Ações”, do site e do aplicativo, evidencia como os usuários que tem interesse em se voluntariar podem se inscrever.
Cadastro	Oferecer os serviços para aqueles que estão interessados em obter informações do funcionamento da instituição e de como pessoas em situação de insegurança alimentar ou que passam fome podem pedir ajuda	Ferramenta localizada na aba “Cadastro” do site e aplicativo Alimentação Para Todos onde os usuários podem inscrever para receber notificações das novidades do projeto.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Tão importante quanto apresentar uma proposta que atenda às necessidades de uma parcela da sociedade, é apresentar uma ferramenta de fácil acesso e adequada às necessidades do projeto. Nesse sentido, na sessão a seguir, apresenta-se o MVP do produto, incluindo sua descrição e a validação correspondente.

3.2 MVP

3.2.1 Apresentação

O site foi desenvolvido com cores que passa a imagem do que nós queremos transmitir para o nosso público-alvo e com textos bastante explicativos para entender melhor a nossa mensagem e para facilitar na escolha de serviços. Podem acessar o site por meio do link

Para começar a navegação pelo site, as figuras 6 e 7 apresenta as telas de início do site. A Figura 6 apresenta a logo com as seguintes abas: fale conosco, cadastre-se, quem somos, área do patrocinador, faça parte e ações. A figura 7 mostra a parte de boas-vindas, com cores e imagens que remete ao nosso projeto.

Figura 6- tela inicial



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

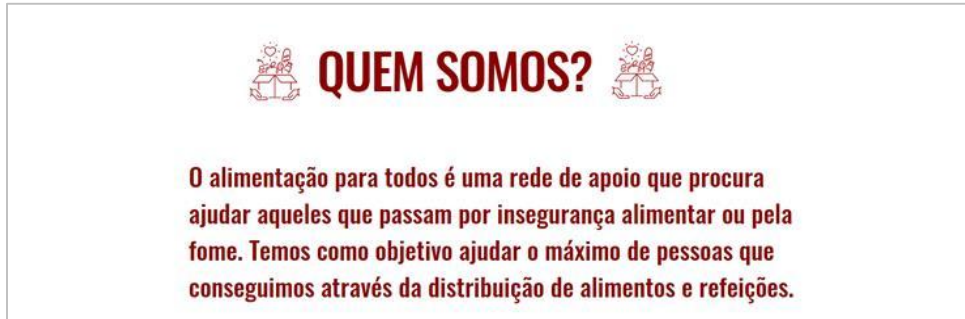
Figura-7- Tela de boas-vindas



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Na figura 8, apresenta-se um pequeno texto explicando sobre o nosso projeto.

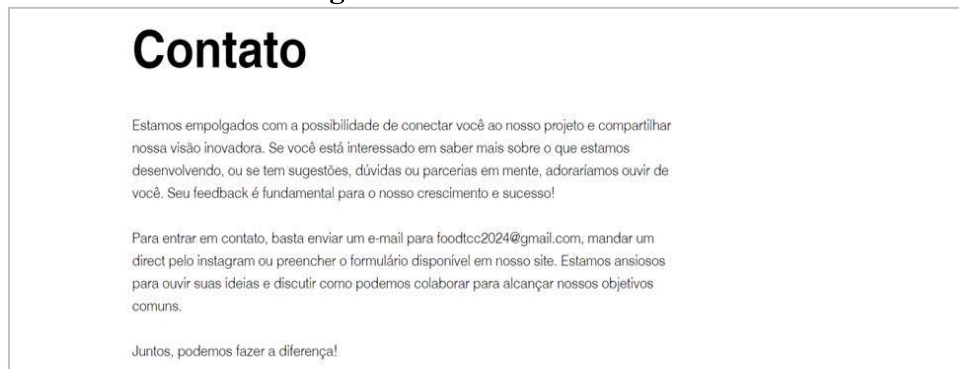
Figura 8- Apresentação do projeto



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Já as figuras 9 e 10 mostram como podem se comunicar com os idealizadores do projeto. Nelas, os usuários terão liberdade de tirarem dúvidas sobre como funciona o projeto. A figura 9 contém um pequeno texto informativo sobre a comunicação.

Figura 9 - Contato texto informativo



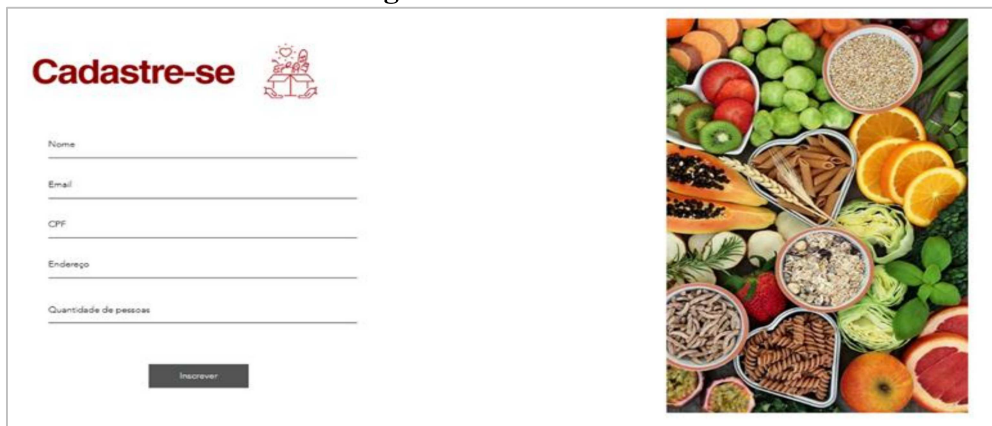
Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Figura 10- Comunicação

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A figura 11, do lado direito da tela inicial contém uma aba de cadastre-se, essa aba é para as pessoas que querem receber a nossa ajuda com as cestas básicas.

Figura 11- Cadastre-se



Cadastre-se

Nome _____

Email _____

CPF _____

Endereço _____

Quantidade de pessoas _____

Inscrever

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

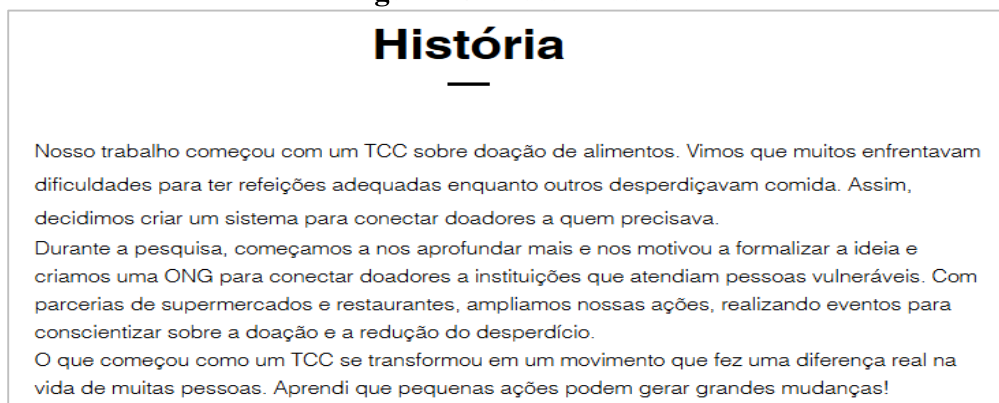
Nas figuras 12, 13, 14, 15 e 16 mostra um pouco da gente, a figura 12 conta o que é o sobre o projeto. Já figura 13 contém a nossa história em como desenvolvemos a nossa ideia.

Figura 12- Sobre o projeto



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Figura 13- Nossa história



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

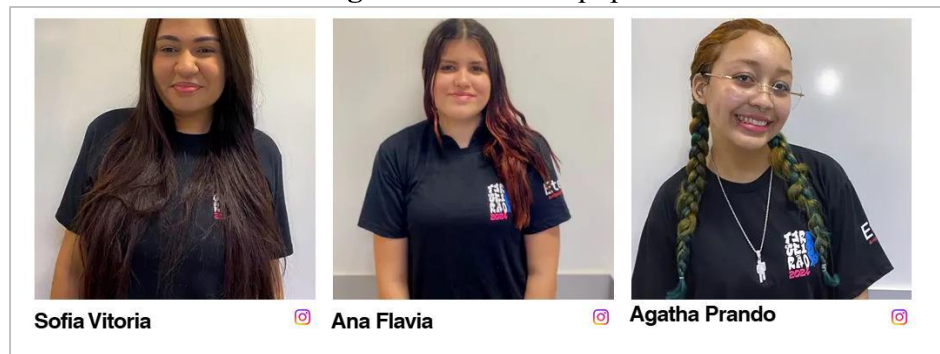
Considera-se importante apresentar os idealizadores do projeto, portanto, nas figuras 14 e 15 estão contidas parte da equipe

Figura 14- Nossa equipe



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

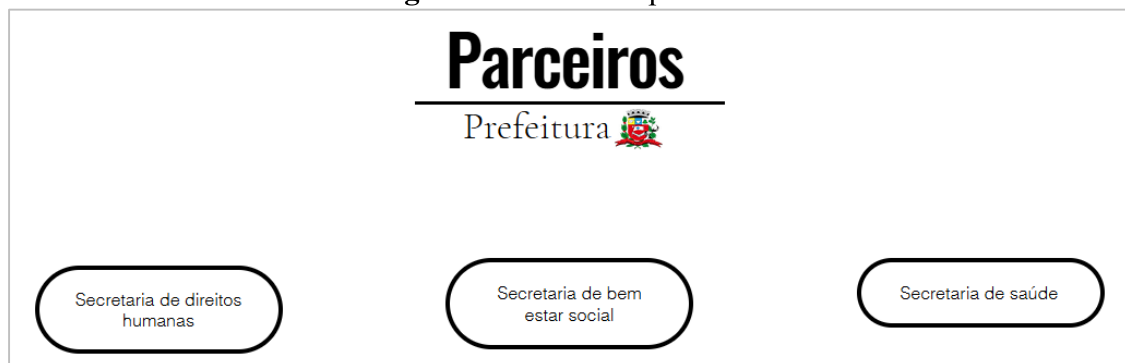
Figura 15- Nossa equipe



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Na figura 16 exibe os nossos parceiros da entidade pública, no qual busca-se parceria com secretarias do município que estejam diretamente associadas às causas sociais e já desenvolvam algum tipo de contato com pessoas de baixa renda. É por meio dessas secretarias que é possível estabelecer contato com o público-alvo, além de gerar credibilidade ao projeto.

Figura 16- Área dos parceiros



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

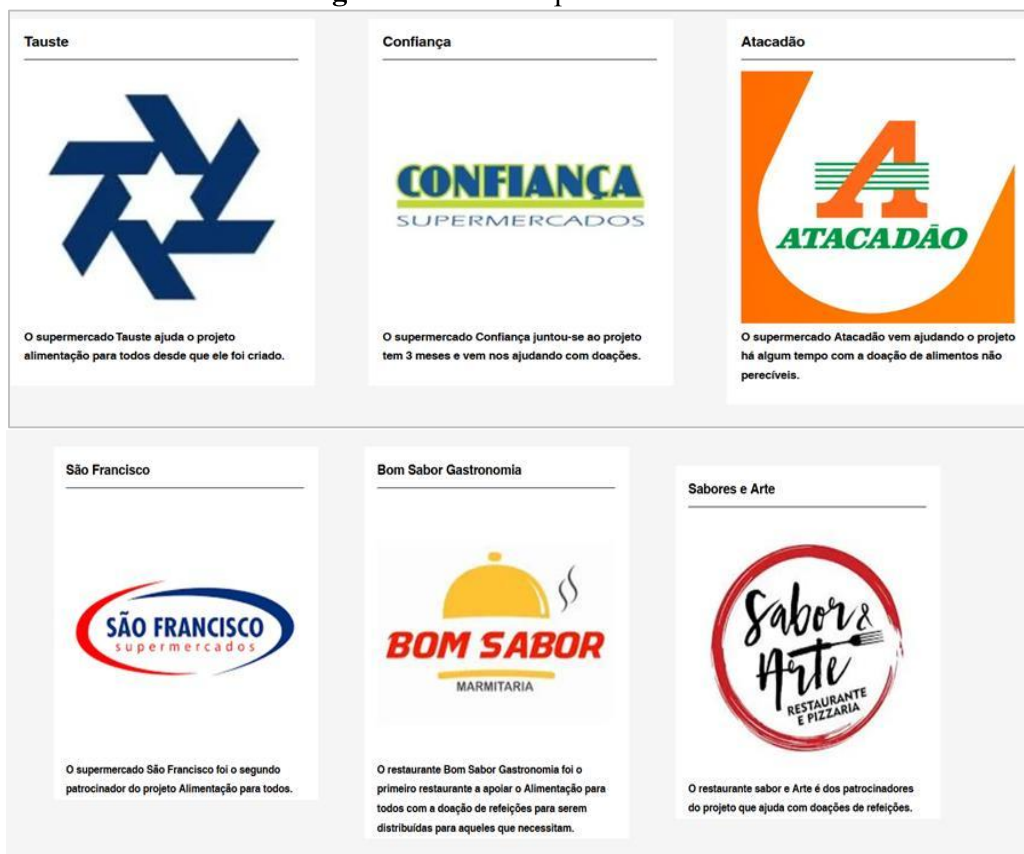
Nas figuras 17, 18 e 19 estão contidas as organizações privadas/públicas ou pessoas físicas que podem colaborar com o projeto. Em especial, na figura 17, demonstra um espaço no qual se aborda um pouco o que se espera do patrocinador, com um breve texto explicativo. Já a figura 18 demonstra à área em que se apresenta os patrocinadores.

Figura 17- Área dos patrocinadores



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Figura 18- Nossos patrocinadores



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Na figura 20, apresenta-se o espaço para pessoas que queiram se cadastrar para ser voluntario no projeto, especialmente nas entregas de marmitas e das cestas básicas.

Figura 20- Aba dos voluntários

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Nas figuras 21 estão apresentados os formatos de como as informações dos dias das entregas de marmitas e cestas básicas estarão disponíveis tanto para os voluntários, quanto para o público-alvo.

Figura 21- Dias das entregas e inscrições

Informações

CALENDÁRIO

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Figura 22- Mais informação do cadastro

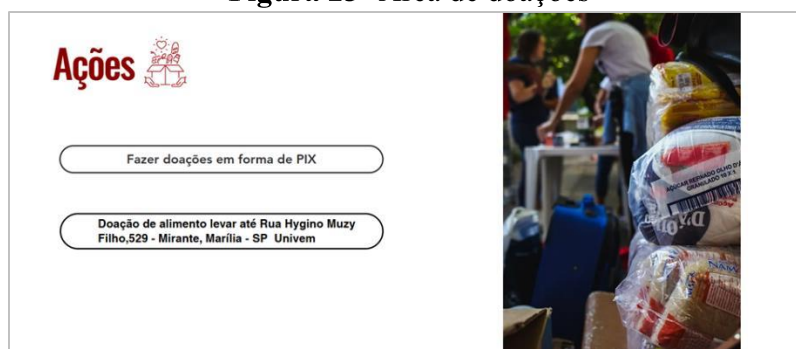
Mais informações

- As entregas das marmitas serão segunda, quarta, sexta e domingo;
- Para os voluntários teria uma licença para apresentar no serviço para poder sair sem se preocupar;
- O cadastro será realizado das 10h às 16h;
- O local para ir cadastrar pessoalmente é do lado do espaço cultural;
- E nos dias da entrega das cestas básica começara dependendo de quantas cestas básica o população pedir;
- As entregas de marmitas será feita no horário de almoço e janta.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

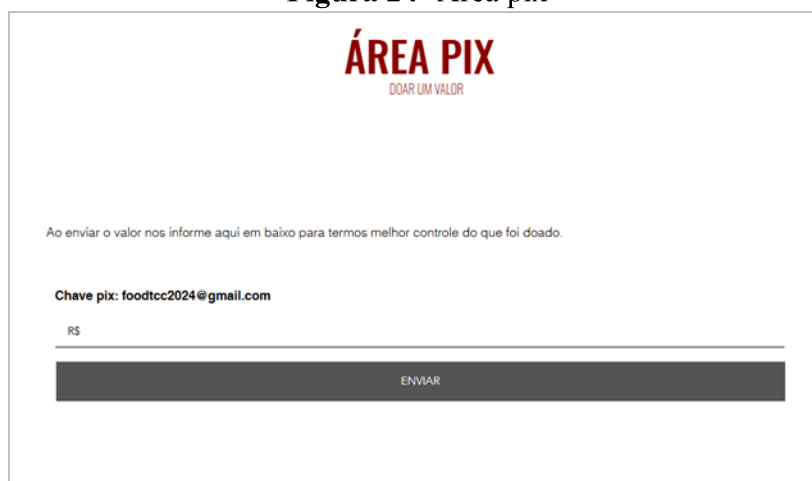
Nas figuras 23 e 24 estão contidos os ambientes para doação de recursos para o projeto, podendo ser realizadas doações financeiras por meio do pix ou a doação de alimentos não perecíveis.

Figura 23- Área de doações



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Figura 24- Área pix



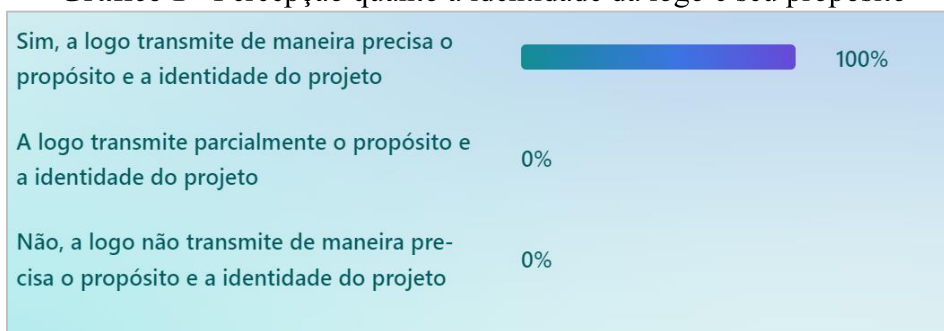
Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Realizada a apresentação das telas do protótipo do projeto apresenta-se, abaixo, a validação da proposta considerando o design e a identidade visual do site.

3.2.2 Processo de Validação

Para ratificar a proposta no que se refere a identidade visual do projeto foi realizada uma pesquisa cujo constatou-se a percepção de possíveis usuários referente ao protótipo do site e aplicativo. A pesquisa foi respondida por 20 pessoas, via formulário Google, ocorrendo de forma totalmente anônima. Os resultados obtidos estão nos gráficos abaixo.

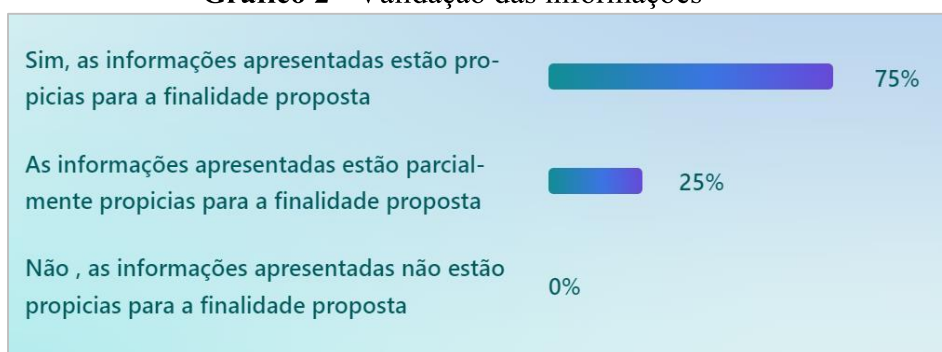
Na questão número 1, os sujeitos foram submetidos a seguinte pergunta: **o logotipo está adequado ao propósito e identidade do projeto.** As respostas estão contidas no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Percepção quanto a identidade da logo e seu propósito

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Considerando os resultados obtidos no gráfico 1, observa-se que 100% dos sujeitos afirmam que a logo transmite a ideia do protótipo. Pode-se assim considerar que a maioria dos sujeitos reconhecem a logo como aderente à proposta que será mantida com a segunda ideia feita.

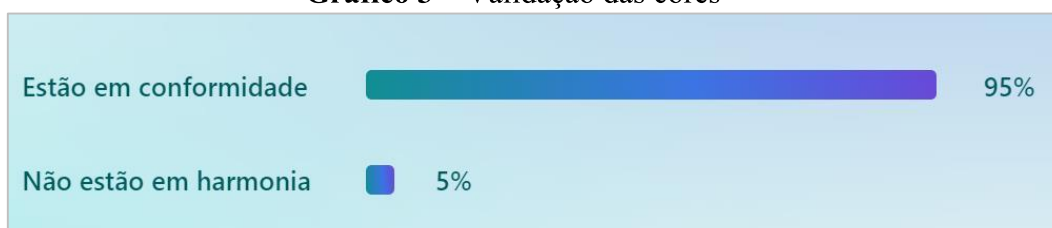
Na questão número 2, os votantes foram submetidos a responderem se **as informações presentes na plataforma do projeto estão propícias com a finalidade dele**. As respostas estão contidas no Gráfico 2.

Gráfico 2 - Validação das informações

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Notou-se também, na pesquisa que 75% das pessoas afirmaram que as informações presentes estão propícias para a finalidade do projeto, enquanto 25% dos votantes afirmam que estão parcialmente propícias ao projeto.

Na questão número 3 da pesquisa, os participantes foram subordinados a responderem se **as cores presentes nas plataformas do projeto estão em conformidade com o propósito**. A respostas estão contidos no Gráfico 3.

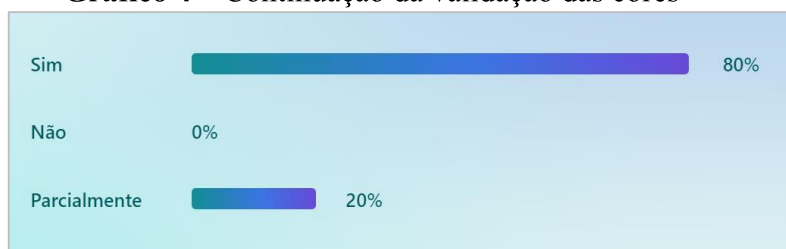
Gráfico 3 – Validação das cores

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Notou-se também, na pesquisa que 95% das pessoas afirmaram que as cores do design da plataforma estão em conformidade, enquanto 5% dos votantes afirmaram que as cores não possuem harmonia.

Nessa etapa da pesquisa, os sujeitos relataram **a opinião pessoal quanto às cores da plataforma estarem em conformidade com a identidade do projeto**. As respostas estão contidas no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Continuação da validação das cores

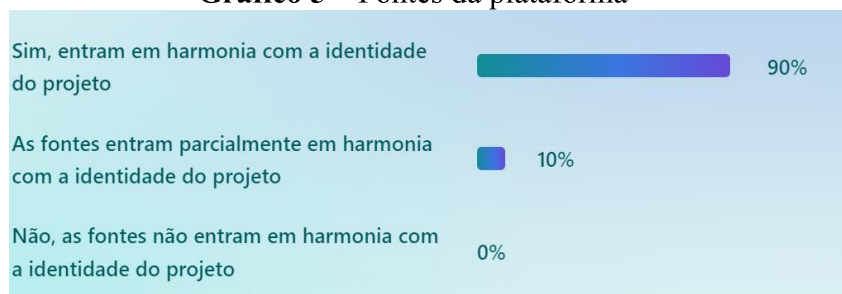


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Foi constatado, no gráfico 4, que 80% dos entrevistados concordam que as cores estão em conformidade com a identidade do projeto e 20% disseram estar parcialmente.

Em relação a pergunta número 5, os sujeitos foram submetidos a responderem se a fontes utilizadas no protótipo estão adequadas a proposta do projeto. As respostas estão contidas no Gráfico 5.

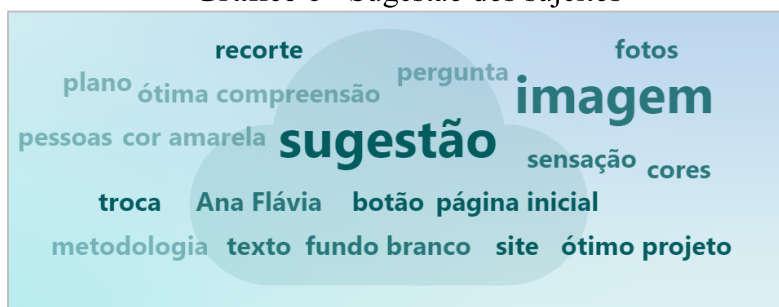
Gráfico 5 – Fontes da plataforma



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Em relação às fontes apresentadas no protótipo do site (figura 9), mostrou-se que 90% das pessoas responderam que “sim, entram em harmonia com a identidade do projeto” e 10% responderam que “As fontes entram parcialmente em harmonia com a identidade do projeto”.

Em relação ao Quadro 6, foi disponibilizado, ao final da pesquisa, um pequeno espaço para que os entrevistados comentassem sobre suas opiniões e sugerissem melhorias. Obteve-se os seguintes comentários

Gráfico 6 - Sugestão dos sujeitos

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A partir das opiniões apontadas pelos sujeitos, observa-se as sugestões foram indicadas por meio de manifestações positivas e negativas quanto ao que foi apresentado a eles. Diante disso, entende-se que de modo geral, a proposta de identidade visual foi considerada favorável aos propósitos do projeto.

3.3 Pivotagem do Produto

Conclui-se que a primeira fase do nosso site, definindo uma identidade visual impactante e uma área de contato acessível. Para garantir que estávamos no caminho certo, conduzimos pesquisas de feedback com nosso público-alvo. Os resultados excederam expectativas, com uma resposta amplamente positiva à nossa marca. Com essa confirmação, ficamos preparados para seguir em frente com nosso projeto.

Tópico 4 | MERCADO

4.1 Análise Setorial

A fome é uma questão persistente, que afeta milhões de pessoas em todo o mundo. Apesar de avanços significativos, milhares de pessoas ainda sofrem com a insegurança alimentar. A ONU, através da agenda 2030, estabeleceu como um dos objetivos mediante a ODS 2 “fome zero”, acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar, melhorar a nutrição e promover uma agricultura sustentável. Esse objetivo é importante para garantir que todos tenham acesso à alimentação adequada, mas também para reduzir as desigualdades perpetuadas pela fome e a insegurança alimentar. Pode-se assim dizer que a agenda 2030 é um quadro essencial para guiar esses esforços. (UFABC, 2020).

Colaboração entre diversos setores da sociedade e a promoção de iniciativas inovadoras serão fundamentais para alcançar esses objetivos e garantir um futuro mais justo e sustentável para todos. O combate à fome e à desigualdade alimentar é um desafio multifacetado que demanda a atuação conjunta de políticas eficazes, com a colaboração do poder público e o engajamento de diversos setores da sociedade. No contexto brasileiro, embora o país seja um dos maiores produtores de alimento do mundo, parcela significativa da população não tem acesso aos alimentos básicos necessários para a vida cotidiana emergindo, assim, a necessidade de práticas que viabilizem o acesso de todos à uma alimentação saudável (CONSEA, 2004).

É bem sabido que o desenvolvimento de ações que promovam a inclusão social, em suas diferentes vertentes, é um desafio para a sociedade e suscitam diferentes estratégias que possam impactar positivamente nesse contexto. Dentre as estratégias para reduzir a desigualdade alimentar, a implementação de projetos sociais voltados à melhoria da distribuição e do acesso aos alimentos, iniciativas como bancos de alimentos e programas de distribuição de refeições, entre outras, desempenham um papel crucial ao focar na população vulnerável, promovendo uma distribuição equitativa dos recursos alimentares. (Ipea, 2019).

Outra prática que vem ganhando destaque é o uso de soluções inovadoras para alcançar esses objetivos, com a atuação crescente de *startups* no setor, reconhecidas como *startups sociais*. As *startups* sociais referem-se às empresas emergentes que utilizam estratégias inovadoras para abordar questões sociais e ambientais (INVENTIVOS, 2024).

Esses startups, em parte consideradas empresas emergentes, têm se destacado ao utilizar tecnologia e modelos de negócios criativos para promover melhorias na distribuição de alimentos e reduzir o desperdício. Esse movimento reflete a preocupação crescente necessidades sociais, criando um impacto positivo que priorizam o bem-estar da sociedade alinhado ao conceito de

negócios. De acordo com Porter e Kramer (2011), as empresas podem gerar valor compartilhado ao integrar soluções sociais em suas estratégias de negócio, beneficiando tanto a sociedade quanto seu próprio desempenho econômico.

Dentre os exemplos de atuação desse modelo de negócios, pode-se indicar as *startups* que desenvolvem plataformas digitais para conectar agricultores diretamente aos consumidores, como a “*Bliive*”, que oferece um sistema de troca onde as pessoas podem doar alimentos ou serviços em troca de créditos para receber doações. Outra iniciativa notável é a Cesta Verde, que conecta pequenos produtores rurais a comunidades carentes, garantindo que alimentos frescos cheguem a quem precisa, ao mesmo tempo em que apoia a agricultura local. Já a “*Food for All*” é uma plataforma que combate o desperdício de alimentos em restaurantes, permitindo que consumidores comprem refeições que estão prestes a expirar a preços reduzidos, com parte dos lucros revertidos para iniciativas de combate à fome.

Essas e outras *startups* têm mostrado que é possível usar a inovação para enfrentar problemas sociais complexos, promovendo um impacto positivo nas comunidades e contribuindo para a redução da fome.

4.2 Pesquisa de Campo

Para validação do projeto foi realizada uma pesquisa de campo via formulário do Google, com intuito de verificar a opinião do público em relação a ideia do projeto. Assim, objetivando a validação da proposta, apresenta-se no Quadro 6 os dados da seleção do público-alvo, considerando o tamanho do universo e da amostra baseados no tamanho de potenciais respondentes pertencentes à comunidade escolar.

Quadro 6- Amostra e Universo

Objetivos:	Verificar a utilidade e validação do sistema
Descrição do Público-Alvo a ser pesquisado:	Sociedade no geral
Tamanho do Universo:	1000
Tamanho da Amostra:	64
Mg Erro:	10%
Nível de Confiança:	95%

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo

Para validarmos nosso projeto realizamos um questionário com o objetivo de verificar a opinião do nosso possível público-alvo, a pesquisa teria como finalidade filtrar as informações para melhor acompanhamento do nosso sistema com as vivências sociais.

Questionário

1- Qual a sua idade?

- 14 a 18 anos
- 19 a 23 anos
- +25 anos

2- Caso você utilize celular, qual o sistema operacional de seu aparelho?

- Android
- IOS

3- Em qual frequência você vê pessoas que passam por qualquer tipo de insegurança alimentar?

- Sempre
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Nunca

4- Caso tenha alguma frequência, você pensa que nosso site ajudaria?

- Sim
- Não
- Talvez precise de mais recursos

5- Você já pensou em ajudar essas pessoas?

- Sim
- Não
- Talvez

6- Você já presenciou alguma doação de alimentos?

- Já presenciei
- Não presenciei
- Não me lembro

7- Você já participou de uma doação de alimentos?

- Sim
- Não

8- Você teria interesse em participar?

- Sim
- Não
- Talvez

9- Avalie nosso projeto

- Péssimo
- Ruim
- Razoável
- Bom
- Muito Bom

10- Se for necessário dê sugestões para melhoria:

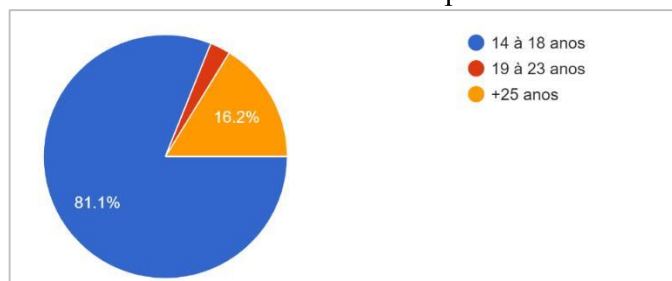
R. _____

4.2.2 Análise de Dados

Considerado a aplicação da pesquisa, apresenta-se nos Gráficos e quadros seguintes, os resultados da pesquisa de campo, bem como a análise dos resultados, de modo que se possa compreender a visão dos sujeitos quanto a proposta apresentada, como se segue a abaixo.

A Questão 1 foi direcionada para levantamento de dados demográficos relacionado à idade dos respondentes. As respostas estão contidas no Gráfico 7.

Gráfico 7 - Idade do respondente

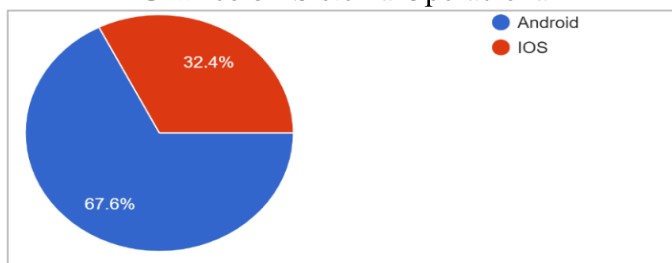


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Como resultado, temos que a maioria (81,1%) sendo menor de idade, essa questão permitiu uma verificação de percepções por faixa etária dos sujeitos. Entende-se que a maioria estando entre 14 e 18 anos se justifica pelo público pesquisado ser maioria do Ensino Médio, ambiente em que foi realizada a pesquisa.

A Questão 2 foi direcionada para identificar o modelo de celular mais utilizado pelo público, uma vez que nosso serviço será uma plataforma digital. As respostas estão contidas no Gráfico 8 a seguir.

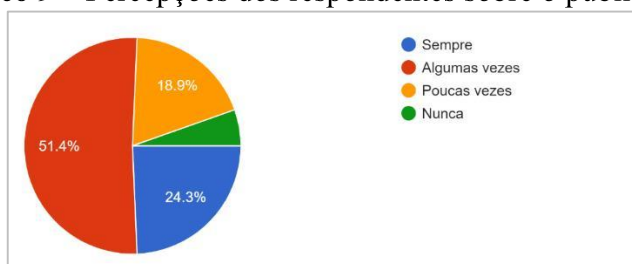
Gráfico 8 - Sistema Operacional



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Como resultado, temos que a maioria (67,6%) utiliza o sistema Android, o que permite um planejamento pautado no que a maioria dos usuários utilizam como sistema operacional dos seus celulares. A questão visa identificar qual seria o sistema operacional mais utilizado tendo em vista o desenvolvimento futuro de um App para o projeto.

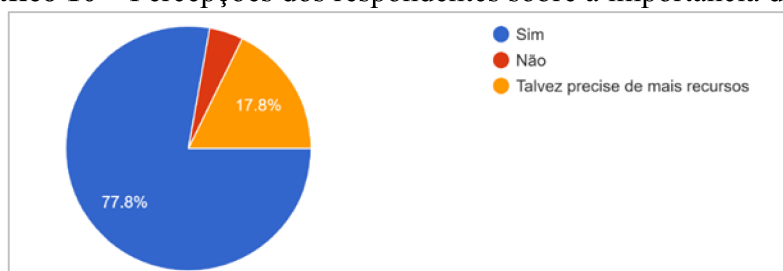
Já a Questão 3 teve como finalidade entender melhor da convivência e da frequência em que os pesquisados se envolvem com quem passa por essa dificuldade. As respostas estão contidas no Gráfico 9.

Gráfico 9 – Percepções dos respondentes sobre o público-alvo

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Baseado nos resultados temos consciência que mais da metade das pessoas que responderam (51,4%) já tiveram algum convívio com pessoas que passam por insegurança alimentar ou fome. Observa-se também que a 2º maior porcentagem (24,3%) é de pessoas que tem frequentemente um convívio com nosso público-alvo. Isso demonstra que a problemática do acesso à alimentação está contida em diferentes ambientes, sendo um problema de saúde social.

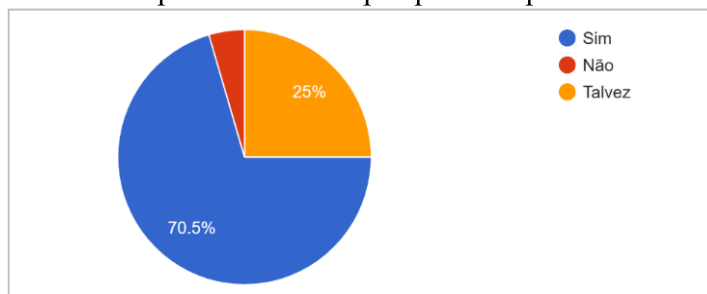
A Questão 4 teve como finalidade saber se o site ajudaria as pessoas com insegurança alimentar. As respostas estão contidas no Gráfico 10.

Gráfico 10 – Percepções dos respondentes sobre a importância do site

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Baseado nos resultados, tem-se plena consciência de que mais da metade (77,8%) das pessoas afirmaram que nosso site pode ser uma ferramenta valiosa para ajudar aqueles que enfrentam insegurança alimentar. Essa resposta revela a importância do nosso trabalho, pois indica que muitos reconhecem o potencial do site em oferecer apoio e recursos essenciais para lidar com essa questão tão relevante.

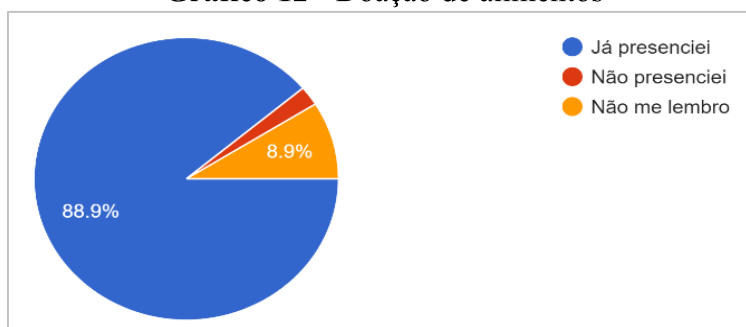
Na 5º Questão questionou-se sobre o interesse do pesquisados em ajudar nosso público-alvo, presando o nosso conhecimento sobre o assunto abordado. As respostas estão contidas no Gráfico 11.

Gráfico 11 - Comportamento dos pesquisados para as causas sociais

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A pesquisa revelou que a maioria das pessoas deseja ajudar aqueles que enfrentam insegurança alimentar, refletindo uma crescente conscientização sobre esse problema social que afeta milhões. Ao unir esforços, podemos garantir que todos tenham acesso à alimentação adequada e nutritiva, fazendo a diferença na vida de muitas pessoas.

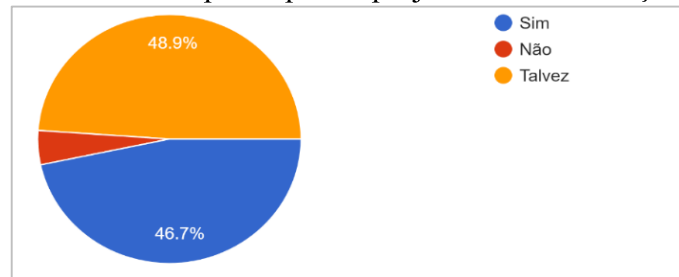
A 6ª Questão tem como finalidade entendermos quais são o nível de proximidade do pesquisado com doações de alimentos. As respostas estão contidas no Gráfico 12.

Gráfico 12 - Doação de alimentos

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

As pessoas que contribuem com ONGs estão frequentemente envolvidas em nossos estudos, demonstrando um forte engajamento com causas sociais. Essa participação enriquece nossa pesquisa e ressalta o papel das ONGs na mobilização de indivíduos dispostos a fazer a diferença, gerando impactos significativos na comunidade e ajudando a enfrentar os desafios dos mais necessitados.

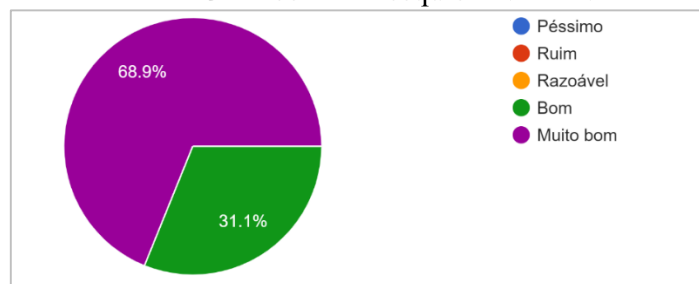
A 7ª Questão tem como finalidade saber se nossos pesquisados têm algum interesse em participar de um projeto social de doação de alimentos. As respostas estão contidas no Gráfico 13.

Gráfico 13 - Interesses em participar de projeto social de doação de alimentos

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

De acordo com nossas respostas tivemos um empate entre “sim” e “talvez”, onde percebemos que as pessoas podem ter um tipo de interesse em participar de um tipo de doação beneficente.

A 8ª questão tem como finalidade nos mostrar se o nosso acha que nosso projeto seria eficiente ou se precisaríamos amadurecer nossa ideia. As respostas estão contidas no Gráfico 14.

Gráfico 14 - Pesquisa avaliativa

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

O questionário desenvolvido teve como objetivo avaliar a viabilidade e a aceitação do projeto junto à sociedade. Os gráficos apresentados revelam uma resposta positiva à implementação do projeto, evidenciando a problemática da fome e destacando o impacto que a iniciativa Alimentação para todos tem na mitigação dessa situação. Além do aspecto social, a pesquisa também mostrou o interesse dos participantes em relação à participação no projeto, o que é fundamental para a sustentabilidade da proposta.

4.3 Competidores

Para todo o tipo de mercado, existem ou existirão competidores, ainda que indiretos. Entrar em um mercado onde não conhece a concorrência apresenta riscos ao negócio, visto que é essencial conhecer o que é ofertado, quais seus diferenciais positivos e negativos que assim, a empresa possa realizar tomadas decisões. No quadro abaixo está exposto o mar vermelho e mar azul, incluindo os competidores diretos e indiretos do projeto indicado.

Quadro 7 – Mar vermelho e Mar azul

ANÁLISE DO MERCADO - MAR VERMELHO			
Descrição	Concorrente Direto	Concorrente indireto	Análogo
Serviços que oferecem	Um programa com o objetivo oferecer refeições saudáveis e de alta qualidade.	Um instituto que oferece refeições gratuitas em bairros mais pobres da cidade.	Oferecem serviços para ajudar pessoas com a insegurança alimentar
Preços que praticam	O programa tem um custo acessível para a população em vulnerabilidade social no valor de 1,00 real.	Oferece refeições gratuitas	-
Públicos com os quais trabalham	Pessoas em vulnerabilidade social	Pessoas de bairros mais pobres	Pessoas voluntárias
Diferenciais	Eles disponibilizam café da manhã	Utilizam hortas comunitárias nas comunidades	-

ANÁLISE DO MERCADO - MAR AZUL	
O que pode ser eliminado na solução	Eliminado a falta de alimentação no dia a dia
O que pode ser reduzido na solução	A desigualdade na sociedade com a insegurança alimentar
O que pode ser elevado na solução	Um site fundamentado para garantir a segurança alimentar de famílias e moradores de rua, estimulando uma alimentação melhor e saudável no dia a dia
Que atributos nunca oferecidos pelo setor devem ser criados	Uma área para receber doações de mercados e restaurantes
Preço praticado	O site ele oferece doações de dinheiro e alimentos

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Por meio da análise do quadro disposto, é possível observar que, ambos os concorrentes, direto e indireto, possuem serviços que se assemelham ao projeto. Não obstante, tais benefícios são oferecidos separadamente, cujas empresas apresentam suas particularidades, que se difere dos serviços oferecidos pela plataforma **Alimentação para Todos**. Uma vez que este possui um conjunto de funções em um único ambiente, que visa o bem-estar e a segurança alimentar de famílias carentes e moradores de rua, antes e após sua refeição. Assim sendo, o **Alimentação para todos** apresenta seu diferencial, ofertando serviços coerentes e fundamentados, que atende às necessidades de famílias carentes que passam pela insegurança alimentar, isto é, abrangendo excepcionalmente uma comunidade.

4.4 Ambiente Interno e Externo

Para desenvolver um planejamento futuro (estratégico, tático e operacional) do modelo de negócios, é essencial realizar uma análise do ambiente interno e externo. Para isso, utiliza-se a ferramenta de análise SWOT, cuja matriz está ilustrada na Figura 25.

Figura 25- Matriz SWOT



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Por meio da análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) realizada para o nosso projeto social, voltado à promoção de alimentação acessível para aqueles que precisam, permitiu uma visão clara das condições atuais e dos desafios a serem enfrentados no contexto do projeto.

4.5 Marketing e Vendas

4.5.1 Composto de Marketing

A Figura 26 ilustra a proposta estratégica do projeto social utilizando os 4P's do Marketing, que são essenciais para estruturar e organizar as ações de forma eficaz. A seguir, detalhamos como cada um dos elementos se aplica à nossa iniciativa.

Figura 26- Os 4 P's



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Ao abordar cada um desses quatro pilares, a proposta visa garantir que a ação seja não apenas eficaz, mas também sustentável a longo prazo, oferecendo soluções reais para as necessidades alimentares da comunidade atendida. A implementação bem-sucedida desses elementos deve maximizar os resultados e contribuir para a expansão e consolidação do projeto social.

4.5.2 Projeção de Vendas

Estima-se que ao início da prática do projeto teremos pequenas margens de alcance, no entanto, conforme a progressão e frequência nossos alcances aumentarão constantemente com as contribuições. Acredita-se que mês de maior contribuição será o mês de dezembro, em função do período natalino, com estimativas de R\$ 44.918,10 em contribuições.

Gráfico 15 - Gráfico do ano: contribuições transformadas em R\$



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

4.6 Pivotagem do Mercado

Desenvolvemos o site e, como parte desse projeto, criamos um formulário interativo. Esse formulário foi projetado para coletar respostas dos usuários sobre diversos tópicos de interesse. Após os usuários preencherem o formulário, as respostas são enviadas para o nosso sistema, onde são processadas e armazenadas. Com isso, finalizamos a quarta etapa do nosso projeto, que consiste na coleta e análise das informações obtidas através do formulário. Essa etapa é fundamental para entender melhor as necessidades e preferências dos nossos usuários, permitindo que possamos aprimorar ainda mais nossos serviços.

Tópico 5 | FINANÇAS

5.1 Premissas econômico-financeiras

À luz das ideias do filósofo escocês Adam Smith, podemos compreender a economia como um sistema complexo moldado pelo interesse próprio dos indivíduos. Essa dinâmica vai além da simples acumulação de riqueza e se estende à análise da concentração de capital, onde se examinam as intrincadas relações de produção, distribuição e consumo de bens e serviços. Desde a concepção de um produto até sua entrega ao consumidor final, cada etapa não apenas busca lucro, mas também gera um benefício social que surge de maneira quase paradoxal.

Em sua famosa obra "A mão invisível", Smith destaca que, ao buscarem seus próprios interesses, os indivíduos frequentemente contribuem, muitas vezes sem intenção, para o bem-estar da sociedade como um todo. A metáfora da "mão invisível" sugere que, ao focar em suas necessidades pessoais, as pessoas acabam promovendo um resultado coletivo mais eficiente do que se estivessem agindo com a intenção direta de ajudar os outros.

Nesse cenário, as finanças emergem como um campo essencial da economia, focando na gestão eficaz dos recursos financeiros. O economista Lawrence Jeffrey Gitman, em "Princípios de Administração Financeira", observa que as finanças são tanto uma arte quanto uma ciência, dedicadas a otimizar a administração do capital. Esse gerenciamento é vital não apenas para organizações com fins lucrativos, mas também para aquelas sem fins lucrativos, pois todas precisam de um controle rigoroso sobre seus fluxos financeiros para garantir sua sustentabilidade.

5.2 Investimentos e fontes de recursos

Para a iniciação do projeto, investimos em recursos técnicos, por meio deles, objetivamos a iniciação do mercado e o êxito do projeto “Alimentação para todos “

Tabela 1- Planilha de Investimento Inicial

	investimento inicial	preço	unidade	total
mobiliario	mesa para escritório	R\$ 385,37	6	R\$ 2.312,22
	Cadeiras lite	R\$ 477,00	7	R\$ 3.339,00
	Bancada (recepção)	R\$ 1.461,02	1	R\$ 1.461,02
	subtotal	R\$ 2.323,39		R\$ 7.112,24
higiene e limpeza	porta papel higienico WCs	R\$ 9,20	1	R\$ 9,20
	saboneteira lavabo	R\$ 24,56	1	R\$ 24,56
	cesto de lixo para lavabo e WCs	R\$ 15,99	1	R\$ 15,99
	toalheiro lavabo (b 262)	R\$ 135,00	2	R\$ 270,00
	rodo	R\$ 20,00	1	R\$ 20,00
	balde esfregão	R\$ 25,30	1	R\$ 25,30
	vassoura	R\$ 20,00	1	R\$ 20,00
	produtos de limpeza (mês)			
	kit limpeza profissional	R\$ 1.000,00	2	R\$ 2.000,00
	subtotal	R\$ 1.250,05		R\$ 2.385,05
uniformes (kit por voluntário)	camiseta (personalizada)	R\$ 60,00	50	R\$ 3.000,00
	boné (personalizado)	R\$ 40,00	50	R\$ 2.000,00
	garrafa de água (personalizada)	R\$ 25,90	50	R\$ 1.295,00
	subtotal	R\$ 125,90		R\$ -
comunicação visual	criação da marca	R\$ 200,00	1	R\$ 200,00
	faxada (letreiro)	R\$ 500,00	1	R\$ 500,00
	grafica (panfletos e cartão para contato)	R\$ 141,00	16	R\$ 2.256,00
	pagina no facebook e instagram			R\$ -
	site na internet	R\$ 22,00	1	R\$ 22,00
	comercial (mês)			R\$ -
				R\$ -
				R\$ -
			R\$ -	
	subtotal	R\$ 841,00		R\$ 2.956,00
despesas de funcionamento	alvaras da prefeitura (caso de multa)			R\$ -
	vistoria dos bombeiros (caso de multa)			R\$ -
	programa de gestão (software) (depende) (mês)			R\$ -
	wi fi (400 mega fobra ótica life) (mês)			R\$ -
	luz (média) (mês)			R\$ -
	água (média) (mês)			R\$ -
	aluguel (100m2 a 300m2) (mês)			R\$ -
	subtotal	R\$ -		R\$ -
outros serviços	honorário de arquiteto	R\$ 2.000,00	1	R\$ 2.000,00
	empreiteira			R\$ -
	ar condicionado	R\$ 2.889,90	2	R\$ 5.779,80
	serviço de gesso			R\$ -
	iluminação (escritório)	R\$ 4.856,00	1	R\$ 4.856,00
	serralheria			R\$ -
	pintor + material de pintura	R\$ 8.889,00	1	R\$ 8.889,00
	decoração do escritório	R\$ 2.798,00	1	R\$ 2.798,00
				R\$ -
				R\$ -
	subtotal	R\$ 11.687,00		R\$ 24.322,80
	total de investimento (escritório)	R\$ 16.227,34		R\$ 36.776,09

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

5.3 Custos e despesas

Tabela 2- Planilha de custos e despesas

despesas gerais	custo (média)	tipo
programa de gestão (software) (média)	R\$ 200,00	fixo
wi fi (400 mega fibra ótica life)	R\$ 129,49	fixo
luz (média)	R\$ 890,50	fixo
água (média)	R\$ 105,60	fixo
aluguel (100m2 a 300m2)	R\$ 6.500,00	fixo
manutenção (média)	R\$ 300,00	fixo
material de limpeza (média)	R\$ 1.000,00	variável
material de escritório	R\$ 200,00	fixo
marketing	R\$ 30.000,00	variável
total de despesas		
calculo total	R\$ 39.325,59	
lucro bruto	R\$ 336.068,25	
despesas	R\$ 39.325,59	
lucro liquido	R\$ 296.742,66	

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Tabela 3 - Planilha de custos e despesas

mês	vendas
Jan	R\$ 14.913,00
Fev	R\$ 15.614,20
Mar	R\$ 20.266,80
Abr	R\$ 21.334,50
Mai	R\$ 23.456,00
Jun	R\$ 27.406,85
Jul	R\$ 28.446,00
Ags	R\$ 31.309,20
Set	R\$ 32.586,70
Out	R\$ 37.282,50
Nov	R\$ 38.534,40
Dez	R\$ 44.918,10

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

5.4 Relatórios econômico-financeiros

Tabela 4- DRE

Dre Mensal			Dre Anual		
Demonstração de Resultado		Referente a um Mês	Coluna 1	Coluna 2	
Descrição			Descrição		
Venda De Mercadorias	R\$	43.280,00	Venda De Mercadorias	R\$	394.534,29
Receita Bruta	R\$	43.280,00	Receita Bruta	R\$	394.534,29
(-) Impostos sobre vendas.	R\$	(7.459,00)	(-) Impostos sobre vendas.	R\$	(71.413,93)
RECEITA LIQUIDA DAS VENDAS	R\$	35.811,00	RECEITA LIQUIDA DAS VENDAS	R\$	323.120,36
(-) Custo da Mercadoria Vendida	R\$	(3.860,00)	(-) Custo da Mercadoria Vendida	R\$	(87.312,00)
LUCRO BRUTO	R\$	31.951,00	LUCRO BRUTO	R\$	235.808,36
(-) Despesas Operacionais	R\$	(12.400,00)	(-) Despesas Operacionais	R\$	(32.520,50)
(+) Planfletos (Entregues)	R\$	3.270,00	(+) Planfletos (Entregues)	R\$	35.360,20
(+) Administrativas	R\$	17.400,00	(+) Administrativas	R\$	49.320,00
(+) Tributárias	R\$	4.530,00	(+) Tributárias	R\$	20.349,00
Lucro Operacional	R\$	44.751,00	Lucro Operacional	R\$	308.317,06
Receitas/(Despesas) Financeiros	R\$	-	Receitas/(Despesas) Financeiros	R\$	-
Resultado Antes da CSLL	R\$	44.751,00	Resultado Antes da CSLL	R\$	413.346,26
Receitas/(Despesa) Não Operacional (parte dos acionistas)	R\$	-	Receitas/(Despesa) Não Operacional (parte dos acionistas)	R\$	-
(-) Provisão Para CSLL	R\$	(1.034,83)	(-) Provisão Para CSLL	R\$	(72.320,00)
Resultado Antes do IPRJ	R\$	43.716,17	Resultado Antes do IPRJ	R\$	341.026,26
Provisão para IPRJ	R\$	(2.394,81)	Provisão Para IPRJ	R\$	(12.349,00)
Lucro/(Prej.) Líquido do Exercício	R\$	41.321,36	LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$	328.677,26

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

5.6 Análise de viabilidade

Com base na avaliação dos dados financeiros e econômicos do projeto apresentados nas tabelas acima, é evidente a falta de rentabilidade que torna o projeto "Alimentação para todos" inviável. Neste caso, seria necessário fazer ajustes na proposta, com o objetivo do projeto se tornar sustentável, ou seja, conseguir cumprir a proposta sem que seja necessários investimentos de recursos próprios. Para tanto, se torna necessário agregar a proposta às ações das parcerias públicas, como ações de políticas públicas.

5.7 Pivotagem das finanças

O projeto "Alimentação para Todos" tem como objetivo atender à demanda de forma sustentável, sem foco em lucro. Com uma gestão financeira equilibrada e a missão de promover o bem-estar dos moradores de rua e famílias de baixa renda, o projeto busca aproveitar as oportunidades desse mercado em expansão, priorizando o impacto social e o acesso à alimentação de qualidade para todas as pessoas, em vez de gerar retornos financeiros. O projeto tende a continuar cumprindo sua missão, beneficiando um número cada vez maior de pessoas com a ajuda de voluntários

PITCH

Apresenta-se, a seguir, o material do Pitch apresentado na II TalkPitch realizado no dia 27/11/2024, tendo como objetivo apresentar à comunidade escolar e convidados, a proposta do projeto aqui descrito (slides 1 a 7).

No slide 1, desenvolveram umas pesquisas que mostra a realidade de muitos aqui no Brasil.

Figura 27 – Identificando a Oportunidade

Dados

- Em 2024, 125,2 milhões de **pessoas** vivem com algum grau de insegurança alimentar e 33 milhões de **pessoas** passam fome;
- Pessoas acabam **morrendo** por **falta de ter o que comer no dia**.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

No slide 2, mostra os nossos objetivos que queremos para o futuro do nosso projeto.

Figura 28 – Objetivos do projeto

Objetivos

- **Objetivo geral:** O ambiente virtual visa fomentar a solidariedade e o esforço conjunto para a redução da desigualdade alimentar, criando um espaço em que todos possam colaborar para garantir o acesso a uma alimentação adequada e digna para todos.
- **Objetivo específico:** Promover ações solidárias que contribuam para uma sociedade mais justa no que se refere à alimentação.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

No slide 3, exibe a nossa solução de como podemos ajudar nesse problema que o Brasil está enfrentando.

Figura 29 – Apresentação da Solução



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

No slide 4, apresenta a metodologia que usamos para desenvolver o nosso projeto.

Figura 30 – Apresentação da Metodologia



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

No slide 5, contém os nossos diferenciais dos nossos possíveis concorrentes.

Figura 31 – Apresentação dos diferenciais

Diferenciais da plataforma “Alimentação para todos”

- Nossa plataforma tem diversas funções como: Cadastre-se, Faça parte, Quem somos?, Área do patrocinadores, Fale conosco e Ações.
- E como isso, ajudamos as pessoas tanto com as cestas básicas, quanto com as marmitas.

The slide features a red and white background with a stylized illustration of a hand holding a bunch of vegetables on the right side.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

No slide 6, é encontrado as principais telas do nosso site “Alimentação para todos”.

Figura 32 – Apresentação do Protótipo

Protótipo

The slide displays four wireframe screens for the website:

- 1. Home page with the APT logo and navigation buttons.
- 2. 'Cadastre-se' (Sign up) form with a field for email and a 'Cadastrar' button, accompanied by an image of fresh produce.
- 3. 'Faça parte' (Join) form with fields for name, email, and phone number, and a 'Participar' button.
- 4. 'Área do patrocinadores' (Patrons area) with an image of food packages and a 'Patrocinador' button.

The slide has a red and white background with a stylized illustration of a hand holding a bunch of vegetables on the right side.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

No slide 7, contém a nossa conclusão do projeto “Alimentação para todos”.

Figura 32 – Conclusão da apresentação



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Insegurança alimentar atinge 70 milhões de brasileiros.** Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2023-07/inseguranca-alimentar-atinge-70-milhoes-de-brasileiros>. Acesso em: 03.set.2024

CONSELHO NACIONAL DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL- CONSEA. **Princípios e diretrizes de uma política de segurança alimentar e nutricional.** Brasília: IPEA, 2004. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/participacao/images/pdfs/conferencias/Seguranca_Alimentar_II/textos_referencia_2_conferencia_seguranca_alimentar.pdf. Acesso em: 17.set.2024.

INVENTIVOS. **Startups Sociais:** como empreender para fazer a diferença na sociedade. Disponível em: <https://blog.inventivos.co/startups-sociais/#:~:text=O%20termo%20%E2%80%9Cstartup%20social%E2%80%9D%20refere,garantindo%20assim%20sua%20pr%C3%B3pria%20sustentabilidade>. Acesso em: 17.set.2024.

LEMOS, Simone. Perdas pós-produção e pré-consumo geram um grande desperdício de alimentos no Brasil. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/perdas-pos-producao-e-pre-consumo-geram-um-grande-desperdicio-de-alimentos-no-brasil/>. Acesso em: 03.set.2024.

ORGANIZAÇÃO, K. et al. **Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.** [s.l: s.n.]. Disponível em: https://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/BibliotecaDigital/BibDigitalLivros/TodosOsLivros/Objetivos-do-Desenvolvimento-Sustentavel%3Ddesafios-para-o-planejamento. Acesso em: 24.set.2024

Porter, M. E., & Kramer, M. R. Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, n.89, v.1-2, p.62-77, 2011.

ROCHA, R.; PIRES, C. **Implementando Desigualdades Reprodução de Desigualdades na Implementação de Políticas Públicas.** Disponível em: https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9323/1/Implementando%20desigualdades_reprodu%C3%A7%C3%A3o%20de%20desigualdades%20na%20implementa%C3%A7%C3%A3o%20de%20pol%C3%ADticas%20p%C3%ABlicas.pdf. Acesso em 24.set.2024.

SECRETARIA de Comunicação Social. Fome no Brasil piorou nos últimos três anos, mostra relatório da FAO. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/07/fome-no-brasil-piorou-nos-ultimos-tres-anos-mostra-relatorio-da-fao> Acesso em: 03.set.2024.

UNIVEM. Relatório de Projeto *startup*. São Paulo: Univem, 2022. (Material didático do Programa de Pós-Graduação Latu Senso.