

INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CÂMPUS SÃO MIGUEL DO OESTE  
TECNOLOGIA EM ALIMENTOS

ANDREIA MARA GUARDA  
KELLY TAINARA ANTUNES

ESTUDO DE VIABILIDADE PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA UNIDADE DE  
PRODUÇÃO DE REFEIÇÕES SAUDÁVEIS NO MUNICÍPIO DE CUNHA PORÃ - SC

São Miguel do Oeste – SC

2019

ANDREIA MARA GUARDA  
KELLY TAINARA ANTUNES

ESTUDO DE VIABILIDADE PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA UNIDADE DE  
PRODUÇÃO DE REFEIÇÕES SAUDÁVEIS NO MUNICÍPIO DE CUNHA PORÃ - SC

Monografia apresentada ao Curso de  
Tecnologia em Alimentos do Câmpus São  
Miguel do Oeste do Instituto Federal de  
Santa Catarina como requisito parcial à  
obtenção do diploma de Tecnólogo em  
Alimentos.

Orientador: Dr. Cherilo Dalbosco  
Coorientadora: Dra. Cintia Ladeira Handa

São Miguel do Oeste – SC

2019

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO:  
ESTUDO DE VIABILIDADE PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA UNIDADE DE  
PRODUÇÃO DE REFEIÇÕES SAUDÁVEIS NO MUNICÍPIO DE CUNHA PORÃ –  
SC**

**ANDRÉIA MARA GUARDA  
KELLY TAINARA ANTUNES**

Este trabalho foi julgado adequado como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Alimentos, pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, e aprovado na sua forma final pela comissão avaliadora abaixo indicada.

São Miguel do Oeste, 18 de novembro de 2019.

---

Cherilo Dalbosco, Dr.

Orientador

Instituto Federal de Santa Catarina

---

Fernando Sanches de Lima, Dr.

Instituto Federal de Santa Catarina

---

Roberta Ribeiro Garcia, Me.

Instituto Federal de Santa Catarina

As assinaturas da banca estão devidamente registradas na ata de defesa arquivadas  
junto à Coordenação do Curso.

## RESUMO

Sabe-se que a dieta da população brasileira ainda engloba alimentos tradicionais como arroz e feijão. No entanto, os hábitos alimentares e a rotina diária, fez com que a taxa de consumo de alimentos industrializados e com alto teor de gorduras e açúcares, tenha crescido consideravelmente. Observa-se que há deficiência na produção e oferta de alimentos saudáveis. Desta forma, há a necessidade de ofertar alimentos com qualidade nutricional e de caráter funcional. Neste sentido, o presente estudo teve por objetivo avaliar a viabilidade de implantação de uma unidade de produção de refeições saudáveis, no município de Cunha Porã - Santa Catarina. Para alcançar esse objetivo, utilizou-se um estudo exploratório/descritivo com abordagem predominantemente quantitativa. As fontes de coleta de dados foram bibliográfica, documental e a pesquisa de campo, utilizada para coletar dados/opiniões sobre valores pagos por refeições realizadas em restaurantes da cidade, frequência em que utilizam esses serviços e intenção de compra de marmitas saudáveis que serão produzidas. O estudo mercadológico e econômico/financeiro realizado aponta para um investimento total de R\$ 476.479,49. A margem de contribuição apurada para os três cenários de resultados prospectados, é de aproximadamente 60% e o *PayBack* é de 1 ano 1 mês e 18 dias. O lucro líquido estimado para o cenário considerado ideal de funcionamento é de R\$ 421.065,05 por ano. Apesar de o estudo indicar a viabilidade para investir no empreendimento proposto, alguns fatores limitadores devem ser considerados, especialmente em termos de fornecimento de matérias primas ideais para o tipo de alimento que será produzido, a avaliação detalhada do potencial de mercado com a elaboração de um plano de marketing e, a hipótese de se fazer pequenas inserções no mercado, visando desenvolver o produto e atingir maior grau de certeza em termos de investimentos mais elevados para instalar o empreendimento proposto.

Palavras-chave: Viabilidade econômico/financeira. Refeições saudáveis. Hábitos alimentares.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
1.1 OBJETIVOS .....	10
1.1.1 Objetivo geral.....	10
1.1.2 Objetivos específicos .....	10
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>11</b>
2.1 ALIMENTOS SAUDÁVEIS.....	11
2.1.1 Hábitos alimentares e estilo de vida dos brasileiros .....	11
2.2 ESTUDO DE VIABILIDADE .....	14
2.2.1 Estudo mercadológico .....	14
2.2.2 Estudo técnico .....	17
2.2.3 Estudo financeiro .....	21
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>28</b>
3.1 DELINEAMENTO DO ESTUDO .....	28
3.2 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO .....	28
3.2.1 Quanto ao estudo de mercado .....	28
3.2.2 Quanto ao estudo técnico e econômico/financeiro .....	30
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>31</b>
4.1 ESTUDO MERCADOLÓGICO .....	31
4.1.1 Tabulação e análise dos dados da pesquisa de mercado .....	31
4.2 ESTUDO TÉCNICO .....	37
4.2.1 Características do empreendimento .....	37
4.2.2 Localização .....	38
4.2.3 Tamanho e dimensão do empreendimento .....	38
4.2.4 <i>Layout</i> .....	39
4.2.5 Fluxograma do processo produtivo.....	40
4.2.6 Máquinas, equipamentos e utensílios.....	41

<b>4.2.7 Manual de Boas Práticas de Fabricação.....</b>	<b>42</b>
4.3 ESTUDO FINANCEIRO .....	43
<b>4.3.1 Aspectos legais.....</b>	<b>43</b>
<b>4.4.1 Métodos de análise de investimentos.....</b>	<b>50</b>
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>53</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>55</b>
<b>APÊNDICE A – Roteiro da entrevista estruturada. ....</b>	<b>59</b>
<b>APÊNDICE B – Cardápio semanal. ....</b>	<b>61</b>
<b>APÊNDICE C – Manual de boas práticas de fabricação.....</b>	<b>62</b>
<b>APÊNDICE D – Rótulo da marmita.....</b>	<b>78</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Pirâmide Alimentar	12
Figura 2 - Logomarca da Marmitaria	36
Figura 3 - Proximidade dos municípios de Cunha Porã – SC e Chapecó – SC	37
Figura 4 - <i>Layout</i> do estabelecimento	38
Figura 5 - Fluxograma do processo produtivo	39

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Residência dos pesquisados	30
TABELA 2: Gênero dos pesquisados	30
TABELA 3: Estado civil dos pesquisados	31
TABELA 4: Local em que os pesquisados realizam as principais refeições do dia	31
TABELA 5: Hábito dos pesquisados de frequentar restaurantes, lanchonetes e padarias	32
TABELA 6: Frequência com que os pesquisados utilizam restaurantes para fazer as refeições	32
TABELA 7: Valor médio gasto pelos pesquisados em cada refeição realizada em restaurantes	32
TABELA 8: Hábito dos pesquisados em consumir refeições prontas	33
TABELA 9: Tipo de refeição que os pesquisados costumam consumir	33
Tabela 10: Intenção dos pesquisados em comprar refeições prontas (marmitas) saudáveis	33
Tabela 11: Número de dias da semana em que os pesquisados comprariam refeições prontas (marmitas) saudáveis	34
Tabela 12: Gasto mensal prospectado para consumo de alimentos prontos no município de Cunha Porã – SC	35
Tabela 13: Meta de consumo em valor e quantidade de alimentos prontos a ser atingida pelo empreendimento proposto	35
Tabela 14: Volume de produção prospectado para o projeto	37
Tabela 15: Relação de máquinas e equipamentos	40
Tabela 16: Relação de móveis e eletrônicos	40
Tabela 17: Faixa de tributação do Simples Nacional	42
Tabela 18: Investimento total	43
Tabela 19: Custos variáveis previstos para a produção de 91.832 marmitas de 420 gramas	43
Tabela 20: Procedimentos utilizados para os cálculos de depreciação (vida útil e taxas de depreciação)	44
Tabela 21: Valores das depreciações	44
Tabela 22: Pró-labore	44
Tabela 23: Despesas fixas mensais e anuais	44
Tabela 24: Custo anual dos produtos vendidos (CPV – Marmitas Saudáveis)	45
Tabela 25: CPV – Custos dos Produtos Vendidos (marmitas saudáveis)	45
Tabela 26: Índice de Comercialização (IC)	46
Tabela 27: Taxa de Marcação (TM)	46



Tabela 28:	Receita Operacional estimada	47
Tabela 29:	Preço unitário de venda	47
Tabela 30:	Demonstrativo de Resultado de Exercício (DRE)	47
Tabela 31:	Margem de Contribuição	49
Tabela 32:	Índice de Margem de Contribuição (IMgC) e Ponto de Equilíbrio (PE)	49
Tabela 33:	Taxa Interna de Retorno (TIR)	50
Tabela 34:	Tempo de retorno do investimento ( <i>PayBack</i> )	50

## 1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas a população brasileira tem enfrentado diversas transformações sociais, que se refletem na forma de consumo, padrão de saúde e escolhas alimentares. O Ministério da Saúde (BRASIL, 2013), considera que uma alimentação adequada é aquela composta por diversos nutrientes e está diretamente relacionada à promoção e proteção da saúde.

A dieta da população brasileira ainda engloba alimentos tradicionais como arroz e feijão, no entanto os hábitos alimentares e a rotina diária, fez com que a taxa de consumo de alimentos industrializados, com alto teor de gorduras e açúcares, tenha crescido consideravelmente. Para Dutra e Carvalho (2013), a oferta de alimentos saudáveis deve ser possibilitada a todos os indivíduos, onde a criação de locais que forneçam alimentos seguros e de qualidade é importante para que a inclusão ocorra.

França *et al.* (2012), acreditam que as mudanças ocorridas na alimentação da população foram marcadas pela escassez de tempo para o preparo de alimentos. Desta forma, a autora e seus colaboradores mencionam que existem indivíduos que apresentam preferências pelo consumo em *fast foods*, no entanto outra parcela da população apresenta interesse em consumir alimentos de maior qualidade e variedade nutricional. Para eles, é relevante que uma parte dos estabelecimentos alimentares seja voltado a oferta de alimentos saudáveis, auxiliando assim na manutenção da saúde dos consumidores.

Com base nas informações coletadas, observa-se que há inexistência de estabelecimentos voltados à preparação e comércio de alimentos saudáveis no município escolhido, fato este que justifica a escolha da implantação do empreendimento, sobretudo por conta da população local, estimada em 11.053 habitantes (IBGE, 2018), o que pode vir a ser um indicativo da presença de potenciais consumidores.

Bezerra *et al.* (2017), realizou um estudo em que constatou a alta incidência de indivíduos que se alimentam em locais como lanchonetes, redes de *fast foods* ou mercados. Na pesquisa desenvolvida pela autora e seus colaboradores, verificou-se que 41,2 % das pessoas entrevistadas realizam as principais refeições do dia nestes estabelecimentos, e que tal comportamento evidencia ainda mais as causas referentes a sobrepeso e obesidade, visto que a disponibilidade de locais que produzam refeições saudáveis e acessíveis ainda sejam mínimos no mercado.

Diante da tendência da elevação do consumo de alimentos prontos, definiu-se o seguinte problema: É viável a implantação de uma unidade de produção de refeições saudáveis no município de Cunha Porã - SC?

## **1.1 OBJETIVOS**

### **1.1.1 Objetivo geral**

Avaliar a viabilidade para implantação de uma unidade de produção de refeições saudáveis no município de Cunha Porã - SC.

### **1.1.2 Objetivos específicos**

Como forma de alcançar o objetivo geral, elencou-se os seguintes objetivos específicos:

- Realizar um estudo mercadológico para avaliar a demanda do projeto.
- Realizar um estudo técnico para prover a estrutura do projeto.
- Desenvolver um estudo financeiro para avaliar a viabilidade econômica do empreendimento.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresenta a revisão da literatura utilizada para fundamentar o estudo a ser realizado. Dentre os itens apresentados, destacam-se aqueles que integram o estudo mercadológico, técnico e econômico financeiro, necessários para avaliar a viabilidade de um empreendimento.

### 2.1 ALIMENTOS SAUDÁVEIS

Segundo Graça (2010), a alimentação não só constitui uma necessidade fundamental ao ser humano, como também é reconhecida como um dos fatores que mais afeta a saúde dos indivíduos. Azevedo (2014), afirma que na perspectiva atual a análise do conceito de alimentação saudável engloba diversos fatores históricos e científicos. A crescente urbanização, o desenvolvimento de novas tecnologias e o ingresso da mulher no mercado de trabalho, influenciam diretamente neste conceito.

A mudança ocorrida nos hábitos alimentares da população está diretamente relacionada com o poder aquisitivo e grau de formação dos indivíduos da família. O cenário atual demonstra que o consumo de alimentos industrializados e fast food é expressivo se comparado com a ingestão de alimentos saudáveis. Nesse contexto, Lelis, Teixeira e Silva (2012) consideram a alimentação saudável como aquela que apresenta como base porções de proteínas, vegetais, frutas e oleaginosas e ainda, que não estejam associados a produtos que foram submetidos a várias etapas do processamento industrial.

Philippi (2008), defende que é antiga a busca do homem por uma alimentação equilibrada, no entanto é recente a busca por informações acerca de uma alimentação saudável, segura e que integre técnicas culinárias adequadas. A autora define alimentação saudável como sendo aquela que promova saúde e que seja incentivada desde a infância até a fase adulta.

Para o empreendimento proposto, considerando os produtos ofertados, caracterizou-se como alimentação saudável aquela que seja composta por proteínas, fibras e carboidratos de baixo índice glicêmico, bem como a ingestão de frutas, verduras e legumes. Além destes grupos alimentares, considerou-se também a ingestão ideal de calorias por indivíduo e o emprego de alimentos integrais e minimamente processados, como forma de inserir uma base alimentar saudável e variada nos hábitos alimentares dos consumidores.

### 2.1.1 Hábitos alimentares e estilo de vida dos brasileiros

Uma alimentação adequada combina não só conhecimentos nutricionais, como também o reconhecimento de que há de se estudar o efeito dos alimentos na prevenção de doenças crônicas não transmissíveis (SICHIERI *et al.*, 2000).

Segundo Sichert *et al.* (2000), as principais causas do surgimento de doenças crônicas não transmissíveis como a hipertensão, têm sua origem na obesidade, que se dá principalmente pela forma como os indivíduos têm combinado má alimentação com sedentarismo. Para os autores, deve-se considerar que os hábitos alimentares da população brasileira tem dado abertura para o surgimento de várias doenças crônicas. Desta forma, ressalta-se a importância do investimento em guias e recomendações para prevenção de doenças com base em uma alimentação saudável.

O Ministério da Saúde (BRASIL, 2014), por meio do Guia alimentar para a população brasileira, baseando-se em um indivíduo que possua uma dieta balanceada, recomenda a ingestão de grupos alimentares por ordem de maior para menor ingestão: cereais e tubérculos, feijões, frutas e sucos, legumes e verduras, leite e derivados, carnes e ovos, óleos e gorduras e por fim, açúcares e doces.

O Departamento de Agricultura dos Estados Unidos foi o responsável por desenvolver em 1992 a primeira versão da pirâmide alimentar, ferramenta utilizada para orientar a população na escolha e seleção dos grupos de alimentos a serem ingeridos. Philippi *et al.* (1999), menciona que a primeira pirâmide alimentar foi baseada em sete pontos principais: ingestão de variados grupos de alimentos, manutenção do peso, baixa ingestão de gorduras saturadas, dieta rica em frutas e vegetais, ingestão moderada de açúcares, sais e bebidas alcoólicas.

No Brasil, a diferença dos alimentos consumidos e a ingestão de calorias abaixo do estabelecido pela pirâmide alimentar desenvolvida pelos norte-americanos, não tornou possível a aplicação da ferramenta do modo como foi elaborada. Com base nisso, Gomes e Teixeira (2016), citam que após a identificação dessas diferenças e, após a modificação da recomendação de ingestão de calorias realizada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária em 2005, onde foi definido o consumo de até 2.000 kcal diárias por indivíduo, a pirâmide alimentar para a população brasileira foi alterada (Figura 1).

Figura 1: Pirâmide alimentar.



Fonte: Philippi (2013 *apud* GOMES; TEIXEIRA, 2016).

Para Philippi (2008), uma alimentação adequada atende todas as necessidades nutricionais do indivíduo, onde os alimentos a serem ingeridos devem conter nutrientes em proporções equilibradas e suficientes. A autora ainda afirma que os guias alimentares disponíveis para a população servem como orientação para os indivíduos buscarem maior qualidade de vida.

### 2.1.2 Alimentos prontos para o consumo

De modo geral, a procura por alimentos prontos para o consumo tem crescido consideravelmente, principalmente pelo tempo reduzido dos trabalhadores para preparar a sua refeição (COLEMBERGUE; GULARTE; SANTO, 2011).

Segundo Evangelista (2005), a preparação de alimentos inclui a utilização de espécies e variedades selecionadas conforme os pratos a serem elaborados e seu valor nutritivo, onde ao final será constituída a refeição que integrará o regime alimentar. Para o autor, o preparo de alimentos é o resultado de uma sequência de atividades que envolvem desde a escolha da matéria-prima, até os meios e equipamentos utilizados para a preparação do prato.

Fellows (2006), afirma que com o passar dos anos, a demanda por alimentos de qualidade cresceu consideravelmente e indica que a pressão causada pelos consumidores fez com que as indústrias e estabelecimentos alimentares buscassem maior variação dos produtos oferecidos em conjunto com medidas mais severas de controle de qualidade.

Caracteriza-se como serviço de alimentação todo estabelecimento onde há manipulação e preparação do alimento, bem como seu armazenamento e venda, podendo ou não ser consumido no local (GOMES, 2011).

## 2.2 ESTUDO DE VIABILIDADE

O estudo de viabilidade de um empreendimento é constituído por um projeto a ser executado, considerando os aspectos jurídicos, administrativos, comerciais, técnicos e financeiros. Para Hirschfeld (2000), a máxima eficiência técnica somente se torna viável se for demonstrada a máxima eficiência econômica e financeira, ou seja, deve-se procurar a eficiência técnica da engenharia compatível com a eficiência econômica e financeira.

Para testar a viabilidade de um investimento, é fundamental realizar um bom projeto que pode ser entendido como um conjunto de informações coletadas e processadas de maneira que simulem uma dada alternativa do investimento pretendido, levando em consideração que as necessidades de informações dependem de cada caso. Porém, ao se tratar de estudos no setor industrial, por exemplo, alguns aspectos estruturais podem ser considerados comuns a todos os projetos (WOILER; MATHIAS, 2013).

### 2.2.1 Estudo mercadológico

O estudo mercadológico é um dos principais fatores que influenciam na decisão de investimento de um determinado negócio. Desta forma, é possível definir aspectos como a área de atuação da empresa, localização, tamanho e dimensão, abrangência em termos geográficos, definição do público alvo, volume de produção e capacidade instalada. É possível também, direcionar os caminhos e decisões de marketing a serem tomados pela equipe gestora da empresa. A análise de mercado é importante para elaborar um projeto de viabilidade, pois, a partir dela, são obtidos dados sobre a demanda e oferta e seus elementos, a região geográfica em que o empreendimento poderá atuar, custos de produção e preço de venda praticados pelos concorrentes (WOILER; MATHIAS, 2013).

### Pesquisa de mercado

A pesquisa de mercado visa à obtenção de informações importantes sobre o mercado que se pretende atuar ou o produto que se pretende desenvolver. Quanto maior o conhecimento sobre o público alvo, melhor o desempenho da empresa. No entanto, mais do que a aplicação de questionários e a elaboração de pesquisas, deve-se compreender que a pesquisa de mercado é um procedimento técnico, que demanda estudos, planejamento, implantação e análise de dados (SEBRAE, 2013).

Para que a pesquisa de mercado seja feita com sucesso, deve-se definir o público-alvo para o qual o produto será vendido, objetivando conhecer quais são suas preferências e adotar

ações eficazes de marketing que permitirão atrair os consumidores, garantindo assim a compra, satisfação e a fidelidade do cliente (SEBRAE, 2013).

Uma grande variedade de produtos e serviços disponíveis no mercado foram criados com base nas preferências e necessidades do consumidor. Maximiano (2011), considera importante que o empreendedor busque identificar as carências e interesses de seu cliente. Para este autor, pode-se considerar inclusive o aprimoramento de negócios e ideias já existentes que apresentem algumas deficiências comerciais e, com base nisso, segmentar o nicho de mercado.

De acordo com Prazeres (2007), deve-se considerar alguns questionamentos imprescindíveis para realizar uma pesquisa de mercado eficiente e com resultados satisfatórios, tais como: perfil da clientela em termos de faixa etária, sexo, nível de escolaridade, nível de renda, estilo de vida, potencial do mercado atual, concorrência e, fornecedores. Para o autor, ainda é importante conhecer quais as necessidades dos clientes, ou seja, o que é mais importante para os mesmos considerando preços, prazos de pagamento, qualidade dos produtos, tecnologia, assistência pós venda, entre outros inúmeros fatores.

### **Previsão de demanda**

Um elemento importante para a tomada de decisão sobre investir num determinado empreendimento, é a existência de demanda pelos produtos ou serviços que serão ofertados. De acordo com Woiler e Mathias (2013, p. 25), a lei da demanda de mercado é “a quantidade de um bem que os consumidores desejam e podem comprar, em um dado intervalo de tempo”. Para os autores, a demanda efetiva refere-se à quantidade demandada, ou seja, a quantidade de um serviço e/ou bem que os consumidores podem e desejam adquirir a determinado valor ou preço. Outros fatores também possuem importância na quantidade de demanda de um serviço ou bem, como o nível de riqueza do grupo consumidor, frequência de consumo, os gastos, preço dos bens complementares e/ou substitutivos, entre outros.

### **Marketing**

O marketing é o conjunto de medidas adotadas com o objetivo de entender as necessidades do cliente. Para Neves (2012), a determinação das estratégias de marketing pode ser feita por meio de pesquisas, análise comportamental, identificação de oportunidades, modernização do produto comercializado e, avaliação do melhor método de disposição e canal de comunicação entre a empresa e o consumidor final.

Boa parte dos profissionais e executivos de marketing acreditam que pequenas



empresas se comparadas a grandes empreendimentos, possuem menos chances e oportunidades para utilizar as ferramentas de marketing a favor do crescimento de seu negócio (SARQUIS, 2003). No entanto, para este autor, a pequena empresa de um modo geral, possui uma relação de estreitamento com os clientes próximos, o que facilita a divulgação de novos produtos, promoções e até mesmo a fidelização do cliente.

A principal razão para se elaborar um bom plano de marketing é que essa ação poderá aumentar significativamente as chances de sucesso de um novo negócio. Para que um produto seja comercializado com eficiência, primeiramente é preciso vender bem a sua ideia. Portanto, pode-se considerar que o marketing é uma técnica para destacar a imagem de uma empresa ou produto perante ao consumidor (PALETTA, 2010).

### **Composto de marketing**

O composto de marketing, também chamado de marketing mix, é o conjunto de decisões de cada empresa acerca dos quatro Ps, também conceituados pela definição do produto a ser comercializado, seu preço de venda, a praça e canais de distribuição do produto e a escolha das estratégias de promoção e propagandas que serão veiculadas, todos em função do mercado alvo (MAXIMIANO, 2011).

Adams, Freitas e Fontana (2019), afirmam que a utilização do marketing mix demonstra maior eficiência quando comparado ao uso individual de estratégias de marketing. Para os autores, a combinação de diversos elementos para promoção e valorização da empresa ou produto causa maior impacto de venda e visibilidade da marca.

Kotler e Keller (2012), classificam algumas ferramentas de um mix de marketing denominando-as de “os quatro Ps” relacionados a seguir:

- Produto: variedade, qualidade, design, características, nome da marca, embalagem, tamanhos, serviços, garantias, devoluções.
- Preço: preço de lista, descontos, bonificações, prazo de pagamento, condições de financiamento.
- Praça: canais, cobertura, sortimentos, locais, estoques, transporte.
- Promoção: promoção de vendas, propaganda, força de vendas, relações públicas, marketing direto.

No entanto, considerando a complexidade e abrangência do marketing, os autores garantem que esses quatro Ps não representam mais o contexto como um todo, podendo obter-se maior representação em um conjunto que envolve o marketing moderno composto por: pessoas, processos, programas e performance.

### **Ações de Marketing**

Para atingir resultados ainda mais satisfatórios nas vendas, é preciso que a empresa se comunique de forma eficaz com o público que deseja atingir e, para tal é importante desenvolver algumas ações ou estratégias de marketing. Sarquis (2003), afirma que a “propaganda” é uma das principais ferramentas recomendadas à pequenas empresas, citando como exemplos: mídias eletrônicas (anúncios em televisão, rádio); mídias impressas (jornais, revistas); mídias alternativas (embalagens, painéis, outdoors, veículos, panfletos, adesivos).

Outra importante ferramenta de marketing é a promoção de vendas, que de acordo com Kotler (2012, p. 570) é “um conjunto diversificado de ferramentas de incentivo, em sua maioria de curto prazo, que visa estimular a compra mais rápida e/ou em maior volume de um produto específico por consumidores ou comerciantes”.

### ***Delivery* (entregas à domicílio)**

Traduzida do inglês, a palavra *delivery* conceitua-se como entrega ou distribuição. Para Santos *et al.* (2015), *delivery* pode ser entendido como serviço de entrega de bens ou materiais, onde a solicitação é feita por algum meio de comunicação.

Estima-se que o serviço *delivery* é um dos ramos que mais cresce no país. Segundo o SEBRAE (2014), o consumo de alimentos e bebidas é responsável por 59 % dos pedidos a domicílio, sendo que fatores como o aumento do poder aquisitivo da população, a comodidade e rapidez na entrega, contribuem para o crescimento do setor.

De acordo com Dias *et al.* (2018), a escolha pelo método de entrega a domicílio é favorável para o empreendedor, sobretudo pela necessidade de atualização constante do mercado e diversificação dos serviços prestados.

### **2.2.2 Estudo técnico**

O estudo técnico visa avaliar e planejar aspectos relacionados à estrutura física e funcionamento da estrutura produtiva de um empreendimento, tais como localização, *layout*, dimensões entre outros.

### **Características do empreendimento**

O empreendimento fundamenta-se na produção e comercialização de marmitas saudáveis, elaboradas a partir de um cardápio semanal pré-definido com base em uma dieta balanceada. As refeições poderão ser comercializadas também no próprio estabelecimento, conforme preferência do consumidor.

Segundo Póvoa, de Paula e Nogueira (2006), o serviço *delivery* é definido pela

entrega de materiais ou produtos solicitados por parte do consumidor por telefones, mensagens ou redes sociais. Para os autores, a utilização deste meio de entrega é somado as estratégias de marketing do empreendimento.

Assim como estratégias e ferramentas de marketing, a localização e dimensão do empreendimento são fatores a serem considerados muito antes da inauguração de um estabelecimento. Para Kotler e Keller (2012), o marketing está por toda a parte, inclusive na escolha de localização de um negócio, conforme item abordado no próximo tópico.

### **Localização**

A localização de um empreendimento é um fator que pode impactar de forma decisiva no seu desempenho econômico-financeiro, pois aspectos logísticos tendem a se constituir em fatores determinantes da competitividade de um negócio. Segundo Woiler e Mathias (2013), itens como custos com transporte de matéria-prima, disponibilização de mão de obra, energia elétrica e custo com compra de terreno, representam valores significativos de investimento e custos. Na visão dos autores, a localização de um empreendimento busca aumentar a amplitude entre custos e receitas, ou seja, um local que gere mais lucro para a empresa, em um prazo pertinente com o tempo de vida útil das instalações industriais.

Bavaresco (2013), menciona que uma má escolha de localização pode causar perdas de oportunidades e prejuízos financeiros. Para a autora, a análise do ambiente é vista como o mapeamento realizado antes de se dar início ao empreendimento e constitui uma das etapas mais importantes do processo de criação de uma empresa.

### **Tamanho e dimensão do empreendimento**

Determinar a capacidade produtiva instalada de uma indústria é uma questão de relevância para a empresa. Segundo Woiler e Mathias (2013), o tamanho pode ser definido por fatores como sua localização, mercado, custos de produção, entre outros. Os autores afirmam que a capacidade produtiva pode ser vista de duas maneiras: sob o ponto de vista técnico e, econômico. Quanto aos aspectos de ordem técnica, é a representação da máxima produção obtida de um equipamento ou processo, em determinado espaço de tempo, que irá definir a capacidade de produção da indústria.

Moreira (2004 *apud* SOARES, 2014), define capacidade produtiva como sendo a quantidade máxima de produtos ou serviços a serem produzidos por uma unidade produtiva em determinado período de tempo.

Staudt, Coelho e Gonçalves (2011), defendem que o conhecimento da capacidade

atual da empresa não se refere somente a conhecer o processo desenvolvido, mas também perceber em quais etapas ocorrem retrabalhos e refugos que possam ser incluídos nos cálculos da capacidade produtiva.

### ***Layout***

O layout é a definição de onde serão colocadas as instalações, equipamentos, máquinas e pessoas, sendo uma das características mais aparentes de uma produção industrial, definindo sua forma e aparência, além de determinar a fluência das operações produtivas (SLACK *et al.*, 1996).

Para Fernandes, Strapazon e Carvalho (2013), o *layout* de uma empresa é seu corpo estrutural, que quando mal planejado pode comprometer o andamento da produção e consequentemente diminuir os ganhos do empreendimento.

Las Casas (1994 *apud* Camargo, Toaldo e Sobrinho, 2009), consideram o *layout* como uma parte essencial para a obtenção de lucros e da produtividade máxima de um empreendimento. Além disso, o autor menciona que se bem projetado, o *layout* pode ser considerado uma ferramenta de marketing dentro do empreendimento, visto que a disposição dos produtos ou a agilidade na sua preparação, podem ser bem vistos pelo consumidor.

### **Equipamentos**

Sabe-se que a indústria alimentícia trabalha quase que em sua totalidade com base na sazonalidade dos produtos fornecidos pela pecuária e agricultura, no entanto não representa somente fomento nas atividades de fornecimento da matéria-prima, mas também em outras indústrias de apoio. Segundo Raimundo, Batalha e Torkomian (2017), a indústria de alimentos demonstra expressiva participação no lucro de indústrias de produção de embalagens, maquinários e equipamentos.

O empreendimento destinado a fabricação de alimentos, independentemente de seu porte, deve utilizar equipamentos e utensílios que apresentem condições higiênicas ideais para garantir a segurança alimentar do consumidor final. Plenz (2013), menciona que o equipamento, maquinário ou utensílio a ser adquirido deve apresentar estrutura de fácil sanitização, assim como não pode apresentar perdas de processamento durante a elaboração de um produto.

Sidonio *et al.* (2013) aponta que de modo geral, a indústria de alimentos conta com diversos equipamentos destinados a fabricação de seus produtos, no entanto, muitas vezes se faz necessário adequar e planejar novos modelos, considerando as diversas matérias-primas

utilizadas e os diferentes processamentos necessários para cada alimento.

### **Boas Práticas de Fabricação**

Na indústria alimentícia uma das principais preocupações por parte dos fornecedores de tais produtos ou serviços deve estar voltada a qualidade e segurança dos produtos oferecidos aos consumidores. De acordo com Kuaye (2017):

O controle da qualidade e da inocuidade de alimentos deve se estender a toda cadeia alimentar - produção, armazenagem, transporte, processamento, distribuição até o consumo do alimento in natura ou processado - sendo responsabilidade de todos os profissionais envolvidos nessas atividades, dos órgãos governamentais, do setor produtivo e também dos consumidores.

Silva Jr. (2013, p. 154) conceitua boas práticas como “normas de procedimentos para atingir um determinado padrão de identidade e qualidade de um produto e/ou serviço na área de alimentos, cuja eficácia e efetividade deve ser avaliada através de inspeção e/ou investigação”. O autor cita ainda os itens básicos para a elaboração do Manual de Boas Práticas de Fabricação no processamento de alimentos que estão descritos a seguir.

### **ELABORAÇÃO DE MANUAL BPF - Boas Práticas de Fabricação**

#### **Descrever as condutas em relação a:**

- Funcionários;
- Matérias-primas;
- Controle integrado de pragas;
- Água de abastecimento;
- Visitantes;
- Condições estruturais.

#### **Descrever os procedimentos e critérios em relação a:**

- Higiene;
- Pessoal, ambiental, alimentos;
- Manipulação;
- Recepção de mercadorias, armazenamento de produtos, reconstituição, descongelamento, pré-preparo/preparação, refrigeração, cocção, reaquecimento, porcionamento, espera para distribuição, distribuição, alimentos transportados;
- Transporte;
- Veículos, higiene, condições de tempo/temperatura.

A ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária, por meio da Resolução nº

216, de 15 de setembro de 2004 estabeleceu o Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação, onde definiu que Boas Práticas de Fabricação são “procedimentos que devem ser adotados por serviços de alimentação a fim de garantir a qualidade higiênico-sanitária e a conformidade dos alimentos com a legislação sanitária.” Além disso, a Resolução ainda trata da normatização para as instalações, equipamentos, matérias-primas, manipuladores, embalagens, abastecimento de água e todos os fatores envolvidos direta ou indiretamente no serviço de alimentação prestado.

Segundo Tondo e Bartz (2017), um alimento seguro é aquele que não causa danos à saúde do consumidor, neste sentido, os autores consideram as Boas Práticas de Fabricação como uma das principais ferramentas utilizadas com o objetivo de proporcionar a segurança alimentar de estabelecimentos de produção de alimentos.

### **2.2.3 Estudo financeiro**

A prévia avaliação econômica das decisões de investimento é considerada uma tarefa imprescindível no ambiente empresarial. Para Santos (2010), elas são importantes para a empresa porque envolvem valores significativos e geralmente tem um alcance de longo prazo. O mesmo autor destaca também que o objetivo da análise de investimentos é avaliar uma alternativa de ação ou escolher a mais atrativa entre várias, usando métodos quantitativos.

#### **Receitas financeiras**

De acordo com Dutra (2017, p. 16) a receita de um bem é seu preço de venda multiplicado pela quantidade vendida.

As receitas de natureza financeira provém de aplicações financeiras diversas como juros de mora recebidos, descontos obtidos, etc. (IUDÍCIBUS, 1995). O autor acrescenta, ainda, que, por força de lei, as receitas financeiras são redutoras da conta de despesas financeiras.

Matarazzo (1995, p. 74), afirma que as receitas financeiras “representam os ganhos de capitais aplicados em investimentos temporários, bem como outros ganhos de natureza financeira”. Estes ganhos podem proceder de diferentes fontes, conforme apresenta o autor:

- Descontos obtidos: decorrem de pagamentos antecipados de duplicatas a fornecedores;
- Juros ativos: referem-se aos juros cobrados de clientes por atraso de pagamento,

postergação de vencimento de títulos, etc.

- Receita de investimentos temporários: aqui são registradas as receitas totais provenientes de aplicações temporárias de caixa.

### **Custo fixo e variável, direto e indireto**

Dubois *et al.* (2009) afirmam que qualquer gasto que representa a aquisição de um ou mais bens ou serviços usados na produção de outros bens e/ou serviços, será considerado como custo. Ainda de acordo com os autores pode-se classificar os custos como fixos e variáveis, diretos e indiretos.

De acordo com Santos (2010), custos fixos são aqueles gastos que independem da quantidade de produção, ou seja, qualquer variação na quantidade produzida não altera esses valores. Já, em contrapartida, os gastos que estão diretamente relacionados com o volume de produção ou nível de operação (como por exemplo o gasto com matéria-prima que aumenta diante do aumento de produção) é considerado um custo variável.

Os custos diretos estão relacionados a cada tipo de bem, ou seja, é um custo que pode ser imediatamente relacionado a um só tipo de produto ou serviço. De modo geral, todos os custos podem ser atribuídos como diretos, por exemplo: o valor do aluguel de um galpão onde é fabricado apenas um produto, pode ser considerado custo direto (DUTRA, 2017).

Dutra (2017) também comenta que, em contrapartida, custos indiretos não são apropriados a cada bem ou serviço em específico, ou seja, eles passam a existir assim que a empresa começa a fabricar mais de um tipo de produto. Como exemplo, pode-se citar a energia elétrica utilizada para a confecção de mais de um produto, embora seja conhecido que para a fabricação dos produtos será necessário o uso de energia, não se sabe quanto de energia individualmente foi gasta para a produção daquele material específico

### **Depreciação**

Na composição dos custos de produção é fundamental levar em consideração a depreciação dos bens. Conforme Santos (2010, p. 147):

Depreciação é a perda de valor de um bem, ocasionada por desgaste ou obsolescência. Nos dois casos, a perda de valor representa um custo do período em que ela ocorre. O valor da depreciação depende de duas variáveis básicas: vida útil do bem e a velocidade com que ele perde valor em função do uso ou da obsolescência.

Para determinar o valor de depreciação de um bem é necessário conhecer o valor do mesmo. De acordo com Dutra (2017, p. 204), “o valor do imobilizado é o dado que melhor serve como base de rateio de custo tendo em vista que a depreciação é consequência do valor

de aquisição do imobilizado”.

### **Despesas**

Dutra (2017), afirma que as despesas são gastos resultantes das operações de comercialização e ocorrem paralelamente às atividades de elaboração dos bens ou serviços.

Para Dubois *et al.* (2009), despesas são todos os gastos que não estão ligados diretamente à produção, como vendas e distribuição dos produtos elaborados pela indústria ou até mesmo por terceiros. Os autores classificam essas despesas como fixas quando apresentam o mesmo valor independente do volume de vendas, citando como exemplos o aluguel do escritório de vendas e o IPTU do prédio de uma filial. Para os autores, despesas variáveis variam de acordo com o volume de vendas, como é o caso dos gastos com comissões de vendedores, fretes de entregas e bonificações sobre vendas.

### **Impostos e contribuições incidentes**

De acordo com Dubois *et al.* (2009), é imprescindível que o empreendedor leve em consideração os tributos que deverão ser arrecadados para o governo no momento da formação do preço de venda de seus produtos ou serviços. Estudos apontam que o fechamento de grande parte das empresas que, na maioria das vezes não chegam ao seu primeiro ano de vida, estão ligadas a questões básicas relacionadas com economia, administração e contabilidade. Os autores afirmam ainda que muitos empresários acreditam que apenas deverão considerar os impostos diretos como o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), esquecendo-se de outros tributos importantes que também fazem parte do custeio como o caso do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) por exemplo.

### **Encargos trabalhistas**

Dentre os custos a serem considerados pela indústria ainda devem ser considerados os encargos trabalhistas, tais como: décimo terceiro salário, férias e adicional das férias que são importâncias devidas pelas empresas a seus funcionários em função do trabalho prestado (DUTRA, 2017).

### **Aspectos legais**

Para viabilizar um projeto é necessário que se analise alguns aspectos legais. De acordo com Woiler e Mathias (2013), estes são relacionados com exigências legais ou



incentivos fornecidos pelos governos federal, estadual e municipal, podendo citar-se como exemplo os impostos e os incentivos fiscais para exportação, para investimentos ou até mesmo incentivos para instalações de indústrias em determinados locais.

### **Formação de preço e venda**

Dubois *et al.* (2009 p. 220), afirmam que “a ciência econômica determina que a formação de preços dos bens e serviços ocorre a partir das leis da oferta e da procura”. De um lado a oferta tenta vender um bem ou serviço praticando o maior preço de venda, em contrapartida a demanda busca adquirir o mesmo ao menor preço possível.

De acordo com Vianna (2015 p. 31), “qualquer mercadoria, produto ou serviço colocado à disposição de um cliente, deve contemplar em seu preço de venda os custos e despesas da empresa e o lucro esperado”.

As técnicas de formação de preços variam de acordo com alguns fatores como setor de atuação, porte da empresa e condições do mercado. São variados os métodos aplicáveis para a formação desses preços, porém, o fator custo de alguma forma estará presente em todos eles variando apenas o grau de precisão (SANTOS, 2010).

Entre os métodos de formação de preços descritos pela literatura podemos citar o método Mark-up como sendo um dos mais simples e abrangentes. Para Dubois *et al.* (2009 p. 228) o Mark-up “consiste em adicionar uma certa margem de lucro aos custos do produto fabricado ou aos serviços prestados.”

Assim:

Mark-up = % desejado x Ca

Onde: Ca = custo unitário.

Esse percentual geralmente é adicionado aos custos totais do produto a fim de formar um preço de venda que proporcionará a sustentação da empresa de forma a cobrir suas despesas e obter lucro satisfatório. Desta forma, o percentual sobre o custo unitário obtém-se através da seguinte equação:

Preço de venda = Custo unitário + mark-up

Onde:

- Mark-up = % do custo unitário

A taxa de marcação (Markup) também pode ser calculada pela seguinte fórmula:

**TM - Taxa de Marcação = 100% - (IC + ML)**

Onde:

- IC = Índice de Comercialização (soma do percentual de impostos)

- ML = Margem de Lucro (percentual de lucro desejado)

### **Demonstrativo de Resultados do Exercício (DRE)**

Segundo Maximiano (2011), o demonstrativo de resultados do exercício é o resumo das receitas e despesas da empresa em determinado período, geralmente 12 meses. O autor indica que a demonstração do DRE é feita de forma vertical, onde das receitas são subtraídas as despesas e ao final se obtém o resultado, podendo ser lucro ou prejuízo.

O DRE é composto por um cálculo que parte da receita total obtida pela empresa, após subtraem-se os impostos, abatimentos e devoluções, o que resulta na receita líquida obtida durante o período. Da receita líquida, deduzem-se os custos dos produtos vendidos, produtos fabricados e dos serviços prestados, chegando assim ao valor do lucro bruto. Por fim, subtraem-se as despesas operacionais e o valor final de soma de lucros ou prejuízos é incorporado ao patrimônio líquido da empresa (MAXIMIANO, 2011).

De acordo com Hoji (2014), “a demonstração de resultados é uma das principais peças contábeis, que demonstra ao seu final quanto a empresa gerou de lucro ou prejuízo no período”. Para o autor, os resultados na forma de lucro líquido ou de prejuízo líquido provém da diferença entre as receitas e as despesas de um determinado período.

### **Métodos de análise de investimentos**

Matarazzo (2010), afirma que é possível mensurar a eficiência de uma empresa em atingir seu objetivo de gerar lucro calculando-se a chamada taxa de retorno sobre investimentos através da divisão do lucro pelo investimento. Para tal pode-se utilizar alguns indicadores que irão auxiliar no momento de analisar a viabilidade de um investimento.

#### a) Margem de contribuição

Silva e Lins (2017), definem Margem de Contribuição como “o valor que cada produto entrega a empresa depois de cobertos todos os custos variáveis que efetivamente ocorrem num processo de produção e venda”. Calcula-se essa contribuição subtraindo-se os custos e despesas variáveis do preço de venda do produto ou serviço através da seguinte fórmula:

$$MCun = PV - (CVun + DVun)$$

Onde:

MCun = margem de contribuição;

PV = preço de venda;

CVun = custo variável por unidade;

DVun = despesas variáveis por unidades.

#### b) Ponto de equilíbrio

Quando obtém-se uma receita suficiente que cubra todos os custos e despesas de modo que o resultado seja igual a zero na venda de um determinado produto, atinge-se o ponto de equilíbrio (SILVA; LINS, 2017). Ainda de acordo com os autores, conhecer esse ponto permite que a empresa determine qual a quantidade necessária a ser vendida para começar a obter lucro. O ponto de equilíbrio calcula-se pela fórmula seguinte:

$$PEq = \frac{CDFt}{MCun}$$

Onde:

PEq = ponto de equilíbrio em quantidade;

CDFt = custos e despesas fixas totais;

MCun = margem de contribuição por unidade.

#### c) Taxa interna de retorno (TIR)

De acordo com Santos (2010, p.138), a taxa interna de retorno é “o percentual de retorno obtido sobre o saldo do capital investido e ainda não recuperado.”

Veras (2001, p. 243) afirma que a TIR “consiste em calcular a taxa que anula o valor presente líquido do fluxo de caixa do investimento analisado.”

A TIR pode ser obtida utilizando a seguinte fórmula:

$$TRI = \left( \frac{LLM}{IT} \right) \cdot 100$$

Onde:

LLM = Lucro Líquido Mensal

IT = Investimento Total

#### d) Período de recuperação de investimento (*payback*)

Gitman (2002), afirma que o *payback* é o período de tempo necessário para que

determinada empresa recupere seu investimento inicial em um projeto, a partir das entradas de caixa. Esse resultado pode ser calculado levando-se em consideração um período anual, onde o período de *payback* é encontrado dividindo-se o investimento inicial pela entrada de caixa anual.

$$\textit{Payback} = \frac{\textit{investimento inicial}}{\textit{resultado médio de fluxo de caixa}}$$

Para os autores Souza e Clemente (2008), o *payback* possibilita visualizar a recuperação do capital investido, podendo ser considerado um indicador de risco do investimento.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

O presente capítulo aborda os procedimentos metodológicos que serão utilizados para a realização do presente estudo. Destes entes, destaca-se o delineamento do estudo e os procedimentos de coleta e análise de dados.

#### **3.1 DELINEAMENTO DO ESTUDO**

O estudo realizado pode ser caracterizado como exploratório descritivo. De acordo com Mattar (2005), o estudo exploratório caracteriza-se por aprofundar os conhecimentos acerca do tema em questão, por meio da revisão de conceitos e pesquisas semelhantes já realizadas. A pesquisa pode também ser considerada como descritiva, pois descreverá o contexto de estudo baseado em quatro aspectos, sendo eles: a descrição, o registro, a análise e a interpretação dos fenômenos em questão (MARCONI E LAKATOS, 2010). Estudos dessa natureza podem ser tanto de ordem qualitativa quanto quantitativa. O estudo em questão teve como característica predominante a quantificação na coleta e tratamento dos dados.

#### **3.2 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO**

Para Marconi e Lakatos (2010, p.146) “delimitar a pesquisa é estabelecer limites para a investigação”. De acordo com os autores, o estudo pode ser delimitado em função do assunto a ser abordado para que não se torne muito extenso ou complexo, à extensão, e a outra série de fatores como meios humanos, econômicos e escassez de prazos.

A delimitação do estudo pode utilizar-se de critérios como o espaço ou local onde o fenômeno estudado ocorre e, ainda, determinando-se o tempo em que o estudo será realizado (GIL, 2004). O presente estudo foi realizado no município de Cunha Porã, localizado no extremo oeste catarinense, no período de agosto a novembro de 2019.

##### **3.2.1 Quanto ao estudo de mercado**

O estudo de mercado foi realizado por meio de pesquisa de dados existentes no setor de alimentos saudáveis, e por meio de consulta à públicos específicos que buscam cada vez mais conciliar a rotina do dia a dia, buscando serviços de alimentação que ofereçam praticidade aliados a qualidade de vida e saúde. Desta forma, a fonte de coleta de dados foi a pesquisa bibliográfica, documental e a pesquisa de campo.

Medeiros (2017, p. 36), afirma que pesquisa bibliográfica significa o levantamento da bibliografia referente ao assunto que se deseja estudar. De acordo com o autor, esse tipo de pesquisa apresenta quatro etapas: identificação, localização, compilação e transcrição dos dados.

A pesquisa documental é baseada em documentos elaborados com finalidades diversas que podem ser encontrados em arquivos públicos ou particulares, arquivos de empresas, entidades, cartórios, museus entre outros (MEDEIROS, 2017).

Em se tratando de coleta de dados no campo é importante correlacionar os objetivos aos meios para alcançá-los adequando um ao outro. Nesse caso pode-se utilizar como instrumento da coleta de dados a observação, o questionário, o formulário e a entrevista (VERGARA, 2016).

O universo de pesquisa, também conhecido como população, é composto por habitantes que residem no município de Cunha Porã e tem por hábito realizar algumas de suas refeições fora de casa. De acordo com Vergara (2016) a população ou universo de pesquisa não se trata do número de habitantes de um local, mas de um conjunto de elementos que possuem as características que serão objeto do estudo. A autora ainda afirma que população amostral é parte deste universo escolhido de acordo com algum critério de representatividade.

A coleta de dados na pesquisa de campo foi realizada por meio de uma entrevista estruturada composta por perguntas de múltipla escolha e uma questão semiaberta para o pesquisado apresentar sua opinião sobre o produto que será comercializado (Apêndice A, p 42-43). De acordo com Marconi e Lakatos (2017) uma entrevista estruturada é aquela em que o entrevistador segue um formulário com perguntas previamente elaboradas e direcionadas à pessoas selecionadas de acordo com um plano. Para as autoras, a padronização do roteiro de perguntas é importante, pois obtém dos entrevistados respostas que permitam que sejam comparadas com o mesmo conjunto de perguntas.

As entrevistas foram realizadas pelas próprias pesquisadoras em academias e supermercados da cidade de Cunha Porã - SC. Os pesquisados foram abordados e convidados a responder às perguntas do instrumento de coleta de dados de forma voluntária.

Entrevistou-se de forma aleatória 100 pessoas que frequentavam academias e superdardos na cidade sede da pesquisa com o objetivo de coletar dados/opiniões sobre valores pagos por refeições realizadas em restaurantes da cidade, frequência em que utilizam esses serviços e intenção de compra de marmitas saudáveis que serão produzidas. Tratou-se, portanto, de uma amostra não probabilística que, segundo Vergara (2016), tem como

características a seleção de elementos do universo pela facilidade de acesso a eles e por tipicidade, optando-se por elementos que o pesquisador considere representativos da população-alvo, o que requer bastante conhecimento do fenômeno estudado e do público pesquisado.

Após a coleta dos dados, os mesmos foram tabulados de forma absoluta e relativa e apresentados em forma de tabelas e gráficos. Segundo Marconi e Lakatos (2017) a seleção, codificação e tabulação tem como objetivo uma verificação crítica, evitando informações confusas, bem como a disposição dos dados em tabelas facilitando a compreensão e interpretação mais rápida.

Os dados coletados serviram para fundamentar indicativos de aceitação dos alimentos que serão produzidos e identificar tendências de existência de demanda para o empreendimento proposto. Os dados da pesquisa não foram considerados definitivos em termos de definição da demanda para o projeto, mas apenas serviram de suporte para constatar a aceitação do tipo de alimento que será produzido.

### **3.2.2 Quanto ao estudo técnico e econômico/financeiro**

Com relação ao estudo técnico foram considerados aspectos relacionados à disponibilidade de matérias-primas e insumos, máquinas e equipamentos, instalações necessárias e mão de obra. Considerou-se ainda a sazonalidade dos produtos e a legislação voltada à segurança alimentar, visando oferecer produtos e serviços de máxima qualidade aos consumidores.

O estudo econômico/financeiro fundamentou-se em referências bibliográficas voltadas ao planejamento seguro e projeção de resultados esperados para o empreendimento. Para atingir esses objetivos foram utilizadas técnicas financeiras preconizadas pela literatura vigente. A estrutura do estudo econômico/financeiro utilizou como instrumentos a orçamentação, custos, despesas, formação de preços de venda, simulação de receitas e despesas, apuração de resultados e a avaliação econômica do empreendimento proposto.

Os dados de cunho econômico/financeiro foram tratados de forma não estatística apresentando-os de maneira estruturada e analisando-os individualmente e em conjunto.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

No presente capítulo são apresentados os resultados, visando responder aos objetivos específicos elencados. No primeiro momento apresenta-se o estudo mercadológico e, em seguida, os estudos técnico e econômico/financeiro do projeto.

### 4.1 ESTUDO MERCADOLÓGICO

Para a obtenção de dados relativos ao mercado, realizou-se uma pesquisa, entrevistando-se 100 pessoas que frequentavam academias e supermercados da cidade de Cunha Porã - SC, coletando-se dados sobre valores pegados por refeições realizadas em restaurantes da cidade, opiniões e intenção de compra de marmitas saudáveis. As tabelas e gráfico a seguir apresentados demonstram os resultados obtidos.

#### 4.1.1 Tabulação e análise dos dados da pesquisa de mercado

As Tabelas 1 a 11 apresentam os resultados obtidos com a pesquisa de campo realizada por meio de uma entrevista estruturada composta por perguntas de múltipla escolha e uma questão semiaberta (Apêndice A, p. 59-60), realizada pelas próprias pesquisadoras em estabelecimentos comerciais e prestadores de serviços instalados na cidade de Cunha Porã - SC. Foram entrevistadas 100 pessoas que estavam frequentando os locais visitados para realizar a coleta de dados.

Tabela 1: Residência dos pesquisados.

<b>Opções de resposta</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Cidade	85	85
Interior do município	15	15
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Conforme consta na Tabela 1, 85% dos pesquisados residem na cidade de Cunha Porã. Este número é importante para a pesquisa, visto que pessoas residentes na sede do município tendem utilizar com mais frequência os serviços de alimentação ali instalados.

Tabela 2: Gênero dos pesquisados.

<b>Opções de resposta</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Feminino	68	68
Masculino	32	32
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: dados da pesquisa (2019).



A Tabela 2 indica que mais de 2/3 dos pesquisados são do gênero feminino. Considerando que as entrevistas foram realizadas em mercados e academias, observa-se que a principal responsável pela elaboração das refeições de uma residência continua ainda sendo a mulher. Além disso, a quantidade de entrevistas respondidas por pessoas do sexo feminino que se encontravam nas dependências das academias visitadas, é um dado indicativo de que as mesmas se preocupam com sua saúde, praticando exercícios físicos e consumindo alimentos de maior qualidade nutricional.

Tabela 3: Estado civil dos pesquisados.

<b>Opções de resposta</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Solteiro	51	51
Casado	46	46
Divorciado	3	3
Viúvo	0	0
Outro	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Conforme dados obtidos na Tabela 3, constata-se que 51% dos entrevistados são solteiros e 46% casados. Os números obtidos não indicam que apenas pessoas solteiras ou casadas costumam frequentar locais que forneçam alimentos prontos, no entanto, pode-se considerar que atualmente pessoas dos dois grupos tendem a utilizar este tipo de serviço, o que indica ser um ponto positivo para o empreendimento proposto.

Tabela 4: Local em que os pesquisados realizam as principais refeições do dia.

<b>Opções de resposta</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Em casa	81	81
Outro local	19	19
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: dados da pesquisa (2019).

De acordo com a Tabela 4, 81% dos entrevistados preferem realizar suas principais refeições em casa. Observou-se no decorrer das entrevistas realizadas que os indivíduos buscam conforto e comodidade, preferindo evitar o deslocamento até restaurantes e estabelecimentos de serviços de alimentação. A proposta de oferecer refeições prontas em forma de marmitas saudáveis e entrega *delivery*, pode ser um ponto atrativo para os consumidores que buscam maior praticidade na hora de consumir as principais refeições do dia.

Tabela 5: Hábito dos pesquisados de frequentar restaurantes, lanchonetes e padarias.

<b>Opções de resposta</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Sim	89	89
Não	11	11
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

A Tabela 5 indica que 89% dos pesquisados costumam frequentar estabelecimentos que oferecem algum tipo de serviço de alimentação. Este dado é considerado um indicativo potencial de consumo de alimentos prontos, sejam eles elaborados em padarias, lanchonetes ou restaurantes. A proporção apresentada na tabela 5 pode ir de encontro com os resultados obtidos na tabela 4, considerando a busca pelo conforto no momento de realizar as principais refeições, ou seja, a categoria de empreendimento estudado abrange não somente as pessoas que buscam o serviço de alimentação, mas também que buscam praticidade na hora de realizar uma refeição.

Tabela 6: Frequência com que os pesquisados utilizam restaurantes para fazer as refeições.

<b>Opção de resposta</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Esporadicamente	38	38
Duas vezes por semana	26	26
Não responderam	9	9
Três vezes por semana	8	8
Todos os dias	7	7
Uma vez por semana	6	6
Cinco vezes por semana	6	6
Quatro vezes por semana	0	0
Seis vezes por semana	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Conforme se pode constatar na Tabela 6, a frequência com que os pesquisados utilizam estes tipos de estabelecimentos é consideravelmente pequena, predominando aqueles que frequentam esporadicamente (38%) e duas vezes na semana (26%). Esses dados podem estar relacionados ao fato de que as pessoas preferem realizar suas refeições em casa, o que pode ser satisfeito por meio da entrega de alimentos à domicílio (*delivery*).

Tabela 7: Valor médio gasto pelos pesquisados em cada refeição realizada em restaurantes.

1) Número de pesquisados	92
2) Não responderam	8
3) Valor total	1.860,00
<b>Valor médio (3 ÷ 1)</b>	<b>20, 21</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Conforme dados obtidos na Tabela 7, 92 pesquisados responderam quanto gastam em média para realizar uma refeição em restaurantes. Somando-se o valor total obtido e dividindo-se pelo número de respondentes, obteve-se um valor médio de R\$ 20,21.

Tabela 8: Hábito dos pesquisados em consumir refeições prontas.

<b>Opções de resposta</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Sim	63	63
Não	37	37
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Conforme apresenta a Tabela 8, 63% das pessoas entrevistadas têm o hábito de consumir refeições prontas, o que pode estar relacionado a falta de tempo para o preparo das mesmas. Estes dados indicam uma possível demanda por serviços de alimentação. Esse número pode crescer se o aumento da procura por alimentos mais saudáveis e funcionais por parte da população cresça, conforme tendências de consumo verificadas nos últimos anos.

Tabela 9: Tipo de refeição que os pesquisados costumam consumir.

<b>Opções de resposta</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Marmitas	43	43
Não responderam	27	27
Lanches	22	22
Pratos prontos	8	8
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: dados da pesquisa (2019).

A Tabela 9 indica que 43% dos pesquisados costumam consumir refeições na forma de marmitas. Comparando-se com os demais tipos de refeições apresentadas no questionário, verifica-se que o consumo é consideravelmente maior neste formato, sendo um indicativo de potencial de mercado, pois vai ao encontro da proposta apresentada na unidade de produção de refeições saudáveis que se pretende instalar.

Tabela 10: Intenção dos pesquisados em comprar refeições prontas (marmitas) saudáveis.

<b>Opções de resposta</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Sim	96	96
Não	4	4
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: dados da pesquisa (2019).

A Tabela 10 aponta que 96% dos entrevistados têm intenção de comprar marmitas saudáveis no formato apresentado, ou seja, quase o total do público pesquisado. Este

resultado indica um público potencial em relação ao consumo das refeições que serão oferecidas pelo empreendimento proposto neste estudo.

Tabela 11: Número de dias da semana em que os pesquisados comprariam refeições prontas (marmitas) saudáveis.

<b>Número de dias</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Dois	42	42
Três	40	40
Cinco	14	14
Não comprariam	4	4
Um	0	0
Quatro	0	0
Seis	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: dados da pesquisa (2019).

A Tabela 11 indica que mais de 80% dos pesquisados comprariam 2 a 3 vezes por semana alimentos prontos para o consumo. Constata-se também que 14% estariam dispostos a consumir esse tipo de alimento até 5 vezes por semana.

Considerando que quase a totalidade dos indivíduos entrevistados apresentam propensão em se alimentar em lugares externos a sua casa de duas a três vezes na semana, pode-se aproveitar deste dado para considerar que a oferta por locais que ofereçam refeições prontas aos consumidores, pode ser uma boa alternativa de negócios para a cidade de Cunha Porã – SC.

#### **4.1.2 Previsão de demanda**

Conforme dados apresentados no item 4.1.1 do presente capítulo, 96% dos pesquisados têm a intenção de comprar alimentos prontos para o consumo no formato apresentado na pesquisa realizada. Ainda de acordo com os dados obtidos, os mesmos gastam em média, R\$ 20,21 por refeição realizada fora de casa. Considerando-se que a população do município de Cunha Porã é de 11.053 habitantes (IBGE, 2018), apresenta-se a seguir, os cálculos realizados para definir a previsão de demanda para o empreendimento proposto.

Conforme Tabela 11, os pesquisados comprariam as refeições em média 3,33 dias por semana, ou seja, 13,32 vezes por mês ( $3,33 \times 4 \text{ semanas} = 13,32 \text{ dias por mês}$ ).

Conforme dados obtidos na Tabela 7 da pesquisa realizada, o gasto médio por pessoa em cada refeição é de R\$ 20,21 reais:

1 refeição = R\$ 20,21 reais

13,32 dias por mês

$20,21 \times 13,32 = \text{R\$ } 269,20$  reais/mês por pessoa pesquisada.

Conforme se pode observar nos dados obtidos na Tabela 10, 96% dos pesquisados comprariam as refeições no formato oferecido pelo empreendimento proposto. Percebe-se que é um percentual significativo dos entrevistados que utiliza serviços de alimentação.

Mesmo diante das limitações da pesquisa realizada para identificar tendência de consumo que não permite generalizar os resultados sobre o universo da população de Cunha Porã - SC, realizou-se uma projeção de gastos com alimentação, chegando-se a um valor mensal de R\$ 2.856.210,21 (Tabela 12).

Tabela 12: Gasto mensal prospectado para consumo de alimentos prontos no município de Cunha Porã – SC.

<b>População total</b>	<b>Percentual</b>	<b>Consumidores em potencial</b>
11.053	x 96%	= 10.610
<b>Consumidores em potencial</b>	<b>Gasto mensal (R\$)/pessoa</b>	<b>Total mensal (R\$)</b>
10.610	x 269,20	= 2.856.212,21

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Considerando-se os valores do investimento em estrutura física e de funcionamento projetados, prospectou-se a produção e venda de um número mensal e anual de marmitas considerado ideal. Desta forma, diante da ausência de dados mais precisos de demanda de mercado, e que podem ser obtidos com a realização de um estudo mais aprofundados antes de se realizar o investimento, considerou-se que, para atingir um faturamento considerado ideal, a receita mensal deve ser na ordem de 3% do valor mensal obtido na Tabela 12, ou seja, R\$ 85.686,36. Estimou-se também uma produção mensal de 7.066 marmitas para se atingir uma lucratividade e retorno do investimento considerado mais adequado, em função do volume de recursos financeiros que precisam ser investidos.

Tabela 13: Meta de consumo em valor e quantidade de alimentos prontos a ser atingida pelo empreendimento proposto.

Produção mensal (Unidades)	7.066
Faturamento mensal (R\$)	85.686,36

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Dividindo-se as 7.066 refeições mensais obtidas por 4 semanas que compõem o mês, obtém-se 1.766 refeições por semana.

## 4.2 ESTUDO TÉCNICO

Os dados apresentados no estudo técnico foram obtidos através do levantamento acerca de matérias primas a serem utilizadas na produção das refeições, bem como disponibilidade de equipamentos e utensílios, proporções do empreendimento, além das características físicas como localização, *layout* e planejamento do processo produtivo.

### 4.2.1 Características do empreendimento

O empreendimento em questão apresenta como proposta uma unidade de produção de marmitas saudáveis, onde sua entrega poderá ser feita em formato *delivery* ou retirada no local, conforme preferência do consumidor.

A Razão Social escolhida para a unidade de produção de refeições saudáveis foi “Marmitas Puro Sabor”. Confeccionou-se uma logomarca, conforme Figura 2, onde priorizou-se a simplicidade e objetividade em relação ao nome e figuras utilizadas no desenho.

**Figura 2:** Logomarca da Marmitaria.



Fonte: as autoras (2019).

O estabelecimento contará com uma cozinha industrial completa com todos os equipamentos, máquinas e utensílios necessários para o desenvolvimento da atividade. Além disso, sua instalação ocorrerá em uma sala comercial no município de Cunha Porã - SC, com

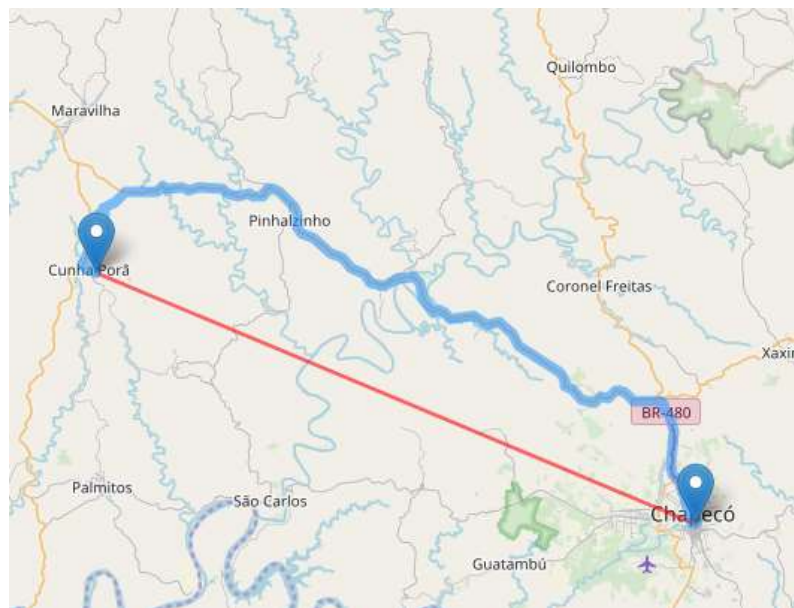
a formalização de um contrato de aluguel, visto se tornar inicialmente mais viável em termos econômicos e de capital necessário para instalar o negócio proposto.

A relação das refeições a serem ofertadas será divulgada semanalmente por meio de um cardápio (Apêndice B, p. 59) postado em redes sociais e no estabelecimento.

#### 4.2.2 Localização

A escolha do local de instalação e atendimento levou em conta não somente a baixa oferta deste formato de serviço no município, como também a localização da empresa em relação a fornecedores de equipamentos e matérias-primas, visto que a cidade escolhida encontra-se próxima geograficamente do município de Chapecó – SC, conforme pode ser observado na Figura 3, sendo que este município dispõe de diversos fornecedores e produtos de qualidade. Além disso, será buscado o apoio de produtores locais para o fornecimento de matéria-prima de origem animal e vegetal.

**Figura 3:** Proximidade dos municípios de Cunha Porã – SC e Chapecó – SC.



Fonte: Google Maps (2019), adaptado.

#### 4.2.3 Tamanho e dimensão do empreendimento

O estabelecimento contará com a produção prospectada de 7.066 marmidas semanais. Ressalta-se que este número poderá ser ampliado em situações onde se observe maior demanda, pois existe capacidade de produção instalada para tanto (Tabela 14). No entanto, o aumento da produção deverá ocorrer somente após a contratação de funcionários e de um

remanejamento dos serviços de entrega. Para aumentar a produção, além de influenciar na contratação de mais colaboradores, deve-se levar em conta a necessidade de garantir junto aos fornecedores, o suprimento adicional de matérias-primas, insumos e embalagens.

Tabela 14: Volume de produção prospectado para o projeto.

Quantidade anual	84.792
Quantidade mensal	7.066
Quantidade semanal (5 dias por semana)	1.766

Fonte: as autoras (2019).

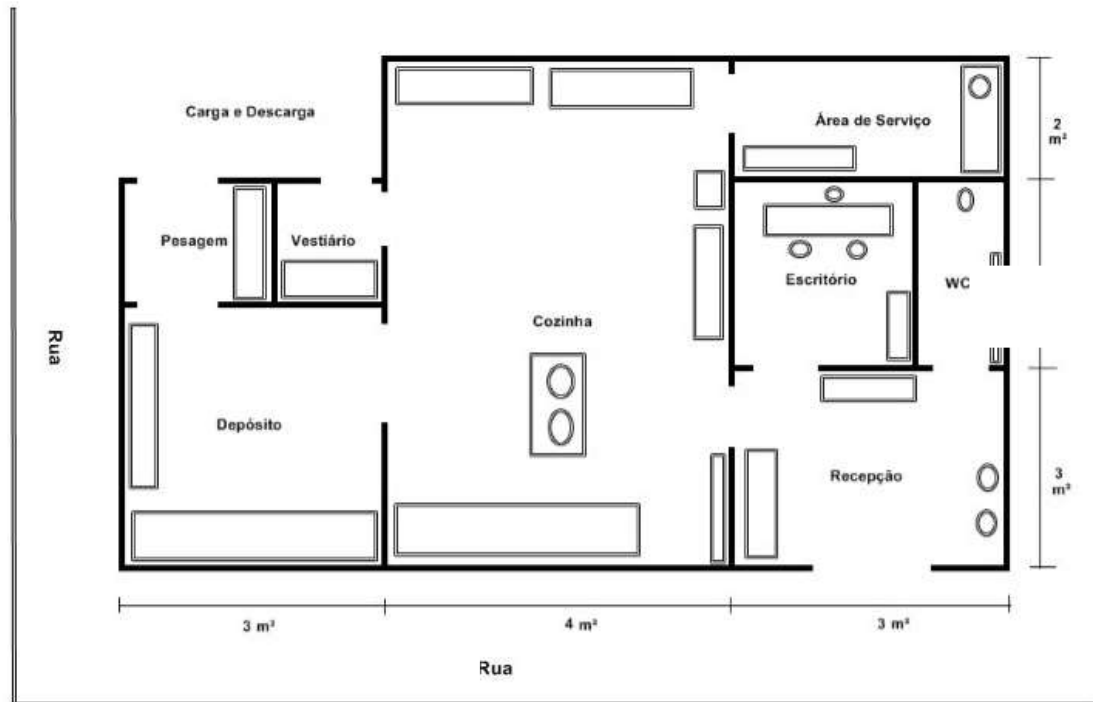
Inicialmente a empresa vai operar com dois colaboradores internos e um colaborador terceirizado que realizará as entregas, além de, esporadicamente, contar com serviços de uma profissional de nutrição. Ressalta-se que todo o estudo financeiro foi baseado neste cenário, bem como a projeção do *layout* e de estrutura produtiva, sendo que quaisquer alterações deverão ser feitas mediante estudos econômicos e operacionais prévios.

#### 4.2.4 *Layout*

O *layout* de um serviço de alimentação deve ser projetado de forma a garantir a segurança alimentar do produto. Suas instalações devem possibilitar a correta higienização do local e dos equipamentos, bem como permitir um fluxo ordenado no momento da preparação dos alimentos sem que haja contato entre diferentes preparações (ANVISA, 2004).

O *layout* da empresa Puro Sabor (Figura 4) foi projetado com o intuito de facilitar as etapas do processamento das marmitas. Considerando a legislação vigente, buscou-se separar as áreas de convívio, bem como as instalações sanitárias do contato direto com a área de preparo das refeições. Ainda, nas instalações da cozinha, foram separadas as áreas de manipulação conforme as fases de preparo do alimento, sendo que alimentos crus não são preparados na mesma bancada dos alimentos que já foram submetidos ao cozimento, por um exemplo. Conforme pode ser observado na Figura 4, a sala onde será instalado o empreendimento proposto possui 80 metros quadrados.



**Figura 4:** *Layout* do estabelecimento

Fonte: as autoras (2019).

Como forma de facilitar a etapa de liberação da refeição após seu preparo, buscou-se adequar a cozinha para que esta tenha uma janela de acesso à recepção, criando assim um espaço onde possa ocorrer a passagem da marmita sem que seja necessário a entrada na de outras pessoas nesta área. Este procedimento, facilita as demais etapas do processo bem como, garante a inocuidade do alimento.

#### 4.2.5 Fluxograma do processo produtivo

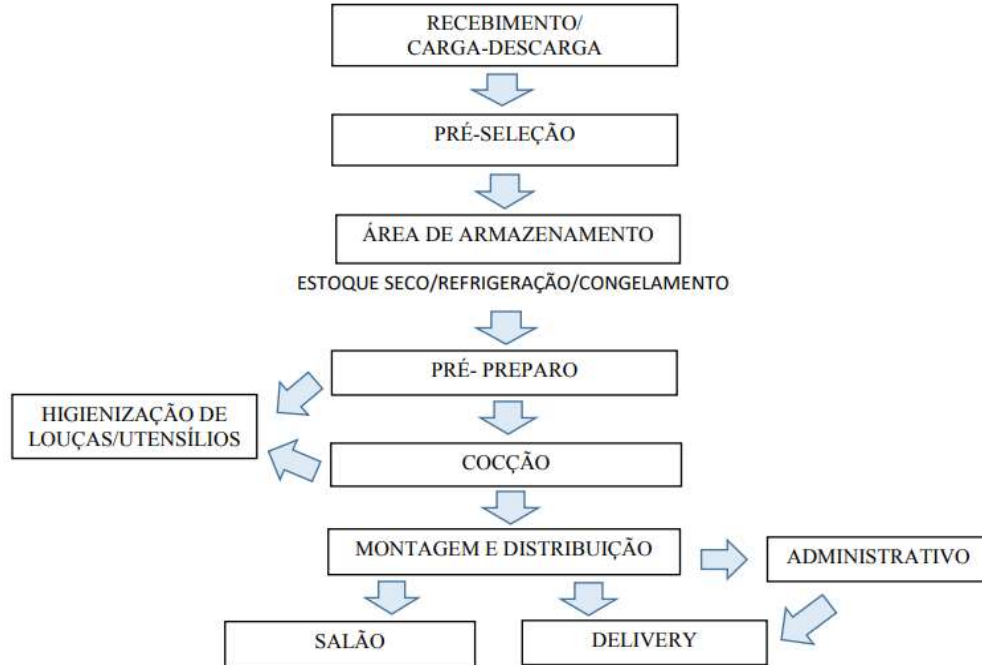
Um fluxograma bem elaborado é uma importante ferramenta de qualidade utilizada para representar a sequência e interação das atividades de um processo produtivo. Sua utilização tem por objetivo estabelecer um fluxo para a realização do trabalho, resultando em uma maior eficiência e otimização do tempo no preparo dos alimentos e em todas as atividades realizadas.

Em sintonia com o Layout apresentado na Figura 4 (p. 38), pode-se observar na Figura 5, as principais etapas do processo produtivo. O recebimento da matéria-prima é realizado nos fundos do estabelecimento, sendo que os produtos são selecionados, classificados e armazenados no depósito.

No momento de preparo das marmitas, os utensílios são higienizados e a matéria-prima é pesada, em seguida os alimentos são preparados conforme cardápio do dia pré-estabelecido. Ao término do preparo, ocorre a montagem das marmitas e a distribuição que

pode ocorrer tanto pela retirada da refeição pelo consumidor no salão/recepção, quanto pelo envio pelo serviço *delivery*.

**Figura 5:** Fluxograma do processo produtivo.



Fonte: as autoras (2019).

Da mesma forma em que foi definido o *layout* do estabelecimento, o fluxograma de processamento também foi elaborado com base na praticidade do serviço e facilidade na retirada da refeição por parte do consumidor/entregador. Também observou os aspectos legais vigentes que regem o funcionamento de estabelecimentos que operam com a produção/processamento de alimentos.

#### 4.2.6 Máquinas, equipamentos e utensílios

Para o desenvolvimento da atividade proposta, torna-se necessária a aquisição de máquinas, equipamentos e utensílios que serão utilizados para a elaboração e preparo das refeições, conforme tabela 15 abaixo.

Tabela 15: Relação de máquinas e equipamentos.

Ítem / descrição	Quantidade
Balança de plataforma	1
Balança de precisão	2
Fogão industrial	1
Fritadeira elétrica	1
Depurador de ar- Coifa	1

Forno elétrico	1
Mesa inox	1
Pia industrial	1
Geladeira 4 portas	1
Freezer industrial	1
Jogo de panelas	3
Jogo de Bacias	3
Jogo de facas	1
Jogo de utensílios	1
Tábua de corte diversas/jogo	1
Pratos	10
Utensílios diversos	1
Tampo bancada aço inox/2 cubas (2,20x0,70x1,00)	1
Mesa bancada aço inox (1,80x0,70x1,00)	4

Fonte: as autoras (2019).

Tabela 16: Relação de móveis e eletrônicos.

<b>Item/descrição</b>	<b>Quantidade</b>
Mesa para escritório	1
Armário para escritório	1
Gaveteiro	1
Cadeiras de atendimento	2
Cadeiras para escritório	1
Aparelho telefônico	1
Notebook	1
Lixeiras	2
Material de escritório	1

Fonte: as autoras (2019).

Por se tratar de uma unidade de produção de marmitas, onde não será fornecido local para consumo e ainda, as refeições serão acondicionadas em embalagens, a relação de utensílios, equipamentos, móveis e eletrônicos (Tabela 16) é considerada menor se comparada a um restaurante ou lanchonete, por um exemplo.

O empreendimento também contará com um veículo que será utilizado nas tarefas diárias que necessitam de um meio de transporte próprio.

#### **4.2.7 Manual de Boas Práticas de Fabricação**

As Boas Práticas de Fabricação (BPF) são um conjunto de princípios e regras para o correto manuseio de alimentos, abrangendo desde as matérias-primas até o produto final, de forma a garantir inocuidade dos alimentos produzidos para o consumo humano. As BPF são obrigatórias pela legislação brasileira para todas as indústrias de alimentos, e as portarias 326/97 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e 368/97 do Ministério da

Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA) estabeleceram o “Regulamento Técnico sobre as Condições Higiênico-Sanitárias e de Boas Práticas de Fabricação para os Estabelecimentos Produtores/Indústrias de Alimentos”.

De acordo com Brasil (2004), o Manual de BPF é um documento que descreve as operações realizadas pelo estabelecimento, incluindo os requisitos higiênico-sanitários dos edifícios, a manutenção e higienização das instalações, dos equipamentos e dos utensílios, o controle da água de abastecimento, o controle integrado de vetores e pragas urbanas, a capacitação profissional, o controle da higiene e saúde dos manipuladores, o manejo de resíduos e o controle e garantia de qualidade do alimento preparado.

No Apêndice C (p. 60-75), encontra-se o Manual de Boas Práticas a ser utilizado pelo empreendimento proposto.

### 4.3 ESTUDO FINANCEIRO

O estudo financeiro de um empreendimento é um dos aspectos mais importantes a serem considerados ao empreender. Neste capítulo, serão abordados tópicos fundamentais para a elaboração do estudo e determinação de valores e ações necessárias para o bom funcionamento do empreendimento.

#### 4.3.1 Aspectos legais

A formalização jurídica de uma empresa é um dos principais aspectos legais a se considerar ao empreender. Segundo o SEBRAE (2019), MEI (Microempreendedor individual) é o empresário que fature até 80.000,00 ao ano e opte pelo Simples Nacional. No caso do empreendimento proposto, o faturamento anual não permite o seu enquadramento como MEI. Desta forma, optou-se Simples Nacional.

O Simples Nacional pode ser atribuído à microempresas e empresas de pequeno porte, mediante o recolhimento de impostos e contribuições (BRASIL, 2006). Neste sentido, foram reunidos, conforme consta na Tabela 17, as faixas de tributação do Simples Nacional, a serem recolhidos pelo estabelecimento. Conforme se pode perceber, o empreendimento terá um faturamento anual próximo de R\$ 1.800.000,00, desta forma, o mesmo se enquadra na faixa de número 5, ou seja, na alíquota de 10,70%.

Tabela 17: Faixa de tributação do Simples Nacional.

Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)		Alíquota Nominal	Valor a Deduzir (em R\$)
1ª Faixa	Até 180.000,00	4,00%	–
2ª Faixa	De 180.000,01 a 360.000,00	7,30%	5.940,00
3ª Faixa	De 360.000,01 a 720.000,00	9,50%	13.860,00
4ª Faixa	De 720.000,01 a 1.800.000,00	10,70%	22.500,00
5ª Faixa	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	14,30%	87.300,00
6ª Faixa	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	19,00%	378.000,00

Fonte: Brasil (2006), adaptado.

Além do enquadramento jurídico da empresa, é necessário ainda buscar a legalização do empreendimento junto a Prefeitura Municipal e a Vigilância Sanitária, onde dois dos principais documentos a serem formalizados são o Alvará de Funcionamento e o Alvará Sanitário.

A Agência Nacional da Vigilância Sanitária (Brasil, 1969), informa que o funcionamento de um estabelecimento, seja ele industrial ou comercial, que comercialize, fabrique ou elabore algum tipo de alimento deverá, por Lei, buscar o licenciamento junto ao órgão sanitário competente, mediante a expedição do Alvará Sanitário.

#### 4.3.2 Aspectos econômico/financeiros

A Tabela 18 apresenta o investimento necessário para a abertura do empreendimento perfazendo um valor total de R\$ 476.479,49 reais. Os custos fixos baseiam-se nos dispêndios que ocorrerão todos os meses e independem da quantidade de mercadorias vendidas, perfazendo um valor de 69.042,23 reais. Já o valor necessário para o capital de giro é composto pelos gastos com matérias primas e insumos que está relacionado com o volume produzido e, ainda, pelas despesas fixas no decorrer do ano apresentadas na Tabela 23 (p. 44).

Tabela 18: Investimento total.

Item	Discriminação	Valor (R\$)
1	Investimento Fixo	69.042,23
2	Capital de Giro	
	2.1 Matéria Prima e Insumos	325.033,17
	2.3 Despesas Fixas	78.951,98
	<b>Subtotal (1 + 2)</b>	<b>403.985,15</b>

<b>3</b>	<b>Reserva Técnica (5% sobre o Investimento Total)</b>	<b>3.452,11</b>
<b>4</b>	<b>Total (1 + 2 + 3)</b>	<b>476.479,49</b>

Fonte: as autoras (2019).

Conforme se pode observar na Tabela 19, os custos com matéria-prima e embalagens totalizam 493.985,15 reais anuais. Deste total, 94.967,04 reais condizem com o valor gasto anualmente com embalagens. Pode-se considerar este valor baixo, visto que a utilização de embalagens limita-se a montagem das refeições em marmitas de isopor com divisórias, além da impressão do rótulo que se encontra no Apêndice D (p. 76).

**Tabela 19:** Custos variáveis previstos para a produção de 84.792 marmitas de 420 gramas.

<b>Itens</b>	<b>Valor anual</b>
1. Custos com matérias primas	230.066,13
2. Custo com embalagem descartável, lacres e rótulos	94.967,04
<b>TOTAL</b>	<b>493.985,15</b>

Fonte: as autoras (2019).

Além do custo anual com embalagens, a aquisição anual de matérias-primas totaliza 230.066,13 reais. Considera-se que este valor é o menor possível, decorrente da preferência em adquirir produtos locais e de fornecedores próximos, conforme citado no item 4.2.2 (p. 36), diminui os custos de transporte dos produtos até o estabelecimento.

A Tabela 21 apresenta a depreciação das instalações industriais, máquinas, equipamentos, móveis, utensílios e eletrônicos, obtida com a utilização do método linear, perfazendo um valor anual de R\$ 8.168,02 reais. Para Santos (2010) a depreciação é a perda de valor de um ativo em decorrência de seu uso sofrido durante sua vida útil. Na Tabela 20, pode-se observar os parâmetros utilizados para o cálculo.

**Tabela 20:** Parâmetros utilizados para os cálculos da depreciação (vida útil e taxas de depreciação).

<b>Tipo de investimento</b>	<b>Vida útil em anos</b>	<b>Depreciação anual</b>	<b>Valor residual</b>
Móveis e utensílios	15	6,66%	20,00%
Máquinas e equipamentos	20	5,00%	20,00%
Aparelhos eletrônicos	10	10,00%	20,00%
Veículos	10	10,00%	20,00%
Eletrodomésticos	10	10,00%	20,00%
Construções	40	2,50%	20,00%

Fonte: as autoras (2019).

**Tabela 21:** Valores das depreciações.

<b>Item/descrição</b>	<b>Valor total (R\$)</b>	<b>Valor residual (R\$)</b>	<b>Deprec. anual</b>	<b>Deprec. mensal</b>
Máquinas e equipamentos	18.645,66	3.729,13	1.088,26	90,69

Móveis e eletrônicos	2.871,17	554,23	326,76	27,23
Veículos	40.000,00	8.000,00	6.400,00	533,33
Adequação de sala comercial	6.625,40	1.325,08	353,00	29,42
<b>Total</b>			<b>8.168,02</b>	<b>680,67</b>

Fonte: as autoras (2019).

Os gastos relacionados às despesas são aqueles necessários para manter as estruturas do empreendimento em funcionamento no decorrer dos meses ou, do ano. Não haverá contratação de funcionários, sendo apenas considerado o pró-labore das proprietárias, conforme pode ser observado nas Tabelas 22 e 23.

**Tabela 22:** Pró-labore.

Discriminação	Qtde.	Unitário (R\$)	Mensal (R\$)	Anual
1. Pró-labore proprietários	2	3.000,00	6.000,00	72.000,00
2. Encargos sociais e Benefícios (INSS-25%)			1.500,00	18.000,00
<b>Total (1+2)</b>			<b>7.500,00</b>	<b>90.000,00</b>

Fonte: as autoras (2019).

**Tabela 23:** Despesas fixas mensais e anuais.

Discriminação	Custo mensal	Custo anual
1. Combustível	2.000,00	24.000,00
2. Depreciações	680,67	8.168,02
3. Honorários contábeis	500,00	6.000,00
4. Nutricionista (Serviço terceirizado)	500,00	6.000,00
5. Estimativa de gastos com água	300,00	3.600,00
6. Estimativa de gastos com energia elétrica	760,00	9.120,00
7. Estimativa de gastos com telefone e internet	160,00	1.920,00
8. Estimativa de gastos com material de limpeza	100,00	1.200,00
9. Seguro e manutenção do veículo	170,00	2.040,00
10. Estimativa de gastos com material de escritório	65,00	780,00
11. Aluguel	1.200,00	14.400,00
12. Alvará sanitário	13,29	159,48
13. Alvará de funcionamento	21,84	262,08
14. Avental	6,67	80,00
15. Luvas descartáveis (4 caixas por mês)	70,80	849,60
16. Toucas descartáveis (01 caixa por mês)	9,40	112,80
17. Calçados (4 pares)	21,67	260,00
<b>Total (1+...17)</b>	<b>6.579,33</b>	<b>78.951,98</b>

Fonte: as autoras (2019).

Para formar o preço de venda do produto é necessário que se tenha o conhecimento do Custo Anual do Produto Vendido (CPV). De acordo com a Tabela 24, o Custo Anual para

a produção de 84.792 marmitas soma um total de 493.985,15 reais e é composto pela soma das despesas e custos fixos e variáveis.

**Tabela 24:** Custo anual dos produtos vendidos (CPV - Marmitas Saudáveis).

<b>Itens</b>	<b>Valor (R\$)</b>
<b>1. Despesas com pessoal</b>	<b>90.000,00</b>
<b>2. Despesas fixas mensais</b>	<b>78.951,98</b>
<b>3. Custos variáveis anuais</b>	
3.1 Custo anual com matéria prima para produção das marmitas saudáveis	230.066,13
3.2 Custos com embalagens lacres e rótulos	94.967,04
<b>Total dos Custos Variáveis (3.1 + 3.2)</b>	<b>325.033,17</b>
<b>CUSTO TOTAL DOS PRODUTOS VENDIDOS (1+2+3)</b>	<b>493.985,15</b>

Fonte: as autoras (2019).

O custo unitário do produto vendido é obtido através da divisão do valor de CPV pelas quantidades a serem produzidas. Conforme consta na Tabela 25, dividiu-se o valor total dos custos e despesas variáveis que foi de 493.985,15 reais, por 84.792 unidades de marmitas que é a produção inicial proposta pelas autoras. Desta forma, obteve-se um custo unitário de R\$ 5,83 reais.

**Tabela 25:** CPV - Custos dos Produtos Vendidos (marmitas saudáveis).

<b>Itens de custos e despesas</b>	<b>Valor</b>
D (Despesas)	90.000,00
CF (Custos Fixos)	78.951,98
CV (Custos Variáveis)	325.033,17
<b>Total (D + CF + CV)</b>	<b>493.985,15</b>
<b>QP (Quantidade anual produzida em unidades de marmitas saudáveis)</b>	<b>84.792</b>
<b>Custo Unitário [CPV = (D + CF + CV)/QP]</b>	<b>5,83</b>

Fonte: as autoras (2019).

Para a formação do preço de venda das marmitas foram utilizados alguns indicadores de vendas entre os quais cita-se o Índice de Comercialização (IC) e Taxa de Marcação (TM) apresentados nas Tabelas 26 e 27 respectivamente. Considera-se também, a Margem de Lucro (ML) desejada que foi estimada em 35,00% sobre o valor de venda do produto.

Com base na Receita Operacional Bruta (ROB), o empreendimento é considerado como empresa de pequeno porte enquadrando-se na categoria do SIMPLES NACIONAL dentro de uma faixa indicada na Tabela 17 (p. 42) com incidência de um percentual de



10,70% de tributação, que somado a taxa de publicidade resultou em um índice de comercialização de 14,70%. Esse resultado está demonstrado na Tabela 26.

**Tabela 26:** Índice de Comercialização (IC).

1.Simples nacional (De R\$ 1.800.000,01 a 3.600.000,00)	10,70%
2. Publicidade	4,00%
<b>Total (1+2)</b>	<b>14,70%</b>

Fonte: as autoras (2019).

Tendo definido o Índice de Comercialização e a Margem de Lucro (ML) desejada, calculou-se a Taxa de Marcação (Tabela 27) utilizando a fórmula a seguir.

$$TM = [100 - (IC + ML)] : 100$$

Onde: TM = Taxa de Marcação

IC = Índice de Comercialização

ML = Margem de Lucro

**Tabela 27:** Taxa de Marcação (TM).

<b>Taxa de Marcação (TM)</b>	
IC- Índice de Comercialização	14,70%
ML - Margem de Lucro	35,00%
<b>TM - Taxa de Marcação =</b>	<b>[100% - (IC + ML)] : 100%</b>
	<b>TM 0,5030</b>

Fonte: as autoras (2019).

A partir da obtenção da Taxa de Marcação (TM), apurou-se a Receita Operacional (RO) com a utilização da fórmula a seguir apresentada.

$$\text{Receita Operacional} = \text{Custo do Produto/Taxa de Marcação (Markup)}$$

A Tabela 28 a seguir, apresenta a Receita Operacional (RO) estimada para a venda das marmitas saudáveis.

**Tabela 28:** Receita Operacional estimada.

<b>Receita operacional.</b>	
Receita Operacional =	Custo do Produto/Taxa de Marcação (Markup)
<b>Receita Operacional =</b>	<b>(493.985,15 / 0,5030) = 982.077,83</b>

Fonte: as autoras (2019).

O preço de venda unitário foi obtido dividindo-se a RBT (Receita Bruta Total) pela quantidade produzida de marmitas produzidas que será de 84.792 unidades de 420 gramas por ano. Este valor pode ser observado na Tabela 29.

Tabela 29: Preço unitário de venda.

<b>Produto</b>	<b>RBT</b>	<b>Quantidade Produzida</b>	<b>Preço Unitário</b>
Marmitas saudáveis	982.077,83	84.792	11,58

Fonte: as autoras (2019).

A Tabela 30 apresenta o DRE (Demonstrativo de Resultados do Exercício) do presente projeto. Foram prospectados três cenários de resultados, sendo um cenário ideal denominado de “Cenário 2”, e outros dois, “Cenário 1” e “Cenário 3”, que prospectam uma variação para mais ou para menos de 15% em relação ao Cenário 2. O DRE foi estimado para o período de um ano, com produção total da produção de **84.792** marmitas saudáveis de 420 gramas por unidade. Considerando-se o cenário 2, o lucro líquido pode chegar a R\$ **421.065,05** reais por ano.

Tabela 30: Demonstrativo de Resultado de Exercício (DRE).

<b>Item</b>	<b>Discriminação</b>	<b>0,85%</b>	<b>100,00%</b>	<b>115,00%</b>
		<b>Cenário 1</b>	<b>Cenário 2</b>	<b>Cenário 3</b>
		<b>(R\$)</b>	<b>(R\$)</b>	<b>(R\$)</b>
<b>1</b>	<b>Receita Bruta de Vendas</b>			
	1.1 Venda de marmitas saudáveis	834.766,16	982.077,83	1.129.389,50
	<b>Total Bruta Total (1.1)</b>	<b>834.766,16</b>	<b>982.077,83</b>	<b>1.129.389,50</b>
<b>2</b>	<b>(-) Deduções</b>			
	<b>Deduções sobre vendas</b>			
	2.1 Simples Nacional (10,70%)	89.319,98	105.082,33	120.844,68
	<b>(-) Total de Deduções</b>	<b>89.319,98</b>	<b>105.082,33</b>	<b>120.844,68</b>
<b>3</b>	<b>(-) Custos dos Produtos Vendidos (matéria prima e insumos)</b>			
	3.1 Produção de marmitas saudáveis	325.033,17	325.033,17	325.033,17
	<b>(-) Total (3.1)</b>	<b>325.033,17</b>	<b>325.033,17</b>	<b>325.033,17</b>
<b>4</b>	<b>(-) Despesas Operacionais</b>			
	<b>4.1 Despesas com Vendas</b>			
	4.1.1 Publicidade (4,00%)	33.390,65	39.283,11	45.175,58
	<b>Subtotal (a+b)</b>	<b>33.390,65</b>	<b>39.283,11</b>	<b>45.175,58</b>
<b>5</b>	<b>(-) TOTAL DOS CUSTOS VARIÁVEIS (2+3+4)</b>	<b>447.743,80</b>	<b>469.398,61</b>	<b>491.053,43</b>
<b>6</b>	<b>6.1 Despesas administrativas</b>			
	6.2.1 Pró-Labore dos proprietários	24.000,00	24.000,00	24.000,00
	6.2.2 Depreciações	8.168,02	8.168,02	8.168,02
	6.2.3 Honorários contábeis	6.000,00	6.000,00	6.000,00
	6.2.4 Material de escritório	780,00	780,00	780,00
	6.2.5 Telefone e internet	1.920,00	1.920,00	1.920,00
	6.2.6 Combustível	24.000,00	24.000,00	24.000,00
	6.2.7 Seguro e manutenção de veículo	2.040,00	2.040,00	2.040,00

	6.2.8 Honorário da nutricionista	6.000,00	6.000,00	6.000,00
	6.2.9 Material de escritório	780,00	780,00	780,00
	<b>Subtotal (3.2.1+...3.2.10)</b>	<b>73.688,02</b>	<b>73.688,02</b>	<b>73.688,02</b>
	<b>6.2 Despesas com a produção</b>			
	6.3.1 Água	6.000,00	6.000,00	6.000,00
	6.3.2 Energia elétrica	9.120,00	9.120,00	9.120,00
	6.3.3 Material de limpeza	1.200,00	1.200,00	1.200,00
	<b>Subtotal (4.3.1+...4.3.3)</b>	<b>16.320,00</b>	<b>16.320,00</b>	<b>16.320,00</b>
<b>7</b>	<b>(-) TOTAL DOS CUSTOS FIXOS (6.1+6.2)</b>	<b>90.008,02</b>	<b>90.008,02</b>	<b>90.008,02</b>
<b>8</b>	<b>(-) CUSTO TOTAL (5+7)</b>	<b>537.751,81</b>	<b>559.406,63</b>	<b>581.061,45</b>
<b>9</b>	<b>RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA (1-7)</b>	<b>297.014,34</b>	<b>422.671,20</b>	<b>548.328,06</b>
<b>10</b>	<b>(-) CSLL (0,38% S/Receita Operacional Líquida)</b>	<b>1.128,65</b>	<b>1.606,15</b>	<b>2.083,65</b>
<b>11</b>	<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>295.885,69</b>	<b>421.065,05</b>	<b>546.244,41</b>

Fonte: as autoras (2019).

#### 4.4.1 Métodos de análise de investimentos

Os métodos de análise de investimentos são importantes, pois indicam se os gastos realizados pela empresa trarão retornos, além de determinar quando o investimento retornará por completo e o negócio começa a trazer ganhos reais para a empresa. Utilizou-se quatro ferramentas para avaliar a viabilidade econômica do projeto e que pode ser observadas nos itens a, b, c e d a seguir apresentados.

##### a) Margem de Contribuição

Para calcular a Margem de contribuição subtraiu-se os Custos Variáveis da Receita Bruta por meio da seguinte fórmula:

$$\text{MC} = \text{Receita Bruta (RB)} - \text{Custos Variáveis (CV)}$$

Pode-se observar na Tabela 31 que, em um cenário intermediário, a Margem de Contribuição atinge um valor de R\$ 638.336,07 reais, sendo esse o valor necessário para cobrir os custos fixos e obter lucro com as operações realizadas pelo empreendimento. .

**Tabela 31:** Margem de contribuição.

<b>Cenários</b>	<b>RB</b>	<b>(-) CV</b>	<b>MC</b>
a) Cenário 1 (-15%)	834.766,16	447743,80	387.022,36
b) Cenário 2	982.077,83	469398,61	512.679,22
c) Cenário 2 (+15%)	1.129.389,50	491053,43	638.336,07

Fonte: as autoras (2019).

### b) Ponto de Equilíbrio (PE) e Índice de Margem de Contribuição (IMgC)

O ponto de equilíbrio indica o quanto é necessário vender para que as receitas obtidas sejam suficientes para obter lucro zero, ou seja, para custear os custos fixos e variáveis decorrentes do funcionamento da empresa. Para chegar a esse valor calculou-se o Índice de Margem de Contribuição dividindo-se a Margem de Contribuição pela Receita Bruta Total e, em seguida, dividiu-se os Custos Fixos por esse índice, conforme fórmulas apresentadas abaixo.

$$\text{IMgC} = \text{Margem de Contribuição (MC)} / \text{Receita Bruta Total (RBT)}$$

$$\text{Ponto de Equilíbrio (PE)} = \text{Custos Fixos (CF)} / \text{Índice de Margem de Contribuição (IMgC)}.$$

No cenário intermediário o Ponto de Equilíbrio é atingido com uma receita anual de R\$ 172.417,51 reais, ou seja, esse é o faturamento necessário a ser atingido para que não haja prejuízos e nem lucros, conforme indica os dados obtidos na Tabela 32.

**Tabela 32:** Índice da Margem de Contribuição IMgC) e Ponto de Equilíbrio (PE).

Cenários	MC	RBT	CF	IMgC	PE
a) Cenário 1 (-15%)	387.022,36	834.766,16	90.008,02	0,463630	194.137,74
b) Cenário 2	512.679,22	982.077,83	90.008,02	0,522035	172.417,51
c) Cenário 2 (+15%)	638.336,07	1.129.389,50	90.008,02	0,565205	159.248,57

Fonte: as autoras (2019).

### c) Taxa Interna de Retorno (TIR)

A Taxa Interna de Retorno é o percentual que retorna em relação ao capital investido, podendo ser considerada como uma taxa de crescimento do projeto. O presente projeto apresenta uma TIR otimista com um percentual de 7,36% ao mês em seu cenário 2 (Tabela 33), indicando um bom retorno do capital investido.

$$\text{TIR} = \text{Lucro Líquido Mensal (LLM)} / \text{Investimento Total (IT)} \times 100$$

**Tabela 33:** Taxa Interna de Retorno (TIR).

Cenários	LLM	IT	TIR Anual (%)	TIR Mensal(%)
a) Cenário 1 (-15%)	295.885,69	476.479,49	62,10	5,17
b) Cenário 2	421.065,05	476.479,49	88,37	7,36
c) Cenário (+15%)	546.244,41	476.479,49	114,64	9,55

Fonte: as autoras (2019).

### d) Tempo de retorno de investimento (PayBack)

Para se conhecer o período necessário de retorno de um investimento, calcula-se o *Payback*, dividindo-se o Investimento Total (IT) pelo Lucro Líquido Mensal (LLM), conforme fórmula apresentada abaixo. A Tabela 34 apresenta os resultados obtidos indicando que, no cenário 2 considerado ideal, o tempo necessário para que ocorra o retorno do investimento é de 6 meses e 10 dias.

$$\text{Payback} = \text{Investimento Total (IT)} / \text{Lucro Líquido Mensal (LLM)}$$

**Tabela 34:** Tempo de retorno de investimento (*PayBack*).

<b>Cenários</b>	<b><i>Payback</i></b>	<b>Anos</b>	<b>Meses</b>	<b>Dias</b>
a) Cenário 1 (-15%)	19,32	1	7	10
b) Cenário Intermediário	13,58	1	1	18
c) Cenário 2 (+15%)	10,47	0	10	14

Fonte: as autoras (2019).

## 5 CONCLUSÃO

Diante do estudo realizado, pode-se afirmar que os objetivos propostos foram alcançados. Foi possível avaliar a viabilidade de implantação de uma unidade de produção de refeições saudáveis, no município de Cunha Porã - Santa Catarina. Verificou-se que a falta de estabelecimentos que ofertam serviços de alimentação com as características do empreendimento proposto, resulta num aspecto favorável ao desenvolvimento do empreendimento.

Quanto à pesquisa realizada para avaliar a demanda de mercado para a produção e comercialização de marmitas saudáveis, constatou-se que existe boa receptividade por parte dos pesquisados. Chegou-se a uma demanda semanal de 7.066 unidades de marmitas saudáveis de 420 gramas, considerando uma projeção de mercado a ser atendida de 3,00% do gasto total mensal gasto com serviços de alimentação no município de Cunha Porã -SC, conforme pode ser observado na Tabela 13 (Tabela 13, p. 35).

No que tange ao estudo técnico, percebe-se que o local e que será instalado o empreendimento proposto, permite um bom acesso às matérias-primas e equipamentos, permitindo, sobretudo, fomentar aos produtores locais que podem ser habilitar como fornecedores. Um cardápio semanal predefinido, também pode ser considerado um ponto favorável ao estabelecimento, visto que tende reduzir perdas e minimizar custos de produção.

O dimensionamento do empreendimento fundamentou-se na demanda de mercado prospectada com a coleta análise de dados da pesquisa realizada, sendo que as atividades de produção e comercialização serão realizadas pelas duas sócias proletrias, sendo que um aumento da produção só poderá ocorrer com a contratação de funcionários.

O estudo financeiro realizado indicou que o Simples Nacional é a melhor modalidade de enquadramento tributário. O investimento total estimado é de R\$ 476.479,49 (Tabela 18, p. 43). O Demonstração de Resultados de Exercício (DRE), indica um lucro líquido que pode chegar a R\$ 421.065,05 por ano e ainda, ter seu investimento retornado em um período de apenas 1 ano, 1 mês e 18 dias (Tabelas 34, p. 50).

Apesar dos indicadores econômicos obtidos apresentarem resultados atrativos, algumas limitações devem ser levadas em consideração. Em relação a compra de matéria prima de qualidade, pensando em produtos orgânicos (livre de agrotóxicos), cuja produção é limitada na região sede do empreendimento, o que pode acarretar escassez de matérias primas e elevar o custo de produção, especialmente em períodos de entressafra. .

Outro aspecto importante a ser considerado, diz respeito ao estudo de mercado. Apesar da pesquisa que foi realizada junto a uma amostra intencional da população residente

no município sede do futuro empreendimento, deve-se considerar possibilidade e se expandir a mesma pesquisa para outros municípios circunvizinhos e, especialmente, considerar a possibilidade das empresas da região que fornecem alimentação aos seus colaboradores, tornarem-se potenciais clientes do empreendimento proposto.

Por fim, conclui-se que o projeto sendo colocado em prática com o empenho e dedicação das autoras, pode ser rentável e ainda contribuir para desenvolvimento econômico do município de Cunha Porã. Outro fator relevante está relacionado à melhoria na qualidade de vida da população que pode ser proporcionada pelo consumo de alimentos mais saudáveis.

## REFERÊNCIAS

- ADAMS, Pamela; FREITAS, Isabel Maria Bodas; FONTANA, Roberto. Strategic orientation, innovation performance and the moderating influence of marketing management. **Journal Of Business Research**. Pavia, p. 129-140. jan. 2019.
- AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. Dispõe sobre o Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação. Resolução n. 216, de 15 de setembro de 2004. Publicado no DOU de 16 set. 2004.
- AZEVEDO, Elaine. Alimentação Saudável: uma construção histórica. **Revista simbiótica**, Espírito Santo, v. 7, p. 83-111, dez. 2014.
- BAVARESCO, Silvia. **A importância da localização para o sucesso do negócio**. 2013. 19 f. Monografia (Especialização) - Curso de Marketing, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.
- BEZERRA, Ilana Nogueira *et al.* Consumo de alimentos fora do lar no Brasil segundo locais de aquisição. **Revista de Saúde Pública**: Contribuições científicas originais sobre temas relevantes para área da saúde pública, São Paulo, v. 15, n. 51, p.2-8, mar. 2017.
- BRASIL. Decreto n. 986, de 21 de outubro de 1969. Institui normas básicas sobre alimentos. Publicado no DOU em 21 de outubro de 1969.
- BRASIL. **Lei Complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Política nacional de alimentação e nutrição**. Brasília, 2013.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2. ed. Brasília: MS, 2014. 156 p.
- CAMARGO, Shirlei Miranda; TOALDO, Ana Maria Machado; SOBRINHO, Zaki Akel. O Layout como Ferramenta de Marketing no Varejo. In: Encontro da ANPAD, 33, São Paulo, 19 a 23 de setembro de 2009. **XXXIII Encontro da ANPAD**. São Paulo: ANPAD, 2009.
- COLEMBERGUE, Janise Pedroso; GULARTE, Márcia Arocha; SANTO, Milton Luiz Pinho Espírito. Caracterização química e aceitabilidade da sardinha (*Sardinella Brasiliensis*) em conserva adicionada de molho de tomate. **Alimentos e nutrição**, Araraquara, p.273-278, jun. 2011.
- DIAS, Dvison Willian *et al.* **Análise Swot**: Um estudo de caso em uma empresa *delivery* localizada em Juazeiro-BA. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 9., 2018, Juazeiro. Vale do São Francisco: Doity, 2018. p. 1 - 18.
- DUBOIS, Alex; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. **Gestão de custos e formação de preços**: conceitos, modelos e instrumentos; abordagem do capital de giro e da margem de competitividade. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- DUTRA, Eliane Said; CARVALHO, Kênia Mara Baiocchi. **Alimentação saudável**. 4. ed. Cuiabá: Universidade Federal de Mato Grosso, 2013.
- DUTRA, René Gomes. **Custos**: Uma Abordagem Prática. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 428 p.
- ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. XXXIII, 2009, São Paulo. **O layout como ferramenta de marketing no varejo**. 16 p.



- EVANGELISTA, José. **Alimentos: Um estudo abrangente**. 1. ed. São Paulo: Atheneu, 2005. 450 p.
- FELLOWS, P. J. **Tecnologia do processamento de alimentos: Princípios e Prática**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. 602 p.
- FERNANDES, Giovani; STRAPAZZON, Rafael; CARVALHO, Andriele de Pra. **Layout de empresas e seus benefícios**. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 33, 2013, Salvador: ABEPRO, 2013. p. 2-10.
- FRANÇA, Fabiana Chagas Oliveira; *et al.* **Mudanças dos hábitos alimentares provocados pela industrialização e o impacto sobre a saúde do brasileiro**. Feira de Santana: Universidade Estadual de Feira de Santana, 2012.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- GITMAN, Lawrence **Princípios de administração financeira**. 8. ed. São Paulo: Harbra, 2002.
- GOMES, Helen Mara dos Santos; TEIXEIRA, Estelamar Maria Borges. **Pirâmide alimentar: Guia para alimentação saudável**. 3. ed. Uberaba: IFTM, 2016. 15 p.
- GOMES, José Carlos. **Legislação de alimentos e bebidas**. 3. ed. Viçosa: UFV, 2011. 663 p.
- GRAÇA, Aparício. Ajudar a Desenvolver Hábitos Alimentares Saudáveis na Infância. **Millenium journal of education, technologies, and health**, Viseu, n. 38, p. 283-298, 2010.
- HIRSCHFELD, Henrique. **Engenharia Econômica e análise de custos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- HOJI, Masakasu. **Administração financeira na prática: guia para educação financeira corporativa e gestão financeira pessoal**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Panorama do município de Cunha Porã-SC**: Rio de Janeiro, 2018.
- INSTITUTO DE GESTÃO, ECONOMIA E POLÍTICAS PÚBLICAS. **Depreciação, amortização e exaustão: Operações com mercadorias**. Brasília: 2019.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Análise de balanços**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.
- KUAYE, Arnaldo Yoshiteru. **Limpeza e sanitização na indústria de alimentos**. Rio de Janeiro: Atheneu, 2017.
- LELIS, Cristina Teixeira; TEIXEIRA, Karla Maria Damiano; SILVA, Neuza Maria da. A inserção feminina no mercado de trabalho e suas implicações para os hábitos alimentares da mulher e de sua família. **Saúde em Debate: Revista do Centro Brasileiro de Estudos de Saúde**, Rio de Janeiro, v. 36, n. 95, p.523-532, dez. 2012. Trimestral.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo; Atlas, 2010.
- MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise financeira de balanços**, 3. ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. São Paulo: Atlas, 2005.
- MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores**. 2. ed. São

Paulo: Pearson, 2011. 240 p.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação Científica: A prática de fichamentos, resumos e resenhas**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

NEVES, Marcos Fava. **Planejamento e gestão estratégica de marketing**. São Paulo: Atlas, 2012. 231 p.

PALETTA, Marco Antônio. **Vamos abrir uma pequena empresa: Um guia prático para abertura de novos negócios**. 2. ed. Campinas: Alínea, 2010.

PHILIPPI, Sonia Tucunduva et al. Pirâmide alimentar adaptada: Guia para escolha dos alimentos. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 1, n. 12, p.65-80, abr. 1999.

PHILIPPI, Sonia Tucunduva. **Pirâmide dos alimentos: Fundamentos básicos da nutrição**. Barueri: Manole, 2008. 387 p.

PLENZ, Marcelo. **Estudo de caso para melhoria de eficiência produtiva de linha de produção em uma indústria de alimentos**. 2013. 76 fl. Bacharelado em Engenharia de Produção - Centro Universitário Univates, Lajeado, 2013.

PRAZERES, Hélvio Tadeu Cury. **Como administrar pequenas empresas**. Viçosa, MG: CPT, 2007. 358 p.

RAIMUNDO, Livia Maria Borges; BATALHA, Mário Otávio; TORKOMIAN, Ana Lúcia Vitale. Dinâmica Tecnológica da Indústria Brasileira de Alimentos e Bebidas. **Gestão e Produção**, São Carlos, v. 24, n. 2, p.423-436, jun. 2017.

SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração financeira da pequena e média empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SANTOS, Marília Dorneles *et al.* A precificação de produtos no ramo *delivery* de alimentos em empresas de um município do Rio Grande do Sul. **Revista de Administração e Contabilidade**, Santo Ângelo, v. 14, n. 28, p. 91-114, dez. 2015.

SARQUIS, Aléssio Bessa. **Marketing para pequenas empresas: A indústria da confecção**. São Paulo: Senac, 2003. 224 p.

SEBRAE. **Como elaborar uma pesquisa de mercado**, Belo Horizonte: Sebrae, 2013.

SEBRAE. **Boletim dos serviços delivery**, Brasília: Sebrae, 2014.

SEBRAE. **Legislação: Características das empresas pela forma jurídica**. Amapá, 2019.

SICHIERI, Rosely *et al.* Recomendações de Alimentação e Nutrição Saudável para População Brasileira. **Arquivos Brasileiros de endocrinologia e metabologia**, São Paulo, v. 44, n. 3, p.227-232, 21 jan. 2000. Mensal.

SIDONIO Luiza *et al.* **Inovação na indústria de alimentos: importância e dinâmica no complexo agroindustrial brasileiro**. Rio De Janeiro, v. 37, p. 333-370. 2013.

SILVA, Junior Eneo Alves da. **Manual de controle higiênico-sanitário em serviços de alimentação**. São Paulo: Livraria Varela, 2013.

SILVA, Raimundo Nonato Souza; LINS, Luiz dos Santos. **Gestão de custos: Contabilidade, Controle e Análise**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

SLACK, Nigel *et al.* **Administração da produção**. São Paulo, Editora Atlas, 1996.

SIMPÓSIO DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO, LOGÍSTICA E OPERAÇÕES INTERNACIONAIS. IX, 2006, São Paulo. **Otimizando o serviço de *delivery* em redes de *fast food*, utilizando o sistema de informações geográfica GEO-ROTA**. São Paulo:

Editora Fundação Getúlio Vargas, 2006. 14 p.

SOARES, Raissa de Oliveira. **Análise da capacidade produtiva de uma empresa do segmento metalúrgico**. 2014. 59 f. Monografia (Especialização) - Curso de Administração, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2014.

SOUZA, Alceu; CLEMENTE, Ademir. **Decisões financeiras e análise de investimentos: aplicações**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

STAUDT, Francielly Hedler; COELHO, Antonio Sérgio; GONÇALVES, Mirian Buss. Determinação da capacidade real necessária de um processo produtivo utilizando cadeia de Markov. **Produção**: Florianópolis, v. 21, p.634-644, dez. 2011.

TONDO, Eduardo César; BARTZ, Sabrina. **Microbiologia e sistemas de gestão da segurança de alimentos**. Porto Alegre: Sulina, 2017.

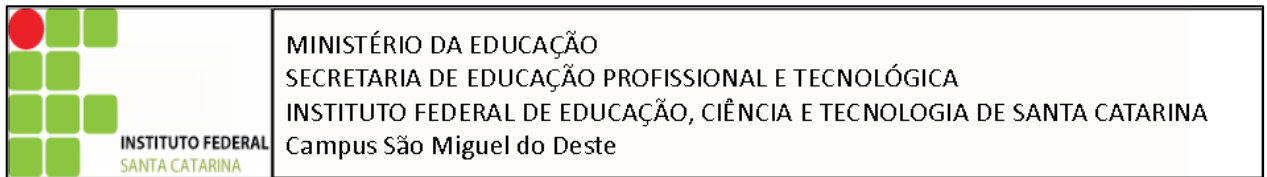
VERAS, L. L. **Matemática financeira**: uso de calculadoras financeiras, aplicações ao mercado financeiro, introdução à engenharia econômica, 300 exercícios resolvidos e propostos com respostas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e R relatórios de pesquisa em administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

VIANNA, Cleverson Tabajara. **Finanças, custos e mark-up**: Conceitos básicos. Florianópolis: Publicações do IFSC, 2015.

WOILER, S.; MATHIAS, W. F. **Projetos: planejamento, elaboração, análise**. 2. ed. – 4. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2013.

APÊNDICE A – Roteiro da entrevista estruturada.



**ESTUDO DE VIABILIDADE PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA UNIDADE DE PRODUÇÃO DE REFEIÇÕES SAUDÁVEIS NO MUNICÍPIO DE CUNHA PORÃ - SC**

ROTEIRO DA ENTREVISTA REALIZADA COM PESSOAS RESIDENTES NO MUNICÍPIO DE CUNHA PORÃ - SC

**Termo de responsabilidade**

A presente entrevista tem como objetivo coletar informações sobre preferências de consumo de alimentos prontos ofertados por estabelecimentos localizados na cidade de Cunha Porã – SC.

As suas informações serão importantes para a realização de um estudo de viabilidade **PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA UNIDADE DE PRODUÇÃO DE REFEIÇÕES SAUDÁVEIS NO MUNICÍPIO DE CUNHA PORÃ - SC.**

Trata-se do Trabalho de Conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Alimentos oferecido pelo Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia - Campus São Miguel do Oeste, e que está sendo desenvolvido pelas estudantes Andreia Mara Guarda e Kelly Tainara Antunes, sob a orientação do professor Dr. Cherilo Dalbosco.

Por meio deste instrumento declaramos nossa responsabilidade pela confidencialidade das informações coletadas e, portanto, as mesmas serão utilizadas apenas para fins acadêmicos. Desta forma, seu nome/estabelecimento não serão expostos.

Havendo interesse ou necessidade de contato com o professor orientador, o mesmo pode ser realizado por meio do e-mail: [cherilo.dalbosco@ifsc.edu.br](mailto:cherilo.dalbosco@ifsc.edu.br) ou pelo fone: (49)3631-0400.

Cunha Porã - SC, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2019.

\_\_\_\_\_  
Andreia Mara Guarda  
Estudantes

\_\_\_\_\_  
Kelly Tainara Antunes  
Estudante

\_\_\_\_\_  
Cherilo Dalbosco  
Prof. Orientador

\_\_\_\_\_  
Assinatura do(a) Entrevistado

## ENTREVISTA

**1) Residência:** ( ) Cidade ( ) Interior do município

**2) Gênero:** ( ) Masculino ( ) Feminino

**3) Estado civil:** ( ) Solteiro; ( ) Casado; ( ) Viúvo; ( ) Divorciado; ( ) Outro. \_\_\_\_\_

**4) Onde você realiza as principais refeições do dia? (Café da manhã, almoço, jantar).**

( ) Em casa; ( ) Outro local:

---

---

**5) Você costuma frequentar restaurantes, lanchonetes ou padarias?**

( ) Sim; ( ) Não

**Frequência:** ( ) Todos os dias; (\_\_\_\_) Vezes por semana ( ) Esporadicamente

**Quanto você gasta, em média, em cada refeição realizada:** (\_\_\_\_) Reais

**6) Você costuma consumir refeições prontas? (Marmitas, pratos congelados, lanches).** ( ) Sim; ( ) Não

Qual tipo de refeição você costuma consumir?

---

---

**7) Você compraria refeições prontas (do tipo marmitas) produzidas com alimentos saudáveis/pouco/nada industrializados? (MOSTRAR UM PROTÓTIPO COM EMBALAGEM,CONTENDO RÓTULO ILUSTRATIVO** ( ) Sim; ( ) Não

**Quantos dias na semana você consumiria esse alimento?** (\_\_\_\_) Dias

## APÊNDICE B – Cardápio semanal.



**CARDÁPIO DA SEMANA**

**MARMITAS PURO SABOR**

<b>Segunda-feira</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Frango Acebolado</li><li>- Arroz Integral</li><li>- Feijão Preto</li><li>- Mix de Folhas</li></ul>	<b>Quarta-feira</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Filé de Tilápia</li><li>- Arroz 7 Grãos</li><li>- Ervilha</li><li>- Mix de folhas</li></ul>	<b>Quinta-feira</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Carne com Legumes</li><li>- Quinoa</li><li>- Feijão Carioca</li><li>- Legumes refogados</li></ul>
<b>Terça-feira</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Carne de Panela</li><li>- Arroz Branco</li><li>- Lentilha</li><li>- Legumes salteados</li></ul>		<b>Sexta-feira</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Arroz Integral</li><li>- Feijão Branco</li><li>- Tomate, Pepino e Alface</li></ul>

**@PUROSABOR | 49 9 8888-9999**

APÊNDICE C – Manual de boas práticas de fabricação.

## **MANUAL DE BOAS PRÁTICAS DE FABRICAÇÃO**

### **1. IDENTIFICAÇÃO**

Nome Fantasia: MARMITAS PURO SABOR

Razão Social: MARMITAS PURO SABOR LTDA

CNPJ: 10.335.285/0001-75

Endereço: RUA MOURA BRASIL, 608, CENTRO

Cidade: CUNHA PORÃ – SC

Fone: (49) 3646 - 1245

### **2. RESPONSÁVEL**

A empresa MARMITAS PURO SABOR mantém responsável pelas atividades de manipulação de alimentos, o que inclui responsabilidades na implantação e manutenção do programa de Boas Práticas executado pela empresa. Para exercer esta responsabilidade, o profissional está qualificado em segurança dos alimentos de acordo com os requisitos mínimos exigidos, incluindo contaminantes alimentares, doenças transmitidas por alimentos, manipulação higiênica dos alimentos e Boas Práticas. A empresa mantém documento arquivado para comprovar o treinamento do responsável pelas atividades de manipulação de alimentos.

Responsável: Andréia Mara Guarda.

### **3. QUALIFICAÇÃO DOS COLABORADORES EM SEGURANÇA DOS ALIMENTOS**

Todos os colaboradores da empresa que entram em contato com alimentos recebem na admissão e no dia-a-dia das atividades, as instruções necessárias para cumprir com suas funções de maneira segura e higiênica. Para facilitar o entendimento, são afixados cartazes em locais estratégicos nas áreas de produção e armazenamento de alimentos com instruções fundamentais para a prática da segurança dos alimentos. Os manipuladores de alimentos foram qualificados tecnicamente nos requisitos mínimos de higiene pessoal, manipulação higiênica dos alimentos e doenças transmitidas por alimentos. Anualmente, os treinamentos são revistos a partir da realização de cursos que abordam especialmente a vivência diária dos manipuladores, incluindo suas principais dificuldades na prática da Segurança dos Alimentos. A manutenção do treinamento é realizada ao longo do ano durante a prática operacional. Em todos os casos, a empresa mantém as listas de presença arquivadas para comprovação dos treinamentos. Os atestados de

saúde ocupacional (ASO`s) de seus colaboradores deverão ser mantidos devidamente organizados e arquivados. Os colaboradores são instruídos a comunicar ao seu supervisor e ao responsável da empresa toda vez que manifestarem quaisquer problemas de saúde, antes de começar o trabalho para que sejam tomadas as providências cabíveis.

#### **4. CONTROLE DE ÁGUA PARA CONSUMO**

##### **4.1. ABASTECIMENTO DE ÁGUA**

A empresa utiliza água potável na produção e manipulação de alimentos, sendo abastecida pela empresa de abastecimento público.

##### **4.2. RESERVATÓRIO DE ÁGUA**

A empresa possui reservatório de água com capacidade que atende as suas necessidades. Tal reservatório permanece adequadamente tampado e em bom estado de conservação. A higienização é realizada dentro da frequência exigida (na instalação, a cada seis meses ou quando ocorrer algum acidente que possa contaminar a água). Todos os processos de higienização do reservatório de água deverão ser registrados adequadamente em formulário próprio. O procedimento utilizado na higienização é realizado de maneira adequada e encontra-se descrito no item 11 (Higiene Ambiental).

#### **5. CONTROLE INTEGRADO DE VETORES E PRAGAS**

A empresa adota ações contínuas de organização e higiene com o objetivo de impedir a atração, o acesso, o abrigo e/ou proliferação de pragas e vetores urbanos em suas instalações, mantendo a sua área livre de sujidades e resíduos alimentares, além de não permitir a presença de papel, papelão ou material em desuso dentro da empresa ou nos seus arredores. As medidas de controle incluem a realização de um programa periódico de desinsetização e desratização de maneira segura e eficaz, incluindo controle químico aplicado por empresa especializada e devidamente autorizada, segundo cronograma de visitas pré-determinado. A empresa contratada emite certificado de garantia do serviço, o qual é renovado periodicamente e mantido em local de fácil acesso. Durante a aplicação dos produtos químicos, são tomados os devidos cuidados para evitar a contaminação de produtos, utensílios e equipamentos. Antes de iniciar o turno no dia seguinte após a aplicação, toda a área é devidamente higienizada, conforme procedimento descrito no item “Higiene Ambiental”. Para monitoramento, a empresa deverá adotar o registro de ocorrência de pragas através de formulário específico.



## **6. VISITANTES**

Todas as pessoas que não fazem parte da equipe de colaboradores da empresa são consideradas visitantes. A circulação de visitantes é restrita e controlada para evitar contaminações dos produtos. Quando por algum motivo um visitante entra nas áreas de manipulação de alimentos, é convidado a utilizar contenção para os cabelos e está sujeito aos mesmos requisitos de higiene e saúde dos colaboradores.

## **7. ESTRUTURA E EDIFICAÇÃO**

A empresa possui acesso direto e independente. As instalações e seus arredores são livres de focos de insalubridade, lixo, objetos em desuso, animais, insetos e roedores.

## **8. CARACTERÍSTICAS DAS INSTALAÇÕES**

### **8.1 VESTIÁRIOS E/OU INSTALAÇÕES SANITÁRIAS DOS COLABORADORES**

Não possuem comunicação direta com áreas de manipulação de alimentos. O estado de conservação das instalações (piso, paredes, vasos sanitários, pias) é adequado e satisfatório. As instalações são devidamente abastecidas com papel higiênico, sabão líquido antiséptico e papel toalha descartável não reciclado. As lixeiras possuem tampa com um sistema de abertura onde não se utilizem as mãos.

### **8.2 ÁREA DE RECEPÇÃO DE MERCADORIAS**

Área protegida e adequada para conferência de alimentos. Possui superfície adequada para recepção de alimentos. Possui balança de verificação para controle no recebimento de mercadorias. Possui termômetro para verificar a temperatura de mercadorias durante o recebimento.

### **8.3 ÁREA PARA ESTOCAGEM**

O piso é constituído de material adequado (liso, impermeável, lavável, antiderrapante e resistente) e encontra-se em bom estado de conservação. O estado de conservação das paredes é adequado e satisfatório (livre de rachaduras, descascamento, infiltrações, etc.). O forro é constituído de material adequado e está em bom estado de conservação. Não há acúmulo de entulho ou material em desuso. As instalações elétricas são embutidas ou protegidas em tubulações de forma a permitir fácil higienização do ambiente. A iluminação é adequada. A ventilação é adequada, garantindo a renovação de ar. O número de equipamentos para refrigerados e congelados, estrados, estantes e prateleiras do estoque está compatível com o volume de mercadorias armazenadas. O material de limpeza é armazenado

separadamente dos alimentos e materiais descartáveis. Os alimentos secos estão organizados por grupo em estantes, prateleiras e/ou estrados. O armazenamento dos alimentos secos obedece a um espaçamento mínimo exigido que favoreça circulação do ar e evite o contato com o piso. Os estrados são de material adequado (liso, impermeável, lavável). As estantes e/ou prateleiras são de material adequado (liso, impermeável, lavável). Os equipamentos para refrigerados e congelados encontram-se em bom estado de conservação, higiene e funcionamento (observar acúmulo de gelo). As borrachas das portas destes equipamentos estão em bom estado de conservação.

#### 8.4 COZINHA

O piso é constituído de material adequado (liso, impermeável, lavável, antiderrapante e resistente) e encontra-se em bom estado de conservação. As paredes são constituídas de material adequado (liso, impermeável e lavável) e encontram-se em bom estado de conservação, livre de rachaduras, descascamento, infiltrações, etc. O forro é constituído de material adequado e está em bom estado de conservação. Possui ralos sifonados, dotados de grelhas que permitam fechamento. As instalações elétricas são embutidas ou protegidas em tubulações de forma a permitir fácil higienização do ambiente. A iluminação é adequada. O estado de conservação das luminárias é satisfatório e possuem proteção contra estilhaços provenientes de quebra ou explosão. A ventilação é adequada e garante ausência de fungos, fumaça, gases e condensação de vapores. Não há incidência de fluxo de ar diretamente sobre os alimentos ou local de manipulação de alimentos. As portas encontram-se em bom estado de conservação. As janelas encontram-se em bom estado de conservação e estão bem ajustadas aos batentes. As aberturas para as áreas externas possuem telas milimetradas, removíveis para limpeza, em bom estado de conservação. Possui pia exclusiva para higienização das mãos, a qual encontra-se em bom estado de conservação e limpeza. A pia está equipada com sabão líquido e antisséptico, e papel toalha não reciclado. A lixeira possui tampa sem abertura por contato manual. As estantes e/ou prateleiras são de material adequado (liso, impermeável, lavável). Os equipamentos para refrigerados e congelados encontram-se em bom estado de conservação, higiene e funcionamento. As borrachas das portas destes equipamentos estão em bom estado de conservação.

#### 8.5. EQUIPAMENTOS E UTENSÍLIOS

Os equipamentos, bancadas de trabalho e utensílios utilizados pela empresa são constituídos de materiais adequados, atóxicos, lisos, impermeáveis, laváveis e resistentes a substâncias corrosivas. De maneira geral, os equipamentos encontram-se em bom estado de conservação e passam por manutenção periódica de acordo com a necessidade. A empresa dispõe de termômetro apropriado para monitorar as

temperaturas dos alimentos. De maneira geral, os equipamentos encontram-se em bom estado de conservação e passam por manutenção periódica de acordo com a necessidade.

## **9. MANEJO DE RESÍDUOS**

As áreas de manipulação possuem lixeiras com tampas sem abertura por contato manual, em número suficiente para atender a capacidade do restaurante. Encontram-se em bom estado de funcionamento e conservação, são de fácil higienização e revestidas por sacos plásticos reforçados, onde o lixo é continuamente depositado. Os resíduos são retirados das áreas de manipulação diariamente, quantas vezes forem necessárias, de forma a evitar contaminações e atração de pragas. Ficam armazenados em área externa isolada da área de preparação, devidamente acondicionados, de onde são recolhidos pela empresa de coleta urbana. O óleo de fritura residual é armazenado adequadamente e entregue para que seja reaproveitado como matéria-prima na obtenção de novos produtos, de maneira a evitar a poluição do meio ambiente. São tomadas as devidas precauções para evitar riscos de contaminação cruzada quanto à entrada de alimento e saída de resíduos das áreas de manipulação de alimentos. As caixas de gordura e esgoto possuem dimensão compatível ao volume de resíduos, não apresentando refluxo ou odores.

## **10. HIGIENE PESSOAL**

Todos os manipuladores de alimentos são orientados e supervisionados quanto à manutenção de boa higiene pessoal e prática de hábitos seguros.

### **10.1. ORIENTAÇÕES COMPORTAMENTAIS**

#### **Orientações de estética e asseio pessoal**

- ✓ Tomar banho diário.
- ✓ Manter cabelos protegidos.
- ✓ Fazer barba e bigode diariamente.
- ✓ Manter unhas curtas e limpas sem esmalte e sem base.
- ✓ Usar desodorante sem cheiro ou suave e não utilizar perfumes.
- ✓ Não utilizar maquiagem.
- ✓ Não utilizar adornos como colares, amuletos, pulseiras, fitas, brincos, relógios e anéis, inclusive aliança.
- ✓ Higienizar as mãos da maneira correta e na frequência indicada.

### **Orientações para Higiene das mãos**

- ✓ Todos os colaboradores são instruídos a manter as mãos muito bem limpas, fazendo uso regular das estações exclusivas para a lavagem de mãos:
- ✓ Antes de iniciar o trabalho.
- ✓ Antes de manipular o alimento.
- ✓ Ao trocar de atividades, principalmente quando estiver manipulando alimento cru e for trabalhar com alimento cozido.
- ✓ Antes de usar luvas e após tirá-las.
- ✓ Após utilizar os sanitários.
- ✓ Após pegar em dinheiro.
- ✓ Após tossir, espirrar, assoar o nariz ou se coçar.
- ✓ Após comer ou fumar.
- ✓ Após recolher lixo e outros resíduos.
- ✓ Após passar muito tempo em uma mesma atividade.
- ✓ Todas as vezes que interromper um serviço.

### **A técnica utilizada na higienização das mãos possui a sequência abaixo:**

- ✓ Umedecer as mãos e antebraços com água.
- ✓ Lavar com sabonete líquido bactericida.
- ✓ Massagear bem as mãos e antebraços.
- ✓ Enxaguar bem as mãos e antebraços.
- ✓ Secar as mãos com papel toalha descartável não reciclado.
- ✓ Descartar o papel dentro da lixeira.

Obs: Quando não há a disponibilidade de sabão líquido bactericida, os colaboradores lavam as mãos com sabonete líquido neutro e fazem uso de um produto anti-séptico após o enxágüe, deixando-as secar naturalmente. Existem procedimentos ilustrados para orientação da higienização das mãos e higiene pessoal, disponíveis em locais estratégicos.

### **Orientações quanto a hábitos seguros durante a manipulação dos alimentos.**

#### **Todos os colaboradores são orientados a:**

- ✓ NÃO falar, cantar, assobiar, tossir, espirrar, cuspir, fumar.
- ✓ NÃO mascar goma, palito, fósforo ou similares, chupar balas, comer.
- ✓ NÃO experimentar alimentos diretamente com as mãos.
- ✓ NÃO assoar nem colocar o dedo no nariz ou ouvido, mexer no cabelo ou se pentear.

- ✓ NÃO utilizar lentes de contato ao manipular alimentos.
- ✓ NÃO deixar roupas e objetos pessoais nas áreas de manipulação de alimentos.
- ✓ JAMAIS enxugar o suor com as mãos, panos ou qualquer peça da vestimenta.
- ✓ JAMAIS fazer uso de utensílios e equipamentos sujos.
- ✓ NÃO utilizar nenhum tipo de loção nas mãos.
- ✓ NUNCA trabalhar diretamente com alimento quando apresentar problemas de saúde ou qualquer tipo de lesão nas mãos, sem comunicar ao supervisor, para que o mesmo tome a providência cabível.

## 10.2. USO DE UNIFORMES

Os uniformes disponibilizados pela empresa são completos, compostos de toucas, calças, camisas, aventais, meias e sapatos fechados. Os uniformes em utilização são mantidos em bom estado de conservação. São disponibilizados uniformes em quantidade suficiente para permitir troca diária pelos colaboradores. São disponibilizados aventais de tecido para atividades de cozimento e aventais de napa para utilização em atividades com muita água. Os manipuladores são orientados quanto a utilização correta de luvas, quando utilizadas na manipulação de alimentos. Os manipuladores deverão ser orientados quanto ao uso correto de Equipamentos de Proteção Individual (luvas de borracha, luvas de malha de aço, óculos, etc).

### **Com relação à utilização dos uniformes, todos os colaboradores são orientados a:**

- ✓ Utilizá-los somente nas dependências internas do estabelecimento e apresentar-se para o trabalho com uniformes completos, bem conservados, limpos e com troca diária.
- ✓ Utilizar meias limpas
- ✓ Jamais utilizar panos ou sacos plásticos para proteção do uniforme.
- ✓ Não carregar no uniforme: canetas, lápis, batons, escovinhas, cigarros, isqueiros, relógios e outros adornos que possam cair nos alimentos, deixando todos os pertences pessoais no vestiário.
- ✓ Usar constantemente proteção na cabeça de forma a cobrir completamente os cabelos. Para monitoramento, a empresa mantém formulário para controle de higiene e apresentação pessoal.

## 11. HIGIENE DO AMBIENTE DE TRABALHO

A higiene do ambiente de trabalho da empresa compreende as operações de higienização da estrutura física (piso, paredes etc), dos equipamentos, bancadas de trabalho e utensílios, realizadas de maneira frequente para minimizar os riscos de contaminação dos alimentos. A primeira etapa da

higienização (limpeza) consiste em remover as substâncias visíveis indesejáveis como terra, poeira, gordura, restos de comida e outras sujidades, utilizando água potável e sabão ou detergente. Em seguida é feita a desinfecção para remover ou reduzir a níveis aceitáveis os microrganismos, invisíveis a olho nu, utilizando produtos químicos ou calor.

### **Como higienizar:**

#### **A higienização manual é realizada conforme sequência abaixo:**

- ✓ Retirar o excesso de sujeira e/ou recolher os resíduos;
- ✓ Lavar com água e detergente neutro;
- ✓ Enxaguar bem com água corrente;
- ✓ Desinfetar com produtos químicos ou calor;
- ✓ Enxaguar bem com água corrente no caso de utilização de produtos químicos, exceto o álcool 70%;
- ✓ Secar naturalmente, sem a utilização de panos.

### **Quando higienizar:**

#### **De maneira geral, os procedimentos de higienização da empresa são realizados:**

- ✓ No início do trabalho.
- ✓ Depois de cada uso.
- ✓ Quando começar a trabalhar com outro tipo de alimento.
- ✓ A cada mudança de lote.
- ✓ A intervalos periódicos se os utensílios estiverem em uso constante (no máximo a cada 2 horas).

Para facilitar a realização dos procedimentos de forma correta, a empresa mantém em local de fácil acesso um cronograma para higienização ambiental. Este cronograma está adequado, incluindo procedimento, frequência, produtos utilizados em cada operação e tempo de contato dos desinfetantes utilizados. Além do cronograma, a empresa também mantém procedimento escrito adequado para diluição de produtos de higienização. Para monitoramento, a empresa deverá adotar o formulário para controle das operações de higienização de equipamentos e instalações que não são realizadas diariamente.

### **Louças, copos e utensílios**

#### **A higienização manual de louças, copos e utensílios é realizada conforme sequência abaixo:**

- ✓ Retirar o excesso de sujeira e/ou recolher os resíduos;
- ✓ Lavar com água e detergente neutro;

- ✓ Enxaguar bem com água corrente;
- ✓ Desinfetar com produtos químicos ou calor;
- ✓ Enxaguar bem com água corrente no caso de utilização de produtos químicos, exceto o álcool 70%;
- ✓ Secar naturalmente, sem a utilização de panos.

### **Caixas de gordura**

As caixas de gordura são limpas regularmente, conforme a necessidade, através da utilização de produtos apropriados para tal finalidade, ou seguindo as instruções abaixo:

- ✓ Recolher toda a gordura utilizando uma pá exclusiva para este fim, garantindo a retirada total da gordura, inclusive daquela aderida às paredes e tampas;
- ✓ Esfregar com vassoura ou escova exclusiva para este fim, com água fervente e produto desengordurante apropriado para esta finalidade;
- ✓ Enxaguar bem, se possível, com água sob pressão;
- ✓ Deixar escoar.

### **Reservatórios de água**

A higienização dos reservatórios de água é realizada semestralmente ou sempre que necessário, conforme o procedimento a seguir (fonte: Silva Junior, 2005):

- ✓ Amarrar a bóia ou fechar o registro de entrada de água no reservatório;
- ✓ Esvaziar o reservatório até a altura de cerca de um palmo de água;
- ✓ Fechar a saída de água;
- ✓ Escovar as paredes internas e o fundo com água e escova de fibra vegetal ou sintética (não usar sabão, detergente ou outro produto), desprendendo todo o resíduo e matéria orgânica;
- ✓ Retirar os resíduos do fundo do reservatório com auxílio de um balde e um pano limpo, com cuidado para não danificar as paredes;
- ✓ Abrir os registros de saída e entrada da água;
- ✓ Enxaguar bem as paredes com água limpa, mantendo as torneiras abertas para que não sobrem resíduos nos canos;
- ✓ Fechar a entrada da água;
- ✓ Banhar todo o interior do reservatório com solução de cloro a 500 mg/litro, deixando as torneiras abertas para que esta solução escorra pelos canos;
- ✓ Aguardar 30 minutos;
- ✓ Abrir a entrada da água;

- ✓ Enxaguar com água limpa, mantendo todas as torneiras abertas para enxaguar bem toda a tubulação;
- ✓ Fechar todas as torneiras;
- ✓ Encher o reservatório.

**Cuidados no uso de produtos e instrumentos de limpeza:**

- ✓ Os produtos de higienização estão devidamente identificados.
- ✓ Instrumentos usados na limpeza, como baldes, panos, vassouras, rodos e esponjas, são mantidos em bom estado de conservação. Estes são guardados limpos em local adequado.
- ✓ Panos e utensílios utilizados nos sanitários são separados dos utilizados nas áreas de produção.
- ✓ Não há utilização de esponja de aço na higienização dos utensílios.
- ✓ A empresa utiliza panos descartáveis nas áreas de manipulação.

## **12. HIGIENIZAÇÃO DE HORTIFRUTÍCOLAS**

O procedimento de higienização de hortifrutícolas que serão consumidos crus e com casca possui a sequência abaixo:

- ✓ Selecionar e desprezar partes não aproveitáveis;
- ✓ Fazer pré-lavagem em água potável corrente folha a folha ou um por um para remover excesso de terra, larvas, reduzir quantidade de microrganismos, etc;
- ✓ Desinfetar por 15 minutos em solução clorada;
- ✓ Enxaguar em água potável corrente;
- ✓ Deixar secar naturalmente.

A empresa utiliza produtos adequados para a desinfecção desses alimentos. Os cuidados necessários para se fazer a correta higienização, incluindo diluição do produto encontram-se em local visível na área de manipulação.

## **13. PRODUÇÃO / MANIPULAÇÃO**

Segue a descrição das etapas do fluxo de produção existente na empresa, desde a compra de matéria-prima até a distribuição dos alimentos prontos.

### **13.1. COMPRA**

A empresa adquire produtos de fornecedores idôneos, devidamente registrados. Todos os produtos possuem registro ou selo de inspeção, devendo cumprir com os requisitos descritos no tópico



recebimento. O transporte dos alimentos comprados pela empresa é realizado em condições de higiene e conservação satisfatórias.

### 13.2. RECEBIMENTO

Durante o recebimento, a empresa avalia as matérias-primas quanto aos critérios qualitativos pré-determinados e especificados a seguir:

- ✓ As condições de limpeza dos veículos e higiene dos entregadores devem ser satisfatórias;
- ✓ A data de validade deve estar dentro do prazo e de acordo com a utilização e o tempo de estocagem médio do produto;
- ✓ As embalagens devem estar limpas, em condições íntegras e seguir as particularidades de cada tipo de alimento: os alimentos não podem estar em contato com papel não adequado (reciclado, jornais, revistas e similares), papelão ou plástico reciclado; as latas não podem estar amassadas, estufadas e/ou enferrujadas; os ovos não devem ser recebidos caso estejam com a casca rachada.
- ✓ Nos rótulos devem constar nome e composição do produto, lote, data de fabricação e validade, selo de inspeção (quando aplicável), número de registro no órgão oficial, cnpj, endereço do fabricante e distribuidor, condições de armazenamento e quantidade (peso);
- ✓ Alimentos congelados não podem ter cristais de gelo ou líquido dentro da embalagem e devem apresentar-se duros como pedra;
- ✓ Os produtos devem apresentar aparência, odor e consistência característicos. A avaliação sensorial é feita de acordo com cada tipo de alimento, na presença do cozinheiro responsável.

### 13.3. ARMAZENAMENTO

Alimentos perecíveis são armazenados o mais rápido possível, limitando ao máximo seu tempo de permanência a altas temperaturas. Durante o armazenamento, são tomados os seguintes cuidados:

Alimentos refrigerados e congelados são mantidos sob temperatura adequada, obedecendo às instruções descritas abaixo: o Alimentos perecíveis como carnes e peixes, embutidos, ovos, leite, manteiga, queijos, creme de leite fresco, massas frescas e sobremesas são armazenados à temperatura de refrigeração (até 5°C), até o momento de seu uso. Matérias-primas congeladas são armazenadas imediatamente a temperaturas abaixo de 0°C.

Alimentos refrigerados e congelados são mantidos devidamente organizados de forma a prevenir a contaminação cruzada. Nos casos em que diferentes gêneros alimentícios são armazenados em um mesmo equipamento refrigerador, os alimentos prontos para consumo são colocados nas prateleiras superiores, os semi-prontos e/ou pré-preparados são colocados nas prateleiras intermediárias e os produtos crus, nas prateleiras inferiores, separados entre si e dos demais produtos.

Diferentes alimentos podem ser armazenados no mesmo freezer, desde que devidamente embalados, identificados e separados.

Os alimentos que são retirados de suas embalagens originais são embalados de forma adequada, em sacos plásticos transparentes ou recipientes plásticos com tampa e devidamente identificados com o nome do produto, data de preparo e data de validade.

Alimentos secos são armazenados em estantes e prateleiras adequadas ou sobre estrados, evitando contato direto com o piso e respeitando o espaçamento mínimo que garanta a circulação de ar e permita higienização adequada.

A saída dos produtos obedece ao sistema PVPS (o primeiro que vence é o primeiro que sai), onde alimentos com menor prazo de validade são utilizados primeiro.

Matérias-primas estocadas a temperatura ambiente e produtos descartáveis são armazenados separadamente de produtos químicos de limpeza.

Produtos químicos e de limpeza são mantidos em suas embalagens originais e quando é necessário dividi-los em embalagens menores, como no caso do uso de pulverizadores, estes são identificados.

Alimentos jamais devem ser porcionados em embalagens de produtos de limpeza ou perfumaria.

Produtos destinados à devolução são identificados e colocados em local separado para não haver possibilidade de uso por engano.

É proibida a entrada de caixas de madeira e papelão dentro da área de armazenamento e manipulação.

### **Prazo de validade dos produtos manipulados**

O prazo de validade dos alimentos manipulados é determinado conforme descrito a seguir.

Produtos que forem retirados da embalagem são armazenados em recipientes tampados e identificados, sob as condições de temperatura e pelo prazo indicado pelo fabricante. Para alimentos secos a empresa estabelece validade máxima de 30 dias após serem abertos ou retirados da embalagem original, desde que não se ultrapasse a validade estipulada pelo fabricante. Alimentos manipulados e todos os demais que necessitam de baixas temperaturas para sua conservação, possui o prazo de validade descrito em sua identificação, com prazo máximo variando conforme a temperatura do armazenamento e o tipo de produto.

## 13.4. PRÉ-PREPARO E PREPARO

### **Descongelamento**

Os processos de descongelamento são realizados de maneira segura, podendo ser feito:

Em temperatura de refrigeração, até 5°C, tendo o cuidado de armazenar os alimentos sob descongelamento nas prateleiras inferiores dos refrigeradores para evitar que o líquido escorra sobre os demais alimentos.

Em microondas para pequenas porções de alimento, desde que o mesmo seja cozido imediatamente após o descongelamento.

Durante o processo de cozimento quando recomendado pelo fabricante.

### **Porcionamento**

A empresa aplica o processo de porcionamento para controlar melhor o rendimento dos alimentos utilizados nas receitas, sendo aplicado principalmente para produtos de origem animal, como carne, peixes e frutos do mar. O porcionamento é realizado de forma segura, obedecendo o critério de 30 minutos para cada lote quando realizado à temperatura ambiente ou 2 horas para cada lote quando realizado em área climatizada com temperaturas entre 12°C e 18°C.

### **Congelamento**

O processo de congelamento, quando realizado, deve obedecer aos critérios descritos a seguir:

Jamais leve ao congelamento um alimento quente. Antes de ser congelado, o alimento deve ser resfriado conforme descrito no item “Resfriamento”.

Divida os alimentos em pequenas porções e coloque-os em embalagens adequadas, evitando o contato direto com o ar e a umidade, para que o alimento não fique ressecado ou sofra alterações.

Deixe sempre um espaço vazio na embalagem, pois os alimentos com maior teor de líquidos aumentam de volume durante o processo de congelamento. Não utilize recipientes de vidro, devido ao risco de quebra.

Identifique a embalagem, informando o conteúdo, a data em que o alimento foi congelado e a data de validade.

Mantenha os freezers de congelamento limpos, sem acúmulo de gelo ou sobrecarregados para facilitar a circulação do ar frio em seu interior.

Organize os produtos dentro do freezer de forma a facilitar o congelamento rápido. Evite acumular um alimento sobre o outro ou utilize recipientes rasos, com no máximo 10cm de altura, sobrepondo-os em forma de cruz.

Coloque os alimentos para congelar nas partes inferiores do freezer para evitar que os líquidos do alimento em congelamento escorram para os produtos abaixo dele, prevenindo a contaminação

cruzada. Os alimentos são descongelados somente quando forem utilizados e não tornam a ser congelados, permanecendo sob refrigeração até o momento do uso.

### 13.5. COZIMENTO

Todos os alimentos preparados previamente têm sua temperatura de cozimento monitorada diariamente, a qual atinge pelo menos 70°C em todas as suas partes. Os alimentos preparados para consumo imediato têm sua temperatura de cozimento monitorada aleatoriamente. O óleo utilizado nas frituras é controlado através de análise visual e/ou monitor de gordura, sendo trocado sempre que apresentar alterações de aroma, sabor e formação intensa de fumaça ou espuma. A temperatura do óleo não deve ultrapassar 180°C.

### 13.6. ESPERA PARA DISTRIBUIÇÃO

Os alimentos que serão servidos quentes e que são preparados previamente são mantidos aquecidos à temperatura acima de 60°C por no máximo 6 horas durante o funcionamento do turno ou são mantidos sob refrigeração até o momento do uso. Alimentos frios como saladas, frutas e sobremesas são mantidos a temperaturas de refrigeração (até 5°C) até o momento da montagem dos pratos para distribuição.

### 13.7. DISTRIBUIÇÃO

A empresa faz uso de serviço delivery, no qual os alimentos são porcionados em marmitas previamente elaboradas por nutricionista e entregues aos clientes no endereço solicitado ou ainda poderá ser retirado no local se assim o mesmo preferir.

### 13.8. SOBRAS

São consideradas sobras, os alimentos para reposição que não tenham sido distribuídos desde que a temperatura tenha sido monitorada. Para o reaproveitamento de alimentos quentes, os mesmos passam pelas etapas de reaquecimento e resfriamento de forma rigorosa, podendo em seguida ser congelados ou armazenados em geladeira por no máximo um dia (24hs). Para uso, os mesmos são reaquecidos mais uma vez até atingir a temperatura mínima de 70°C em todas as partes e, só então, liberados para consumo. Para a reutilização de alimentos frios, estes são mantidos armazenados sob refrigeração por no máximo 1 dia (24hs) ou congelados. Também podem ser utilizados na elaboração de pratos quentes, desde que seguidas as normas de reaquecimento descritas acima.

## **14. DOCUMENTAÇÃO E REGISTRO**

A empresa mantém este Manual de Boas Práticas acessível aos seus colaboradores e disponível às autoridades sanitárias. Este documento é revisto e atualizado periodicamente, de acordo com novas ações e mudanças realizadas.

## **15. BIBLIOGRAFIA**

BRASIL, Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância Sanitária. Portaria RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004.

BRASIL, Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância Sanitária. Portaria nº 1.428, de 26 de novembro de 1993.

CARVALHO, LEILA. Guia de Boas Práticas para Serviços de Alimentação Fora do Lar. Salvador, ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, 2007. Programa BOAS – Alimento Seguro.

SILVA JR, ENEO ALVES. Manual de Controle Higiênico Sanitário em Alimentos. Varela, 6ª edição, 2005, São Paulo.

Manual de elementos de apoio para o sistema APPCC. Rio de Janeiro, SENAC/DN, 2001, 282p. Projeto APPCC Mesa - Convênio CNC/CNI/SEBRAE/ANVISA.

## APÊNDICE D – Rótulo da marmita.

