

CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO
Técnico em Administração

Adriane Ribeiro Batista
Horjan Paulo Gomes Gusmão
Lucas Felipe Demori Gusmão
Luis Antônio Aparecido Teixeira
Tatiane Paulino Francisco
Taynara Damaris Rodrigues Calado
Willian César da Rocha Ragazzi

SAÚDE DO TRABALHADOR: Alimentação saudável e ou Fitness
visando o bem estar e qualidade de vida.

Tupã - SP
2016

Adriane Ribeiro Batista
Horjan Paulo Gomes Gusmão
Lucas Felipe Demori Gusmão
Luis Antônio Aparecido Teixeira
Tatiane Paulino Francisco
Taynara Damaris Rodrigues Calado
Willian César da Rocha Ragazzi

**SAÚDE DO TRABALHADOR: Alimentação saudável e ou Fitness
visando o bem estar e qualidade de vida.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Professor Massuyuki Kawano, orientado pelo Prof^a. Esp. Renata Miranda Duarte, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em administração.

Tupã - SP

2016

ETEC PROF. MASSUYUKI KAWANO
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Adriane Ribeiro Batista
Horjan Paulo Gomes Gusmão
Lucas Felipe Demori Gusmão
Luis Antônio Aparecido Teixeira
Tatiane Paulino Francisco
Taynara Damaris Rodrigues Calado
Willian César da Rocha Ragazzi

SAÚDE DO TRABALHADOR: Alimentação saudável e ou Fitness
visando o bem estar e qualidade de vida.

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Esp. Renata Miranda Duarte
Orientador

Prof. (a). Donizete Vieira da Costa
Avaliador

Precila Rodrigues
Avaliador

Douglas Belo Bernardi
Avaliador

Paulo Luis de Brito
Avaliador (a)

Tupã, 28 de Junho de 2016.

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

Dedicamos nosso trabalho primeiramente a Deus, que nos vem dando forças diariamente. Dedicamos também às nossas famílias que nos apoiaram em todas e quaisquer escolhas. Dedicamos nosso trabalho aos únicos e incomparáveis professores da ETEC Prof^o Massuyuki Kawano, que nos deram o tão precioso entendimento e ensino. Dedicamos aos nossos professores orientadores Dercílio Volpi Júnior e Renata Miranda Duarte, que durante todo o processo tiveram paciência e carinho ao nos corrigir e indicar. Dedicamos então á estes, os quais sem, jamais conseguiríamos concluir esta etapa.

Agradecemos a Deus por nossas vidas e pela oportunidade de concretizar esse objetivo.

A ETEC Prof. Massuyuki Kawano por nos propiciar o ambiente necessário para nossa aprendizagem da melhor maneira possível, assim, conseqüentemente por nossos desenvolvimentos pessoais e profissionais.

Aos Professores do Curso Técnico de Administração pela paciência e disposição depositada em todos os momentos de compartilhamento de seus conhecimentos profissionais e sociais. Dedicamos a nossas famílias, que me nos apoiaram durante toda a trajetória que levou a tão sonhada conquista.

"Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível."

Charles Chaplin

RESUMO

Introdução: De acordo com as pesquisas realizadas, existe um déficit muito grande no mercado de organizações que ofereça alimentação adequada e especializada para os colaboradores, e há um aumento enorme no interesse da população na procura de alimentos saudáveis/*fitness*. **Objetivos:** O objetivo é proporcionar alimentação correta para cada tipo de trabalhador de acordo com sua necessidade, tudo isso em parceria com nutricionista. **Metodologia/Desenvolvimento:** Foi utilizada uma pesquisa bibliográfica através de revistas, sites confiáveis e periódicos, analisando a sociedade, o problema e a necessidade desse tipo de serviço, juntamente com a aplicação de uma pesquisa de campo para obtenção de informações, que foi transformado em gráficos para melhor clareza dos seus resultados. A ferramenta CANVAS também foi utilizada para modelagem da empresa, e foi essencial para o planejamento. **Resultados:** Devido à correria do dia-a-dia dos trabalhadores, conseguimos constatar com a pesquisa de campo o interesse da população por alimentação saudável, tanto nas instituições (empresas), como no restaurante, pela praticidade e preço acessível. Por esse motivo houve a criação da empresa Fitness Food, que preenche essa necessidade do consumidor. **Considerações Finais:** Conclui-se que a alimentação saudável irá proporcionar uma melhora no desempenho e na disposição do trabalhador para realizar as tarefas diárias na organização suprir suas necessidades do cotidiano.

Palavras-chave: Alimentação, saúde, *fitness*, restaurante.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Planta Baixa.....	29
-------------------------------------	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Sexo	38
Gráfico 02 - Idade.....	39
Gráfico 03 - Trabalho	39
Gráfico 04 - Alimentação Saudável	40
Gráfico 05 - Preocupação.....	40
Gráfico 06 - Refeições.....	41
Gráfico 07 - Onde costuma almoçar.....	42
Gráfico 08 - Almoço na Empresa	42
Gráfico 09 - Restaurante	43
Gráfico 10 - Doença	44

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. PLANO DE NEGÓCIOS	16
2.1. SUMÁRIO EXECUTIVO	16
2.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	17
2.2.1 Dados dos Fundadores e Empresários	17
2.2.2. Experiência Profissional e Atribuições.....	18
2.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO	19
2.3.1. Missão e Visão de Empresa.....	19
2.3.2. Setor de Atividade	20
2.3.3. Forma Jurídica	20
2.3.4. Enquadramento Tributário	20
2.4. CAPITAL SOCIAL.....	21
2.5. FONTE DE RECURSOS	21
2.6. ANÁLISE DE MERCADO	23
2.6.1. Análise dos Clientes	23
2.6.2. Análise dos Concorrentes.....	24
2.6.3 Análise dos Fornecedores	25
2.7. PLANO DE MARKETING	27
2.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços	27
2.7.2. Preço	27
2.7.3. Estratégias Promocionais.....	28
2.7.4. Estrutura de Comercialização	28
2.7.5. Localização da Empresa	28
2.8. PLANO OPERACIONAL	29
2.8.1. Layout ou Arranjo Físico	29
2.8.2. Capacidade Produtiva	29
2.8.3. Necessidade de Pessoal	30
2.9. PLANO FINANCEIRO	31
2.9.1. Estimativa do faturamento mensal da empresa.....	31
2.9.2. Estimativa do custo unitário variável para cada produto	32
2.9.3. Estimativa dos custos fixos mensais da empresa	34
2.9.4. Margem de contribuição unitária	35
2.9.5. Ponto de equilíbrio	36
2.10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	36
3. PESQUISA DE CAMPO	38
CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
REFERÊNCIAS	47
APÊNDICE A – MODELO DE PESQUISA APLICADO	48
APÊNDICE B– CONTRATO SOCIAL	49
APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS	52

1. INTRODUÇÃO

O projeto de pesquisa está ligado a saúde do trabalhador, que abrange uma alimentação saudável e ou *Fitness* visando o bem estar e qualidade de vida.

O problema identificado não foi apenas entre os colaboradores de uma empresa, mas também na sociedade, é a falta de alimentação saudável.

Observa-se que existe grande parte da população acima do peso, isso se deve por mau comportamento alimentar e a falta de tempo, pois hoje muitas pessoas não têm tempo de cozinhar seu próprio alimento, por isso optam por *Fastfood*, que também não tem todos os nutrientes necessários para nos manter bem dispostos o dia inteiro.

Essa falta de preocupação com a alimentação é um problema cada vez mais agravante, isso influencia em todas as áreas de nossas vidas. Alguns exemplos disso seriam: o mal estar constante que algumas pessoas têm ao acordarem; quando praticam exercícios físicos; isso se dá por falta de nutrientes no corpo.

Em uma organização onde funcionários que não tem boa alimentação diária, ocasionam em baixo rendimento na função que exercem, e infelizmente as empresas ainda não se preocupam o suficiente com a alimentação que oferecem para seus colaboradores.

O colaborador que não se alimenta de forma ideal, dependendo da sua função na organização, tem dificuldade na realização de suas tarefas, pois aquele que passa o dia inteiro na empresa e não tem condições de almoçar em restaurante ou tempo de fazer seu próprio alimento se prejudica com a falta desses nutrientes necessários, pois nem sempre um prato de arroz, carne e feijão, é suficiente para mantê-lo disposto o dia inteiro.

Se afeta a saúde do colaborador, conseqüentemente afeta a organização, pois se eles não estão bem de saúde, ou com má disposição, o trabalho não tem rendimento, então terão faltas e atrasos, ou por idas constantes ao médico, pode haver uma rotatividade de funcionários maior na empresa, porque muitos, mesmo que não se importem com a alimentação, quando as conseqüências

começam a aparecer eles procuram ajuda e caso seja algo grave se afastam para começar um possível tratamento.

As empresas que oferecem alimentação dentro da organização já se preocupam com o colaborador, porém é possível melhorar, trabalhar individualmente com colaborador é algo escasso no mercado, esse diferencial com o passar do tempo trás melhora na lucratividade da empresa, pois os mesmos saudáveis trabalhariam mais dispostos. A empresa que tiver condições de adquirir esse serviço, não será em vão.

Por qual motivo as empresas não investem nesse tipo de serviço? A falta dessa alimentação saudável nas organizações é pelo fato das empresas não se preocuparem com colaborador? As organizações não têm capital suficiente, por isso não investem em alimentação individual para os colaboradores? Em uma época onde todos estão optando por comidas rápidas como fastfood, seria um desperdício perder tempo fazendo essa análise nas organizações? O próprio colaborador não se preocupa com sua saúde, por isso se alimenta de qualquer maneira? Como as consequências da má alimentação não aparecem imediatamente, as pessoas se preocupam em se manter saciadas a maioria do tempo, comendo qualquer coisa para não perderem tempo nas suas atividades?

O objetivo é fornecer alimentação saudável e *Fitness* para organizações e pessoas físicas. Para isso será feito pesquisa de mercado na área, para obter dados sobre a necessidade de mudança da alimentação dos funcionários; Identificar o padrão de qualidade de vida, saúde e bem estar do trabalhador através da literatura; Criar a empresa através da ferramenta de modelagem de negócios CANVAS, com a finalidade de oferecer melhor alimentação nas organizações; Realizar pesquisar aceitação da empresa perante o mercado.

Atualmente há falha na área alimentícia nas organizações, sendo identificado que alimentação saudável é essencial na vida de todas as pessoas, independente da correria do dia-a-dia.

Este trabalho de pesquisa foi estabelecido em função de fornecer esses alimentos de maneira rápida, prática e viável a empresas e pessoas físicas.

Com a falta de alimentação saudável, conhecer qual é necessário para o público será fundamental, sabendo que boa alimentação consiste em vários

elementos, um dos principais é a proteína, essencial para dar força para suportar certas atividades.

Vitaminas, proteínas, carboidratos. Todos esses nutrientes devem fazer parte do cardápio diário e as quantidades variam de acordo com necessidades pessoais, estilo de vida, atividades e faixa etária. Crianças, adolescentes e idosos, por exemplo, necessitam de mais nutrientes que os adultos. Isso ocorre porque os dois primeiros estão em fase de crescimento e mudanças hormonais e os idosos, com o passar do tempo, vão perdendo massa muscular. (EINSTEIN.BR, 2008).

Atividades essas que focam não apenas quem praticar exercícios físicos, mas sim no trabalhador, que pratica atividade pesada diária, por remuneração financeira e não estética. Esta alimentação melhora a resistência para suportar seu trabalho braçal diariamente proporcionando também mais energia e bem estar, não parecendo que no fim do dia, fim de suas atividades tenha a sensação de desnutrição. Afinal quem não quer estar bem com sua saúde?

É preciso se preocupar também com a quantidade de alimento que será consumido. O consumo excessivo de alimentos no almoço, por exemplo, pode causar sonolência por causa da dificuldade na digestão, prejudicando o no trabalho. A longo prazo, esse excesso de alimentos no dia-a-dia também pode causar doenças crônicas, como a obesidade e a hipertensão, que levam ao aumento das faltas no trabalho.(MOURA, 2009).

Observa-se o interesse dos brasileiros em mudar seus maus hábitos, e que investir nesse ramo é cada vez mais viável, não só em novas empresas, mas as que já existem também poderiam investir numa melhora para seus funcionários dentro da própria organização. Já existem empresas com academias e locais para práticas de exercícios, mas ainda não houve uma preocupação maior com isso, mas estão sempre em busca dessa melhoria.

A depender dos empreendedores brasileiros, a atividade tem tudo para continuar impulsionando os pequenos negócios no país. O mercado está apostando fortemente na disposição dos brasileiros em praticar atividades físicas no tempo livre. Entre 2007 e 2012, houve um crescimento no Brasil de 133% no número de micro e pequenas empresas que investiram no setor, saltando de 9,3 mil estabelecidas naquele ano para 21,7 mil empresas neste (SEBRAE, 2014).

Pensar que investir nesse serviço é jogar dinheiro fora é está totalmente enganado, pois trás resultados á longo prazo e muito mais desempenho dos funcionários. O segredo é uma preocupação individual, não só com a saúde deles como também com seu bem estar. É fundamental investir na qualidade do serviço e tornar o ambiente agradável, oferecendo boa variedade de opções de modalidades individuais e coletivas para homens e mulheres.

Também se observa que o local de trabalho deve se um lugar que estimule os trabalhadores a fazerem escolhas saudáveis. Na maioria das vezes as pessoas não sabem que estão se alimentando de forma inadequada, logo, não sabem que possuem doenças relacionadas à má alimentação, como por exemplo, a anemia.

Segundo Hipócrates (C460-377 a.C) “Se pudermos dar a cada individuo a quantidade exata de nutrientes e exercícios, que não seja suficiente e excessiva teremos encontrado o caminho mais seguro para a saúde”.

Este trabalho será elaborado através de pesquisa bibliográfica, sendo ela em revistas, jornais, livros, periódicos e sites confiáveis. Também será realizada uma coleta de dados com base em pesquisa de campo com aplicação de questionários realizada na ETEC Prof. Massuyuki Kawano em algumas classes, pois como o publico é bem aberto não precisaria ser nada específico.

O publico alvo serão todas as classes sociais, independente de cor, raça e sexo, no que tange o nosso estabelecimento, ou seja, o restaurante. E direcionado ao serviço terceirizado o nosso publico alvo seria organizações de pequeno, médio e grande porte que buscassem nosso diferencial.

Sua análise será de forma quantitativa, para melhor visão do que o público quer, fazendo relatórios e buscando criar as ideias com base nessa análise.

Os dados coletados seriam colocados em tabelas, gráficos e relatórios para melhor visão dos resultados.

Esse problema encontrado na sociedade nos leva a refletir sobre nossos hábitos alimentares e o porquê deste comportamento, que possivelmente com essa preocupação e forma de serviço, podem ser melhorados.

2. PLANO DE NEGÓCIO

2.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

A empresa Fitness Food, trouxe uma proposta inovadora para esta região com refeições fitness e saudáveis, localizado na cidade de Tupã, oeste do estado de São Paulo, com intuito de se encaixar no ramo alimentício conquistando espaço baseando-se em nossa visão e missão.

Nossa visão consiste em ser reconhecido como o melhor restaurante Fitness da região, com expansão contínua no mercado, através de administração modelo. Tornando-se referência de qualidade e bons serviços. E a missão é servir aos nossos clientes alimentação de sabor incomparável com atendimento primordial, valorizando o aspecto nutritivo, a qualidade e a correta técnica de elaboração de cada alimento, oferecendo excelência em todos os nossos serviços.

Com investimento aproximado de R\$ 420.000,00 para estruturação, implementação, capital de giro, compra dos equipamentos e estoque inicial, prevendo-se para recuperação total do investimento em 24 meses, ou seja, totalmente viável e lucrativo com baixíssimo grau de risco. Possui capacidade de servir em torno de 130 refeições diárias, proporcionais a venda de pratos prontos, lanches, sucos e sobremesas numa capacidade total mensal de 3380 refeições.

Além do restaurante, a empresa Fitness Food também pretende fornecer inicialmente alimentação para empresas de pequeno e médio porte, podendo expandir para demais proporções, tudo isso em trabalho conjunto com nutricionista para então podermos servir alimentação saudável e equilibrada sem abrir mão da qualidade e agilidade.

2.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

2.2.1 Dados dos Fundadores e Empresários

Fundador 01	
Nome: Adriane Ribeiro Batista	
Endereço: Rua Avelino José de Oliveira 245	Cidade/Estado: Queiroz-SP
E-mail: Adriane_ribeiro@hotmail.com.br	Telefone:996508594

Atribuição do Fundador 01: Gerente de Marketing

Fundador 02	
Nome:Horjan Paulo Gomes Gusmão	
Endereço:Rua Orlando Salustiano 180	Cidade/Estado:Tupã - SP
E-mail: horjangusmao@gmail.com	Telefone: 998845884

Atribuição do Fundador 02: Gerente de Recursos Humanos

Fundador 03	
Nome: Lucas Felipe Demori Gusmão	
Endereço: Rua Francisco Gomes Pato - 321	Cidade/Estado: Tupã SP
E-mail: lucasfelipe048@hotmail.com	Telefone: 996607877

Atribuição do Fundador 03: Gerente de Compras

Fundador 04	
Nome: Luis Antônio Aparecido Teixeira	
Endereço: Rua Alfredo Modelli 721	Cidade/Estado: Tupã - SP
E-mail: lusantex_2012@hotmail.com	Telefone: 997632752

Atribuição do Fundador 04: Gerente de Telemarketing

Fundador 05	
Nome: Tatiane Paulino	
Endereço: Rua Deputado ShiroKyono 290	Cidade/Estado: Bastos - SP
E-mail: tati-paulino2011@hotmail.com	Telefone:14 996336522

Atribuição do Fundador 05: Supervisor de Produção

Fundador 06	
Nome: Taynara Damaris Rodrigues Calado	
Endereço: Rua João Gutinik Nº 41	Cidade/Estado: Tupã-SP
E-mail: taynaradamaris@hotmail.com	Telefone: 14 996600334

Atribuição do Fundador 06: Gerente Administrativo

Fundador 07	
Nome: Willian César da Rocha Ragazzi	
Endereço: Granja Yabuta	Cidade/Estado: Bastos SP
E-mail: wilcesar52@gmail.com	Telefone: 14 997879704

Atribuição do Fundador 07: Gerente Financeiro

2.2.2. Experiência Profissional

Perfil do fundador 01

Formação: Ensino Médio (Cursando); Técnico em Administração no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano (Cursando); Técnico em Açúcar e Alcool pela VITAE.

Perfil do fundador 02

Formação: Ensino Médio Completo; Técnico em Administração no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano (Cursando); Curso Básico de Informática pela SOS Computadores e Curso de Gestão Empresarial /São Paulo-SP.

Experiência Profissional: Auxiliar de Superfície/Labcentro Laboratório Óptico Ltda.; Gerente de Laboratório e Estoque/Segment Produtos oftálmicos;

Perfil do fundador 03

Formação: Ensino Médio (Completo); Técnico em Administração no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano (Cursando).

Experiência Profissional: Vendedor e Office Boy/ Empresa Marissol Cosméticos.

Perfil do fundador 04

Formação: Ensino Médio (Completo); Técnico em Administração no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano (Cursando); Curso Básico em Informática/ Compuway; Curso Básico de Criação de Canvas / ETEC Prof. Massuyuki Kawano.

Experiência Profissional: Balconista – Atrevídeo Locadora, Frentista – Auto Posto.

Perfil do fundador 05

Formação: Ensino Médio Completo; Técnico em Administração no Centro Paula Souza/ ETEC Prof^o Massuyuki Kawano (Cursando).

Experiência Profissional: Fiandeira do automático/ Bratac;

Perfil do fundador 06

Formação: Ensino Médio (Cursando); Técnico em Administração no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano (Cursando).

Perfil do fundador 07

Formação: Ensino Médio Completo; Técnico em Administração no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano (Cursando).

Experiência Profissional: Serviços Gerais – Sítio Santo Antônio, Avicultura – Granja Yabuta;

2.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa/Nome Fantasia: Empresa &SaúdeEPP LTDA / Fitness Food

CNPJ: 78.425.986/0036-15

2.3.1. Missão e Visão da Empresa

Visão: Ser reconhecido como o melhor restaurante Fitness da região, com expansão contínua no mercado, através de administração modelo. Tornando-se referência de qualidade e bons serviços.

Missão: Nossa missão é servir aos nossos clientes alimentação de sabor incomparável com atendimento primordial, valorizando o aspecto nutritivo, a qualidade e a correta técnica de elaboração de cada alimento, oferecendo excelência em todos os nossos serviços.

2.3.2. Setor de Atividade

O mercado alimentício difere-se por uma grande divisão de produtos específicos exigidos por grupos com necessidades e apreciações diferentes. Devido à procura dos consumidores cada vez mais selecionada por estes alimentos específicos houve a necessidade da criação deste segmento saudável para atender os múltiplos gostos existentes da demanda.

2.3.3. Forma Jurídica

Empresa será de pequeno porte (EPP) LTDA. A Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte foi criada em 2006 para regulamentar a atividade de pequenas e médias empresas. De lá para cá, ela já passou por algumas mudanças, mas pode-se dizer que o grande papel desta lei é fomentar a atividade empreendedora no país facilitando a vida jurídica desses empreendedores. Com a lei, fica muito mais fácil abrir e fechar empresas. Além disso, a lei também facilita o pagamento de impostos tributários com a criação do Simples Nacional

Devido ao rendimento anual estimado (faturamento anual de no mínimo de R\$ 360.000,00 no máximo R\$3.600.000,00) acreditamos que nossa empresa se enquadraria em uma EPP, pois é uma empresa de pequeno porte. Sendo também uma LTDA. porque a responsabilidade dos sócios esta limitada a sua proporção no capital da empresa

2.3.4. Enquadramento Tributário

Será utilizado o regime Simples Nacional; as pessoas jurídicas que se enquadram na condição de microempresa ou empresa de pequeno porte poderão optar pela inscrição no "Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES".

Foi identificado que o enquadramento tributário mais apropriado seria o Simples Nacional, pois essas empresas ME e EPP aderem a essa forma simplificada de recolhimento de tributos.

2.4. CAPITAL SOCIAL

Nomes do Fundador	Valor do Capital Integralizado
Adriane Ribeiro Batista	R\$ 60.000,00
Horjan Paulo Gomes Gusmão	R\$ 60.000,00
Lucas Felipe Demori Gusmão	R\$ 60.000,00
Luis Antônio Aparecido Teixeira	R\$ 60.000,00
Tatiane Paulino	R\$ 60.000,00
Taynara Damaris Rodrigues Calado	R\$ 60.000,00
Willian César da Rocha Ragazzi	R\$ 60.000,00

2.5. FONTE DE RECURSOS

Este valor inicial será destinado para adequação do imóvel, aquisição de móveis e equipamentos, bem como para capital de giro e de recursos humanos, como descritos abaixo:

- Aluguel do prédio
- Matéria prima (alimentos)
- Salario
- Fogão industrial
- Exaustor
- Utensílios de cozinha (talheres, pratos, panelas, etc...)
- Cortador de frios
- Descascador de legumes
- Processador de alimentos
- Buffet
- Mesas e cadeiras
- Freezer
- Centrifuga
- Chapa
- Geladeira
- Grill

- Liquidificadores
- Batedeira orbital
- Computador
- Produtos de limpeza
- Computador
- Centrifuga *Juicer*
- Micro-ondas
- Talheres
- Pratos
- Panelas
- Descascador de alimentos
- Copos
- *Tupperwares*
- Fritadeira sem óleo
- Balcões
- Armários
- Guardanapos
- Papel toalha
- Escorredor de louças
- Lava louças
- Sexto de lixo
- Vassouras
- Rodos
- Esfregão
- Pá de lixo
- Caixas organizadoras
- Botijão de gás
- Bandejas
- Embalagens
- Ar condicionado
- Formas

2.6. ANÁLISE DE MERCADO

2.6.1. Análise dos Clientes

Todas as classes sociais, independente de cor, raça e sexo, em relação ao nosso estabelecimento, que seria o restaurante. E direcionado ao serviço terceirizado nosso público alvo seria organizações de pequeno, médio e grande porte que buscassem nosso diferencial.

2.6.2. Análise dos Concorrentes

	Qualidade do Produto/Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
Ki Pão	Bom	R\$ 24,90	Cartão, a vista.	Regular	Restaurante, panificadora, confeitaria e lanchonete.
A Marmitaria	Bom	R\$ 13,00	Cartão, a vista.	Bom	Marmitas.
Mundo Verde	Bom	Variado	Cartão, a vista.	Bom	Produtos alimentícios naturais e orgânicos.
Na Brasa	Bom	R\$ 16,90	Cartão, a vista.	Bom	Restaurante e churrascaria.
Restaurante Gaspar	Bom	R\$ 23,90	Cartão, a vista.	Bom	Restaurante.
Panela com Mistura	Bom	R\$ 32,90	Cartão, a vista.	Bom	Restaurante.
Gauchinho	Bom	R\$ 22,90	Cartão, a vista.	Bom	Churrascaria.

Conclusão da Análise dos Concorrentes: Analisamos que há uma grande concorrência indireta e direta oferecendo produtos de qualidade, com bom atendimento e praticidade na forma de pagamento. A depender do produto oferecido foi identificada uma grande variação de preços de um estabelecimento para o outro. Como concorrência direta concluímos que o mundo verde, assim como nós, oferece em sua empresa produtos destinados a saúde e alimentação fitness, porem não constatou como um grande concorrente por não ter em nossa região este estabelecimento.

2.6.3. Análise dos Fornecedores

Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	Cozil Equipamentos industriais	Equipamento industrial	Variados	Até 36 vezes Cheque, boleto ou cartão	10 dias	Rua Botucatu, 200-A Itaquaquecetuba - SP CEP: 08576-660
2	Tupã Gás Ltda.	Gás	R\$290,00	3 vezes	15 minutos	R. Potiguaras, 519 - Centro, Tupã - SP, 17601-080
3	Marcos Roberto Chiconi	Legumes, ervas, raízes, verduras e frutas	Variados	45 dias	1 dia	Estancia São Judas Tadeu, s/n, Tupã-SP
4	Virtual Gás / Ultragás	Gás	R\$299,90	5 Vezes	15 minutos	Avenida Tamandaré 808, Tupã-SP
5	JF Gases	Gás	289,90	2 vezes	15 minutos	Avenida Tabajaras 1658, centro - Tupã-SP
6	São João alimentos	Arroz, feijão, óleo, temperos, açúcar	Variados	A combinar	15 dias	Santa Cruz Rio Pardo – SP
7	Cerealista Rosalito	Arroz, feijão, batata palha, farofa	Variados	A combinar	15 dias	Santa Cruz Rio Pardo – SP

8	Castelo Alimentos S/A	Azeite, condimentos e temperos, conservas vegetais, molhos para salada, vinagres	Variados	A combinar	10 dias	Av. Profº Maria do Carmo Guimarães Pellegrini, 480, Jundiaí/SP CEP: 13209-500
9	Frango Osasco	Frangos	Variados	A combinar	3 dias	Avenida José Barbosa de Siqueira, 63 - Jd Padroeira- CEP: 06172-000 - Osasco - SP
10	Distribuidora Mais Carne (San Pedro, JBS/Friboi)	Carnes Bovinas e Suínas, Frangos e Peixes.	Variados	A combinar	3 dias	Campinas – São Paulo
11	Fort Fruit Distribuidora	Frutas, verduras, legumes e outros	Variados	A combinar	2 dias	Rua Dona Maria Angélica, 76 VI. Ayrosa - Osasco - São Paulo
12	Pinheirense	Utensílios de cozinha, mesa, Buffet em geral	Variados	A combinar	5 dias	São Paulo - SP
13	Displal	Utensílios de cozinha e mesa	Variados	A combinar	5 dias	Via Anchieta, 1043. São Paulo - SP

2.7. PLANO DE MARKETING

2.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

Os produtos a serem fornecidos serão balanceados e de baixa caloria, visando oferecer ao consumidor uma alimentação energética e sustentável para suprir suas necessidades do cotidiano, com o acompanhamento de um profissional especializado na área, ou seja, um/uma nutricionista.

2.7.2. Preço

Filé de Frango	R\$ 11,99
Contra Filé Zero Carbo	R\$ 15,99
Tilápia	R\$ 14,99
Vegetariano Mix de Legumes	R\$ 10,99
Arroz Integral 4 Grãos com Frango	R\$ 14,99
Frango com Legumes	R\$ 13,99
Frango com Purê de Batata Doce	R\$ 11,99
Macarrão Integral com Carne Desfiada	R\$ 15,99
Risoto de Arroz Integral 4 Grãos com Filé Mignon	R\$ 22,99
Sopa	R\$ 9,99
Berinjela à Parmegiana Light	R\$ 13,90
Self servisse	R\$ 13,00
Lanche Integral de Atum	R\$ 7,99
Lanche Integral Chicken Fitness	R\$ 7,99
Suco Detox Melancia/Linhaça	R\$ 8,99
Suco Detox Couve/Gengibre	R\$ 8,99
Suco Tropical	R\$ 8,99
Sorvete Natural de Frutas	R\$ 4,99
Salada de frutas	R\$ 6,90
Creme a Moda da Casa	R\$ 5,99

2.7.3. Estratégias Promocionais

As estratégias promocionais que iremos oferecer aos nossos consumidores seriam confraternizações e jantares empresariais anualmente, cartão fidelidade para os clientes. Será utilizada também a degustação de novos pratos ao público em nosso estabelecimento mensalmente visando melhorias em nosso cardápio, além do marketing via redes sociais em troca de descontos, e descontos para clientes bariátricos em nossos serviços de prato pronto.

2.7.4. Estrutura de Comercialização

Nosso processo de comercialização irá ter início através de panfletos e *outdoor*. Dentro do estabelecimento, uma recepção eficaz oferecendo ao cliente o melhor local disponível e indicando a melhor refeição de acordo com sua necessidade, agilidade no atendimento, facilidade na forma de pagamento, sendo à vista e cartões de crédito ou débito. Serão realizados também questionários de satisfação sobre a forma de atendimento, os preços e os nossos serviços oferecidos. A empresa também possuirá uma caixinha de sugestão para clientes e funcionários, para críticas e sugestões, sendo possível o aprimoramento contínuo da empresa visando à satisfação dos clientes internos e externos.

2.7.5. Localização da Empresa

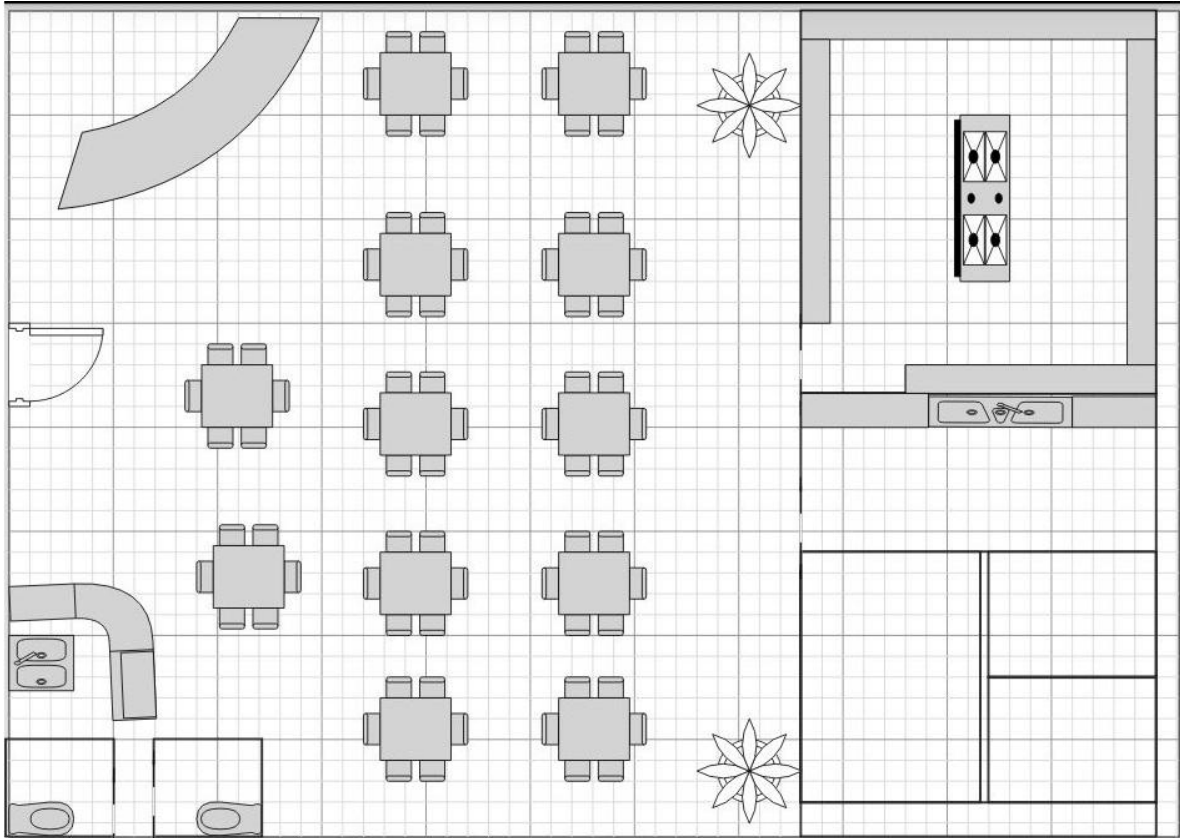
Endereço da Empresa: Rua Bororós, nº 231	
Bairro: Centro	Cidade/Estado:Tupã-SP
Telefone/Fax: 01434416057	

Localizada na região central da cidade de Tupã onde se concentra fluxo de pessoas, este ponto foi escolhido visando facilitar o acesso e a praticidade para estacionar.

2.8. PLANO OPERACIONAL

2.8.1. Layout ou Arranjo Físico

Figura 01 – Planta Baixa.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

2.8.2. Capacidade Produtiva

Nossa capacidade será em torno de 130 refeições diárias, dentro do restaurante, proporcionais à venda de pratos prontos, lanches, sucos e sobremesas. Tendo capacidade de 3380 refeições mensais, incluindo o projeto de fornecer alimentos para empresas de pequeno e médio porte inicialmente, podendo expandir para demais proporções.

2.8.3. Necessidade de Pessoal

Cargo	Função	Qualificação Necessária
Gerente	Planejar, supervisionar, coordenar e controlar as atividades do restaurante.	Curso de gerenciamento de restaurantes e bares, curso técnico em administração.
Cozinheiro (a) chefe	É responsável por organizar e elaborar cardápios e supervisionar o trabalho dos cozinheiros	Curso de capacitação culinária, dominar as práticas culinárias (experiência).
Auxiliar de cozinha	Auxilia na preparação dos alimentos	2º grau completo e experiência em auxiliar de cozinha.
Caixa	Calcular o consumo dos clientes e receber.	2º grau completo e experiência em caixa de estabelecimento.
Atendente	Recepciona os clientes	2º grau completo e experiência em atendente de restaurantes.
Faxineiro (a)	Executa trabalhos rotineiros de limpeza em geral, espanando, varrendo, lavando para manter as condições de higiene do local.	2º grau completo.
Nutricionista	Planeja e administra programas de alimentação e nutrição Define o cardápio das refeições, sugere pratos que supram a necessidade dos clientes.	Curso Superior em Nutrição e habilitação profissional.
Gerente de Telemarketing	Planeja, implanta, coordena e supervisiona procedimentos de atendimento ao cliente.	2º grau completo e curso de técnico em administração.
Gerente de Recursos Humanos	Planeja e desenvolve estratégias de recrutamento e seleção, treinamento e desenvolvimento, planos de cargos e salários, administração pessoal e relações trabalhistas e sindicais.	2º grau completo e curso de técnico em Recursos humanos ou administração.
Gerente de Compras	Realiza orçamentos, controle de custos e definição de parâmetros	2º grau completo e curso técnico ou superior de administração.

	para novas aquisições. Faz fechamento de pedidos a fim de ter as melhores condições de preços, qualidade e prazo de entrega.	
Gerente de Marketing	Responsável por elaborar pesquisas de mercado e estratégias para aumentar as vendas.	2º grau completo e curso técnico ou superior de administração.
Supervisor de Produção	Supervisiona as atividades de produção, custos e qualidade, acompanha a eficiência da mão de obra.	2º grau completo e curso técnico em administração.
Gerente Administrativo	Gerencia, planeja e controla os recursos e as atividades da área administrativa para garantir conformidade com as normas e políticas da empresa.	2º grau completo e curso técnico ou superior em administração.
Gerente Financeiro	Gerencia informações de fluxo de caixa, contas a pagar e a receber, desenvolve o planejamento financeiro e elabora planos para melhoria do desempenho econômico-financeiro da empresa.	2º grau completo e curso técnico ou superior em administração ou contabilidade.

2.9. PLANO FINANCEIRO

2.9.1. Estimativa do faturamento mensal da empresa

A empresa oferecerá um cardápio com grande variedade entre os pratos. Porém a análise de custos foi feita com um representante de cada especificação de nossos diferenciais produtivos.

ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA			
Produto	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1-Frango com purê de batata doce	140	R\$11,99	R\$1.678,60
2-Suco Tropical	90	R\$8,99	R\$809,10
3-Lanche Integral de Atum	207	R\$7,99	R\$1.653,93
4-Salada de frutas	180	R\$6,90	R\$1.242,00
TOTAL			R\$5.383,63

A capacidade produtiva total será de 3380 refeições mensais, totalizando faturamento de R\$ 67.399,20.

2.9.2. Estimativa do custo unitário variável para cada produto

Produto 01:

CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO			
Produto			
Frango com purê de batata doce			
Material/Insumos utilizados	Quantidade Necessária	Custo Unitário	TOTAL
Filé de frango	300 g	R\$ 0,015	R\$ 4,50
Sal	10 g	R\$ 0,002	R\$ 0,02
Batata Doce	2 unidades	R\$ 0,63	R\$ 1,25
Alho	2 unidades	R\$ 0,04	R\$ 0,08
Azeite	30 ml	R\$ 0,036	R\$ 1,07
Salsinha	0,05 g	R\$ 0,05	R\$ 0,26
Cebola	30 g	R\$ 0,006	R\$ 0,19
TOTAL			R\$ 7,37

O custo unitário por prato acima discriminado será de R\$ 7,37, que totaliza de acordo com a venda de 140 unidades mensais, um custo mensal de R\$ 1.031,80.

Produto 02

CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO			
Produto Suco Tropical			
Material/Insumos utilizados	Quantidade Necessária	Custo Unitário	TOTAL
Banana	2 unidades	R\$ 0,27	R\$ 0,54
Morango	175 g	R\$ 0,014	R\$ 2,45
Laranja	1 unidade	R\$ 0,38	R\$ 0,38
Abacaxi	¼ unidade	R\$ 5,98	R\$ 1,50
Água	250 ml	R\$ 0,00588	R\$ 1,47
TOTAL			R\$ 6,34

O custo unitário do produto acima discriminado será de R\$ 6,34, que totaliza de acordo com a venda de 90 unidades mensais, um custo mensal de R\$ 570,60.

Produto 03

CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO			
Produto Lanche Integral de Atum			
Material/Insumos utilizados	Quantidade Necessária	Custo Unitário	TOTAL
Pão integral	2 unidade	R\$ 0,42	R\$ 0,84
Atum	¼ unidade	R\$ 6,29	R\$ 1,57
Cenoura	26 g	R\$ 0,01	R\$ 0,26
Requeijão tradicional	30 g	R\$ 0,027	R\$ 0,81
Alface	6 g	R\$ 0,01	R\$ 0,06
Salsinha	0,05 g	R\$ 0,05	R\$ 0,25
TOTAL			R\$ 3,79

O custo unitário do produto acima discriminado será de R\$ 3,81, que totaliza de acordo com a venda de 207 unidades mensais, um custo mensal de R\$ 788,67.

Produto 04

CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO			
Produto			
Salada de frutas			
Material/Insumos utilizados	Quantidade Necessária	Custo Unitário	TOTAL
Maçã	½ unidade	R\$ 0,48	R\$ 0,24
Laranja	½ unidade	R\$ 0,38	R\$ 0,19
Morango	60 g	R\$ 0,014	R\$ 0,84
Kiwi	1 unidade	R\$ 0,84	R\$ 0,84
Pêssego	1 unidade	R\$ 1,26	R\$ 1,26
Abacaxi	¼ unidade	R\$ 5,98	R\$ 1,50
Recipiente descartável	1 unidade	R\$ 0,80	R\$ 0,80
TOTAL			R\$ 5,67

O custo unitário do produto acima discriminado será de R\$ 5,67, que totaliza de acordo com a venda de 180 unidades mensais, um custo mensal de R\$ 1.020,60.

2.9.3. Estimativa dos custos fixos mensais da empresa

CUSTOS FIXOS	
Custos	Valores
Aluguel	R\$ 8.000,00
Salários (salário + encargos)	R\$ 14.000,00
IPTU (mensal)	R\$ 125,00
Material de Escritório	R\$ 100,00
Material de Limpeza	R\$ 450,00
Escritório de Contabilidade	R\$ 1.000,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 0,00
Pró-labore	R\$ 20.000,00
Água	R\$ 300,00
Energia	R\$ 400,00
Telefone / internet	R\$ 250,00
Total	R\$ 44.625,00

2.9.4. Margem de contribuição unitária

Produto 01:Frango com Purê de Batata Doce

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 11,99
Custos variáveis unitários	R\$ 7,37
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 4,64

Produto 02:Suco Tropical

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 8,99
Custos variáveis unitários	R\$ 6,34
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 2,65

Produto 03:Lanche Integral de Atum

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 7,99
Custos variáveis unitários	R\$ 3,79
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 4,20

Produto 04:Salada de frutas

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 6,90
Custos variáveis unitários	R\$ 5,67
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 1,23

2.9.5. Ponto de equilíbrio

$$PE = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice da Margem de Contribuição}}$$

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{\text{Margem de Contribuição (Receita Total - Custo Variável Total)}}{\text{Receita Total}}$$

$$PE = \frac{R\$ 44.625,00}{0,94} = R\$ 47.473,40$$

$$IMC = \frac{R\$ 67.399,20 - R\$ 3.411,67}{R\$ 67.399,20}$$

$$\frac{R\$ 63.987,53}{R\$ 67.399,20} = 0,94$$

$$IMC = 0,94$$

2.10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

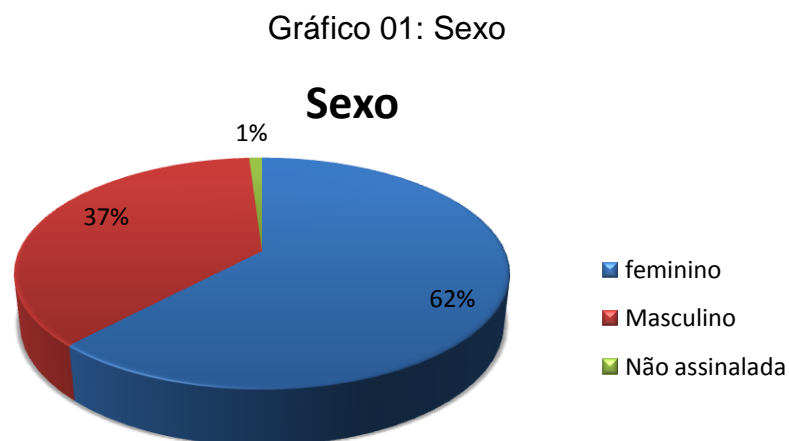
	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Pontos Fortes	Forças Qualidade nos produtos e serviços; Forma de pagamento; Horário de funcionamento; Produto Saudável	Oportunidades Crescimento do mercado consumidor, em busca de uma nova opção de comida saudável; Possibilidade de o setor obter vantagens e incentivos fiscais, referente aos impostos exercidos no estado, pela inscrição do sistema simples.
Pontos Fracos	Fraquezas Inexperiência dos proprietários; Boa localização dos concorrentes; Tempo para conquistar e manter clientes fixos.	Ameaças Falta de hábito das pessoas em comer alimentos saudáveis; O surgimento de novos concorrentes na região que ofereçam serviços semelhantes; Aumento na taxa de juros e inflação.

Conclusão da Análise SWOT: Com base nas informações acima citadas, podemos concluir que mesmo com ameaças e fraquezas há grandes oportunidades de crescimento devido diferencial em nossos produtos e serviço oferecido pois não são encontrados serviços semelhantes em nossa região.

3. PESQUISA DE CAMPO

Foi realizada uma pesquisa de campo com os alunos da ETEC Professor Massuyuki Kawano para a verificação de aceitação e para a possibilidade de abertura e sucesso do Restaurante Fitness Food, e de seu serviço terceirizado para as empresas de pequeno e médio porte na cidade de Tupã - SP. E o resultado foi tabulado e pode ser observado nos gráficos abaixo.

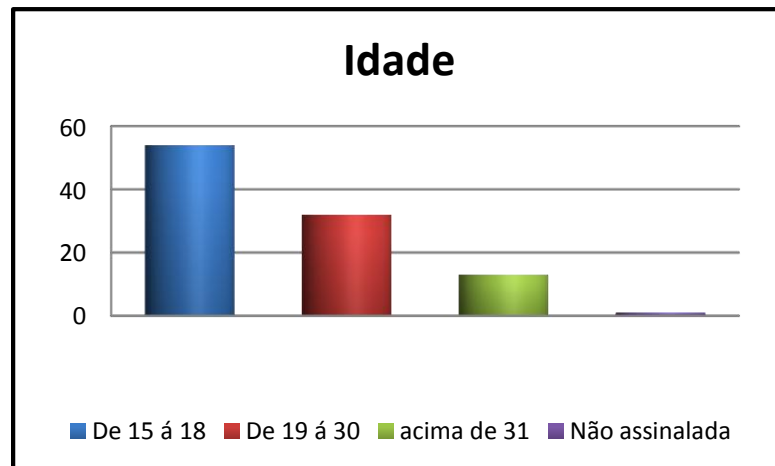
Em primeiro momento os entrevistados foram questionados sobre o sexo, e como pode ser observado no gráfico, 62% dos entrevistados pertencem ao sexo feminino, enquanto 37% pertencem ao sexo masculino e 1% não respondeu ao questionário.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

Visando à identificação da faixa etária da responsabilidade para escolha sobre o serviço terceirizado de alimentação saudável dentro da empresa, os entrevistados foram questionados também referente a idade, como pode ser observado no gráfico abaixo:

Gráfico 02: Idade

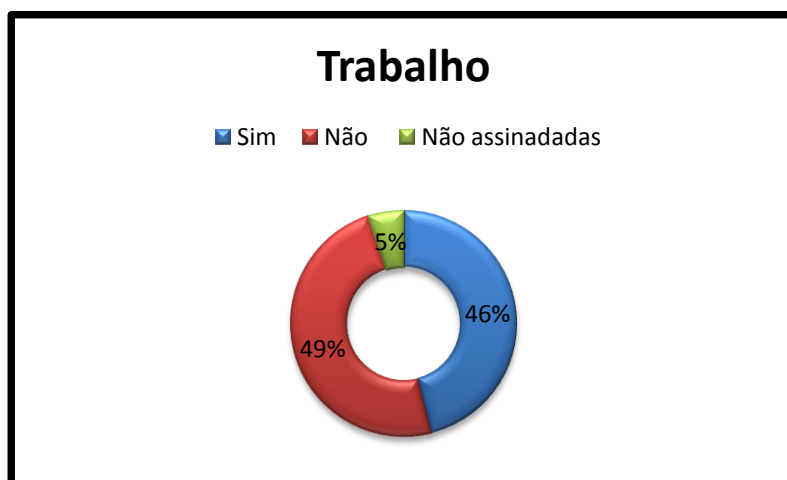


Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

O resultado obtido então foi que 54% está inserido na faixa etária de 15 à 18 anos, 32% possui entre 19 à 30 anos, que 13% possuem acima de 31 anos 13% e 1% não assinalou nenhuma faixa etária.

Visando identificar, dentre todos os entrevistados, quantas pessoas estariam trabalhando no momento pode-se observar que 46% deles trabalham, 49% não trabalham, e 5% não assinalaram nenhuma resposta.

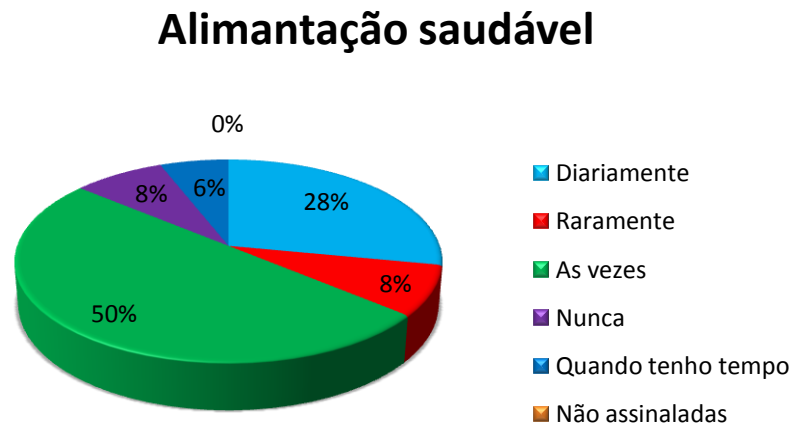
Gráfico 03: Trabalho



Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

A fim de identificar quantas pessoas possuem uma alimentação saudável e de quanto em quanto tempo a realizam, os entrevistados foram questionados sobre se praticam e quando a praticam.

Gráfico 04: Alimentação Saudável

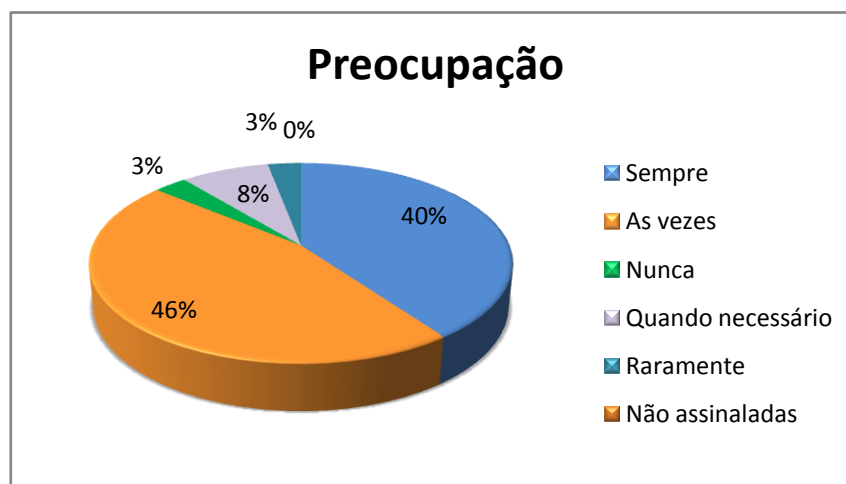


Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

Assim, observamos no gráfico acima que 50% das pessoas se preocupam as vezes com a sua alimentação, 8% delas não se preocupam nunca, 6% quando tem tempo para preparar suas refeições, 28% preocupam-se diariamente e 8% raramente.

O próximo gráfico apresenta a preocupação das pessoas com sua alimentação e sua saúde. A pergunta foi elaborada para que pudessemos saber se haveria a aceitação e o sucesso de nosso restaurante e serviço.

Gráfico 05: Preocupação

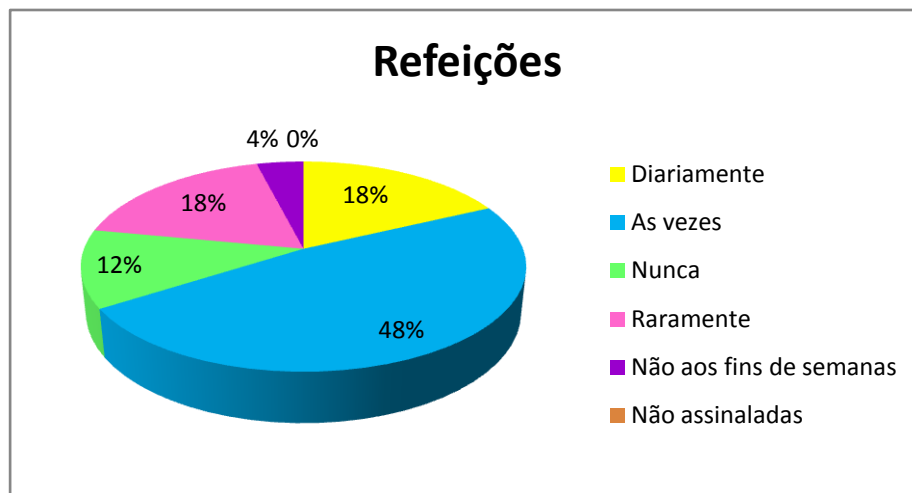


Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

Pode-se observar que 46% das pessoas se preocupam às vezes, 3% nunca se preocuparam com sua alimentação, 8% preocupam-se quando necessário, quando ficam doentes, ou acima do peso, 3% raramente se preocupa, e 40% tem uma preocupação diária com sua saúde e alimentação.

Já o gráfico abaixo apresenta os resultados da pergunta elaborada para identificar quantas pessoas fazem suas refeições nos horários adequados.

Gráfico 06: Refeições

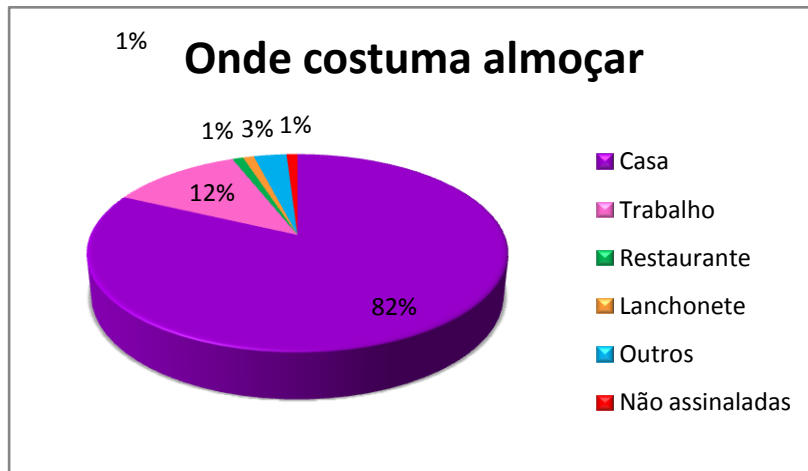


Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

Por meio do gráfico acima observa-se que 48% das pessoas disseram que somente às vezes fazem suas refeições nos hora, 12% responderam que nunca fazem suas refeições em horário adequado, 18% raramente, 4% Somente não faz suas refeições nos horários adequados aos fins de semana, 18% respondeu que diariamente faz suas refeições nos horários adequados.

Os entrevistados foram questionados também sobre onde, normalmente costumam almoçar.

Gráfico 07: Onde costuma almoçar

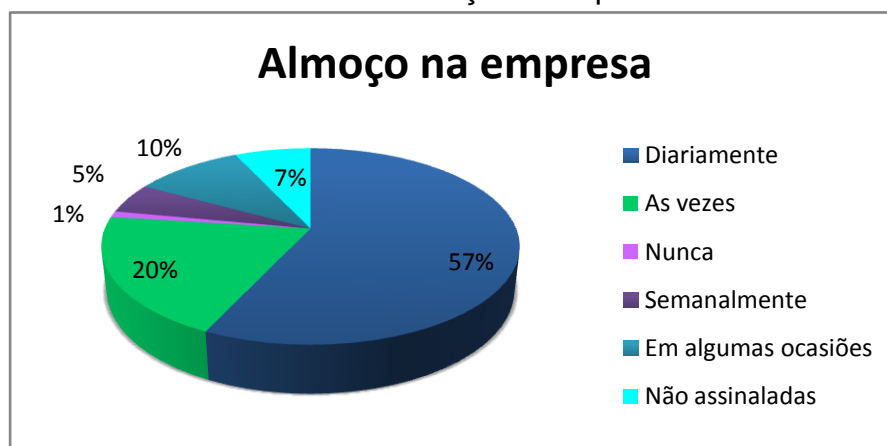


Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

Por meio do gráfico acima pode-se observar que 82% das pessoas responderam que almoçam em casa, 12% no trabalho, 1% em restaurantes, 1% em lanchonetes, 3% em outros estabelecimentos ou lugares e 1% não respondeu. As respostas poderiam nos direcionar á uma rápida análise para saber se seria viável os nossos serviços terceirizados dentro das empresas, e nosso restaurante no centro da cidade.

O gráfico abaixo foi elaborado para as pessoas que trabalham responderem e as que não trabalham responderam qual seria sua escolha caso trabalhassem. A pergunta foi elaborada para identificarmos se as pessoas aceitariam dentro das organizações que trabalham o serviço terceirizado de alimentação no horário de expediente.

Gráfico 08: Almoço na empresa

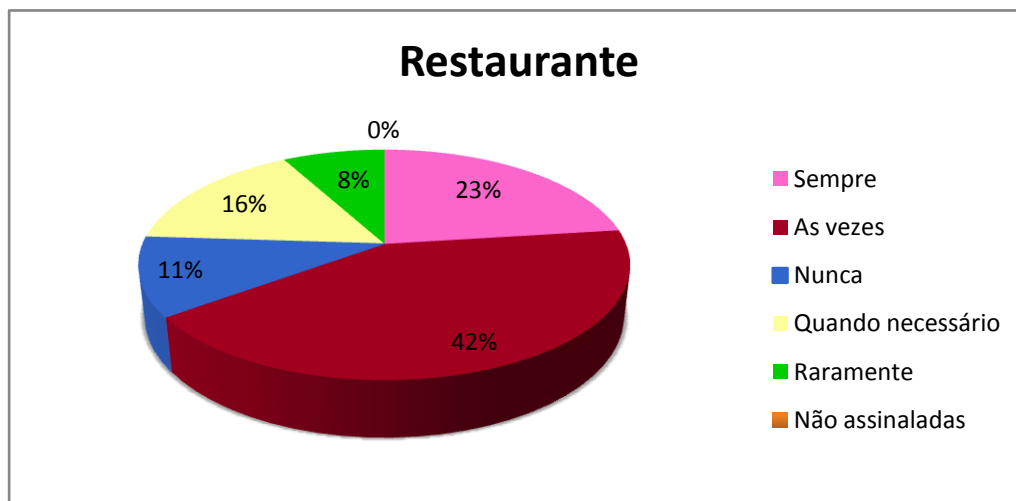


Fonte: Elaborado pelos autores, 2016

Pode-se observar no gráfico acima que 57% das pessoas aceitariam e usariam diariamente o serviço terceirizado oferecido, 20% responderam que às vezes gostariam de ter esse tipo de refeição, 1% não tem nenhum interesse sobre a alimentação balanceada, 5% consumiria semanalmente, 10% em algumas ocasiões como um dia que não teria transporte pra almoçar em casa ou não teriam levado o alimento de casa, e 7% não deram sua sugestão.

O próximo gráfico representa as respostas de uma pergunta que visa nos informar se as pessoas estariam interessadas nesse tipo de inovação no ramo alimentício ou não e com que frequência procurariam nossos serviços.

Gráfico 09: Restaurante

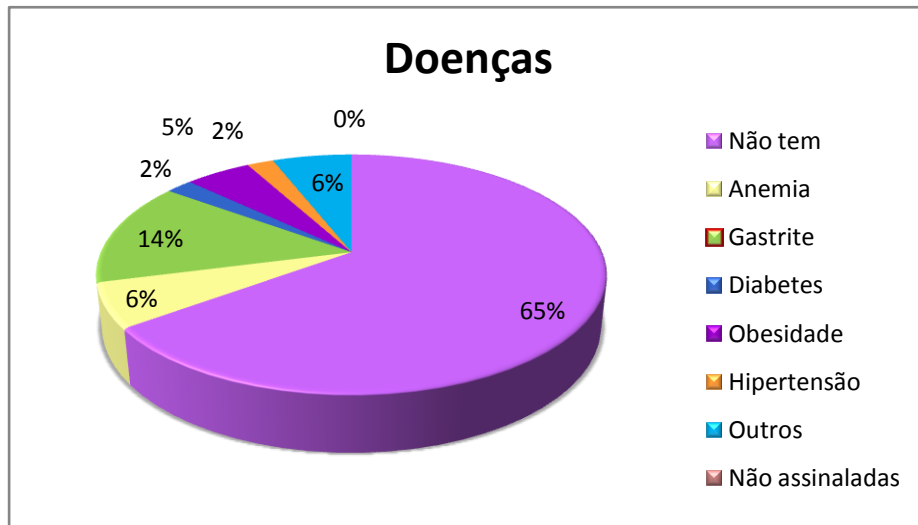


Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

No gráfico acima pode-se identificar que 42% das pessoas frequentariam às vezes nosso restaurante especializado em alimentação saudável, 11% respondeu que não tem interesse nesse tipo de alimentação e nunca frequentaria, 16% dos entrevistados respondeu que frequentaria sim, mas quando fosse necessário, como um exemplo quando ocorressem problemas de saúde, diabetes, obesidade etc. 8% respondeu que raramente nos procuraria, e 23% deles respondeu que sempre estaria em nosso estabelecimento.

Já o próximo gráfico representa uma análise para que pudéssemos identificar se nossos serviços seriam úteis as pessoas que tem algum tipo de doença causada pela má alimentação, e se poderíamos evitar tais tipos de problemas através do nosso cardápio ainda para as pessoas que não possuem.

Gráfico 10: Doenças



Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

Dentre os entrevistados 65% responderam que ainda não possuem nenhuma doença desenvolvida pela má alimentação; 6% das pessoas possuem anemia, doença causada pela falta de vitamina no corpo; 2% responderam que tem diabetes, doença causada pela obesidade na maioria dos casos e/ou pela má eficiência de glóbulos que equilibram os níveis de açúcar no sangue; 5% responderam que possuem a famosa obesidade, causada pela má alimentação em si e pelo metabolismo lento; 2% sofrem de hipertensão, que exige uma dieta restritiva de comidas com altos níveis de sódio; e 6% respondeu que tem outros tipos de doenças.

Mediante á pesquisa feita e analisada rigorosamente, concluímos que nossos serviços seriam viáveis, e de grande proveito ao nosso publico mediante as suas necessidades relacionadas á saúde e praticidade.

Fonte:

A pesquisa foi feita pelo Grupo de TCC Fitness Food e Orientada pelos professores Dercílio e Renata, realizada e aplicada no dia 22.03.2016 das 20h30min ás 22:00hrs durante o horário de aulas, e englobou 100 dos alunos de diversas salas da ETEC Professor Massuyuki Kawano em Tupã-SP. E seus dados aqui fornecidos são de total responsabilidade dos alunos desta equipe.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observamos que a falta de alimentação saudável é um dos fatores cruciais que prejudicam a saúde e o bem estar dos trabalhadores e/ou da sociedade, colaborando com doenças relacionadas a própria alimentação, como: diabetes, hipertensão, colesterol, entre outros. Identificamos através de pesquisas que existem poucas empresas atuando no ramo de alimentação saudável, voltado para o desempenho dos seus colaboradores.

O empreendimento proposto por essa organização será o fornecimento de alimentos saudáveis e fitness na cidade de Tupã, chamado Fitness Food, com intuito de atender empresas de pequeno e médio porte, e pessoas que buscam alimentação saudável, de boa qualidade e nutritiva.

Nossa empresa é constituída por sete sócios, que sabem o quanto é importante ter alimentação saudável, buscamos não só atender as necessidades de nossos clientes, mas também trazendo inovações e condições de oferecer a todos uma refeição adequada de acordo com sua necessidade, com cardápio diferenciado, que é uma ferramenta de destaque no *Fitness Food*, assim, tornando-se referência neste ramo. Escolhemos a Rua Bororós como endereço fixo (sede) para a implantação da nossa empresa por ser próximo ao centro da cidade, fácil acesso e estacionamento, mesmo havendo restaurantes de tradição e alta qualidade na cidade, que formam uma classe de concorrentes indiretos.

Realizamos uma pesquisa de campo com análise de gráficos, procurando entender a necessidade dos clientes, com o intuito de saber sua viabilidade e aceitação pela sociedade. Constatamos através de pesquisa, com pessoas maiores de 15 anos de idade, onde quase 50% dos entrevistados trabalham e não têm tempo para preparar a alimentação adequada.

Um dos motivos pelo qual as empresas não se preocupem com a alimentação é a falta de orientação e a falta de opção desse tipo de serviço que estamos propondo, pois, muitas vezes as organizações fazem entrevistas para ficar por dentro da saúde alimentar do colaborador, mas pelo alto custo não implantam esse serviço.

Sendo assim, esses fatores foram fundamentais para a ideia de criação da *Fitness Food*, pois seria viável para a cidade por não haver concorrentes diretos, abrindo grande margem para o sucesso da mesma.

REFERÊNCIAS

MOURA, Neuza. **Qual a importância de promover alimentação saudável no trabalho?**2009. Disponível em:

<<http://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/index.php/cienciasaude/article/viewFile/541/361>>. Acesso em: 05 de Nov. 2015.

SEBRAE. **Fitness: oportunidades e competitividade no avanço do mercado.**

2014. Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/fitness-oportunidades-e-competitividade-no-avanco-do-mercado/>>. Acesso em:05 de Nov. 2015.

EINSTEIN.BR. **Cada idade, um cardápio.** 2008. Disponível em:<<http://www.einstein.br/einstein-saude/nutricao/Paginas/cardapio-para-cada-fase-da-vida.aspx>>. Acesso em: 05 de Nov. 2015.

APÊNDICE A – MODELO DE PESQUISA APLICADO

Sexo: () F () M

Idade: () de 15 a 18 () de 19 a 30 () maior de 31

1- **Você trabalha?** () sim () não

2- **Você tem uma alimentação saudável?**

() diariamente () as vezes

() raramente () nunca

() quando tenho tempo

3- **Você se preocupa com sua alimentação?**

() sempre () as vezes () nunca

() quando necessário () raramente

4- **Você faz suas refeições na hora certa?**

() diariamente () as vezes

() raramente () nunca

() não faço aos finais de semana

5- **Onde você costuma almoçar?**

() Casa () Trabalho

() Restaurante () Lanchonete () outros

6- ***Se houvesse dentro da organização onde trabalha o fornecimento de uma alimentação saudável, você frequentaria?**

() diariamente () as vezes () nunca

() semanalmente () em algumas ocasiões

7- **Você frequentaria um restaurante especializado em alimentação saudável/fitness?**

() sempre () as vezes () nunca

() quando necessário () raramente

8- **Você possui algum desses problemas de saúde relacionados a alimentação?**

() não () diabetes() anemia

() obesidade() gastrite () hipertensão () outros

APENDICE B – CONTRATO SOCIAL

MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL SOCIEDADE LIMITADA

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE: Empresa & Saúde EPP LTDA

1. **Adriane Ribeiro Batista**, Brasileira, Barreiras-BA, Solteira, 09/09/1998, estudante, 236.652.788-80, 45.675.498-2, SSP- SP, Rua Avelino José de Oliveira 245, centro, Queiroz-SP 17.605-000
2. **Horjan Paulo Gusmão**, Brasileiro, São Paulo, Casado, 09/08/1980, estudante, 246.556.478-45, 89.478.589-8, SSP-P, Rua Orlando Salustiano - 180, Bairro nova Tupã, Tupã-SP 17.746-000
3. **Lucas Felipe Demori Gusmão**, Brasileiro, Tupã/SP, Solteiro, 26/02/1996, estudante, 785.541.336-41, 65.244.844-5, Rua Francisco Gomes Pato – 321, Aritana, Tupã-SP 17.746-400
4. **Luis Antonio Aparecido Teixeira**, Brasileiro, Tupã/SP, Solteiro, 20/07/1983, estudante, 541.258.694-79, 36.179.690-4, Rua Alfredo Modelli - 721, COHAB, Tupã-SP, 17.746-500
5. **Tatiane Paulino**, Brasileira, Bastos/SP, Solteira, 28/05/1995, estudante, 856.984.758.-12, 12.963.478-6, Rua Deputado ShiroKyono – 290, Jardim Hikare, Bastos-SP, 17.690-000
6. **Taynara Damaris Rodrigues Calado**, Brasileira, Tupã/SP, Solteira, 25/11/1999, estudante, 456.987.123.47, 96.852.741.3, Rua João Gutinik Nº 41, jardim Jaçanã, Tupã-SP, 17.746-200
7. **Willian César da Rocha Ragazzi**, Brasileiro, Tupã/SP, Solteiro, 15/10/1996, estudante, 147.852.357-84, 32.654.789-1, Granja Yabuta, Bastos-SP, 17.690-000

Constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Empresa & Saúde EPP LTDA, e terá sede e domicílio na Rua Bororós 231, Centro, Tupã/SP 17.603-587

2ª O capital social será R\$ 420.000,00 Quarenta e dois mil reais, divididos em sete quotas de valor nominal R\$60.000,00 sessenta mil reais, integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Adriane Ribeiro Batista, uma quota de R\$60.000,00.

Horjan Paulo Gusmão, uma quota de R\$60.000,00.

Lucas Felipe Demori Gusmão, uma quota de R\$60.000,00.

Luis Antônio Aparecido Teixeira, uma quota de R\$60.000,00.

Tatiane Paulino, uma quota de R\$60.000,00.

Taynara Damaris Rodrigues Calado da Silva, uma quota de R\$60.000,00.

Willian César da Rocha Ragazzi, uma quota de R\$60.000,00.

3ª O objeto será um restaurante de comidas saudáveis e fitness.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 01/07/2016 e seu prazo de duração é indeterminado.

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

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

7ª A administração da sociedade caberá Taynara Damaris Rodrigues Calado da Silva com os poderes e atribuições de Empresa & Saúde EPP LTDA autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

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

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

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

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

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

13ª O Administrador declara, sob as penas da lei, de que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de

prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

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

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

Tupã, 28 de Junho de 2016.

Adriane Ribeiro Batista
RG: 45.675.498-2
CPF: 236.652.788-80

Taynara Damaris R. Calado
RG: 96.852.741-3
CPF: 987.123.475-10

Luis Antonio Ap. Teixeira
RG: 36.179.690-4
CPF: 541.258.694-79

Lucas Felipe D. Gusmão
RG: 62.548.844-5
CPF: 785.541.336-41

Horjan Paulo G. Gusmão
RG: 89.478.589-8
CPF: 246.556.478-45

Tatiane Paulino Francisco
RG: 12.963.478-6
CPF: 856.948.785-12

Willian César R. Ragazzi
RG: 32.654.789-1
CPF: 147.852.357-84

Visto: _____ (OAB/SP)

Nome

APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS - FERRAMENTA CANVAS

Canvas do Modelo de Negócio Criado para: **Alimentação Saudável e Fitness Visando o bem-estar e qualidade de vida** Criado por: **Adriane Ribeiro, Horlan Paulo, Lucas Demori, Luis Antônio, Danays Rodrigues, Tatiane Paulino, Willian Ragozzi** Em: **28/06/2016**

Iteração: _____

Parcerias-Chave

Quem são nossos Parceiros-Chave?
Quais são nossos fornecedores-chave?
Quais Recursos-Chave estamos adquirindo dos parceiros?
Quais Atividades-Chave os parceiros realizam?

Agenciadoras **Academias** **Congregações Comunitárias**
Franquias

Atividades-Chave

Quais Atividades-Chave são necessárias para entregar nossa(s) Proposta(s) de Valor?
Nossos Canais de Distribuição?
Relacionamentos com Clientes?
Fontes de Receita?

Plano de Marketing **Higiene** **Desenvolvimento Corporativo**
Suprimento e armazenamento **Elaboração de receitas de novos pratos**
Treinos e acompanhamento

Propostas de Valor

Qual valor entregamos aos clientes?
Quais problemas dos clientes estamos ajudando a resolver?
Quais produtos e serviços estamos oferecendo para cada Segmento de Clientes?
Quais necessidades dos clientes estamos satisfazendo?

Aptidão **Organização** **Atividade** **Personalização**
Flexibilidade **Suporte especializado** **Atividade** **Personalização**
Qualidade no atendimento **Atividade** **Personalização**
Atividade **Personalização** **Atividade** **Personalização**

Relacionamentos com Clientes

Que tipo de relação cada um dos nossos Segmentos de Clientes esperam de nós?
Quais os que nós estabelecemos?
Como eles são integrados com o resto do nosso modelo de negócios?
Quais canais eles são?

Dependência de Novos Pratos **Justas** **Atividade**
Canais **Personalização**

Segmentos de Clientes

Para quem estamos criando valor?
Quem são nossos clientes mais importantes?

Empresas em Geral **Empresas que buscam Alimentação Saudável** **Empresas que buscam Alimentação Fitness**
Empresas em Geral e Atletas

Recursos-Chave

Quais Recursos-Chave nossas Propostas de Valor requerem?
Nossos Canais de Distribuição? Relacionamentos com Clientes?
Fontes de Receita?

Alimentos Orgânicos **Mão-de-Obra** **Local de Trabalho Corporativo**
Prédios de Limpeza
Higiene

Canais

Através de que canais nossos segmentos de clientes querem ser alcançados?
Como é que estamos alcançando eles agora?
Como nossos canais são integrados?
Quais são que funcionam melhor?
Quais são os mais eficientes em termo de custo?
Como estamos integrando-os com os outros do cliente?

Canal Direto **Canal Corporativo**
Realização em eventos **Eventos em clubes** **Sites** **Restaurante**
Redes Sociais **Aplicativo** **Parceiros** **Empresas em Geral**

Estrutura de Custo

Quais são os custos mais importantes no modelo de negócio?
Quais Recursos-Chave são os mais caros?
Quais as Atividades-Chave são as mais caras?

Alimento Orgânico **Alimentos** **Marketing** **Higiene** **Salário dos colaboradores** **Alimentação**
\$ 6.000,00 **\$ 100.000,00** **\$ 20.000,00** **\$ 10.000,00** **\$ 10.000,00** **\$ 10.000,00**

Fontes de Receita

Para que valor são os nossos clientes realmente dispostos a pagar?
Para o que eles pagam atualmente?
Como eles estão pagando atualmente?
Como é que eles preferem pagar?
Quanto e que cada fonte de receita pode contribuir?

Canal Corporativo **Canal Direto**
Canal Corporativo **Canal Direto**
\$ 15.000 **\$ 15.000**

Canal Corporativo **Canal Direto** **Canal Corporativo** **Canal Direto**
\$ 15.000 **\$ 15.000**

www.businessmodelgeneration.com Traduzido por: www.bmgbrasil.com