

**CENTRO PAULA SOUZA  
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

**Técnico em Administração**

**CAROLINA VIEIRA DE OLIVEIRA  
LARISSA ELEN ARAUJO VIDOI  
LAURA APARECIDA DE OLIVEIRA LOPES  
LUIS GUILHERME CANATO DE OLIVEIRA  
NAYARA SOARES FERREIRA  
RAFAEL DOS SANTOS RIBEIRO  
REINALDO SABONGI  
SILVANA DEOLINDA DE OLIVEIRA**

**EMPREENHIMENTO ALIMENTÍCIO: produtos saudáveis, nutritivos e  
práticos para o consumo diário.**

**Tupã - SP**

**2017**

**CAROLINA VIEIRA DE OLIVEIRA**

**LARISSA ELEN ARAUJO VIDOI**

**LAURA APARECIDA DE OLIVEIRA LOPES**

**LUIS GUILHERME CANATO DE OLIVEIRA**

**NAYARA SOARES FERREIRA**

**RAFAEL DOS SANTOS RIBEIRO**

**REINALDO SABONGI**

**SILVANA DEOLINDA DE OLIVEIRA**

**EMPREENHIMENTO ALIMENTÍCIO: produtos saudáveis, nutritivos e  
práticos para o consumo diário.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Professor Massuyuki Kawano, orientado pela Prof.<sup>a</sup> Aline Bezerra da Silva como requisito parcial para obtenção do título de técnico em administração.

**Tupã - SP**

**2017**

**CAROLINA VIEIRA DE OLIVEIRA  
LARISSA ELEN ARAUJO VIDOI  
LAURA APARECIDA DE OLIVEIRA LOPES  
LUIS GUILHERME CANATO DE OLIVEIRA  
NAYARA SOARES FERREIRA  
RAFAEL DOS SANTOS RIBEIRO  
REINALDO SABONGI  
SILVANA DEOLINDA DE OLIVEIRA**

**EMPREENHIMENTO ALIMENTÍCIO: produtos saudáveis, nutritivos e  
práticos para o consumo diário.**

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof.<sup>a</sup> Aline Bezerra da Silva  
Orientadora

---

Prof.<sup>a</sup> Sueli Seiscentos  
Avaliadora

---

Prof.<sup>a</sup> Ana Elisa Lopes  
Avaliadora

---

Bianca da Silva Nistarda  
Avaliadora

**Tupã, 21 de novembro de 2017.**

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O (A) Professor (a) Orientador (a), a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

Dedicamos aos nossos pais, que nos apoiaram durante toda a trajetória e aos amigos pelo incentivo e grande ajuda para a realização desse trabalho.

Agradecemos primeiramente a Deus por nos dar o dom da vida e com ela podermos concretizar nosso sonho: Técnicos em Administração.

A ETEC Prof. Massuyuki Kawano e seus docentes pelo aprendizado e conhecimento compartilhado para nosso melhor desenvolvimento pessoal e profissional. Dedicamos aos nossos pais e amigos que nos apoiaram durante toda essa trajetória que nos levou a tão sonhada conquista.

“Todos os nossos sonhos podem se realizar, se tivermos a coragem de persegui-los.”

Walt Disney

## RESUMO

**Introdução:** Nos dias de hoje, a preocupação com uma alimentação saudável está cada vez maior. Existe uma ligação muito forte entre a alimentação e diversos problemas e doenças que podem ocorrer devido à má conduta. Um fator que favorece a má alimentação é a indecisão na escolha do alimento que será consumido. O acesso a uma boa alimentação deve começar ainda na fase infantil, se prolongando, desse modo, para a vida toda. **Objetivos:** O objetivo do presente projeto é proporcionar uma alimentação apropriada e saudável a todo tipo de público, com a praticidade de consumo, comodidade, podendo ser degustado em qualquer lugar que esteja. **Metodologia/Desenvolvimento:** Para o desenvolvimento do trabalho, a metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica pela internet (sites e artigos científicos), e a realização de uma pesquisa de campo para obter dados quantitativos. **Resultados:** A pesquisa apontou que a maioria dos entrevistados degustariam uma tapioca feita a base de batata doce de baixa caloria, demonstrando também que nos dias atuais as pessoas preferem praticidade e conforto. **Considerações Finais:** Concluindo, a prática de se alimentar adequadamente pode trazer vários benefícios para a saúde, assim acarretando uma boa qualidade de vida e bem-estar. Além disso, foi constatada a viabilidade do nosso produto conforme a pesquisa realizada e a aceitação do público em geral por ser um produto saudável e que traz benefício à saúde do consumidor.

**Palavras-chave:** Alimentação. Empreendedorismo. Viabilidade. Qualidade. Produto Saudável.

## LISTA DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| <b>Gráfico 1</b> - Idade.....   | 13 |
| <b>Gráfico 2</b> - Gênero.....  | 14 |
| <b>Gráfico 3</b> - Degustação de tapioca à base de batata doce de baixa caloria.....                                    | 14 |
| <b>Gráfico 4</b> - Utilização de serviço <i>delivery</i> para consumo da tapioca .....                                  | 15 |
| <b>Gráfico 5</b> - Consumo de tapioca.....  | 15 |
| <b>Gráfico 6</b> - Melhor horário para consumo de tapioca. ....   | 16 |
| <b>Gráfico 7</b> - Motivos (até três) para consumir uma tapioca feita de batata doce.....                               | 16 |
| <b>Gráfico 8</b> - Substituição de pão integral por uma tapioca fitness (à base de batata doce e recheios light)? ..... | 17 |
| <b>Gráfico 9</b> - Preferência por recheios (Escolher um doce e um salgado). ....                                       | 17 |
| <b>Gráfico 10</b> - Hábito alimentar.....   | 18 |
| <b>Gráfico 11</b> - Consumo de alimentos naturais .....   | 18 |

## SUMÁRIO

|   |    |
|---|----|
| <b>1. INTRODUÇÃO</b> .....  | 10 |
| <b>2. PESQUISA DE CAMPO</b> .....   | 13 |
| <b>3. PLANO DE NEGÓCIOS</b> .....   | 19 |
| 3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....   | 19 |
| 3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA .....   | 19 |
| 3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários.....  | 19 |
| 3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições .....   | 21 |
| 3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO.....   | 22 |
| 3.3.1. Missão e Visão da Empresa .....  | 22 |
| 3.3.2. Setor de Atividade.....  | 23 |
| 3.3.3. Forma Jurídica .....   | 23 |
| 3.3.4. Enquadramento Tributário .....   | 23 |
| 3.4. CAPITAL SOCIAL .....   | 23 |
| 3.5. FONTE DE RECURSOS.....   | 23 |
| 3.6. ANÁLISE DE MERCADO.....  | 24 |
| 3.6.1. Análise dos Clientes .....   | 24 |
| 3.6.2. Análise dos Concorrentes .....   | 25 |
| 3.6.3. Análise dos Fornecedores .....   | 27 |
| 3.7. PLANO DE MARKETING.....  | 30 |
| 3.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços.....   | 30 |
| 3.7.2. Preço .....  | 30 |
| 3.7.3. Estratégias Promocionais .....   | 32 |
| 3.7.4. Estrutura de Comercialização .....   | 32 |
| 3.7.5. Localização da Empresa.....  | 32 |
| 3.8. PLANO DE OPERACIONAL .....   | 33 |
| 3.8.1. Layout ou Arranjo Físico .....   | 33 |
| 3.8.2. Capacidade Produtiva.....  | 33 |
| 3.8.3. Necessidade de Pessoal .....   | 34 |
| 3.9. PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO .....   | 35 |
| 3.9.1. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa .....  | 35 |
| 3.9.2. Estimativa do Custo Unitário Variável para cada Produto .....                                    | 35 |
| 3.9.3. Estimativa dos Custos Fixos Mensais da Empresa .....   | 38 |
| 3.9.4. Margem de Contribuição Unitária .....  | 39 |
| 3.9.5. Ponto de Equilíbrio.....   | 40 |
| 3.10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....  | 40 |
| <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....   | 42 |
| <b>REFERÊNCIAS</b> .....  | 43 |
| <b>APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL</b> .....  | 44 |
| <b>APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC</b><br><b>PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO</b> ..... | 48 |
| <b>APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA</b><br><b>CANVAS</b> .....                 | 50 |

## 1. INTRODUÇÃO

Atualmente, a preocupação com uma alimentação saudável está cada vez maior, principalmente com a falta de tempo que se encontra hoje. Existe uma ligação muito forte entre a alimentação e diversos problemas e doenças que podem ser ocasionados devido à má conduta da mesma.

Um fator que favorece a má alimentação é a indecisão na escolha do alimento que será consumido. Um erro bem frequente é substituir uma refeição adequada, por suplementos alimentares, como *shakes*, cápsulas de vitaminas ou qualquer outro produto semelhante.

Quando os nutrientes são ingeridos de forma correta, conseqüentemente o organismo terá um bom funcionamento que trará benefícios à a saúde. Porém, quando ocorre o contrário, não responde da forma correta.

O acesso a uma boa alimentação deve começar ainda na fase infantil, pois desde pequenos é preciso aprender e consumir uma boa alimentação, se prolongando desse modo para a vida toda.

O hábito alimentar estabelecido na infância interfere diretamente na saúde do adulto. Assim, um hábito alimentar saudável, composto por alimentos nutricionais mente favoráveis, diminui as chances de o adulto apresentar doenças crônicas não transmissíveis. É fundamental aproveitar a infância – fase em que o indivíduo está completamente apto à aprendizagem e quando ocorre a formação do hábito alimentar – para ensinar-lhe conceitos sobre nutrição, ou seja, oferecer-lhe educação alimentar, visando a proteção da saúde desses indivíduos. (BENETTI, 2014, p. 5).

Com a praticidade de hoje, diversos estabelecimentos oferecem serviços como *fast food*, *self service* e as comidas congeladas, gerando com isso, um preço ao nosso metabolismo. Por essa razão, é importante escolher com cautela o que irá comer; quanto será consumido e de qual maneira.

Ter um cardápio saudável é indispensável para o bom funcionamento do organismo. Uma alimentação adequada feita de forma consciente faz uma pessoa ter mais facilidade para adquirir bons hábitos alimentares em sua rotina, pois ao saber dos benefícios que esses alimentos trazem, o prazer em consumir pratos isentos de muita gordura, corante, açúcar em excesso e vários outros ingredientes maléficos à saúde, tomam conta da vida.

O conhecimento sobre o que comer é o primeiro passo para um comportamento alimentar saudável, que nem sempre instiga a mudança, mas funciona como um alicerce quando as pessoas desejam mudar. (BENETTI, 2014, p.19).

Uma alimentação bem nutricional e uma disposição para o dia-a-dia andam juntas favorecendo ao ser humano. Uma nutrição adequada pode prevenir doenças e deixar a vida mais saudável.

Costa (2016, online) diz que,

Uma alimentação balanceada é fundamental para a manutenção da saúde. Esse equilíbrio na dieta alimentar pode diminuir o estresse, melhorar o humor e facilitar o controle do peso. Em níveis corretos, aprimora os rendimentos físicos e preserva a qualidade de vida.

Em vista de todo esse problema, eis que surge o seguinte questionamento: Por que as pessoas não têm interesse em alimentar-se de forma saudável?

Estudando possíveis hipóteses para o problema apresentado, surgiu algumas ideias, tais como; a falta de tempo das pessoas devido à correria do dia-a-dia, talvez sendo a mais frequente nos meios, já que devido a acúmulos de serviços, as pessoas estão pulando muitas etapas de seu dia que deveriam ser cumpridas, entre elas a alimentação.

A falta de interesse relacionada ao assunto também pode gerar um afastamento do consumidor ao produto, até porque é comum que tenhamos em nossa vida preferências, e com os alimentos não é diferente. Pela limitação de informações, as pessoas podem ter receio de experimentar algo novo, permanecendo assim em sua zona de conforto.

Outro ponto ressaltado é a dificuldade ao acesso de alimentos saudáveis de forma prática a ser consumida, visto que, opções de refeições tem várias para todas as horas do dia, mas ainda existe grande deficiência em algo que seja sadio.

Nesse projeto almeja-se a possibilidade de poder proporcionar uma alimentação apropriada e saudável a todo tipo de público, com a praticidade de consumo, comodidade, podendo ser degustado em qualquer lugar que esteja.

Os objetivos específicos do presente trabalho são: utilizar de pesquisa bibliográfica para construção do embasamento teórico sobre alimentação

saudável; identificar os alimentos saudáveis na qual as pessoas consomem atualmente; criar e desenvolver uma empresa através da ferramenta CANVAS de modelagem de negócios; realizar pesquisa de campo com o intuito de verificar a aceitação de um novo produto a base de batata doce; criar protótipo de alimento saudável e *fitness* a base de bata doce, e propor uma nova forma de alimentação saudável com praticidade e saúde.

Este trabalho tem como público alvo as pessoas em geral, porém estando com uma maior parte de atenção voltada aos que são mais cautelosos à saúde.

Já na pesquisa de campo, os alunos e professores da unidade escolar Escola Técnica Estadual Professor Massuyuki Kawano do período noturnos (cursos técnicos) e também consumidores que fazem preferência de produtos saudáveis. Irão participar da pesquisa de campo uma média de 500 pessoas, sendo 300 da escola e 200 com o público afora, onde o intuito final será saber qual o grau de aceitação do nosso produto.

Sendo assim, nas pesquisas de campo serão utilizados questionários aplicados individualmente na sala de aula e nas ruas. Este questionário será aplicado de forma fechada com questões alternativas. Os resultados serão apresentados por meio de gráficos, mostrando quanto vantajoso será a implantação desse produto a base de batata doce na forma de serviço *delivery*.

O presente trabalho de pesquisa é importante pelo fato de que as pessoas têm buscado uma alimentação mais adequada e acessível ao seu cotidiano, assim procurando ter uma vida mais saudável de uma maneira mais prazerosa.

O tema é oportuno por estar sendo amplamente discutido na sociedade e no mundo, conforme matéria realizada pelo Portal G1

Com o desemprego subindo e a inflação em alta corroendo o poder de compra das famílias, os supermercados fecharam 2015 com queda real no faturamento e não esperam um cenário diferente para 2016. Porém, mesmo em meio à crise, uma categoria se destaca na ponta positiva: os alimentos com apelo mais saudável. (G1, 2017).

O tema é considerado viável, pois traz uma possível resolução de um problema que para muitos é de alta importância. A alimentação é um ingrediente fundamental para o rendimento do dia, porém junto com a necessidade de se

alimentar vem também a necessidade de poder fazer isso de uma forma acessível, já que as pessoas estão se mostrando cada vez mais carente de tempo, principalmente no consumo de uma alimentação que propicie benefícios à sua saúde.

## 2. PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa foi dividida entre dois públicos, alcançando o total de 326 pessoas entrevistadas. O primeiro lugar a ser distribuído os questionários foi a Escola Técnica Estadual Professor Massuyuki Kawano, com alunos e professores do período noturno dos cursos técnicos, alcançando um público de 176 pessoas. Após isso, foram distribuídas pesquisas para os consumidores afora, onde se atingiu o resultado de 150 pesquisas respondidas. O questionário aplicado continha onze perguntas de múltipla escolha, essas perguntas foram elaboradas com o intuito de descobrir o grau de conhecimento das pessoas em relação aos produtos alimentícios e a sua aceitação no mercado.

Abaixo os gráficos com os dados da pesquisa.

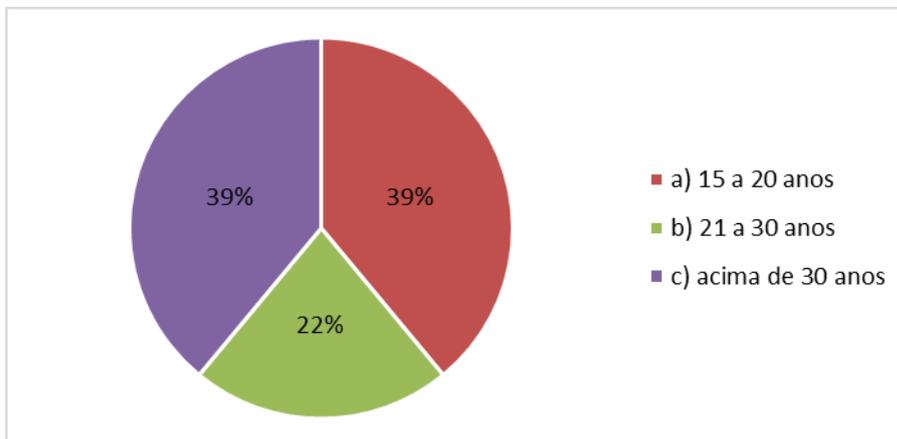


Gráfico 1 - Idade

Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

Com base na pesquisa aplicada é possível identificar que duas alternativas igualaram os maiores valores (39%), que foram das idades de 15 a 20 anos e acima de 30 anos.

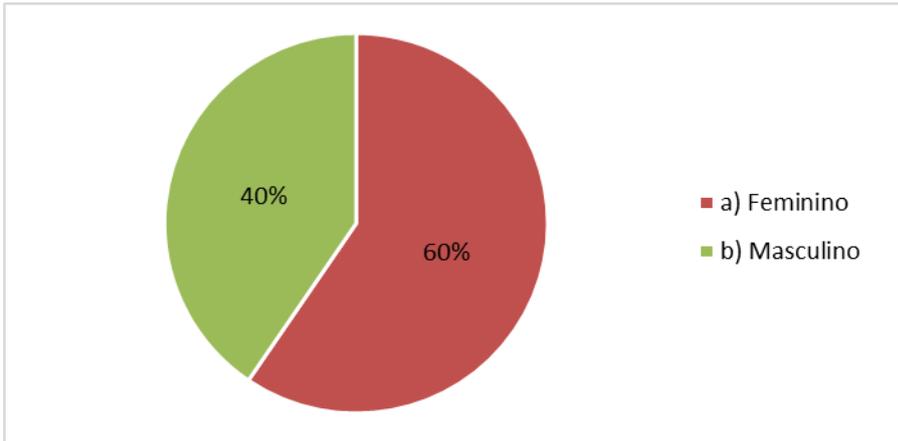


Gráfico 2 - Gênero

Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

De acordo com a pesquisa realizada observa-se que a maioria dos entrevistados é do gênero feminino.

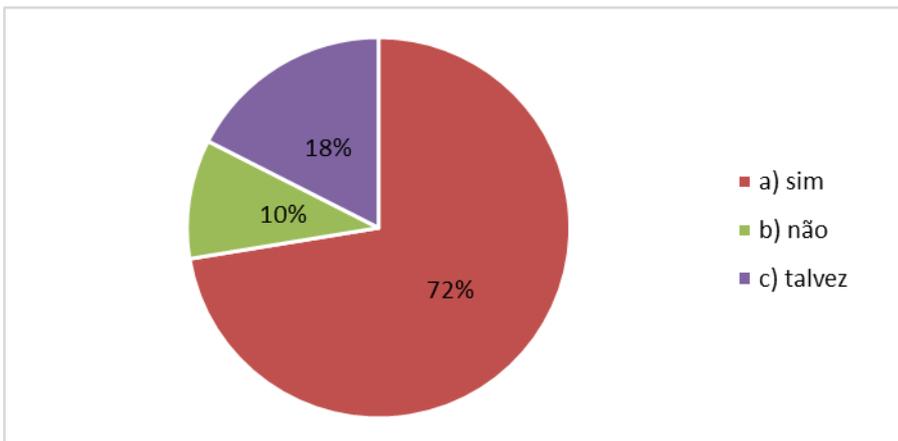


Gráfico 3 - Degustação de tapioca à base de batata doce de baixa caloria.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Analisando o gráfico acima é possível identificar que a tapioca à base de batata doce está com um alto índice de aceitação (72%), representando uma quantia superior aos demais.

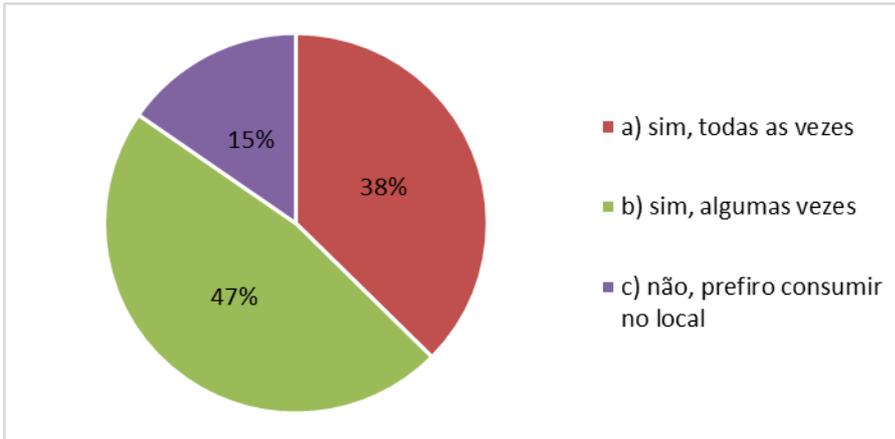


Gráfico 4 - Utilização de serviço *delivery* para consumo da tapioca  
Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

Apesar do comodismo e praticidade que um serviço de *delivery* proporciona, o gráfico acima deixa visível que a maioria dos entrevistados disseram que algumas vezes usariam esse serviço.

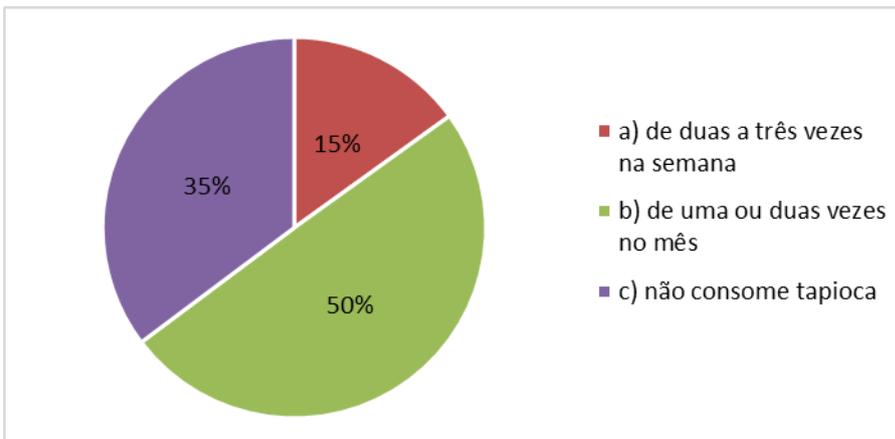


Gráfico 5 - Consumo de tapioca.  
Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

A partir do gráfico acima é possível dizer de modo geral que o consumo de tapioca por parte dos entrevistados não é tão frequentemente, sendo de uma ou duas vezes no mês.

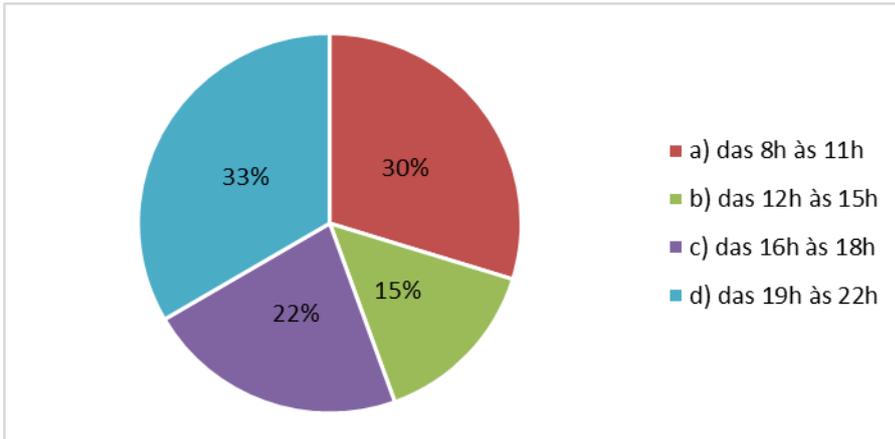


Gráfico 6 - Melhor horário para consumo de tapioca.  
Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

O gráfico demonstrativo acima indica que o consumo de tapiocas seria mais requisitado no período das 19h às 22h (33%) e das 8h às 11h (30%). Isso pode indicar preferência para consumo no período do café da manhã e janta, sendo menos requisitado no período do almoço (15%).

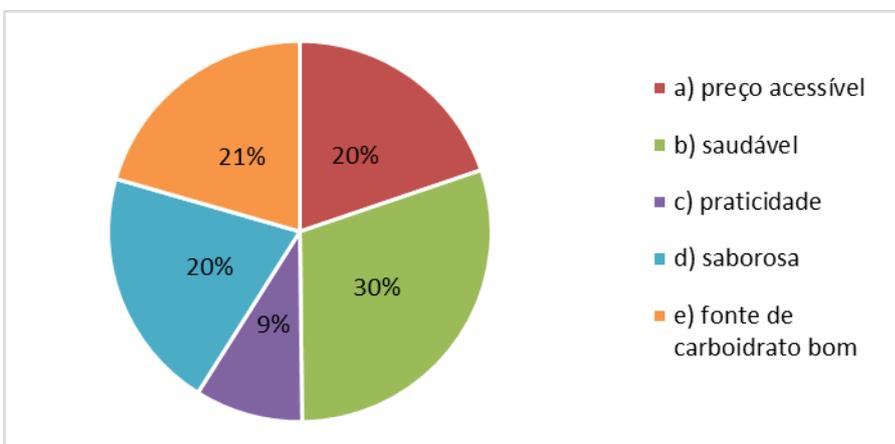


Gráfico 7 - Motivos (até três) para consumir uma tapioca feita de batata doce.  
Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

Diante dos dados é possível identificar que os três maiores motivos das pessoas consumirem a tapioca feita de batata doce é primeiramente por ser saudável (30%), seguido por, ser considerada uma boa fonte de carboidrato (21%) e sendo quase alcançada por ser saborosa (20%) e ter um preço acessível (20%) onde as duas últimas mais escolhidas tiveram um percentual igual.

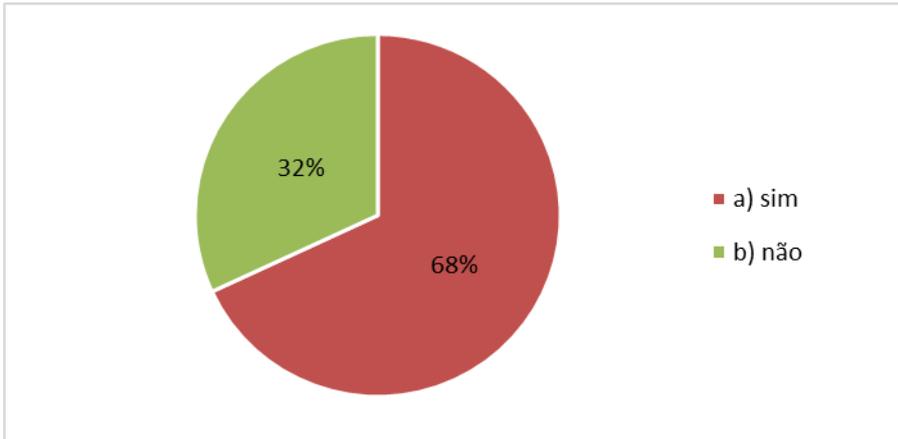


Gráfico 8 - Substituição de pão integral por uma tapioca fitness (à base de batata doce e recheios light)?

Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

Ao analisar o gráfico acima pode-se observar que 68% das pessoas entrevistadas substituiriam sim pão integral pela tapioca fitness.

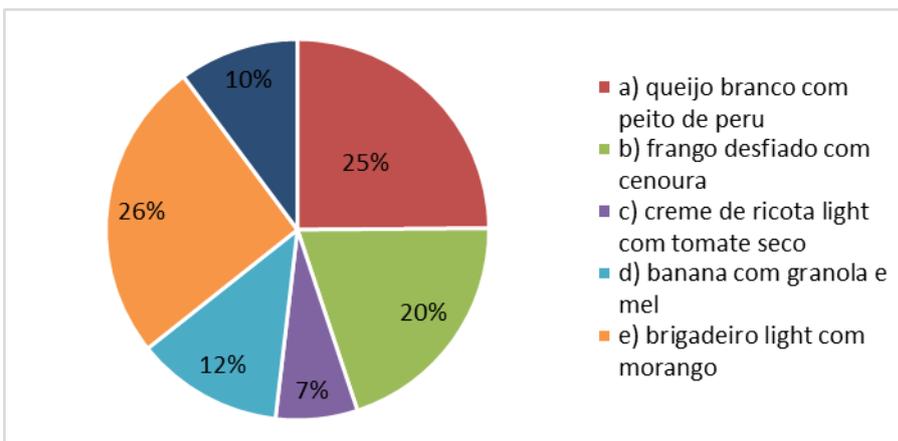


Gráfico 9 - Preferência por recheios (Escolher um doce e um salgado).

Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

Após analisar o gráfico 9 é nítido que os sabores com maior aceitação são: brigadeiro light com morango (26%), como sabor doce, e queijo branco com peito de peru (25%), como salgado, porém ficando bem próximo na porcentagem frango desfiado com cenoura (20%).

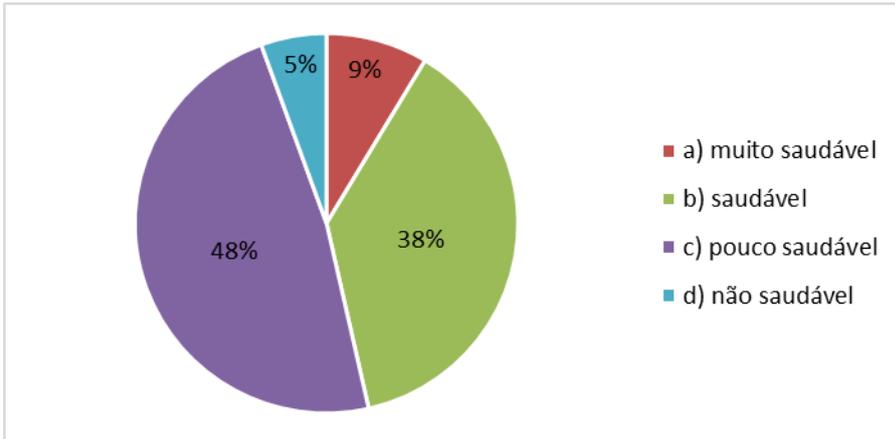


Gráfico 10 - Hábito alimentar.  
Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

A pesquisa realizada demonstrou que 48% das pessoas entrevistadas costumam ser pouco saudável, no que diz respeito aos hábitos alimentares. Apenas 9% se consideram muito saudável.

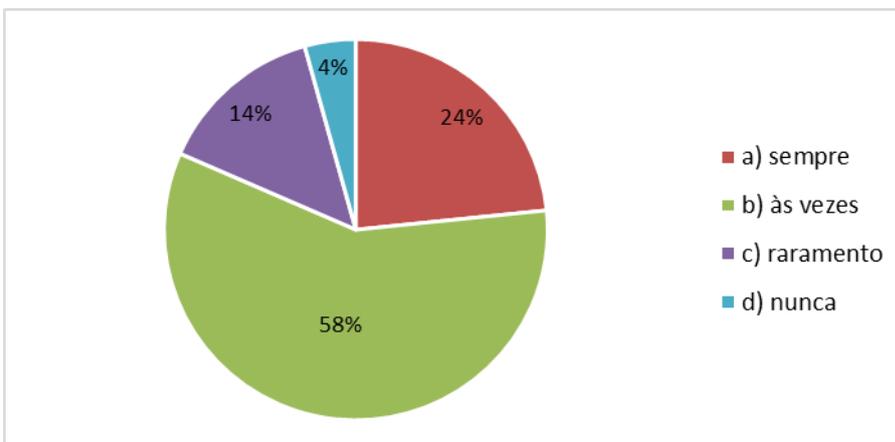


Gráfico 11 - Consumo de alimentos naturais  
Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

Com base nas entrevistas o gráfico demonstra que 58% das pessoas responderam que consomem às vezes alimentos naturais. Em contrapartida 4% disseram nunca consumir alimentos naturais.

### 3. PLANO DE NEGÓCIOS

#### 3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO

O objetivo do presente trabalho é mostrar aos leitores a importância da alimentação saudável, e propor novas maneiras de se fazer presente esses alimentos em sua vida.

A partir disso, foi elaborado um plano de fundação de uma empresa que atenderá as necessidades criadas no dia a dia dessa área de grande importância, através de um alimento popular, que é a tapioca, mas reformulado, trocando o principal ingrediente, a mandioca, por outro, a batata doce.

Entretanto, será apresentado neste trabalho o plano de custos expondo a estimativa do faturamento mensal, do custo fixo e variável, margem de contribuição e o ponto de equilíbrio.

Almejamos atingir todos os tipos de segmentos de clientes, sendo públicos em geral que buscam por uma alimentação saudável, entre eles estão os veganos que procuram alimentos a base de vegetais, as pessoas que tem problema de saúde como colesterol, triglicérideo alto e pressão alta, onde será oferecido um cardápio especial, e aquelas pessoas que necessitam perder peso, e também as que querem ganhar massa magra.

#### 3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

##### 3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários

| <b>Fundador 01</b>   |                           |
|--|---------------------------|
| Nome: Carolina Vieira de Oliveira  |                           |
| Endereço: Rua Abílio Pedro de Souza, 20.                                       | Cidade/Estado: Tupã-SP    |
| E-mail: <a href="mailto:carol.vieira@hotmail.com">carol.vieira@hotmail.com</a> | Telefone: (14) 99704-9448 |

Atribuição do Fundador 01: Sócia proprietária e colaboradora, com sua função Caixa Administradora. Tem por função dar as informações sobre os aspectos econômicos e financeiros, a fim de contribuir na elaboração de planos de ação para alcance dos objetivos da instituição. Gerando opções para melhorar o desempenho dos resultados e elaborar relatórios gerenciais para dar suporte na tomada de decisão.

| <b>Fundador 02</b>   |                           |
|--|---------------------------|
| Nome: Larissa Elen Araujo Vidoi  |                           |
| Endereço: Rua João Cursi, 85.  | Cidade/Estado: Pompeia-SP |
| E-mail: <a href="mailto:larissavidoi@hotmail.com">larissavidoi@hotmail.com</a> | Telefone: (14) 99674-7616 |

Atribuição do Fundador 02: Sócia proprietária e colaboradora, com sua função Caixa Atendente. Tem por função uma boa habilidade no atendimento telefônico e anotações de pedidos. Responsável pela organização de pedidos, entregas e uso do dinheiro para troco.

| <b>Fundador 03</b>   |                             |
|--|-----------------------------|
| Nome: Laura Aparecida de Oliveira Lopes                                |                             |
| Endereço: Manoel Patrício, 751.  | Cidade/Estado: Quintana-SP  |
| E-mail: <a href="mailto:laalooliis@gmail.com">laalooliis@gmail.com</a> | Telefone: (14) 99754 - 4925 |

Atribuição do Fundador 03: Sócia proprietária e colaboradora, com sua função Auxiliar de Cozinha. Tem por função a responsabilidade todos os cuidados que devem ser tomados com os alimentos (lavar, descascar, cortar e ralar) sob a orientação do cozinheiro.

| <b>Fundador 04</b>   |                             |
|--|-----------------------------|
| Nome: Luís Guilherme Canato de Oliveira  |                             |
| Endereço: Machado de Assis, 365.   | Cidade/Estado: Tupã-SP      |
| E-mail: <a href="mailto:luisguilherme_canato@hotmail.com">luisguilherme_canato@hotmail.com</a> | Telefone: (14) 99677 - 6699 |

Atribuição do Fundador 04: Sócio proprietário e colaborador, com sua função Entregador. Tem por função carregar e descarregar mercadorias e receber pagamentos.

| <b>Fundador 05</b>   |                               |
|--|-------------------------------|
| Nome: Nayara Soares Ferreira   |                               |
| Endereço: Rua Euclides da Cunha, 770.                                    | Cidade/Estado: Herculândia-SP |
| E-mail: <a href="mailto:nayara.sf@hotmail.com">nayara.sf@hotmail.com</a> | Telefone: (14) 99767-3173     |

Atribuição do Fundador 05: Sócia proprietária e colaboradora, com sua função Auxiliar de Cozinha. Tem por função a responsabilidade todos os cuidados que devem ser tomados com os alimentos (lavar, descascar, cortar e ralar) sob a orientação do cozinheiro.

| <b>Fundador 06</b>                            |                            |
|---|----------------------------|
| Nome: Rafael dos Santos Ribeiro               |                            |
| Endereço: Rua Meuchiedes Ribeiro, 13.         | Cidade/Estado: Luziânia-SP |
| E-mail: rafaeldossantosribeiro222@hotmail.com | Telefone: (18) 99725-3184  |

Atribuição do Fundador 06: Sócio proprietário e colaborador, com sua função Entregador. Tem por função carregar e descarregar mercadorias e receber pagamentos.

| <b>Fundador 07</b>          |                           |
|-----------------------------|---------------------------|
| Nome: Reinaldo Sabongi      |                           |
| Endereço: Timbiras, 885.    | Cidade/Estado: Tupã-SP    |
| E-mail: rsabongi@uol.com.br | Telefone: (14) 99897-3644 |

Atribuição do Fundador 07: Sócio proprietário e colaborador, com sua função Contador. Tem por função colaborar nas atividades administrativas, financeiras e de logística da empresa, além de organizar arquivos e ajudar o financeiro no recebimento de contas e correspondências.

| <b>Fundador 08</b>                        |                           |
|---|---------------------------|
| Nome: Silvana Deolinda de Oliveira        |                           |
| Endereço: Rua Francisco Pereira Belo, 51. | Cidade/Estado: Tupã-SP    |
| E-mail: Silvana.123oliveira@gmail.com     | Telefone: (14) 99738-5032 |

Atribuição do Fundador 08: Sócia proprietária e colaboradora, com sua função Chef Cozinheira. Tem por função organizar todo o serviço feito na cozinha; elaborar, acompanhar e organizar pratos para o dia a dia.

### 3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições

Perfil do Fundador 01: Técnico em Recursos Humanos; Técnica em Administração (Cursando); Informática Básica.

Perfil do Fundador 02: Técnico em Recursos Humanos, Técnico em Administração (Cursando).

Perfil do Fundador 03: Técnico em Administração (Cursando); Auxiliar Administrativo Tecnológico (Cursando).

Perfil do Fundador 04: Técnica em Administração (Cursando); Informática Básica.

Perfil do Fundador 05: Técnico em Administração (Cursando).

Perfil do Fundador 06: Técnico em Álcool e Açúcar; Técnico em Administração (Cursando).

Perfil do Fundador 07: Técnico em Administração (Cursando).

Perfil do Fundador 08: Técnico em Recursos Humanos; Técnico em Vendas; Técnico em Química; Técnico em Administração (Cursando); Informática Básica; Auxiliar de Laboratório de Análise Clínica.

### 3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa/Nome Fantasia: Batapioca Sabor & Saúde.

CNPJ: 13.602.780/0001-08

#### 3.3.1. Missão e Visão da Empresa

Missão: Nossa missão é proporcionar uma alimentação apropriada e saudável, com a praticidade de consumo pelo fato de não atender somente em horários comerciais, trazendo também possibilidade de comodidade, podendo ser degustado diretamente no conforto de casa, local de trabalho, ou qualquer outro lugar que esteja.

Visão: Queremos ser reconhecidos no mercado onde atuamos, crescendo como uma organização, assim, atendendo melhor nossos clientes.

Valores: Nossa empresa não abre mão dos princípios da boa alimentação, se preocupando em fazer isso da maneira mais prática e acessível possível, visando não somente uma alimentação saudável, mas também saborosa.

### 3.3.2. Setor de Atividade

Nossa empresa atuará no comércio alimentício com serviço *delivery*.

### 3.3.3. Forma Jurídica

Batapioca Sabor & Saúde ME. A empresa se classifica como de pequeno porte devido ao faturamento anual. É uma sociedade empresarial limitada e a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, todos respondem igualmente pelo valor do capital social.

### 3.3.4. Enquadramento Tributário

Optaremos pelo Simples Nacional, pois é um regime tributário diferenciado, simplificado e favorecido previsto na Lei Complementar nº 123, de 14/12/2006.

## 3.4. CAPITAL SOCIAL

| <b>Nomes do Fundador</b>          | <b>Valor do Capital Integralizado</b> |
|-----------------------------------|---------------------------------------|
| Carolina Vieira de Oliveira       | R\$ 2.000,00                          |
| Larissa Elen Araujo Vidoi         | R\$ 2.000,00                          |
| Laura Aparecida de Oliveira Lopes | R\$ 2.000,00                          |
| Luís Guilherme Canato de Oliveira | R\$ 2.000,00                          |
| Nayara Soares Ferreira            | R\$ 2.000,00                          |
| Rafael dos Santos Ribeiro         | R\$ 2.000,00                          |
| Reinaldo Sabongi                  | R\$ 2.000,00                          |
| Silvana Deolinda de Oliveira      | R\$ 2.000,00                          |

## 3.5. FONTE DE RECURSOS

No início, a abertura da empresa estará localizada na Rua Francisco Pereira Bello N°51, no bairro Jardim Marabá na cidade de Tupã-SP, sendo a casa de uns dos sócios da empresa, com isso usaremos os móveis do local para fabricar as tapiocas, que serão o fogão, o gás, as panelas e talheres, para o

serviço de *delivery* usaremos uma moto CG/150 para entrega do nosso produto, de propriedade de um dos sócios.

No primeiro mês, todos os ingredientes serão comprados com a contribuição de cada sócio. Já nos demais meses, será usado o dinheiro retornado sobre as vendas.

### 3.6. ANÁLISE DE MERCADO

#### 3.6.1. Análise dos Clientes

Nossos clientes são públicos em geral que buscam por uma alimentação saudável, entre eles estão os veganos que procuram alimentos a base de vegetais, as pessoas que tem problema de saúde como colesterol, triglicérideo alto e pressão alta, onde será oferecido um cardápio especial, e aquelas pessoas que necessitam perder peso, e também as que querem ganhar massa magra. O público alvo abrange todos os tipos de clientes, porém com um foco maior nas academias, e pessoas que possuem acompanhamento nutricional devido aos problemas de saúde. Atenderemos o público local na cidade de Tupã/SP.

## 3.6.2. Análise dos Concorrentes

|  | <b>Qualidade do Produto/Serviço</b>                 | <b>Preço</b>        | <b>Condições de Pagamento</b>       | <b>Atendimento</b>  | <b>Serviços Oferecidos</b>                |
|--|---|---------------------|-------------------------------------|---|---|
| Ji Lanches e Tapiocas.                       | Produto de ótima qualidade e atendimento excelente. | R\$10,00 à R\$12,00 | À vista e cartão de crédito/debito. | Atendimento presencial – das 19h às 00h.  | Serviços de <i>delivery</i> .             |
| Hum, que delícia! Bolos caseiros e tapiocas. | Produto saboroso e com atendimento bom.             | R\$10,00 à R\$12,00 | Somente à vista (dinheiro).         | Atendimento presencial (feiras livres de quarta-feira, quinta-feira e domingo). | Encomendas.                               |
| Salgados finos.                              | Produtos de boa qualidade, com atendimento péssimo. | R\$8,00 à R\$10,00. | À vista e cartão de crédito/debito. | Horário comercial – 8h às 18h.  | Encomendas e serviço de <i>delivery</i> . |

Conclusão da Análise dos Concorrentes: Para a melhor análise do concorrente Ji Lanches e Tapiocas foi feita a degustação da tapioca, e ficou concluído que será uma forte concorrência devido ao seu tamanho e sabor, porém o cardápio não possui variedades, sendo isso um fator positivo para nossa empresa, pois possuímos um cardápio com muitas variedades e especial com alimentos saudáveis indicados para diversas situações. Já nos outros concorrentes indiretos Hum, que delícia! Bolos caseiros e tapiocas e Salgados Finos, acreditamos serem concorrentes que irão nos afetar, já que a “Hum, que delícia! Bolos caseiros e tapiocas” só atende nos dias de feira livre, e seu ponto forte são os bolos. E os “Salgados Finos”, conta com várias outras opções de produtos, perdendo também muita de sua credibilidade devido ao mau atendimento.

## 3.6.3. Análise dos Fornecedores

| <b>Ordem</b> | <b>Nome do Fornecedor</b>  | <b>Descrição do Item</b> | <b>Preço</b> | <b>Condições de Pagamento</b> | <b>Prazo de Entrega</b> | <b>Localização do Fornecedor</b> |
|--------------|----------------------------|--------------------------|--------------|-------------------------------|-------------------------|----------------------------------|
| 1            | Supermercado Gaspar        | *                        | *            | À Vista/Cartão                | No mesmo dia            | Rua Aimorés, 2510.               |
| 2            | Supermercado Varejão Secco | *                        | *            | À Vista/Cartão                | No mesmo dia            | Rua Francisco Melhado, 140.      |
| 3            | Supermercado Max           | *                        | *            | À Vista/Cartão                | No mesmo dia            | Rua Potiguaras, 439.             |

\*Obs: A descrição e preços dos produtos foram especificados na tabela abaixo.

| <b>PRODUTOS</b>  | <b>VAREJÃO<br/>GASPAR<br/>(R\$)</b> | <b>VAREJÃO<br/>SECCO<br/>(R\$)</b> | <b>SUPERMERCADO<br/>MAX<br/>(R\$)</b> |
|------------------|-------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| Bacon            | 19,80 kg                            | 19,59 kg                           | 18,40 kg                              |
| Mussarela        | 21,50 kg                            | 20,96 kg                           | 19,89 kg                              |
| Presunto         | 19,70 kg                            | 18,76 kg                           | 19,30 kg                              |
| Peito de peru    | 33,90 kg                            | 34,96 kg                           | 34,33 kg                              |
| Queijo branco    | 11,60 kg                            | 10,29 kg                           | 11,32 kg                              |
| Queijo coltage   | 9,50 (250 g)                        | 10,35 (250 g)                      | 10,26 (250 g)                         |
| Queijo Tofu      | 20,95 kg                            | 21,34 kg                           | 22,76 kg                              |
| Queijo ricota    | 19,90 kg                            | 18,90 kg                           | 21,25 kg                              |
| Ovos             | 6,50 (30 uni)                       | 5,75 (30 uni)                      | 6,75 (30 uni)                         |
| Salmão           | 57,80 kg                            | 58,25 kg                           | 56,26 kg                              |
| Catupiry         | 30,80 (1,8 kg)                      | 32,75 (1,8 kg)                     | 33,90 (1,8 kg)                        |
| Frango           | 8,82 kg                             | 9,49 kg                            | 8,33 kg                               |
| Cenoura          | 1,29 kg                             | 2,09 kg                            | 1,25 kg                               |
| Tomate           | 3,40 kg                             | 2,99 kg                            | 3,23 kg                               |
| Milho            | 12,75 (2 kg)                        | 13,25 (2 kg)                       | 13,85 (2 kg)                          |
| Banana           | 1,99 kg                             | 2,36 kg                            | 2,09 kg                               |
| Maçã             | 3,76 kg                             | 3,98 kg                            | 3,59 kg                               |
| Morango          | 4,00 (bandeja)                      | 3,89 (bandeja)                     | 3,50 (bandeja)                        |
| Abacate          | 3,89 kg                             | 3,63 kg                            | 3,75 kg                               |
| Abacaxi          | 2,20 kg                             | 2,75 kg                            | 2,65 kg                               |
| Amendoim         | 5,98 (500 g)                        | 6,25 (500 g)                       | 6,75 (500 g)                          |
| Laranja          | 1,25 kg                             | 1,89 kg                            | 0,99 kg                               |
| Poupas de frutas | 12,90 (c/10uni)                     | 11,96 (c/ 10uni)                   | 12,25 (c/10uni)                       |
| Lentilha         | 7,25 (500 g)                        | 8,35 (500 g)                       | 8,76 (500 g)                          |
| Goiaba           | 8,96 kg                             | 8,95 kg                            | 8,65 kg                               |

|                   |                |                |                |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|
| Gengibre          | 8,60 kg        | 7,99 kg        | 8,66 kg        |
| Batata doce       | 0,79 kg        | 0,89 kg        | 0,69kg         |
| Palmito           | 26,40 (1,2 kg) | 27,76 (1,2 kg) | 25,86 (1,2 kg) |
| Brócolis          | 3,98 (maço)    | 3,96 (maço)    | 3,95 (maço)    |
| Salsinha          | 3,98 (maço)    | 3,96 (maço)    | 3,95 (maço)    |
| Açafrão           | 3,98 (maço)    | 3,96 (maço)    | 3,95 (maço)    |
| Rúcula            | 3,98 (maço)    | 3,95 (maço)    | 3,95 (maço)    |
| Manjericão        | 3,98 (maço)    | 3,96 (maço)    | 3,95 (maço)    |
| Orégano           | 5,75 (100 g)   | 6,25 (100 g)   | 5,95 (100 g)   |
| Sal               | 0,85 kg        | 1,36 kg        | 1,29 kg        |
| Azeite            | 6,25 (500 ml)  | 7,89 (500 ml)  | 6,76 (500 ml)  |
| Linhaça           | 3,95 (200 g)   | 4,05 (200 g)   | 4,25 (200 g)   |
| Chia              | 2,35 (100 g)   | 2,76 (100 g)   | 2,66 (100 g)   |
| Farelo de Chia    | 3,25 (100 g)   | 2,98 (100 g)   | 3,45 (100 g)   |
| Pasta de amendoim | 16,99 kg       | 17,29 kg       | 16,50 kg       |
| Aveia             | 3,25 (100 g)   | 3,76 (100 g)   | 3,56 (100 g)   |
| Mel               | 22,56 (500 g)  | 21,49 (500 g)  | 22,80 (500 g)  |
| Brigadeiro        | 22,60 kg       | 21,90 kg       | 22,65 kg       |
| Nutella           | 31,30 (650 g)  | 33,00 (650 g)  | 32,60(650g)    |
| Geleia de Morango | 17,30 (500 g)  | 18,20 (500 g)  | 17,89 (500 g)  |
| Geleia de Amora   | 17,30 (500 g)  | 18,20 (500 g)  | 17,89 (500 g)  |
| Canela            | 4,75 (100 g)   | 5,25 (100 g)   | 4,89 (100 g)   |
| Leite de coco     | 3,20 (200 ml)  | 3,35 (200 ml)  | 3,86 (200 ml)  |
| Óleo de coco      | 19,40 (500 ml) | 18,75 (500 ml) | 18,26 (500 ml) |

### 3.7. PLANO DE MARKETING

#### 3.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

Iremos oferecer tapiocas saudáveis à base de batata doce, que auxiliam na perda de peso e ganho de massa magra ao mesmo tempo. Seu diferencial é a inovação por conta de seu principal ingrediente.

Os meios de comunicação com o cliente serão via telefone, redes sociais e pessoalmente, por estes meios que serão realizadas as vendas. Usaremos o serviço *Delivery* para distribuição do produto.

O preço sugerido será de acordo com os nossos gastos para a produção do produto

#### 3.7.2. Preço

| <b>Tapiocas Salgadas</b>                 |          |
|--|----------|
| Queijo Branco/Peito de Peru              | R\$15,00 |
| Frango Desfiado/Catupiry                 | R\$15,00 |
| Presunto / Queijo                        | R\$15,00 |
| Queijo/ Bacon                            | R\$15,00 |
| Pizza (queijo, presunto, tomate orégano) | R\$15,00 |
| Frango/ milho/bacon                      | R\$15,00 |
| <b>Tapiocas para Veganos</b>             |          |
| Cogumelo com azeite                      | R\$15,00 |
| Tofu Refogado/ Lentilha                  | R\$15,00 |
| Lentilha/ Cenoura/ Gengibre              | R\$15,00 |
| <b>Tapiocas para ganho de massa</b>      |          |
| Frango/ Brócolis                         | R\$15,00 |
| Ovos Mexido/ Chia                        | R\$15,00 |
| Queijo Minas/ Ervas Finas                | R\$15,00 |
| Ovos Mexidos/ Peito de Peru              | R\$15,00 |
| <b>Tapiocas para perda de peso</b>       |          |
| Ricota/ Rúcula/ Tomate Seco              | R\$15,00 |

|   |          |
|---|----------|
| Frango Desfiado/ Ricota                             | R\$15,00 |
| Frango Desfiado/Cenoura                             | R\$15,00 |
| <b>Tapiocas para pessoas com problemas de saúde</b> |          |
| Frango Desfiado/ Azeite/ Ervas Finas                | R\$15,00 |
| Salmão/ Linhaça                                     | R\$15,00 |
| Rúcula/ Tomate Seco                                 | R\$15,00 |
| <b>Tapiocas Doces</b>                               |          |
| Banana/Granola/Mel                                  | R\$12,00 |
| Brigadeiro/Morango                                  | R\$12,00 |
| Maça/Canela/Aveia                                   | R\$12,00 |
| Pasta de Amendoim/ Banana                           | R\$12,00 |
| Nutella   | R\$12,00 |
| <b>Tapiocas para Veganos</b>                        |          |
| Banana/Aveia  | R\$12,00 |
| Geleia Natural de Morango                           | R\$12,00 |
| <b>Tapiocas para ganho de massa</b>                 |          |
| Abacate/Aveia                                       | R\$12,00 |
| Maça/Canela   | R\$12,00 |
| Geleia Natural Amora/Chia                           | R\$12,00 |
| <b>Tapiocas para perda de peso</b>                  |          |
| Romeu e Julieta (Queijo Coltagé e Goiaba)           | R\$12,00 |
| Amêndoa e Noz (Batida com Leite de Coco)            | R\$12,00 |
| Abacate/ Farelo de Chia                             | R\$12,00 |
| <b>Tapiocas para pessoas com problemas de saúde</b> |          |
| Maça/Aveia  | R\$12,00 |
| Abacaxi/Canela                                      | R\$12,00 |
| Pasta de Amendoim Natural                           | R\$12,00 |

\*Ervas Finas: Salsinha, Manjeriço e Açafrão.

### 3.7.3. Estratégias Promocionais

Serão divulgadas por páginas criadas em redes sociais, usando a publicidade do site, panfletos no centro da cidade e rádios. Usaremos “compre e ganhe” em períodos promocionais, onde a mesma funcionará da seguinte maneira: Nas compras acima de 05 tapiocas, o cliente ganha a sexta.

### 3.7.4. Estrutura de Comercialização

Os pedidos serão feitos via telefone, redes sociais e pessoalmente, a entrega será feita por serviço de *delivery*. O horário de atendimento será realizado em dois períodos, sendo eles na parte da manhã das 8h às 12h, e na parte da noite das 19h às 23h.

### 3.7.5. Localização da Empresa

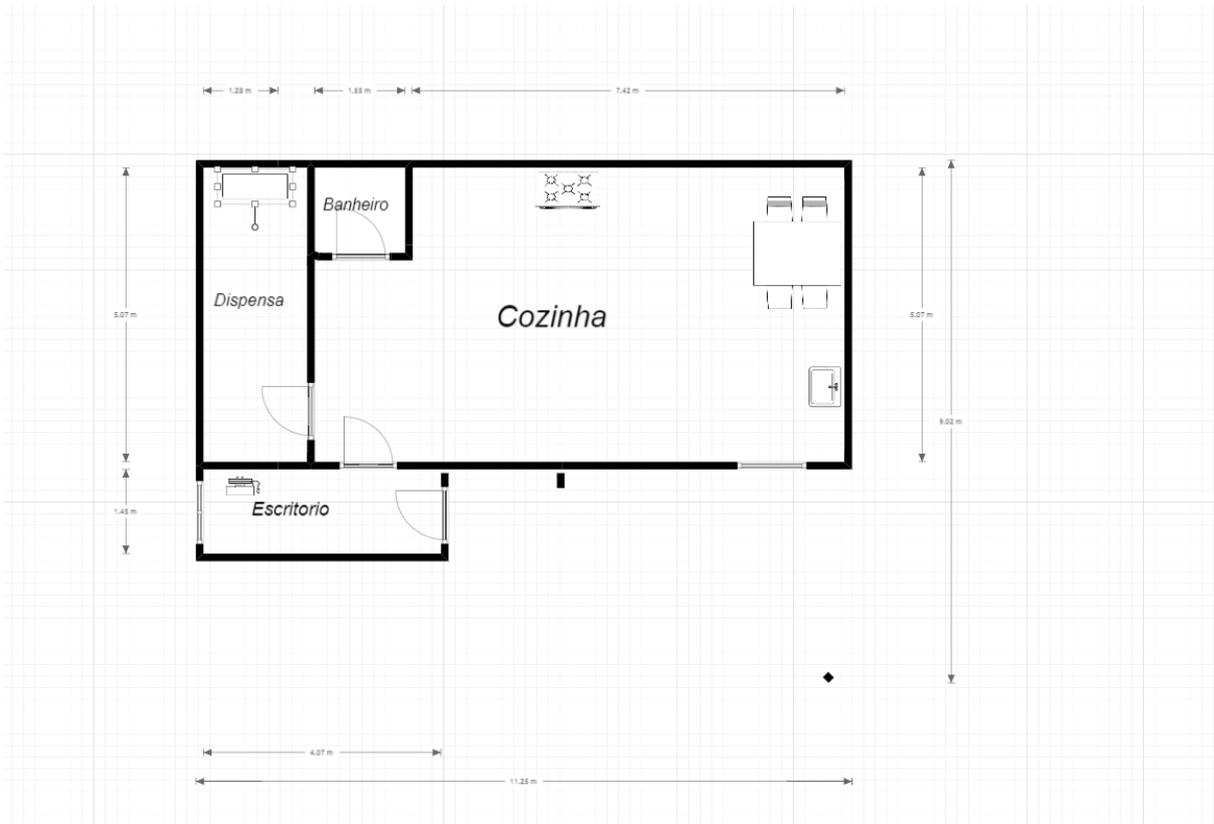
|  |                        |
|--|------------------------|
| Endereço da Empresa: Rua Francisco Pereira Bello, nº 51. |                        |
| Bairro: Jardim Marabá                                    | Cidade/Estado: Tupã/SP |
| Telefone/Fax: (14)99738-5032 – (14)99877-6669            |                        |

Ponto de fácil acesso aos lugares que serão entregues o produto. Com o intuito de desenvolver um bom marketing da nossa empresa é preciso conhecer primeiro o que o nosso público alvo almeja em suas necessidades alimentares saudáveis.

Estudando as necessidades demonstradas pelos respondentes da nossa pesquisa, chegamos à conclusão que é um produto viável, pois apresentou grande aceitação para o público questionado. Sendo assim nossa empresa terá como mercado consumidor pessoas que procuram por uma alimentação mais saudável, podendo ser incluso nesse meio, pessoas que precisam perder peso, ganhar massa, veganos, pessoas com problemas de saúde e público em geral.

### 3.8. PLANO DE OPERACIONAL

#### 3.8.1. Layout ou Arranjo Físico



#### 3.8.2. Capacidade Produtiva

De início nossa capacidade produtiva será de cinquenta a cem tapiocas feitas no dia, podendo ser alterada para a capacidade com o volume de pedidos, de no máximo 200 tapiocas feitas ao dia.

## 3.8.3. Necessidade de Pessoal

| <b>Cargo</b>            | <b>Função</b>   | <b>Qualificação Necessária</b>   |
|-------------------------|---|--|
| Contador                | Departamento fiscal e contábil.<br>Colaborar nas atividades administrativas, financeiras e de logística da empresa, além de organizar arquivos e ajudar o financeiro no recebimento de contas e correspondências. | Seja uma pessoa transparente, ética e tenha experiência na área. Possuir nível superior completo em ciências contábeis.  |
| Auxiliar Administrativo | Responsável por conferência de caixa, saber o que cada pessoa da empresa faz, saber elaborar orçamentos, saber preparar relatórios, saber efetuar controles de serviços.  | Seja uma pessoa transparente, ética e ativa. Possuir nível técnico em administração.   |
| Atendente               | Atendimento telefônico, anotações de pedidos.   | Seja uma pessoa ativa, organizada, comunicativa, gosta de lidar com públicos e tenha disponibilidade de horários. Noções básicas de atendimento ao público. Possuir ensino médio completo. |
| Chef de cozinha         | Organizar as funções na cozinha; elaborar; acompanhar e organizar pratos para o dia a dia.  | Agilidade, dedicação, comprometimento e tenha disponibilidade de horários. Com experiência na área. Possuir curso técnico em alimentos.  |
| Auxiliar de cozinha     | Lavar, descascar, cortar, ralar os alimentos sob a orientação do cozinheiro.  | Seja ágio, dedicado e tenha disponibilidade de horários. Possuir ensino médio completo.  |
| Entregador              | Carregar e descarregar mercadorias e receber pagamentos.  | Seja rápido, cuidadoso, responsável e possuir carteira nacional de habitação, cat. ab. Possuir ensino médio completo.  |

### 3.9. PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO

#### 3.9.1. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa

| <b>ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA</b> |  |   |                                       |
|--|--|---|---------------------------------------|
| <b>Produto</b>                                     | <b>Quantidade<br/>(Estimativa de<br/>Vendas)</b> | <b>Preço de<br/>Venda Unitário<br/>(em R\$)</b> | <b>Faturamento Total<br/>(em R\$)</b> |
| Tapioca Doce                                       | 400  | R\$12,00  | R\$4.800,00                           |
| Tapioca Salgada                                    | 850  | R\$15,00  | R\$12.750,00                          |
| Tapioca para<br>Vegano                             | 300  | R\$15,00  | R\$ 4.500,00                          |
| Tapioca para perda<br>de peso                      | 450  | R\$15,00  | R\$6.750,00                           |
| Tapioca para ganho<br>de massa                     | 350  | R\$15,00  | R\$5.250,00                           |
| Tapioca para<br>problemas de saúde                 | 200  | R\$15,00  | R\$3.000,00                           |
| <b>TOTAL</b>                                       | <b>2.550</b>                                     | <b>---</b>                                      | <b>R\$37.050,00</b>                   |

#### 3.9.2. Estimativa do Custo Unitário Variável para cada Produto

Será calculada uma média do custo unitário variável para cada divisão dos sabores, sendo a média calculada para tapioca doce, salgada, para vegano, para perda de peso, para ganho de massa e para problemas de saúde. Pois, devido a diversidade de sabores oferecidos pela nossa empresa ficaria inviável calcular de forma isolada, destacando que pensou-se da mesma maneira ao estabelecer os preços.

| <b>CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO</b> |                              |                       |              |
|--|------------------------------|-----------------------|--------------|
| <b>Produto: Tapioca Doce</b>               |                              |                       |              |
| <b>Material/Insumos utilizados</b>         | <b>Quantidade Necessária</b> | <b>Custo Unitário</b> | <b>TOTAL</b> |
| Recheio                                    | 15g                          | 3,00                  | 3,00         |
| Batata Doce                                | 150g                         | 1,75                  | 1,75         |
| Caixa - Embalagem Primária                 | 1                            | 0,22                  | 0,22         |
| Caixa - Embalagem Secundária               | 1                            | 0,06                  | 0,06         |
| <b>TOTAL</b>                               |                              |                       | <b>5,03</b>  |

| <b>CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO</b> |                              |                       |              |
|--|------------------------------|-----------------------|--------------|
| <b>Produto: Tapioca Salgada</b>            |                              |                       |              |
| <b>Material/Insumos utilizados</b>         | <b>Quantidade Necessária</b> | <b>Custo Unitário</b> | <b>TOTAL</b> |
| Recheio                                    | 30g                          | 4,00                  | 4,00         |
| Batata Doce                                | 150g                         | 1,75                  | 1,75         |
| Caixa - Embalagem Primária                 | 1                            | 0,22                  | 0,22         |
| Caixa - Embalagem Secundária               | 1                            | 0,06                  | 0,06         |
| <b>TOTAL</b>                               |                              |                       | <b>6,03</b>  |

| <b>CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO</b> |                              |                       |              |
|--|------------------------------|-----------------------|--------------|
| <b>Produto: Tapioca Para Veganos</b>       |                              |                       |              |
| <b>Material/Insumos utilizados</b>         | <b>Quantidade Necessária</b> | <b>Custo Unitário</b> | <b>TOTAL</b> |
| Recheio                                    | 25g                          | 3,75                  | 3,75         |
| Batata Doce                                | 150g                         | 1,75                  | 1,75         |
| Caixa - Embalagem Primária                 | 1                            | 0,22                  | 0,22         |
| Caixa - Embalagem Secundária               | 1                            | 0,06                  | 0,06         |
| <b>TOTAL</b>                               |                              |                       | <b>5,78</b>  |

| <b>CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO</b> |                              |                       |              |
|--|------------------------------|-----------------------|--------------|
| <b>Produto: Tapioca para perda de peso</b> |                              |                       |              |
| <b>Material/Insumos utilizados</b>         | <b>Quantidade Necessária</b> | <b>Custo Unitário</b> | <b>TOTAL</b> |
| Recheio                                    | 35g                          | 4,20                  | 4,20         |
| Batata Doce                                | 150g                         | 1,75                  | 1,75         |
| Caixa - Embalagem Primaria                 | 1                            | 0,22                  | 0,22         |
| Caixa - Embalagem Secundaria               | 1                            | 0,06                  | 0,06         |
| <b>TOTAL</b>                               |                              |                       | <b>6,23</b>  |

| <b>CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO</b>  |                              |                       |              |
|---|------------------------------|-----------------------|--------------|
| <b>Produto: Tapioca para ganho de massa</b> |                              |                       |              |
| <b>Material/Insumos utilizados</b>          | <b>Quantidade Necessária</b> | <b>Custo Unitário</b> | <b>TOTAL</b> |
| Recheio                                     | 45g                          | 4,80                  | 4,80         |
| Batata Doce                                 | 150g                         | 1,75                  | 1,75         |
| Caixa- Embalagem Primaria                   | 1                            | 0,22                  | 0,22         |
| Caixa – Embalagem secundaria                | 1                            | 0,06                  | 0,06         |
| <b>TOTAL</b>                                |                              |                       | <b>6,83</b>  |

| <b>CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO</b>                  |                              |                       |              |
|---|------------------------------|-----------------------|--------------|
| <b>Produto: Tapioca para pessoas com problemas de saúde</b> |                              |                       |              |
| <b>Material/Insumos utilizados</b>                          | <b>Quantidade Necessária</b> | <b>Custo Unitário</b> | <b>TOTAL</b> |
| Recheio   | 20g                          | 3,50                  | 3,50         |
| Batata Doce   | 150g                         | 1,75                  | 1,75         |
| Caixa- Embalagem  | 1                            | 0,22                  | 0,22         |
| Caixa – Embalagem   | 1                            | 0,06                  | 0,06         |
| <b>TOTAL</b>  |                              |                       | <b>5,53</b>  |

### Calcular o custo variável mensal

Para isso basta multiplicar o custo variável unitário pelo total de peças necessárias para o mês:

Tapioca Doce R\$5,03 \* 400 = R\$ 2.012,00

Tapioca Salgada R\$ 6,03 \* 850 = R\$5.125,50

Tapioca para Veganos R\$ 5,78 \* 300 = R\$ 1.734,00

Tapioca para perda de peso R\$ 6,23 \* 450 = R\$ 2.803,50

Tapioca para ganho de massa R\$ 6,83 \* 350 = R\$ 2.390,50

Tapioca para pessoas com problemas de saúde R\$ 5,53 \* 200 = R\$ 1.106,00

Total do custo variável mensal: R\$ 15.171,50

### 3.9.3. Estimativa dos Custos Fixos Mensais da Empresa

| <b>CUSTOS FIXOS</b>         |                      |
|-----------------------------|----------------------|
| <b>Custos</b>               | <b>Valores</b>       |
| Aluguel                     | R\$ 500,00           |
| IPTU (mensal)               | R\$ 23,00            |
| Material de Escritório      | R\$ 100,00           |
| Material de Limpeza         | R\$ 80,00            |
| Água                        | R\$ 98,00            |
| Luz                         | R\$ 178,00           |
| Telefone/Internet           | R\$ 69,90            |
| Manutenção dos Equipamentos | R\$ 300,00           |
| Pró-labore (+ encargos)     | R\$ 9.600,00         |
|                             |                      |
| <b>Total</b>                | <b>R\$ 10.948,90</b> |

## 3.9.4. Margem de Contribuição Unitária

## Tapioca Doce

| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Custos</b>                          | <b>Valores</b>  |
| Receita Total (preço de venda)         | R\$ 12,00       |
| Custos variáveis unitários             | R\$ 5,03        |
| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>          | <b>R\$ 6,97</b> |

## Tapioca Salgada

| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Custos</b>                          | <b>Valores</b>  |
| Receita Total (preço de venda)         | R\$ 15,00       |
| Custos variáveis unitários             | R\$ 6,03        |
| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>          | <b>R\$ 8,97</b> |

## Tapiocas Para Veganos

| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Custos</b>                          | <b>Valores</b>  |
| Receita Total (preço de venda)         | R\$ 15,00       |
| Custos variáveis unitários             | R\$ 5,78        |
| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>          | <b>R\$ 9,22</b> |

## Tapioca para perda de peso

| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Custos</b>                          | <b>Valores</b>  |
| Receita Total (preço de venda)         | R\$ 15,00       |
| Custos variáveis unitários             | R\$ 6,23        |
| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>          | <b>R\$ 8,77</b> |

## Tapioca para ganho de massa

| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Custos</b>                          | <b>Valores</b>  |
| Receita Total (preço de venda)         | R\$ 15,00       |
| Custos variáveis unitários             | R\$ 6,83        |
| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>          | <b>R\$ 8,17</b> |

Tapioca para pessoas com problemas de saúde

| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Custos</b>                          | <b>Valores</b>  |
| Receita Total (preço de venda)         | R\$ 15,00       |
| Custos variáveis unitários             | R\$ 5,53        |
| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>          | <b>R\$ 9,47</b> |

### 3.9.5. Ponto de Equilíbrio

Faturamento : R\$ 37.050,00

Mensal: R\$ 15.171,50

Custo fixo: R\$ 10.948,90

$$\text{Índice: } \frac{37.050,00 - 15.171,50}{37.050,00} = 0,59$$

$$\text{PE: } \frac{10.948,90}{0,59} = \text{R\$ } 18.557,46$$

### 3.10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

|                      | <b>Fatores Internos<br/>(Controláveis)</b>   | <b>Fatores Externos<br/>(Incontroláveis)</b>  |
|----------------------|--|---|
| <b>Pontos Fortes</b> | <p><b>Forças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produto que pode ser consumido em qualquer refeição e de fácil consumo.</li> <li>- Tamanhos diferenciados dos produtos.</li> <li>- A empresa oferece produtos fitness, sendo eles tapiocas feitas a base de batata doce onde abrange individualmente grupos de clientes diferenciados, tais como, pessoas com problemas de saúde, para perda de peso, para ganha de massa, para veganos e pessoas em geral.</li> <li>- Utilização de produtos de alta qualidade.</li> <li>- Lançamento de sabores diferenciados</li> </ul> | <p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produto inovador.</li> <li>- Explorar o mercado fitness</li> <li>- Mercado em alta devido ao consumo maior de produtos naturais e diferenciados.</li> <li>- Expansão de clientes potenciais</li> <li>- Preferência em consumir o produto em casa ou onde estiver.</li> </ul> |

|                      |   |  |
|----------------------|---|--|
| <b>Pontos Fracos</b> | <b>Fraquezas</b><br>- Dificuldade de manter a temperatura ideal para ser consumido.<br>- Falta de agilidade na entrega.<br>- Falta de conhecimento nos termos da vigilância sanitária.<br>- Somente um tipo de produto.<br>- Problema de manter a qualidade e estética (aparência) do produto devido à logística.<br>- Não ter um local próprio para o consumo. | <b>Ameaças</b><br>- Concorrência<br>- Melhor estrutura dos concorrentes<br>- Saturação no mercado do tipo de serviço oferecido |
|----------------------|---|--|

Conclusão da Análise SWOT: Os pontos fortes da nossa empresa além de ser um produto inovador, podem ser consumidos em qualquer lugar, trazendo benefícios à saúde do consumidor. Os pontos fracos serão na dificuldade de manter a temperatura e entrega do produto por falta da agilidade, por conta disso a empresa estudará um meio de facilitar a entrega com ajuda da logística.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o período de estudo e desenvolvimento do trabalho, constatamos que nosso projeto é viável, além de estar relacionado a um produto saudável e que traz benefícios à saúde do consumidor.

Atualmente, cada vez mais nos defrontamos com a falta de tempo das pessoas no dia a dia se tornando uma hipótese para o problema apresentado no presente projeto, levamos em consideração também o fato de que quando as pessoas não se informam sobre determinado assunto isso as afastam de consumir produtos adequados. É comum que na vida tenhamos preferências e com os alimentos não é diferente, mas infelizmente existe certa dificuldade na escolha de produtos que fazem bem para a saúde, pois a maior disponibilidade de alimentos práticos para serem consumidos sem muito esforço estão nos menos saudáveis e mais prejudiciais.

Destacamos a parte do custo do nosso produto, que é totalmente acessível, pois atende todas as necessidades, sendo de qualidade e muito saboroso. A partir disso desenvolvemos seguimentos de clientes diferenciados e para cada um deles um cardápio exclusivo fazendo com que nossa empresa tenha um diferencial competitivo.

Concluimos que a prática de se alimentar adequadamente pode trazer vários benefícios para a saúde, assim acarretando uma boa qualidade de vida e bem-estar. Além disso, de acordo com a pesquisa realizada é possível concluir que o público de forma geral teve boa aceitação com relação ao nosso produto demonstrando ser viável a concretização da empresa.

## REFERÊNCIAS

BENETTI, Gisele Bizon. **Livro Curso didático de Nutrição**. São Paulo: Yendis, 2013.

COSTA, Lúcia. **Revista Corpore**. 2016. Disponível em: <<http://revistacorpore.com.br/revista/mais-volume-e-forca-ja/>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

TEIXEIRA, Regina Lucia Moraes. **Qual a importância da nutrição?** Disponível em: <<http://emagrecimento.masterhealth.com.br/nutricao/qual-a-importancia-da-nutricao/>>. Acesso em: 31 maio 2017.

TREVIZAN, Karina. **Alta procura 'salva' mercado de alimentos saudáveis da crise**. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/05/alta-procura-salva-mercado-de-alimentos-saudaveis-da-crise.html>>. Acesso em: 30 maio 2017.

## APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL

### SOCIEDADE LIMITADA

#### CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA BATAPIOCA SABOR & SAÚDE ME.

1. Carolina Vieira de Oliveira, brasileira, natural de Tupã/SP, solteira, nascida em cinco de março de mil novecentos e noventa e nove, auxiliar de escritório, cadastrada sob o CPF nº 406.235.263-32, documento de identidade nº 50.458.365-9 SSP/SP, residente e domiciliada a Rua Abílio Pedro de Souza nº 20, na cidade de Tupã/SP.
2. Larissa Elen Araújo Vidói, brasileira, natural de Pompéia/SP, solteira, nascida em nove de dezembro de mil novecentos e noventa e seis, auxiliar de escritório, cadastrada sob o CPF nº 452.625.332-21, documento de identidade nº 50.295.495-9 SSP/SP, residente e domiciliada a Rua João Cursi nº 85, na cidade de Pompéia/SP.
3. Laura Aparecida de Oliveira Lopes, brasileira, natural de Santo André/SP, solteira, nascida em doze de outubro de mil novecentos e noventa e sete, estudante, cadastrada sob o CPF nº 452.625.556-98, documento de identidade nº 45.958.356-5 SSP/SP, residente e domiciliada a Rua Manoel Patricio, nº 751, na cidade de Quintana/SP.
4. Luis Guilherme Canato de Oliveira, brasileiro, natural de Tupã/SP, solteiro, nascido em vinte e oito de janeiro de mil novecentos e noventa e nove, estagiário, cadastrado sob o CPF nº 342.556.356-29, documento de identidade nº 24.532.564-5 SSP/SP, residente e domiciliado a Rua Machado de Assis nº 365, na cidade de Tupã/SP.
5. Nayara Soares Ferreira, brasileira, natural de São Paulo/SP, solteira, nascida em vinte e um de maio de mil novecentos e noventa e nove, auxiliar de escritório, cadastrada sob o CPF nº 258.652.132-42, documento de identidade nº 52.231.658-9 SSP/SP, residente e domiciliada a Rua Euclides da Cunha nº 770, na cidade de Herculândia/SP.
6. Rafael dos Santos Ribeiro, brasileiro, natural de Luiziânia/SP, solteiro, nascido em dois de setembro de mil novecentos e noventa e oito, auxiliar de escritório, cadastrado sob o CPF nº 364.885.264-65, documento de identidade nº 33.954.785-5 SSP/SP, residente e domiciliado a Rua Meuchiades Ribeiro nº 13, na cidade de Luiziânia/SP.
7. Reinaldo Sabongi, brasileiro, natural de Marília/SP, nascido em onze de maio de mil novecentos e sessenta e seis, comerciante, cadastrado sob o CPF nº 354.256.696.52, documento de identidade nº 35.896.457-5 SSP/SP, residente e domiciliado a Rua Timbiras, nº 885, na cidade de Tupã/SP.
8. Silvana Deolinda de Oliveira, brasileira, natural de Tupã/SP, solteira, nascida em vinte e três de março de mil novecentos e oitenta e seis, auxiliar de desenvolvimento infantil, cadastrada sob o CPF nº 325.623.155-84, documento de identidade nº 40.526.378-5 SSP/SP, residente e domiciliada a Rua

Francisco Pereira Bello nº 51, na cidade de Tupã/SP, constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Batapioca Sabor & Saúde ME. e terá sede e domicílio na Rua Francisco Pereira Bello Nº 51, no bairro Jardim Marabá na cidade de Tupã-SP, sob o CEP 17.602-761.

2ª O capital social será R\$ 16.000,00 (dezesesseis mil reais) dividido em oito quotas de valor nominal R\$ 2.000,00 (dois mil reais), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

| Sócio                              | nº de quotas | Valor R\$    |
|------------------------------------|--------------|--------------|
| Carolina Vieira de Oliveira,       | 01           | R\$ 2.000,00 |
| Larissa Elen Araujo Vidoi,         | 01           | R\$ 2.000,00 |
| Laura Aparecida de Oliveira Lopes, | 01           | R\$ 2.000,00 |
| Luís Guilherme Canato de Oliveira, | 01           | R\$ 2.000,00 |
| Nayara Soares Ferreira,            | 01           | R\$ 2.000,00 |
| Rafael dos Santos Ribeiro,         | 01           | R\$ 2.000,00 |
| Reinaldo Sabongi,                  | 01           | R\$ 2.000,00 |
| Silvana Deolinda de Oliveira,      | 01           | R\$ 2.000,00 |

3ª O objeto será o de fundar uma empresa alimentícia que proporcionará uma alimentação apropriada e saudável a todo tipo de público, com a praticidade de consumo, comodidade, podendo ser degustado em qualquer lugar que esteja.

4ª A sociedade iniciará suas atividades a partir da data de registro deste contrato social na Junta Comercial do Estado de São Paulo – JUCESP e seu prazo de duração é indeterminado.

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade caberá a Silvana Deolinda de Oliveira com os poderes e atribuições de gerente proprietária, autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do

balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso.

10 A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11 Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “pró labore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12 Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

13 O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

14 Fica eleito o foro de Tupã para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 9 vias.

Tupã, 21 de novembro de 2017.

---

Carolina Vieira de Oliveira

---

Nayara Soares Ferreira

---

Larissa Elen Araujo Vidoi

---

Rafael dos Santos Ribeiro

---

Laura Aparecida de Oliveira Lopes

---

Reinaldo Sabongi

---

Luís Guilherme Canato de Oliveira

---

Silvana Deolinda de Oliveira

**APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC  
PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

**1- Qual a sua idade?**

- (A) 15 a 20 anos
- (B) 21 a 30 anos
- (C) Acima de 30 anos

**2- Qual é o seu sexo?**

- (A) Feminino
- (B) Masculino

**3- Você provaria uma tapioca à base de batata doce de baixa caloria?**

- (A) Sim
- (B) Não
- (C) Talvez

**4- Você usaria o serviço de *delivery* (entrega a domicilio) para a compra de tapioca?**

- (A) Sim, todas às vezes.
- (B) Sim, algumas vezes.
- (C) Não, prefiro consumir no local.

**5- Com que frequência você consome tapioca?**

- (A) de duas a três vezes na semana
- (B) de uma ou duas vezes no mês
- (C) não consumo tapioca

**6 – Em sua opinião, qual é o melhor horário para se consumir tapioca?**

- (A) das 8h às 11h
- (B) das 12h às 15h
- (C) das 16h às 18h
- (D) das 19h às 22h

**7- Assinale até 3 motivos que te levaria a consumir uma tapioca feita de batata doce?**

- (A) Preço acessível
- (B) Saudável
- (C) Praticidade
- (D) Saborosa
- (E) Fonte de carboidrato bom

**8- Substituiria um pão integral por uma tapioca fitness (à base de batata doce com recheios Light)?**

- (A) Sim
- (B) Não

**9- Qual o recheio mais te agradaria? (Assinale um doce e um salgado)**

- (A) Queijo branco com peito de peru
- (B) Frango desfiado com cenoura
- (C) Creme de ricota light com tomate seco
- (D) Banana com granola e mel
- (E) Brigadeiro light com morango
- (F) Maça, canela e aveia

**10- Qual costuma ser seu habito alimentar?**

- (A) Muito saudável
- (B) Saudável
- (C) Pouco saudável
- (D) Não saudável

**11 – Você tem o costume de consumir alimentos naturais?**

- (A) Sempre
- (B) Às vezes
- (C) Raramente
- (D) Nunca

**APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS**

