

**ETEC JULIO DE MESQUITA  
EXTENSÃO E.E AMÉRICO BRASILIENSE  
Administração**

**Daniel Wesley Torres dos Santos**

**Davi Jeronimo da Silva**

**Ellen Honorato Carvalho**

**Guilherme Bonfim dos Santos**

**Maiara Santos de Lima**

**Nathália Souza Sátiro**

**Vinicius Sandrin de Souza**

**HORTIFRUTI VERDE VIDA**

Santo André

2024

**Daniel Wesley Torres dos Santos**

**Davi Jeronimo da Silva**

**Ellen Honorato Carvalho**

**Guilherme Bonfim dos Santos**

**Maiara Santos de Lima**

**Nathália Souza Sátiro**

**Vinicius Sandrin de Souza**

**HORTIFRUTI VERDE VIDA**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso Técnico em  
Administração da Etec Júlio de Mesquita,  
orientado pelo Prof. Braz, como requisito  
parcial para obtenção do título de técnico  
em Administração

**Santo André**

**2024**

## **AGRADECIMENTOS**

O término deste trabalho só foi possível graças ao apoio, colaboração e paciência de todos os nossos professores e da equipe de gestão da Etec Júlio de Mesquita, aos quais o nosso grupo gostaria de expressar profunda gratidão.

Primeiramente, desde já agradecemos ao nosso orientador, professor Braz, por suas orientações, paciência e por nos ajudar com seu grande conhecimento, que foram essenciais para a melhoria do nosso TCC e sua realização.

À Etec, pelos seus excelentes computadores, pelos recursos e pela infraestrutura, que foram de grande ajuda para a condução de nossos estudos.

Aos nossos colegas de sala, pela ajuda com dúvidas e pelo encorajamento ao longo deste um ano e meio de jornada.

A todos que, de alguma forma, ajudaram na finalização deste grande trabalho, nós agradecemos de coração.

## **RESUMO**

Este projeto teve como intuito a criação de um Hortifruti chamado Verde Vida. O hortifruti tem como objetivo proporcionar às pessoas alimentos de alta qualidade, além de oferecer workshops, com o intuito de ensinar o público a preparar receitas saudáveis em suas casas, com variações de pratos para diferentes ocasiões. Integrado ao prédio do hortifruti, e com uma parceria contratual, existe um restaurante com uma proposta parecida, levar às pessoas uma alimentação saudável e com a disponibilidade de pratos variados. Portanto, o projeto proposto visa a criação desse ambiente, a fim de levar às pessoas uma alimentação saudável, conseqüentemente uma maior qualidade de vida.

## **SUMMARY**

This project aimed to create a greengrocer called Verde Vida. The goal of the greengrocer is to provide people with high-quality food and offer workshops to teach the public how to prepare healthy recipes at home, with variations of dishes for different occasions. Integrated into the greengrocer's building, and through a contractual partnership, there is a restaurant with a similar proposal: to provide people with healthy meals and a variety of dishes. Therefore, the proposed project aims to create this environment to promote healthy eating and, consequently, a better quality of life.

## Sumário

1. INTRODUÇÃO .....	9
2 EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO.....	10
2.1 Empreendedorismo .....	10
2.1.1 Origem e evolução.....	10
2.1.2 Empreendedorismo no Brasil.....	10
2.1.3 Tipos de empreendedorismo .....	12
a) Empreendedorismo corporativo .....	12
b) Empreendedorismo social.....	12
c) Empreendedorismo inovador .....	12
d) Empreendedorismo feminino e diversidade .....	12
2.1.4 Impacto do empreendedorismo na economia.....	13
2.1.5 Suporte ao empreendedorismo .....	13
2.1.6 Características de um empreendedor.....	14
2.2 Inovação .....	15
2.2.1 Conceito de inovação .....	15
2.2.2 Qual é a importância?.....	18
3. DESCRIÇÃO DO NOSSO PROJETO: HORTIFRUTI ORGÂNICO INTEGRADO COM WORKSHOP.....	19
3.1 Sobre o projeto .....	19
3.2 Workshop.....	20
3.2.1 Inscrição.....	21
3.2.2 Pós workshop.....	21
3.3 Entregas .....	22
3.4 Benefícios .....	22
3.5 Público .....	23

4. MARKETING .....	24
4.1 Produto .....	24
4.2 Preço .....	25
4.3 Praça .....	25
4.4 Promoção .....	27
4.5 Público-Alvo.....	28
4.6 Pesquisa de campo .....	29
4.6.1 Questão 1.....	29
4.6.2 Questão.....	31
Figura 4 - Você se considera uma pessoa saudável?.....	31
4.6.3 Questão 3 .....	31
Figura 5 – Você enfrenta desafios ao tentar manter uma alimentação equilibrada e saudável? .....	31
4.6.4 Questão 4.....	32
Figura 6 – Você está satisfeito(a) com seus conhecimentos culinários? .....	32
Figura 7 – Você gostaria de ampliar seus conhecimentos culinários, fazendo receitas saudáveis que irão surpreender tanto você como as pessoas ao seu redor?.....	32
4.6.6 Questão 6.....	33
4.6.7 Questão 7.....	34
4.7 Material de marketing .....	34
4.7.1 Logo da marca .....	34
4.7.2 Cartão .....	35
4.7.3 Folder/Cardápio.....	35
4.7.4 Mídias sociais.....	36
5. RECURSOS HUMANOS.....	38
5.1 Cargos e salários .....	38
6. PLANEJAMENTO FINANCEIRO .....	40

6.1 Alimentos .....	40
6.1.1 Frutas .....	40
6.1.2 Verduras .....	42
6.1.3 Cogumelos .....	45
6.2 Workshop.....	46
6.3 Móveis .....	46
6.3.1 Móveis sala de aula.....	46
6.3.2 Móveis do estoque .....	47
6.3.3 Móveis do hortifruti .....	48
6.4 Salários.....	48
6.5 Gastos mensais .....	49
6.6 Lucro.....	50
7 CONCLUSÃO.....	51



## **1. INTRODUÇÃO**

O Hortifruti Orgânico Verde Vida, localizado no centro de Santo André, no número 1145, é mais do que um simples mercado de alimentos. Com um compromisso sólido em fornecer produtos saudáveis e de alta qualidade, o Verde Vida destaca-se por oferecer uma ampla gama de frutas, legumes e verduras orgânicas. Além disso, nossos serviços vão além da venda de produtos: oferecemos workshops destinados a promover o conhecimento sobre culinária saudável e sustentável, integrando esses princípios no cotidiano dos nossos clientes.

Para completar a experiência, dispomos de um restaurante que apresenta um cardápio diversificado e cuidadosamente elaborado, proporcionando pratos nutritivos que respeitam as diretrizes de dietas balanceadas. No Verde Vida, buscamos proporcionar não apenas uma alimentação saudável, mas também uma experiência única que combina sabor e bem-estar.

## **2 EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**

### **2.1 Empreendedorismo**

#### **2.1.1 Origem e evolução**

O conceito de empreendedorismo é ancestral e tem evoluído ao longo do tempo, adotando diversas perspectivas. Para uma compreensão mais profunda, vamos revisitar sua trajetória histórica conforme delineado por Dornelas (2001). Segundo ele, o termo foi primeiramente empregado por Marco Pólo, que atuava como um negociante vendendo mercadorias através de contratos com financiadores (capitalistas). Enquanto os capitalistas assumiam riscos de forma passiva, os empreendedores desempenhavam um papel mais ativo, enfrentando diversos tipos de riscos.

Durante a Idade Média, os empreendedores deixaram de assumir diretamente os riscos e passaram a gerenciar grandes projetos de produção, frequentemente com o apoio de incentivos governamentais.

No século XVII, começaram a surgir os primeiros indícios da associação entre assumir riscos e empreendedorismo. Richard Cantillon é considerado por muitos como o pioneiro a usar o termo empreendedorismo, ao distinguir o fornecedor de capital (capitalista) daquele que assume os riscos (empreendedor).

Foi no século XVIII que se estabeleceu de forma mais clara a distinção entre capitalista e empreendedor, especialmente com o advento da industrialização. Um exemplo é o caso de Thomas Edison, cujas pesquisas em eletricidade e química só foram viabilizadas através de financiamento.

No final do século XIX e início do século XX, o termo empreendedor passou a ser frequentemente confundido com gerente ou administrador, uma confusão que persiste até os dias atuais.

#### **2.1.2 Empreendedorismo no Brasil**

No final do século XX, devido aos esforços para estabilizar a economia brasileira e a crescente globalização, as grandes empresas do Brasil se viram obrigadas a aumentar sua competitividade, reduzir custos e maximizar lucros para permanecerem no mercado. Isso resultou em um aumento significativo do desemprego, especialmente nas áreas urbanas, levando muitos ex-funcionários a iniciarem seus próprios negócios como uma forma de sobrevivência, mesmo sem experiência prévia no ramo e com pouco conhecimento de mercado, o que frequentemente resultava em riscos financeiros pessoais.

Foi nesse contexto que o conceito de empreendedorismo se popularizou no Brasil, com uma preocupação crescente em criar empresas sustentáveis que não falhassem nos primeiros meses de operação. De acordo com Dornelas (2001), o movimento empreendedor no Brasil começou a ganhar forma na década de 1990, com a criação de instituições como o SEBRAE e a SOFTEX.

Antes disso, o empreendedorismo era praticamente desconhecido no país devido a um ambiente político e econômico desfavorável, com poucos recursos e informações disponíveis para os empreendedores. A abertura da economia na década de 1990, juntamente com a criação de entidades voltadas para o empreendedorismo, como o SEBRAE, o processo de privatização de grandes empresas estatais e a entrada de concorrência estrangeira no mercado interno, impulsionaram o crescimento do empreendedorismo no Brasil.

A SOFTEX foi estabelecida com o objetivo de promover empresas de software brasileiras no mercado internacional. Através de programas desenvolvidos pela SOFTEX em todo o país, juntamente com incubadoras de empresas e universidades com cursos de ciência da computação e informática, o tema do empreendedorismo começou a ganhar destaque na sociedade brasileira.

Anteriormente, o conceito de plano de negócios era praticamente desconhecido e até mesmo ridicularizado pelos pequenos empresários. No entanto, após duas décadas, o Brasil tem o potencial de desenvolver um dos maiores programas de ensino de empreendedorismo do mundo, comparável apenas aos Estados Unidos, onde mais de 2.000 escolas oferecem cursos sobre o assunto.

Atualmente, o SEBRAE é uma das instituições mais reconhecidas entre os micros e pequenos empresários, bem como entre os aspirantes a empreendedores que

buscam iniciar ou melhorar seus negócios. Além disso, o SEBRAE está promovendo a cultura empreendedora por meio de palestras em universidades e empresas, além de realizar o Desafio SEBRAE em parceria com outros países, uma competição entre acadêmicos de várias nacionalidades para administrar uma empresa virtual.

### **2.1.3 Tipos de empreendedorismo**

#### **a) Empreendedorismo corporativo**

O empreendedorismo corporativo ocorre dentro de uma empresa estabelecida, onde os funcionários buscam inovar e desenvolver novos produtos, serviços ou processos. Isso pode envolver a criação de uma cultura organizacional que promova a criatividade, o pensamento inovador e a busca por novas oportunidades de negócio dentro da própria empresa.

#### **b) Empreendedorismo social**

O empreendedorismo social concentra-se em resolver problemas sociais e ambientais por meio de modelos de negócios sustentáveis. Os empreendedores sociais buscam criar impacto positivo na sociedade, muitas vezes trabalhando com comunidades desfavorecidas ou abordando questões como pobreza, acesso à saúde e educação.

#### **c) Empreendedorismo inovador**

O empreendedorismo inovador refere-se à criação de novos produtos, serviços ou processos que introduzem mudanças significativas no mercado. Os empreendedores inovadores estão constantemente procurando maneiras de melhorar ou reinventar a forma como as coisas são feitas, muitas vezes utilizando tecnologia e abordagens disruptivas.

#### **d) Empreendedorismo feminino e diversidade**

O empreendedorismo feminino e a promoção da diversidade no empreendedorismo visam aumentar a representação de mulheres, minorias étnicas e outros grupos sub-representações no mundo dos negócios. Isso envolve criar oportunidades equitativas de acesso ao capital, recursos e suporte para empreendedores de todos os gêneros e origens étnicas, promovendo assim a diversidade e a inclusão nos ecossistemas empreendedores.

### **2.1.4 Impacto do empreendedorismo na economia**

Diego Meneghetti, diretor comercial CEO BSR TECNOMETAL e diretor comercial USI NAS comenta:

O empreendedorismo tem sido cada vez mais reconhecido como um importante motor de crescimento econômico em todo o mundo, tanto em níveis locais quanto globais. Os empreendedores são frequentemente responsáveis por criar produtos, serviços e processos que melhoram a eficiência econômica e estimulam o crescimento.

Diego acrescenta:

O empreendedorismo local e global são duas dimensões fundamentais do empreendedorismo, que apresentam suas diferenças inatas. O empreendedorismo local se concentra em criar negócios e soluções que atendam às necessidades da comunidade local. Nesse sentido, os empreendedores locais são mais conscientes dos desafios e necessidades específicas da comunidade, podendo contribuir para o desenvolvimento econômico e social da região. Por outro lado, o empreendedorismo global tem um foco mais amplo, buscando oportunidades de negócios em diferentes partes do mundo, explorando novos mercados e expandindo a atuação da empresa para além das fronteiras nacionais.

Em seguida conclui:

Não há uma resposta única para determinar qual o melhor tipo de empreendedorismo, local ou global. E este nem é o foco deste artigo. O mais importante é que os empreendedores avaliem cuidadosamente as possibilidades e desafios de cada dimensão, para tomar a decisão mais adequada às suas metas e recursos disponíveis. Em resumo, se o empreendedorismo local é a raiz do sucesso, o global é caminho para a expansão e evolução dos negócios.

### **2.1.5 Suporte ao empreendedorismo**

Felizmente no Brasil estão surgindo alguns projetos de iniciativa pública para auxiliar e instruir as pessoas sobre o empreendedorismo, como os exemplos a seguir.

“Acreditamos que a partir da aplicação do projeto serão estimuladas competências que capacitem jovens a tomar decisões, traçar metas e planos, e assim se tornarem protagonistas de suas próprias vidas”, afirmou o vereador Vilson Brites, referente ao projeto de incentivo ao empreendedorismo na rede municipal de ensino de Uruguaiana.

Outro exemplo é o da câmara municipal de Jundiá que aprovou um projeto de incentivo ao empreendedorismo, o

coordenador do Núcleo de Jovens Empreendedores do CIESP - Centro das Indústrias do Estado de São Paulo, Vinícius Ribas, foi convidado a usar a tribuna para falar sobre a importância do projeto. "Todos nós precisamos empreender, seja no nosso próprio negócio ou na empresa onde trabalhamos, e o CIESP está de portas abertas para oferecer orientação a quem quer empreender. Com a aprovação deste projeto, a ideia é dar embasamento legal para que esse estímulo chegue à sociedade por meio das escolas e das demais instituições", explicou.

### **2.1.6 Características de um empreendedor**

Os empreendedores são indivíduos extraordinários que possuem uma combinação única de características que os distinguem no mundo dos negócios. A visão é uma qualidade fundamental que impulsiona os empreendedores a enxergarem além do óbvio e a identificarem oportunidades onde outros não veem. Como disse o renomado empreendedor Steve Jobs, "a única maneira de fazer um excelente trabalho é amar o que você faz". Essa paixão e dedicação são evidentes na determinação e na perseverança dos empreendedores, que enfrentam desafios com resiliência e não desistem facilmente.

A criatividade é outra característica essencial dos empreendedores, que buscam constantemente soluções inovadoras para problemas complexos. De acordo com Albert Einstein, "a criatividade é a inteligência se divertindo", e os empreendedores certamente fazem bom uso dessa habilidade, encontrando maneiras únicas de resolver problemas e se destacar no mercado.

Além disso, os empreendedores são líderes inspiradores, capazes de motivar suas equipes a alcançarem resultados extraordinários. Como disse o empresário e autor Simon Sinek, "liderar não é sobre ser o chefe. É sobre cuidar das pessoas que estão sob sua responsabilidade". Os empreendedores entendem a importância de cultivar um ambiente de trabalho positivo e de apoiar o crescimento e o desenvolvimento de seus colaboradores.

A proatividade também é uma qualidade-chave dos empreendedores, que não esperam que as coisas aconteçam, mas sim tomam a iniciativa para fazê-las acontecer. Como disse o filósofo chinês Lao Tzu, "a jornada de mil quilômetros

começa com um único passo". Os empreendedores estão sempre dispostos a dar esse primeiro passo e a agir de forma decisiva para alcançar seus objetivos.

## **2.2 Inovação**

### **2.2.1 Conceito de inovação**

Conceito de Inovação: A inovação pode ser compreendida sob diversos aspectos que indicam que o principal objetivo da inovação é buscar aprimoramentos e avanços para se manter competitivo em um mercado cada vez mais globalizado e exigente, levando as empresas a buscarem na inovação uma alternativa para se destacar na concorrência. De acordo com informações da Associação Nacional das Pequenas Empresas Inovadoras (ANPEI), aproximadamente 70% das empresas reconhecem que a inovação é fundamental para superar a concorrência e alcançar resultados satisfatórios nos negócios, conseguindo um crescimento anual de cerca de 20% em comparação com aquelas que não investem em inovação.

Estudos conduzidos pelo SEBRAE-SP indicam que empresas que priorizam a inovação registram um aumento significativo na produtividade, no faturamento e no engajamento dos funcionários, em comparação com aquelas que não adotam estratégias inovadoras de desenvolvimento. A inovação pode ser definida como a introdução de um novo produto (bem ou serviço) ou uma melhoria em algo já existente. Segundo De Bes e Kotler (2011), inovar significa modificar algo que já funciona, mas ao tomar a iniciativa de inovar, a empresa corre o risco de abrir mão do que já possui, perdendo os benefícios dos investimentos já realizados. No entanto, se a empresa não inovar, estará facilitando para a concorrência ganhar vantagem, levando-a a perder mercado. Portanto, é crucial identificar o momento adequado para inovar antes de tomar qualquer medida.

Para McKinsey (2007), a abordagem da inovação muitas vezes é informal, o que leva os líderes a terem dúvidas sobre suas decisões inovadoras. Segundo o autor, essa falta de confiança só será resolvida se as empresas encararem a inovação como uma área de gestão empresarial, o que permitirá um controle mais rigoroso e a redução ou eliminação de problemas relacionados à falta de controle e indecisões sobre a inovação.

A inovação não é uma ciência; portanto, não é estudada nem teorizada. É somente quando passamos à prática que realmente estamos no processo de inovação. A inovação é a exploração de novas ideias que encontram aceitação no mercado, geralmente incorporadas em novas tecnologias, processos, design ou melhores práticas.

A palavra “inovar” deriva do latim “in+novare”, que significa “fazer novo”, renovar ou alterar. Inovação, de forma objetiva, significa ter uma nova ideia que resulta em algo bem-sucedido em nosso cotidiano. O desafio está em transformar a inovação em uma ideia implementada com sucesso. “A inovação depende de ser criativo no momento certo” (Praveen Gupta).

As definições de inovação podem ser agrupadas em cinco grandes grupos, de acordo com sua aplicabilidade, segundo vários autores. Assim, a inovação pode ser definida quanto a:

- a) Modelo de Negócio: Refere-se à alteração do panorama empresarial.
- b) Invenção Aplicada: Ocorre quando uma invenção se torna útil para os outros.
- c) Criatividade: Reflete as relações individuais e pessoais.
- d) Resolução de Problemas: Concentra-se na resolução de questões e desafios.

A Cultura da Inovação é um elemento vital para o sucesso de uma empresa, como destacado no Manual de Oslo (1997). Envolve não apenas a implementação de práticas e modelos de inovação, mas também a criação de um ambiente que incentive e promova a criatividade em todos os níveis organizacionais.

O planejamento estratégico e operacional desempenha um papel fundamental nessa cultura, exigindo o comprometimento do empresário e uma liderança proativa para alinhar todos os colaboradores com a importância da inovação. Conforme descrito no Manual de Oslo (1997), “as estratégias precisam ser proativas e dependem sempre do comprometimento de uma liderança”.

Os investimentos financeiros também são cruciais, pois estimular a criatividade requer recursos substanciais e um compromisso de longo prazo, o que demanda um controle constante por parte dos líderes para evitar desvios de foco. De acordo com o



Manual de Oslo (1997), “os investimentos para inovação e/ou criatividade são altos e os resultados normalmente aparecem ao médio e longo prazo”.

Além disso, a gestão de pessoas e inteligência é essencial, garantindo que todos os colaboradores sejam envolvidos no processo de inovação e que equipes dedicadas à pesquisa e desenvolvimento sejam estabelecidas. Segundo o Manual de Oslo (1997), “a inovação e, conseqüentemente, a cultura da inovação deve se preocupar com todos os colaboradores da empresa, em todos os níveis”.

A gestão do espaço físico também desempenha um papel significativo, pois um ambiente de trabalho bem-organizado e estimulante pode aumentar a produtividade e a criatividade dos funcionários. Conforme descrito no Manual de Oslo (1997), “organizar bem o ambiente, usar cores claras e evitar barulhos são apenas alguns dos exemplos de ações que ajudam a melhorar o ambiente de trabalho estimulando a criação de um cenário inovador”.

Por fim, a gestão por projetos emerge como uma abordagem eficaz para impulsionar a inovação, garantindo que objetivos claros sejam definidos, recursos alocados e que haja um acompanhamento constante da execução. Segundo o Manual de Oslo (1997), “um projeto é uma ação a ser realizada em determinado tempo, com objetivos precisos, recursos humanos garantidos, materiais e financeiros claramente estabelecidos”. Assim, a cultura da inovação deixa de ser apenas um conceito abstrato e se torna um propósito tangível de contribuição para a evolução organizacional, aplicando-se não apenas aos processos internos, mas também às atitudes e comportamentos dos líderes e colaboradores.

Em termos gerais, a inovação empresarial é a exploração de novas ideias ou a aplicação original do conhecimento, criando vantagens competitivas para responder com sucesso comercial às demandas do mercado.

Inovação não se resume necessariamente a tecnologias futuristas ou invenções super elaboradas; podemos dizer que é mais uma exploração bem-sucedida de novas ideias. Além disso, a inovação pode ocorrer em diversos aspectos do negócio, como modelos de negócios, processos internos, estratégias de marketing, experiência do cliente e até mesmo na forma como a empresa se relaciona com seus stakeholders.

Ela não pode ser uma ideia inviável que possa gerar problemas posteriormente, como alto preço e insatisfação dos clientes. Portanto, é essencial que a inovação seja cuidadosamente planejada, testada e adaptada às necessidades do mercado e dos consumidores.

### **2.2.2 Qual é a importância?**

A inovação não apenas impulsiona o crescimento e a competitividade das empresas, mas também desempenha um papel fundamental na resolução de desafios sociais e ambientais. Por meio da inovação, as empresas podem desenvolver soluções criativas e sustentáveis para problemas complexos, como mudanças climáticas, escassez de recursos naturais e desigualdades sociais.

Além disso, a inovação é um catalisador para o desenvolvimento econômico, estimulando a criação de empregos, o aumento da produtividade e a geração de riqueza. Ao investir em pesquisa e desenvolvimento, as empresas contribuem para o avanço tecnológico e científico, beneficiando não apenas suas próprias operações, mas também a sociedade como um todo.

Outro aspecto importante é que a inovação promove a diferenciação e a identidade da marca. Empresas que são reconhecidas por sua capacidade de inovar tendem a atrair talentos qualificados, parceiros estratégicos e investidores interessados em fazer parte de projetos inovadores e disruptivos.

Além disso, a inovação pode fortalecer a resiliência das empresas diante de crises e turbulências econômicas. Empresas inovadoras estão mais bem preparadas para se adaptar a mudanças repentinas no mercado, identificar novas oportunidades de negócios e manter sua relevância em tempos de incerteza.

Portanto, é evidente que a inovação desempenha um papel crucial no desenvolvimento sustentável das empresas e na promoção do bem-estar social e econômico. Investir em inovação não é apenas uma estratégia de negócios inteligente, mas também uma responsabilidade ética e social das empresas na busca por um futuro mais próspero e equitativo.

### **3. DESCRIÇÃO DO NOSSO PROJETO: HORTIFRUTI ORGÂNICO INTEGRADO COM WORKSHOP**

#### **3.1 Sobre o projeto**

No cenário contemporâneo, o avanço tecnológico e as transformações socioeconômicas têm impulsionado uma ampla gama de mudanças em diversas esferas da sociedade. Nesse contexto dinâmico, a necessidade de compreender e analisar os impactos dessas mudanças torna-se essencial para o desenvolvimento sustentável e a evolução positiva da humanidade. Este trabalho propõe-se a explorar a importância da alimentação saudável e do cultivo orgânico, uma área de estudo fundamental para compreendermos os desafios e oportunidades apresentados pelo mundo contemporâneo. Por meio de uma abordagem multidisciplinar, este trabalho busca fornecer uma análise aprofundada sobre os benefícios dos produtos orgânicos, especialmente em relação à saúde e ao meio ambiente, além de discutir práticas sustentáveis relacionadas ao cultivo e distribuição desses produtos.

A crescente preocupação com a saúde e o meio ambiente tem levado as pessoas a procurarem alternativas mais saudáveis e sustentáveis em sua alimentação. Os alimentos orgânicos, produzidos sem o uso de pesticidas e fertilizantes sintéticos, têm ganhado destaque como uma opção mais saudável e ambientalmente responsável. Além disso, o cultivo orgânico promove práticas agrícolas sustentáveis, contribuindo para a preservação da biodiversidade e a redução da contaminação do solo e da água.

No entanto, apesar dos benefícios evidentes, muitas pessoas ainda têm dúvidas sobre a alimentação orgânica e o cultivo sustentável. Este trabalho busca preencher essa lacuna, fornecendo informações detalhadas sobre os benefícios nutricionais dos alimentos orgânicos, os métodos de cultivo sustentável e as práticas de distribuição e embalagem que minimizam o impacto ambiental.

O segmento de hortifrúti orgânico é uma parte crucial da indústria de alimentos orgânicos, oferecendo uma ampla variedade de frutas, legumes e verduras cultivados sem o uso de agrotóxicos e adubos químicos. Além de serem mais saudáveis para os consumidores, os produtos orgânicos também contribuem para a preservação da biodiversidade e a sustentabilidade dos ecossistemas agrícolas.

No entanto, a sustentabilidade não se limita apenas ao cultivo dos alimentos, mas também inclui todo o processo de distribuição e entrega. É essencial adotar práticas sustentáveis em todas as etapas da cadeia de suprimentos, desde a colheita até a chegada dos produtos aos consumidores finais. Isso inclui a utilização de embalagens biodegradáveis e recicláveis, o uso de veículos elétricos ou de baixa emissão para o transporte e a implementação de estratégias logísticas eficientes para reduzir o desperdício e as emissões de carbono.

### **3.2 Workshop**

Um workshop é uma excelente forma de envolver a comunidade na discussão sobre alimentação saudável e cultivo orgânico. A proposta inclui diferentes atividades que visam educar e inspirar os participantes a adotarem hábitos alimentares mais saudáveis e sustentáveis. A seguir, detalhamos as atividades planejadas para o workshop:

- a) Além de discutir os benefícios nutricionais dos alimentos orgânicos, a palestra abordará também os impactos positivos desses alimentos na saúde, como a redução do risco de doenças crônicas, melhoria do sistema imunológico e aumento da energia e vitalidade.
- b) Serão apresentadas evidências científicas que comprovam a superioridade nutricional dos alimentos orgânicos em relação aos convencionais, destacando o maior teor de vitaminas, minerais e antioxidantes.
- c) Os participantes terão a oportunidade de entender como a escolha por alimentos orgânicos pode contribuir para a redução da exposição a resíduos tóxicos presentes em pesticidas e herbicidas utilizados na agricultura convencional.
- d) Durante a demonstração de preparo de receitas, serão enfatizados os benefícios não apenas para a saúde, mas também para o paladar e a experiência gastronômica ao utilizar produtos orgânicos frescos e de qualidade.
- e) Os participantes poderão aprender novas técnicas de culinária e descobrir maneiras criativas de colocar essas práticas em sua alimentação.
- f) Além de conhecer os diferentes produtos orgânicos disponíveis na loja, os participantes terão a oportunidade de entender os benefícios ambientais do cultivo

orgânico, como a preservação da biodiversidade, a proteção do solo e a redução da contaminação da água.

g) A sessão de perguntas e respostas proporcionará um espaço para os participantes esclarecerem dúvidas e compartilharem experiências.

O workshop proposto oferece uma oportunidade única para a comunidade aprender mais sobre alimentação saudável e cultivo orgânico, além de promover a conscientização sobre a importância da sustentabilidade na produção e distribuição de alimentos. Ao educar e inspirar os participantes a adotarem hábitos alimentares mais saudáveis e sustentáveis, podemos contribuir para o bem-estar social e a preservação do meio ambiente, promovendo assim uma evolução positiva da sociedade contemporânea.

### **3.2.1 Inscrição**

As inscrições são feitas de duas formas: Online e presencial.

Na forma online o cliente acessa o aplicativo da loja e clica na opção de se inscrever para o workshop, logo em seguida preenche um pequeno formulário com dados como número de telefone e endereço de e-mail, quando finaliza essa etapa chega a hora de realizar o pagamento, que pode ser feito via boleto, pix, cartão, entre outros. Assim que o pagamento é aprovado o cliente recebe um número identificação, para um melhor controle de entradas, esse número deve ser apresentado no dia do workshop.

A inscrição presencial é similar a online, o cliente recebe um pequeno formulário para preencher, em seguida realiza o pagamento. Na forma presencial o pagamento pode ser feito também em dinheiro, tendo aprovação imediata e nesse caso o cliente já pode receber seu número de identificação.

O número de identificação é entregue aos clientes para que haja um controle das pessoas que participam do curso e pelo fato de que o workshop tem vagas limitadas.

### **3.2.2 Pós workshop**

Um questionário contendo algumas perguntas de feedback sobre as aulas será enviado para e-mail do cliente, visando melhorar nosso workshop e até mesmo nossos produtos futuramente.

Além disso, para mantermos o engajamento e continuarmos compartilhando conhecimento sobre alimentação saudável, prepararemos um e-book exclusivo com as receitas ensinadas durante o workshop, dicas adicionais de nutrição e sugestões de compras em nosso estabelecimento. Este material será enviado diretamente para os participantes por e-mail após o término do curso.

### **3.3 Entregas**

Nossa empresa oferece entregas sustentáveis, desde a embalagem que vamos utilizar para os produtos, até a forma de entrega. As entregas serão feitas por bicicletas e motos elétricas e sacolas biodegradáveis têm como objetivo poluir o menos possível, procurando sempre visar o meio ambiente.

Nesse aplicativo teríamos como objetivo ter todos os produtos do entoque (frutas e legumes) para que o cliente possa comprar sem sair de casa, sendo totalmente online, fazendo o pagamento através de cartão (débito ou crédito) ou via pix.

Nosso aplicativo também permite que qualquer pessoa se para virar um entregador oficial da nossa loja, sendo possível alugar ou comprar nossa bike elétrica ou moto elétrica, se tornando membro da empresa.

### **3.4 Benefícios**

Os benefícios de uma dieta baseada em alimentos orgânicos vão além da nutrição individual, estendendo-se à saúde do ecossistema como um todo. Ao escolhermos alimentos orgânicos, estamos apoiando práticas agrícolas que promovem a biodiversidade, protegem o solo e a água e reduzem a exposição a substâncias tóxicas. Além disso, ao optarmos por embalagens e métodos de entrega sustentáveis, estamos contribuindo para a redução do impacto ambiental causado pelo transporte e armazenamento de alimentos.

Por meio da educação e do engajamento da comunidade, podemos criar uma cultura alimentar mais consciente e responsável, que valorize não apenas a saúde individual, mas também o bem-estar coletivo e a preservação dos recursos naturais. Espera-se que este workshop inspire os participantes a fazerem escolhas alimentares mais conscientes e a se tornarem agentes de mudança em suas próprias comunidades,

contribuindo assim para a construção de um futuro mais saudável, sustentável e equitativo para todos.

### **3.5 Público**

Estamos em busca de um público, unido pelo interesse compartilhado em alimentação saudável, sustentabilidade e culinária inovadora. Entre esses segmentos estão indivíduos preocupados com a saúde e interessados em manter uma dieta equilibrada e nutritiva, percebendo nos alimentos orgânicos uma maneira de cuidar tanto de si mesmos quanto do meio ambiente. Os amantes da culinária também são atraídos, procurando ampliar seu conhecimento com novas receitas e técnicas de preparo que enfatizam os sabores naturais dos ingredientes orgânicos. Consumidores conscientes, que valorizam a proveniência dos alimentos e seu impacto ambiental, encontram no hortifruti uma alternativa alinhada com seus princípios éticos e ambientais. Para as famílias, especialmente pais e mães preocupados com a saúde de seus filhos, os workshops proporcionam conhecimentos sobre como oferecer opções alimentares nutritivas e saborosas para toda a família. Profissionais da saúde e nutrição percebem nesses eventos uma oportunidade para aprimorar seus conhecimentos e compartilhar práticas saudáveis com seus clientes. Por fim, os adeptos do estilo de vida natural identificam no hortifruti um ambiente propício para integrar seus valores em suas escolhas alimentares e rotinas diárias. Dessa forma, os workshops oferecidos pelo hortifruti atraem um público diversificado, unido pelo desejo mútuo de uma alimentação mais saudável, sustentável e saborosa.

## 4. MARKETING

### 4.1 Produto

Como dito no tópico anterior, nosso projeto aborda a significativa influência do avanço tecnológico e das transformações socioeconômicas no cenário contemporâneo, e sua relação com a necessidade de compreender e analisar os impactos dessas mudanças para o desenvolvimento sustentável. Exploraremos a importância da alimentação saudável e do cultivo orgânico como elementos fundamentais para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades apresentadas pelo mundo atual. Por meio de uma abordagem multidisciplinar, destacaremos os benefícios dos produtos orgânicos, especialmente em relação à saúde e ao meio ambiente, além de discutir práticas sustentáveis relacionadas ao cultivo e distribuição desses alimentos. A crescente preocupação com a saúde e o meio ambiente tem impulsionado a busca por alternativas mais saudáveis e sustentáveis na alimentação, e os alimentos orgânicos têm ganhado destaque como uma opção mais saudável e ambientalmente responsável. No entanto, muitas pessoas ainda têm dúvidas sobre a alimentação orgânica e o cultivo sustentável. Este projeto busca preencher essa lacuna, fornecendo informações detalhadas sobre os benefícios nutricionais dos alimentos orgânicos, os métodos de cultivo sustentável e as práticas de distribuição e embalagem que minimizam o impacto ambiental. Além disso, abordaremos a importância da conscientização e educação da comunidade por meio de workshops, visando promover hábitos alimentares mais saudáveis e sustentáveis. Ao final, discutiremos os benefícios de uma dieta baseada em alimentos orgânicos não apenas para a saúde individual, mas também para a saúde do ecossistema como um todo, e como escolhas alimentares conscientes podem contribuir para um futuro mais saudável, sustentável e equitativo para todos.

Além disso, teremos nosso restaurante, que será terceirizado, com um foco especial em oferecer pratos saudáveis e saborosos. Utilizando os produtos frescos do próprio hortifruti, garantimos a qualidade e a origem dos ingredientes. Nossa missão é proporcionar uma experiência culinária única, valorizando o frescor e a saúde em cada refeição. Aqui, a natureza está sempre presente no prato, oferecendo o melhor que nossos produtos têm a oferecer.



## **4.2 Preço**

O primeiro formato consiste na duração de 2 horas, com um custo de R\$ 100. Este plano proporcionará uma introdução ao universo da culinária saudável, abordando técnicas e receitas fundamentais para uma alimentação balanceada.

O segundo formato, com duração de 4 horas e custo de R\$ 300, além do aprendizado, oferece aos participantes um desconto especial em compras de produtos da loja. Este formato visa proporcionar uma experiência mais completa, incentivando os participantes a incorporarem ingredientes frescos e saudáveis em suas refeições diárias.

Por fim, o último formato, que seguiria com duração de 6 horas e com custo de R\$ 500, oferece não apenas o desconto em compras, mas também uma apostila completa com as receitas ensinadas e acesso a aulas online. Esta modalidade visa proporcionar um aprofundamento no conhecimento culinário, permitindo que os participantes revisem e aprimorem suas habilidades mesmo após o término do workshop.

O restaurante é um espaço que será alugado por uma empresa do ramo alimentício, onde eles utilizarão nossos produtos orgânicos. O preço do aluguel seria R\$ 5000,00 por mês.

## **4.3 Praça**

Nosso projeto está estrategicamente localizado na Avenida Portugal, 1145 - Santo André, São Paulo, em uma área movimentada, com o objetivo de atrair tanto os clientes que procuram produtos frescos nos fins de semana quanto aqueles que passam diariamente a caminho do trabalho ou de casa.

A disposição dos produtos é meticulosamente planejada, com corredores amplos e bem iluminados, adornados por caixas de acrílico transparentes contendo itens frescos e limpos. Além disso, áreas especiais são dedicadas à exposição dos produtos orgânicos, com sinalização clara e informativa sobre suas características e benefícios. Refrigeradores são disponibilizados para manter o ambiente sempre fresco e convidativo.

Nossa loja é equipada com uma seção de produtos secos e embalados, uma área de hortifruti com frutas e vegetais frescos, e uma seção de cogumelos. Para facilitar a experiência de compra, oferecemos carrinhos e cestas de compras, e nosso espaço é acessível para pessoas com mobilidade reduzida.

Adicionalmente, os produtos estão acessíveis aos clientes por meio de nossa loja virtual, o site [www.verdevida.com.br](http://www.verdevida.com.br), em parceria com empresas de entrega sustentáveis, complementando assim a experiência da loja física. Nessa plataforma, os clientes podem navegar por nosso catálogo completo, fazer pedidos online e optar por entregas rápidas e ecológicas diretamente em suas casas.

Dentro do estabelecimento, oferecemos um restaurante, uma extensão do nosso projeto, que serve pratos exclusivamente preparados com os produtos frescos vendidos na loja, seguindo nossas visões éticas e proporcionando uma vasta experiência culinária para nossos clientes, mostrando o melhor que há em pratos saudáveis. Isso é possível graças à parceria com um restaurante local renomado. Os clientes podem desfrutar dessas refeições em diferentes horários do dia, já que o restaurante foca na preparação de café da manhã, almoço e jantar. O ambiente do restaurante é acolhedor, com uma decoração que reflete nossa filosofia de sustentabilidade e bem-estar.

Além da oferta de produtos frescos, proporcionamos um workshop semanal sobre culinária saudável e nutrição, onde os assinantes podem aprender culinária e preparar pratos de forma prática. Esses eventos são realizados dentro do próprio hortifruti, oferecendo uma experiência educativa e interativa para os clientes, que podem aprender a utilizar nossos produtos em receitas variadas e se inspirar no ambiente onde os alimentos são vendidos, promovendo uma melhor utilização dos alimentos e diminuindo o desperdício. Temos uma cozinha equipada para esses workshops, com utensílios modernos e um espaço confortável para os participantes.

Para divulgar suas atividades e atrair mais clientes, nosso projeto utiliza uma estratégia abrangente de marketing digital. Isso inclui publicidade em mídias digitais, como vídeos e fotos que mostram os produtos frescos e saudáveis oferecidos, além de informações sobre os workshops e eventos. Além disso, nosso projeto mantém uma presença ativa nas redes sociais, compartilhando dicas de saúde, receitas saudáveis e informações sobre os benefícios dos produtos orgânicos, engajando

assim a comunidade local e fortalecendo sua marca. Realizamos também campanhas promocionais e ações de fidelização, como descontos exclusivos para assinantes dos workshops.

#### **4.4 Promoção**

Nosso projeto de Hortifruti Orgânico Integrado com Workshop visa não apenas oferecer produtos de alta qualidade, mas também educar e inspirar a comunidade a adotar hábitos alimentares mais saudáveis e sustentáveis. Através de uma abordagem multifacetada de promoção, buscamos espalhar informações sobre os benefícios dos alimentos orgânicos e a importância do cultivo sustentável para a saúde individual e o meio ambiente.

Na era digital, a publicidade online desempenha um papel fundamental. Utilizamos plataformas como redes sociais, blogs e e-mail marketing para alcançar um público amplo e engajado. Por meio de conteúdo informativo, vídeos educativos e anúncios segmentados, destacamos as vantagens dos alimentos orgânicos em termos de nutrição, sabor e impacto ambiental positivo. Além disso, estabelecemos parceria com profissionais da área de nutrição e gastronomia para amplificar nosso conhecimento e espalhar a mensagem, aumentando a conscientização.

A presença em eventos locais é outra estratégia importante. Participamos de feiras, exposições e palestras em escolas e comunidades para apresentar nossos produtos orgânicos, oferecer degustações e compartilhar conhecimento sobre alimentação saudável e práticas agrícolas sustentáveis. Essa interação direta com o público nos permite criar conexões significativas e construir confiança em nossa marca e propósito.

Além disso, estabelecemos parcerias estratégicas com nutricionistas, chefs renomados e organizações ambientais. Essas colaborações não apenas endossam a qualidade e integridade de nossos produtos, mas também fortalecem nossa mensagem de compromisso com a saúde e o meio ambiente. Realizamos eventos conjuntos, como workshops e palestras, que agregam valor aos participantes ao oferecer informações práticas e experiências enriquecedoras.

Incentivamos a participação ativa dos clientes através de programas de indicação e pontos de fidelidade. Oferecemos descontos especiais, brindes exclusivos e

benefícios adicionais aos clientes engajados, incentivando-os a compartilhar nossa missão com suas redes sociais e círculos pessoais. Dessa forma, transformamos nossos clientes em embaixadores da alimentação saudável e do cultivo sustentável.

Em suma, nossa estratégia de promoção abrangente e integrada reflete nosso compromisso em criar uma cultura alimentar consciente e responsável. Acreditamos que ao educar e engajar a comunidade, podemos contribuir significativamente para um futuro mais saudável, sustentável e equitativo para todos. Estamos comprometidos em continuar aprimorando nossas iniciativas e colaborações para alcançar cada vez mais pessoas e fazer a diferença positiva que o mundo contemporâneo demanda.

Além do nosso hortifruti orgânico e workshop, nós temos também um restaurante, que promovemos amplamente através de diversas estratégias de marketing. Utilizamos as redes sociais, como Instagram, para postagens relacionadas a pratos, cardápio e eventos que ocorrem dentro do nosso estabelecimento. No TikTok, postamos vídeos curtos mostrando alguns pratos muito bem-preparados pelo nosso chef. Investimos em campanhas promocionais nas redes sociais para aumentar a visibilidade e atrair novos clientes. Além disso, realizamos eventos temáticos e parcerias com influenciadores para expandir nosso alcance. Por último, temos nosso site [www.verdevida.com.br](http://www.verdevida.com.br), onde você pode fazer reservas e adquirir alguns dos nossos serviços.

#### **4.5 Público-Alvo**

Nosso hortifruti de produtos orgânicos, que oferece workshops e eventos educativos, tem como público-alvo adultos que priorizam um estilo de vida saudável. Esses clientes estão comprometidos em cuidar da saúde e bem-estar de suas famílias, optando por alimentos orgânicos que oferecem benefícios nutricionais superiores e evitam exposição a pesticidas e produtos químicos nocivos.

Eles demonstram interesse em aprender mais sobre os benefícios dos alimentos orgânicos e buscam informações transparentes sobre a origem e produção dos alimentos que consomem. Além disso, estão abertos a participar de workshops e eventos educativos, buscando constantemente ampliar seus conhecimentos sobre alimentação saudável e práticas sustentáveis.

Nosso workshop é destinado a pessoas de todos os níveis de habilidade na cozinha, desde iniciantes até os mais experientes. Nosso objetivo é ensinar receitas saudáveis, destacando os benefícios dos produtos orgânicos, principalmente frutas e vegetais, e mostrando como aproveitá-los ao máximo para evitar desperdícios. Promovemos práticas sustentáveis na cozinha, alinhadas com nossa missão de incentivar um estilo de vida saudável e consciente.

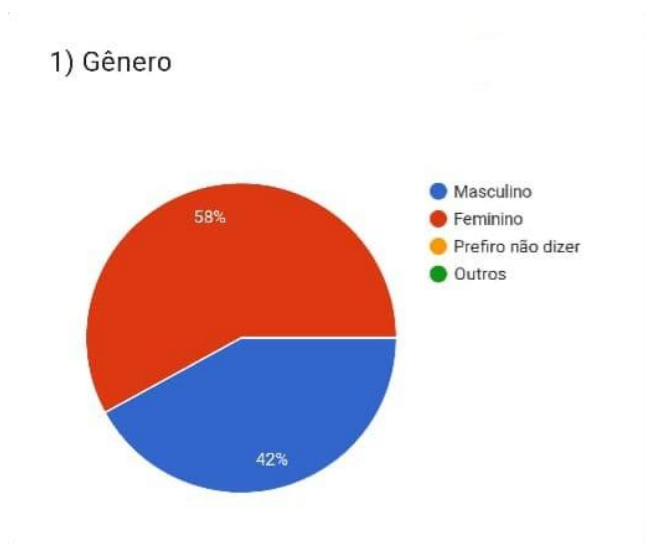
De acordo com dados da Inteligência em Pesquisa e Consultoria (Ipec), em todas as regiões brasileiras – e independentemente da faixa etária -, 46% dos brasileiros já deixam de comer carne, por vontade própria.

Portanto, nosso público é composto por pessoas que buscam produtos mais saudáveis, independente da faixa-etária, além de serem pessoas de ambos os sexos.

## 4.6 Pesquisa de campo

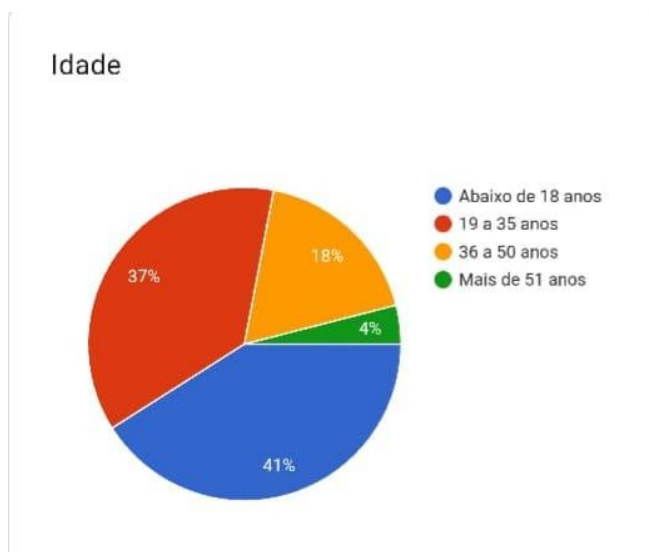
### 4.6.1 Questão 1

Figura 1- gênero



Fonte: Próprio autor

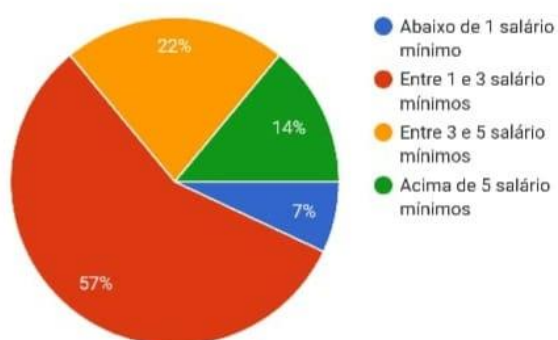
Figura 2 – idade



Fonte: Próprio autor

Figura 3 – Renda familiar

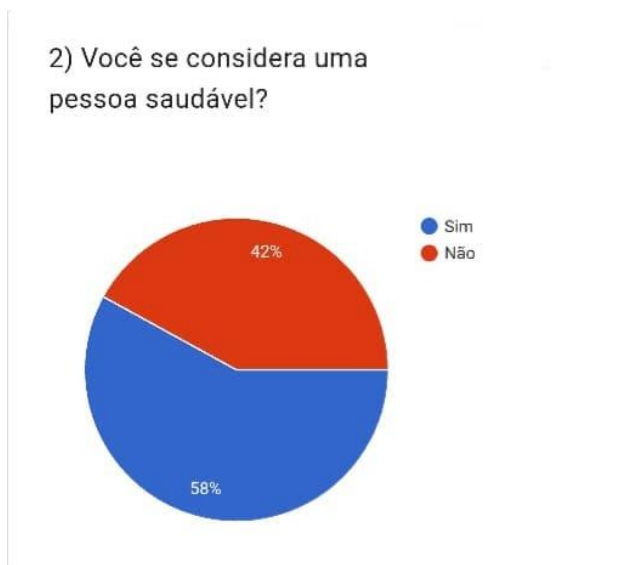
Renda familiar



Fonte: Próprio autor

#### 4.6.2 Questão

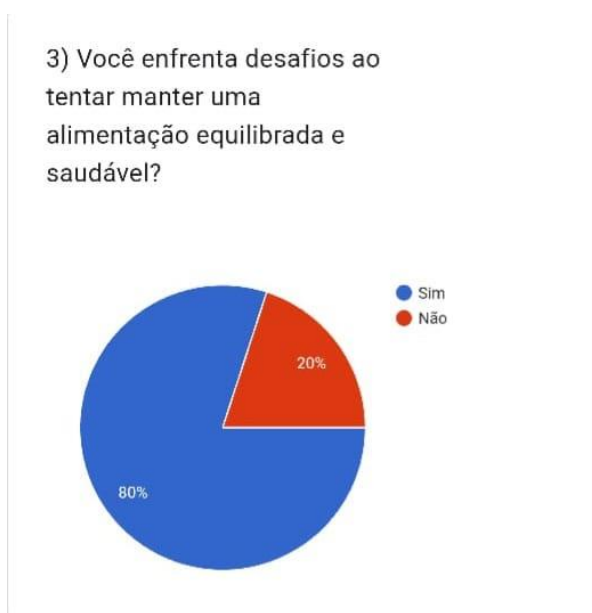
Figura 4 - Você se considera uma pessoa saudável?



Fonte: Próprio autor

#### 4.6.3 Questão 3

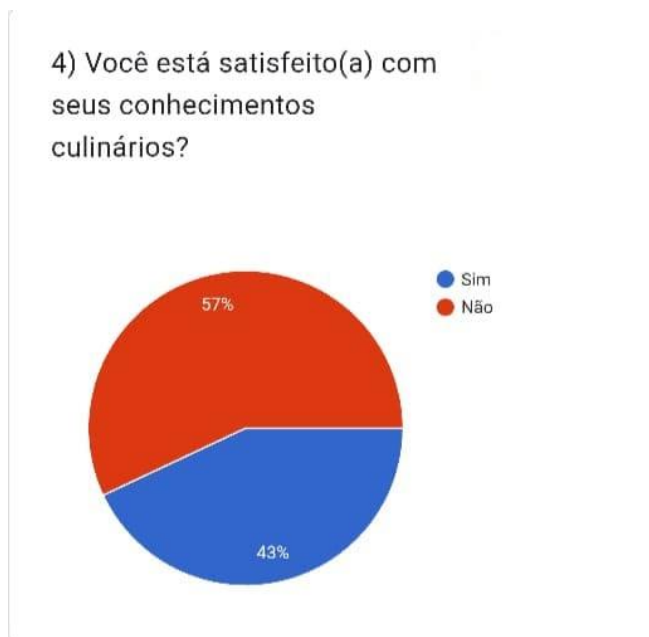
Figura 5 – Você enfrenta desafios ao tentar manter uma alimentação equilibrada e saudável?



Fonte: próprio autor

#### 4.6.4 Questão 4

Figura 6 – Você está satisfeito(a) com seus conhecimentos culinários?

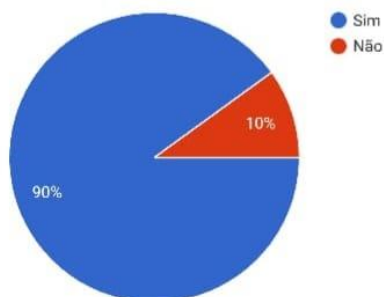


Fonte: Próprio autor 4.6.5 Questão 5

Figura 7 – Você gostaria de ampliar seus conhecimentos culinários, fazendo receitas saudáveis que irão surpreender tanto você como as pessoas ao seu redor?



5) Você gostaria de ampliar seus conhecimentos culinários, fazendo receitas saudáveis que irão surpreender tanto você como as pessoas ao seu redor?

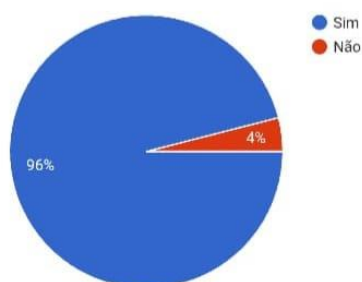


Fonte: próprio autor

#### 4.6.6 Questão 6

Figura 8 – Você acredita que a participação em workshops educativos em um Hortifruti orgânico e sustentável pode influenciar positivamente seus hábitos alimentares e escolhas sustentáveis?

6) Você acredita que a participação em workshops educativos em um Hortifruti Orgânico e sustentável pode influenciar positivamente seus hábitos alimentares e escolhas sustentáveis?

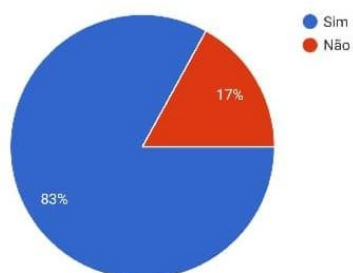


Fonte: Próprio autor

#### 4.6.7 Questão 7

Figura 9 – Você está interessado em consumir produtos orgânicos e participar dos workshops oferecidos?

7) Você está interessado em consumir produtos orgânicos e participar dos workshops oferecidos



Fonte: Próprio autor

#### 4.7 Material de marketing

##### 4.7.1 Logo da marca

Figura 10 - Logomarca



Fonte: Próprio autor

### 4.7.2 Cartão

Imagem 11 – Cartão



Fonte: Próprio autor

### 4.7.3 Folder/Cardápio

Figura 12 – Folder



Fonte: Próprio autor

Figura 13- Folder



Fonte: Próprio autor

#### 4.7.4 Mídias sociais

Figura 14 – Mídia social



Fonte: Próprio autor

Figura 15 – Mídias sociais



Fonte: Próprio autor

Figura 16: Mídias sociais



Fonte: Próprio autor

## 5. RECURSOS HUMANOS

### 5.1 Cargos e salários

**Caixa/atendente (6 funcionários):** Essa área é responsável por atender os clientes, tirar dúvidas, realizar vendas, e tratar do pagamento, cuidando do caixa.

Salário individual: R\$2.628,00/mês.

**Repositor (4 funcionários):** Sua função é organizar, repor, conservar e precificar os produtos. Deve também controlar os níveis do estoque, solicitando a compra de materiais necessários.

Salário Individual: R\$ 2.325,00/mês.

**Sócio 1/Administrador:** trabalha no workshop como professor.

Salário: Pró-Labore – R\$12.000,00

**Sócio 2/Professor workshops:** trabalha como administrador da empresa, sendo responsável pelas contas, pelos contatos, pela logística, pela gestão da empresa como um todo.

Salário: Pró-Labore – R\$12.000,00

**Auxiliar administrativo (1 funcionário):** dá suporte nas atividades internas diárias do setor administrativo da empresa.

Salário: R\$ 2.735,53/mês.

**Faxineiro (2 funcionários):** atividades relacionadas a limpeza dos mais diversos tipos como varrição, higienização de banheiros, cozinhas, limpeza de ambientes internos e externos, mobiliários, vidros, janelas e portas, cozinhas e utensílios de cozinhas, limpeza de calçadas e organização no geral.

Salário individual: R\$ 1.875,00/mês.

**Estoquista (3 funcionários):** é responsável por receber, inspecionar e receber mercadorias, organizando e armazenando os produtos de maneira eficiente. Mantém o controle do estoque registrando entradas e saídas.

Salário individual: R\$2.538,00/mês

**Líder da área de vendas (2 funcionários):** define objetivos e metas de vendas, cria estratégias para atingir esses objetivos e monitora o desempenho da equipe. Responsável também por treinar e desenvolver membros da equipe.

Salário individual: R\$3.801,00/mês

## 6. PLANEJAMENTO FINANCEIRO

### 6.1 Alimentos

#### 6.1.1 Frutas

FRUTAS	Preço	Quantidade	Previsão de venda	Soma dos valores
Maçãs Fuji	\$20.00	Kg	200 Kg	\$4,000.00
Maçãs Gala	\$19.99	Kg	150 Kg	\$3,000.00
Maçãs Granny Smith	\$25.00	Kg	180 Kg	\$4,500.00
Banana Prata	\$16.99	Kg	220 Kg	\$3,740.00
Banana Nanica	\$9.99	Kg	300 Kg	\$3,000.00
Banana Maçã	\$19.99	Kg	250 Kg	\$5,000.00
Laranja Lima	\$8.99	Kg	500 Kg	\$4,500.00
Laranja Bahia	\$17.99	Kg	350 Kg	\$6,300.00
Laranja Pera	\$9.99	Kg	400 Kg	\$4,000.00
Morangos Prontos para Consumo	\$29.99	500g	120 pacotes	\$3,600
Morangos	\$19.99	250g	200 pacotes	\$4,000
Morangos Prontos para Consumo	\$19.99	3000g	150 pacotes	\$3,000
Uva Vitória	\$16.99	500g	180 pacotes	\$3,060.00
Uvas Verdes Sem Semente	\$16.99	500g	200 pacotes	\$3,400.00
Uva Niagara	\$19.99	kg	220 Kg	\$4,400.00
Abacaxis Pérola	\$14.99	unidade	150 unidades	\$2,250.00



Abacaxis Pérola	\$24.99	cortado	100 unidades	\$2,500.00
Melancias Baby Amarela	\$7.99	kg	300 Kg	\$2,400.00
Melancia	\$5.99	kg	400 Kg	\$2,400.00
Melancia Baby	\$8.99	kg	350 Kg	\$3,150.00
Kiwis Green Importado	\$39.99	kg	100 Kg	\$4,000.00
Kiwis Desidratado	\$25.98	kg	120 Kg	\$3,120.00
Manga Palmer	\$14.99	kg	250 Kg	\$3,750.00
Manga Palmer Orgânica	\$17.99	600g	200 pacotes	\$3,600
Abacates	\$11.99	kg	300 Kg	\$3,600.00
Abacates Orgânicos	\$16.99	600g	150 pacotes	\$2,550
Abacate Avocado	\$16.99	kg	250 Kg	\$4,250.00
Limões Tahiti	\$8.99	kg	500 Kg	\$4,500.00
Limões Orgânicos	\$12.99	500g	200 pacotes	\$2,600.00
Limão Siciliano	\$15.99	kg	300 Kg	\$4,800.00
Framboesas Nacionais	\$29.99	80g	150 Kg	\$4,500
Mirtilos Importados	\$14.99	125g	180 pacotes	\$2,700.00
Amoras Nacionais	\$12.99	100g	150 pacotes	\$1,950.00
Cerejas Importadas	\$16.99	100g	180 pacotes	\$3,060.00
Cereja Desidratada Sem Caroço	\$24.99	250g	200 pacotes	\$5,000.00
Pêras Ercolini	\$19.99	1kg	120 pacotes	\$2,400.00
Pêras Willians	\$16.99	kg	100 Kg	\$1,700.00
Pêra Rocha Portuguesa	\$29.99	kg	220 Kg	\$6,600.00

Goiabas Vermelhas	\$14.99	kg	250 Kg	\$3,750.00
Figo Roxo	\$7.99	300g	150 Kg	\$1,200
Caqui Rama	\$16.99	kg	180 Kg	\$3,060
Mamão Papaia	\$17.99	kg	200 Kg	\$3,600.00
Mamão Formosa	\$15.99	kg	250 Kg	\$4,000.00
Maracujá Azedo	\$19.99	kg	180 Kg	\$3,600
Tangerina Importada	\$24.99	kg	150 Kg	\$3,750
Melão Amarelo Rei	\$19.99	kg	220 Kg	\$4,400.00
Melão Amarelo	\$14.99	kg	220 Kg	\$3,300.00
Melão Espanhol	\$14.99	kg	100 Kg	\$1,500.00
Romã Importada	\$39.99	kg	210 Kg	\$8,400.00
Pitaya	\$22.00	kg	150 Kg	\$3,300.00
Pitaya Amarela Colombiana	\$12.00	Unidade	180 unidades	\$2,160.00
Pitaya Rosa	\$13.50	Unidade	160 unidades	\$2,240.00
<b>TOTAL: \$185,140.00</b>				

### 6.1.2 Verduras

VERDURAS - VERDURAS	Preço	Quantidade	Previsão de venda	Soma dos valores
Alface Americano	\$7.99	200g	400 pacotes	\$25,568.00
Alface Crespa	\$7.99	Unidade	350 unidades	\$2,796.50
Alface Lisa Verde Baby	\$13.99	150g	300 pacotes	\$4,197.00

Espinafre	\$12.99	200g	380 pacotes	\$4,934.20
Espinafre Hidropônico Higienizado	\$13.99	140g	320 pacotes	\$4,476.80
Espinafre Hidropônico Higienizado	\$7.99	Unidade	290 unidades	\$2,318.10
Rúcula Maço	\$7.99	Unidade	350 unidades	\$2,800.00
Rúcula	\$11.99	200g	380 pacotes	\$4,560.00
Rúcula Higienizada Pronto	\$12.99	160g	360 pacotes	\$4,680.00
Brócolis Ninja	\$12.99	250g	340 pacotes	\$4,420.00
Brócolis Ninja Floretes	\$41.00	Kg	220 Kg	\$9,020.00
Tomate Holandês Ramã	\$17.00	Kg	300 Kg	\$5,100.00
Tomate Italiano	\$13.99	Kg	350 Kg	\$4,900.00
Tomate Caqui	\$19.99	Kg	280 Kg	\$5,600.00
Cenoura Extra	\$14.99	Kg	310 Kg	\$4,650.00
Cenoura Baby Nacional	\$14.99	250g	320 pacotes	\$4,800.00
Abobrinha Italiana	\$7.99	Kg	400 Kg	\$3,200.00
Abobrinha Brasileira	\$8.99	Kg	390 Kg	\$3,510.00
Pimentão Vermelho	\$29.99	Kg	220 Kg	\$6,600.00
Pimentão Verde	\$12.99	Kg	350 Kg	\$4,550.00
Pimentão Amarelo	\$29.99	Kg	220 Kg	\$6,600.00
Berinjela	\$7.99	Kg	400 Kg	\$3,200.00
Berinjela	\$14.99	600g	290 pacotes	\$4,350.00
Beterraba	\$14.99	Kg	300 Kg	\$4,500.00

Pepino Japonês	\$9.99	Kg	380 Kg	\$3,800.00
Pepino	\$19.99	400g	310 pacotes	\$6,200.00
Pepino Mini Snack	\$9.99	200g	380 pacotes	\$3,800.00
Repolho Verde	\$8.99	Kg	370 Kg	\$3,330.00
Repolho Roxo	\$12.99	Kg	340 Kg	\$4,420.00
Repolho Verde Picado	\$11.99	300g	320 pacotes	\$3,840.00
Acelga	\$7.99	Kg	400 Kg	\$3,200.00
Couve-flor	\$11.99	250g	320 pacotes	\$3,840.00
Couve-flor Floresta	\$49.90	Kg	180 Kg	\$9,000.00
Batata Inglesa	\$13.99	Kg	350 Kg	\$4,900.00
Batata Pirulito	\$14.99	Kg	340 Kg	\$5,100.00
Batata Asterix	\$18.99	Kg	300 Kg	\$5,700.00
Batata-doce Rosada	\$4.99	Kg	420 Kg	\$2,100.00
Batata-doce Assada	\$29.99	Unidade	280 unidades	\$8,400.00
Batata Doce Branca	\$9.99	Kg	380 Kg	\$3,800.00
Aspargos Verde	\$29.99	450g	250 pacotes	\$7,500.00
Vagem	\$29.99	Kg	230 Kg	\$6,900.00
Vagem Bem Querido	\$9.99	300g	350 pacotes	\$3,500.00
Ervilha Finas Daucy	\$9.00	300g	370 pacotes	\$3,330.00
Ervilha Torta	\$22.90	300g	320 pacotes	\$7,360.00
Milho Verde	\$6.99	700g	380 pacotes	\$2,660.00
Milho Pré-Cozido	\$16.99	450g	340 pacotes	\$5,780.00

Cebola	\$13.99	Kg	350 Kg	\$4,900.00
Cebola Roxa Importada	\$19.99	Kg	300 Kg	\$6,000.00
Cebola Branca Importada	\$17.99	Kg	320 Kg	\$5,760.00
Alho Roxo	\$49.90	Kg	180 Kg	\$9,000.00
Abóbora Moranga	\$7.99	Kg	400 Kg	\$3,200.00
Abóbora Cabotiã	\$14.99	500g	290 pacotes	\$4,350.00
Chuchu	\$4.99	Kg	420 Kg	\$2,100.00
Quiabo	\$12.99	Kg	370 Kg	\$4,810.00
<b>TOTAL: 288,600.060</b>				

### 6.1.3 Cogumelos

<b>Cogumelos</b>	<b>Preço</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Previsão de venda</b>	<b>Soma dos valores</b>
Cogumelo Shimeji Preto Hochibra	\$12.99	200g	320 Pacotes	\$4,160
Cogumelo Champignon Paris Hochibra	\$16.99	200g	310 Pacotes	\$5,270
Cogumelo Shitake Fatiado Cogumelo	\$17.99	200g	300 Pacotes	\$5,400
<b>TOTAL: \$14,830</b>				

## 6.2 Workshop

Valor	DURAÇÃO	BENEFÍCIOS ADICIONAIS	PREVISÃO DE ASSINATURAS	VALOR
R\$100,00	2 horas	Não possui	100	\$10,000.00
R\$300,00	6 horas	Desconto em compras de produtos da loja	40	\$12,000.00
R\$500,00	8 horas	Desconto+apostila+aulas online	30	\$15,000.00
			<b>TOTAL:</b> <b>R\$37.000,00</b>	

## 6.3 Móveis

### 6.3.1 Móveis sala de aula

MÓVEIS DA SALA DE AULA	PREÇO	MULTIPLICADO	QUANTIDADES
Geladeira frost free	R\$ 5,454.63	R\$ 21,818.52	4
Fogão cooktop travessa de vidro	R\$ 284.28	R\$ 1,989.96	7
Forno elétrico	R\$ 913.00	R\$ 6,391.00	7
Panelas	R\$ 269.00	R\$ 1,883.00	7
Pratos	R\$ 67.00	R\$ 469.00	7
Talheres	R\$ 64.00	R\$ 448.00	7
Copos de vidro	R\$ 16.00	R\$ 112.00	7
Micro-ondas	R\$ 380.50	R\$ 1,522.00	4

Jogo de formas	R\$ 80.00	R\$ 560.00	7
Travessa	R\$ 26.00	R\$ 182.00	7
Kit completo de cozinha	R\$ 899.00	R\$ 3,596.00	4
Cuba	R\$ 174.00	R\$ 1,218.00	7
Torneira	R\$ 142.00	R\$ 994.00	7
Pedra de mármore	R\$ 2,700.00	R\$ 18,900.00	7
Conjuntos de banquetas	R\$ 409.00	R\$ 1,636.00	4
Projektor multimídia	R\$ 881.00	R\$ 881.00	1
Travessa de Vidro	R\$ 28.00	\$196.00	7
	<b>Total</b>	<b>62.796,48</b>	

### 6.3.2 Móveis do estoque

MOVEIS DO ESTOQUE	PREÇO	MULTIPLICADO	QUANTIDADE
Prateleiras ajustáveis	R\$ 234.00	R\$ 2,340.00	10
Bancadas de trabalho resistentes	R\$ 529.00	R\$ 1,587.00	3
Caixas de armazenamento transparente	R\$ 24.00	R\$ 480.00	20
Carrinhos de transporte	R\$ 164.00	R\$ 820.00	5
Área de refrigeração	R\$ 18,000.00	R\$ 18,000.00	1
	<b>Total</b>	<b>R\$ 23,227.00</b>	

### 6.3.3 Móveis do hortifruti

Moveis do hortifruti	Preços	Vezes a quantidade	unidades
Gôndolas	R\$ 2,200.00	R\$ 6,600.00	3
Geladeiras de exposição	R\$ 20,000.00	R\$ 40,000.00	2
Geladeiras de exposição menores	R\$ 16,019.10	R\$ 16,019.10	1
Terminal de caixa	R\$ 1,614.05	R\$ 4,842.15	4
Carrinho	R\$ 89.90	R\$ 3,596.00	40
Reforma do local	R\$ 9,000.00	R\$ 9,000.00	
Pisos	R\$ 38.00	R\$ 1,140.00	30
Luminárias	R\$ 90.00	R\$ 540.00	6
Tinta	R\$ 625.00	R\$ 5,000.00	8
	<b>Total</b>	<b>R\$ 86,737.25</b>	

### 6.4 Salários

CARGOS	QUANTIDADE FUNCIONÁRIOS	SALÁRIO INDIVIDUAL
Sócio 1/ Administrador	1	Pró labore- R\$12.000,00
Sócio 2/ Professor workshop	1	Pró labore- R\$12.000,00
Auxiliar administrativo	1	R\$2.735,53
Líder da área de vendas	2	R\$3.801,00
Limpeza	2	R\$1.875,00
Estoquista	3	R\$2.538,00
Repositor	4	R\$2.325,00



Caixa	6	R\$2.628,00
		Total: R\$70.769,53

### 6.5 Gastos mensais

DESPESAS MENSAIS	PREÇOS
Luz	R\$15.000,00
Água	R\$6.000,00
Internet	R\$400,00
Gás	R\$1.000,00
IPTU	R\$3.500,00
Aluguel	R\$35.000,00
Sistema do Caixa	R\$600,00
Sacola de mercado	R\$3.000
Folha de pagamento	R\$70.769,53
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 135.269,53</b>

## 6.6 Lucro

Investimento	Faturamento	Despesas	Lucro
172.810,73	\$488.570,06 do Hortifruti	R\$22.400,00 em contas	R\$525.570,06 de faturamento
	R\$37.000,00 do Workshop	R\$3.500,00 em IPTU	Imposto de R\$78.835,51
		R\$35.000,00 em aluguel	CMV de 30% somente do Hortifruti: R\$146.571,02
		R\$3.600,00 em gastos para o hortifruti	R\$ 135.269,53 de custos mensais
		R\$70.769,53 na folha de pagamento	
	Totalizando R\$525.570,06	R\$135.269,53 mensalmente	O lucro é de R\$157.671,02

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos concluir que o Hortifruti Orgânico Verde Vida se destaca como uma referência em Santo André no fornecimento de alimentos saudáveis e orgânicos. O estabelecimento tem se consolidado como um ponto de encontro para aqueles que buscam produtos de alta qualidade, livres de agrotóxicos e cultivados de maneira sustentável.

Um dos grandes diferenciais do Hortifruti Orgânico Verde Vida é o seu compromisso com a educação alimentar. Através de workshops voltados à culinária saudável e sustentável, os clientes têm a oportunidade de ampliar seus conhecimentos sobre a importância de uma alimentação consciente e equilibrada. Esses workshops não só fornecem informações valiosas sobre como preparar refeições saudáveis, mas também abordam temas relevantes como o impacto ambiental da produção de alimentos e as melhores práticas para um consumo responsável.

Adicionalmente, o restaurante do Hortifruti Orgânico Verde Vida complementa a experiência oferecida pelo estabelecimento. Com um cardápio diversificado e cuidadosamente elaborado, o restaurante proporciona aos clientes a chance de desfrutar de uma refeição nutritiva e saborosa, sem comprometer a dieta. Cada prato é preparado com ingredientes frescos e orgânicos, garantindo uma experiência gastronômica única que alia saúde e prazer.

A atuação do Hortifruti Orgânico Verde Vida vai além da simples comercialização de produtos. O estabelecimento desempenha um papel crucial na promoção de hábitos alimentares saudáveis e na conscientização da população sobre a importância da sustentabilidade na alimentação diária. Ao integrar educação, qualidade e sabor em suas operações, o Hortifruti Orgânico Verde Vida não apenas satisfaz as necessidades de seus clientes, mas também contribui para a construção de uma comunidade mais consciente e engajada com a saúde e o meio ambiente.

Em resumo, o Hortifruti Orgânico Verde Vida é um exemplo de como um negócio pode ir além do lucro, oferecendo serviços e produtos que realmente fazem a diferença na vida das pessoas. Sua localização estratégica, a variedade de produtos e serviços, e o forte compromisso com a educação e a sustentabilidade tornam-no um modelo a ser seguido no setor de alimentos orgânicos e saudáveis.

## 8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arquivo: aula01.pdf
- Arquivo: 1.-definicoes-de-inovacao.pdf
- Arquivo: PG\_CEGI-CI\_VII\_2012\_08.pdf
- Link:<https://forms.app/pt/modelos/modelo-de-formulario-de-inscricao-no-workshop>
- Arquivo: enegep2012\_TN\_STO\_164\_954\_21021.pdf
- Link:<https://www.petz.com.br/blog/plantas/beneficios-dos-alimentos-organicos/>
- Link:<https://blog.pixpel.com.br/delivery-sustentavel/#:~:text=Um%20delivery%20considerado%20sustent%C3%A1vel%20contribui,conta%20do%20que%20as%20tradicionais>
- Link:<https://institucional.ifood.com.br/inovacao/entrega-sustentavel-logistica-de-alimentos/>
- Link:<https://www.petz.com.br/blog/plantas/beneficios-dos-alimentos-organicos/>
- Link:<https://blog.pixpel.com.br/delivery-sustentavel/#:~:text=Um%20delivery%20considerado%20sustent%C3%A1vel%20contribui,conta%20do%20que%20as%20tradicionais>
- Link:<https://institucional.ifood.com.br/inovacao/entrega-sustentavel-logistica-de-alimentos/>

## CERTIFICADOS



## CERTIFICADO



Certificamos que

**MAIARA SANTOS DE LIMA**

participou da **18ª Edição da ESCOLA DE INOVADORES (2024-1)**  
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 1º semestre de 2024.

*São Paulo, 10 de junho de 2024*

inovaCPS

*Conteúdo Aplicado: Engajar e Mapear, Entender, Idear, Prototipar, Testar, Formalizar e Crescer*



inovaCPS

CPS  
Fundação

SÃO PAULO  
GOVERNO DO ESTADO  
SÃO PAULO SÃO TODOS

SANTO ANDRÉ - ETEC JÚLIO DE MESQUITA #014



## CERTIFICADO



Certificamos que

**NATHÁLIA SOUZA SÁTIRO**

participou da **18ª Edição da ESCOLA DE INOVADORES (2024-1)**  
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 1º semestre de 2024.

*São Paulo, 10 de junho de 2024*

inovaCPS

*Conteúdo Aplicado: Engajar e Mapear, Entender, Idear, Prototipar, Testar, Formalizar e Crescer*



inovaCPS

CPS  
Fundação

SÃO PAULO  
GOVERNO DO ESTADO  
SÃO PAULO SÃO TODOS

SANTO ANDRÉ - ETEC JÚLIO DE MESQUITA #014