

**CENTRO ESTADUAL EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA**  
**ETEC PHILADELPHO GOUVÊA NETTO**  
**Técnico em Administração**

**Ana Julia Garcia Simon**  
**Giovana Gonçalves Mendes**  
**Nathan Zamfolini de Oliveira**  
**Vitor Hugo Correa**

**VANG: comércio de alimentos nutricionais.**

**São José do Rio Preto**  
**2024**

**Ana Julia Garcia Simon  
Giovana Gonçalves  
Nathan Zamfolini de Oliveira  
Vitor Hugo Correa**

**VANG: comércio de alimentos nutricionais.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso Técnico em Administração da Etec  
Philadelpho Gouvêa Netto, como requisito  
parcial para obtenção do título de Técnico em  
Administração.

Orientador: Prof. Elton Roberto da Silva

**São José do Rio Preto  
2024**

## RESUMO

O presente trabalho apresenta a VANG, uma empresa inovadora voltada à comercialização de produtos alimentícios saudáveis para praticantes de atividades físicas, utilizando máquinas *vending machine* em academias e centros esportivos. A proposta surge da identificação de que muitos praticantes não se alimentam de forma adequada devido à falta de tempo, o que pode levar a problemas como hipoglicemia e perda de massa muscular. A VANG visa atender essa demanda ao oferecer opções práticas e nutricionalmente adequadas, contribuindo para a melhoria da performance e qualidade de vida de seus clientes. O negócio será administrado por quatro empreendedores com formações diversas em administração. A missão da VANG é fornecer produtos de qualidade que promovam saúde e bem-estar, atuando de forma ética e sustentável. O modelo de negócio foi embasado em pesquisas de mercado, que demonstraram a viabilidade do empreendimento frente a baixa concorrência e ao crescente interesse por alimentação saudável. A partir da análise de mercado e da estruturação do plano de negócio demonstra-se que a VANG tem potencial para se destacar no setor, oferecendo soluções práticas e saudáveis, evidenciando a viabilidade e o impacto positivo que pode ter na comunidade fitness.

**Palavras-chave:** alimentos; nutricional; administração.

## LISTA DE FIGURAS

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| Figura 1 – Layout do Estabelecimento ..... | 16 |
| Figura 2 –Análise F.O.F.A. ....            | 21 |

## LISTA DE TABELAS

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| Tabela 1 – Quadro Societário / Capital Social..... | 11 |
| Tabela 2 – Estudo dos Concorrentes .....           | 12 |
| Tabela 3 – Estudo de Fornecedores .....            | 13 |
| Tabela 4 – Relações de Preços .....                | 14 |
| Tabela 5 - Necessidade de Pessoal.....             | 17 |
| Tabela 6 – Investimentos Fixos.....                | 18 |
| Tabela 7 – Faturamento Mensal.....                 | 18 |
| Tabela 8 – Custos de Comercialização.....          | 19 |
| Tabela 9 – Custos Fixos Operacionais Mensais ..... | 20 |
| Tabela 10 – Demonstrativos de Resultado .....      | 20 |

## **LISTAS DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

Análise de forças, oportunidades, fraquezas e ameaças. (FOFA)

Cadastro Nacional Pessoa Jurídica (CNPJ)

Carteira Nacional de Habilitação (CNH)

Código de Endereçamento Postal (CEP)

Limitada (LTDA)

# SUMÁRIO

|                                                                            |           |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO .....</b>                                                  | <b>8</b>  |
| <b>2 SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>                                           | <b>9</b>  |
| 2.1 Resumo das Principais Pontos do Plano do Negócio .....                 | 9         |
| 2.2 Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições ..... | 9         |
| 2.3 Dados do Empreendimento .....                                          | 10        |
| 2.4 Missão da Empresa .....                                                | 10        |
| 2.5 Setores de Atividade .....                                             | 10        |
| 2.6 Forma Jurídica .....                                                   | 10        |
| 2.7 Enquadramento Tributário .....                                         | 11        |
| 2.8 Capital Social .....                                                   | 11        |
| 2.9 Fonte de Recursos .....                                                | 11        |
| <b>3 ANÁLISE DE MERCADO .....</b>                                          | <b>12</b> |
| 3.1 Estudo dos Clientes .....                                              | 12        |
| 3.2 Estudo dos Concorrentes .....                                          | 12        |
| 3.3 Estudo dos Fornecedores .....                                          | 13        |
| <b>4 PLANO DE MARKETING .....</b>                                          | <b>14</b> |
| 4.1 Descrição dos Principais Produtos e Serviços .....                     | 14        |
| 4.2 Preço .....                                                            | 14        |
| 4.3 Estratégias Promocionais .....                                         | 15        |
| 4.4 Estrutura de Comercialização .....                                     | 15        |
| 4.5 Localização do Negócio .....                                           | 15        |
| <b>5 PLANO OPERACIONAL .....</b>                                           | <b>16</b> |
| 5.1 <i>Layout</i> ou Arranjo Físico .....                                  | 16        |
| 5.2 Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviços .....       | 16        |
| 5.3 Processos Operacionais .....                                           | 17        |
| 5.4 Necessidade de Pessoal .....                                           | 17        |

|                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>6 PLANO FINANCEIRO .....</b>                           | <b>18</b> |
| 6.1 Estimativa dos Investimentos Fixos .....              | 18        |
| 6.2 Estimativa do Faturamento Mensal.....                 | 18        |
| 6.3 Estimativa dos Custos de Comercialização .....        | 19        |
| 6.4 Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais..... | 20        |
| 6.5 Demonstrativo de Resultados .....                     | 20        |
| <br><b>7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA .....</b>                  | <b>21</b> |
| 7.1 Análise da Matriz F.O.F.A.....                        | 21        |
| <br><b>8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO .....</b>          | <b>22</b> |
| 8.1 Avaliação do Plano de Negócio .....                   | 22        |
| <br><b>9 CONCLUSÃO .....</b>                              | <b>23</b> |
| <br><b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>                | <b>24</b> |
| <br><b>APÊNDICE A – Imagem de Comercialização .....</b>   | <b>25</b> |
| <b>APÊNDICE B – Logomarca.....</b>                        | <b>26</b> |
| <b>APÊNDICE C – Pesquisa de Campo (Gráficos) .....</b>    | <b>27</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente a comunidade que pratica musculação, muitas vezes não consome os melhores alimentos durante o tempo correto em seu cotidiano. Este fato ocorre por diversos motivos, sendo o maior deles o tempo.

A refeição pré-treino é de extrema importância, pois estes são responsáveis por manter os níveis de glicose controladas no organismo. Quando este consumo não é efetuado adequadamente, os praticantes tendem à hipoglicemia, perda de massa muscular, efeito negativo no sistema imunológico, má influência no metabolismo e fadiga.

O organismo humano possui uma reserva de energia natural que é gasta durante o treino de musculação. Para um bom funcionamento do corpo, é de extrema importância a ingestão de alimentos ricos em proteína que recompõem a energia e reconstroem o tecido muscular após o esforço físico.

Diante disso, faz-se necessário o cuidado e consumo correto dos devidos alimentos, garantindo uma performance positiva e refeições verdadeiramente saudáveis.

Tendo em vista as informações acima, a VANG é uma empresa que comercializará produtos alimentícios com valor nutricional e de rápido consumo para as academias. O comprador poderá ter acesso à alimentos adequados, para melhores resultados de performance e qualidade de vida.

## **2 SUMÁRIO EXECUTIVO**

### **2.1 Resumo das Principais Pontos do Plano do Negócio**

A VANG será um sistema rápido e eficiente de venda de alimentos dentro das academias, um negócio inovador e essencial para contribuir com o público-alvo adeptos da alimentação saudável. Ela comercializará produtos fitness através de máquinas *vending machine* e através de seus produtos proporciona praticidade e valor nutricional para os praticantes de atividade muscular.

### **2.2 Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições**

Empreendedora 1 – Ana Julia Garcia Simon, residente na rua Oswaldo aranha, nº 1575, na cidade de São José do Rio Preto, estado de São Paulo, Telefone (17) 99147-3071, e-mail anajuliagarciasimon@gmail.com. Graduada em Administração de Empresas, Logística, Pós-graduação em logística empresarial e especialista em logística internacional. Sócia cotista apenas com participação no negócio.

Empreendedora 2 – Giovana Gonçalves Mendes, residente na rua Aparecida Fernandes Duarte, nº 244, na cidade de São José do Rio Preto, estado de São Paulo, Telefone (17) 99791-7052, e-mail giovanagoncalvesmendes663@gmail.com. Graduada em Administração, Gestão de marketing e publicidade. Diretora administrativa.

Empreendedor 3 – Nathan Zamfolini de Oliveira, residente na rua Avelino Antônio Ribeiro, nº 161, na cidade de São José do Rio Preto, estado de São Paulo, Telefone (17) 99208-6593, e-mail nathanzanfaoliveira@gmail.com. Graduação em Contabilidade. Sócio cotista apenas com participação no negócio.

Empreendedor 4 – Vitor Hugo Correa, residente na rua Cândido Garcia Moinho, nº 640, na cidade de São José do Rio Preto, estado de São Paulo, Telefone (17) 99208-6593, e-mail nathanzanfaoliveira@gmail.com. Graduado em Gestão

empresarial, Nutrição e bem-estar. Sócio cotista apenas com participação no negócio.

### **2.3 Dados do Empreendimento**

Razão Social: VANG Comércio de Produtos Alimentícios LTDA.

Nome Fantasia: VANG

Empresa inscrita no CNPJ 30.081.708/0001-24, com sede na rua Jardim dos Estudantes, nº 8138, Distrito Industrial, na cidade São José do Rio Preto, estado de São Paulo, Cep 15030-1780, Telefone (17) 3271-2021, e-mail gmrspots@gmail.com.

### **2.4 Missão da Empresa**

A missão da empresa é fornecer aos consumidores um produto saudável e de boa qualidade para a alimentação. Auxiliando nos processos de exercícios físicos, e atuando para uma melhor performance e qualidade de vida dos clientes.

Focamos em uma boa administração, abrangendo o bem-estar de todos os envolvidos com a VANG, incluindo, consumidores, colaboradores e fornecedores.

### **2.5 Setores de Atividade**

O setor de atividade da VANG será comércio de alimentos fitness para academias, centros esportivos e similares.

### **2.6 Forma Jurídica**

A VANG será uma sociedade limitada (LTDA)

2.7 Enquadramento Tributário

Optante pelo Simples Nacional

2.8 Capital Social

Tabela 1 – Quadro Societário / Capital Social

| Sócios                       | Valor Investido | % Participação |
|------------------------------|-----------------|----------------|
| Ana Julia Garcia Simon       | R\$ 30.000,00   | 25%            |
| Giovana Gonçalves Mendes     | R\$ 30.000,00   | 25%            |
| Nathan Zamfolini de Oliveira | R\$ 30.000,00   | 25%            |
| Vitor Hugo Correa            | R\$ 30.000,00   | 25%            |
| Capital Social               | R\$ 120.000,00  | 100%           |

Fonte: Do próprio autor, 2024.

2.9 Fonte de Recursos

Os recursos necessários para a implementação do negócio se darão por meio da aplicação de capital por parte de cada sócio, valor atribuído referente as pesquisas de alimentos qualificados, pesquisa de local, fornecedor, além de planejamentos de logística e financeiro para que a empresa seja efetiva.

### 3 ANÁLISE DE MERCADO

#### 3.1 Estudo dos Clientes

A principal característica que os nossos clientes pessoas físicas possuem é a preocupação com a sua saúde, por meio das atividades físicas e alimentação balanceada eles conseguem prevenir doenças e potencializar seus resultados. O público-alvo possui uma faixa etária bem ampla, eles podem ser crianças que praticam natação em um ginásio com seus pais, até um grupo de pessoas da melhor idade que pratica alongamento em uma quadra, independentemente da idade todos poderão consumir nossos produtos durante os seus treinos de forma rápida e prática.

Os clientes pessoas jurídicas, eles possuem a atividade de condicionamento físico, abrangendo diversos serviços da área, sendo alguns deles: academias, centros de treinamento, natação, pistas de atletismo entre outros; atividades nas quais estão em constante crescimento e batem com os princípios do modelo de negócio da VANG.

#### 3.2 Estudo dos Concorrentes

Tabela 2 – Estudo dos Concorrentes

|                                                                                                                                                                                                         | Qualidade | Preço | Condições de pagamento | Localização | Atendimento | Garantia |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|------------------------|-------------|-------------|----------|
| Máquina Saudável                                                                                                                                                                                        | 4         | 4     | 4                      | 3,5         | 4,5         | 4        |
| Conclusões                                                                                                                                                                                              |           |       |                        |             |             |          |
| De acordo com os estudos realizados, a VANG terá capacidade de atuar de forma competitiva no mercado, desenvolvendo seu trabalho de forma inovadora, devido a baixa concorrência e inovação do negócio. |           |       |                        |             |             |          |

Fonte: Do próprio autor, 2024.

3.3 Estudo dos Fornecedores

Tabela 3 – Estudo dos Fornecedores

| Nome do fornecedor | Descrição dos Produtos            | Preço      | Formas de pagamento              | Prazo de entrega |
|--------------------|-----------------------------------|------------|----------------------------------|------------------|
| Life Mix           | Suco de Uva                       | R\$ 3,00   | Cartão de crédito, pix ou boleto | 7 dias úteis     |
| Life mix           | Suco de Laranja                   | R\$ 3,00   | Cartão de crédito, pix ou boleto | 7 dias úteis     |
| Coco quadrado      | Água de coco                      | R\$ 1,50   | Cartão de crédito, pix ou boleto | 3 dias úteis     |
| Gula Gula          | Lanche Natural                    | R\$ 7,00   | Cartão de crédito, pix ou boleto | 7 dias úteis     |
| Protein Crisp      | Barra de proteína                 | R\$ 6,00   | Cartão de crédito, pix ou boleto | 9 dias úteis     |
| Piracanjuba        | Whey                              | R\$ 3,00   | Cartão de crédito, pix ou boleto | 7 dias úteis     |
| Growth             | Alfajor                           | R\$ 6,00   | Cartão de crédito, pix ou boleto | 7 dias úteis     |
| Caffeine Army      | Super Coffe                       | R\$ 6,00   | Cartão de crédito, pix ou boleto | 5 dias úteis     |
| Qap                | Máquina de <i>Vending Machine</i> | R\$ 17.000 | Cartão de crédito, pix ou boleto | 15 úteis         |

Fonte: Do próprio autor, 2024.

4 PLANO DE MARKETING

4.1 Descrição dos principais produtos e serviços

A VANG selecionará produtos de boa qualidade, saudáveis e com um ótimo custo-benefício que se adequassem a máquina. Pensando na praticidade de consumo para os nossos clientes, os nossos produtos são feitos para o consumo instantâneo e com capacidade de manter uma dieta saudável.

4.2 Preço

O preço dos produtos a serem comercializados foram feitos a partir de fórmulas, onde está incluso o percentual de lucro da empresa, a participação da contratante e custos.

Tabela 4 – Relação de Preços

|                   |       |
|-------------------|-------|
| Suco de Uva       | 6,00  |
| Água de Coco      | 4,00  |
| Lanche Natural    | 12,00 |
| Barra de Proteína | 10,00 |
| Whey              | 6,00  |
| Alfajor Fitness   | 10,00 |
| Super Coffe       | 12,00 |
| Suco de Laranja   | 6,00  |

Fonte: Do próprio autor, 2024.

### **4.3 Estratégias Promocionais**

A divulgação dos produtos será realizada através de redes sociais, site e loja física da empresa, cartazes e logotipo nas academias parceiras e eventos que abrangem a saúde física e bem-estar.

Realizar-se-á campanhas e sorteios em épocas sazonais, descontos nos produtos VANG, parcerias com eventos esportivos, participação em feiras fitness, contratos com influenciadores da área do esporte e nutrição a fim de atingir o público-alvo.

### **4.4 Estrutura de Comercialização**

Os produtos saudáveis serão comercializados por meio das máquinas *vending machine* sendo ela nosso único canal de distribuição.

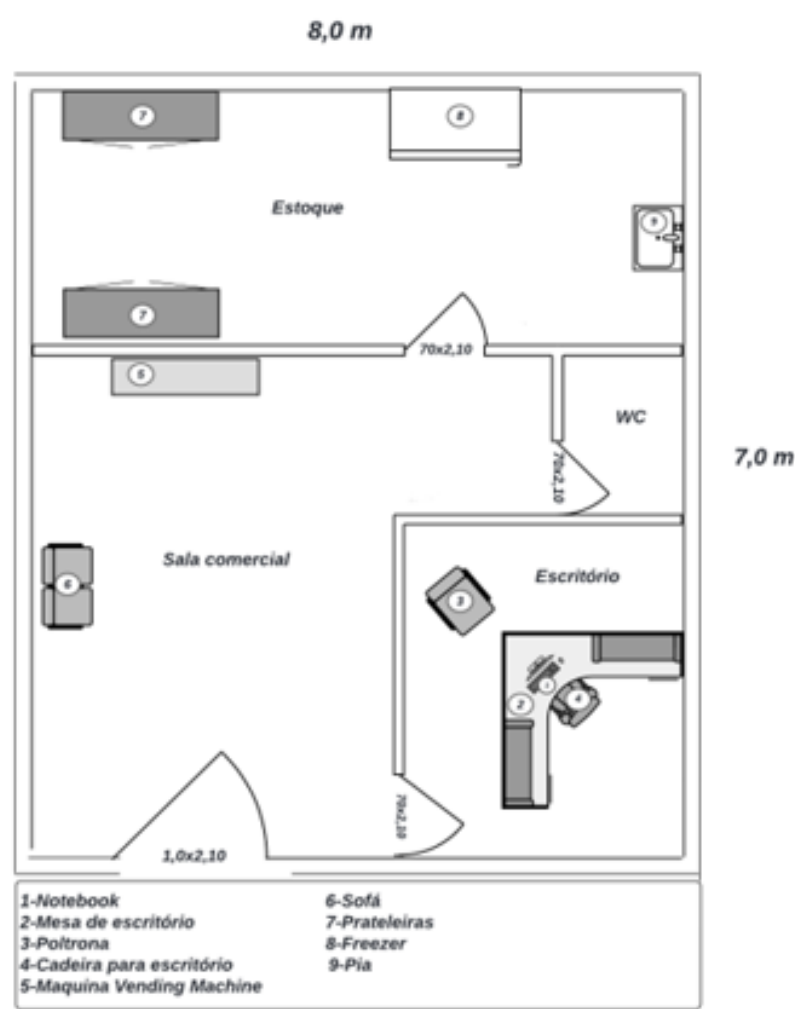
### **4.5 Localização do Negócio**

A VANG terá um estabelecimento físico para atender os clientes, executará a atividade por meio da máquina *vending machine* que será instalada em pontos de atividades física como academias, ginásios, centros de treinamentos, maratonas, campeonatos, entre outros.

5 PLANO OPERACIONAL

5.1 Layout ou Arranjo Físico

Figura 1 – Layout do Estabelecimento



Fonte: Do próprio autor, 2024.

5.2 Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviços

A máquina vending machine será instalada em academias e em centros de treinamento que possuem uma demanda individual com base em seu fluxo de clientes, portanto a empresa atenderá em horários com base na demanda de cada

máquina. Tendo em vista reduzir a escassez dos produtos durante o seu funcionamento, a VANG estará à disposição quando houver a necessidade de reposição, sendo assim o dono do estabelecimento nos comunicará para realizar os reabastecimentos.

### 5.3 Processos Operacionais

A empresa funcionará durante os dias úteis da semana, atuando de acordo com a necessidade de cada cliente.

Pela manhã, o colaborador verificará no sistema os pedidos solicitados de cada estabelecimento, dessa forma ele planejará a quantidade ideal para cada lugar e adequará a rota de acordo com a demanda. Após as viagens realizadas, o funcionário trabalhará na divulgação e atendimento da empresa. Durante esse período ele receberá ou buscará as encomendas feitas com os fornecedores, para que assim ele realize o controle e gestão do estoque.

A rotina do colaborador será flexível, objetivando a otimização do tempo, haverá dias em que ele trabalhará de acordo com essa rotina citada, já em outros não. Quando não houver a necessidade de reposição ou atendimento ao cliente, ele poderá dedicar-se a outras atividades.

### 5.4 Necessidade de Pessoal

Tabela 5 – Necessidade de Pessoal

| Cargo/Função        | Qualificação Profissional                                                                                                            |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sócio Administrador | Proatividade, Agilidade, Organização, Boa comunicação, CNH, Conhecimento em Logística, Criatividade, Bom Relacionamento Interpessoal |

Fonte: Do próprio autor, 2024.

6 PLANO FINANCEIRO

6.1 Estimativa dos Investimentos Fixos

Tabela 6 – Investimentos Fixos

| Descrição                    | Valor          |
|------------------------------|----------------|
| Máquinas e Equipamentos      | R\$ 96.662,00  |
| Móveis e Utensílios          | R\$ 3.840,00   |
| Investimento Pré Operacional | R\$ 3.000,00   |
| Total                        | R\$ 103.502,00 |

Fonte: Do próprio autor, 2024.

6.2 Estimativa do Faturamento Mensal

Tabela 7 – Faturamento Mensal

|                      | Estimativa de vendas | Preço de venda (Unidade) | Faturamento   |
|----------------------|----------------------|--------------------------|---------------|
| Suco de Uva          | 500                  | R\$ 6,00                 | R\$ 3.000,00  |
| Suco de Laranja      | 500                  | R\$ 6,00                 | R\$ 3.000,00  |
| Agua de coco         | 500                  | R\$ 4,00                 | R\$ 2.000,00  |
| Lanche Natural       | 500                  | R\$ 12,00                | R\$ 6.000,00  |
| Barra de proteína    | 500                  | R\$ 10,00                | R\$ 5.000,00  |
| Whey                 | 500                  | R\$ 6,00                 | R\$ 3.000,00  |
| Alfajor              | 500                  | R\$ 10,00                | R\$ 5.000,00  |
| Supper Coffe         | 500                  | R\$ 10,00                | R\$ 5.000,00  |
| Total do Faturamento |                      |                          | R\$ 32.000,00 |

Fonte: Do próprio autor, 2024.

### 6.3 Estimativa dos Custos de Comercialização

Tabela 8 – Custos de Comercialização

| Descrição         | Quantidade | Valor Unitário | Total         |
|-------------------|------------|----------------|---------------|
| Suco de Uva       | 500        | R\$ 3,00       | R\$ 1.500,00  |
| Suco de Laranja   | 500        | R\$ 3,00       | R\$ 1.500,00  |
| Agua de coco      | 500        | R\$ 1,50       | R\$ 750,00    |
| Lanche Natural    | 500        | R\$ 7,00       | R\$ 3.500,00  |
| Barra de proteína | 500        | R\$ 6,00       | R\$ 3.000,00  |
| Whey              | 500        | R\$ 3,00       | R\$ 1.500,00  |
| Alfajor           | 500        | R\$ 6,00       | R\$ 3.000,00  |
| Supper Coffe      | 500        | R\$ 6,00       | R\$ 3.000,00  |
| Tributos          |            |                | R\$ 1.920,00  |
| Comissões         |            |                | R\$ 960,00    |
| Perdas            |            |                | R\$ 320,00    |
| Total Geral       |            |                | R\$ 20.950,00 |

Fonte: Do próprio autor, 2024.

## 6.4 Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais

Tabela 9 – Custos Fixos Operacionais Mensais

| Descrição                        | Custo Total Mensal (R\$) |
|----------------------------------|--------------------------|
| Aluguel                          | R\$ 800,00               |
| Água                             | R\$ 70,00                |
| Energia elétrica                 | R\$ 100,00               |
| Internet                         | R\$ 80,00                |
| Honorários do contador           | R\$ 300,00               |
| Serviços terceirizados           | R\$ 300,00               |
| Material de limpeza e escritório | R\$ 50,00                |
| Pró-labore                       | R\$ 1.412,00             |
| Despesa com Veículos             | R\$ 100,00               |
| Depreciação                      | R\$ 837,52               |
| Combustível                      | R\$ 500,00               |
| Total                            | R\$ 4.549,52             |

Fonte: Do próprio autor, 2024.

## 6.5 Demonstrativo de Resultados

Tabela 10 – Demonstrativo de Resultados

|                                   |               |
|-----------------------------------|---------------|
| Receita Total com Vendas          | R\$ 32.000,00 |
| Custos de Comercialização         | R\$ 20.950,00 |
| Custos Fixos Operacionais Mensais | R\$ 4.549,52  |
| Lucro Líquido                     | R\$ 6.500,48  |

Fonte: Do próprio autor, 2024.

## 7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

### 7.1 Análise da Matriz F.O.F.A.

Figura 2- Análise F.O.F.A.



Fonte: Do próprio autor, 2024.

## **8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO**

### **8.1 Avaliação do Plano de Negócio**

O plano de negócio da VANG foi avaliado como um empreendimento promissor e rentável, fundamentado em pesquisas de campo que identificaram claramente o público-alvo e suas necessidades específicas. Com base nessas análises, definimos nosso nicho de mercado, que se concentra em praticantes de atividades físicas que buscam opções alimentares saudáveis e práticas.

Os produtos selecionados não apenas atendem aos padrões nutricionais, mas também refletem os princípios de qualidade e saúde que a VANG defende. Isso reforça a proposta de valor, que se destaca pela combinação de praticidade e nutrição, essencial para o desempenho físico dos consumidores.

Os demonstrativos financeiros foram realizados com rigor, considerando diferentes cenários de venda e custos operacionais. As projeções de lucratividade foram realistas e baseadas em dados concretos, o que mostram a viabilidade e capacidade da VANG em alcançar seu sucesso como um negócio empreendedor.

## 9 CONCLUSÃO

O Trabalho de Conclusão de Curso apresentado, foi criado com o intuito de fornecer ao público geral, alimentos saudáveis, de fácil consumo e preço acessível para melhorar o bem-estar e performance em atividades físicas.

Através de pesquisas e estudos, foi possível localizar fornecedores, conhecer as preferências do nosso público-alvo e entender o potencial competitivo da corporação VANG. Diante das informações, pode-se confirmar a viabilidade do negócio demonstrada através de indicadores e análises contábeis.

Conclui-se então, que o negócio tem ampla capacidade lucrativa e peso no mercado competitivo, tendo em vista que a VANG trouxe algo inovador e novo no meio empresarial. Desta forma, comprova-se a viabilidade por meio da análise do plano de negócio para a comercialização de produtos saudáveis pelas máquinas *vending machine*.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CPS. Centro Paula Souza. **Manual de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) nas Etecs**. [recurso eletrônico] / 2. ed. São Paulo: CPS, 2022.

EINSTEIN. **Alimentação Pré e Pós Treino**. [recurso eletrônico].einstein.br. Disponível em: <https://www.einstein.br/noticias/noticia/importancia-da-alimentacao-pre-e-pos-treinos>. Acesso em: 19 abr. 2024.

IBPEFEX. **Avaliação do Consumo Alimentar no Pré- treino em Praticantes de Musculação**. [recurso eletrônico]. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva. Ibpefex.com.br. Disponível em: <file:///C:/Users/jonat/Downloads/Dialnet-AvaliacaoDoConsumoAlimentarNoPretreinoEmPraticante-4841772>. Acesso em: 18 de abr. 2024.

SEBRAE. **2024: conheça as principais tendências de empreendedorismo**. Sebraeplay.com.br. Disponível em: <https://sebraeplay.com.br/content/principais-tendencias-de-empreendedorismo-para-2024>. Acesso em: 5 de abr. 2024.

SEBRAE. **Como Elaborar um Plano de Negócios**. E-book. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Disponível em: <https://promo.sebrae-sc.com.br/ebook-plano-de-negocio-v2>. Acesso em: 12 fev. 2024.

## APÊNDICE A – Imagem de Comercialização

**VEM**  
**AI**

*Nutrição*

**VENDING MACHINE  
NUTRICIONAL**

UMA MÁQUINA AUTOMATIZADA E  
TECNOLÓGICA!

**COM CAPACIDADE  
DE 300 PRODUTOS  
TOTALMENTE SAUDÁVEIS!**

**V  
A  
N  
G**

*Alimentação*



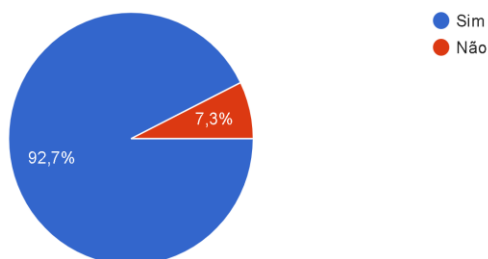
## APÊNDICE B – Logomarca



## APÊNDICE C – Pesquisa de Campo (Gráficos)

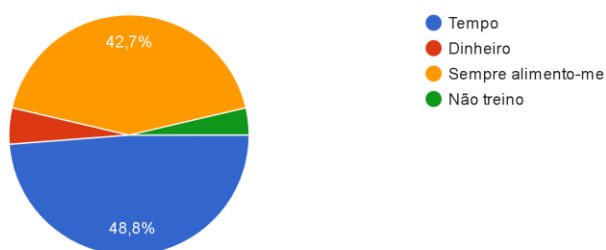
Você frequenta a academia?

82 respostas



Caso você não se alimente antes ou depois do treino, por qual motivo se encaixaria melhor?

82 respostas



Seu desempenho diminui quando você não se alimenta?

82 respostas

