# UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ALINE WERKAUSER
FERNANDATOMASS
LETICE GUEDES
MICHELLE GALVÃO

PLANO DE NEGÓCIOS MARMITA FISHNESS

CURITIBA 2017 ALINE WERKAUSER FERNANDATOMASS LETICE GUEDES MICHELLE GALVÃO

# PLANO DE NEGÓCIOS MARMITA FISHNESS

Trabalho apresentado como requisito parcial de nota à obtenção da aprovação, na Disciplina de Psicultura no Curso de Zootecnia, Setor de Ciências Agrárias, da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Ostrensky Neto

CURITIBA 2017

# LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Tabela 1 Dados do sócio 1	9
Tabela 2 Dados do sócio 2	9
Tabela 3 Dados do sócio 3	10
Tabela 4 Dados do sócio 4	10
Tabela 5 Dados do Empreendimento	11
Tabela 6 Total de recursos a serem investidos por cada sócio	12
Figura 1 Resultados da Pesquisa: Procura ter uma alimentação saudável?	15
Figura 2 Resultados da Pesquisa: Comparação da principal fonte proteica de	
frequentadores de academia e não frequentadores	15
Figura 3 Resultados da Pesquisa: Principal fonte proteica do total de entrevistado	s16
Figura 4 Resultados da Pesquisa: Interesse dos consumidores entrevistados em	
incluir peixes na dieta	16
Figura 5 Resultados da Pesquisa: Comparação entre a atual frequencia de consu	mo
de peixes e o consumo desejado	17
Tabela 7 Características da empresa Fishness	18
Tabela 8 Características do concorrente 1	18
Tabela 9 Características do concorrente 2	19
Tabela 10 Características do concorrente 3	19
Tabela 11 Fornecedores	21
Tabela 12 Informações nutricionais	23
Figura 6 Primeira proposta de rótulo para a Marmita Fishness	23
Figura 7 Resultados da Pesquisa: Intervalos de preço que os consumidores	
entrevistados estão mais dispostos a pagar por produto	24
Figura 8 Página do Facebook da <i>Marmita Fishness</i>	25
Figura 9 Site da empresa	26
Tabela 13 Estimativa de investimentos fixos	29
Tabela 14 Estimativa de estoque inicial de ingredientes	30
Tabela 15 Estimativa de estoque inicial de embalagens e rótulos	31
Tabela 16 Estimativa de custo unitário de cada insumo	32
Tabela 17 Custos Fixos Operacionais	35
Tabela 18 Resultados operacionais	35

Tabela 19 Matriz F.O.F.A39	
----------------------------	--

# **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 Dados do sócio 1	9
Tabela 2 Dados do sócio 2	9
Tabela 3 Dados do sócio 3	10
Tabela 4 Dados do sócio 4	10
Tabela 5 Dados do Empreendimento	11
Tabela 6 Total de recursos a serem investidos por cada sócio	12
Tabela 7 Características da empresa Fishness	18
Tabela 8 Características do concorrente 1	18
Tabela 9 Características do concorrente 2	19
Tabela 10 Características do concorrente 3	19
Tabela 11 Fornecedores	21
Tabela 12 Informações nutricionais	23
Tabela 13 Estimativa de investimentos fixos	29
Tabela 14 Estimativa de estoque inicial de ingredientes	30
Tabela 15 Estimativa de estoque inicial de embalagens e rótulos	31
Tabela 16 Estimativa de custo unitário de cada insumo	32
Tabela 17 Custos Fixos Operacionais	35
Tabela 18 Resultados operacionais	35
Tabela 19 Matriz F O F A	39

# SUMÁRIO

1	CONTEXTO PARA A CRIAÇÃO DA EMPRESA	7
2	SUMÁRIO EXECUTIVO	8
2.1	RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS	8
2.2	DADOS DAS EMPREENDEDORAS	8
2.2.1	Sócio 1	8
2.2.2	Sócio 2	g
2.2.3	Sócio 3	g
2.2.4	Sócio 4	10
2.3	DADOS DO EMPREENDIMENTO	11
2.3.1	Setor de atividade	11
2.3.2	Forma jurídica	11
2.3.3	Enquadramento tributário	12
2.3.4	Missão da empresa	12
2.4	RECURSOS	12
2.4.1	Capital social	12
2.4.2	Fonte de recursos	13
3	ANÁLISE DE MERCADO	14
3.1	ESTUDO DOS CLIENTES	14
3.2	ESTUDO DOS CONCORRENTES	17
3.2.1	Sua empresa	17
3.2.2	Concorrente 1 - Bistro da Bibi	18
3.2.3	Concorrente 2 - Prato Light	18
3.2.4	Concorrente 3 - Vida Leve	19
3.3	CONCLUSÕES	19
3.4	ESTUDO DOS FORNECEDORES	20
4	PLANO DE MARKETING	22
4.1	DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS/SERVIÇOS	22
4.1.1	Linha: Marmita Fishness Alimentação Saudável	22
4.1.2	Composição	22
4.1.3	Embalagem	23
4.1.4	Rótulo	23
4.2	PRECO	24

4.3	ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS	24
4.4	ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO	25
4.5	LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO (PRAÇA)	26
5	PLANO OPERACIONAL	27
5.1	CAPACIDADE PRODUTIVA/COMERCIAL/SERVIÇOS	27
5.2	PROCESSOS OPERACIONAIS	27
5.3	NECESSIDADE DE PESSOAL	28
6	PLANO FINANCEIRO	29
6.1	INVESTIMENTO TOTAL	29
6.1.1	Estimativa dos investimentos fixos	29
6.1.2	Capital de giro	29
6.1.3	Investimentos pré-operacionais	31
6.2	ESTIMATIVA DO CUSTO UNITÁRIO	32
6.3	ESTIMATIVA DO CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO	32
6.4	ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA	33
6.5	ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO	34
6.6	ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS	34
6.7	INDICADORES DE VIABILIDADE	35
6.7.1	Ponto de equilíbrio (PE)	35
6.7.2	Lucratividade	36
6.7.3	Rentabilidade - referente ao retorno do capital investido pelos sócios	36
6.7.4	Prazo de retorno do investimento (PRI)	37
7	IDEIAS FUTURAS	38
8	AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	
9	CONSIDERAÇÕES FINAIS	40

# 1 CONTEXTO PARA A CRIAÇÃO DA EMPRESA

A ideia de iniciar a empresa surgiu durante um projeto para a disciplina de piscicultura. Pensando nas diferentes possibilidades, as atuais sócias chegaram a um tema tão importante quanto a produção em si: o mercado. Afinal, há melhor forma de estimular a produção de um alimento do que aumentando a demanda por ele? Assim surgiu o projeto Marmita Fishness.

Nas primeiras discussões sobre a possibilidade de seguir adiante com essa ideia, surgiu a primeira barreira. Onde seriam produzidas as marmitas? De acordo com a pesquisa realizada para o desenvolvimento do trabalho, a Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) possui uma série de indicações e normas sobre como devem ser as instalações e equipamentos. Considerando o alto investimento necessário para adequar um local às características previstas na legislação, o projeto parecia não ter chances de sair do papel.

Mas a persistência não deixou a semente morrer. Depois de procurar várias soluções, encontraram uma mais perto do que esperavam. Um membro da família de uma das sócias possuía um local, devidamente equipado para tal atividade, que não era utilizado durante as manhãs de segunda a sexta-feira e nem aos sábados. Com a oportunidade de pagar mensalmente um valor de apenas R\$ 750, referente a gastos com gás, energia, água e depreciação dos equipamentos, foi possível seguir adiante com o projeto da empresa.

Pensando no resto da logística para o funcionamento da empresa, concluiuse que a melhor forma de começar as vendas era no meio on-line, de imediato e por encomendas. Essa escolha permite evitar custos para manter uma loja física, além de possibilitar um capital de giro menor, já que não seria necessário fazer grandes estoques de ingredientes, e um mais rápido retorno do valor investido para produção de cada marmita.

As marmitas encomendadas poderão ser retiradas no próprio local de produção ou entregues sob a cobrança de uma taxa para tal serviço. Quanto às compras de ingredientes e entregas em grande quantidade, estas serão realizadas com o veículo de uma das sócias.

Sabe-se que o começo será difícil, mas vontade não falta às integrantes desta sociedade. Seguindo um planejamento, o negócio servirá como um complemento de renda inicialmente, pois o trabalho será realizado apenas meio período, de segundafeira à sábado, rendendo a cada uma, 600 reais mensais. Assim que a empresa conquistar (caso a empresa conquiste) seu lugar no mercado, será estudada a possibilidade de instalar a empresa em local próprio e expandir a produção.

## 2 SUMÁRIO EXECUTIVO

#### 2.1 RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS

A empresa Fishness é voltada à fabricação e venda de produtos alimentícios. Está enquadrada como uma Micro Empresa em Sociedade Limitada com 4 sócias. Até o presente momento, possui apenas um produto lançado, a linha: Alimentação Saudável, uma marmita formulada de forma equilibrada para uma dieta de um adulto saudável, possui como característica mais importante a presença da carne de peixe como fonte principal de proteína, neste caso, a Tilápia.

Seus principais clientes da empresa são o público que deseja se alimentar de forma saudável.

Atualmente está localizada na rua João Alencar Guimarães, 1740. Curitiba – PR. Brasil.

O capital investido para abertura da empresa foi de R\$7.438,51, sendo dividido igualmente para cada uma das sócias da empresa, sendo R\$1859,63 para cada. A lucratividade está em torno de 28,02%, com um retorno do capital investido de 3,10 meses.

O faturamento mensal com maior dedução comercial será de R\$3151,12 com a venda de 476 marmitas.

Indicadores de viabilidade	Valor
Lucratividade	28,02%
Rentabilidade	32,29%
Prazo de retorno do investimento	3,10 meses
Ponto de Equilíbrio (PE)	114 marmitas

### 2.2 DADOS DAS EMPREENDEDORAS

#### 2.2.1 Sócio 1

Nome: Aline Werkauser	
Endereço: Rua dos Funcionários, 1540 - Juve	
Cidade: Curitiba	Estado: Paraná

Telefone: (41) 3350-5620

Tabela 1 Dados do sócio 1

Perfil: Excelentes capacidades de análise, escrita, raciocínio e de tecnologia da informação. Possui prática em solucionar conflitos dentro e fora do empreendimento, disponibilidade de horários.

Já estagiou como voluntária no departamento de Anatomia (UFPR) exercendo o papel de monitora, onde auxiliava os alunos a estudarem para a disciplina e a professora com as aulas. Estas atividades contribuíram para melhorar sua desenvoltura ao conversar com o público e conseguir se expressar melhor.

#### 2.2.2 Sócio 2

Nome: Fernanda Tomass e Souza

Endereço: Rua dos Funcionários Rua dos Funcionários, 1540 - Juvevê

Cidade: Curitiba Estado: Paraná

Telefone: (41) 3350-5620

Tabela 2 Dados do sócio 2

Perfil: Boas habilidades de comunicação, inglês fluente e habilidades artísticas. Experiências na área de climatologia e nutrição animal.

### 2.2.3 Sócio 3

Nome: Letic	ce Gue	des			
Endereço: Funcionário			ncionários	Rua	dos
Cidade: Cu	ritiba		Estado: Pa	ıraná	

Telefone: (41) 3350-5620

Tabela 3 Dados do sócio 3

Perfil: Já estagiou como voluntária no departamento de Anatomia (UFPR) exercendo o papel de monitora, onde auxiliava os alunos a estudarem para a disciplina. Foi estagiária do projeto Solo na Escola (UFPR) onde executava visitas pela Exposição Didática de Solos, com estudantes, professores e comunidade. Estas atividades auxiliaram a melhorar sua desenvoltura ao conversar com diversos públicos de diversas áreas, também a saber como se portar em diferentes locais e como apresentar projetos e trabalhos científicos.

Seu hobby favorito é cozinhar, e o executa muito bem. Possui excelentes capacidades de escrita, raciocínio e de solucionar conflitos dentro e fora do empreendimento, alta capacidade de cumprir prazos, disponibilidade de horários e carteira B.

#### 2.2.4 Sócio 4

Nome: Michelle Galvão de Oliveira

Endereço: Rua dos Funcionários Rua dos Funcionários, 1540 - Juvevê

Cidade: Curitiba Estado: Paraná

Telefone: (41) 3350-5620

Tabela 4 Dados do sócio 4

Perfil: Possui excelentes capacidades de escrita, negociação, análise, raciocínio e de cálculos. Possui disponibilidade de horários e carteira A e B. Sua postura profissional é ligada ao planejamento, estudo de dados, pesquisas de mercado e administração.

# 2.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa: Fishness Ltda.			
CNPJ/CPF: 68.943.938/3254-94 (fictício)			
Tabela 5 Dados do Empreendim	nento		
2.3.1 Setor de atividade			
Agropecuária Indústria X	Comércio		
Serviços Outros			
2.3.2 Forma jurídica			
	presa Individual de ponsabilidade		
Lim	itada - EIRELI		
Empresário Individual			
	Outra		
Sociedade			
X Limitada			

### 2.3.3 Enquadramento tributário

A Fishness Ltda. se enquadra como uma Micro Empresa (ME), pois se prevê uma receita bruta anual inferior a R\$ 360 mil. Logo, é possível optar pelo Simples Nacional, que é um programa do Governo Federal para simplificar a burocracia, recolhendo todos os impostos mensais numa única guia (DAS) e de forma reduzida. A alíquota varia conforme a atividade da empresa, sendo de 4,5% do faturamento bruto para a de "Fabricação de alimentos e pratos prontos", de código 1096-1/00.

### 2.3.4 Missão da empresa

Promover a qualidade de vida dos nossos consumidores, com alimentos selecionados, produzidos da melhor maneira, em um ambiente limpo e agradável, para maior qualidade e praticidade na hora do consumo.

#### 2.4 RECURSOS

### 2.4.1 Capital social

	Nome do Sócio	Valor (R\$)	% de participação
Sócio 1	Aline Werkauser	1859,63	25
Sócio 2	Fernanda Tomass	1859,63	25
Sócio 3	Letice Guedes	1859,63	25
Sócio 4	Michelle Galvão	1859,63	25
Total	4	7.438,51	100

Tabela 6 Total de recursos a serem investidos por cada sócio

# 2.4.2 Fonte de recursos

Os recursos serão aplicados pelos próprios sócios.

### 3 ANÁLISE DE MERCADO

#### 3.1 ESTUDO DOS CLIENTES

Antes de iniciar um empreendimento é importante considerar o mercado onde o produto/serviço será inserido. Um ponto fundamental a ser estudado é referente aos possíveis clientes deste produto.

Para isso, realizou-se uma pesquisa inicial a fim de conhecer o mercado consumidor em potencial do produto "Marmita Fishness – alimentação saudável", uma linha de marmitas desenvolvida visando a crescente demanda de alimentos saudáveis. Tal pesquisa ocorreu através de entrevistas pessoalmente e por dois questionários divulgados on-line.

Decidiu-se realizar a pesquisa com pessoas de academia pois acreditava-se que estes seriam consumidores mais focados em práticas de uma vida saudável e, deste modo, os mais prováveis consumidores da *Marmita Fishness*. Além disso, também foram abordados não frequentadores de academias, a fim de analisar a amplitude do possível público alvo, ou seja, o interesse da população em geral no consumo balanceado de alimentos.

Buscou-se fazer uma pesquisa aleatória, abrangendo diferentes idades e profissões. Ao todo obtiveram-se 242 respostas dos questionários, sendo 102 de frequentadores de academia e 140 de não frequentadores dos quais foram identificados 148 mulheres e 94 homens, distribuídos entre 8 e 76 anos. Observaram-se diversas profissões, como: estudante, professor, psicólogo, farmacêutico, enfermeira, gerente, médico veterinário, assistente, etc. Porém, notouse maior concentração de respostas na faixa etária dos 17 aos 26 anos e de estudantes, desta maneira, talvez seja necessário a realização de uma pesquisa não viesada pelos estudantes.

Após a pesquisa, constatou-se que a proporção de pessoas que buscam ter uma alimentação saudável (independente de frequentar ou não academia) mantinha-se quase a mesma para ambos os públicos. A Figura 1 apresenta os resultados totais, onde 173 indicaram que buscam e 69 que não.



Figura 1 Resultados da Pesquisa: Procura ter uma alimentação saudável?

Também se verificou qual a principal fonte proteica atual dos entrevistados. Dentre os frequentadores de academia, destacou-se o frango, com 58% das respostas, possivelmente por haver a associação de carne branca com menores índices de gordura e também pelo menor custo em comparação às outras carnes. Entre as demais pessoas, há maior consumo de carne bovina, com 52% (Figura 2). A porcentagem do peixe como principal fonte proteica como já era esperado manteve-se baixa, em 1%, demonstrando a importância desta empresa para o ramo da piscicultura pois, uma vez processado, o alimento (peixe) torna-se mais atrativo ao interesse dos consumidores.

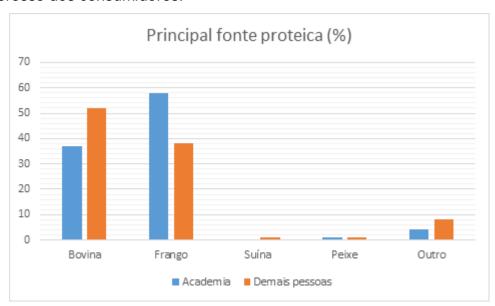


Figura 2 Resultados da Pesquisa: Comparação da principal fonte proteica de frequentadores de academia e não frequentadores

Sendo a *Marmita Fishness* um produto que oferece peixe como fonte proteica da refeição, tornou-se fundamental conhecer o hábito de consumo dele. Notou-se

que a parcela de pessoas que o consomem como principal fonte proteica é muito pequena (Figura 3), e mais de 70% dos entrevistados comem raramente peixe na semana.

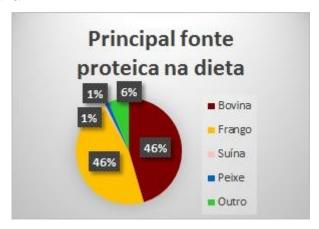


Figura 3 Resultados da Pesquisa: Principal fonte proteica do total de entrevistados

A princípio parecem dados desmotivadores para investir no produto. Porém, notou-se com as respostas posteriores que 86% das pessoas tem interesse em consumir peixe semanalmente (Figura 4). Ao comparar a frequência de consumo atual e a frequência desejada de consumo semanal (dos que gostariam disso), ressalta-se o interesse pelo aumento da ingestão desse alimento (Figura 5).



Figura 4 Resultados da Pesquisa: Interesse dos consumidores entrevistados em incluir peixes na dieta

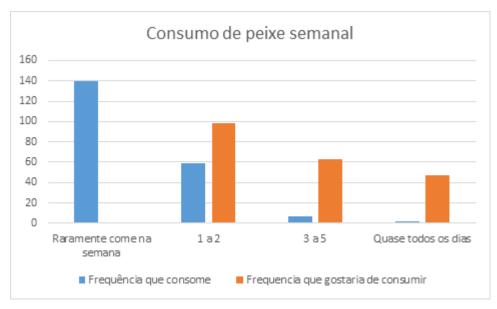


Figura 5 Resultados da Pesquisa: Comparação entre a atual frequencia de consumo de peixes e o consumo desejado.

Uma provável dificuldade a ser enfrentada é referente a elevada porcentagem de pessoas que afirmaram preparar sua refeição em casa, chegando a 70% dos entrevistados. Porém, vale considerar que a *Marmita Fishness* é produzida de forma caseira, sendo uma boa opção para quem deseja aliar uma refeição saudável com a praticidade de um alimento semi-pronto.

### 3.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES

### 3.2.1 Sua empresa

Qualidade	Excelente
Preço e condições de pagamento	R\$18,00 Pagamento à vista, cartão de débito ou crédito.
Localização	Empresa online: Facebook: @marmitafishness Site: www.wixsite.com/marmitafishness Rua João Alencar Guimarães, 1740 . Curitiba – PR. Brasil.
Atendimento	De segunda a sábado das 7h às 13h
Serviço aos	Venda das marmitas congeladas online.

clientes	Realiza entregas.
Garantias oferecidas	Alimento de boa qualidade, com ingredientes balanceados para a dieta de um adulto saudável.

Tabela 7 Características da empresa Fishness

# 3.2.2 Concorrente 1 - Bistro da Bibi

Qualidade	Desconhecida
Preço e condições de pagamento	R\$ 29,50 a 31,50 Pagseguro (crédito, débito ou boleto) ou tranferência bancária
Localização	Rua Nilo Peçanha, 1.398 Bom Retiro
Atendimento	De segunda a sexta das 10 às 18h. Sábado das 11:30 às 15h
Serviço aos clientes	Venda pelo site por encomenda. Pode ser retirada na loja ou por entrega (frete R\$ 10,00 para Curitiba)
Garantias oferecidas	Desconhecida

Tabela 8 Características do concorrente 1

# 3.2.3 Concorrente 2 - Prato Light

Qualidade	Desconhecida
Preço e condições de pagamento	R\$ 28,00 Pagamento em dinheiro, cartão (crédito ou débito), ticket restaurante sodexo Alimentação
Localização	Rua Augusto Stresser, 207
Atendimento	De segunda a sexta das 9 às 19h. Sábado das 9 às 13h
Serviço aos clientes	Venda pelo site por encomenda. Pode ser retirada na loja ou

	por entrega (frete R\$ 10,00 para Curitiba, mínimo de 5 marmitas)
Garantias oferecidas	Ingredientes naturais, com pouco sal e gordura.

Tabela 9 Características do concorrente 2

#### 3.2.4 Concorrente 3 - Vida Leve

Qualidade	Desconhecida
Preço e condições de pagamento	R\$ 27 a 34
Localização	Rua Augusto Severo, 381, Avenida Água Verde, 198 Rua Capitão Souza Franco, 606
Atendimento	De segunda a sexta das 9 às 19h. Sábado das 9 às 13h
Serviço aos clientes	Desconhecida
Garantias oferecidas	Ingredientes pouco calóricos, sal light, sem adição de conservantes, corantes e amaciantes. Padrão rigoroso de limpeza.

Tabela 10 Características do concorrente 3

### 3.3 CONCLUSÕES

A Fishness é uma empresa que está começando, então diferente das empresas que já estão no mercado, ainda não apresenta muitas opções de produtos.

Porém, já está sendo realizada uma nova pesquisa com os consumidores da *Marmita Fishness - Linha dieta saudável* a fim de conhecer melhor os desejos do público. Nela estamos analisando o interesse do consumidor em novas linhas de marmitas, como por exemplo, para emagrecer ou ganhar massa muscular, além da possibilidade de cardápios variados com outros acompanhamentos e espécies de

peixes, uma vez que nosso objetivo é o aumento do consumo dessa fonte de proteína.

### - Link para acessá-la aqui:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAlpQLSfYaTbmYHlfKgd9msXh\_0EqDu5 R28RdCl75bcf\_0a5YvtlTLQ/viewform#responses

A empresa oferece marmitas fitness com um preço razoável, inferior a algumas das concorrentes. E, referindo-se a tamanho, é maior que todas, possuindo 695 gramas balanceadas às necessidades nutricionais de um adulto saudável na hora do almoço, podendo ser dividida para duas pessoas na janta, enquanto as outras ficam na faixa das 300 a 400 gramas.

Buscando vender um produto de qualidade, a Fishness se preocupa tanto com a composição nutricional de suas marmitas, como com a sua embalagem. Diferente de algumas outras marcas as Marmitas Fishness possuem rótulos completos, indicando os ingredientes usados, instruções de preparo e um design que permite lacrar a embalagem.

#### 3.4 ESTUDO DOS FORNECEDORES

Produto	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização
Peixe	Terramare Foods	10kg filé de tilápia =R\$ 286,49	À vista, boleto, cartão de crédito ou débito.	Retirada no local após 2 dias úteis da encomenda .	R. Prof. Ulisses Vieira, 2446 - Santa Quitéria, Curitiba - Paraná
Arroz Integral Tio João	Muffato	1kg = R\$4,29	À vista, cartão de crédito ou débito.	Retirada no local, ou entrega com custo de frete.	Curitiba

Óleo de Canola Vitaliv	Muffato	900ml = R\$ 6,05	À vista, cartão de crédito ou débito.	Retirada no local, ou entrega com custo de frete.	Curitiba
Manteiga Batavo Extra sem sal	Muffato	200g = R\$ 6,79	À vista, cartão de crédito ou débito.	Retirada no local, ou entrega com custo de frete.	Curitiba
Sal Rosa do Himalaia	Extra	200g = R\$3,00	À vista, cartão de crédito ou débito	Retirada no local, ou entrega com custo de frete.	Curitiba
Verduras e Temperos	Ceasa	Varia conforme item	À vista ou cartão de débito	Compra no dia	Rod. Régis Bittencourt, 1010 - Tatuquara, Curitiba - PR Tel: (41) 3341-8300
Embalagen s	Pra Festa	24 unidades = R\$27,75	À vista, boleto, cartão de crédito ou débito.	De 4 a 7 dias	Rua Faustino Felix Bueno, 140 - Mairiporã - SP
Rótulo	Cia Artística	1m² = R\$40,00 (à partir de 10m²)	À vista ou cartão de débito	4 dias úteis	Rua Luiz Parigot de Souza, 105 - Portão, Curitiba - PR Tel: (41) 3347-4592

Tabela 11 Fornecedores

### 4 PLANO DE MARKETING

# 4.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS/SERVIÇOS

# 4.1.1 Linha: Marmita Fishness Alimentação Saudável

Está linha de produto é formulada a partir de uma dieta equilibrada de um adulto saudável (2000kcal ou 8400 kJ diários).

## 4.1.2 Composição

Batata doce, filé de tilápia, arroz integral, brócolis, couve-flor, cenoura, cebola, pepino, vagem, óleo de canola, ervas finas, manteiga sem sal, alho, sal rosa do himalaia, orégano.

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL 695 gramas (1 prato)				
Quantidade por porção		%VD (*)		
Valor calórico	639 Kcal = 2684 kJ	32%		
Carboidratos	84 g	28%		
Proteínas	32 g	43%		
Gorduras totais	19 g	35%		
Gorduras saturadas	4,5 g	21%		
Colesterol	56 mg	19%		
Fibra alimentar	13 g	51%		
Ferro	8,3 mg	59%		
Cálcio	247 mg	25%		
Sódio	797 mg	33%		

- \* % Valores Diários de referência com base em uma dieta de 2000 Kcal ou 8400 kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas
- \*\* Valor Diário não estabelecido

Tabela 12 Informações nutricionais

### 4.1.3 Embalagem

O produto vem conservado em uma embalagem primária de polipropileno, que pode ser congelada e utilizada em microondas para descongelamento do produto. Ela é transparente, possui formato retangular e suporta até 750 mL.

#### 4.1.4 Rótulo

O rótulo foi planejado com base no manual de rotulagem para alimentos embalados, disponibilizado no site da vigilância sanitária. Para tal, foram consideradas as resoluções 259/02, que indica as informações que devem constar em todos os rótulos, e 360/03 a qual basicamente comenta sobre a necessidade de colocar uma tabela nutricional com os dados do alimento. No rótulo constam as informações de: ingredientes, presença ou não de glúten e lactose, informações para alérgicos, validade do produto, lote, data de fabricação, nome e endereço da empresa, serviço de atendimento ao consumidor, marca do produto, tipo de produto, como deve ser mantido, peso líquido, informações nutricionais e instruções de preparo.

Ele é confeccionado de plástico próprio para rótulos que pode ser congelado. Seu tamanho é de 27x8.

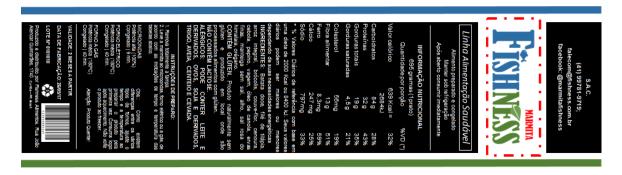


Figura 6 Primeira proposta de rótulo para a Marmita Fishness

### 4.2 PREÇO

Pela pesquisa de mercado realizada, o preço médio que os consumidores estão dispostos a pagar é de R\$15,00, entretanto nosso custo de produção é alto pois produzimos uma marmita com peso alto: 695g - o dobro dos nossos concorrentes (350g). Desta maneira, como estamos nos inserindo agora no mercado, o valor deverá ser mais baixo que dos concorrentes (média de R\$27) mas sem causar prejuízos para a empresa. Assim o valor final do nosso produto será de R\$18,00, visando atender a demanda dos consumidores.



Figura 7 Resultados da Pesquisa: Intervalos de preço que os consumidores entrevistados estão mais dispostos a pagar por produto

### 4.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Para promover o produto, inicialmente será realizado um evento de lançamento, no qual será apresentada a empresa e o produto em si, com todas as suas características e qualidades, explicitando a importância de uma vida saudável e a qualidade dos peixes. Ao final do mesmo, haverá uma distribuição de pequenas amostras da *Marmita Fishness*, com o intuito de provocar o paladar dos possíveis consumidores, além do sorteio de uma marmita completa.

Também será realizada a propaganda via facebook e site, com divulgação do produto e preços promocionais e a distribuição de folders informativos em locais como academias e lojas de produtos fitness.

Está sendo realizada pesquisas com os consumidores da *Marmita Fishness - Linha dieta saudável* a fim de conhecer melhor os desejos do público, para gerar novas linhas de marmitas, como por exemplo para emagrecer ou ganhar massa

muscular, além da possibilidade de cardápios variados com outros acompanhamentos e espécies de peixes, uma vez que nosso objetivo é o aumento do consumo dessa fonte de proteína. Uma vez que só haja uma linha de produtos no momento, se torna difícil a venda do mesmo, pois os consumidores gostam de variabilidade.

# 4.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A venda será feita principalmente de forma virtual, através de página própria da empresa no Facebook, pelo site da empresa e pelo Ifood. Em ambas as opções, o pedido pode ser retirado no local de fabricação, na rua João Alencar Guimarães, 1740. Curitiba – PR. Brasil. Se o consumidor preferir, será efetuada a entrega, havendo uma taxa adicional, variando conforme a região.

A fim de baratear a taxa de entrega e tornar o serviço mais interessante para os consumidores, as entregas serão realizadas inicialmente por uma das sócias, que possui uma moto Honda CG 150. E para a busca de insumos e entrega dos produtos, uma das sócias da empresa utilizará seu Fiat Fiorino Furgão 1.4, 2015.



Figura 8 Página do Facebook da Marmita Fishness



Figura 9 Site da empresa

# 4.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO (PRAÇA)

Venda online na página do facebook, no site da empresa ou pelo aplicativo lfood.

### 5 PLANO OPERACIONAL

### 5.1 CAPACIDADE PRODUTIVA/COMERCIAL/SERVIÇOS

Espera-se uma capacidade produtiva máxima de 22 marmitas por dia, considerando o horário de trabalho das 7 às 13h de segunda-feira a sábado, totalizando aproximadamente 572 marmitas no mês.

#### 5.2 PROCESSOS OPERACIONAIS

A estrutura alugada pela empresa Marmita Fishness, está dentro dos padrões estipulados pela Anvisa na Resolução-RDC ANVISA n° 216/04, que estabelece procedimento de boas práticas para a produção alimentícia, a fim de manter condições higiênico-sanitárias adequadas. A infraestrutura consiste em uma cozinha industrial já equipada com fogão, coifa, forno micro-ondas, bancadas de aço inoxidável, geladeira, freezers, forno, purificador de água, balança, lava-louças, máquina de lavar e Char Brailer e uma dispensa para alimentos não perecíveis. Também é necessário ter uma área que não está conectada com a diretamente com a cozinha, conforme a resolução, esta área é subdividida em um depósito para materiais de limpeza, um banheiro unissex e um vestiário.

A cozinha, segundo a Anvisa, tem que estar organizada para facilitar o trabalho. Deve haver divisão de áreas para manusear os produtos, estar limpa, iluminada, ventilada, ter proteção nas janelas, etc. Também é necessário levar em consideração a procedência da água que será utilizada na cozinha e no preparo dos alimentos, a rede de esgoto (caixas de gordura), que não poderá estar dentro da própria. Quanto ao lixo, dentro da cozinha devem ser usadas lixeiras com pedal, que evitam contaminação durante manuseio dos ingredientes.

Já os manipuladores/funcionários, receberão um guia de boas práticas para orientar quais os procedimentos que devem ser adotados ao trabalhar na cozinha. Por exemplo: lavar corretamente as mãos, manter as unhas sempre cortadas e limpas, prender o cabelo e colocar uma touca ou uma rede, não utilizar qualquer tipo de adorno, entre outros. Também serão colocadas placas informativas para relembrar quando necessário.

Será utilizado como base a Cartilha de Boas Práticas para Serviços de Alimentação da ANVISA Resolução-RDC nº 216/2004, esta foi feita para auxiliar os

comerciantes e os manipuladores a preparar, armazenar e a vender os alimentos de forma adequada, higiênica e segura, com o objetivo de oferecer alimentos saudáveis aos consumidores. Tudo isso, por meio do cumprimento das regras da RDC nº 216/04, voltadas aos serviços de alimentação, como padarias, cantinas, lanchonetes, bufês, confeitarias, restaurantes, comissarias, cozinhas industriais e cozinhas institucionais.

### 5.3 NECESSIDADE DE PESSOAL

É necessário realizar atividades relacionadas a: preparo das marmitas, entregas, reabastecimento de estoque, administração, atendimento de pedidos, monitoramento da linha de produção e limpeza. Como de início não serão contratados outros funcionários, haverá um rodízio de atividades entre as sócias, onde cada sócia executará mais de uma atividade por vez.

### 6 PLANO FINANCEIRO

### **6.1 INVESTIMENTO TOTAL**

### 6.1.1 Estimativa dos investimentos fixos

Apesar da cozinha já estar devidamente equipada para produção industrial, faz-se necessário a aquisição de alguns equipamentos e utensílios para uso próprio da empresa, indicados abaixo.

	Descrição	Qtde.	Valor unitário	Total
1	Freezer 337 L	1	1.243,55	1.243,55
2	Caldeirão Nº 36	6	124,99	749,94
3	Colher para Caldeirão	6	31,96	191,76
4	Espátula	2	11,89	23,78
5	Escorredor Nº 45	2	151,76	303,52
6	Tábua	3	19,99	59,97
7	Conjunto de Facas	1	57,73	57,73
8	Geladeira	1	2354,99	2354,99
9	Prateleiras	1	187,14	187,14
	Total			5.172,58

Tabela 13 Estimativa de investimentos fixos.

### 6.1.2 Capital de giro

A produção será feita em pequenas quantidades, mantendo um estoque de ingredientes necessários para a produção de uma semana, o qual será reabastecido

nas segundas-feiras, ou quando for necessário. Como não há quantidade fixa, visto que depende da demanda do produto, o capital de giro será calculado com base na produção máxima que a empresa pode alcançar na situação de produção inicial. Para isso, estimou-se que o máximo de marmitas que podem ser produzidas é de 22 diárias, totalizando 132 semanais. Só haverá estoque em maior quantidade de embalagens e rótulos, pois os mesmos tem seu custo reduzido quando comprados em grandes quantidades e, não são perecíveis.

### A – Estimativa do estoque inicial:

Máxima					
Ingredientes	Quantidade utilizada (g/ml/unidade)	Quantidade utilizada para 132 marmitas (g/ml/unidade)		emanal (132 narmitas)	
Tilápia	115	15180	R\$	680,7240	
Arroz	100	13200	R\$	28,3140	
Batata doce	180	23760	R\$	20,0093	
Couve flor	90	11880	R\$	11,8462	
Brócolis	90	11880	R\$	11,8462	
Cenoura	70	9240	R\$	9,1385	
Vagem	20	2640	R\$	7,6097	
Pepino	30	3960	R\$	9,5897	
Cebola	35	4620	R\$	0,4852	
Alho	3	396	R\$	1,1266	
Ervas finas	5	660	R\$	33,0000	
Orégano	1	132	R\$	4,7520	
Sal	3	396	R\$	2,1513	
Óleo de canola	10	1320	R\$	4,4367	
Manteiga sem sal	5	660	R\$	6,6154	
Total			R\$	831,6447	

Tabela 14 Estimativa de estoque inicial de ingredientes

Custos adicionais	Unidades	Valor		alor idade		nsal (572 rmitas)
Embalagem	24	19,38	R\$	0,81	R\$	461,89
Rótulo	m² / 46 rótulos	40	R\$	0,87	R\$	497,39
Total	-	-		-	R\$	959,28

Tabela 15 Estimativa de estoque inicial de embalagens e rótulos

B – Caixa mínimo: considerando-se o estoque necessário semanalmente, precisaria-se de no mínimo R\$ 831,65. E acréscimo mensal de 959,28 com os custos de embalagens e rótulos (R\$ 251,56 semanais).

# 6.1.3 Investimentos pré-operacionais

Registro da empresa (CNPJ): R\$475,00

## 6.2 ESTIMATIVA DO CUSTO UNITÁRIO

Ingredientes	Quantidade utilizada (g/ml/unidade)	R\$ I	unitário
Tilápia	115	R\$	5,1570
Arroz	100	R\$	0,2145
Batata doce	180	R\$	0,1516
Couve flor	90	R\$	0,0897
Brócolis	90	R\$	0,0897
Cenoura	70	R\$	0,0692
Vagem	20	R\$	0,0576
Pepino	30	R\$	0,0726
Cebola	35	R\$	0,0037
Alho	3	R\$	0,0085
Ervas finas	5	R\$	0,2500
Orégano	1	R\$	0,0360
Sal	3	R\$	0,0163
Óleo de canola	10	R\$	0,0336
Manteiga sem sal	5	R\$	0,0501
Embalagem	1	R\$	0,8075
Rótulo	1	R\$	0,8696
Total		R\$	7,9774

Tabela 16 Estimativa de custo unitário de cada insumo

# 6.3 ESTIMATIVA DO CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO

Sendo o imposto de 4,5% do faturamento bruto para a atividade de "Fabricação de alimentos e pratos prontos", seu custo em cada unidade do produto é de R\$ 0,81 dos 18 reais cobrados.

As compras realizadas pelo Ifood terão 12% de seu valor retido como comissão do aplicativo. Ou seja, na compra de uma marmita, R\$ 2,16 entraria como custo de comercialização. Não há cobranças adicionais para venda pelo aplicativo.

Será debitado o valor referente às taxas fixas quando houver pagamento com cartão (crédito ou débito).

Tipo	Bandeiras	Recebe em	À vista	Parcelada*
Crédito	VISA Delo	1 dia	4,99%	5,59%
		30 dias	3,19%	3,79%
Débito	VISA DED BARI	1 dia	2,39%	-
Refeição/ Voucher	● Ticket° sodexo 🚾	Taxas e prazos de re as bandeiras. Saiba		rem negociados com

<sup>\*</sup> Vendas parceladas têm acréscimo de 2,99% ao mês

#### 6.4 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA

Como a quantidade de produto produzida varia conforme a demanda, será estimado o faturamento com base na quantidade de marmitas mínimas que deverão ser vendidas. Para essa estimativa, considerou-se atingir renda mensal de R\$ 2.400 (600 reais para cada sócia), o aluguel das instalações de R\$750,00 para cobrir os gastos de aluguel e produção (água, energia e gás), o custo unitário de produção de R\$ 7,98 e o preço de venda de R\$ 18,00

Considerando os meios de venda e pagamento, será estipulada as quantias mínimas na situação que teria maior dedução comercial e na de menor.

 Maior dedução comercial (venda pelo Ifood e pagamento com cartão de débito)

Custo unitário + imposto (4,5%) + comissão Ifood (12%) + taxa do cartão (2,39%)

Custo total = 7,98 + 0,81 + 2,16 + 0,43

Custo total = 11,38 reais

Lucro = 18,00 - 11,38 = 6,62 reais/unidade

Quantidade produzida = (despesas) / lucro

Quantidade produzida = (2.400 + 750) / 6,62

Quantidade produzida = 476 marmitas/mês

 Menor dedução comercial (venda pelo facebook e site, pagamento em dinheiro)

Custo total = Custo unitário + imposto (4,5%)

Custo total = 7,98 + 0,81

Custo total = 8,79 reais

Lucro = 18,00 - 8,79 = 9,21 reais/unidade

Quantidade produzida = (despesas) / lucro

Quantidade produzida = (2.400 + 750) / 9,21

Quantidade produzida = 342 marmitas/mês

# 6.5 ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO

A depreciação dos equipamentos e local estão inclusos no valor de R\$750,00 mensais.

Há um custo variável com depreciação de utensílios como panelas, talheres, eletrodomésticos, entre outros, que são estimados em torno de R\$400,00 semestrais.

Sobre os veículos, a moto Honda CG 150, 2015, tem como custos de manutenção: troca de pneu a cada 3.000km rodados (R\$150,00 dianteiro e R\$190,00 traseiro); as revisões até 5 mil km rodados custam em torno de R\$ 330,00; o valor do IPVA é calculado por 2% da tabela FIPE (2013: R\$ 5.805,00) = R\$116,10 ; e o DPVAT é de R\$ 180,65 (2017).

O Fiat Fiorino Furgão 1.4, 2015 tem como custos de manutenção: troca de pneu a cada 10.000 km rodados (cerca de R\$ 237,00 cada pneu); as revisões até 50.000 km rodados custam em torno de R\$ 2.168,00; o valor do IPVA é calculado por 2% da tabela FIPE (2015: R\$ 36.074,00) = R\$721,48; e o DPVAT é de R\$ 63,69 (2017).

O custo de depreciação anual varia em torno de: R\$4.960,00.

#### 6.6 ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

O custo fixo mensal é de R\$ 750,00, referente ao aluguel das instalações, independente da quantidade de marmitas que serão produzidas no mês. Tal valor foi fixado pensando em cobrir os gastos da capacidade máxima de produção, além de considerar a depreciação dos equipamentos utilizados do local.

A tabela abaixo indica o custo médio unitário de cada marmita, e os valores proporcionais para a quantidade mínima de venda nos casos de menor e maior incidência de encargos comerciais e da capacidade máxima de produção, respectivamente.

	Unitário	342	marmitas	476	marmitas	572	marmitas
Água	R\$ 0,09	R\$	31,60	R\$	43,99	R\$	52,86
Gás	R\$ 0,95	R\$	325,23	R\$	452,66	R\$	543,96
Luz	R\$ 0,12	R\$	41,00	R\$	57,06	R\$	68,57
Total	R\$ 1,16	R\$	397,83	R\$	553,71	R\$	665,38

Tabela 17 Custos Fixos Operacionais

### 5.7) DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Demonstativo de resultados						
Descrição	R\$	%				
Receita total com vendas	R\$ 8.568,00	100,00%				
Custos variáveis totais	-R\$ 3.798,48	44,33%				
Imposto sobre vendas	-R\$ 385,56	4,50%				
Gastos com vendas	-R\$ 1.232,84	14,39%				
Margem de Contribuição	0,3678					
Custos fixos totais	-R\$ 750,00	8,75%				
Resultados operacional	R\$ 2.401,12	28,03%				

Tabela 18 Resultados operacionais

### 6.7 INDICADORES DE VIABILIDADE

Para cálculo dos indicadores de viabilidade será considerada a venda com maiores custos comerciais, indicada anteriormente.

### 6.7.1 Ponto de equilíbrio (PE)

Quanto a empresa precisa faturar para pagar seus custos em um determinado período.

PE = custo fixo total / índice da margem de contribuição\*

\*índice da margem de contribuição = (receita total - custo variável total) / receita total

- Custo fixo = R\$ 750,00, referente ao valor acordado para cobrir gastos com luz, água, gás e depreciação do equipamento.
- Receita total = R\$ 8.568, referente às 476 marmitas que deverão ser vendidas em média, com um valor de 18 reais e lucro de R\$ 6,62, para proporcionar a

renda complementar mensal de 600 reais estipulado para cada sócia, pagando os R\$ 750,00 de despesas fixas.

 Custo variável total = R\$ 5.416,88, referente ao montante do custo unitário de cada uma das 476, considerando os ingredientes, imposto, taxa do cartão e do aplicativo Ifood, sendo cada uma R\$ 11,38.

Logo:  $PE = 750 \div [(8.568 - 5.416,88) \div 8.568]$ 

PE = 2.039,27 reais mensais, ou aproximadamente 114 marmitas.

#### 6.7.2 Lucratividade

Indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas

- Lucro líquido = R\$ 2.401,12, referente ao montante do lucro unitário de cada uma das 476 marmitas vendidas mensais (R\$ 3.151,12), sendo R\$ 6,62 cada uma, excluindo 750 reais de custos fixos.

#### Logo:

Lucratividade = (lucro líquido ÷ receita total) x 100

Lucratividade =  $(2.401,12 \div 8.568) \times 100$ 

Lucratividade = 28,02%

#### 6.7.3 Rentabilidade - referente ao retorno do capital investido pelos sócios

 Investimento total = R\$ 7.438,51, referente aos equipamentos necessários, o capital de giro, as embalagens/rótulos do primeiro mês e o registro da empresa.

#### Logo:

Rentabilidade = (Lucro líquido ÷ investimento total) x 100

Rentabilidade =  $(2.401,12 \div 7.438,51) \times 100$ 

Rentabilidade = 32,29%

## 6.7.4 Prazo de retorno do investimento (PRI)

PRI = investimento total ÷ lucro líquido

$$PRI = 7.438,51 \div 2.401,12$$

PRI = 3,10 meses

#### 7 IDEIAS FUTURAS

Como plano futuro, deseja-se realizar parcerias com cantinas de academias, postos de gasolinas, pequenos mercados, onde seriam colocados nos refrigeradores contendo as *Marmitas Fishness*, sendo os estabelecimentos responsáveis pela venda. No caso de uso de refrigeradores próprios da empresa Fishness, o valor do mesmo deveria ser computado no valor das marmitas.

O preço de venda para os estabelecimento interessados seria de R\$18,00, podendo haver um desconto conforme a quantidade comprada, e este proporia o preço desejado para tornar a venda das *Marmitas Fishness* rentável, porém sem fugir da proposta de um valor competitivo neste mercado, de no máximo R\$25,00.

Também se pretende contratar um motoboy para realizar entregas, um exemplo seria a parceria com a empresa *motoboy.com* onde o valor por km é de R\$ 1,50, somado ao valor por ponto parado de R\$ 5,00.

### 8 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

#### Forças:

- Determinação;
- Ambiente em condições higiênico-sanitárias adequadas;
- Preço de venda competitivo;
- Atendimento personalizado por proporcionar encomendas pela internet e aplicativos, além de realizar entregas à domicílio;
- Estrutura indicada conforme Anvisa.

#### Oportunidades:

- Clientes interessados em adicionar e/ou aumentar o consumo de peixe semanalmente;
- Demanda crescente por produtos semi-prontos;
- Facilidade de venda pela utilização de recursos da Internet.

#### Fraquezas:

- Recursos financeiros reduzidos;
- Falta de experiência no ramo;
- Empresa nova no mercado;
- Poucas linhas de produtos;
- Não atingir o mínimo de venda mensal.
- Alto custo em comparação com os valores que os consumidores entrevistados estão dispostos à pagar.

#### Ameaças:

- Proteína com valor elevado;
- Outros concorrentes com mais tempo de mercado;
- Elevada porcentagem de consumidores que fazem sua comida em casa;

Tabela 19 Matriz F.O.F.A.

## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o contexto estudado e todo o trabalho que foi realizado, a empresa *Fishness* pode ser considerada viável à principio. Tendo em vista que, seu retorno de investimento se daria em 3,1 meses.

Porém deve ser considerado, antes da real aplicação prática do projeto, o cenário não muito propício ao desenvolvimento da empresa. No caso de apenas uma linha de produto, ou seja, apenas um cardápio, se faria necessário o desenvolvimento de novas linhas para a comercialização.

Já com este problema em vista, está sendo realizada uma nova pesquisa com aqueles que consumiram a amostra da *Marmita Fishness* durante a apresentação, a fim de avaliar as melhores estratégias para prosseguir com o negócio.

#### Algumas Referências

#### Fonte para os dados de enquadramento tributário:

https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/tabela-simples-nacional/

#### Gastos com o carro a ser utilizado:

https://www.tabelafipebrasil.com/motos/HONDA/CG-150-FAN-ESI--150-FAN-ESI-FLEX

http://revistaautoesporte.globo.com/Noticias/noticia/2016/12/seguro-dpvat-ficara-mais-barato-em-2017.html

http://ipva-gov.org/ipva-de-veiculo-utilitario/

http://revistaautoesporte.globo.com/Noticias/noticia/2016/12/seguro-dpvat-ficara-mais-barato-em-2017.html

#### Empresa de entregas

https://www.motoboy.com/pr/curitiba

#### Cartilha de boas práticas para serviços de alimentação - ANVISA

http://portal.anvisa.gov.br/documents/33916/389979/Cartilha+Boas+Pr%C3%A1ticas +para+Servi%C3%A7os+de+Alimenta%C3%A7%C3%A3o/d8671f20-2dfc-4071-b516-d59598701af0

#### Como elaborar um plano de negócios

https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-denegocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD  $\rightarrow$  Arquivo em PDF disponível.

#### **ANEXO A**

# RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO DE OPINIÃO DOS NÃO FREQUENTADORES DE ACADEMIA.

#### Profissão:

Açougueiro Administrador (3) Advogado Agricultor (2) Apicultor Aposentado (3) Assistente (2)

Assistente Administrativo Assistente operacional

Atendente (7)

Auxiliar de Administração

(2)

Auxiliar de Expedição

Bancário Biologa Cabelereira Cobrador (3) Contador (2)
Desemregado
Designer (3)
Educador social
Empresário (3)
Engenheiro Civil
Estudante (52)
Farmacêutica (3)

Frentista

Funcionária Pública

Estadual Gerente (2)

Ilustrador Freelancer

Montador Nutricionista Operador de caixa Professor (11) Psicóloga (4) Quimico

Representante Comercial

Servidor Público

Sindica Sub-Gerente Tatuador

Técnico de enfermagem (4) Técnico de laboratório

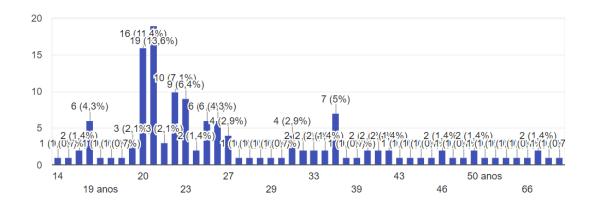
Técnico eletrônico

Tecnóloga em Agronegocio

Telefonista Vendedor (2) Veterinária

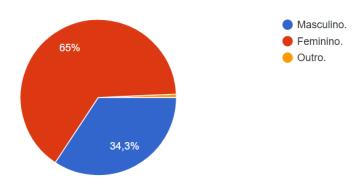
Vigilante/Segurança

#### Idade



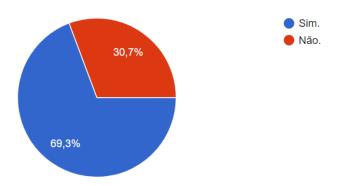
#### Sexo

140 respostas

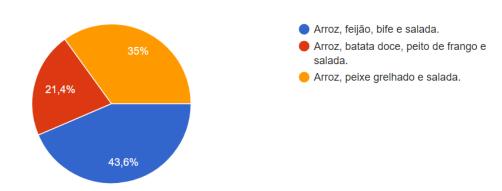


# Você procura ter uma dieta saudável?

140 respostas

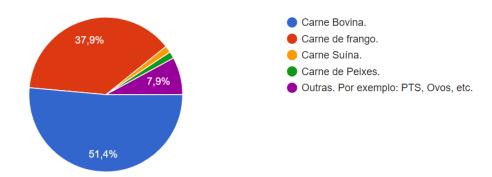


# Dentre as opções de possíveis dietas saudáveis abaixo, qual você prefere?



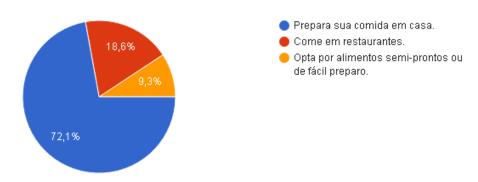
## Qual é a principal fonte de proteína da sua alimentação?

140 respostas

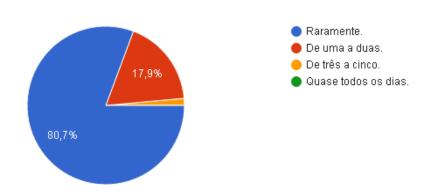


## Você geralmente:

140 respostas

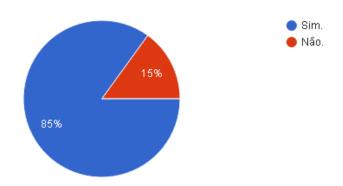


# Quantas vezes por semana você come peixe?



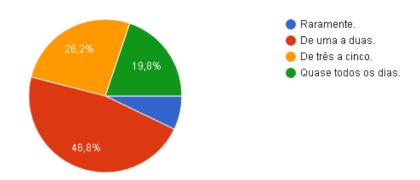
## Você estaria disposto a incluir peixes na sua alimentação semanal?

140 respostas



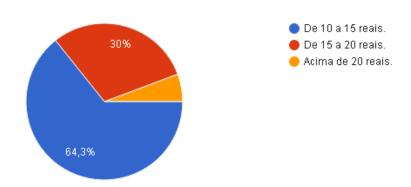
## Se sim, quantas vezes por semana você comeria?

126 respostas



## Até que valor você estaria disposto a pagar por uma refeição?

140 respostas



Gostaria de adicionar algum comentário quanto ao consumo de peixes? (26 respostas)

Acho importante, pois além de ser saboroso é muito saudável.

Só como Peixes quando são fritos

Que deveria ser mais divulgado e mais barato

Infelizmente não posso comer peixes.

Peixe é bom ao cardápio, mas uns são melhores que os outros.

20 reais se a comida for muito boa. Seria bom maior variedade de peixes na alimentação.

Comecei a me adaptar a comer peixes recentemente. Sinto falta de opções de peixes em cardápios de restaurantes, geralmente há uma variedade de bife, bisteca, linguiças, Quando fornecem peixes é um dia por semana e um tipo apenas.

AMOW! Mas a grana é curta e o peixe é caro. :'(

Gostaria de comer peixe todos os dias, porém a opção é caríssima.

Não gosto muito do sabor do peixe

Prefiro comer outras carnes, não gosto de peixe.

Ótimo para saúde. Rico em ômega, só não comam peixaria pana. E um peixe vietnamita que vive como ratos aquáticos.

Sim, infelizmente o peixe está muito caro, então a população procura outras fontes de proteínas...!

Procuro manter uma dieta equilibrada. Não consumo peixes nem frutos do mar.

Difícil de preparar em casa

Todos gostam de carne de peixe. Pena ser tão caro!

é muito bom e dá pra substituir carne bovina tranquilo

Não consumo mais por seu elevado valor financeiro.

Pirão, molhos

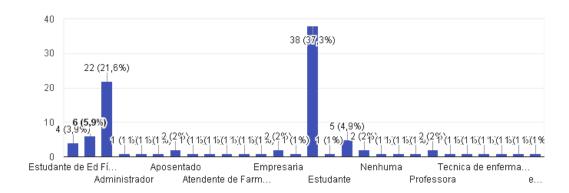
Levar em consideração alergia a frutos do mar ou semelhantes

#### **ANEXO B**

# RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO DE OPINIÃO DOS FREQUENTADORES DE ACADEMIA.

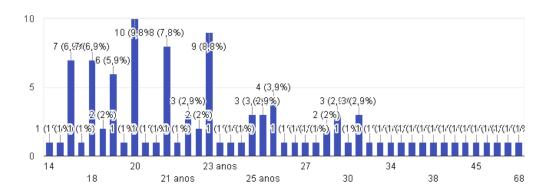
#### Profissão

102 respostas

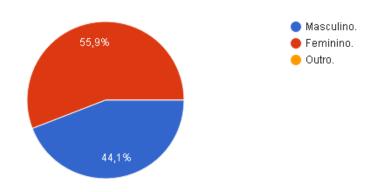


#### Idade

102 respostas

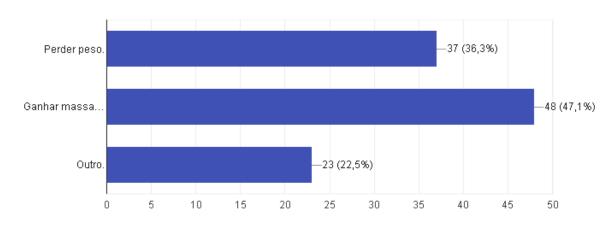


#### Sexo



## Por qual motivo você buscou frequentar uma academia?

102 respostas

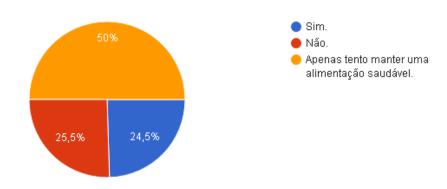


## Você faz acompanhamento com um nutricionista?

102 respostas

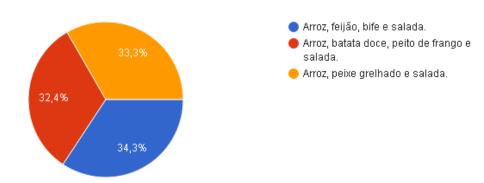


## Você segue alguma dieta específica para atingir o seu objetivo?



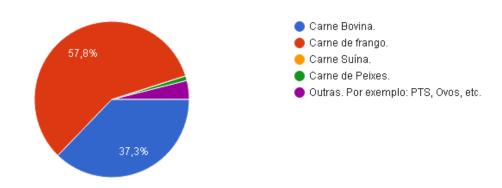
# Dentre as opções de possíveis dietas saudáveis abaixo, qual você prefere?

102 respostas



# Qual é a principal fonte de proteína da sua alimentação?

102 respostas

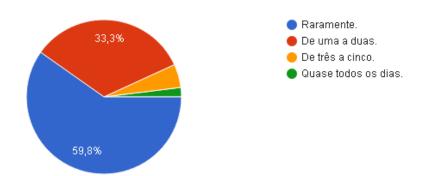


# Você geralmente:



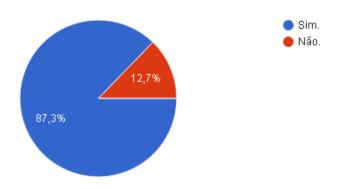
# Quantas vezes por semana você come peixe?

102 respostas

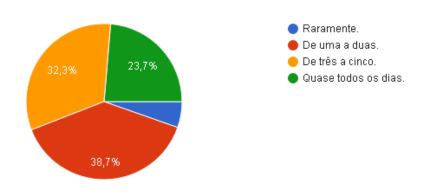


# Você estaria disposto a incluir peixes na sua alimentação semanal?

102 respostas

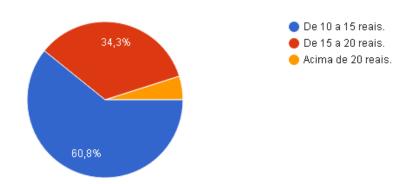


# Se sim, quantas vezes por semana você comeria?



### Até que valor você estaria disposto a pagar por uma refeição?

102 respostas



Gostaria de adicionar algum comentário quanto ao consumo de peixes? (12 respostas)

Sim, peixes variam muito de uma espécie para outra na quantidade de proteínas geralmente consumo tilápia ou cação.

Me gerou interesse em focar mais na variação dos meus hábitos alimentares.

Peixe com limão é muito bom!! Porém dizem por ai que é perigoso comer peixe, por exemplo pescar: riu poluído; ou o medo de conter mercúrio.

O peixe só não é mais consumido por conta dos preços altos.

Cidades mais retiradas do litoral tem um valor menos acessível para peixes e os mesmos não são tão frescos, e comer peixe congelado na minha opinião, a carne fica aguada.

Se pudesse, marcaria menos do que 10 reais.

Não gosto de peixe

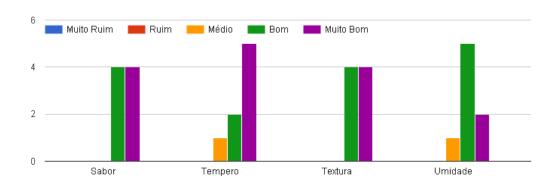
Como peixe pelo fato de não comer carne.. Gosto muito tbm.

Prefiro tilápia.

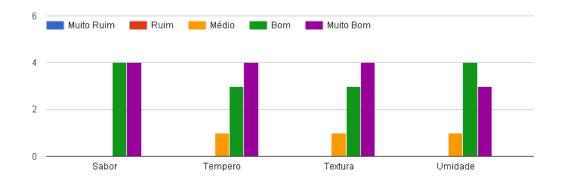
#### **ANEXO C**

# RESULTADO PARCIAL DO QUESTIONÁRIO DE OPINIÃO SOBRE AS AMOSTRAS OFERTADAS NA APRESENTAÇÃO.

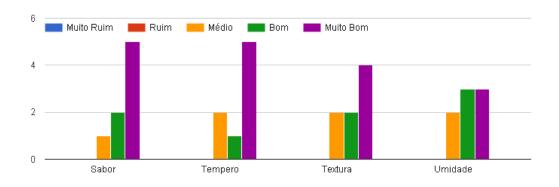
## Com relação à Batata Doce:



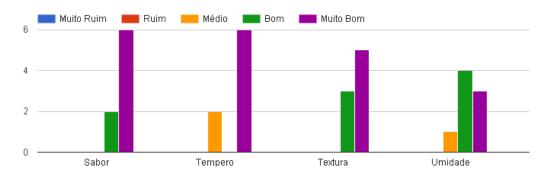
## Com relação ao Arroz Integral



## Com relação ao Mix de Legumes

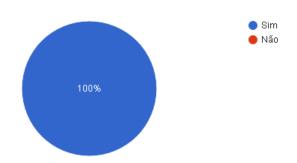


## Com relação ao Filé de Tilápia Grelhado



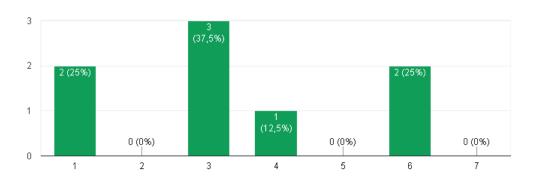
De acordo com o que você experimentou, você gostaria de comprar produtos da marca Fishness novamente?

8 respostas



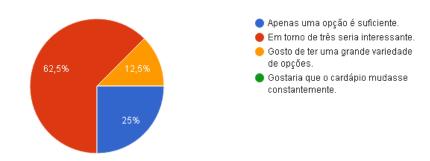
Que bom que você gostou do nosso produto!

Quantas vezes por semana você gostaria de comprar as Marmitas Fishness?



#### Quanto à variedade, você gostaria de ter quantas opções de cardápio?

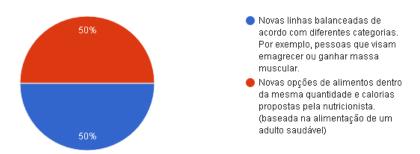
8 respostas



#### Então você gosta de variedade, não é?

#### Você gostaria de:

6 respostas



#### Que tal sugerir algumas novas ideias de alimentos?

#### Comente ingredientes que você gostaria de ver na sua Marmita Fishness

3 respostas

sushi!! kkkk

Camarão e outros frutos do mar, mais variedades de peixes e legumes. Purê de batata.

nhoque de batata doce - copiado da concorrência

## É uma pena...

Poderia citar os motivos mais relevantes para você não estar interessado no nosso produto?

0 resposta

Ainda não há respostas para esta pergunta.

Gostaria de fazer alguma sugestão para podermos melhorar?

0 resposta

Ainda não há respostas para esta pergunta.

A empresa Fishness agradece a sua colaboração!