

PLANO DE NEGÓCIOS PARA CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA VOLTADA PARA REFEIÇÕES FRACIONADAS SEM GLÚTEN E SEM LACTOSE

Juliana Figueredo Oliveira Costa¹

Orientadora: Prof^a Dra. Jaqueline de Fátima Cardoso²

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo verificar a viabilidade de implementação de uma empresa de refeições fracionadas, vegetarianas/vegan, sem glúten e sem lactose, prontas para o consumo. Para realização deste estudo a pesquisadora participou de uma reunião na Acelbra (Associação dos Celíacos do Brasil), unidade de Florianópolis, além da realização de uma pesquisa quantitativa, com potenciais clientes, no intuito de identificar hábitos alimentares, intenção de compra e perfil dos potenciais clientes, a fim de melhor planejar o negócio pretendido. O plano de negócios foi iniciado com a descrição da empresa, seguido de produtos e serviços, mercado e competidores, marketing, análise estratégica e plano financeiro. O plano financeiro, elaborado para os cenários realista, pessimista e otimista, apontou a viabilidade do negócio para os cenários realista e otimista. Os resultados mostram que o retorno do investimento do negócio se dá em aproximadamente 13 meses no cenário realista, e de nove meses no otimista.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Plano de negócios; Gastronomia; Refeições fracionadas; Restrições alimentares

ABSTRACT

The present work aims to verify the feasibility of implementing a gluten-free and lactose-free fractional vegetarian / vegan ready-to-eat company. To conduct this study, the researcher participated in a meeting at the Acelbra (Celiac Association of Brazil), Florianópolis unit, in addition to conducting a quantitative survey with potential customers, in order to identify eating habits, purchase intention and profile of potential customers in order to better plan the intended business. The business plan started with the company description, followed by products and services, market and competitors, marketing, strategic analysis and financial plan. The financial plan, prepared for the realistic, pessimistic and optimistic scenarios, pointed the business viability to the realistic and optimistic scenarios. The results show that the return on business investment is approximately 13 months in the realistic scenario and 9 months in the optimistic scenario.

Keywords: Entrepreneurship; Business plan; Gastronomy; Lunch boxes; Dietary restrictions

¹ Graduanda do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) Florianópolis/SC - Brasil. E-mail: juliana.focosta@gmail.com

² Professora de Administração do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) Florianópolis/SC - Brasil. E-mail: jaque@ifsc.edu.br

1 INTRODUÇÃO

O setor gastronômico possui vertentes em áreas distintas e diversificadas, na qual uma das mais crescentes é a de alimentação saudável. O setor de alimentação saudável cresceu 98% nos últimos anos no Brasil. Investir em opções sem glúten e vegetarianas é tendência do mercado (SEBRAE, 2019).

A restrição alimentar é uma área em ascensão, que gradativamente encontra ligação entre os alimentos e as doenças imunomediadas, como a doença celíaca. Alimentos substitutos dos conhecidos tradicionalmente, isentos de glúten e lactose promovem saúde e qualidade de vida (FERREIRA, 2010).

A pesquisa de Sdepanian, Morais e Fagundes Neto (2001) verificou que nenhuma das empresas pesquisadas que comercializam produtos alimentícios era totalmente segura para o público de restrição ao glúten devido a contaminação cruzada. Os celíacos relatam o não cuidado com a preparação dos alimentos em restaurantes, tornando o risco de contaminação pelo glúten elevado.

É possível verificar que os hábitos alimentares da sociedade vêm passando por mudanças, devido ao aumento da população urbana, mudança de percepções e poder de escolha, decorrente da preferência do consumidor (IBGE, 2019). A alimentação fora do lar é crescente e fomentada pela junção da tecnologia que auxilia e beneficia o cliente no que se refere a conhecimento, conveniência e praticidade (IBGE, 2019).

Nesse sentido, o presente trabalho tem como objetivo verificar a viabilidade de implementação de uma empresa de refeições fracionadas, vegetarianas/veganais, com restrições alimentares, prontas para o consumo. A futura empresa possuirá planejamento sustentável, que visa inspirar as pessoas a contribuir com o meio-ambiente, agregando valor ao mercado, sendo uma referência em saúde através do alimento.

O presente trabalho conta com a seguinte estrutura, além desta introdução: referencial teórico aborda temas como empreendedorismo e restrições alimentares; procedimentos metodológicos; plano de negócios; e conclusões.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O processo de planejamento faz parte das funções da administração. Esse processo é a ferramenta para administrar as relações com o futuro e compreende a tomada de decisões sobre qual o padrão de comportamento a organização pretende seguir, produtos e serviços que pretende oferecer, e mercados e clientes que pretende atingir (MAXIMIANO, 2006).

O ato de planejar um novo negócio é inerente ao processo empreendedor. De acordo com Dornelas (2014) o termo empreendedorismo pode ser definido como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. A perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

Para Schumpeter (1949 *apud* Dornelas, 2014), o empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes, ou seja, é possível ser empreendedor dentro de empresas já constituídas.

Ainda de acordo com Dornelas (2014), em qualquer definição de empreendedorismo, encontram-se pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

- Ter iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
- Utilizar os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico no qual vive.
- Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

2.1 Plano de negócios

Segundo Dornelas (2014), o plano de negócios é um documento utilizado para planejar um empreendimento ou unidade de negócios, em estágio inicial ou não, com o propósito de definir e delinear sua estratégia de atuação para o futuro. Trata-se ainda de um guia para a gestão estratégica de um negócio ou unidade empresarial.

O plano de negócios possui o intuito de verificar a viabilidade de um conceito de negócio, orientar o desenvolvimento da estratégia e de operações; atrair recursos financeiros; transmitir credibilidade e desenvolver a equipe de gestão, além de, identificar oportunidades e concretizá-las. Sendo assim, o plano de negócios é ferramenta mais indicada para verificar a perspectiva de abertura de um negócio, identificando a real potencialidade lucrativa, possibilitando ou não futuros investimentos (DORNELAS, 2014).

Ser empreendedor é possuir a habilidade de identificar boas oportunidades e negócios e ter a competência de transformar sonhos em realidade empresarial. Esse desafio é tão fascinante quanto difícil, e o sucesso dos empreendedores sempre resulta de um histórico repleto de dificuldades e superações. Na visão de Dornelas (2014), o empreendedorismo é o melhor tipo de investimento, no qual o retorno é muitas vezes de difícil mensuração. O sucesso do empreendedor está fundamentado em três pontos básicos: (1) o desafio que estimula as pessoas a lutarem por alguma coisa; (2) o resultado que dá a sensação de vitória e autoconfiança para continuar adiante e (3) a própria responsabilidade de comemorar as vitórias e corrigir os erros cometidos. O bom planejamento prévio do negócio é fator indispensável para o seu sucesso, a fim de atender um nicho de mercado, criando oportunidades e gerando lucro (DORNELAS, 2014).

Conforme Dornelas (2014), o plano de negócios é uma ferramenta dinâmica que deve ser atualizada constantemente, pois o ato de planejar é constante e corresponde a um processo cíclico. Tendo como base Dornelas (2014), a estrutura do plano de negócios adotada neste estudo compreende:

- Descrição da empresa - aponta os produtos e serviços que serão oferecidos ao cliente, além de equipe gerencial, estrutura legal, quadro de funcionários, localização e infra-estrutura.
- Produtos e serviços - detalhamento dos produtos e serviços a serem oferecidos, cardápio, características únicas do negócio, fornecedores e formato de produção.
- Mercado e competidores - análise do setor, do público-alvo e da concorrência.
- Marketing - definições de como será o posicionamento da empresa, referente à praça, preço, produto e propaganda.
- Análise estratégica - consiste na ferramenta de análise matriz SWOT, que identifica o ambiente interno e externo da empresa - forças, fraquezas, ameaças e oportunidades.
- Plano financeiro - apresenta os valores de investimento inicial, além dos custos fixos e variáveis, projeções do resultado e de vendas, e análise de retorno do investimento.

2.2 Restrições alimentares

De acordo com o Consenso Brasileiro sobre alergia alimentar (ASBAI, 2007),

as reações adversas aos alimentos são representadas por qualquer reação anormal à ingestão de alimentos ou aditivos alimentares. Elas podem ser classificadas em tóxicas e não tóxicas. As reações tóxicas dependem mais da substância ingerida (p.ex: toxinas bacterianas presentes em alimentos contaminados) ou das propriedades farmacológicas de determinadas substâncias presentes em alimentos

(p.ex: cafeína no café, tiramina em queijos maturados). As reações não tóxicas são aquelas que dependem de susceptibilidade individual e podem ser classificadas em: não imuno-mediadas (intolerância alimentar) ou imuno-mediadas (hipersensibilidade alimentar ou alergia alimentar). Por vezes confundem-se manifestações clínicas decorrentes de intolerância, como por exemplo, intolerância à lactose secundária à deficiência primária ou secundária da lactase, com alergia alimentar. Alergia alimentar é um termo utilizado para descrever reações adversas a alimentos, dependentes de mecanismos imunológicos, imunoglobulina mediados ou não.

2.2.1 Alergia e intolerância alimentar

O Ministério da Educação e Ciência de Portugal (2012) diz que a alergia alimentar é uma reação de saúde adversa que ocorre quando o sistema imunológico reconhece erradamente um alimento como uma entidade agressora ao organismo. A fração desse alimento que é responsável pela reação alérgica denomina-se alergenio. Estima-se que pelo menos 5 em cada 100 crianças sofram de alergia alimentar, e que nos adultos a prevalência seja mais baixa, entre 3 a 4% (NUNES *et al.*, 2012). Ainda segundo o autor, as manifestações clínicas da reação alérgica podem variar de moderadas a graves podendo, em alguns casos, ser fatais (NUNES, 2012). Os sintomas surgem rapidamente, entre alguns minutos até duas horas após a ingestão do alérgeno e podem incluir manifestações cutâneas, respiratórias, gastrointestinais e cardiovasculares. Os alérgenos alimentares mais comuns responsáveis por até 90% de todas as reações alérgicas são proteína do leite de vaca, ovo, amendoim, trigo, soja, peixes e frutos do mar, além de nozes (ASBAI, 2018).

Existem movimentos no Brasil como a “Põe no Rótulo” e “Alergia Alimentar Brasil” criados a partir de uma iniciativa de mães e mulheres que convivem com o tema da alergia alimentar em suas famílias e que trabalham para garantir mais informação e conscientização da sociedade à inclusão, avançando na conquista de políticas públicas que ampliem a segurança e melhorem a qualidade de vida de quem tem alergia alimentar.

2.2.2 Doença celíaca

A Associação dos Celíacos do Brasil (ACELBRA, 2010) diz que a doença celíaca é uma enteropatia crônica, permanente ao glúten, em indivíduos geneticamente susceptíveis. O glúten é a principal fração proteica presente no trigo, centeio, cevada e em alguns tipos de aveia, pela contaminação cruzada. Acomete desordem sistêmica autoimune, desencadeada pela ingestão da proteína. É caracterizada pela inflamação crônica da mucosa do intestino delgado que pode resultar na atrofia das vilosidades intestinais, com conseqüente má absorção

intestinal e suas manifestações clínicas. O único tratamento da doença, é a exclusão total da proteína da dieta do celíaco (ACELBRA, 2010) .

No Brasil, um estudo realizado pela Universidade Federal de São Paulo, realizado em 2007, aplicou questionário demográfico, fez investigação de sintomas e inquérito sobre ancestralidade, além de teste sorológico anti transglutaminase IgA, bem como aplicou o teste sorológico com anticorpos IgA antiendomísio com 4000 voluntários. Os resultados apontam que indivíduos possuem prevalência à doença celíaca em doadores de sangue comprovada por biópsia é de no mínimo 1:286 (ALENCAR, 2007).

De acordo a ACELBRA os sintomas da doença celíaca podem variar de pessoa para pessoa, porém os mais comuns são: diarreia crônica (que dura mais do que 30 dias); prisão de ventre; anemia; falta de apetite; vômitos; emagrecimento/obesidade; atraso no crescimento; humor alterado: irritabilidade ou desânimo; distensão abdominal (barriga inchada); dor abdominal; aftas de repetição; e osteoporose/osteopenia.

Numerosas condições estão ligadas à doença celíaca, tanto em crianças como em adultos. Geralmente são afecções com envolvimento de mecanismos autoimunes e/ou ligadas a antígenos do sistema HLA (Antígeno Leucocitário Humano). O quadro clínico pode ser um mosaico entre os sintomas e sinais da doença celíaca e da entidade associada. O tratamento da doença celíaca assim como da Sensibilidade ao Glúten Não Celíaca (SGNC) consiste em dieta sem glúten, devendo-se, portanto, excluir da alimentação tudo o que contenham trigo, centeio, cevada e aveia. Com a instituição de dieta totalmente sem glúten, há normalização da função intestinal e das manifestações clínicas. Porém, no caso de diagnóstico tardio, pode haver alteração da permeabilidade da membrana intestinal por longo período de tempo e a absorção de moléculas alimentares de grande peso molecular, como proteínas, por exemplo. Poderá desencadear quadro de hipersensibilidade alimentar, resultando em manifestações alérgicas. Contudo, é sabido da importância da informação e orientação nutricional visando melhoria na qualidade de vida, tanto da doença celíaca como da sensibilidade ao glúten não celíaca (ACELBRA, 2019).

O município de Florianópolis possui a Lei Ordinária N°9102, de 31 de outubro de 2012, de apoio aos portadores da doença celíaca, nela conferem atribuições de auxílios como o acesso gratuito à realização de exames específicos para diagnóstico da doença celíaca, programa socioassistencial, além de acompanhamento clínico e nutricional.

2.2.3 Intolerância à lactose

Uma intolerância alimentar caracteriza-se por uma reação adversa, reprodutível, que ocorre após a exposição a um determinado alimento, mas que ao contrário da alergia alimentar não envolve o sistema imunológico. A intolerância à lactose é um exemplo desta condição, que se caracteriza pela incapacidade do organismo de digerir a lactose, um açúcar naturalmente presente no leite. As manifestações da intolerância à lactose incluem diarreia, flatulência e dor ou desconforto abdominal (SHERWOOD, 2008).

A lactose é um dissacarídeo hidrolisado pela enzima intestinal lactase, liberando seus componentes monossacarídeos para absorção na corrente sanguínea. Na ausência desta enzima, a lactose é fermentada no cólon causando desconforto por distensão intestinal, flatulência e diarreia. Como forma de tratamento, deve-se evitar o consumo de produtos ricos em lactose ou ingerir a enzima lactase com os produtos lácteos ou consumir produtos que a lactose tenha sido removida pela fermentação. No entanto, essa redução no consumo de leite e de seus derivados pode comprometer a absorção de proteínas, riboflavina e cálcio. É estimado que mais de 50% dos adultos no mundo são intolerantes à lactose (BARBOSA; ANDREAZZI, 2010).

O teor e a biodisponibilidade do cálcio varia muito nos diversos alimentos, sendo que vários fatores influenciam no seu aproveitamento. O leite de vaca e derivados constitui as fontes mais ricas e com maior percentual de absorção do mineral. Porém, outros alimentos, quando ingeridos em quantidades adequadas, podem contribuir consideravelmente para o seu fornecimento (BUZINARO; ALMEIDA; MAZETO, 2006).

2.2.4 Contaminação cruzada

Em alguns casos quantidades muito reduzidas de alergénio podem ser suficientes para provocar uma reação grave. Muitas vezes um alimento que parecia ser seguro pode desencadear uma reação alérgica, apenas por ter entrado em contato com outros alimentos que têm o alergénio. A este fenómeno designa-se contaminação cruzada, podendo em alguns casos ter consequências graves. A maneira correta de extinguir a contaminação cruzada é partir do princípio que a manipulação dos alimentos deve ocorrer dentro dos padrões de segurança alimentar exigidos pela Vigilância Sanitária, além de haver local apropriado e estritamente seguro, principalmente quando se trata do cliente celíaco (ACELBRA, 2019).

2.2.5 Vegetarianismo e veganismo

De acordo com a Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB) vegetarianismo é o regime alimentar que exclui todos os tipos de carnes.

O vegetarianismo costuma ser classificado da seguinte forma:

-Ovolactovegetarianismo: utiliza ovos, leite e laticínios na sua alimentação.

-Lacto Vegetarianismo: utiliza leite e laticínios na sua alimentação.

-Ovovegetarianismo: utiliza ovos na sua alimentação.

-Vegetarianismo estrito: não utiliza nenhum produto de origem animal na sua alimentação.

Já o veganismo, segundo definição da Vegan Society, é um modo de viver (ou poderíamos chamar apenas de "escolha") que busca excluir, na medida do possível e praticável, todas as formas de exploração e crueldade contra os animais - seja na alimentação, no vestuário ou em outras esferas do consumo. Portanto, no âmbito da alimentação, veganismo e vegetarianismo estrito são sinônimos.

São diversos os motivos que levam os indivíduos a se tornarem vegetarianos:

-Ética: São abatidos mais de 10 mil animais terrestres por minuto no Brasil para produzir carnes, leite e ovos. A maioria destes animais são frangos, porcos e bois – animais que têm uma complexa capacidade cognitiva e sentem dor, sofrimento e alegria da mesma forma que os cães que temos em casa. Os animais são sencientes (capazes de sofrer e sentir prazer e felicidade), por isso a escolha vegetariana é uma escolha de não compactuar com a exploração, confinamento e abate destes animais.

-Saúde: Diversos estudos associam efeitos positivos de saúde com a maior utilização de produtos de origem vegetal e restrição de produtos oriundos do reino animal. De acordo com inúmeros estudos científicos – cada vez mais frequentes e publicados por instituições idôneas –, o consumo de carnes está diretamente associado ao risco aumentado de doenças crônicas e degenerativas como diabetes, obesidade, hipertensão e alguns tipos de câncer.

-Meio ambiente Segundo a ONU, o setor pecuário é o maior responsável pela erosão de solos e contaminação de mananciais aquíferos do mundo. A ONU também estimou que cerca de 14,5% das emissões de gases do efeito estufa oriundas de atividades humanas têm origem no setor pecuário. A maior parte do desmatamento da Amazônia tem sua origem na produção de carnes, laticínios e ovos. 97% do farelo de soja e 60% do milho produzidos globalmente são utilizados não para consumo humano, mas para virar ração para as fazendas e granjas industriais, produzindo alimentos a uma eficiência muito baixa.

-Sociedade: a produção de alimentos através da atividade pecuária não é apenas ambientalmente degradante, mas também contribui significativamente para o desperdício global de alimentos, uma vez que são consumidos de 2 a 10 Kg de proteína vegetal (por exemplo, soja) para produzir apenas 1 Kg de proteína de origem animal. Em um mundo com 1 bilhão de pessoas que passam fome, jogar toda essa comida no lixo é socialmente inaceitável. Ademais, o setor pecuário concentra a maior parte da mão-de-obra escrava rural brasileira (SVB, 2017)

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em relação à forma de abordagem, a pesquisa se caracteriza como qualitativa, pois não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas, o processo e seu significado são os focos principais (FREITAS; PRODANOV, 2013).

Para realização deste estudo, diferentes fontes e formas de coleta de informações. A participação de uma reunião na Acelbra (Associação dos Celíacos do Brasil), unidade de Florianópolis, com o intuito de identificar a real necessidade do mercado restritivo e conhecer conhecimento sobre os trabalhos realizados pela associação. Foram coletados dados em artigos sobre a ligação da doença celíaca, a alimentação e a saúde, como também os dados sobre a evolução da doença e o nível de conhecimento das indivíduos envolvidos. Além disso, a participação no 10º Congresso Glúten Free Brasil, ocorrido em Julho de 2019, em São Paulo.

Realizou-se conversas com empresários que atuam no segmento de alimentação e restrições alimentares.

Houve a realização de uma pesquisa quantitativa com potenciais clientes, no intuito de identificar hábitos alimentares, intenção de compra e perfil dos potenciais clientes, a fim de melhor planejar o negócio pretendido. Os questionários foram enviados por meio de aplicativos de celular, o whatsapp, a 147 pessoas, sendo que 103 responderam (70%). Entre os entrevistados estavam pessoas do convívio da pesquisadora, da igreja que frequenta, amigos e conhecidos da academia e clientes do seu trabalho atual, todos residentes em Florianópolis/SC. A coleta de dados aconteceu durante o mês de outubro de 2019, por meio de um questionário autoaplicável (ver Apêndice), elaborado via Google Docs, contendo 9 perguntas semi-abertas e 14 fechadas. As respostas geraram gráficos que subsidiaram a análise dos dados.

As análises sobre a intenção de compra do produto, foi realizada a partir dos resultados obtidos.

4 APRESENTAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

Nesta seção será apresentado o plano de negócios da empresa Saúde com Sabor, estruturado da seguinte forma: descrição da empresa, produtos e serviços, mercado e competidores, marketing, análise estratégica e plano financeiro.

4.1 Descrição da empresa

A empresa Saúde com Sabor será um empreendimento gastronômico, voltado para a comercialização de refeições porcionadas, prontas para o consumo, que atenderá ao público de restrição alimentar e a todo aquele, que busca através da alimentação, saúde e bem-estar. Considerando o celíaco, o intolerante e o alérgico, até o cliente que busca por alimentação mais saudável, rápida e prática. Vale destacar que o indivíduo que zela pela alimentação a partir da religião, como por exemplo, os adventistas, que conforme consta na bíblia em Levíticos 11, existem alimentos considerados puros e impuros, bem como e os ayurvedas, que promovem o alimento como o seu remédio, são clientes potenciais. Dessa forma, a empresa é defensora do consumo consciente e propagadora da sustentabilidade em toda a cadeia de produção, com o objetivo principal de promover saúde a todos os envolvidos, por intermédio do alimento.

A empresa é focada no bem-estar e na segurança alimentar dos clientes. Atenderá a demanda de pessoas que prezam pela qualidade do preparo de alimento nutritivo, funcional e saudável, além de se preocupar com a vida dos animais e todo o sistema ecológico do meio ambiente.

Um dos pilares é a implementação de práticas sustentáveis, sendo uma empresa lixo zero, gerando menos impacto no planeta, de modo a destinar os resíduos da matéria-prima para compostagem orgânica, gerando renda e economia à todos os envolvidos na cadeia produtiva do alimento. Outro ponto importante que contribui com a sustentabilidade, é a valorização dos produtores locais.

A Saúde com Sabor será uma empresa inclusiva e consciente, que agrega valor na economia, gerando renda e saúde, que incentivará pessoas, gerações e a sociedade em busca de um mundo melhor e saudável.

4.1.1 Equipe gerencial

A responsável pela empresa será Juliana Figueredo Oliveira Costa, 30 anos, natural de São José do Rio Preto, São Paulo. Estudante do curso Superior de Tecnologia em Gastronomia no Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), com previsão de conclusão no mês de dezembro de 2019. Detentora dos cursos: Panificação Comercial Sem Glúten e Sem Lactose (2017) e Imersão de Panificação e Confeitaria Sem Glúten e Lactose (2017). Participou do 10º Congresso Glúten Free Brasil em 2019, também é bolsista no projeto de pesquisa Conhecimento de Docentes e Alunos de Gastronomia Acerca da Doença Celíaca do IFSC. Além disso, possui experiência profissional na produção de pizzas e massas sem glúten na empresa Massas.com, durante o período de seis meses no ano de 2017.

A empreendedora será a responsável por todas as funções que a empresa desenvolverá, tais como materiais, produção, marketing e financeira.

4.1.2 Estrutura Legal

Inicialmente a empresa terá a forma jurídica de Microempreendedor Individual (MEI) cujo faturamento anual é de no máximo R\$ 81.000,00.

CNPJ 26.731.185/0001-06

Nome empresarial: Juliana Figueredo Oliveira Costa

Nome do empresário: Juliana Figueredo Oliveira Costa

Nome Fantasia: Saúde com Sabor Indústria e Comércio de Alimentos Ltda.

Situação: Ativo

Data de início: 18/12/2016

4.1.3 Quadro de funcionários

Inicialmente a empresa contará somente com a empreendedora. De acordo com a expansão da empresa, poderá haver a contratação de um funcionário, conforme previsto na legislação do MEI.

4.1.4 Localização, infra estrutura e segurança

A empresa estará localizada em Florianópolis, Santa Catarina, precisamente no endereço de Rua João Pio Duarte, 841, bairro Córrego Grande, sala de 45m². A segurança será feita através de sistema de alarmes e câmeras, além de contratação do seguro do imóvel através do Banco Santander.

4.1.5 Parcerias estratégicas

Os contatos para parcerias estratégicas será fundamental para a empresa Saúde com Sabor, no quesito de divulgação e propagandas do produto, revenda e distribuição. Serão convidados a realizar parcerias com a empresa, conforme Quadro 1.

Parceiros Distribuidores	Serviços/Produtos
Cia dos Celíacos	Revenda
Acelbra	Divulgação
Glúten Free Panificação	Revenda
Novo Tempo Store	Revenda
App Saúde com Sabor	Venda
Aplicativos delivery	Distribuição

Quadro 1 - Parceiros

Fonte: Elaborado pela autora

4.2 Produtos e serviços

A empresa Saúde com Sabor trará para o mercado inicialmente sete opções de marmitas, com cardápio pré fixado. Cada embalagem contém 330 gramas, já descontado a tara, produzidas com insumos selecionados, elaboradas por profissional qualificado, acerca do conhecimento sobre restrições alimentares e segurança alimentar. A fim de proporcionar ao cliente uma refeição saborosa e segura.

Todas as preparações são sem glúten, sem lactose, vegetarianas e veganas. Valorizam o meio ambiente como fornecedor de insumos, além de preservação da vida dos animais, gerando menos impacto na cadeia alimentícia, sendo referência em limpeza e higiene, agregando valor à sociedade.

O pilar sustentável da empresa contará com a aplicação de um planejamento sustentável, que acontecerá com a substituição de recursos tradicionais por recursos

sustentáveis, como a troca de produtos de limpeza químicos por produtos de origem vegetal, envio de resíduos orgânicos para compostagem, além de parcerias com os fornecedores para recebimento e devolução dos resíduos recicláveis, melhor utilização dos recursos naturais e conscientização dos colaboradores.

Os canais de distribuição foram analisados através do questionário aplicado na pesquisa de mercado e por meio de captação de informações com empreendedores das empresas de alimentação. A empresa contará com a utilização de aplicativos direcionados para a entrega como Ifood, Uber eats e Rappi, havendo também a possibilidade do cliente retirar no local onde será produzido as marmitas.

4.2.1 Fornecedores potenciais

As empresas fornecedoras de insumos facilitarão a negociação na aquisição da matéria-prima e utensílios, com menor custo, maior desconto e prazo para pagamento, facilitando o capital de giro, principalmente no início da empresa. No Quadro 2, encontram-se as empresas e os produtos para compra.

FORNECEDORES	
Empresa	Produtos
Ilha Verde	Cogumelos
Shambala	Grãos e farinhas
Delícias da Sayara	Kibe vegano
Direto do campo	Hortifruti
Oka embalagens	Embalagens
Superbom	Queijo vegano
Fort atacadista	Demais produtos

Quadro 2 - Fornecedores

Fonte: Elaborado pela autora

4.2.2 Produção

Os móveis, utensílios e eletrodomésticos necessários para o funcionamento inicial da empresa constam no Quadro 3.

Quantidade	Item	Valor unit	Valor total
1	Jogo panelas inox	R\$ 450,00	R\$ 450,00
1	Conjunto facas	R\$ 200,00	R\$ 200,00

2	Tábua de polipropileno	R\$ 150,00	R\$ 300,00
1	Conjunto de bowls	R\$ 110,00	R\$ 110,00
2	Colheres inox	R\$ 10,00	R\$ 20,00
2	Concha	R\$ 10,00	R\$ 20,00
1	Conjunto talheres	R\$ 30,00	R\$ 30,00
1	Conjunto copos	R\$ 10,00	R\$ 10,00
2	GN inox	R\$ 28,00	R\$ 56,00
2	Espátula silicone	R\$ 10,00	R\$ 20,00
1	Balança	R\$ 250,00	R\$ 250,00
1	Filtro de água	R\$ 50,00	R\$ 50,00
1	Panela de pressão	R\$ 230,00	R\$ 230,00
1	Ralador inox	R\$ 10,00	R\$ 10,00
1	Escorredor	R\$ 10,00	R\$ 10,00
4	Forma silicone	R\$ 10,00	R\$ 40,00
1	Descascador	R\$ 7,00	R\$ 7,00
1	Fogão industrial 4b com forno	R\$ 697,00	R\$ 697,00
1	Multiprocessador	R\$ 180,00	R\$ 180,00
1	Refrigerador	R\$ 1.349,00	R\$ 1.349,00
1	Microondas	R\$ 250,00	R\$ 250,00
1	Estante de alumínio	R\$ 80,00	R\$ 80,00
1	Rodo de pia	R\$ 5,00	R\$ 5,00
1	Chaleira elétrica	R\$ 69,90	R\$ 69,90
TOTAL			R\$ 4.443,90

Quadro 3 - Móveis, utensílios e eletrodomésticos

Fonte: Elaborado pela autora

4.3 Mercado e competidores

4.3.1 Análise do setor

A alimentação fora do lar é um hábito cada vez mais frequente no cotidiano da sociedade (SEBRAE,2018). Conforme dados coletados, por intermédio do questionário de intenção de compra, 42,2% dos entrevistados se alimentam fora do lar, principalmente no horário do almoço e 69,6% compram refeições prontas para o consumo, confirmando assim que existe um potente mercado a ser atendido.

De acordo a ACELBRA, existem 1.882 pessoas cadastradas no banco de dados da associação no estado de Santa Catarina, desse total 318 na região da Grande Florianópolis e

193 somente na cidade de Florianópolis. Estima-se que 1% da população da capital seja celíaca, alérgica ao trigo ou sensível ao glúten, sendo potenciais clientes a serem atendidos.

Frente ao exposto, é possível afirmar que é crescente o interesse da população em relação à doença celíaca e ao glúten, uma vez que identificado o aumento da quantidade de doenças relacionadas à proteína.

4.3.2 Pesquisa com clientes potenciais

Para obter informações sobre a aceitação do produto a ser comercializado pela empresa, foi realizada uma pesquisa de intenção de compra, por meio de um questionário autoaplicável, criado no Google Questionários, contendo 23 questões semi-abertas e fechadas. O questionário foi dividido em duas partes, a primeira retrata sobre a caracterização do respondente e segunda sobre seus hábitos e preferências alimentares. Os mesmos foram enviados por meio eletrônico, através do aplicativo do Whatsapp. No total 147 questionários foram enviados para pessoas conhecidas, do convívio em comum, pessoal e profissional, desse total houve resposta de 103 pessoas, todas residentes na cidade de Florianópolis/SC.

Os respondentes foram 36,9% do sexo masculino e 63,1% do sexo feminino, com idade média de 34,2 anos.

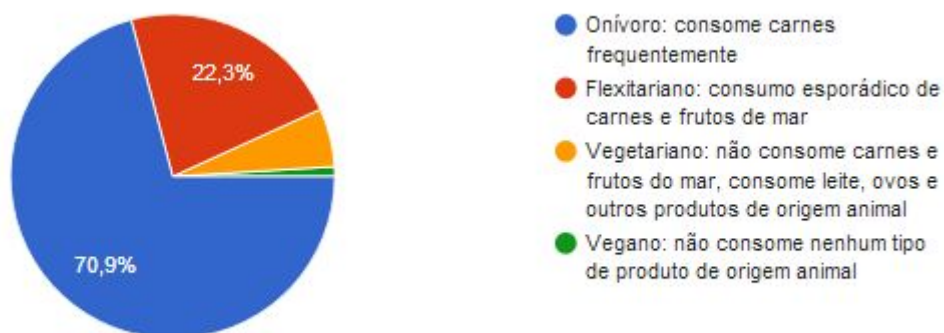
Com relação ao nível de escolaridade, 35,4% possuem graduação, 26,2% graduação incompleta, 18,4% ensino médio completo; 14,6% possuem especialização; 3,9% mestrado, 1,9% ensino médio incompleto e 1% doutorado.

Os resultados obtidos mostram que 3,9% residem com mais de quatro pessoas, enquanto 35,4% moram com até uma pessoa e 20,4% com até duas pessoas, os dois últimos somados representam mais da metade dos participantes (56,3%). Isso demonstra que a quantidade de pessoas morando sozinhas ou com mais uma compreende o público-alvo definido para a Saúde com Sabor.

Quando questionados sobre a relação de ligação entre a alimentação com a saúde, 98,1% afirmam que sim e 90,3% são possuidores de hábitos alimentares saudáveis. Isso demonstra que há busca por uma melhor qualidade de vida relacionada à alimentação.

Onívoros são maioria, representam 70,9% dos participantes, porém 22,3% se consideram flexitarianos, demonstrando que existe a intenção na substituição por produtos de origem vegetal (Gráfico 1).

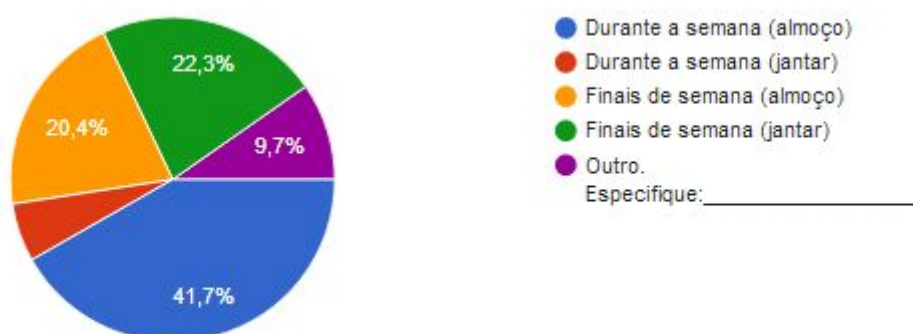
Gráfico 1 -Preferência alimentar



Fonte: Dados primários

Relativo ao tema sobre alimentação fora do lar, é possível destacar tanto aspectos positivos quanto negativos. Se por um lado 48,5% das pessoas costumam preparar suas refeições em casa e levar para o trabalho, por outro lado, 69,9% não compram refeições prontas para consumir em casa. A classe trabalhadora, economicamente ativa, que busca por alimentos mais saudáveis para consumir preferencialmente durante a semana, no horário do almoço compreende 41,7% (Gráfico 2).

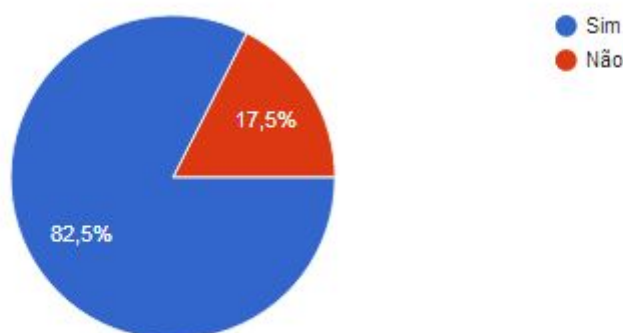
Gráfico 2 - Dias e horários alimentação fora do lar



Fonte: Dados primários

Ao serem questionados sobre restrições alimentares, 99% dos participantes afirmam já terem ouvido falar do assunto. Em relação ao tema, no Gráfico 3, 82,5% também já ouviram falar especificamente da doença celíaca.

Gráfico 3 - Ouviram falar da doença celíaca



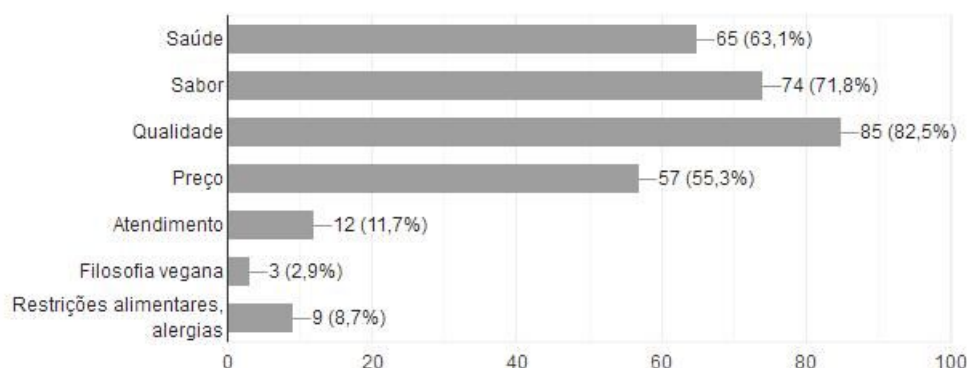
Fonte: Dados primários

A intolerância à lactose mostra-se conhecida pelos pesquisados, pois 100% já ouviram falar da doença e 96,1% conhece alguém que dispõe da intolerância. Vale também ressaltar que não só a segurança alimentar, como também a contaminação cruzada, são pontos considerados importantes, na produção dos produtos. E o rótulo é observado por 69,9% do participantes da pesquisa.

No que se refere aos fatores relevantes na aquisição de produtos alimentícios, os três mais destacados foram qualidade 82,5%, sabor 71% e saúde 63,1%, vindo após preço, atendimento, restrições alimentares e filosofia por último. Foi constatado que o preço, apesar de importante, não é considerado o principal (55,3%) fator (Gráfico 4).

Gráfico 4 - Fatores relevantes na aquisição de um produto alimentício

103 respostas



Fonte: Dados primários

A pesquisa mostra que o público-alvo está disposto a pagar em média 20% acima do preço de um produto convencional numa refeição com alimentos saudáveis. Além disso, os preços considerados aceitáveis para uma refeição sem glúten/sem lactose que agregue valor à saúde, ficou entre R\$13,00 e R\$18,00, conforme 62,1% dos participantes da pesquisa.

O total de 62,1% dos pesquisados preferem consumir o produto no local, No entanto, 30,1% optam por receber a encomenda por *delivery* por meio de plataformas de pedidos e entregas de alimentos online, como os aplicativos Uber Eats, Rappi ou Ifood.

A partir desta pesquisa de mercado, a empresa Saúde com Sabor buscou adequar sua oferta à expectativa do potencial cliente.

4.3.3 Análise da concorrência

Como concorrente direto, foram identificadas as empresas Leve Delivery, Sabores Light e Semana Light, que oferecem refeições fracionadas, com proposta similar à Saúde com Sabor. Além disso, todo estabelecimento que comercializa produtos direcionados à saúde e restrições alimentares pode ser considerado concorrente da empresa.

O diferencial do novo empreendimento são as preparações com produtos totalmente de origem vegetal, atendendo não só vegetarianos, mas também o público vegano. Outro aspecto a ser considerado, é o fato das embalagens serem totalmente comestíveis, minimizando o impacto ambiental, favorecendo a sustentabilidade e o meio ambiente.

O local restrito onde as refeições serão produzidas e profissionais qualificados, garante a inclusão e atendimento do público de restrição alimentar. No entanto, dois de três concorrentes possuem opções sem glúten, o que é perigoso para o celíaco, produzir produtos com glúten e sem glúten no mesmo local. Os celíacos relatam o não cuidado com a preparação dos alimentos como algo que aumenta o risco de contaminação pelo glúten (SDEPANIAN, MORAIS, FAGUNDES-NETO, 2011).

Para analisar os concorrentes foi construído o Quadro 4.

Empresa	Marmitas	Vegetariano	Vegano	Opções para restrições
Leve Delivery	SIM	SIM	SIM	SIM
Sabores Light	SIM	SIM	NÃO	NÃO
Semana Light	SIM	SIM	NÃO	NÃO

Quadro 4 - Análise dos concorrentes

Fonte: Elaborado pela autora

4.4 Marketing

4.4.1 Produto e preço

O cardápio é composto por sete preparações, cada embalagem contendo 330 gramas. A embalagem é biodegradável e comestível, produzida a partir da fécula da mandioca, contém a logomarca da empresa, todas padronizadas no tamanho e estilo. As preparações serão todas vegetarianas, sem produtos de origem animal, ligadas ao âmbito saudável, pois será utilizado nas preparações insumos de qualidade e promovem a saúde como grãos em geral, quinoa, ervilha, grão de bico, arroz integral, oleaginosas, temperos in natura e gordura boa como óleo de coco e azeite de oliva. O Quadro 5 mostra os produtos, custo da matéria-prima, preço de venda e CMV (Custo de Mercadoria Vendida) e CMV médio (Quadro 5).

Preparação	Custo	Venda	CMV
Paella Veg	R\$ 5,95	R\$ 15,00	39,67%
Risoto Cogumelo	R\$ 6,59	R\$ 15,00	43,95%
Estrogonofe berinjela	R\$ 3,93	R\$ 15,00	30,08%
Almôndegas	R\$ 3,93	R\$ 15,00	26,23%
Escondidinho	R\$ 6,49	R\$ 15,00	43,29%
Caldo lentilha	R\$ 4,16	R\$ 15,00	27,76%
Croquete	R\$ 4,10	R\$ 15,00	27,31%
CMV médio			34,04%

Quadro 5 - Custo matéria-prima, preço de venda e CMV (Custo de Mercadoria Vendida) do cardápio

Fonte: Elaborado pela autora

O cliente terá descontos especiais na aquisição de pacotes, com quantidade mínima a partir de 10 unidades de refeições, podendo variar os sabores entre elas.

Haverá um programa de fidelidade no qual a quantidade, o valor consumido e a frequência que trarão vantagens aos clientes. A cada pacote comprado o cliente ganha 100 pontos e a cada 1000 pontos acumulados, ganhará um pacote semanal grátis.

4.4.2 Praça

A empresa estará localizada na Rua João Pio Duarte, 841, Florianópolis, onde acontecerá toda a produção e finalização das marmitas. A distribuição partirá deste local, e haverá parcerias com empresas, no mesmo segmento de alimentação saudável, facilitando a distribuição dos produtos.

Os canais de distribuição serão por meio de aplicativos que fazem entrega de alimentos, como Ifood, Uber Eats e Rappi, havendo também a possibilidade do cliente retirar no local onde serão produzidas as marmitas.

4.4.3 Promoção

Inicialmente a empresa contará com a propaganda sendo administrada pela proprietária. A empresa será divulgada em redes sociais, como Instagram e Facebook, além de divulgação dos produtos em associações como a Acelbra.

4.5 Análise estratégica

Foi elaborada a matriz SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) para analisar o ambiente interno (forças e fraquezas) e externo (ameaças e oportunidades) do futuro empreendimento (Quadro 6).

Ambiente Interno	FORÇAS Restrição alimentar, Cardápio variado; Empreendedor com capacitação na área; Plano sustentável; Localização; Entrega; Preço competitivo; Embalagem;	OPORTUNIDADES Promoção da alimentação saudável fora do lar, Agregar valor na sociedade através de capacitação e geração de emprego; Impacto meio ambiente; Poucos concorrentes; Aumento da demanda no consumo público vegetariano/vegano;
Ambiente Externo	FRAQUEZAS Falta de experiência no setor de empreendedorismo Manutenção de alto custo; Número de funcionários limitados;	AMEAÇAS Surgimento de empresas no mesmo segmento, Incerteza na aceitação do produto; Exigências legais;

Quadro 6 - Análise forças, fraquezas, ameaças e oportunidades (SWOT)

Fonte: Elaborado pela autora

A partir do resultado da análise SWOT, a medida para evidenciar as forças e oportunidades será a engajamento e divulgação no ramo de restrição alimentar, aproveitando a circunstância de ainda haver poucos concorrentes na área e o aumento da demanda no consumo do público vegetarianos/veganos, trabalhando com um cardápio fixo, desse modo será possível manter um preço competitivo, comparado aos concorrentes, além disso a embalagem é biodegradável e comestível, o que influencia positivamente o meio ambiente, gerando menos resíduos. Nesse caso, a compra dos insumos será planejada previamente, evitando desperdício e otimizando a produção. Entretanto, as ações para minimizar o impacto das ameaças, será atender e fidelizar com excelência o cliente, além de buscar mais informações sobre o mercado, fazendo uso dos serviços terceirizados para entrega, minimizando os custos e investindo no produto.

4.6 Plano financeiro

A elaboração deste plano financeiro foi feita a partir da projeção de três cenários. O realista baseado numa meta de produção diária atingível; no otimista foi considerado o faturamento máximo permitido pela legislação do MEI; e o cenário pessimista, com lucro líquido igual a zero, ou seja, o ponto de equilíbrio. Considerou-se um horizonte de cinco anos para estimar os valores deste plano. A partir do segundo ano, foi utilizada a taxa de inflação, prevista para 2019, de 4%. Os aspectos financeiros da empresa serão apresentados em forma de planilhas elaboradas no Microsoft Office Excel.

4.6.1 Investimento inicial

Como investimento inicial para a abertura da empresa (Quadro 7), foram levantados e contabilizados o total de R\$9.218,53, dos quais R\$4.443,90 se referem ao investimento em equipamentos e móveis (Quadro 3) e R\$ 1.103,31 ao estoque inicial. Para o cálculo do valor da reserva para capital de giro foram considerados 20% sobre o capital investido (subtotal).

Investimento inicial	
Descrição do investimento	Desembo'lso R\$
Investimento em instalações (imóvel, ponto comercial, reforma e pintura)	R\$ 1.000,00
Investimento em equipamentos, móveis e utensílios	R\$ 4.443,90
Investimento em veículo	R\$ -
Despesas com marketing	R\$ -
Despesas pré-operacionais (contador, taxas, impostos)	R\$ 134,90
Reserva para gastos não previstos	R\$ 1.000,00
Estoques (matéria-prima inicial)	R\$ 1.103,31
Subtotal (capital a ser investido)	R\$ 7.682,11
Reserva para capital de giro (*)	R\$ 1.536,42
Total	R\$ 9.218,53

Quadro 7 - Investimento inicial

Fonte: Elaborado pela autora

4.6.2 Custos com mão de obra

A Tabela 1 aponta os custos mensais referente a mão de obra, cálculo do salário base foi feito levando em consideração o salário mínimo vigente. A empresa é definida MEI e nesse caso os encargos sobre o salário são de 5,5%.

Custos mensais com mão de obra			
Função	Salário Base R\$	Encargos	Total R\$
Proprietária	R\$ 998,00	R\$ 54,90	R\$ 1.052,90
Total	R\$ 998,00		R\$ 1.052,90

Tabela 1 - Investimento inicial

Fonte: Elaborado pela autora

4.6.3 Custos e despesas fixos

A Tabela 2 apresenta os custos e despesas fixos projetados para cinco anos. O valor da depreciação dos utensílios, equipamentos de comunicação e de processamento de dados foi calculado com taxa de 20% ao ano, enquanto para os móveis, instalações, máquinas e equipamentos a taxa utilizada foi de 10% ao ano.

Custos e despesas fixos	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Mão de obra	R\$ 1.052,90	R\$ 12.634,80	R\$ 13.140,19	R\$ 13.665,80	R\$ 14.212,43	R\$ 14.780,93
Gás	R\$ 70,00	R\$ 840,00	R\$ 873,60	R\$ 908,54	R\$ 944,89	R\$ 982,68
Energia elétrica	R\$ 121,00	R\$ 1.452,00	R\$ 1.510,08	R\$ 1.570,48	R\$ 1.633,30	R\$ 1.698,63
Água	R\$ 130,00	R\$ 1.560,00	R\$ 1.622,40	R\$ 1.687,30	R\$ 1.754,79	R\$ 1.824,98
Aluguel	R\$ 800,00	R\$ 9.600,00	R\$ 9.984,00	R\$ 10.383,36	R\$ 10.798,69	R\$ 11.230,64
Depreciação	R\$ 49,02	R\$ 588,18	R\$ 611,71	R\$ 636,18	R\$ 661,62	R\$ 688,09
Impostos fixos (IPTU, IPVA)	R\$ 180,00	R\$ 2.160,00	R\$ 2.246,40	R\$ 2.336,26	R\$ 2.429,71	R\$ 2.526,89
Material de limpeza	R\$ 50,00	R\$ 600,00	R\$ 624,00	R\$ 648,96	R\$ 674,92	R\$ 701,92
Seguro/segurança	R\$ 9,16	R\$ 109,92	R\$ 114,32	R\$ 118,89	R\$ 123,65	R\$ 128,59
Telefone + Internet	R\$ 80,00	R\$ 960,00	R\$ 998,40	R\$ 1.038,34	R\$ 1.079,87	R\$ 1.123,06
Total	R\$ 2.542,08	R\$ 30.504,90	R\$ 31.725,10	R\$ 32.994,10	R\$ 34.313,86	R\$ 35.686,42

Tabela 2 - Custos e despesas fixos

Fonte: Elaborado pela autora

4.6.4 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

Por meio da projeção da DRE foi possível estimar os resultados para os três cenários.

Cenário pessimista	Valores em reais mensal	Percentuais	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1 VENDAS TOTAIS (RECEITAS)	R\$ 4.799,99	100,00%	R\$ 57.599,89	R\$ 59.903,88	R\$ 62.300,04	R\$ 64.792,04	R\$ 67.383,72
2 - CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 2.257,92	47,04%	R\$ 27.095,04	R\$ 28.178,84	R\$ 29.306,00	R\$ 30.478,24	R\$ 31.697,36
Custo da Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 1.633,92	34,04%	R\$ 3.267,84	R\$ 3.398,55	R\$ 3.534,50	R\$ 3.675,88	R\$ 3.822,91
Despesas variável de venda	R\$ 624,00	13,00%	R\$ 7.488,00	R\$ 7.787,52	R\$ 8.099,02	R\$ 8.422,98	R\$ 8.759,90
3 = LUCRO BRUTO	R\$ 2.542,07	52,96%	R\$ 30.504,85	R\$ 31.725,04	R\$ 32.994,04	R\$ 34.313,80	R\$ 35.686,36
4 - Custos e despesas fixos	R\$ 2.542,08	52,96%	R\$ 30.504,90	R\$ 31.725,10	R\$ 32.994,10	R\$ 34.313,86	R\$ 35.686,42
5 = LUCRO LÍQUIDO	-R\$ 0,00	0,00%	-R\$ 0,05	-R\$ 0,06	-R\$ 0,06	-R\$ 0,06	-R\$ 0,06
6 PONTO EQUILÍBRIO	R\$ 4.800,00	100,00%	R\$ 4.800,00	R\$ 4.800,00	R\$ 4.800,00	R\$ 4.800,00	R\$ 4.800,00

Tabela 3 - DRE cenário pessimista

Fonte: Elaborado pela autora

No cenário pessimista (Tabela 3) o lucro líquido é zero, já que o valor das vendas totais é igual ao ponto de equilíbrio (PE). Nesse cenário a empresa não tem lucro nem prejuízo.

Cenário realista	Valores em reais mensal	Percentuais	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1 VENDAS TOTAIS (RECEITAS)	R\$ 6.120,00	100,00%	R\$ 73.440,00	R\$ 76.377,60	R\$ 79.432,70	R\$ 82.610,01	R\$ 85.914,41
2 - CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 2.878,85	47,04%	R\$ 34.546,18	R\$ 35.928,02	R\$ 37.365,14	R\$ 38.859,75	R\$ 40.414,14
Custo da Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 2.083,25	34,04%	R\$ 24.998,98	R\$ 25.998,94	R\$ 27.038,89	R\$ 28.120,45	R\$ 29.245,27
Despesas variável de venda	R\$ 795,60	13,00%	R\$ 9.547,20	R\$ 9.929,09	R\$ 10.326,25	R\$ 10.739,30	R\$ 11.168,87
3 = LUCRO BRUTO	R\$ 3.241,15	52,96%	R\$ 38.893,82	R\$ 40.449,58	R\$ 42.067,56	R\$ 43.750,26	R\$ 45.500,27
4 - Custos e despesas fixos	R\$ 2.542,08	41,54%	R\$ 30.504,90	R\$ 31.725,10	R\$ 32.994,10	R\$ 34.313,86	R\$ 35.686,42
5 = LUCRO LÍQUIDO	R\$ 699,08	11,42%	R\$ 8.388,92	R\$ 8.724,48	R\$ 9.073,46	R\$ 9.436,40	R\$ 9.813,85
6 PONTO EQUILÍBRIO	R\$ 4.799,99	78,43%	R\$ 4.799,99	R\$ 4.991,99	R\$ 5.191,67	R\$ 5.399,34	R\$ 5.615,31

Tabela 4 - DRE cenário realista

Fonte: Elaborado pela autora

O cenário realista (Tabela 4) foi calculado baseado numa meta de produção diária atingível. Vale ainda ressaltar que, o percentual de 11,42% do lucro líquido é superior ao da Taxa Selic, que quando efetuado este trabalho, se encontra em 5,0%. Confirmando positivamente a viabilidade de abertura da empresa.

No cenário otimista, o lucro líquido estimado foi de 15,30% (Tabela 5).

Cenário otimista	Valores em reais mensal	Percentuais	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1 VENDAS TOTAIS (RECEITAS)	R\$ 6.750,00	100,00%	R\$ 81.000,00	R\$ 84.240,00	R\$ 87.609,60	R\$ 91.113,98	R\$ 94.758,54
2 - CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 3.175,20	47,04%	R\$ 38.102,40	R\$ 39.626,50	R\$ 41.211,56	R\$ 42.860,02	R\$ 44.574,42
Custo da Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 2.297,70	34,04%	R\$ 27.572,40	R\$ 28.675,30	R\$ 29.822,31	R\$ 31.015,20	R\$ 32.255,81
Despesas variável de venda	R\$ 877,50	13,00%	R\$ 10.530,00	R\$ 10.951,20	R\$ 11.389,25	R\$ 11.844,82	R\$ 12.318,61
3 = LUCRO BRUTO	R\$ 3.574,80	52,96%	R\$ 42.897,60	R\$ 44.613,50	R\$ 46.398,04	R\$ 48.253,97	R\$ 50.184,12
4 - Custos e despesas fixos	R\$ 2.542,08	37,66%	R\$ 30.504,90	R\$ 31.725,10	R\$ 32.994,10	R\$ 34.313,86	R\$ 35.686,42
5 = LUCRO LÍQUIDO	R\$ 1.032,73	15,30%	R\$ 12.392,70	R\$ 12.888,41	R\$ 13.403,94	R\$ 13.940,10	R\$ 14.497,71
6 PONTO EQUILÍBRIO	R\$ 4.799,99	71,11%	R\$ 4.799,99	R\$ 4.991,99	R\$ 5.191,67	R\$ 5.399,34	R\$ 5.615,31

Tabela 5 - DRE cenário otimista

Fonte: Elaborado pela autora

4.6.5 Custos e despesas variáveis e custos e despesas totais

A estimativa dos custos e despesas variáveis totais (Tabelas 9, 10, 11) foi obtida a partir do CMV médio de 34,04% (Quadro 5) da projeção de vendas do ano 1, da alíquota de imposto sobre a venda e da taxa de cartões de crédito/débito e taxa de serviços para terceiros. Considerou-se taxa de 3,0% cartão de débito e crédito, além do percentual de 10% para serviços de *delivery*, totalizando 13%. Sendo aplicado o percentual sobre as vendas, em todos os cenários, pessimista, realista e otimista.

Custos e despesas variáveis	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Matéria-prima	R\$ 2.083,25	R\$ 24.998,98	R\$ 25.998,94	R\$ 27.038,89	R\$ 28.120,45	R\$ 29.245,27
Despesas variáveis de venda (imposto, taxa cartão)	R\$ 795,60	R\$ 9.547,20	R\$ 9.929,09	R\$ 10.326,25	R\$ 10.739,30	R\$ 11.168,87
Total	R\$ 2.878,85	R\$ 34.546,18	R\$ 35.928,02	R\$ 37.365,14	R\$ 38.859,75	R\$ 40.414,14

Tabela 6 - Custos e despesas variáveis cenário realista

Fonte: Elaborado pela autora

Custos e despesas variáveis	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Matéria-prima	R\$ 1.633,92	R\$ 19.607,04	R\$ 20.391,32	R\$ 21.206,97	R\$ 22.055,25	R\$ 22.937,46
Despesas variáveis de venda (imposto, taxa cartão)	R\$ 624,00	R\$ 7.488,00	R\$ 7.787,52	R\$ 8.099,02	R\$ 8.422,98	R\$ 8.759,90
Total	R\$ 2.257,92	R\$ 27.095,04	R\$ 28.178,84	R\$ 29.306,00	R\$ 30.478,24	R\$ 31.697,36

Tabela 7 - Custos e despesas variáveis cenário pessimista

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Custos e despesas variáveis	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Matéria-prima	R\$ 2.297,70	R\$ 27.572,40	R\$ 28.675,30	R\$ 29.822,31	R\$ 31.015,20	R\$ 32.255,81
Despesas variáveis de venda (imposto, taxa cartão)	R\$ 877,50	R\$ 10.530,00	R\$ 10.951,20	R\$ 11.389,25	R\$ 11.844,82	R\$ 12.318,61
Total	R\$ 3.175,20	R\$ 38.102,40	R\$ 39.626,50	R\$ 41.211,56	R\$ 42.860,02	R\$ 44.574,42

Tabela 8 - Custos e despesas variáveis cenário otimista

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Os custos e despesas totais (Tabelas 9, 10, 11) são a soma dos custos e despesas fixos e dos custos e despesas variáveis.

	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Custos e despesas fixos	R\$ 2.542,08	R\$ 30.504,90	R\$ 31.725,10	R\$ 32.994,10	R\$ 34.313,86	R\$ 35.686,42
Custos e despesas variáveis	R\$ 2.878,85	R\$ 34.546,18	R\$ 35.928,02	R\$ 37.365,14	R\$ 38.859,75	R\$ 40.414,14
Total	R\$ 5.420,92	R\$ 65.051,08	R\$ 67.653,12	R\$ 70.359,24	R\$ 73.173,61	R\$ 76.100,56

Tabela 9 - Custos e despesas totais cenário realista

Fonte: Elaborado pela autora

	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Custos e despesas fixos	R\$ 2.542,08	R\$ 30.504,90	R\$ 31.725,10	R\$ 32.994,10	R\$ 34.313,86	R\$ 35.686,42
Custos e despesas variáveis	R\$ 2.257,92	R\$ 27.095,04	R\$ 28.178,84	R\$ 29.306,00	R\$ 30.478,24	R\$ 31.697,36
Total	R\$ 4.800,00	R\$ 57.599,94	R\$ 59.903,94	R\$ 62.300,10	R\$ 64.792,10	R\$ 67.383,78

Tabela 10 - Custos e despesas totais cenário pessimista

Fonte: Elaborado pela autora

	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Custos e despesas fixos	R\$ 2.542,08	R\$ 30.504,90	R\$ 31.725,10	R\$ 32.994,10	R\$ 34.313,86	R\$ 35.686,42
Custos e despesas variáveis	R\$ 3.175,20	R\$ 38.102,40	R\$ 39.626,50	R\$ 41.211,56	R\$ 42.860,02	R\$ 44.574,42
Total	R\$ 5.717,28	R\$ 68.607,30	R\$ 71.351,59	R\$ 74.205,66	R\$ 77.173,88	R\$ 80.260,84

Tabela 11 - Custos e despesas totais cenário otimista

Fonte: Elaborado pela autora

4.6.6 Projeção das vendas

As projeções de vendas (Tabelas 12, 13, 14) foram elaboradas a partir dos valores de vendas totais da DRE de cada cenário, estimando a quantidade vendida por mês.

Quantidade/mês	Descrição	Preço unitário	Total mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
60	Paella Quinoa	R\$ 15,00	R\$ 900,00	R\$ 10.800,00	R\$ 11.232,00	R\$ 11.681,28	R\$ 12.148,53	R\$ 12.634,47
30	Risoto Cogumelo	R\$ 15,00	R\$ 750,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.360,00	R\$ 9.734,40	R\$ 10.123,78	R\$ 10.528,73
65	Almôndega	R\$ 15,00	R\$ 975,00	R\$ 11.700,00	R\$ 12.168,00	R\$ 12.654,72	R\$ 13.160,91	R\$ 13.687,35
60	Croquete Grão de bico	R\$ 15,00	R\$ 900,00	R\$ 10.800,00	R\$ 11.232,00	R\$ 11.681,28	R\$ 12.148,53	R\$ 12.634,47
60	Caldo de lentilha	R\$ 15,00	R\$ 900,00	R\$ 10.800,00	R\$ 11.232,00	R\$ 11.681,28	R\$ 12.148,53	R\$ 12.634,47
53	Escondidinho de mandioca	R\$ 15,00	R\$ 795,00	R\$ 9.540,00	R\$ 9.921,60	R\$ 10.318,46	R\$ 10.731,20	R\$ 11.160,45
60	Estrogonofe de Berinjela	R\$ 15,00	R\$ 900,00	R\$ 10.800,00	R\$ 11.232,00	R\$ 11.681,28	R\$ 12.148,53	R\$ 12.634,47
408	Total		R\$ 6.120,00	R\$ 73.440,00	R\$ 76.377,60	R\$ 79.432,70	R\$ 82.610,01	R\$ 85.914,41

Tabela 12 - Projeção de vendas cenário realista

Fonte: Elaborado pela autora

Quantidade/mês	Descrição	Preço unitário	Total mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
50	Paella Quinoa	R\$ 15,00	R\$ 750,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.360,00	R\$ 9.734,40	R\$ 10.123,78	R\$ 10.528,73
50	Risoto Cogumelo	R\$ 15,00	R\$ 750,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.360,00	R\$ 9.734,40	R\$ 10.123,78	R\$ 10.528,73
50	Almôndega	R\$ 15,00	R\$ 750,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.360,00	R\$ 9.734,40	R\$ 10.123,78	R\$ 10.528,73
50	Croquete Grão de bico	R\$ 15,00	R\$ 750,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.360,00	R\$ 9.734,40	R\$ 10.123,78	R\$ 10.528,73
40	Caldo de lentilha	R\$ 15,00	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.488,00	R\$ 7.787,52	R\$ 8.099,02	R\$ 8.422,98
40	Escondidinho de mandioca	R\$ 15,00	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.488,00	R\$ 7.787,52	R\$ 8.099,02	R\$ 8.422,98
40	Estrogonofe de Berinjela	R\$ 15,00	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.488,00	R\$ 7.787,52	R\$ 8.099,02	R\$ 8.422,98
320	Total		R\$ 4.800,00	R\$ 57.600,00	R\$ 59.904,00	R\$ 62.300,16	R\$ 64.792,17	R\$ 67.383,85

Tabela 13 - Projeção de vendas cenário pessimista

Fonte: Elaborado pela autora

Quantidade/mês	Descrição	Preço unitário	Total mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
60	Paella Quinoa	R\$ 15,00	R\$ 900,00	R\$ 10.800,00	R\$ 11.232,00	R\$ 11.681,28	R\$ 12.148,53	R\$ 12.634,47
40	Risoto Cogumelo	R\$ 15,00	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.488,00	R\$ 7.787,52	R\$ 8.099,02	R\$ 8.422,98
100	Almôndega	R\$ 15,00	R\$ 1.500,00	R\$ 18.000,00	R\$ 18.720,00	R\$ 19.468,80	R\$ 20.247,55	R\$ 21.057,45
80	Croquete Grão de bico	R\$ 15,00	R\$ 1.200,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.976,00	R\$ 15.575,04	R\$ 16.198,04	R\$ 16.845,96
70	Caldo de lentilha	R\$ 15,00	R\$ 1.050,00	R\$ 12.600,00	R\$ 13.104,00	R\$ 13.628,16	R\$ 14.173,29	R\$ 14.740,22
50	Escondidinho de mandioca	R\$ 15,00	R\$ 750,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.360,00	R\$ 9.734,40	R\$ 10.123,78	R\$ 10.528,73
50	Estrogonofe de Berinjela	R\$ 15,00	R\$ 750,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.360,00	R\$ 9.734,40	R\$ 10.123,78	R\$ 10.528,73
450	Total		R\$ 6.750,00	R\$ 81.000,00	R\$ 84.240,00	R\$ 87.609,60	R\$ 91.113,98	R\$ 94.758,54

Tabela 14 - Projeção de vendas cenário otimista

Fonte: Elaborado pela autora

4.6.7 Análise de retorno sobre o investimento

O cálculo do retorno do investimento é feito a fim de verificar o tempo que será necessário para o retorno do capital investido. O cálculo do payback foi feito a partir da divisão do investimento inicial do negócio pela média de lucro líquido anual de cada cenário (Tabela 15 e 16). O cenário pessimista não é analisado já que não possui lucro líquido.

Conforme apresentado na Tabela 15, o retorno do investimento inicial no cenário realista é de aproximadamente 13 meses.

Cenário realista	
Investimento inicial	R\$ 9.218,53
Lucro líquido anual ano 1	R\$ 8.388,92
Anos	1,098893255

Tabela 15 - Payback cenário realista

Fonte: Elaborado pela autora

No cenário otimista (Tabela 16) o retorno do investimento inicial se dá em aproximadamente 9 meses.

Cenário otimista	R\$
Investimento inicial	R\$ 9.218,53
Lucro líquido anual ano 1	R\$ 12.392,70
Anos	0,7438679222

Tabela 16 - Payback cenário otimista

Fonte: Elaborado pela autora

Como é possível observar nas Tabelas 17 e 18 o Valor Presente Líquido (VPL), método de análise de investimento que retrata a diferença do valor presente das receitas menos o valor presente dos custos, apresenta valor maior que zero nos cenários realista e otimista, indicando a viabilidade do negócio. A Taxa Interna de Retorno (TIR) é maior que a Taxa Mínima de Atratividade (TMA) de 10%. A TMA é uma referência de ganho sobre o negócio usada por investidores, no momento da análise do negócio. Que nesse estudo demonstra que o projeto é viável nos dois cenários.

Para fins de análise de investimento, o valor residual, que é o cálculo da depreciação dos bens no final da sua vida útil, foi considerado no valor líquido anual. As Tabelas 17 e 18 apresentam o VPL e a TIR.

Ano	Valores R\$	
0	-R\$ 9.218,53	Investimento inicial
1	R\$ 8.388,92	Lucro líquido anual
2	R\$ 8.724,48	Lucro líquido anual
3	R\$ 9.073,46	Lucro líquido anual
4	R\$ 9.436,40	Lucro líquido anual
5	R\$ 9.813,85	Lucro líquido anual
	Valor residual	R\$ 230,00
	VPL	R\$ 22.473,57
	TIR	91%

Tabela 17 - VPL e TIR cenário realista

Fonte: Elaborado pela autora

Ano	Valores R\$	
0	-R\$ 9.218,53	Investimento inicial
1	R\$ 12.392,70	Lucro líquido anual
2	R\$ 12.888,41	Lucro líquido anual
3	R\$ 13.403,94	Lucro líquido anual
4	R\$ 13.940,10	Lucro líquido anual
5	R\$ 14.497,71	Lucro líquido anual
	Valor residual	R\$ 230,00
	VPL	R\$ 37.309,03
	TIR	136%

Tabela 18 - VPL e TIR cenário otimista

Fonte: Elaborado pela autora

5 CONCLUSÃO

O setor de alimentação saudável tem apresentando crescimento e a tendência é que continue expandindo, principalmente no setor de restrições alimentares. Faz-se necessário a informação sobre o tema, além de empresas especializadas no atendimento do público de restrições alimentares, para que haja inclusão social do celíaco.

Tendo em vista a identificação e avaliação dessa oportunidade de negócio, este estudo teve como objetivo verificar a viabilidade de implementação de uma empresa de refeições fracionadas, vegetarianas/vegan, sem glúten e sem lactose, prontas para o consumo. Foi possível alcançar o objetivo de construção do plano de negócios para a empresa Saúde com Sabor e da análise da viabilidade financeira do negócio.

Através da análise do plano financeiro concluiu-se que a abertura da empresa é viável. No cenário realista, o lucro líquido chegou a 11,42% ao ano. O payback se dá em aproximadamente 13 meses e o VPL apresentou valor maior que zero (R\$22.473,57), mostrando que o projeto é aceito. Da mesma forma a TIR apresentou taxa de 91% ao ano.

Conclui-se que o plano de negócios é uma ferramenta importante para a criação de uma empresa, pois oferece subsídios para a sua estruturação física e organizacional, bem como análise do mercado e viabilidade financeira.

REFERÊNCIAS

ACELBRA. **Perfil clínico dos membros da associação dos celíacos do Brasil** – regional de Santa Catarina. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0004-28032007000300015>
Acesso em: 12 de novembro de 2019

ADMINISTRADORES.COM. **Organizações, conceito e classificação.** Publicado : 10 junho 2008 <https://administradores.com.br/artigos/organizacoes-conceito-e-classificacao> Acesso: em 08 de agosto de 2019.

ALENCAR, M L. **Estudo da prevalência da doença celíaca em doadores de sangue na cidade de São Paulo.** Disponível em: <<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/5/5147/tde-20022009-132823/publico/MariliaLageAlencar.pdf>> Acesso em 08 de outubro de 2019.

ASBAI **Consenso Brasileiro sobre alergia alimentar.** Disponível em: <https://www.sbp.com.br/fileadmin/user_upload/2015/02/Suplemento_18_1_S1_consenso_alimentar.pdf> Acesso em 27 de outubro de 2019.

ASBAI **Consenso Brasileiro sobre Alergia Alimentar:** 2018 - Parte 2 - Diagnóstico, tratamento e prevenção. Disponível em: <https://www.sbp.com.br/fileadmin/user_upload/aaai_vol_2_n_01_a05__7_.pdf> Acesso em: 27 de outubro de 2019.

BARBOSA, C. R. ; ANDREAZZI, M. A., **Intolerância à lactose e suas consequências no metabolismo do cálcio.** Disponível em: <https://www.unicesumar.edu.br/mostra-2010/wp-content/uploads/sites/94/2016/07/cristiane_rickli_barbosa_1.pdf> Acesso em: 25 de agosto de 2019.

BUZINARO; ALMEIDA; MAZETO, **Biodisponibilidade do cálcio dietético,** 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0004-27302006000500005> Acesso em: 25 de agosto de 2019.

DEPANIAN, V. L.; MORAIS, M. B. de; FAGUNDES-NETO, U. **Doença celíaca: a evolução dos conhecimentos desde sua centenária descrição original até os dias atuais.** Arquivos de Gastroenterologia, v.36, n.4, p. 244-257, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende, 2014.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor,** São Paulo, Editora Pioneira, 2003.

FENACELBRA (2019), **Doenças associadas à doença celíaca.** Disponível em: <<http://www.fenacelbra.com.br/fenacelbra/doencas-associadas-a-doenca-celiaca/>> Acesso: em 05 de setembro de 2019.

FENACELBRA. Consenso Brasileiro sobre Alergia Alimentar. **Revista Brasileira Alergia e Imunopatologia,** n° 2, 2008 http://www.fenacelbra.com.br/ancelbra_rj/wp-content/uploads/2013/03/Consenso_Brasileiro_sobre_Alergia_Alimentar.pdf Acesso: em 07 de agosto de 2019

FERREIRA, S. R. **Alimentação, nutrição e saúde: avanços e conflitos da modernidade.** Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-6725201000040011> Acesso em: 08 de outubro de 2019.

FREITAS, E. C.; PRODANOV, C. C.; **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2 ed. Novo Hamburgo, RS: Editora Feevale, 2013.

GOVERNO DE PORTUGAL (2012). **Alergia alimentar.** Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/65706/2/725.pdf>> Acesso em: 25 de agosto de 2019.

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Consumo de alimentos fora do lar.** Publicado em: 04 outubro de 2019. Disponível em <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/25607-comer-fora-de-casa-consome-um-terco-das-despesas-das-familias-com-alimentacao>> Acesso em 09 de outubro de 2019.

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2019). **População Florianópolis.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/florianopolis>> Acesso em : 13 de novembro de 2019.

KOTLER, P; KELLER L. K. **Administração de marketing.** 14 ed. São Paulo, Editora Pearson, 2013.

KOTZE, L. – **Doença celíaca, artigo de atualização:** JBG, J. Bras. Gastroenterol., Rio de Janeiro, v.6, n.1, p.23-34, jan./mar. 2006 Disponível em: <http://www.riosemgluten.com/Lorete_Kotze_atualizacao_2006.pdf> Acessado em 7 de outubro de 2019.

FLORIANÓPOLIS (2012). **Política municipal de apoio aos portadores de doença celíaca.** Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/sc/f/florianopolis/lei-ordinaria/2012/911/9102/lei-ordinaria-n-9102-2012-institui-a-politica-municipal-de-apoio-aos-portadores-de-doenca-celiaca>> Acesso em: 08 de outubro de 2019.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. **Introdução à administração.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

PÕE NO RÓTULO (2019). **Rotulagem de produtos.** Disponível em: <<https://www.poenorotulo.com.br>> Acesso e: 12 de outubro de 2019.

PORTAL DA EDUCAÇÃO (2019). **O que é planejamento estratégico.** Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/conteudo/o/3951>> Acesso: em 25 de agosto de 2019.

SEBRAE. **Alimentação fora do lar: o mercado de food service.** Publicado em: 27 fevereiro 2018. Disponível em:

<<https://atendimento.sebrae-sc.com.br/inteligencia/relatorio-de-inteligencia/alimentacao-fora-do-lar-o-mercado-de-food-service>> Acesso em: 06 de agosto de 2019.

SEBRAE. **Alimentação Saudável cria ótimas oportunidades de negócio.** Publicado 13 de setembro 2019 Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/segmento-de-alimentacao-saudavel-apresenta-oportunidades-de-negocio,f48da82a39bbe410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso: em 06 de agosto de 2019

SHERWOOD, A. **Viva sem alergia:** o livro essencial de culinária, com mais de 100 receitas sem ovos, sem laticínios, sem glúten e sem oleaginosas, São Paulo : Publifolha, 2008.

SVB, Sociedade Vegetariana Brasileira, **Vegetarianismo.** Disponível em: <<https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/o-que-e>> Acesso em 10 de dezembro de 2019.

TZU, S. **A arte da guerra** / Sun Tzu: tradução de Sueli Barros Cassal. Porto Alegre: L&PM, 2007.

APÊNDICE - Questionário aplicado aos clientes potenciais

Esta pesquisa é parte da elaboração de um trabalho de conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina - IFSC. Seu objetivo é levantar informações relacionadas a hábitos alimentares e intenção de compra de refeições prontas para o consumo sem glúten e sem lactose. Os resultados obtidos serão utilizados para planejar um negócio no âmbito da alimentação fora do lar. Muito obrigada pela colaboração!

*Obrigatório

1 Sexo: *

- Homem
- Mulher

2 Idade: *

- Sua resposta

3 Escolaridade: *

- Ensino fundamental
- Ensino fundamental incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino médio incompleto
- Graduação
- Graduação incompleta
- Especialização
- Mestrado
- Doutorado

4 Você reside: *

- Sozinho
- Com a família (com mais uma pessoa)
- Com a família (com mais duas pessoas)
- Com a família (com mais três pessoas)
- Com a família (com quatro pessoas ou mais)
- Divido com amigos

5 Você se considera: *

- Onívoro: consome carnes frequentemente
- Flexitariano: consumo esporádico de carnes e frutos de mar
- Vegetariano: não consome carnes e frutos do mar, consome leite, ovos e outros produtos de origem animal
- Vegano: não consome nenhum tipo de produto de origem animal

6 Você costuma almoçar no trabalho? *

- Sim. Levo minha comida todos os dias
- Sim. Levo minha comida de 1 a 3 vezes por semana. Nos demais dias almoço em restaurantes ou através delivery
- Sim. A empresa fornece a refeição no local de trabalho
- Sim. Almoço em restaurantes ou através de delivery
- Não. Almoço em casa

7 Quais dias e horários você costuma se alimentar fora do lar? *

- Durante a semana (almoço)
- Durante a semana (jantar)
- Finais de semana (almoço)

Finais de semana (jantar)

Outro. Especifique: _____

8 Você compra refeições prontas para consumir em casa ou no trabalho? *

Sim

Não

Caso positivo. Em quais empresas você geralmente compra?

Sua resposta _____.

9 Você acredita que a alimentação é um fator importante em relação à saúde? *

Sim

Não

Parcialmente

10 Você já ouviu falar em algum tipo de restrição alimentar? *

Sim

Não

11 Você já ouviu falar em doença celíaca? *

Sim

Não

12 Conhece alguém que tem essa doença? *

Sim

Não

13 Você já ouviu falar em intolerância à lactose? *

Sim

Não

14 Conhece alguém que tem esse tipo de intolerância? *

Sim

Talvez

15 Você já ouviu falar em segurança alimentar? *

Sim

Não

16 Você já ouviu falar em contaminação cruzada? *

Sim

Não

17 Você observa o rótulo dos produtos na hora da compra? *

Sim

Não

18 Você possui hábitos alimentares saudáveis e equilibrados? *

Sim

Não

Às vezes

19 Quais fatores são mais importantes quando você busca uma alimentação? (assinale até três) *

Saúde

Sabor

Qualidade

Preço

Atendimento

Filosofia vegana

Restrições alimentares, alergias

20 Qual percentual você estaria disposto a pagar a mais, que um produto convencional, na compra de um produto sem glúten/sem lactose que agregasse valor a sua saúde e que facilitasse o seu cotidiano? *

- 10%
- 20%
- 30%
- 40%
- Acima de 40%

21 Qual a faixa de preço você estaria disposto a pagar, numa porção de 330 gramas de saúde com sabor? (levando em conta que a porção é individual e que os produtos mais caros, serão mais elaborados). *

- Entre R\$ 10,00 e R\$12,00
- Entre R\$ 13,00 e R\$15,00
- Entre R\$ 16,00 e R\$18,00
- Entre R\$ 19,00 e R\$ 22,00
- Entre R\$ 23,00 e R\$30,00
- Acima de R\$ 30,00

22 Você prefere consumir as refeições: *

- No local - estabelecimento físico
- Retirar no balcão
- Delivery

23 Você costuma indicar os produtos alimentares que consome para outras pessoas? *

- Sim
- Não