

Inovação e empreendedorismo para Planos de Negócio da Lanchonete Salgados Oliveira

Samara Oliveira Gonçalves Nascimento¹, Jefferson do Nascimento Oliveira², Maria Vitória Alexandrino Viana³, Romeu Silva Neto⁴

(1) Aluna do Curso de Engenharia de Produção; (2) Aluno do Curso de Engenharia Mecânica; (3) Aluna do Curso de Engenharia Civil; (4) Coordenador do Projeto de Extensão
-Inovação e empreendedorismo, Plano de Negócio / ISECENSA – Curso de Engenharia - Institutos Superiores de Ensino do CENSA – ISECENSA, Rua Salvador Correa, 139, Centro, Campos dos Goytacazes, RJ, Brasil.

A Lanchonete Salgados dos Oliveiras foi criada em 2022, em Campos dos Goytacazes (RJ), pela empreendedora Tatiane Oliveira. Inicialmente, a operação começou de forma experimental, com a comercialização de bolinhos de aipim em um campo de futebol local. O êxito dessa iniciativa permitiu a expansão para um espaço físico, consolidando a proposta de oferecer alimentos artesanais, de qualidade e com preços acessíveis, voltados a consumidores das classes C e D. O estudo busca analisar a trajetória da lanchonete, destacando seus objetivos de curto e longo prazo. No horizonte imediato, estão o fortalecimento da presença digital, o aumento das vendas e a fidelização de clientes. Em médio e longo prazo, objetiva-se a expansão para novas unidades, a criação de uma cozinha central tecnológica e o desenvolvimento de um aplicativo próprio para atendimento e suporte. A experiência empreendedora evidenciou desafios relevantes: forte concorrência, cardápio limitado, atendimento pouco padronizado e presença digital insuficiente. Para superar tais dificuldades, foram propostas soluções inovadoras, como: sistema em nuvem com inteligência artificial para previsão de vendas, campanhas digitais com foco em geomarketing, pedidos inteligentes via WhatsApp, programa de recompensas gamificado e cardápio interativo em realidade aumentada. A análise aponta que o uso de tecnologias digitais acessíveis pode potencializar significativamente a competitividade de pequenos negócios. A incorporação de ferramentas inovadoras não apenas melhora a gestão interna e o relacionamento com o cliente, mas também fortalece a identidade da marca e sua capacidade de adaptação às exigências do mercado contemporâneo. A trajetória da Salgados dos Oliveiras ilustra como a inovação pode ser um diferencial estratégico para empreendimentos de pequeno porte. O estudo evidencia que a integração entre práticas tradicionais de produção artesanal e soluções digitais cria condições para expansão, fidelização e sustentabilidade do negócio, além de oferecer um exemplo aplicável ao campo do empreendedorismo regional.

Palavra-chave: Empreendedorismo. Inovação. Plano de Negócio. Alimentação

Instituição de Fomento: ISECENSA.

Innovation and entrepreneurship for the business plans of Salgados Oliveira snack bar

Samara Oliveira Gonçalves Nascimento¹, Jefferson do Nascimento Oliveira², Maria Vitória Alexandrino Viana³, Romeu Silva Neto⁴

(1) Student of the Production Engineering Program; (2) Student of the Mechanical Engineering Program; (3) Student of the Civil Engineering Program; (4) Project Coordinator of the Extension Program – Innovation and Entrepreneurship, Business Plan / ISECENSA – Engineering Program – Higher Education Institutes of CENSA – ISECENSA, Rua Salvador Correa, 139, Centro, Campos dos Goytacazes, RJ, Brazil.

Salgados dos Oliveiras Snack Bar was founded in 2022 in Campos dos Goytacazes (RJ) by entrepreneur Tatiane Oliveira. Initially, the operation began on an experimental basis, selling cassava fritters at a local soccer field. The success of this initiative enabled the expansion into a physical space, consolidating the proposal of offering artisanal, high-quality, and affordable food targeted at consumers from classes C and D. This study aims to analyze the trajectory of the snack bar, highlighting its short- and long-term objectives. In the immediate horizon, the goals include strengthening digital presence, increasing sales, and building customer loyalty. In the medium and long term, the focus is on expanding to new units, creating a technological central kitchen, and developing an in-house application for customer service and support. The entrepreneurial experience revealed significant challenges: strong competition, a limited menu, unstandardized service, and insufficient digital presence. To overcome these difficulties, innovative solutions were proposed, such as a cloud-based system with artificial intelligence for sales forecasting, digital campaigns focused on geomarketing, smart ordering via WhatsApp, a gamified rewards program, and an interactive augmented reality menu. The analysis indicates that the use of accessible digital technologies can significantly enhance the competitiveness of small businesses. The incorporation of innovative tools not only improves internal management and customer relations but also strengthens brand identity and its ability to adapt to the demands of the contemporary market. The trajectory of *Salgados dos Oliveiras* illustrates how innovation can be a strategic differentiator for small enterprises. The study shows that integrating traditional artisanal production practices with digital solutions creates conditions for expansion, customer loyalty, and business sustainability, while also offering an applicable example to the field of regional entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship. Innovation. Business Plan. Food

Funding Institution: ISECENSA.