

---

**Faculdade de Tecnologia de Americana "Ministro Ralph Biasi"**  
**Curso Superior em Tecnologia de Gestão Empresarial**

**DAIANE MARIA DA SILVA DE LIMA**  
**GLEIZI KELLY CORREA DE OLIVEIRA**

**Plano de negócio: Saúde & Bem Estar Alimentação**

**Americana, SP**  
**2020**

---

**Faculdade de Tecnologia de Americana "Ministro Ralph Biasi"**  
**Curso Superior em Tecnologia de Gestão Empresarial**

**DAIANE MARIA DA SILVA DE LIMA**  
**GLEIZI KELLY CORREA DE OLIVEIRA**

**Plano de negócio: Saúde & Bem Estar Alimentação**

Elaboração de um Plano de Negócio desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior em Tecnologia de Gestão Empresarial, sob a orientação do Professor: Me. Sérgio Luiz Cabrini

**Área de concentração: Inovação e Empreendedorismo**

**Americana, SP**

**2020**

**FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec Americana - CEETEPS  
Dados Internacionais de Catalogação-na-fonte**

L697p LIMA, Daiane Maria da Silva de

Plano de negócio: saúde & bem estar alimentação. / Daiane Maria da Silva de Lima, Gleizi Kelly Correa de Oliveira. – Americana, 2020.

74f.

Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial)  
- - Faculdade de Tecnologia de Americana – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Orientador: Prof. Ms. Sérgio Luiz Cabrini

1 Planejamento estratégico I. CABRINI, Sérgio Luiz II. OLIVEIRA, Gleizi Kelly Correa de III. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de Americana

CDU: 658.81

**Faculdade de Tecnologia de Americana "Ministro Ralph Biasi"**

**Curso Superior em Tecnologia de Gestão Empresarial**

**DAIANE MARIA DA SILVA DE LIMA  
GLEIZI KELLY CORREA DE OLIVEIRA**

**Plano de Negócio: Saúde & Bem Estar Alimentação**

Elaboração de um Plano de Negócio desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior em Tecnologia de Gestão Empresarial, sob a orientação do Professor: Me. Sérgio Luiz Cabrini

**Área de concentração: Inovação e Empreendedorismo**

Americana, 16 de julho de 2020.

**Banca Examinadora:**

---

Sérgio Luiz Cabrini  
Mestre  
Faculdade de Tecnologia de Americana

---

Rosilma Mirtes dos Santos  
Mestre  
Instituição de atuação

---

Luiz Carlos Caetano  
Especialista  
Faculdade de Tecnologia de Americana

Dedicamos este plano de negócios as nossas famílias e amigos pelo incentivo e apoio durante os semestres.

## **RESUMO**

Neste trabalho de graduação teve como objetivo a criação de uma empresa do ramo alimentício voltado a comidas saudáveis. Tendo como público alvo, pessoas que necessitam que uma alimentação saudável e dispõe de pouco tempo para isso utilizando como recursos todos os conteúdos fornecidos nas disciplinas no decorrer do curso. O plano de negócio atua no ramo alimentício, tem como finalidade proporcionar ao público alvo, uma alimentação mais saudável através de seus serviços de preparo de refeições e eventos quando contratado. Será abordado temas específicos como as informações de caracterização da empresa, a análise de mercado, incluindo os estudos dos ambientes culturais, tecnológicos, legais e econômicos, o planejamento de marketing, operacional e financeiro.

**Palavras-chave:** Plano de Negócio, Alimentação Saudável, Planejamento de Marketing.

## **ABSTRACT**

This work of graduation aimed at the creation of a food company focused on healthy foods. Having as a target people who need a healthy diet and have short time for it. It was used as a resource for the creation of the company all the contents provided in the disciplines during the course. The business plan acts in the food industry, is intended to provide, a healthier diet through its services of preparation of meals and events when hired. Specific topics will be addressed such as company characterization information, market analysis, including studies of cultural, technological, legal and economic environments, marketing, operational and financial planning.

**Key-Words:** Business Plan, Healthy Eating, Marketing Planning.

## Lista de Figuras

Figura 1 Pirâmide Etária de Americana em 2017 .....	20
Figura 2 SWOT .....	31
Figura 3 Página do Facebook .....	36
Figura 4 Instagram .....	37
Figura 5 Site da Empresa.....	37
Figura 6 Localização da Empresa .....	38
Figura 7 Layout da Empresa .....	39
Figura 8 Organograma .....	42



## Lista de Tabelas

Tabela 1 Segmentos de empresa na cidade de Americana em 2017 .....	21
Tabela 2 PIB da cidade de Americana ano de 2015 .....	22
Tabela 3 Setores de atividade .....	22
Tabela 4 Preço dos Serviços.....	35
Tabela 5 Investimento Inicial .....	44
Tabela 6 Total de Investimentos Fixos .....	45
Tabela 7 Investimentos Pré-Operacionais .....	45
Tabela 8 Investimentos Totais.....	46
Tabela 9 Custo de Matéria Prima.....	47
Tabela 10 Cardápio .....	48
Tabela 11 Tributos .....	49
Tabela 12 Funcionários .....	49
Tabela 13 Pró-Labore .....	49
Tabela 14 Depreciação .....	50
Tabela 15 Custos Fixos Operacionais Mensais .....	51
Tabela 16 Demonstrativo de Resultados .....	51
Tabela 17 VPL - Valor Presente Líquido .....	55

## **Lista e Gráficos**

Gráfico 1 Curva do PIB de Americana em 2015.....	22
Gráfico 2 Busca Por um Estilo de Vida Mais Saudável .....	27
Gráfico 3 Adesão por Refeições Saudáveis.....	28
Gráfico 4 Adesão na Contratação de um(a) Pessoa para Cozinhar em Sua Casa...28	
Gráfico 5 Adesão para a Contratação de um Chefe, para Eventos Pequenos .....	29
Gráfico 6 Ponto de Equilíbrio.....	53

## Sumário

Introdução.....	14
<b>1 Sumário Executivo.....</b>	<b>15</b>
1.1 Resumo dos Principais Pontos do Plano de Negócio .....	15
1.2 Dados dos Empreendedores.....	15
1.3 Dados do Empreendimento.....	16
1.4 Forma e Aspectos Jurídicos e Tributários.....	16
1.5 Enquadramento Tributário .....	17
1.6 Âmbito Federal .....	17
1.7 Capital Social.....	17
1.8 Fontes dos Recursos.....	18
1.9 Core Business .....	18
1.10 Setor de Atividade.....	18
<b>2 Análise Estratégica e de Mercado.....</b>	<b>19</b>
2.1 Cenário Macroambiental.....	19
2.1.1 Fatores Demográficos .....	19
2.1.2 Fatores Econômicos.....	21
2.1.3 Fatores Naturais.....	23
2.1.4 Fatores Tecnológicos .....	23
2.1.5 Fatores Político-Legais.....	23
2.1.6 Fatores Culturais .....	24
2.2 Fatores Chave de Sucesso e Desafios da Empresa.....	25
2.3 Estudo do Público-Alvo.....	25
2.4 Comportamento do Cliente .....	26
2.5 Segmentação de Mercado .....	26
2.6 Pesquisa de Mercado.....	27
2.7 Estudo dos Concorrentes .....	29
2.8 Estudo dos Fornecedores .....	29
<b>3 Avaliação Estratégica.....</b>	<b>31</b>
3.1 Análise da Matriz F.O.F.A (SWOT) .....	31
<b>4 Plano de Marketing.....</b>	<b>34</b>
4.1 Descrição dos Principais Produtos e Serviços .....	34
4.2 Estratégia de Contingência .....	34

<b>4.3</b>	<b>Estratégia de Precificação</b> .....	<b>35</b>
<b>4.4</b>	<b>Estratégias Promocionais</b> .....	<b>36</b>
<b>4.5</b>	<b>Estrutura de Comercialização</b> .....	<b>38</b>
<b>4.6</b>	<b>Localização do Negócio</b> .....	<b>38</b>
<b>5</b>	<b>Plano Operacional</b> .....	<b>39</b>
<b>5.1</b>	<b>Layout do Arranjo Físico</b> .....	<b>39</b>
<b>5.2</b>	<b>Capacidade Produtiva</b> .....	<b>40</b>
<b>5.3</b>	<b>Processos Operacionais</b> .....	<b>40</b>
<b>5.4</b>	<b>Necessidade de Pessoal</b> .....	<b>41</b>
<b>6</b>	<b>Plano Financeiro</b> .....	<b>43</b>
<b>6.1</b>	<b>Estimativa dos Investimentos Fixos</b> .....	<b>43</b>
<b>6.1.1</b>	<b>Móveis e Equipamentos</b> .....	<b>43</b>
<b>6.1.2</b>	<b>Veículos</b> .....	<b>44</b>
<b>6.1.3</b>	<b>Total dos Investimentos Iniciais</b> .....	<b>44</b>
<b>6.2</b>	<b>Capital de Giro</b> .....	<b>45</b>
<b>6.3</b>	<b>Investimentos Pré – Operacionais</b> .....	<b>45</b>
<b>6.4</b>	<b>Investimento Total</b> .....	<b>45</b>
<b>6.5</b>	<b>Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa</b> .....	<b>46</b>
<b>6.6</b>	<b>Estimativa do Custo Unitário do Serviço</b> .....	<b>46</b>
<b>6.7</b>	<b>Estimativa do Custo de Comercialização</b> .....	<b>48</b>
<b>6.8</b>	<b>Estimativa dos Custos com Mão de Obra</b> .....	<b>49</b>
<b>6.9</b>	<b>Estimativa do Custo com Depreciação</b> .....	<b>49</b>
<b>6.10</b>	<b>Estimativa de Custos Fixos Operacionais Mensais</b> .....	<b>50</b>
<b>6.11</b>	<b>Demonstrativo de Resultados</b> .....	<b>51</b>
<b>6.12</b>	<b>Indicadores de Viabilidade</b> .....	<b>52</b>
<b>6.12.1</b>	<b>Ponto de Equilíbrio</b> .....	<b>52</b>
<b>6.12.3</b>	<b>Rentabilidade</b> .....	<b>54</b>

<b>6.12.4</b>	<b>Fluxo de Caixa</b> .....	<b>54</b>
<b>6.12.5</b>	<b>Valor Presente Líquido</b> .....	<b>54</b>
<b>6.12.6</b>	<b>Prazo de Retorno de Investimento (Payback)</b> .....	<b>55</b>
<b>7</b>	<b>Construção de Cenários</b> .....	<b>56</b>
<b>8</b>	<b>Avaliação do Plano de Negócio</b> .....	<b>57</b>
<b>9</b>	<b>Referência</b> .....	<b>58</b>
<b>10</b>	<b>Anexo A</b> .....	<b>61</b>
<b>11</b>	<b>Anexo B</b> .....	<b>62</b>
<b>12</b>	<b>Anexo C</b> .....	<b>65</b>
<b>13</b>	<b>Anexo D</b> .....	<b>66</b>
<b>14</b>	<b>Apêndice A – Pesquisa de Mercado</b> .....	<b>67</b>
<b>15</b>	<b>Apêndice B – Análise dos Concorrentes</b> .....	<b>73</b>
<b>16</b>	<b>Apêndice C – Tabela de Projeção de Atendimento</b> .....	<b>73</b>
<b>17</b>	<b>Apêndice D – Projeção de Fluxo de Caixa</b> .....	<b>73</b>

## Introdução

O projeto foi realizado com o objetivo a criação de uma empresa do ramo alimentício voltado a comidas saudáveis. Tendo como público alvo, pessoas que necessitam que uma alimentação saudável e dispõe de pouco tempo para isso.

A empresa conta com dois serviços diferentes o primeiro o chefe irá à casa do cliente preparar as refeições e congelá-las de maneira correta para que não estraguem, e o segundo o chef irá preparar comidas para eventos pequenos como: Almoço de família, encontros de amigos e etc.. Grande parte das pessoas que optam por um estilo de vida mais saudável, deve-se há pouco tempo disponível para focar na alimentação, o que gera problemas de saúde, como sobrepeso, diabetes, hipertensão, colesterol alto.

O primeiro capítulo aborda aspectos sobre o ramo de atuação da empresa, investimento necessário para início, temas jurídicos, sistema tributário, *core business*.

O segundo capítulo envolve a análise de mercado, avaliando os fatores que influenciam no negócio, o estudo do público alvo, concorrentes e fornecedores.

O terceiro capítulo retrata a avaliação estratégica (análise SWOT), contendo os pontos fortes e fracos do empreendimento, bem como suas ameaças e oportunidades.

No quarto capítulo será elaborado o plano de marketing da empresa, contendo descrição dos serviços, estratégias de precificação, estrutura de comercialização e estratégia de localização do negócio.

No sexto capítulo o plano financeiro da empresa é abordado, como os custos, valor de investimento e projeções futuras em da empresa.

No capítulo sete é tratada a construção dos cenários, visando o pior e o melhor estado da empresa.

No capítulo oito é apresentado a avaliação do plano de negócio.

## **1 Sumário Executivo**

O sumário executivo é o motivacional do plano de negócio da empresa, sendo o responsável em deixar de maneira clara e objetiva do que se trata o plano de negócio.

O plano de negócio visa a criação de uma empresa voltada para o ramo alimentício de comidas saudáveis, no desenvolvimento do projeto serão abordados informação das sócias, análise de mercado e a projeção financeira.

### **1.1 Resumo dos Principais Pontos do Plano de Negócio**

Conforme Dolabela (2006 pg.90) “o plano de negócios é uma forma que o empreendedor pode utilizar para pensar sobre o futuro do negócio, sendo capaz de auxiliar a descrever os motivos da existência de oportunidade da empresa.” O plano de negócio da empresa deve servir como uma bússola, ou seja, o caminho pelo qual o empreendedor deve seguir.

A empresa se refere ao desenvolvimento do plano de negócio de uma empresa especializada no preparo de alimentação saudável com o intuito de auxiliar pessoas que buscam ter uma rotina de vida equilibrada e acima de tudo visando o seu bem estar.

A empresa será responsável por comparecer à residência dos clientes para elaborar as refeições e armazenar de forma correta (congelar) ou o cliente pode optar por contratar o serviço de chef em domicílio para almoços, jantar ou eventos, deixando para o cliente escolher cardápio disponibilizado ou opcional.

### **1.2 Dados dos Empreendedores**

As empreendedoras têm o perfil de inovação focado na alimentação saudável, principalmente hoje que a busca por um estilo de vida saudável está crescendo entre as pessoas.

Sócia 1 Daiane Maria da Silva de Lima, residente na Rua Benedito Calisto, nº 614, Zanaga 1, Americana - SP. Será a gerente da empresa, sendo a responsável em orientar a cozinheira em caso de dúvidas.

Sócia 2 Gleizi Kelly Correa de Oliveira, residente na Rua São Bento, nº 372, Cariobinha, Americana - SP. Será a responsável em administrar a empresa e em manter o contato com as terceiras e a contratação de freelancers.

Por mais que ambas as sócias têm suas funções definidas elas irão auxiliar a cozinheira no que for necessário, pois vão trabalhar como pró-labore.

### 1.3 Dados do Empreendimento

Os dados do empreendimento são as informações básicas da empresa, segue abaixo as informações do Sabor & Bem estar

- **Característica da empresa Razão Social:** Sabor & Bem Estar Alimentação - LTDA
- **Nome Fantasia:** Sabor & Bem Estar Alimentação
- **CNPJ:** 70.171.053/0001-50
- **Inscrição Estadual:** 852.121.190.662
- **CNAE Principal:** 5620-1/04 Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada
- **Site:** <https://saudebemestartalime.wixsite.com/meusite>
- **Email:** saudebemestartalimentacao@gmail.com
- **Horário de Funcionamento:** das 08:00 às 18:00 de segunda a sexta e de sábado das 08:00 às 12:00
- **Telefone para contato:** (19) 99461-2698 Whatsapp/ (19) 3456-7890
- **Localização:** Rua dos Salgueiros, 515, Jardim São Paulo, Americana -SP:

### 1.4 Forma e Aspectos Jurídicos e Tributários

O desenvolvimento social da empresa fica a critério dos sócios, tendo cada um uma cota de 50% de participação cada.

A forma da empresa será uma sociedade limitada, pois será constituída por dois proprietários, sendo assim será assinado um contrato social para saberem os direitos de ambas as partes, podendo a empresa ser administrada por apenas um dos sócios.

A Sociedade de uma empresa é constituída através de alguns procedimentos que a pessoa jurídica tem que cumprir:

- Disponibilizar de capital social (dinheiro para investimento) para a abertura da empresa.
- O capital social da empresa poderá ser descrito em forma de dinheiro ou nos bens que estiver em nome da empresa, (como máquinas, dinheiro no caixa da empresa, imóveis...)



- É obrigatório que a empresa seja registrada no cartório de pessoas jurídicas em até trinta (30) dias da constituição da mesma, conforme art. 988.
- Cada Sócio será responsável pela empresa podendo um ficar a cargo de administrar e o outro só receber os dividendos, podendo também o sócio trabalhar na empresa como *pró-labore* e a terceira opção é, a administração presencial da empresa pelos dois.
- Cada sócio terá uma cota conforme o valor (%) que cada um investiu na empresa.
- O sócio não poderá ser excluído da participação de lucro.
- As regras poderão ser adotadas conforme a formação da empresa em sociedade limitada além de que tudo deve estar descrito no contrato de sociedade limitada.

### **1.5 Enquadramento Tributário**

O enquadramento tributário irá abordar o âmbito federal para conhecimento de quais os tributos que a empresa precisa recolher é a Simples Nacional e tem limite de faturamento anual de R\$ 4.8 milhões.

O CNAE principal da empresa é 5620-1/04 Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada para consumo domiciliar.

### **1.6 Âmbito Federal**

Os tributos que a empresa precisa recolher são: IRPJ - Imposto de Renda Pessoa Jurídica, CSLL - Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido, PIS - Programa de Integração Social, COFINS - Contribuição Para Financiamento da Seguridade Social, CPP - Contribuição Previdenciária Patronal, ISS - Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza.

### **1.7 Capital Social**

O capital social da Saúde & Bem-Estar Alimentação será formado a partir de duas sócias, a divisão será:

Sócia Daiane Maria 1 – 50% participação - R\$ 40.000,00

Sócia Gleizi Oliveira 2 – 50% participação - R\$ 40.000,00

O valor total do investimento será de R\$ 80.000,00.

## 1.8 Fontes dos Recursos

A fonte de recursos da empresa provém dos investimentos das sócias, esse valor será utilizado para a compra dos equipamentos, móveis, gasto com as licitações para abertura da empresa e terá uma parte do investimento para o capital de giro para auxiliar a empresa nos primeiros meses da empresa.

## 1.9 Core Business

O *core Business* tem como sua formação os tópicos de Missão, Visão e Valores, sendo eles fundamentais para a consolidação dos ideais da empresa, sendo descrito:

### Missão

A missão da empresa é desenvolver uma alimentação saudável e saborosa dentro dos padrões de qualidades, proporcionando mais praticidade, rapidez e benefícios nas vidas das pessoas.

### Visão

Ser uma empresa de referência no setor de alimentação *saudável*, visando a saúde e o bem estar de nossos clientes, colaboradores e fornecedores, proporcionando qualidade em nossos serviços e credibilidade.

### Valores

- Saúde
- Praticidades
- Qualidade
- Inovação
- Comprometimento
- Ética

## 1.10 Setor de Atividade

A Sabor & Bem Estar Alimentação englobado no setor terciário da economia tem como ramo de atividade a prestação de serviços na área alimentícia, esse setor possui um alto grau de desenvolvimento econômico, pois conforme o MIDC (Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços), o setor terciário tem uma participação bem expressiva auxiliando o país na economia, visto que é uma área que tem crescido e se desenvolvido em relação às demais áreas.

## **2 Análise Estratégica e de Mercado**

Neste capítulo será feita a análise estratégica abrangendo os fatores que compõem Cenário Macroambiente. Este é um processo essencial a ser feito quando se está planejando abrir uma empresa, pois é preciso conhecer o mercado e o que há de oportunidade, além de identificar ameaças futuras.

### **2.1 Cenário Macroambiental**

O macroambiente envolve tudo que é externo a empresa sendo incontrolável, são as forças demográficas, econômicas, naturais, tecnológicas, políticas e culturais, esses fatores é que influenciam as empresas e o mercado, por exemplo, uma mudança no estilo de vida dos consumidores atinge o mercado em que elas atuam o que exige uma adaptação para atingir o novo público..

Segundo Kotler e Keller (2006 p. 76) “os fatores macroambientais, são fatores que não são controlados pelas pessoas e sim é o que vai acontecendo conforme vai surgindo novas leis, novas tendências, fatores ambientais e assim por diante”.

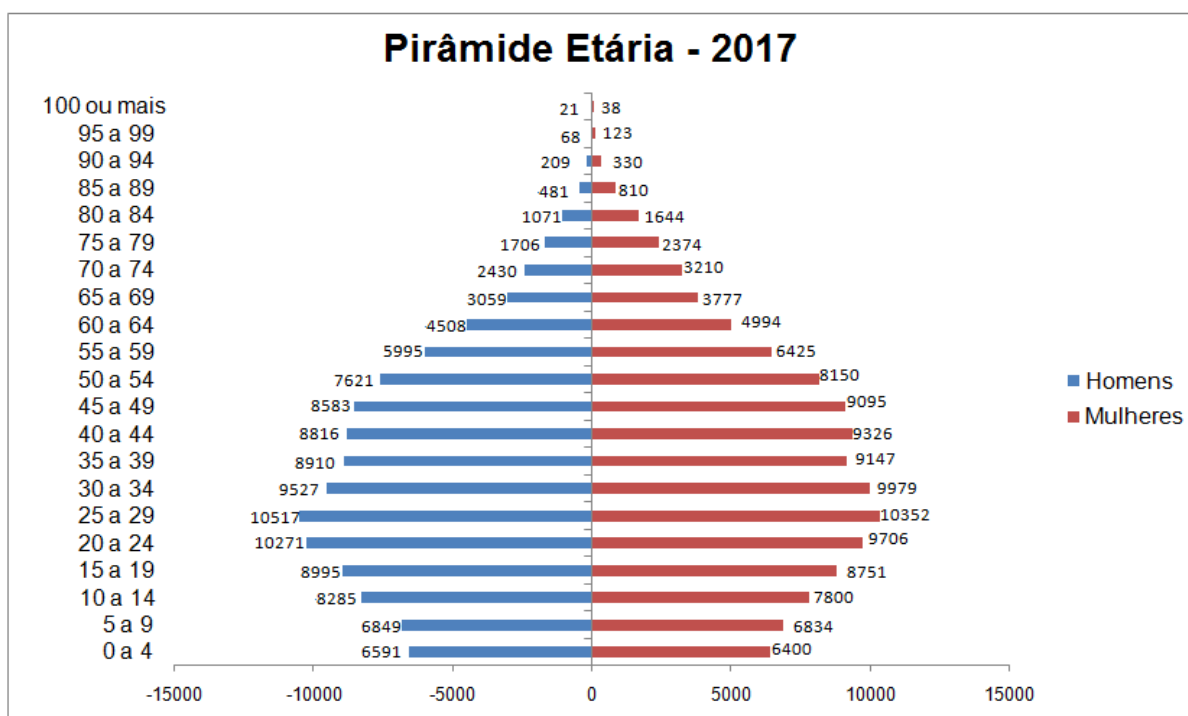
O cenário Macroambiental é de grande importância para as empresas para conseguir compreender o cenário atual do mercado além de definir os fatores positivos e negativos da empresa.

#### **2.1.1 Fatores Demográficos**

Conforme Cobra (1992, p.129) “o ambiente demográfico é estudado para compreender a população e o mercado, já que são as pessoas que mantêm o mercado, a análise é feita em cima de dados estatístico como faixa etária, sexo e etnia”.

Como a demografia irá determinar o que pode ou não afetar a empresa, é importante que seja estudado e compreendido pelo administrador da empresa da melhor forma possível.

Figura 1 Pirâmide Etária de Americana em 2017



Fonte: Adaptado do perfil sócio econômico da cidade de Americana 2017

Conforme a pirâmide etária figura 1 o público alvo da empresa são pessoas na faixa etária acima de 20 anos, já que essa é a idade de quem procura mudar o estilo de alimentação, optando pelo saudável e prático.

A tabela 1 retirada do informativo socioeconômico da cidade de Americana tem os segmentos da cidade e a quantidade de empresas cadastradas no município para análise da viabilidade da empresa.

Tabela 1 Segmentos de empresa na cidade de Americana em 2017

SEGMENTOS	2013	2014	2015	2016	2017
Açougues, peixarias	210	224	234	234	237
Autopeças e acessórios	920	914	940	949	970
Bar, lanchonete, mercearia, quitanda/emp./pastel.	1.889	1.929	1.811	1.830	1873
Combustíveis	103	103	107	105	106
Discos, fitas fonográficos	098	098	104	101	99
Bomboniere/Doceria/Rotisserie	166	172	173	182	180
Farmácia, drogaria, perfumaria.	142	613	624	666	703
Floricultura	099	133	106	112	114
Gás liquefeito de petróleo	107	096	098	097	101
Livraria, papelaria, jornais e revistas.	329	445	447	468	477
Máq. Equipa/escr./aparel./óculos/aros	122	070	082	080	086
Materiais eletro-eletrônicos/comunicações	890	547	602	617	626
Material construção	570	452	508	526	550
Mobiliário	237	405	412	432	449
Panificadora, confeitaria	247	269	304	318	332
Produtos alimentícios /bebidas diversos	511	776	334	377	409
Produtos químicos	273	191	215	241	249
Restaurante, churrascaria, pizzaria.	630	611	701	789	848
Supermercados	098	146	155	153	156
Tecidos, artigos de tecidos.	336	506	492	504	514
Veículos	487	466	368	376	387
Vestuário, calçados	2.401	2.713	2.729	2.769	2825
Outros comércios	4.144	3.232	3.935	6.002	4340
<b>TOTAL</b>	<b>15.009</b>	<b>15.113</b>	<b>15.481</b>	<b>17.928</b>	<b>16.631</b>

Fonte: informativo sócio econômico da cidade de Americana de 2017

Na cidade de Americana o ramo alimentício é segmentado por panificadoras e confeitarias; produtos alimentícios e bebidas diversas; restaurantes, churrascarias, pizzaria e supermercados, isso mostra a quantidade de concorrentes que a empresa irá ter, alguns são diretos, outros indiretos e outros são substitutos.

O ramo alimentício é concorrido conforme demonstrado na tabela 1 porém as novas tendências e o mercado hoje exigem que as empresas tenham cada vez mais diferenciais competitivos.

### 2.1.2 Fatores Econômicos

Os fatores econômicos estão em constante movimento empresas podem sofrer grandes mudanças, como o aumento de demanda ou danos irreparáveis rapidamente, como proibições de uso de matéria prima e mudanças na legislação.

Segundo Cobra (1992, p. 132) “o ambiente político é constituído de pessoas que são as responsáveis por fazer o mercado funcionar sendo de grande importância para as estratégias da empresa, já que é o fator de crescimento econômico.”

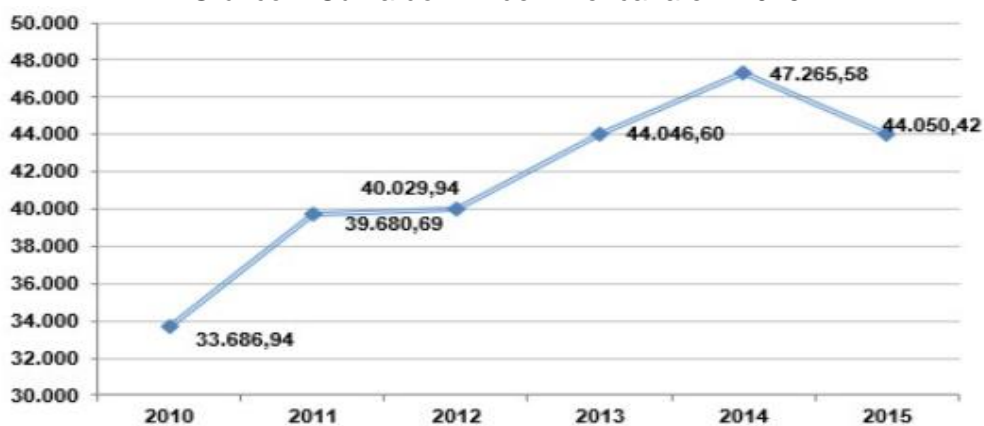
A tabela 2 e gráfico 1 é o PIB - Produto Interno Bruto de Americana do ano de 2010, demonstrando a variação econômica da cidade nos anos de 2010 ao de 2015.

Tabela 2 PIB da cidade de Americana ano de 2015

Ano	PIB	PIB Per Capita
2010	7.097.871,00	33.686,94
2011	8.443.694,00	39.680,69
2012	8.601.353,00	40.029,94
2013	9.890.709,00	44.046,60
2014	10.727.869,00	47.265,58
2015	10.101.729,32	44.050,42

Fonte: Prefeitura Municipal de Americana

Gráfico 1 Curva do PIB de Americana em 2015



Fonte: Prefeitura Municipal de Americana

Tabela 3 Setores de atividade

ATIVIDADE	2016		2017	
	A	E	A	E
INDÚSTRIA	125	055	117	050
CONFECÇÕES	076	026	104	031
COMÉRCIO	823	257	785	286
SERVIÇOS*1	1.951	505	2.060	547
AMBULANTES	131	009	071	016

A= abertura/ E = encerramento.L

\*1 Serviços e Autônomos

Fonte: Secretaria de Fazenda - Cadastro de Atividades.

Conforme a tabela 3 retirada do informativo sócio econômico da cidade de Americana é a relação de abertura e fechamento de empresas entre os anos de 2016 e 2017, observa-se que o setor de serviços é o que mais está crescendo e se desenvolvendo na cidade, afinal é um setor importante para a economia do país.

### **2.1.3 Fatores Naturais**

Segundo Cobra (1992, p. 135) “o ambiente natural não é controlado pelas pessoas e sim é algo que surge podendo auxiliar a empresa ou prejudicá-la, um exemplo é a queda das temperaturas que auxilia a venda de roupas de frio.”

O que pode atingir a empresa do ramo alimentício são as disponibilizações das matérias primas em determinada época do ano, visto que existe épocas específicas para a colheita dos alimentos.

Outro fator que pode atingir a empresa do ramo são as pragas que destroem as plantações e o clima pode influenciar no valor das matérias primas fazendo com que tenham elevação de preços.

### **2.1.4 Fatores Tecnológicos**

As empresas buscam aprimorar suas tecnologias para ter um melhor posicionamento no mercado, utilizando novas técnicas para desenvolver produtos ou serviços mais eficientes, incluindo maquinários e mídias digitais.

Conforme Cobra (1992, p.136) “o ambiente tecnológico vem para as empresas como forma de inovação não só no setor de produção mais no marketing com as ferramentas de relacionamento com o cliente”.

A empresa terá acesso às redes sociais e um site para passar informações aos clientes como, serviços prestados, contato, horário e local de atendimento, parceiros, dentre outras divulgações.

A empresa precisará de alguns equipamentos como dois computadores, uma impressora, telefone fixo, smartphone e uma seladora\*, além de ter um sistema interno de gestão para poder controlar os gastos com cada serviço.

### **2.1.5 Fatores Político-Legais**

Os fatores político-legais envolvem leis e normas, podendo afetar a empresa de duas formas, a primeira seria criando leis que beneficiam a empresa e o empresário, já a segunda seria criando ou mudando leis, as deixando mais rígidas e exigentes, fazendo com que a empresa precise se adequar, prejudicando processos e produtos.

Conforme Cobra (1992, p. 137) “são as influências das leis para o desenvolvimento da empresa, podendo restringir a empresa ou não, como leis do consumidor, de propaganda e assim por diante”.

O setor alimentício precisa seguir leis que regulamentam a área, como forma de manusear os alimentos e armazenar os alimentos. Na Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999 são abordados temas de padrão de higiene e fiscalização de produtos, para reduzir riscos de saúde.

Art. 1º Art. 1º O Sistema Nacional de Vigilância Sanitária compreende o conjunto de ações definido pelo § 1º do art. 6º e pelos arts. 15 a 18 da Lei nº 8.080, de 19 de setembro de 1990, executado por instituições da Administração Pública direta e indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, que exerçam atividades de regulação, normatização, controle e fiscalização na área de vigilância sanitária. LEI 9782

Por mais que os alimentos sejam escolhidos e comprado pelos clientes é de extrema importância que o profissional de nutrição ou gastronomia saibam manusear o alimento para manter a qualidade.

Como a empresa irá trabalhar com um plano de contingência em relação a épocas de isolamento social, será necessário ela se enquadrar em alguns quesitos da Anvisa, as leis estão apresentadas no anexo A.

### **2.1.6 Fatores Culturais**

Conforme Cobra (1992, p. 137), “o fator cultural é o que influencia as pessoas a comprarem, já que hoje as influências vêm da religião, cultura, experiências pessoais ou de pessoas próximas.”

Como a cultura demonstra ser um fator que auxilia na decisão de compra do consumidor, é de grande importância que a empresa estude e analise esse aspecto para montar suas estratégias.

O fator cultural pode se tornar um auxílio para o mercado, pois cada pessoa tem seu conceito formado, sendo determinado por religião, local, ideais e costumes. Como a cultura pode ser modificada com o tempo, é importante ter conhecimento dessa informação a ponto de auxiliar a empresa a crescer.

As pessoas compram ou contratam serviços conforme suas necessidades e desejos, filtrando por experiências pessoais e indicações, portanto, manter uma boa postura é essencial.



Segundo o site Estado de Minas, aproximadamente 55,7% da população do Brasil está acima do peso. O excesso de peso ou obesidade podem desencadear doenças graves como, diabetes e hipertensão.

A OMS prevê que cerca de 75 milhões de crianças estarão com sobrepeso e obesidade. Nos adultos esse número pode chegar à 700 milhões obesos e 2,3 bilhões com sobrepeso.

## **2.2 Fatores Chave de Sucesso e Desafios da Empresa**

Os fatores chaves de sucesso da empresa é o que fará sobressair-se em relação às concorrentes, como qualidade dos serviços, atendimento especializado e focado no cliente.

Já desafios, são os fatores em comum com seus concorrentes sendo esses os quais a empresa precisa melhorar e se diferenciar do mercado para crescer e se tornar líder.

Fatores chaves de sucesso da Saúde & Bem Estar Alimentação é ser focado na qualidade de serviços prestados, no bom atendimento ao cliente além de propor um serviço diferenciado e focado na praticidade que a empresa oferece aos seus clientes.

Já os maiores desafios é a redução de custo sem perder a qualidade, além dos concorrentes que a empresa terá.

## **2.3 Estudo do Público-Alvo**

O estudo do público alvo visa auxiliar a empresa a identificar quais são seus possíveis consumidores e como chegar até eles.

O público alvo da Sabor & Bem Estar Alimentação são pessoas que estão à procura de um estilo de vida mais saudável, independente se está com problemas de saúde ou não.

O público alvo da empresa terá oscilação, pois ela pode fornecer serviços para pessoa que more sozinha ou para uma família, podendo assim atender todas as faixas etárias, por isso o cardápio da Saúde & Bem Estar Alimentação será variado e nutritivo conforme as necessidades do cliente.

Conforme relatado no fator cultural, o Brasil tem uma porcentagem grande de pessoas e crianças acima do peso, portanto é de extrema importância uma alimentação saudável e equilibrada, principalmente por questões de saúde.

Como tudo passa por evoluções, o Brasil tem passado por transições cada vez menos pessoas cozinham em casa, antigamente, era comum no café da manhã, almoço e janta se reuniam à mesa para se alimentarem, hoje muitas famílias não conseguem tempo para cozinhar e juntar-se para as refeições, devido ao horário das atividades do dia a dia serem diferentes, como jornada de trabalho, faculdade, escola. Por tanto, tem crescido a procura por compras de marmitas prontas e em algumas ocasiões em que a família tem poder aquisitivo melhor, contrata-se cozinheira.

O objetivo da empresa é oferecer uma cozinheira em domicílio, para facilitar o acesso às marmitas, porém mais naturais e não é necessário pagar uma cozinheira mensalmente. O cliente contrata o serviço e a cozinheira faz as marmitas. O consumidor só contrata novamente quando o estoque acabar. (Passos, 2020)

## **2.4 Comportamento do Cliente**

O cliente da Saúde & Bem Estar Alimentação é a pessoa que está buscando mudanças de hábitos alimentares ou que não tem disponibilidade para cozinhar, o número de pessoas que buscam melhor a qualidade de vida cresceu nos últimos anos, e o mesmo ocorre com a quantidade de empresas que abrem dessa área visto que em uma notícia do Sebrae de 2019 já era previsto que a alimentação saudável poderia abrir novas oportunidades, no anexo B estará a notícia completa.

Conforme a OMS - Organização Mundial da Saúde, prevê que cerca de 75 milhões de crianças estarão com sobrepeso e obesidade. Nos adultos esse número pode chegar à 700 milhões obesos e 2,3 bilhões com sobrepeso.

Conforme uma pesquisa da Akatu - Panorama do consumo consciente no Brasil (2013) quando as pessoas consomem produtos orgânicos ela auxilia sua saúde e ao meio ambiente.

Outra forma de analisar o comportamento de cliente é a quantidade de pessoas veganas e vegetarianas que cresceu de acordo com o Ibope publicado em 2018, tendo em torno de 30 milhões de pessoas que se representa como vegetariano ou vegano.

## **2.5 Segmentação de Mercado**

A segmentação de mercado consiste no estudo e pesquisa de um determinado mercado consumidor, com o objetivo de dividi-lo em grupos com expectativas semelhantes e necessidades em comum para, então, escolher qual será o público-alvo mais adequado para os negócios de uma empresa. (Lamb 2004)

A segmentação de mercado comportamental é através da forma em que os clientes vão interagir com os produtos, portanto a empresa deve ter como foco as pessoas que buscam se alimentar de maneira saudável e quem já se alimenta de maneira saudável.

## 2.6 Pesquisa de Mercado

Conforme Kotler e Keller (2006, p.98) “a pesquisa de mercado é definida como a coleta de dados, análise e edição de relatórios de dados e descobertas relevantes sobre uma situação específica que uma empresa está passando.”

A pesquisa de mercado foi desenvolvida através da plataforma Google Formulários, como forma de atingir o maior número possível de entrevistados, visto que hoje a melhor forma de fazer uma pesquisa hoje, é pela internet.

A pesquisa foi realizada com 101 pessoas em Americana e região, com cliente em potencial. Na pesquisa foram abordados temas como, se deseja ter uma alimentação mais saudável, se mora sozinho, se gostaria de que uma pessoa fosse em sua residência cozinhar, dentre outras questões.

Como a empresa precisa conhecer seu potencial cliente e se ele procura por uma alimentação saudável, das 101 respostas 87,1% das respostas busca ter um estilo de vida mais saudável, gráfico 2, outra pergunta fundamental para a empresa é se compraria comida congelada, gráfico 3, das respostas 76,2% comprariam, 10,9% não comprariam e 12,9% talvez comprariam. Outra pergunta é se contrataria uma pessoa para cozinhar e congelar a comida na casa do cliente, gráfico 4, das respostas, 63,4% contrataria uma cozinheira para ir à casa 14,9% não contrataria e 21,8% talvez contrataria.

Gráfico 2 Busca Por um Estilo de Vida Mais Saudável

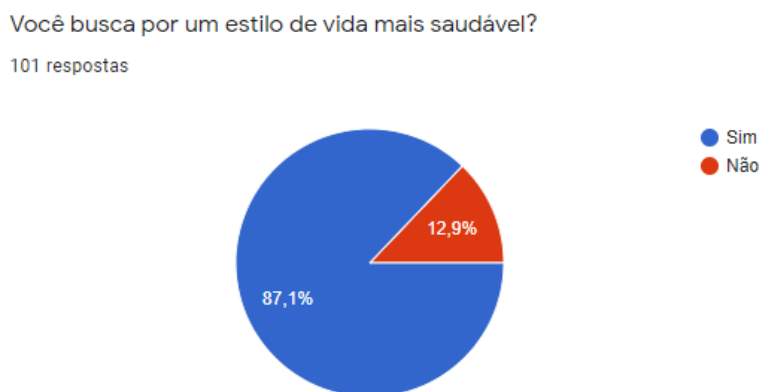
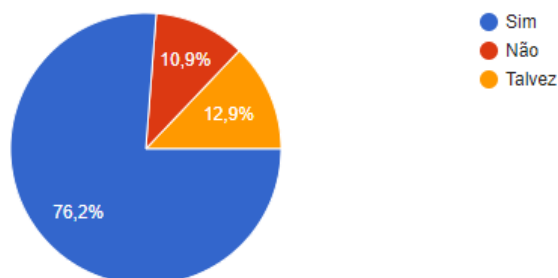


Gráfico 3 Adesão por Refeições Saudáveis

Você compraria refeições saudáveis congeladas?

101 respostas

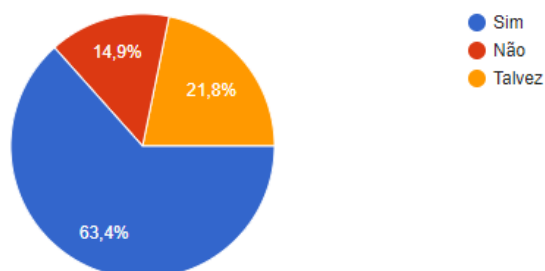


Fonte: Daiane e Gleizi

Gráfico 4 Adesão na Contratação de um(a) Pessoa para Cozinhar em Sua Casa

Você contrataria uma pessoa para cozinhar e congelar comida na sua casa?

101 respostas



Fonte: Daiane e Gleizi

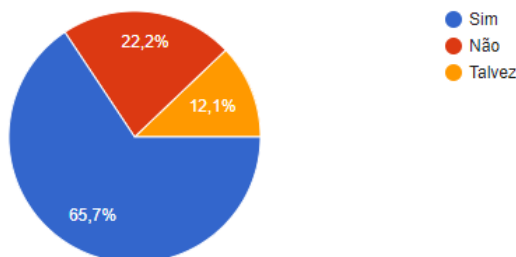
Além dessas perguntas para a empresa, é fundamental analisar outros aspectos como se o cliente faz constantes eventos, conforme o gráfico 5, e se o cliente contrataria o serviço de chef à domicílio para preparar um jantar para poucas pessoas, e 65,7% das respostas são positivas. No Apêndice A segue os gráficos da pesquisa completa.

Conforme a pesquisa de mercado os dados foram positivos para a empresa, pois os serviços terão a adesão dos potenciais cliente e a empresa poderá dar continuidade ao plano de negócio.

### Gráfico 5 Adesão para a Contratação de um Chefe, para Eventos Pequenos

Você contrataria serviço de chefe a domicilio para preparar um jantar para poucas pessoas?

101 respostas



Fonte: Daiane e Gleizi

## 2.7 Estudo dos Concorrentes

Conforme Las Casas (2007, p. 115) “os concorrentes são empresas do mesmo ramo que atua no mesmo mercado, sendo assim concorrência direta.”

Os concorrentes da Saúde & Bem Estar Alimentação são empresas que atuam no ramo alimentício de comidas saudáveis, tanto que fazem comidas em domicílio, quanto que fazem *delivery*.

Os concorrentes serão empresas que atendem a cidade de Americana e Região, foi feito uma pesquisa para avaliar os possíveis concorrentes, e foram selecionadas 5 empresas do ramo, no Apêndice B encontrasse a tabela com uma breve análises dos pontos positivos e negativos, sendo elas:

- Dona Marô. Culinária Saudável
- Levye Alimentação Saudável
- Congelados do Bem
- Manjericão - Culinária Saudável
- Mr Fit Fast Food Saudável

Por mais que a Saúde & Bem Estar Alimentação irá concorrer em um mercado do qual possui diversas empresas estruturadas, a organização terá alguns diferenciais como montar um cardápio conforme a alimentação do cliente, terá um atendimento diferenciado sendo flexível e irá contar com funcionários especializados e serviços de qualidade.

## 2.8 Estudo dos Fornecedores

O estudo dos fornecedores é necessário para que a empresa consiga encontrar fornecedores de qualidade e que possuem valor mais em conta, porém é importante

que essa análise seja feita minuciosamente para que no futuro não haja problema, o poder de barganha dos fornecedores é mediana se levar em consideração que não região existe mais de uma empresa que fornece o mesmo produto.

Como a empresa irá precisar apenas de embalagens de plástico para embalar as marmitas e congelá-las na região tem diversas empresas que pode fornecer os mesmos produtos

Alguns fornecedores da região são os atacados como Higa, Atacadão, tem as empresas de suprimentos para festas como a Estoril Sol e a Manduri Festas.

Outros fornecedores para a empresa são os de uniformes, e dos equipamentos e mobiliários para o escritório da empresa, porém em relação a esses fornecedores a competitividade entre empresas é menor, pois na região tem diversos fornecedores de uniformes como Kavitioli, Pertuti, Riam e outras empresas, para equipamentos e mobiliário, tem a Magazine Luiza, Casas Bahia, lojas de informática, portanto a empresa pode pesquisar e comprar onde ela tiver um poder de barganha melhor.

### 3 Avaliação Estratégica

A avaliação estratégica visa auxiliar a empresa a identificar qual a melhor medida a ser tomada, com base na análise da matriz SWOT, que é o estudo das forças e fraquezas das oportunidades e ameaças que possam surgir ao longo da criação da empresa.

No capítulo a seguir encontra-se a matriz SWOT da empresa Saúde & Bem Estar Alimentação com todos os pontos para analisar a viabilidade de abertura da empresa.

#### 3.1 Análise da Matriz F.O.F.A (SWOT)

Conforme Kotler e Keller (2006, p.50 e 51) “a análise SWOT é o estudo do ambiente interno e externo da empresa, muito utilizado, pois analisa as forças e fraquezas da empresa e as oportunidades e ameaças.” A figura 2 é a matriz SWOT da Saúde & Bem Estar Alimentação, logo abaixo da figura 2 é possível ver uma breve descrição de cada item.

Figura 2 SWOT

AMBIENTE INTERNO	PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
	FORÇAS	FRAQUEZAS
	Praticidade Serviços de qualidade Prestação de serviços a domicilio Diversidade de cardapios Atendimento personalizado	Pouco tempo de mercado Poucos recursos Poder de barganha do consumidor
AMBIENTE EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	Mudanças dos hábitos alimentares Poder econômico dos clientes devido a região Flexibilidade de atendimento em outras cidades Crescimento do setor de bebidas e alimentos saudáveis Tendências para pratos customizados	Fácil entrada de novas empresas Crise econômicas Serviços poucos conhecidos Delivery de marmitas

**Forças fazem parte da análise do ambiente interno da empresa.**

- **Praticidade:** A empresa deixa com que o cliente decida se ele prefere efetuar a compra da matéria prima ou se ele prefere que a empresa compre.
- **Prestação de serviços em domicílio:** Com cliente recebendo a cozinheira em sua casa, poderá acompanhar todo o preparo do alimento além de poder tirar dúvidas sobre a hora de esquentar, quantos dias pode ficar congelado.
- **Diversidade de cardápios:** A empresa irá conversar com o cliente para conhecer os hábitos alimentares e suas preferências para então montar o cardápio para ele.
- **Atendimento personalizado:** Para cada cliente, um atendimento, sempre focando na necessidade e como a empresa pode ajudá-lo.

**Fraquezas fazem parte da análise do ambiente interno da empresa.**

- **Pouco tempo de mercado:** Isso pode fazer com o cliente perca o interesse, pois as pessoas têm a tendência de procurar consumir de empresas já consolidadas no mercado.
- **Poucos Recursos:** Por se tratar de uma nova empresa ela acaba tendo poucos recursos tanto financeiros, como mão de obra e até mesmo de equipamentos.
- **Poder de barganha do consumidor:** O consumidor pode querer negociar os valores por se tratar de uma novidade no mercado, pois hoje existem empresas que fazem delivery (entregas) e a Saúde & Bem Estar Alimentação irá na casa do cliente sendo um serviço diferente na região.

**Oportunidades fazem parte da análise do ambiente externo da empresa.**

- **Mudanças dos hábitos alimentares:** É uma oportunidade, pois vem das pessoas e é externo à empresa, no decorrer do plano de negócios é apresentado algumas notícias sobre essas mudanças.
- **Poder econômico dos clientes devido a região:** Como a cidade de Americana está em uma região considerada desenvolvida e próximo a grande cidade como Campinas e Piracicaba, acaba se tornando uma oportunidade para a empresa.
- **Flexibilidade de atendimento em outras cidades:** Conforme a localização da empresa é possível que ela consiga atender as cidades da região.



- **Crescimento do setor de bebidas e alimentos saudáveis:** As pessoas têm comprado cada vez mais produtos orgânicos, independentemente do valor, isso ocorre, pois, as pessoas têm pensado em sua saúde como prioridade.
- **Tendências para pratos customizados:** As pessoas procuram cada vez mais comer comidas diferentes para sair da rotina, fazendo com que a empresa tenha isso como oportunidade.

**Ameaças fazem parte da análise do ambiente externo da empresa.**

- **Fácil entrada de novas empresas:** O investimento para abrir empresas do ramo alimentício é considerado baixo.
- **Crise econômica:** Pode fazer com que as pessoas deixem de comprar comida de terceiros e comecem elas mesmas a cozinhar.
- **Serviços poucos conhecidos:** Como a empresa é nova, é normal que as pessoas não conheçam o tipo de serviços que ela oferece.
- **Delivery de marmitas:** as pessoas podem preferir a entrega de comida a contratar alguém para fazer as comidas em sua residência.

## **4 Plano de Marketing**

O plano de marketing é o responsável por trazer clientes para a empresa, pois as ações de promoção ocorrem de forma fluida e rápida, porém com qualidade para compreensão.

Nos próximos capítulos será possível encontrar a descrição de serviços da empresa Saúde & Bem Estar Alimentação, estratégia de precificação, estratégias promocionais, estrutura de comercialização e a localização da empresa.

### **4.1 Descrição dos Principais Produtos e Serviços**

Os serviços da Saúde & Bem Estar Alimentação serão divididos em duas opções de contratação, podendo o cliente optar pelo qual se enquadra sua necessidade.

#### **Opção 1**

**Chefe refeição:** O chefe é contratado para preparar as refeições e armazená-las de maneira correta na casa do cliente.

Nessa opção o cliente terá o chefe pelo período de 4 horas, o mesmo irá preparar em média 40 refeições conforme o cardápio do cliente.

#### **Opção 2**

**Chefe evento:** o cliente poderá contratar os serviços em domicílio para fazer o preparo das refeições exclusivamente para eventos pequenos, como por exemplo, um almoço de família ou jantar romântico, tendo como máximo no início, eventos com capacidade de 10 pessoas.

Sendo que para as duas opções caberá ao cliente escolher em comprar a matéria prima e se for eventos alugar os equipamentos, caso o cliente não tenha disponibilidade poderá optar por deixar a cargo da empresa, tendo um adicional no contrato.

O chefe será responsável em elaborar o cardápio junto ao cliente, preparar, servir em caso de evento, terá um auxiliar e por toda limpeza do ambiente da cozinha.

No capítulo 6.6 Estimativa do Custo Unitário do Serviço tem a tabela 10 a qual tem um cardápio criado para simular o custo unitário da opção 1 chef a domicílio.

### **4.2 Estratégia de Contingência**

O plano de contingência é considerado uma prevenção em épocas de crise. A empresa tem o projeto de abrir em janeiro de 2021, foi desenvolvido um fluxo de caixa da mesma já com o início estipulado.

A estratégia de contingência tem como objetivo auxiliar a empresa em surgimento de crise, como o país e o mundo está passando por pandemia relacionado a saúde pública, é importante que a empresa crie medidas de contingência, caso surja alguma crise, a empresa precisará se adequar para manter as atividades.

A empresa irá atuar de uma forma diferente em épocas assim, ela prepara as refeições congeladas em seu estabelecimento e será associado com serviços de entrega nas residências de seus clientes.

No serviço Chefe evento, a empresa prepara as refeições da ocasião em seu estabelecimento e encaminhará para a casa do cliente, junto com um manual de passo a passo de como preparar e servir em caso de dúvidas disponibilizar assistência online ou por telefone.

#### 4.3 Estratégia de Precificação

A precificação dos produtos ou serviços é levada em conta todo o material, tempo, conhecimento, equipamentos, insumos, mão de obra, capital, instalação e fornecedores utilizados durante o processo, para então determinar um valor. Porém não acaba nisso, é de suma importância que a empresa pesquise no mercado os produtos e/ou serviços semelhantes para comparação para não ficar com um valor muito abaixo para não ter prejuízo, como não praticar um valor alto e não ter clientes, é preciso que a empresa pratique um valor acessível para o público alvo e para o mercado.

A Saúde & Bem Estar Alimentação possui dois modelos de serviços, que estarão descritos em uma tabela, no subcapítulo 4.1 tem a descrição dos serviços e o que cada um faz.

Tabela 4 Preço dos Serviços

<b>Tabela de Preço</b>		
	<b>Quantidade de refeições</b>	<b>Embalagem + Mão de obra</b>
<b>Chefe refeição</b>	40	R\$ 300,00
*Quantidade de refeições e valor poderá sofrer alteração conforme o cardapio		
	<b>Quantidade de Pessoas</b>	<b>Mão de Obra</b>
<b>Chefe evento</b>	10	R\$ 650,00
* Valor poderá sofrer alteração conforme o cardapio		
**Caso ultrapasse a quantidades de pessoas o valor terá adicional conforme o contrato		

Fonte: Daiane e Gleizi

#### 4.4 Estratégias Promocionais

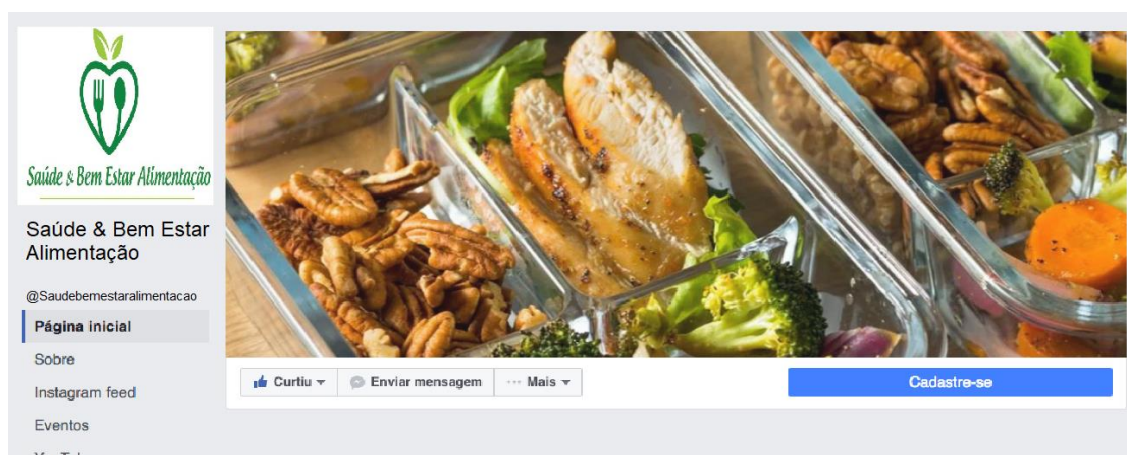
A estratégia da empresa é a forma em que ela atende irá se comunicar com o cliente, pois a empresa terá um escritório físico para prestar atendimento e possíveis reuniões para saber quais serviços querem adquirir para atender às necessidades, disponibilidades de datas e horários, formas de pagamento e o que for essencial para concretização do contrato. Os agendamentos poderão ser feitos por telefone, e-mail e afins.

A Saúde & Bem Estar Alimentação deverá ficar sempre atenta ao que os clientes estão pensando com o desempenho dos serviços, principalmente no atendimento e na qualidade, considerando as sugestões e reclamações da pós venda para que tudo seja melhorado.

Já a comunicação externa da empresa será feita por telefone e principalmente pelas mídias sociais como Instagram, Facebook, site e WhatsApp, sendo possível encontrar os horários de atendimento, localização, serviços e outras informações necessárias da empresa.

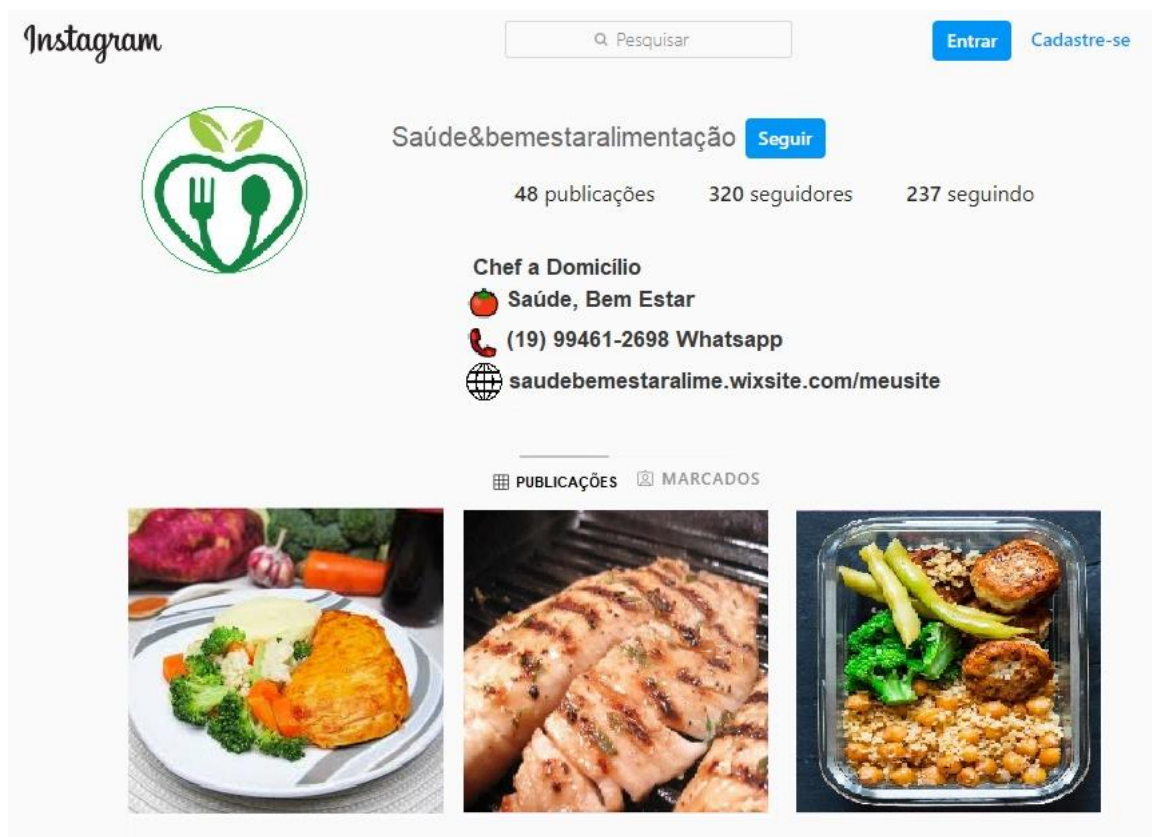
A empresa terá uma página do Facebook figura 3 para divulgação dos serviços e marketing da empresa, além da página do Instagram figura 4, o site da empresa é a forma corporativa de divulgação da empresa e a descrição minuciosa dos serviços figura 5.

Figura 3 Página do Facebook



Fonte: Daiane e Gleizi

Figura 4 Instagram



Fonte: Daiane e Gleizi

Figura 5 Site da Empresa



Fonte: Daiane e Gleizi



## 5 Plano Operacional

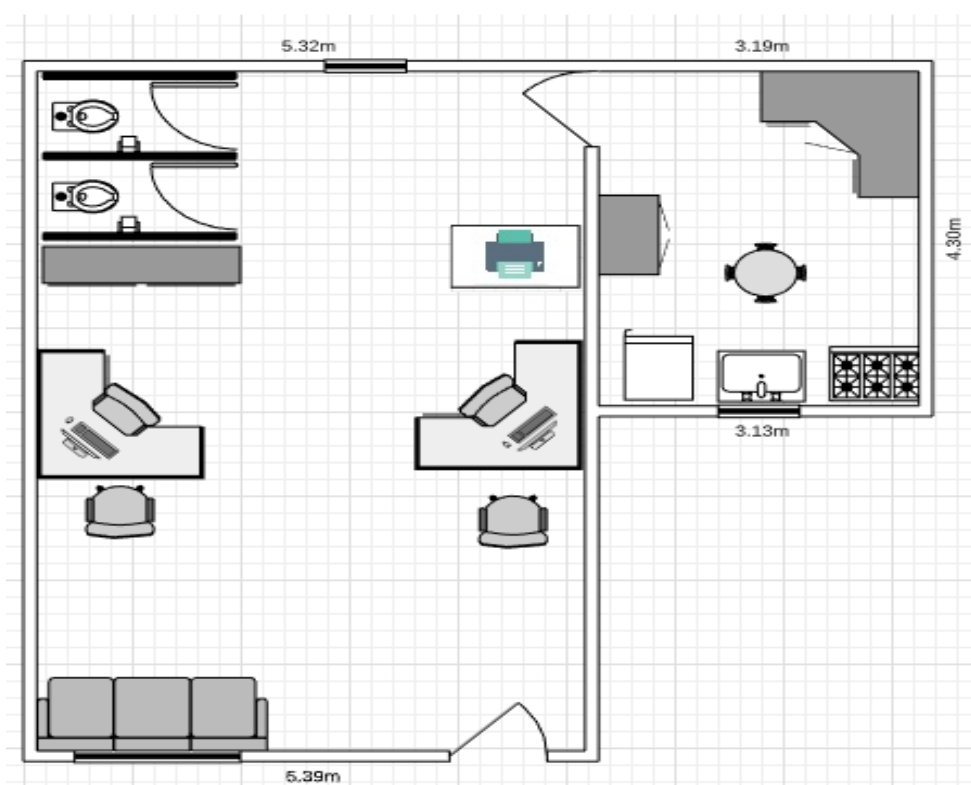
O plano operacional irá abordar como funciona as operações dentro da Saúde & Bem Estar Alimentação, como, layout do arranjo físico, capacidade produtiva, processos operacionais e necessidade de pessoal.

O plano operacional será a abordagem que a empresa terá para fazer o serviço no tempo estipulado e ter um melhor desempenho.

### 5.1 Layout do Arranjo Físico

O layout da empresa é o escritório onde será feito o atendimento aos clientes, pois todo o serviço será feito na casa do cliente, então a empresa precisa ser organizada e limpa para poder encontrar os utensílios certos para cada atendimento.

Figura 7 Layout da Empresa



Fonte: Daiane e Gleizi

A figura 7 representa a planta baixa da Saúde & Bem Estar Alimentação, a empresa tem uma sala de espera para os clientes ficarem acomodados, serão duas mesas para atendimento, a empresa terá dois banheiros e uma cozinha para uso próprio e futuramente para expansão da empresa.

## 5.2 Capacidade Produtiva

A capacidade produtiva da Sabor & Bem Estar Alimentação é diferente em relação a restaurantes, pois o serviço será feito na casa do cliente, também disponibilizado o tempo de serviço conforme a opção contratada variando de 4 à 6 horas, pois irá depender fundamentalmente do que será preparado, e a quantidade.

A empresa tem duas opções de serviços, a primeira é de produzir marmitas e congelá-las para o cliente e a segunda opção de serviço é de cozinha em pequenos eventos.

Na opção 1, a cozinheira terá em média de 4 horas para produzir as 40 refeições contratadas, porém a empresa fica dependente do cliente escolher qual cardápio ele vai querer, pois algumas refeições demoram mais que outras.

A cozinheira consegue atender 2 casas por dia do serviço de Chefe Refeição totalizando 8 horas de serviços 4 horas em cada casa, sendo possível fazer em média 80 marmitas, 40 para cada cliente, mensal a empresa consegue atender 60 clientes.

Já em relação a segunda opção, a empresa terá mais tempo para preparar as refeições, como será um evento e a empresa é quem irá montar as refeições que serão servidas, tudo tem que estar preparado até a hora de início do evento, sendo que para essa opção a empresa tem a disponibilidade de tempo de 6 horas.

Em relação ao Chefe eventos, é possível atender em média de 10 eventos por mês, como as refeições são feitas conforme a quantidade de convidados, não é possível mensurar.

## 5.3 Processos Operacionais

Os processos operacionais englobam a parte de produção da empresa, sendo a responsável em transformar a matéria prima em produtos ou serviços.

O processo de transformação da Saúde & Bem Estar Alimentação é a transformação da matéria prima (Alimentos) em refeições saudáveis, os clientes da empresa terão duas opções de serviços que podem ser contratados, e conforme a escolha, a empresa terá um processo.

Caso o cliente escolha a opção chef refeição, pois serão feitas marmitas para congelar. A quantidade de marmitas dependerá de duas variáveis, a primeira é o tempo contratado, a segunda variável é o cardápio escolhido.

Caso o cliente escolha a opção *personal* chef, os processos são diferentes, pois será preparado um cardápio específico, a quantidade contratada é a relação de pessoas



que irão ao jantar ou almoçar na casa do cliente. Assim cozinheira terá mais tempo para cozinhar, a única variável é aparecer convidados de última hora.

#### **5.4 Necessidade de Pessoal**

Toda empresa tem a necessidade de pessoal, seja da área de serviços ou produção de bens, portanto é de suma importância que tenha conhecimento do que precisa para fazer a contratação de maneira eficaz, pois é esse pessoal que faz a empresa progredir.

Como a empresa é uma prestadora de serviços, precisa-se que seus colaboradores tenham empatia, sejam responsáveis, proativos e com experiência na área, principalmente em relação ao cozinheiro.

A Saúde & Bem-Estar Alimentação no início contará com poucos funcionários conforme o aumento da demanda terá *freelance* .

As atividades da empresa como as rotinas administrativas, planejamento dos cardápios, atendimento ao cliente, auxílio ao cozinheiro, nas atividades de compras, negociações com fornecedores e futuros parceiros, ficará por responsabilidade das sócias.

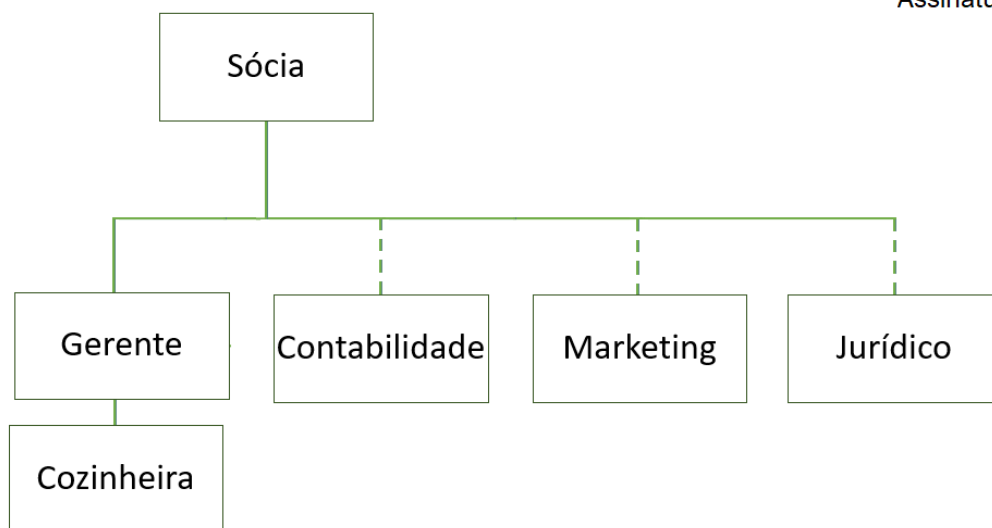
A única contratação de funcionário, será do cozinheiro(a) para o preparo das refeições e será de extrema importância que tenha experiência na área de alimentação saudável.

Como o organograma é a descrição dos cargos dentro da empresa, foi necessário colocar uma sócia como responsável administrativa e a outra sócia como a gerente.

Figura 8 Organograma

## Organograma da Saúde &amp; Bem Estar Alimentação

Revisão 00  
Data 26/03/2020  
Assinatura: Sócia



## Legendas

- - - - Terceirizadas

— Funcionária

Fonte: Daiane e Gleizi

## **6 Plano Financeiro**

O plano financeiro é uma forma de analisar se o plano de negócio é viável ou não, pois, engloba todos os custos da empresa, desde os custos fixos e variáveis, estimativa de investimento, capital de giro e as estimativas de faturamento, custo unitário do serviço, desde outros tópicos.

### **6.1 Estimativa dos Investimentos Fixos**

A estimativa de investimento da empresa tem como fonte os gastos com os móveis e utensílios, veículos, sendo assim tudo o que foi investido pela empresa até a abertura.

#### **6.1.1 Móveis e Equipamentos**

Para qualquer empresa abrir as portas é necessário móveis e equipamentos, para a Sabor & Bem Estar Alimentação, é preciso fazer a análise de investimento, como na tabela 5

Tabela 5 Investimento Inicial

<b>Investimento Inicial</b>				
<b>Equipamentos</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Preço Unitário</b>	<b>Total</b>	
Computador	2	R\$ 3.454,00	R\$	6.908,00
Mesa de escritório	2	R\$ 169,00	R\$	338,00
Impressora	1	R\$ 899,00	R\$	899,00
Armário	1	R\$ 484,00	R\$	484,00
Cadeira de escritório	2	R\$ 170,00	R\$	340,00
Aparelho de Telefone	2	R\$ 37,00	R\$	74,00
Celular	1	R\$ 1.000,00	R\$	1.000,00
Pepelaria	1	R\$ 150,00	R\$	150,00
Seladora Portatil	2	R\$ 160,00	R\$	320,00
Balança Eletrônica	1	R\$ 410,00	R\$	410,00
Fogão Industrial	1	R\$ 1.000,00	R\$	1.000,00
Freezer Horizontal	1	R\$ 1.700,00	R\$	1.700,00
Geladeira	1	R\$ 2.200,00	R\$	2.200,00
Multiprocessador de Alimer	1	R\$ 200,00	R\$	200,00
Liquidificador Industrial	1	R\$ 500,00	R\$	500,00
Batedeira Planetária	1	R\$ 150,00	R\$	150,00
Extrator de Sucos	1	R\$ 170,00	R\$	170,00
Forno Elétrico	1	R\$ 300,00	R\$	300,00
Micro-ondas	1	R\$ 360,00	R\$	360,00
Fritadeira Elétrica Industrial	1	R\$ 700,00	R\$	700,00
Prateleiras e Estantes	1	R\$ 300,00	R\$	300,00
Utensílios em Geral	1	R\$ 400,00	R\$	400,00
Panela em Geral	1	R\$ 1.000,00	R\$	1.000,00
Luvas, Aventais, Toucas, Máscara e Utensílios em Geral	2	R\$ 250,00	R\$	500,00
Embalagens para Marmite	100	R\$ 2,00	R\$	200,00
Cadeira	4	R\$ 120,00	R\$	480,00
<b>Total</b>			<b>R\$</b>	<b>21.083,00</b>

Fonte: Daiane e Gleizi

A Saúde & Bem Estar Alimentação tem baixo investimento em relação a outras áreas do setor de alimentação.

### 6.1.2 Veículos

A princípio não terá veículo próprio, sendo assim as sócias irão com o carro próprio ou podendo utilizar do Uber (transporte por aplicativo) comprar os insumos e levar a cozinheira até o local onde será feito o trabalho, até porque em algumas situações quem irá auxiliar a cozinheira será as sócias.

### 6.1.3 Total dos Investimentos Iniciais

O total do investimento é tudo aquilo que a empresa comprou para começar a operar a empresa, o investimento com equipamentos e mobiliários é baixo, a tabela 6

tem o valor do investimento da Saúde & Bem Estar Alimentação, tabela completa encontra-se no subcapítulo 6.1.1 Móveis e Equipamentos.

Tabela 6 Total de Investimentos Fixos

<b>Total dos Investimentos Fixos</b>		
Total do Investimento Inicial	R\$	21.083,00
<b>Total</b>	<b>R\$</b>	<b>21.083,00</b>

Fonte: Daiane e Gleizi

## 6.2 Capital de Giro

O capital de giro é o valor que a empresa tem que será utilizado para os gastos durante a abertura da empresa, sendo de grande importância o gerenciamento correto desse valor.

O capital de giro é de grande importância para a empresa durante os primeiros meses e/ou anos da empresa, pois ele será o responsável em auxiliar a empresa em caso de problemas, visto que a mesma não tem lucro logo em sua abertura.

O valor de capital de giro da Saúde & Bem Estar Alimentação é o valor de R\$53.617,00 sendo esse valor utilizado para compra as matérias primas, embalagens das marmitas e o aluguel do que for usado nos eventos.

## 6.3 Investimentos Pré – Operacionais

Os investimentos pré-operacionais são todos os gastos que a empresa terá antes da abertura da empresa, esses gastos englobam os valores de reformas, despesas com jurídico (Legislação) e com o marketing da empresa, na tabela 7 são os valores desses gastos.

Tabela 7 Investimentos Pré-Operacionais

<b>Investimentos Pré-Operacionais</b>		
<b>Descrição</b>	<b>R\$</b>	
Despesa com Legislação (Registro, Contrato Social...)	R\$	3.600,00
Obras (Reformas)	R\$	300,00
Treinamentos	R\$	500,00
Despesa com Propaganda Divulgação	R\$	900,00
<b>Total</b>	<b>R\$</b>	<b>5.300,00</b>

Fonte: Daiane e Gleizi

## 6.4 Investimento Total

O investimento total são os gastos que terá ao longo do processo de abertura da empresa. Conforme as pesquisas e análises do que será necessário para abrir a

empresa, na tabela 8 consta os valores do investimento inicial, pré-operacional, capital de giro, tudo para saber o valor que a empresa terá de gasto nessa primeira parte.

Tabela 8 Investimentos Totais

<b>Investimentos Totais</b>	
<b>Descrição dos Investimentos</b>	<b>R\$</b>
Investimento Inicial	R\$ 21.083,00
Investimento Pré-Operacional	R\$ 5.300,00
Capital de Giro	R\$ 53.617,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 80.000,00</b>
<b>Fonte dos Recursos</b>	<b>R\$</b>
Recursos Próprios	R\$ 80.000,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 80.000,00</b>

Fonte: Daiane e Gleizi

### 6.5 Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa

O horário de atendimento da Saúde & Bem Estar Alimentação será em horário comercial das 08:00 às 18:00 de segunda a sexta e de sábado será das 08:00 às 12:00, esse horário é para agendamentos de reuniões para decidir o plano que o cliente deseja contratar.

Se a empresa atender 60 clientes da opção 1 e 10 clientes das opções 2 a empresa terá um faturamento mensal de R\$ 42.500,00 no começo da empresa, esse valor é contando com apenas uma cozinheira fixa.

O faturamento da empresa tende a crescer conforme ela começa ter clientela fixa, quando a empresa começa a se fixar no mercado.

### 6.6 Estimativa do Custo Unitário do Serviço

O custo unitário dos serviços é o gasto que a empresa terá ao fazer as marmitas, porém os serviços da Saúde & Bem Estar Alimentação é diferenciado, deixando que o cliente decida entre ele comprar a matéria prima ou deixar que a empresa se responsabilize por isso, conforme o contrato.

Conforme a tabela 9 terá a listagem dos produtos utilizados em 4 tipos de marmitas diferentes, para que o cliente tenha verifique o que compensa mais para ele.

Tabela 9 Custo de Matéria Prima

<b>Custo de Matéria Prima</b>	
<b>Matéria Prima</b>	<b>Valor</b>
Peito de Frango	13,98 Kg
Filé de Tilapia	39,59 Kg
Batata - Doce	3,49 Kg
Ovo	14,99 Cx/com 10 uni.
Alface	6,00 o Maço
Repolho Roxo	12,47 Kg
Grão-de-Bico	3,59 Lata 170g
Ervilha	2,29 Lata 170g
Arroz Integral	18,89 Kg
Semestes de Chia	9,00 Pacote 120g
Cebola	1,25 Kg
Alho	2,69 Kg
Salsinha	3,99 Unidade
Farinha de trigo integral	6,50 Kg
Aveia em flocos finos	6,99 340g
Couve-flor	4,19 Kg
Maçã gala	4,99 Kg
Cogumelos	40,00 Kg
Brocolis	3,19 Kg
Curry	26,68 pacote 100g
Espinafre	4,50 o maço
Cenoura	5,99 Kg
Pimentão Verde	7,99 Kg
Pimentão Vermelho	12,99 Kg
Pimentão Amarelo	12,99 Kg
Leite	2,50 o Litro
Batata	5,99 Kg
<b>Total</b>	<b>R\$ 278,86</b>

Fonte: Daiane e Gleizi

A tabela 10 é o um exemplo de cardápio pronto para que o cliente tenha conhecimento do custo de matéria prima, para ele decidir entre comprar a matéria prima ou a empresa.

Tabela 10 Cardápio

<b>Cardápio</b>		
<b>Frango ao Curry</b>		
Salada de brocolis e cenoura (200g)	R\$	1,20
Frango ao Curry (200)	R\$	2,80
Torta de espinafre com massa de grão-de-bico (100g)	R\$	0,70
<b>Total Unitário</b>	<b>R\$</b>	<b>4,70</b>
<b>Tilápia Grelhada</b>		
Tilápia grelhado (150g)	R\$	5,96
Salada de Repolho Roxo (200g)	R\$	2,49
Arroz integral com vegetais e chia (100g)	R\$	2,36
<b>Total Unitário</b>	<b>R\$</b>	<b>10,81</b>
<b>Filé de Frango Grelhado</b>		
Filé de frango grelhado (150g)	R\$	1,20
Salada simples (200g)	R\$	1,00
Purê de batata-doce (100g)	R\$	0,90
<b>Total Unitário</b>	<b>R\$</b>	<b>3,10</b>
<b>Vegano</b>		
Chips de batata-doce (100g)	R\$	0,35
Hambúrguer de ervilha (150g)	R\$	2,29
Salada de brócolis com couve flor (200g)	R\$	0,74
<b>Total Unitário</b>		<b>3,38</b>

Fonte: Daiane e Gleizi

### 6.7 Estimativa do Custo de Comercialização

O custo de comercialização são os gastos que a empresa paga para poder comercializar seu produto ou serviço, esses custos são os impostos pagos pela empresa e demais taxas como da maquininha de cartão de crédito e afins.

O cálculo do atributo é: Renda Anual Bruta X 19,5% - 9900,00/ Renda Anual Bruta.

$$R\$ 510.000,00 \times 19,5\% - R\$ 9.900,00 / R\$ 510.000,00 = 17,55\%$$

Valor a recolher dos impostos: Renda Mensal x % de atributo.

$$R\$ 42.500,00 \times 17,55\% = R\$ 7.458,75$$

No anexo C contém as informações das quais foi possível a elaboração do cálculo do tributo e o valor para recolher dos impostos conforme a tabela 11, os impostos são: IRPJ - Imposto de Renda Pessoa Jurídica, CSLL - Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido, PIS - Programa de Integração Social, COFINS - Contribuição Para Financiamento da Seguridade Social, CPP - Contribuição Previdenciária



Patronal, ISS - Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza, no anexo C tem as informações necessárias para montar esta tabela.

Tabela 11 Tributos

<b>Repartição de Tributos</b>							
<b>Faixa</b>	<b>% Total</b>	<b>IRPJ</b>	<b>CSLL</b>	<b>PIS</b>	<b>COFINS</b>	<b>CPP</b>	<b>ISS</b>
3	100%	25%	15%	3,05%	14,10%	28,85%	14%
<b>Valor a repartir</b>	R\$ 7.458,75	R\$ 1.864,69	R\$ 1.118,81	R\$ 227,50	R\$ 1.051,69	R\$ 2.151,85	R\$ 1.044,22

Fonte: Daiane e Gleizi

## 6.8 Estimativa dos Custos com Mão de Obra

A mão de obra da Saúde & Bem Estar Alimentação, será dividida em duas partes, a primeira em contratação via CLT e a Segunda via Pró-labore.

O cozinheiro(a) terá a carteira assinada, a empresa irá arcar com todos os custos do funcionário de acordo com a CLT- Consolidação das Leis do Trabalho, conforme a tabela 12 é o gasto com funcionário da empresa, no anexo D, tem a tabela usada para montar o valor gasto com funcionários.

Tabela 12 Funcionários

<b>Funcionários</b>			
<b>Função</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Salário</b>	<b>Custo/Mês</b>
Cozinheira	1	R\$ 1.600,00	R\$ 2.461,22
<b>Total</b>			<b>R\$ 2.461,22</b>

Fonte: Daiane e Gleizi

A outra forma de trabalho que a empresa adotou é a de Pró-labore, que é um salário para os sócios conforme os serviços que ele irá exercer dentro da empresa, por mais que a empresa tenha no organograma a descrição do que cada sócia irá fazer, o salário será o mesmo valor.

Por mais que a empresa adotou o Pró-labore como redução de custos, é necessário que a empresa pague INSS - Instituto Nacional do Seguro Social de 11% mesmo que seja pró-labore.

Tabela 13 Pró-Labore

<b>Custo com Pró-Labore</b>			
<b>Função</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Salário -11% (INSS)</b>	<b>Salário</b>
Administração	1	R\$ 979,00	R\$ 1.100,00
Gerencia	1	R\$ 979,00	R\$ 1.100,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 2.200,00</b>

Fonte: Daiane e Gleizi

## 6.9 Estimativa do Custo com Depreciação

A depreciação é quando ocorre a perda de valor por desgaste ou perda de sua utilidade. O cálculo da depreciação é feito a partir do valor investido quando compra o produto e depois é dividido pelo tempo de vida útil, o tempo que a Saúde & Bem Estar Alimentação vai utilizar é o mensal.

Na tabela 14 tem a descrição dos itens e o valor da depreciação, sendo ela utilizada para colocar no fluxo de caixa da empresa.

Tabela 14 Depreciação

<b>Depreciação</b>			
<b>Equipamentos</b>	<b>Investimento</b>	<b>Vida Útil Ano/Meses</b>	<b>R\$ Depreciação Mensal</b>
Computador	R\$ 6.908,00	5 Anos/60 Meses	R\$ 115,13
Mesa para Computador	R\$ 338,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 2,82
Impressora	R\$ 899,00	5 Anos/60 Meses	R\$ 14,98
Armário	R\$ 484,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 4,03
Cadeira de escritório	R\$ 340,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 2,83
Aparelho de Telefone	R\$ 74,00	1 Ano/12 Meses	R\$ 1,23
Seladora Portatil	R\$ 320,00	5 Anos/60 Meses	R\$ 5,33
Celular	R\$ 1.000,00	2 Anos/24 Meses	R\$ 16,67
Balança Eletrônica	R\$ 410,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 3,42
Fogão Industrial	R\$ 1.000,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 8,33
Freezer Horizontal	R\$ 1.700,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 14,17
Geladeira	R\$ 2.200,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 18,33
Multiprocessador de Alimentos	R\$ 200,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 1,67
Liquidificador Industrial	R\$ 500,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 4,17
Batedeira Planetária	R\$ 150,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 1,25
Extrator de Sucos	R\$ 170,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 1,42
Forno Elétrico	R\$ 300,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 2,50
Micro-ondas	R\$ 360,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 3,00
Fritadeira Elétrica Industrial	R\$ 700,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 5,83
Prateleiras e Estantes	R\$ 300,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 2,50
Utensílios em Geral	R\$ 400,00	5 Anos/60 Meses	R\$ 6,67
Panela em Geral	R\$ 1.000,00	5 Anos/60 Meses	R\$ 16,67
Luvas, Aventais, Toucas, Máscara e Utensílios em Geral	R\$ 500,00	1 Ano/12 Meses	R\$ 41,67
Embalagens para Marmitex	R\$ 200,00	1 Ano/12 Meses	R\$ 16,67
Cadeira	R\$ 480,00	10 Anos/120 Meses	R\$ 4,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 315,28</b>

Fonte: Daiane e Gleizi

## 6.10 Estimativa de Custos Fixos Operacionais Mensais

Os custos operacionais mensais, são todos os custos que terá durante o seu funcionamento, independente se teve serviços ou não, na tabela 15 não entra o valor da matéria prima, pois as matérias primas usadas, não terá estoque, pois muitos produtos estragam se não consumidos rapidamente.

Tabela 15 Custos Fixos Operacionais Mensais

<b>Custos Fixos Operacionais Mensais</b>	
<b>Descrição</b>	<b>R\$</b>
Aluguel	R\$ 1.000,00
Energia Elétrica	R\$ 200,00
Água	R\$ 100,00
Internet e Telefone	R\$ 150,00
Sistema de uso interno da empresa	R\$ 260,00
Marketing	R\$ 400,00
Máquininha de Cartão	R\$ 180,00
Pro-Labore	R\$ 2.200,00
Funcionários	R\$ 2.461,22
Terceirizadas	R\$ 600,00
Depreciação	R\$ 315,28
<b>Total</b>	<b>R\$ 7.866,50</b>

Fonte: Daiane e Gleizi

### 6.11 Demonstrativo de Resultados

O demonstrativo de resultados tem como objetivo demonstrar todos os valores acumulados de uma empresa, podendo ser mensal ou anual, a fim de analisar lucros ou perdas, os valores utilizados é uma projeção se a empresa tivesse 60 contratações da opção 1 e 10 atendimento da opção 2.

No Brasil possui uma Lei da qual é obrigatório que todas as empresas tenham DRE - Demonstrativo de Resultados à é lei nº 11.638/07, publicada em 27 de dezembro de 2007, na tabela 16 tem a descrição do DRE da Saúde & Bem Estar Alimentação.

Tabela 16 Demonstrativo de Resultados

<b>DRE - Demonstrativo de Resultados</b>	
<b>Venda Mensal</b>	<b>R\$ 42.500,00</b>
(-) Imposto sobre Venda	R\$ 4.475,25
(-) Custo de Serviços Prestados	R\$ 20.732,50
(-) Custos Fixos	R\$ 7.866,50
<b>(=) Lucro Líquido Antes do IR e CSLL</b>	<b>R\$ 9.425,75</b>
(-) IR + CSLL	R\$ 2.983,50
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>R\$ 6.442,25</b>

Fonte: Daiane e Gleizi

## **6.12 Indicadores de Viabilidade**

Os indicadores de viabilidade do negócio, são ferramentas que auxiliam a empresa analisar se o negócio é viável ou não, os tópicos abordados serão o ponto de equilíbrio, índice de lucratividade, a rentabilidade e o payback.

Quando a empresa tem domínio dos indicadores de viabilidade, é possível prever o desenvolvimento da empresa, sazonalidades e propor planos de contingências quando necessário.

### **6.12.1 Ponto de Equilíbrio**

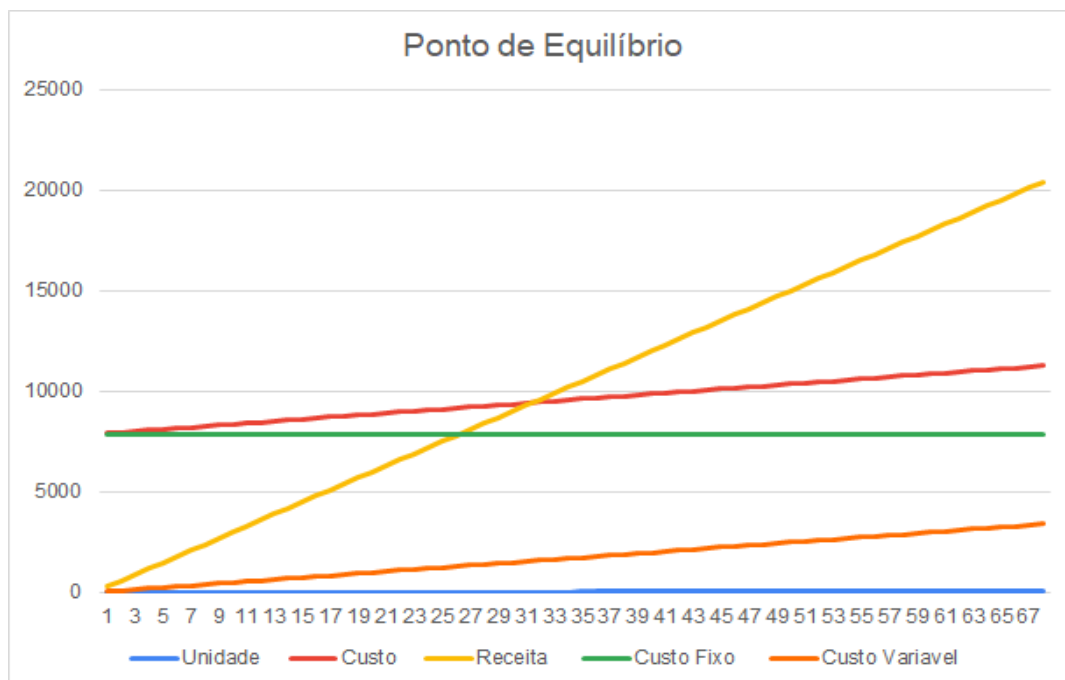
Conforme Marcousé et al (2013, pg. 39) "A análise do ponto de equilíbrio compara os custos fixos e variáveis de uma empresa para identificar o nível mínimo de vendas necessárias para cobrir os custos.

O ponto de equilíbrio possui alguns pontos positivos que a empresa pode levar em consideração para atingir as metas da empresa, como:

- Estimar a quantidade de produção que a empresa precisará ter no futuro.
- Avaliar o impacto de preços nas contratações dos serviços da Saúde & Bem Estar Alimentação.
- Analisar as mudanças nos custos dos serviços e o que pode afetar a empresa.
- Usar como tomada de decisões para qual rumo seguir a empresa.

O ponto de equilíbrio ideal da empresa é ela atender mensalmente 33 clientes que contratem o serviço de marmita a domicílio, esse valor do ponto de equilíbrio não está considerando o serviço de buffet, no gráfico 6 tem o gráfico do ponto de equilíbrio da empresa.

Gráfico 6 Ponto de Equilíbrio



Fonte: Daiane e Gleizi

### 6.12.2 Índice de Lucratividade

Conforme Ross at. al. (2015, Pg.1165) "O índice de lucratividade é um método para avaliar o projeto, sendo ele o quociente do valor presente do fluxo de caixa futuro esperado após o investimento inicial dividido pela receita".

Para calcular o índice de lucratividade é preciso que a empresa encontre o lucro líquido, para isso é preciso que subtraia todos os custos da receita e assim fazer o cálculo de índice de lucratividade. Os valores utilizados para fazer o índice de lucratividade é uma projeção no apêndice C.

$$\text{Lucro Líquido} = \text{Receitas} - (\text{Custos dos serviços} + \text{Custos Fixos} + \text{Impostos})$$

$$\text{Lucro Líquido} = \text{R\$ } 42.500,00 - \text{R\$ } 33.074,25$$

$$\text{Lucro Líquido} = \text{R\$ } 9.425,75$$

$$\text{Lucratividade} = \text{Lucro Líquido} / \text{Receita} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = \text{R\$ } 9.425,75 / \text{R\$ } 42.500,00 \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = 22,2\%$$

Portanto, conforme o resultado do índice de lucratividade, a cada R\$ 100,00 reais que a empresa fatura 22,2% é lucro, ou seja, a empresa tem de lucro R\$ 22,20

### 6.12.3 Rentabilidade

A rentabilidade é a porcentagem que a empresa recupera do valor investido, normalmente o cálculo é feito anualmente, e utilizando o lucro líquido dividido pelo valor investido multiplicado por cem para encontrar a porcentagem.

Conforme a soma dos ganhos anuais do fluxo de caixa (apêndice D), a partir do segundo ano a empresa começa a ter lucro líquido considerável R\$ 52.734,00.

$$\text{Rentabilidade} = \text{R\$ } 52.734,00 / \text{R\$ } 80.000,00 \times 100 = 65,91\%$$

Caso a empresa continue assim ela terá um rendimento de 65,91% anualmente.

### 6.12.4 Fluxo de Caixa

Conforme Marcousé et al (2013 pg.57) "fluxo de caixa é o fluxo de dinheiro que entra e sai de uma empresa em um determinado período".

O fluxo de caixa da Saúde & Bem Estar Alimentação é de 36 meses, nos primeiros meses a empresa tem o caixa negativo pois a demanda é menor, nos meses seguintes a empresa começa a ter o fluxo de caixa positivo sendo possível que as entradas paguem os custos e a empresa ainda ter lucro.

A projeção do fluxo de caixa está no apêndice C se analisar os meses é possível notar que a demanda vai crescendo mês a mês, porém como toda empresa tem mês que a demanda cai sendo totalmente normal.

O fluxo de caixa da Saúde & Bem Estar Alimentação se inicia em Janeiro de 2021 e termina em 2023, é necessário e importante um fluxo de caixa para a empresa analisar as entradas e saídas, verificar o capital de giro, quais são os maiores gastos, os menores e como a empresa pode cortar gastos sem perder a qualidade do serviço.

### 6.12.5 Valor Presente Líquido

Conforme Samanez (2007, pg.180) "O objetivo do VPL é encontrar alternativas de investimento que valha mais a pena, alternativas que tenham o VPL positivos".

O VPL é um modelo que a empresa utiliza para comparar o investimento, sendo que quando tiver valor positivo (maior que o valor de investimento) quer dizer que a empresa terá lucro, além de que para calcular o VPL é necessário que a empresa utilize uma taxa de atratividade conhecida como TMA.

Conforme a tabela 17, há uma descrição dos valores que a empresa projetou anualmente, a taxa mínima de atratividade e o resultado do VPL - valor presente líquido, conforme se observa na tabela o VPL é positivo, ou seja, a empresa terá lucro.

Tabela 17 VPL - Valor Presente Líquido

<b>Valor Presente Líquido</b>		
Investimento	R\$	28.349,50
Ano 1	-R\$	540,50
Ano 2	R\$	52.734,00
Ano 3	R\$	110.019,00
Taxa		8%
<b>VPL</b>	<b>R\$</b>	<b>103.697,42</b>

Fonte: Daiane e Gleizi

#### **6.12.6 Prazo de Retorno de Investimento (Payback)**

Conforme Samanez (2007, Pg. 181) "O payback é o tempo de recuperação do investimento. Ou seja, quantos anos decorreram até o que valor no fluxo de caixa se iguale ao valor de investimento inicial."

O payback representa o prazo de retorno do investimento, sendo assim é o tempo necessário que a empresa terá para que o valor investido na empresa seja recuperado.

O período que a empresa irá analisar será 36 meses que totaliza 3 anos para encontrar o tempo de retorno de investimento, conforme o cálculo a empresa terá o retorno de investimento em 2,22 anos, sendo positivo, visto que o fluxo de caixa que a empresa projetou tem previsão de 3 anos, o fluxo de caixa se encontra no apêndice C.

## **7 Construção de Cenários**

A análise de cenários é um meio da empresa analisar-se de forma otimista, pessimista e realista, sendo meio de previsão de situações em que a organização possa passar. Utilizando informações quantitativas e qualitativas como forma de olhar o ambiente externo e suas situações.

### **Cenário pessimista**

O cenário pessimista serve para prever o pior cenário que a empresa pode ter em relação ao ambiente, como a empresa não ter a adesão de seus clientes finais, seja pelo preço ou pela falta de flexibilidade de receber a cozinheira em sua casa para o preparo das marmitas. Outro fator que pode ser um obstáculo para a empresa, são os concorrentes que têm serviços semelhantes, atingir apenas 20% da meta da empresa.

Um plano de contingência em relação a isso, é optar em fazer as marmitas na empresa e então levar até o cliente, porém isso traria algumas mudanças em relação aos valores dos serviços.

### **Cenário Realista**

O cenário realista é o mais provável de acontecer como o crescimento pelo busca de alimentação saudável, reconhecimento do mercado pelo serviço diferenciado, tendo considerado que as pessoas da região de Americana tem poder aquisitivo, além de que o serviços da Saúde & Bem Estar Alimentação é um diferencial em relação aos concorrentes, atingir 50% da meta da empresa.

Depois que a empresa tiver um mercado estável, ela poderá implantar novos serviços como vender marmitas delivery, pacotes de serviços e alguns benefícios para os clientes da empresa.

### **Cenário Otimista**

O cenário otimista tem como ideal prever um ambiente perfeito para a organização, tendo tudo favorável como adesão dos clientes, as novas tendências de alimentação saudável como forma de auxílio ao crescimento da empresa, captar novos clientes, atingir 90% das metas da empresa de atendimento mensais.

No cenário otimista a empresa terá poucos desafios em relação aos concorrentes, conseguirá investir em novos conhecimentos gastronômicos para poder atrair cada vez mais clientes, conseguir se estabilizar no mercado e expandir os serviços para outras regiões abrindo filiais.



## **8 Avaliação do Plano de Negócio**

A busca por uma saúde melhor, qualidade de vida é que levou o desenvolvimento desse plano de negócio, além de ser um mercado em expansão por se tratar de uma prestadora de serviço.

Como para o desenvolvimento do plano de negócio, é preciso avaliar alguns aspectos como a formação, a construção do negócio, foram analisados os aspectos de mercado, macroambiente, estudo do público alvo, para a empresa ter conhecimento de quem são seus clientes, foram coletados dados do IBGE, da prefeitura de Americana, para conhecer o mercado de empresas prestadoras de serviços, quantas empresas abrem e fecham no município, para consolidar a ideia da empresa.

Foi estudado também a parte financeira como parte da análise para ter conhecimento do investimento, tempo de retorno, custos fixos, valor presente líquido etc.

Conforme a análise SWOT da empresa as forças predominam mais que as ameaças, sendo positivo para o desenvolvimento das estratégias, em relação ao ambiente externo as oportunidades predominam mais que as ameaças.

Diante as informações coletadas foi possível analisar o plano de negócio, como um todo ao ponto de que a empresa terá suas dificuldades no começo, como toda empresa, porém para a região é um negócio rentável.

## 9 Referência

- AKATU. **Dez razões para consumir alimentos orgânicos**. Disponível em: <https://www.akatu.org.br/noticia/dez-raoes-para-consumir-alimentos-organicos/#~:text=Comentário%20Akatu%3A%20Os%20impactos%20positivos,a%20saúde%20e%20a%20nutrição.&text=E%20essas%20pequenas%20mudanças%20nos,estilo%20de%20vida%20mais%20sustentável>. Acesso em: 08 jul. 2020.
- AMERICANA, Prefeitura de. **Perfil do Município - Economia**. Disponível em: [https://www.americana.sp.gov.br/americanaV6\\_index.php?it=38&a=perfil\\_economia](https://www.americana.sp.gov.br/americanaV6_index.php?it=38&a=perfil_economia). Acesso em: 27 mar. 2020.
- ANDRADE, Marcio Roberto. **Saiba como calcular a margem de lucro de um produto e da empresa**. Disponível em: <https://blog.contaazul.com/saiba-como-calculer-a-margem-de-lucro-de-um-produto-e-da-empresa>. Acesso em: 10 abr. 2020.
- CHIAVENATO, I, **Gestão de pessoas, segunda edição, totalmente revista e atualizada**. 9. ed, Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. p. 528.
- COBRA, M. **Administração de marketing**. 2 ed, São Paulo Atlas 1992. p. 123 a 138.
- CONTÁBEIS. **Simple Nacional - Alterações 2018**. Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/artigos/4125/simple-nacional-alteracoes-2018/>. Acesso em: 10 abr. 2020.
- CONTABILIDADE, Delphin. **Tabela de alíquotas para empresas do SIMPLES nacional com atividade de SERVIÇOS**. Disponível em: <https://www.delphin.com.br/tabelas-praticas/58-tabela-de-aliquotas-para-empresas-do-simples-nacional-com-atividade-de-servicos>. Acesso em: 15 abr. 2020.
- CNAE. **IBGE Concla**. Disponível em: <https://cnae.ibge.gov.br/?view=subclasse&tipo=cnae&versao=10.1.0&subclasse=5620104&chave=5620-1>. Acesso em: 11 maio 2020.
- DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.
- FEITOSA, Anderson. **O que é Simple Nacional: anexos, alíquotas e outras particularidades**. Disponível em: <https://conube.com.br/blog/o-que-e-simples-nacional/>. Acesso em: 20 maio 2020.
- IBOPE. **Pesquisa do IBOPE aponta crescimento histórico no número de vegetarianos no Brasil**. Disponível em: <https://www.svb.org.br/2469-pesquisa-do-ibope-aponta-crescimento-historico-no-numero-de-vegetarianos-no-brasil>. Acesso em: 08 jul. 2020

INDÚSTRIA, Ministério da. **A importância do Setor Terciário**. 2017. Disponível em: Acesso em: 09 ago. 2020.

JURÍDICOS, **Subchefia Para Assuntos. Presidência da República Casa Civil**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L6360.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L6360.htm). Acesso em: 02 maio 2020.

LAMB, Charles W. Jr., et al. **Princípios de marketing**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

LAS CASAS A. L. **Marketing de serviços**. ed. 5. São Paulo: Atlas, 2007. p.115

KOTLER P. e KELLER K. V. **Administração do marketing: a bíblia do marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson, 2006.

MAGALHÃES, Antonio Carlos. **LEI Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9782.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9782.htm). Acesso em: 04 mar. 2020.

MARCOUSÉ, Ian. et al. **Finanças**; tradução Dereck Alexandre Ferreira, revisão técnica Iona Stevens-São Paulo: Saraiva, 2013.

MATTAR, Helio. **O consumidor rumo a uma alimentação mais saudável**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/helio-mattar/2019/09/o-consumidor-rumo-a-uma-alimentacao-mais-saudavel.shtml>. Acesso em: 10 maio 2020.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração**, 6. ed, São Paulo: Atlas, 2011.

MAYARA, Jéssica. **Obesidade compromete a saúde do brasileiro**. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/bem-viver/2020/03/04/interna\\_bem\\_viver,1126146/obesidade-compromete-a-saude-do-brasileiro.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/bem-viver/2020/03/04/interna_bem_viver,1126146/obesidade-compromete-a-saude-do-brasileiro.shtml). Acesso em: 31 mar. 2020.

MENDONÇA, Mário - **Sociedades**: 2011. Disponível em: <<http://www2.unifap.br/mariomendonca/files/2011/05/SOCIEDADES.pdf>.> Acesso em 27 de ago. de 2019.

MORAES, Dener da Costa. **Análise do Ponto de Equilíbrio**. Disponível em: <https://sites.google.com/site/simplesecomplicado/analise-de-ponto-de-equilibrio>. Acesso em: 02 abr. 2020.

PASSOS, G. **Como alternativa ao desemprego, mercado de marmitas cresce 130% no Brasil**. Disponível em: <https://radioagencianacional.ebc.com.br/economia/audio/2020-02/como-alternativa-ao-desemprego-mercado-de-marmitas-cresce-130-no-brasil> Acesso em: 15 jun. 2020.

ROSS, Stephen A. et. al. **Administração Financeira**. 10. ed. Porto Alegre: AMGH, 2015.

PROVISÓRIA, Medida. **Presidência da República Casa Civil**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L9782.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9782.htm). Acesso em: 05 abr. 2020.

SAMANEZ, Carlos Patricio. **Matemática Financeira: Aplicações á análise de investimento**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SANITÁRIA, Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância. **RESOLUÇÃO-RDC N° 216, DE 15 DE SETEMBRO DE 2004**. Disponível em: [encurtador.com.br/npqSV](http://encurtador.com.br/npqSV). Acesso em: 14 maio 2020.

SEBRAE. **Alimentação saudável cria ótimas oportunidades de negócio**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/segmento-de-alimentacao-saudavel-apresenta-oportunidades-denegocio,f48da82a39bbe410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 08 jul. 2020

SOBRAL, F. E PECCI A, **Administração teoria e Prática no Contexto Brasileiro**. 1. ed, São Paulo: Pearson, 2008.

TOM, Carin. **Conheça a tabela do Simples Nacional: anexos, alíquotas e regras**. Disponível em: <https://blog.contaazul.com/tabela-simples-nacional/>. Acesso em: 10 abr. 2020.

YANAZE, Mistsusu Higuchi. at. al. **Retorno de investimentos em comunicação: Avaliação e mensuração**. 2. ed. São Caetano do Sul, Sp: Difusão, 2018.

## **10 Anexo A**

LEI Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977. Art. 1º - As infrações à legislação sanitária federal, ressalvadas as previstas expressamente em normas especiais, são as configuradas na presente Lei.

LEI Nº 7.967, DE 22 DE DEZEMBRO DE 1989.

Dispõe sobre o valor das multas por infração à legislação sanitária, altera a Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, e dá outras providências.

RESOLUÇÃO-RDC Nº 216, DE 15 DE SETEMBRO DE 2004

Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação. LEI Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999.

Define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e dá outras providências.

LEI No 6.360, DE 23 DE SETEMBRO DE 1976.

Dispõe sobre a Vigilância Sanitária a que ficam sujeitos os Medicamentos, as Drogas, os Insumos Farmacêuticos e Correlatos, Cosméticos, Saneantes e Outros Produtos, e dá outras Providências

## 11 Anexo B

www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/segmento-de-alimentacao-saudavel-apresenta-oportunidades-de-negocio.f48da82a39bbe410VgnVCM10C


SEBRAE Cursos e Eventos Serviços digitais Conteúdos Sebrae nos Estados Fale Conosco Notícias Entrar Cadastrar

Home > Conteúdos > Texto

MERCADO E VENDAS

## Alimentação saudável cria ótimas oportunidades de negócio

O setor cresceu 98% nos últimos anos no Brasil. Investir em opções sem glúten e vegetarianas é tendência do mercado.



COMPARTILHAR

FAVORITAR

Tags: [alimentação natural](#), [vegetariano](#), [vegano](#), [glúten](#), [farinha](#), [celíaco](#), [dieta](#)

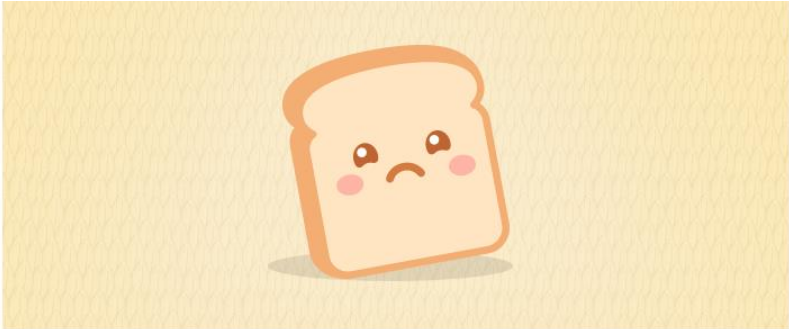
De acordo com um estudo da agência de pesquisa Euromonitor, o consumo de alimentos saudáveis no Brasil vem crescendo nos últimos anos.

- O mercado de alimentação ligado à saúde e ao bem-estar cresceu 98% no país de 2009 a 2014.
- O setor movimentou US\$ 35 bilhões por ano no Brasil, que é o quarto maior mercado do mundo.
- Para 28% dos brasileiros, consumir alimentos nutricionalmente ricos é muito importante.
- E 22% da população opta por comprar alimentos naturais e sem conservantes.

De acordo com Maria Tereza Bertoldo Pacheco, pesquisadora da área de Química de Alimentos do Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL), ligado à Secretaria de Agricultura de São Paulo, o cultivo de crucíferas como brócolis, couve-flor, alho e cebola tem crescido. Entre os frutos, ela destaca o açaí, que, segundo pesquisas, tem alta atividade antioxidante.

*Produtos como quinoa, da linhaça, do goji berry, do açafraão e da chia vêm ganhando espaço na mesa dos brasileiros e nas lavouras.*

### Público glúten free



Quem está pensando em investir no mercado de alimentação natural deve prestar atenção aos alimentos sem glúten. A demanda de consumo desses alimentos vem aumentando a cada ano e o mercado atende a pelo menos dois tipos de público: pessoas que sofrem da doença celíaca e os que seguem dietas que restringem o consumo da proteína.

Segundo o Conselho Nacional de Saúde (CNS), há dois milhões de pessoas no Brasil afetadas pela doença. E as dietas “detox” estão formando uma legião de apreciadores dos benefícios que a ausência de glúten na alimentação propicia.

*O principal desafio dos adeptos do regime é encontrar substitutos à altura do trigo e dos produtos com ele produzidos.*

#### Cuidados com a produção dos alimentos

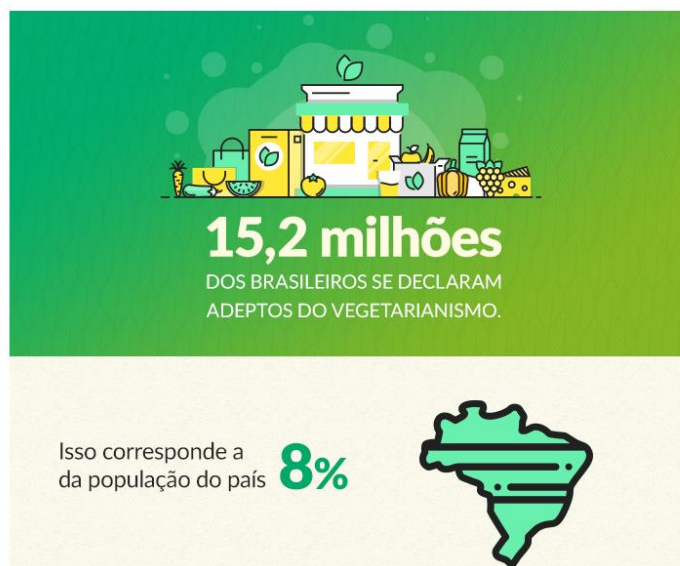


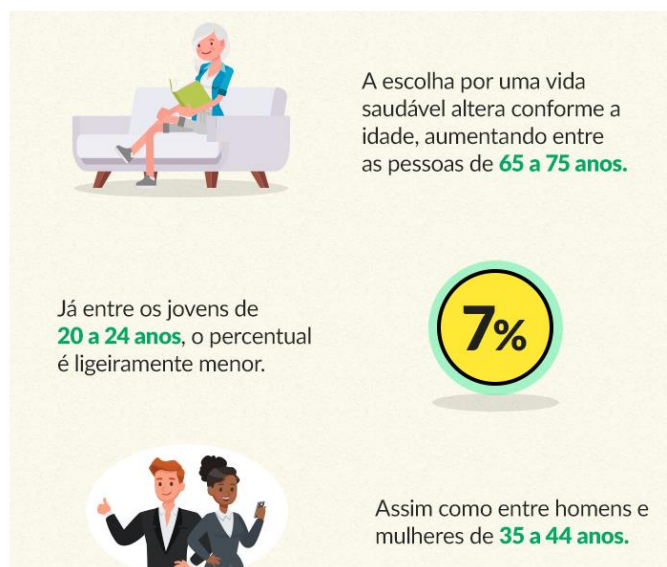
Estabelecimentos que produzem alimentos sem glúten em uma cozinha onde se manipulam itens que levam farinha de trigo, por exemplo, devem buscar orientação para evitar a contaminação cruzada.

O pó da farinha de trigo no ar, o uso comum de utensílios e equipamentos, a limpeza inadequada e a falta de programação de produção de alimentos com e sem glúten são as principais causas desse tipo de contaminação, que pode causar muitos danos à saúde de celíacos.

#### Público vegetariano

Outro público que vem crescendo é o público vegetariano, e aproveitar esse crescimento é uma ótima oportunidade de negócio. Uma pesquisa realizada pelo Ibope revelou que:





Isso mostra que há demanda por produtos e serviços focados nesse tipo de cliente. Vale acrescentar que os negócios focados nos vegetarianos também têm entre seus clientes as pessoas que não se declaram vegetarianas, porém são favoráveis a uma alimentação mais saudável.

### Saiba mais

- Que tal montar uma tapiocaria e se tornar uma opção de alimentação para quem tem intolerância ao glúten? Saiba aqui o que é preciso para abrir esse negócio.
- Veja também como montar uma loja de produtos para celíacos.
- Ficou interessado em atuar montar um restaurante natural? Saiba aqui o que é preciso.
- As lojas de produtos naturais são outra opção de mercado. Entenda o que você deve fazer para abrir esse negócio.



## 12 Anexo C

Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)		Aliquota	Valor a Deduzir (em R\$)
1a Faixa	Até 180.000,00	15,50%	-
2a Faixa	De 180.000,01 a 360.000,00	18,00%	4.500,00
3a Faixa	De 360.000,01 a 720.000,00	19,50%	9.900,00
4a Faixa	De 720.000,01 a 1.800.000,00	20,50%	17.100,00
5a Faixa	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	23,00%	62.100,00
6a Faixa	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	30,50%	540.000,00

Faixas	Percentual de Repartição dos Tributos					
	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ISS
1a Faixa	25,00%	15,00%	14,10%	3,05%	28,85%	14,00%
2a Faixa	23,00%	15,00%	14,10%	3,05%	27,85%	17,00%
3a Faixa	24,00%	15,00%	14,92%	3,23%	23,85%	19,00%
4a Faixa	21,00%	15,00%	15,74%	3,41%	23,85%	21,00%
5a Faixa	23,00%	12,50%	14,10%	3,05%	23,85%	23,50%
6a Faixa	35,00%	15,50%	16,44%	3,56%	29,50%	-

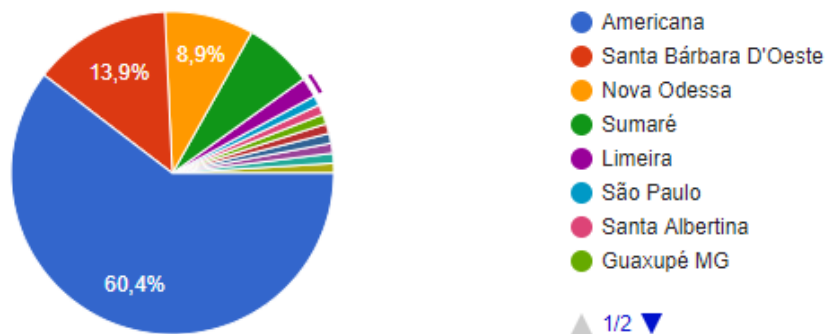
**13 Anexo D**

<b>Evento</b>	<b>Referencia</b>	<b>Valor</b>
Salário	-	R\$1.600,00
Vale transporte	-	R\$96,00
Desconto vale transporte	-	-R\$96,00
Vale refeição	-	R\$0,00
Plano de saúde	-	R\$15,00
Outros benefícios	-	R\$0,00
Provisão 13º salário	-	R\$133,33
Provisão Férias	-	R\$133,33
Provisão 1/3 Férias	-	R\$44,44
FGTS	-	R\$128,00
Provisão FGTS (13º e Férias)	-	R\$24,89
INSS	20,00%	R\$320,00
Provisão INSS (13º e Férias)	-	R\$62,22
<b>Custo Funcionário</b>		<b>R\$2.461,22</b>

## 14 Apêndice A – Pesquisa de Mercado

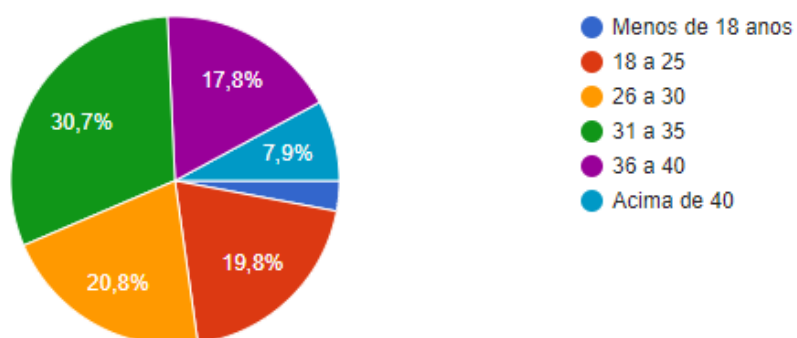
Você é de qual cidade?

101 respostas



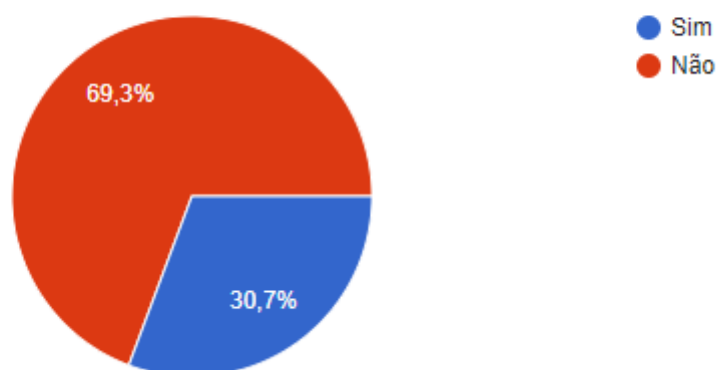
Qual é a sua idade?

101 respostas



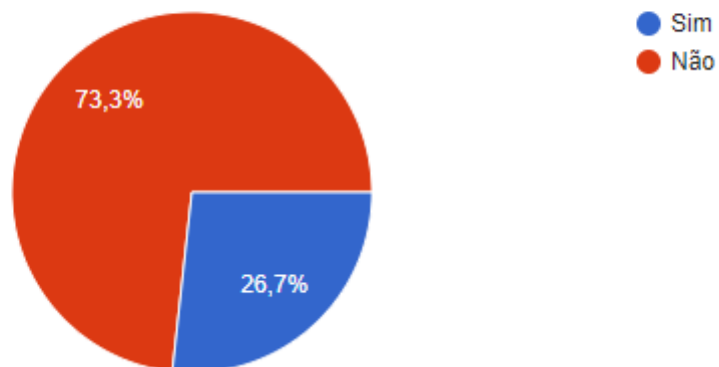
Você mora sozinha (o) ou não?

101 respostas



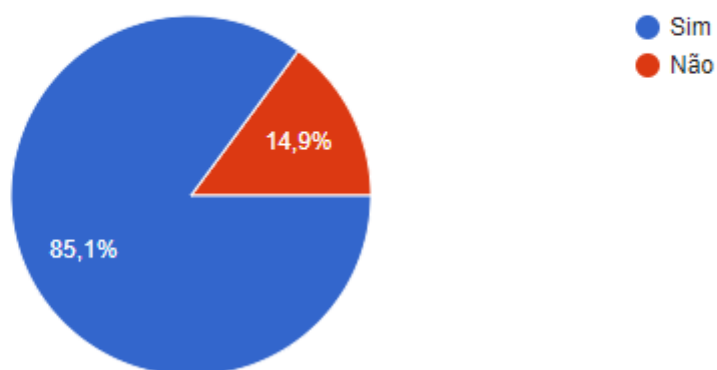
Você consegue se alimentar de maneira correta ?

101 respostas



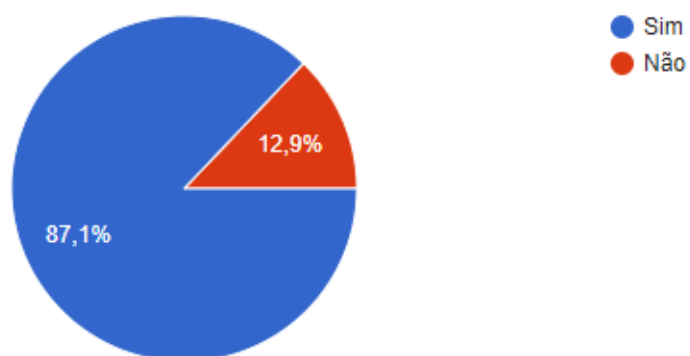
Seu estilo de Vida é corrido?

101 respostas



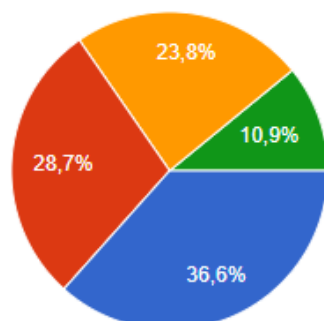
Você busca por um estilo de vida mais saudável?

101 respostas



Com qual frequência você compra marmita?

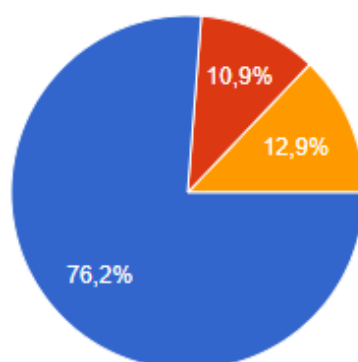
101 respostas



- 1 vez na semana
- 2 a 3 vezes na semana
- 4 a 5 vezes na semana
- todos os dias

Você compraria refeições saudáveis congeladas?

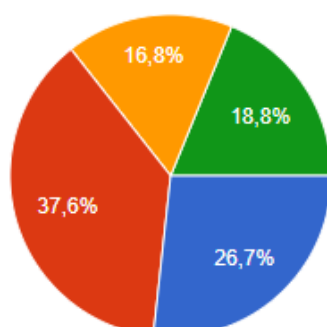
101 respostas



- Sim
- Não
- Talvez

Quantas vezes na semana você cozinha ?

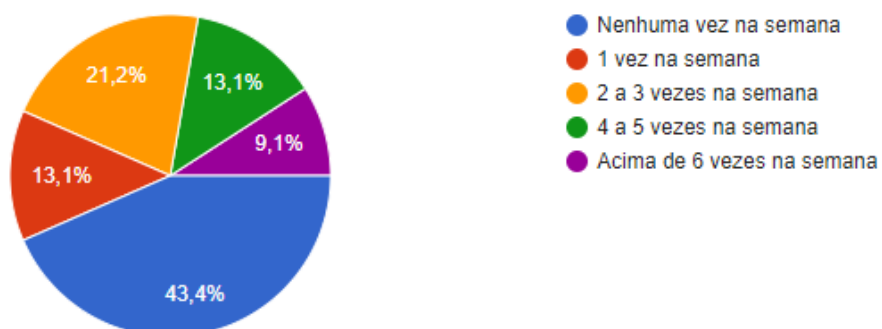
101 respostas



- 1 vez na semana
- 2 a 3 vezes na semana
- 4 a 5 vezes na semana
- todos os dias

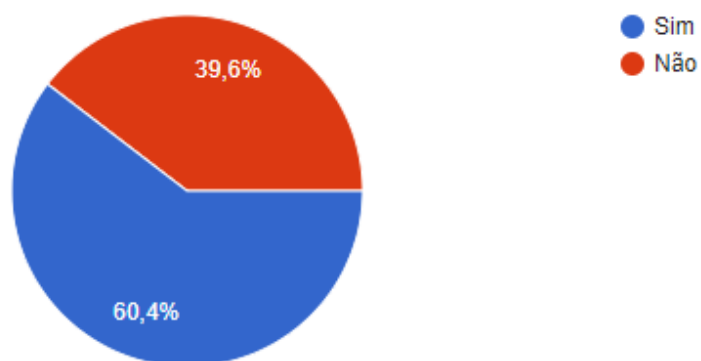
Quantas vezes na semana você se alimenta com refeições saudáveis?

101 respostas



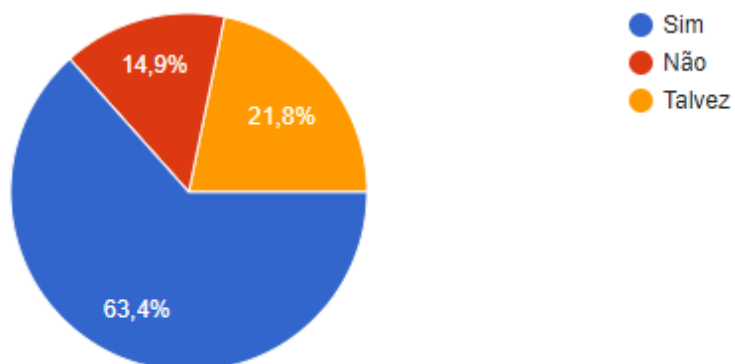
Você possui algum tipo de restrição de alimentos ?

101 respostas



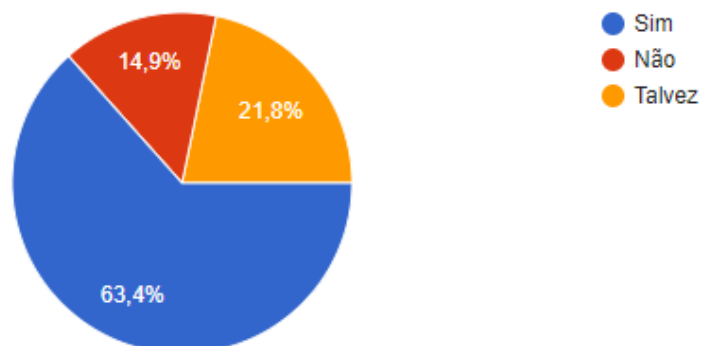
Você contrataria uma pessoa para cozinhar e congelar comida na sua casa?

101 respostas



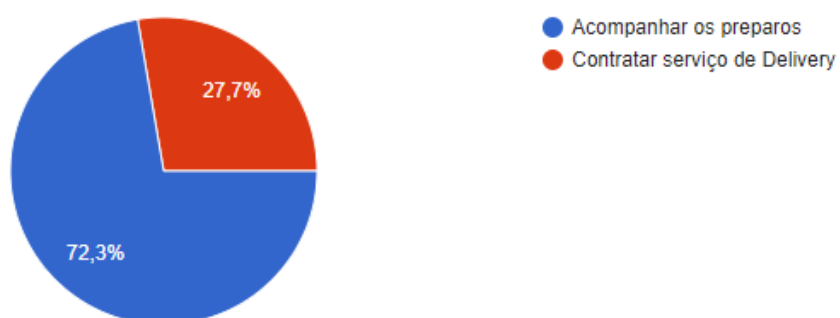
Você contrataria uma pessoa para cozinhar e congelar comida na sua casa?

101 respostas



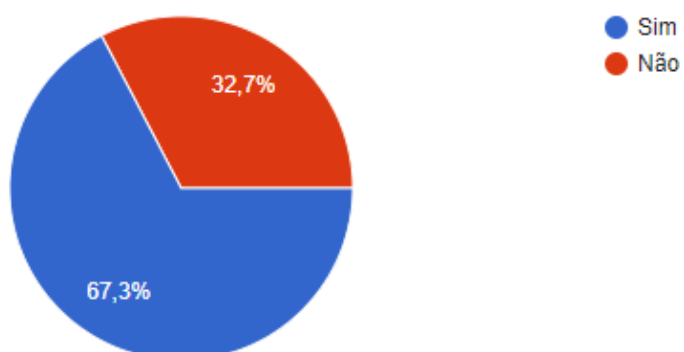
Você iria preferir contratar um serviço de alimentação saudável que vá a sua casa e você possa acompanhar tudo o preparo da comida ou pedir marmitta via Delivery ?

101 respostas



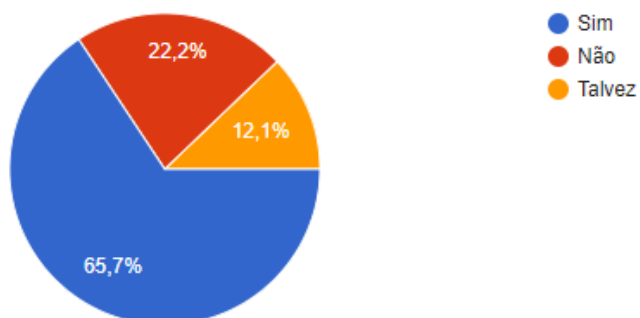
Você confia no processo de produção das marmittas via delivery?

101 respostas



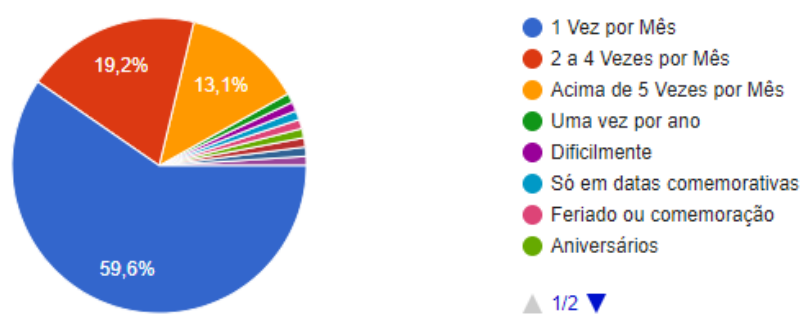
Você contrataria serviço de chefe a domicilio para preparar um jantar para poucas pessoas?

101 respostas



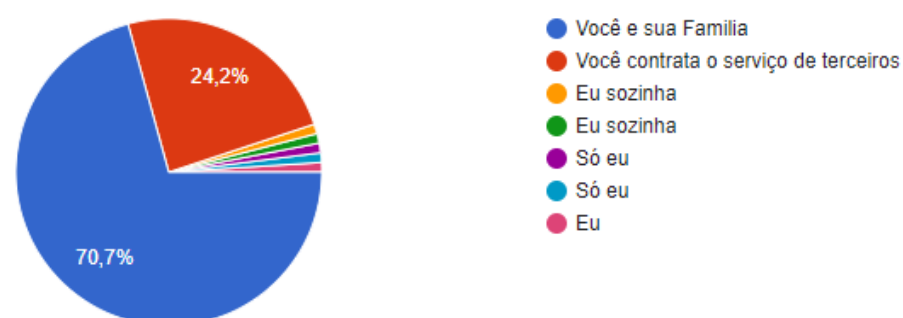
Você costuma fazer algum tipo de eventos em sua residência, se sim qual a frequência?  
(Almoço, Jantar, Café da tarde...)

101 respostas



Normalmente para esses eventos quem cozinha ?

101 respostas





## 15 Apêndice B – Análise dos Concorrentes

Análise dos Concorrentes			
Empresas	Positivo	Negativo	Preço
Dona Marô. Culinária Saudável	Ótima localização, Faz entregas nas cidades próximas, tem site para informações dos serviços e disponibilização dos cardápios e tem dicas no site.	Não trabalha com cardápio personalizados, não tem a disponibilização dos valores de fácil acesso	Vária de R\$15,00 a R\$35,00 dependendo do produto
Leve Alimentação Saudável	Tem indicações nos sites de pesquisas,	Localização distante, não tem site para acesso as informações e não trabalha com entregas	Vária de R\$13,00 a R\$30,00
Congelados do Bem	Possui site, faz entregas para as cidades da região e tem comida para o paladar de todos	Tem taxa de entregas diferentes conforme a cidades, não tem um endereço para retirada	Vária de R\$03,00 a R\$160,00
Manjericão - Culinária Saudável	Ótima localização, faz entregas via Ifood,	Não da pra encontrar muitas informações da empresa na internet, somente ligando	Vária de R\$12,00 a R\$36,00
Mr Fit Fast Food Saudável	Boa localização, rede de fast food saudável, tem site, sendo assim possui capital para investimento em marketing	Não é muito divulgado na região.	Vária de R\$14,00 a R\$30,00

## 16 Apêndice C – Tabela de Projeção de Atendimento

Estimativa de Atendimento			
Qnt. de atendimento da opção 1	Mensal	Valor	Total
2	60	R\$ 300,00	R\$ 36.000,00
Qnt. de atendimento da opção 2	Mensal	Valor	Total
1	10	R\$ 650,00	R\$ 6.500,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 42.500,00</b>

## 17 Apêndice D – Projeção de Fluxo de Caixa

	Meses de 2021					
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maiο	Junho
Capital de Giro/ Saldo do Mês Anterior	R\$ 80.000,00	R\$ 51.650,50	R\$ 47.659,00	R\$ 44.041,50	R\$ 41.347,00	R\$ 39.947,50
Entradas		R\$ 3.900,00	R\$ 4.300,00	R\$ 5.300,00	R\$ 6.700,00	R\$ 7.500,00
Saídas	R\$ 28.349,50	R\$ 7.891,50	R\$ 7.917,50	R\$ 7.994,50	R\$ 8.099,50	R\$ 8.232,50
Saldo Líquido		(3.991,50)	(3.617,50)	(2.694,50)	(1.399,50)	(732,50)
Saldo Final do Mês	R\$ 51.650,50	R\$ 47.659,00	R\$ 44.041,50	R\$ 41.347,00	R\$ 39.947,50	R\$ 39.215,00

	Meses de 2021					
	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Capital de Giro/ Saldo do Mês Anterior	R\$ 39.215,00	R\$ 39.694,50	R\$ 40.776,00	R\$ 42.344,50	R\$ 45.710,00	R\$ 47.959,50
Entradas	R\$ 8.950,00	R\$ 9.650,00	R\$ 10.300,00	R\$ 10.800,00	R\$ 11.300,00	R\$ 11.950,00
Saídas	R\$ 8.470,50	R\$ 8.568,50	R\$ 8.731,50	R\$ 7.434,50	R\$ 9.050,50	R\$ 8.799,50
Saldo Líquido	R\$ 479,50	R\$ 1.081,50	R\$ 1.568,50	R\$ 3.365,50	R\$ 2.249,50	R\$ 3.150,50
Saldo Final do Mês	R\$ 39.694,50	R\$ 40.776,00	R\$ 42.344,50	R\$ 45.710,00	R\$ 47.959,50	R\$ 51.110,00

	Meses de 2022					
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maiο	Junho
Capital de Giro/ Saldo do Mês Anterior	R\$ 51.110,00	R\$ 54.450,50	R\$ 56.472,00	R\$ 58.909,50	R\$ 62.006,00	R\$ 65.468,50
Entradas	R\$ 12.450,00	R\$ 10.800,00	R\$ 11.400,00	R\$ 12.050,00	R\$ 12.650,00	R\$ 13.250,00
Saídas	R\$ 9.109,50	R\$ 8.778,50	R\$ 8.962,50	R\$ 8.953,50	R\$ 9.187,50	R\$ 9.121,50
Saldo Líquido	R\$ 3.340,50	R\$ 2.021,50	R\$ 2.437,50	R\$ 3.096,50	R\$ 3.462,50	R\$ 4.128,50
Saldo Final do Mês	R\$ 54.450,50	R\$ 56.472,00	R\$ 58.909,50	R\$ 62.006,00	R\$ 65.468,50	R\$ 69.597,00

	Meses de 2022					
	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Capital de Giro/ Saldo do Mês Anterior	R\$ 69.597,00	R\$ 74.542,50	R\$ 79.402,00	R\$ 84.935,50	R\$ 90.627,00	R\$ 96.877,50
Entradas	R\$ 14.200,00	R\$ 14.100,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.300,00	R\$ 15.950,00	R\$ 16.550,00
Saídas	R\$ 9.254,50	R\$ 9.240,50	R\$ 9.466,50	R\$ 9.608,50	R\$ 9.699,50	R\$ 9.583,50
Saldo Líquido	4.945,50	4.859,50	5.533,50	5.691,50	6.250,50	6.966,50
Saldo Final do Mês	R\$ 74.542,50	R\$ 79.402,00	R\$ 84.935,50	R\$ 90.627,00	R\$ 96.877,50	R\$ 103.844,00

	Meses de 2023					
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maiο	Junho
Capital de Giro/ Saldo do Mês Anterior	R\$ 103.844,00	R\$ 110.409,50	R\$ 118.408,00	R\$ 126.822,50	R\$ 135.853,00	R\$ 144.991,50
Entradas	R\$ 16.200,00	R\$ 17.750,00	R\$ 18.350,00	R\$ 18.950,00	R\$ 19.250,00	R\$ 19.550,00
Saídas	R\$ 9.634,50	R\$ 9.751,50	R\$ 9.935,50	R\$ 9.919,50	R\$ 10.111,50	R\$ 10.003,50
Saldo Líquido	R\$ 6.565,50	R\$ 7.998,50	R\$ 8.414,50	R\$ 9.030,50	R\$ 9.138,50	R\$ 9.546,50
Saldo Final do Mês	R\$ 110.409,50	R\$ 118.408,00	R\$ 126.822,50	R\$ 135.853,00	R\$ 144.991,50	R\$ 154.538,00

	Meses de 2023					
	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Capital de Giro/ Saldo do Mês Anterior	R\$ 154.538,00	R\$ 164.142,50	R\$ 172.973,00	R\$ 182.677,50	R\$ 192.282,00	R\$ 202.402,50
Entradas	R\$ 19.850,00	R\$ 18.950,00	R\$ 19.850,00	R\$ 19.850,00	R\$ 20.450,00	R\$ 21.950,00
Saídas	R\$ 10.245,50	R\$ 10.119,50	R\$ 10.145,50	R\$ 10.245,50	R\$ 10.329,50	R\$ 10.489,50
Saldo Líquido	9.604,50	8.830,50	9.704,50	9.604,50	10.120,50	11.460,50
Saldo Final do Mês	R\$ 164.142,50	R\$ 172.973,00	R\$ 182.677,50	R\$ 192.282,00	R\$ 202.402,50	R\$ 213.863,00