



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI**

**CURSO ADMINISTRAÇÃO**

**JEANNINE BRAGA BLOC**

**PLANO DE NEGÓCIO PARA A IMPLANTAÇÃO DA MULTIFIT GOURMET:  
UMA LANCHONETE FITNESS NA CIDADE DO CRATO**

**JUAZEIRO DO NORTE**

**2014**

JEANNINE BRAGA BLOC

PLANO DE NEGÓCIO PARA A IMPLANTAÇÃO DA MULTIFIT GOURMET:  
UMA LANCHONETE FITNESS NA CIDADE DO CRATO/CE

Plano de negócio apresentado ao Curso de Administração de Empresas da Universidade Federal do Cariri, como requisito para obtenção do grau Bacharel em Administração. Orientador: Prof. Me. Milton Jarbas Rodrigues Chagas

JUAZEIRO DO NORTE

2014

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Universidade Federal do Ceará

Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

B794p Braga Bloc, Jeannine.

PLANO DE NEGÓCIO PARA A IMPLANTAÇÃO DA MULTIFIT GOURMET: : UMA  
LANCHONETE FITNESS NA CIDADE DO CRATO/CE / Jeannine Braga Bloc. – 2015.  
67 f. : il. Color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará,  
Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de  
Administração, Fortaleza, 2015.

Orientação: Prof. Me. Milton Jarbas Rodrigues Chagas.

1. Plano de negócio. 2. Lanchonete fitness. I. Título.

CDD 658

JEANNINE BRAGA BLOC

PLANO DE NEGÓCIO PARA A IMPLANTAÇÃO DA MULTIFIT GOURMET:  
UMA LANCHONETE FITNESS NA CIDADE DO CRATO/CE

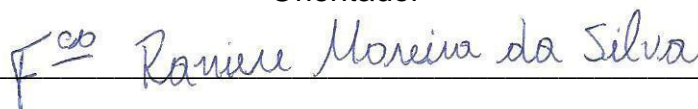
Plano de negócio apresentado ao Curso de Administração de Empresas da Universidade Federal do Cariri, como requisito para obtenção do grau Bacharel em Administração. Orientador:  
Prof. Me. Milton Jarbas Rodrigues Chagas

Data de Aprovação: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Me. Milton Jarbas Rodrigues Chagas (ORIENTADOR)  
Universidade Federal do Cariri  
Orientador

 F<sup>co</sup> Ranieri Moreira da Silva

---

Prof. Me. Francisco Ranieri Moreira da Silva  
Universidade Federal do Cariri  
Avaliador

---

Prof. Me. Alexandre Araújo Cavalcante Soares  
Universidade Federal do Cariri  
Avaliador

*À minha família que sempre esteve e sempre estará do meu lado, em especial ao meu pai, homem trabalhador que sempre me ajudou em tudo o que precisei, me apoiando e acreditando em mim quando nem eu mesma acreditava.*

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente a Deus por ter me dado força para chegar onde cheguei; aos verdadeiros amigos que fiz durante o curso, em especial a Ytalo Bruno Esmeraldo que me apoiou e ajudou em tudo o que precisei, não só no meu trabalho de conclusão de curso, mas em todos os momentos em que me vi sem forças para continuar; aos meus professores que sempre estiveram dispostos a me ajudar e a ensinar o que fosse necessário e da melhor forma possível, e por último, mas não menos importante, ao meu orientador, o professor Milton Jarbas por me aceitar como orientanda, me apoiar e me ajudar a elaborar o meu trabalho de conclusão de curso.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Organograma da Empresa.....	20
Figura 2 – Peito de Frango.....	22
Figura 3 – Tapioca com Peito de Frango .....	23
Figura 4 – Salada de Frutas.....	24
Figura 5 – Kibe de Quinoa com Atum .....	24
Figura 6 - Faixa de Renda.....	28
Figura 7 - Fluxograma do atendimento ao cliente .....	49
Figura 8 - Layout .....	51

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gênero dos entrevistados.....	27
Gráfico 2 - Idade.....	27
Gráfico 3 - Grau de Escolaridade.....	29
Gráfico 4 - Período de atividade física.....	30
Gráfico 5 - Objetivos na academia.....	31
Gráfico 6 - Dieta.....	31
Gráfico 7 - Você frequentaria uma lanchonete fitness?.....	32
Gráfico 8 - Melhor localização para o negócio.....	33
Gráfico 9 - Horário escolhido pelos entrevistados.....	34
Gráfico 10 - Disponibilidade de pagamento dos entrevistados.....	34
Gráfico 11 - Alimentos escolhidos pelos entrevistados.....	35
Gráfico 12 - Frequentaria dos entrevistados.....	36



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados do Empreendedor .....	17
Quadro 2 – Produtos .....	25
Quadro 3 - Lanches de Pré-Treino.....	38
Quadro 4 – Lanches de pós-treino .....	39
Quadro 5 - Bebidas .....	39
Quadro 6 – Localização do Negócio .....	41
Quadro 7 - Matriz Swot .....	42
Quadro 8 - Atividades e procedimentos do Back Office .....	45
Quadro 9 - Atividades e procedimentos do Middle Office .....	46
Quadro 10 - Funcionários.....	50

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Preços .....	40
Tabela 2 - Investimento Inicial.....	53
Tabela 3 - Investimento Pré-operacional.....	54
Tabela 4 - Investimento Total.....	54
Tabela 5 - Estimativa de Faturamento Mensal.....	56
Tabela 6 - Custos fixos Mensais .....	57
Tabela 7 - Depreciação .....	58
Tabela 8 - Estimativas dos custos com mão de obra.....	58
Tabela 9 - Custos variáveis.....	59
Tabela 10 - Custos sobre o Faturamento.....	59
Tabela 11 - Percentual de Recebimentos .....	60
Tabela 12 - Custos com Cartão de Crédito .....	60
Tabela 13 - Custo Variável Total.....	60
Tabela 14 - Contas a receber.....	61
Tabela 15 - Estrutura de Capital.....	62
Tabela 16 - Parcela do Financiamento.....	62
Tabela 17 - Demonstração do Resultado do Exercício .....	62
Tabela 18 - Construção de Cenários.....	63
Tabela 19 - Indicadores de Viabilidade .....	64

## LISTA DE ABREVIações E SIGLAS

ABECS	Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços
BNB	Banco do Nordeste do Brasil
CE	Ceará
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas
UFCA	Universidade Federal do Cariri
OMS	Organização Mundial de Saúde

## SUMÁRIO

<b>1. RESUMO EXECUTIVO</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1 Dados do Empreendedor</b> .....	<b>17</b>
<b>2.2 Missão da empresa:</b> .....	<b>17</b>
<b>2.3 Visão e objetivos da empresa</b> .....	<b>18</b>
<b>2.3.1 Visão</b> .....	<b>18</b>
<b>2.3.2 Valores</b> .....	<b>18</b>
<b>2.4 Estrutura organizacional e legal</b> .....	<b>18</b>
<b>3 PLANO DE PRODUTOS E SERVIÇOS</b> .....	<b>21</b>
<b>4 PLANO DE MARKETING</b> .....	<b>26</b>
<b>4.1 Análise de mercado</b> .....	<b>26</b>
<b>4.2 Concorrência</b> .....	<b>36</b>
<b>4.3 Estratégias de Marketing</b> .....	<b>37</b>
<b>4.3.1 Política de Preços</b> .....	<b>39</b>
<b>4.3.2 Estratégias Promocionais</b> .....	<b>40</b>
<b>4.3.3 Praça</b> .....	<b>41</b>
<b>4.3.4 Localização do negócio</b> .....	<b>41</b>
<b>4.3.5 Matriz Swot</b> .....	<b>42</b>
<b>5 PLANO GERENCIAL</b> .....	<b>43</b>
<b>6 PLANO OPERACIONAL</b> .....	<b>44</b>
<b>6.1 Back Office e Administração</b> .....	<b>44</b>
<b>6.2 Middle Office</b> .....	<b>45</b>
<b>6.3 Front Office</b> .....	<b>47</b>
<b>6.4 Layout</b> .....	<b>51</b>
<b>7 PLANO FINANCEIRO</b> .....	<b>52</b>
<b>7.1 Investimento Inicial</b> .....	<b>52</b>

<b>7.2</b>	<b>Investimento Pré-operacional .....</b>	<b>53</b>
<b>7.3</b>	<b>Capital de giro inicial .....</b>	<b>54</b>
<b>7.4</b>	<b>Investimento Total.....</b>	<b>54</b>
<b>7.5</b>	<b>Estimativa de Faturamento .....</b>	<b>55</b>
<b>7.6</b>	<b>Custos Fixos.....</b>	<b>57</b>
<b>7.7</b>	<b>Custos Variáveis .....</b>	<b>58</b>
<b>7.8</b>	<b>Fonte de Recursos .....</b>	<b>61</b>
<b>7.9</b>	<b>Demonstração do Resultado do Exercício .....</b>	<b>62</b>
<b>7.10</b>	<b>Construção de Cenários .....</b>	<b>63</b>
<b>7.11</b>	<b>Indicadores de Viabilidade .....</b>	<b>64</b>
<b>8</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>65</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>66</b>

## 1. RESUMO EXECUTIVO

O presente documento é um estudo que consiste no planejamento, na estruturação e na análise de viabilidade da lanchonete MultiFit Gourmet, que oferecerá, no crescente mercado cratense de serviços alimentícios, um tipo de comida já muito procurada na atualidade, alimentos preparados para pessoas que fazem musculação, ou seja, uma alimentação rica em proteínas, carboidratos, vitaminas e minerais, uma alimentação fitness.

Para essa avaliação serão utilizados conceitos teóricos sobre a análise de indústrias, formação de estratégia, técnicas de administração para operações e serviços, teoremas de finanças e noções de marketing que incluem comunicação, concepção do produto, pesquisas mercadológicas, posicionamento da empresa, entre outros.

Ao longo do trabalho serão apresentados dados e informações levantadas por meio de pesquisas em academias da cidade do Crato, essas informações, juntamente com os fundamentos teóricos serão essenciais para a conclusão da avaliação do negócio.

O negócio terá uma única proprietária na qual tem o nome de Jeannine Braga Bloc, é graduanda da Universidade Federal do Cariri (UFCA) e inicialmente atuará na empresa como diretora executiva e gerente geral.

O produto a ser ofertado pela MultiFit Gourmet será um tipo de alimentação voltada para pessoas que fazem musculação, que precisam se alimentar de maneira correta e nos horários corretos, refeições como pós-treino e pré-treino que serão as mais procuradas de acordo com a pesquisa de mercado realizada nas principais academias da cidade são refeições que tem o seu horário pré-definido, logo, os funcionários da MultiFit Gourmet devem ser devidamente treinados para trabalharem com agilidade na preparação dessas refeições e lanches. Serão servidos lanches, como: Sanduíche de Peito de Peru com Pão Integral; tapioca com peito de frango, com carne moída, com ovos, entre outros; lanches com quinoa; vitaminas; shakes de vários tipos, Whey Protein e etc.

O público alvo da empresa, como já citado anteriormente, serão pessoas que fazem musculação ou praticam exercícios físicos regularmente

que seguem uma dieta ou desejam começar a segui-la, tal público, de acordo com a análise de mercado realizada na região, teve um crescimento significativo nos últimos anos e sentem a necessidade de um local como este, pois nem todos tem tempo suficiente para seguir uma dieta tanto de ganho de massa muscular como para perda de peso.

A MultiFit terá 70% de seu investimento inicial através de um financiamento no Banco do Nordeste (BNB), a mesma também estima obter de receita um montante de 40.395,30 em seus primeiros períodos.

## 2 DESCRIÇÃO GERAL DA EMPRESA.

O Crato é um município brasileiro do interior do estado do Ceará. Está localizado na base da Chapada do Araripe no extremo-sul do estado e na Microrregião do Cariri, integrante da Região Metropolitana do Cariri e, em 2012, tinha 123.963 habitantes.

Divisa com o estado de Pernambuco, constituindo também um entroncamento rodoviário que o interliga ao Piauí, Paraíba e Pernambuco, além da capital do Ceará, Fortaleza. A cidade situa-se no Cariri Cearense, conhecido por muitos como o "Oásis do Sertão" pelas características climáticas mais úmidas e favoráveis à agropecuária. É uma das cidades mais importantes e antigas do Ceará, situando-se atualmente como a 6ª cidade mais populosa, a 3ª mais desenvolvida e o 9ª maior PIB do Estado (PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO, 2015).

Apesar de estar no meio do semiárido nordestino, o Crato tem vegetação farta, é também chamado "Cratinho de Açúcar". Localiza-se na Região do Cariri onde também se encontra a Chapada do Araripe formada há mais de 150 milhões de anos. Fronteira com o estado de Pernambuco, a cidade é a segunda mais importante da Região do Cariri depois de Juazeiro do Norte, fazendo fronteira com Piauí, Paraíba e Pernambuco. (IBGE, 2010).

A MultiFit Gourmet será um local fitness onde serão servidos lanches deliciosos e saudáveis para clientes que levam uma vida fitness, ou seja, fazem musculação regularmente e preocupam-se com sua alimentação. A empresa estará localizada em um ponto estratégico do centro da cidade do Crato, próximo a Praça da Sé, na rua Dr. Miguel Lima Verde e esquina com a Rua da Sé, S/N.

A escolha do local se deu principalmente pela proximidade com seu público alvo, já que o estabelecimento ficará em frente a uma das academias da cidade.

A MultiFit Gourmet será um estabelecimento onde o cliente poderá adquirir sua refeição balanceada de acordo com seu perfil. No local serão servidos lanches preparados especificamente para uma boa alimentação de pré-treino, pós-treino e refeições em geral dos clientes, onde as pessoas que



tenham estilos de vida saudáveis poderão fazer suas refeições ou lanches a vontade com os amigos sem que precise fugir da dieta.

## 2.1 Dados do Empreendedor

Quadro 1 – Dados do Empreendedor

Proprietária	
<b>Nome:</b> Jeannine Braga Bloc	<b>Estado:</b> Ceará
<b>Endereço:</b> Rua Monsenhor Silvano de Souza Nº 126	<b>Celular:</b> (88)97913417
<b>Cidade:</b> Crato	<b>Bairro:</b> Centro

Elaborado pela Autora (2014)

A empreendedora Jeannine Braga Bloc, graduanda em Administração de Empresas pela Universidade Federal do Cariri (UFCA) será a única responsável pelo negócio, sendo assim, inicialmente esta atuará na organização como diretora executiva e também como gerente.

A proprietária chegou a ocupar o cargo de diretora administrativa na empresa de consultoria Acerte Consultoria Jr. - Empresa Júnior do Curso de Administração da Universidade Federal do Cariri em que desempenhava funções, tais como: Planejar, organizar e controlar as atividades da empresa, garantir a perfeita circulação de informações e orientações, gerir a equipe, entre outras.

Para que o profissional tenha um bom desempenho como gerente administrativo, além da graduação é essencial que tenha capacidade de liderança, espírito empreendedor e objetividade.

## 2.2 Missão da empresa:

A MultiFit Gourmet tem como missão – Oferecer uma alimentação de qualidade para o público fitness pondo a sustentabilidade em seu cardápio tanto nas compras, receitas e apresentação dos pratos, procurando por alimentos orgânicos ou de fornecedores certificados, sem a utilização de espécies em extinção e principalmente aproveitando 100% dos produtos, sejam eles legumes, verduras, frutas ou carnes.

## **2.3 Visão e objetivos da empresa**

### **2.3.1 Visão**

Por visão, a MultiFit Gourmet pretende – Ser reconhecida em todo o território regional CRAJUBAR pela oferta de refeições e lanches diferenciados e de qualidade para o público fitness até o ano de 2025.

### **2.3.2 Valores**

A MultiFit Gourmet será regida pelos seguintes princípios: Ética no trabalho, incluindo nisso o respeito aos clientes, fornecedores e funcionários; trabalho em equipe de forma a garantir a agilidade e qualidade dos alimentos; garantia de higiene na manipulação dos alimentos e como já citado anteriormente será frisado a sustentabilidade.

A MultiFit acredita que tais valores são de extrema importância para que a organização se mantenha competitiva no mercado e tenha uma boa relação tanto com seus clientes como com seus funcionários.

## **2.4 Estrutura organizacional e legal**

Segundo dados da Receita Federal (2013) e do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas) (2015) com base no art. 3º, I e II, da lei complementar 123, de 2006, uma microempresa brasileira tem um faturamento bruto anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 e o número de funcionários não deve ultrapassar dezenove, dependendo do tipo de empreendimento.

A lei complementar Federal nº 123, de 14 de dezembro de 2006, conhecida como Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, regulariza um tratamento diferenciado e favorecido a microempresas e empresas de pequeno porte. Conhecido por Simples Nacional, o regime tributário simplificado proporciona as empresas a vantagem de pagar seus impostos de modo unificado. Linhas de crédito e exportações também são mais facilmente negociados as empresas registradas no Simples Nacional.

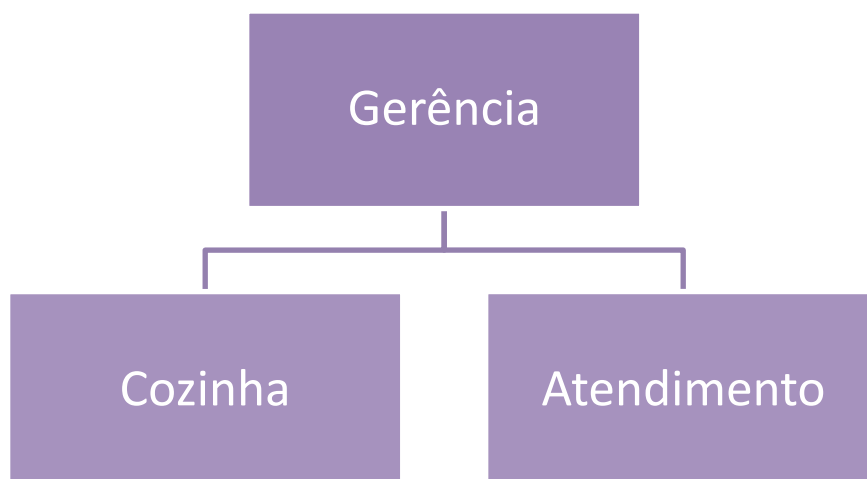
A estrutura inicial da MultiFit Gourmet por caracterizar-se dentro das normas relacionadas a uma microempresa será tributada na forma de Simples Nacional que de acordo com o art. 12 da Lei Complementar nº 123 de 2006 é definido como um regime unificado de arrecadação de tributos e contribuições devidos pelas microempresas e empresas de pequeno porte. O espaço possuirá a tipologia de empresa autônoma, ou seja, não há nenhum vínculo participativo com outra empresa.

Por exercer suas atividades no setor alimentício a organização está sujeita a constante fiscalização em seus processos. Para que funcione de acordo com a norma, se faz necessário os alvarás de funcionamento e vigilância sanitária assim como os registros na Receita Federal e Secretaria da Fazenda.

A MultiFit Gourmet pretende ingressar no mercado com três colaboradores e um gerente (sócio administrador) que ficará responsável por toda a parte decisória da organização, bem como o acompanhamento de todas as atividades.

A estrutura funcional da empresa inicialmente será de três setores, sendo um a gerência, onde serão tratadas todas as questões de contas a pagar e a receber, tomadas de decisões relacionadas a melhoria do empreendimento e seleção e treinamentos de funcionários; a cozinha que envolverá toda a atividade de execução de tarefas da área produtiva. Nesse setor as ideias serão executadas da melhor forma possível e com a maior segurança. E, por fim, o setor operacional será responsável pelo atendimento ao cliente. O serviço do caixa também está incluso nesse segmento.

Figura 1 - Organograma da Empresa



### 3 PLANO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Sabe-se que não é nada fácil manter uma alimentação saudável e balanceada e que sempre existem dias em que fugimos da dieta. “Dia do lixo” é o famoso dia no qual a pessoa esquece a dieta e come tudo o que tiver vontade. A MultiFit Gourmet quer garantir justamente que esses dias se tornem cada vez mais extintos na vida dessas pessoas e fará com que isso aconteça justamente oferecendo aos seus clientes uma alimentação diferenciada e deliciosa preparada especificamente com alimentos frescos e ricos em proteínas, carboidratos, vitaminas e minerais.

Outro fato importante é que existem algumas pessoas que fazem musculação e que acham que somente isso basta para se conquistar aquele corpo ideal e esquecem que a alimentação é um dos fatores mais importantes para se chegar a esse resultado. Há também os casos de pessoas que não tem tempo para se alimentarem da forma correta e nos devidos horários, para tais pessoas a MultiFit Gourmet será uma ótima opção, o público alvo poderá economizar tempo e se alimentar com refeições deliciosas e saudáveis simplesmente com um telefonema. O fato de a MultiFit Gourmet estar localizada em frente a uma das academias da cidade será um fator importante para o sucesso inicial do negócio.

A seguir serão mostrados alguns dos produtos a serem ofertados na  
MultiFit Gourmet:

Figura 2 – Peito de Frango



Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

O Frango é um dos alimentos mais procurados por pessoas que fazem musculação, pois ele está entre as opções ricas em proteínas para quem está em dieta. A carne de Frango tem uma quantidade de gorduras saturadas muito menor do que a carne bovina, e são essas gorduras as responsáveis pela maioria dos casos de problemas cardíacos atualmente.

Figura 3 – Tapioca com Peito de Frango



Fonte: Internet (2015)

Rica em carboidratos, a tapioca não contém glúten, sódio e não leva gordura nem no preparo. Por não conter glúten, colesterol e gorduras, não tem a mesma ação inflamatória que os pães e torradas têm por isso muitos trocam o pão pela tapioca. Outro fato que poucos sabem é que a tapioca tem alto índice glicêmico, devendo ser consumida com moderação por diabéticos, pois eleva a quantidade de açúcar no sangue, mas é ideal para repor as energias no pós-treino. A dica é rechear a tapioca com fontes de proteínas, como queijo branco, peito de peru, frango, etc.

Figura 4 – Salada de Frutas



Fonte: Internet (2014)

Fontes de zinco, magnésio e potássio, além de vitaminas e fibras, as frutas são extremamente importantes para quem pratica atividade física. Comer pelo menos uma fruta todos os dias garante mais energia para os treinos, além de reforçar o sistema de defesa. Frutas são ótimas para serem consumidas como pré-treino.

Figura 5 – Kibe de Quinoa com Atum



Fonte: Internet (2015)



Para quem pratica musculação a quinoa é um alimento saudável e indispensável à alimentação. A quinoa é fonte de carboidrato de baixo índice glicêmico, ou seja, demora mais tempo para ser transformado em açúcar no sangue, isso evita a produção em excesso de insulina, o hormônio responsável pelo estoque de gordura no corpo. É também um alimento rico em proteínas, cada 100 gramas do grão contém cerca de 15 gramas de proteína. Portanto a quinoa é uma ótima escolha para quem deseja ganhar músculos e perder gordura.

Quadro 2 – Produtos

<b>Produtos</b>
<b>Iogurte com Morangos</b>
<b>Omelete de Batata Doce</b>
<b>Torta de Batata Doce com Banana e Granola</b>
<b>Pão de Batata Doce</b>
<b>Salada de frutas</b>
<b>Porção de Batata Doce</b>
<b>Panqueca do ovos e banana (sem farinha)</b>
<b>Panqueca de Proteína</b>
<b>Tapioca com carne moída</b>
<b>Tapioca com peito de frango</b>
<b>Tapioca com carne de sol</b>
<b>Tapioca com ovos mexidos</b>
<b>Omelete de Quinoa</b>
<b>Vitaminas</b>
<b>Shakes de Whey Protein</b>
<b>Shakes Herbalife</b>
<b>Shakes Diet Shake</b>
<b>Shakes New Diet</b>
<b>Shakes Diet Way</b>
<b>Sucos Detox</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

## **4 PLANO DE MARKETING**

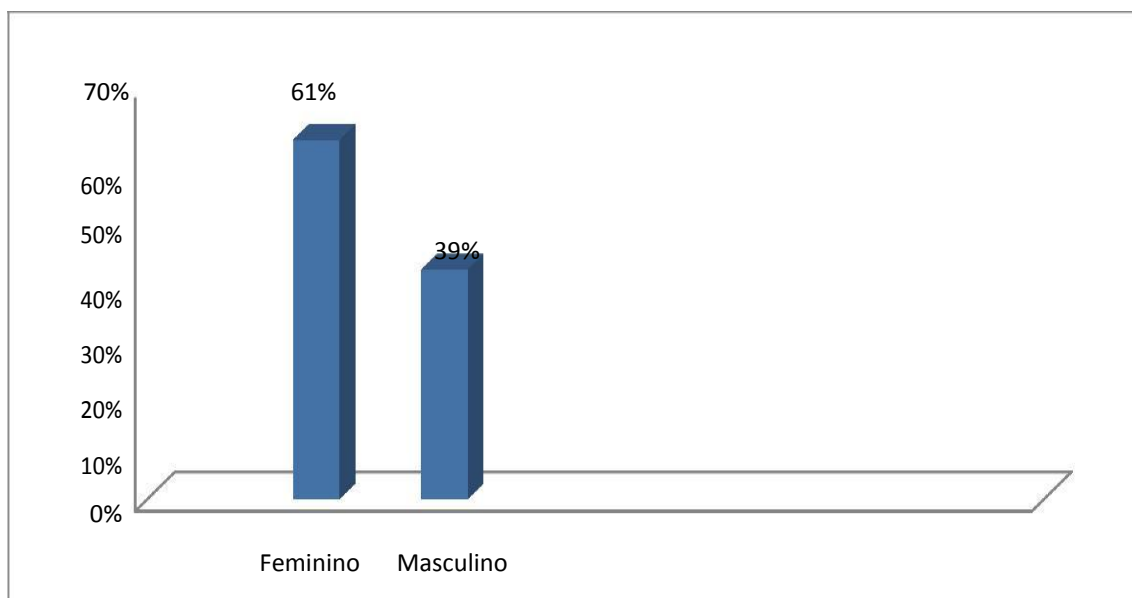
### **4.1 Análise de mercado**

As pessoas têm opiniões e comportamentos diferentes conforme seus estágios de vivência. Vivemos ciclos diferentes ao longo da vida e cada período há uma necessidade de consumo. Entender em qual estágio seus consumidores estão, qual a idade que possuem, se são solteiros ou casados, se moram sozinhos ou com a família e outros fatores da vida pessoal dos clientes são grandes influenciadores do consumo de certos produtos. Quando o gestor traça as estratégias e ações de marketing, precisa levar em consideração que as pessoas, mesmo que pertençam ao mesmo ambiente cultural e classe social, podem reagir de forma diferente por questões pessoais.

Em se tratando da pesquisa de mercado realizada com o público alvo da MultiFit Gourmet, foram coletadas algumas informações importantes que farão uma diferença na hora em que os produtos começarem a ser ofertados. Foram aplicados 100 questionários nas principais academias da cidade, tais questionários continham 13 perguntas que foram cuidadosamente elaboradas para que a empresa possa satisfazer com excelência a necessidade do público alvo.

Notou-se primeiramente que o mercado da MultiFit Gourmet é composto por mais mulheres do que homens, pois de acordo a pesquisa realizada, 61% dos entrevistados eram do sexo feminino e 39% do sexo masculino. Segue gráfico.

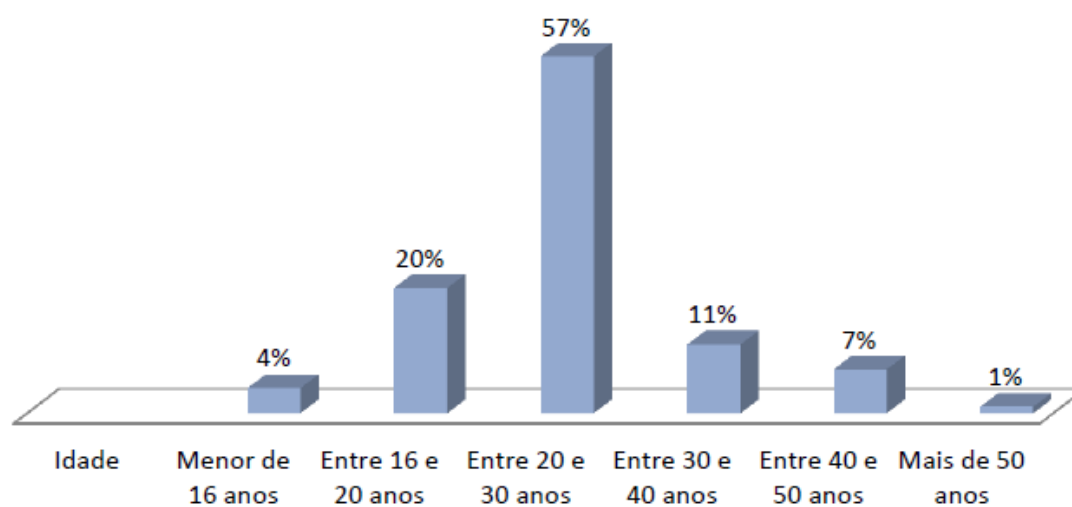
Gráfico 1 – Gênero dos entrevistados



Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

Outra informação adquirida foi a idade média do mercado, o público alvo da MultiFit Gourmet com 88% das respostas está entre 16 e 40 anos, sendo estes separados da seguinte forma: 57% dos entrevistados tinham de 20 a 30 anos de idade, 20% de 16 a 20 anos e 11% de 30 a 40 anos de idade. Segue gráfico.

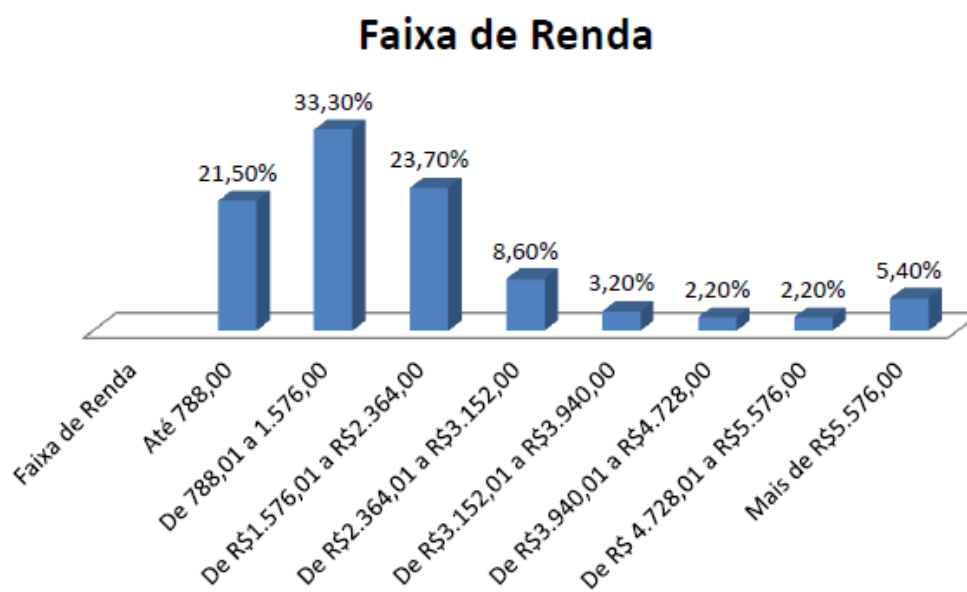
Gráfico 2 - Idade



Fonte: Elaborado pela autora (2015)

De acordo com a maioria dos futuros possíveis clientes da MultiFit Gourmet a faixa de renda individual dos mesmos está dividida entre as rendas de 788 reais a 2.364 reais com 78,5% dos resultados, ou seja, a maior parte do público alvo ganha até 3 salários mínimos. Sendo subdivididos da seguinte maneira, 31% do público ganha de 788,01 a 1.576 reais, 22% ganham de 1.576,01 a 2.364 reais e 20% do público ganha até 788 reais. Segue gráfico.

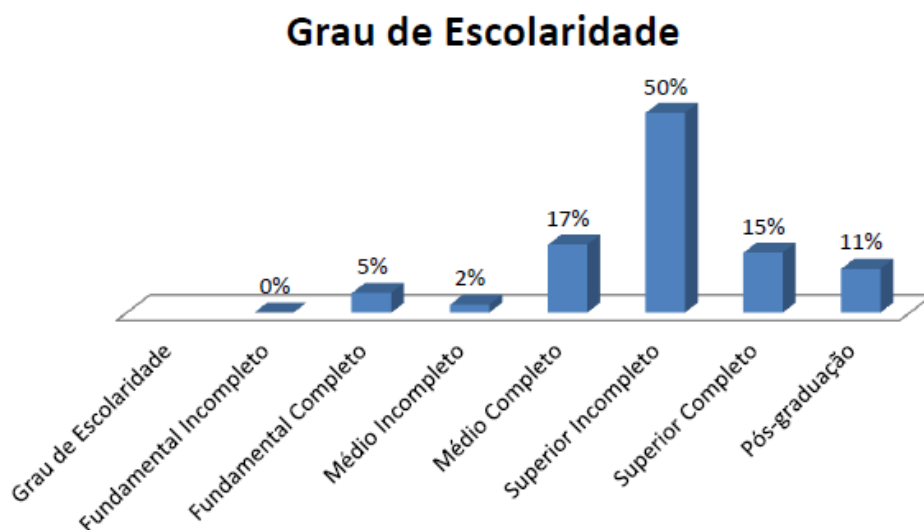
Figura 6 - Faixa de Renda



Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

Em se tratando de grau de escolaridade do público alvo, 50% das pessoas entrevistadas estão cursando a faculdade, 15% já concluíram a mesma e 11% fazem pós-graduação. Segue gráfico.

Gráfico 3 - Grau de Escolaridade

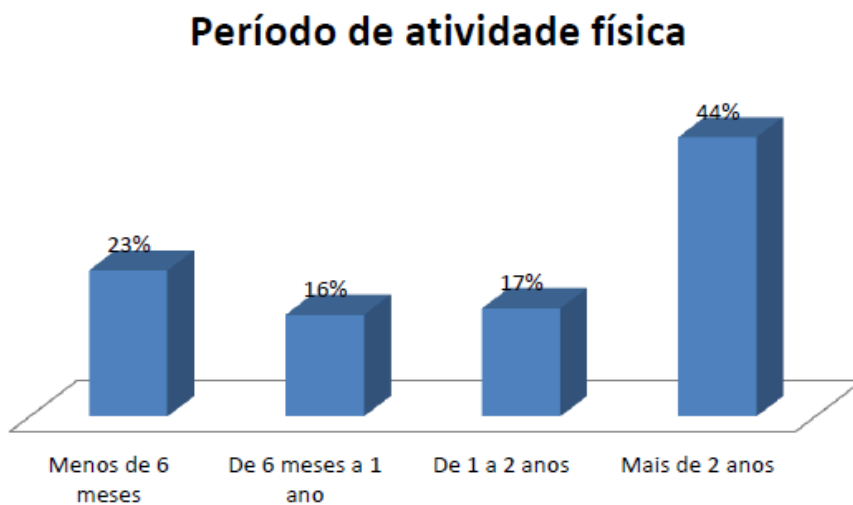


Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

O objetivo da MultiFit Gourmet é ajudar as pessoas que fazem musculação a alcançarem os seus objetivos, oferecendo suas dietas já preparadas. Os mais beneficiados com a implantação da empresa serão aquelas pessoas que tem seus horários todos comprometidos e não tem tempo para estarem preparando elas mesmas suas dietas.

De acordo com a pesquisa de mercado 44% das pessoas que fazem musculação já o fazem há mais de dois anos e se mostraram muito interessados na possibilidade da implantação do estabelecimento. Segue gráfico.

Gráfico 4 - Período de atividade física



Fonte: Elaborada pela Autora (2015)

Seus objetivos na academia são variados, 53% deles estão na academia para ganhar massa muscular, ou seja, pela hipertrofia dos músculos, 22% procuram emagrecer, em todo caso a alimentação de ambos deve ser rica em proteínas que é a responsável pela construção dos músculos e carboidratos, pois estes fornecem energia ao corpo na hora do treino. Segue gráfico.

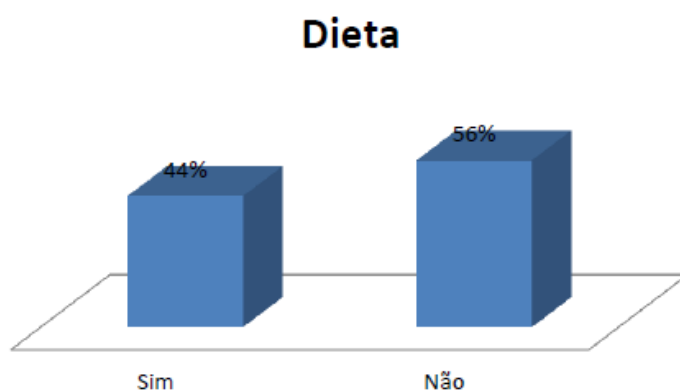
Gráfico 5 - Objetivos na academia



Fonte: Elaborada pela autora (2015)

No que pôde ser notado com a pesquisa de mercado elaborada pela empreendedora da MultiFit Gourmet, 56% dos entrevistados já fazem algum tipo de dieta enquanto 44% deles não o fazem, porém a informação de que estaria para abrir um local no qual ofertasse esse tipo de serviço e produto na região, animou o público no qual estava respondendo o referido questionário.

Gráfico 6 - Dieta

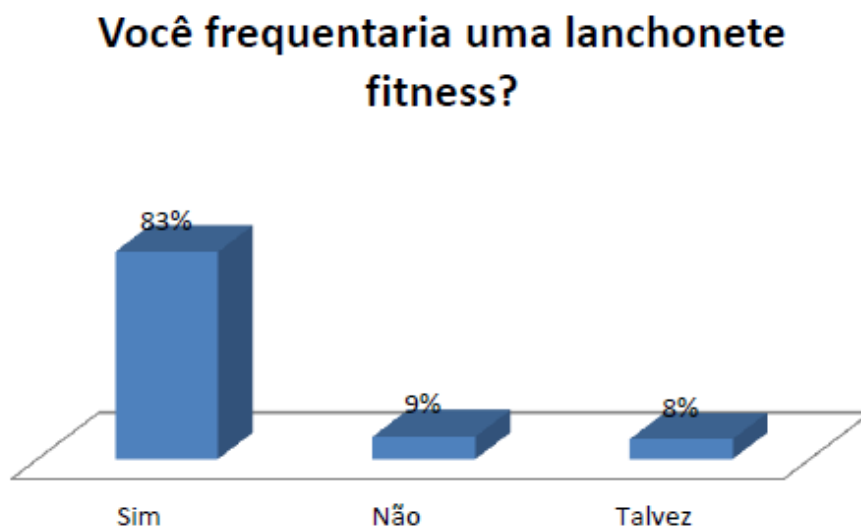


Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

Também de acordo com a pesquisa 83% dos entrevistados disseram que frequentariam o estabelecimento, estes futuros clientes ficaram animados com a ideia da implantação de um local que ofertasse esse tipo de produto e

serviço, pois está em falta na cidade empreendimentos como este. Segue gráfico.

Gráfico 7 - Você frequentaria uma lanchonete fitness?

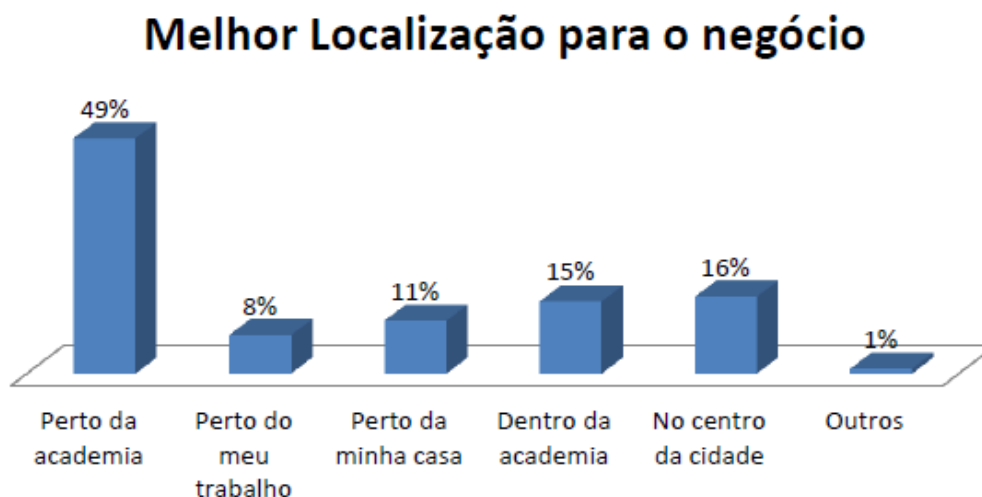


Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

Na questão de localização do estabelecimento, 49% disseram que preferiam um local perto da academia e 16% no centro da cidade, foi decidido então manter o local escolhido anteriormente que fica no centro da mesma, pois a maioria das academias como: Up Fitness, Academia da Fafá, Cafi Fitness e Lyon Fitness ficam em torno do centro da cidade, isso garantirá a preferência tanto dos clientes que gostariam que o local fosse perto da academia quanto dos que preferiam que a MultiFit Gourmet ficasse no centro da cidade, acredita-se que isso atrairá mais clientes para a MultiFit Gourmet. Segue gráfico:



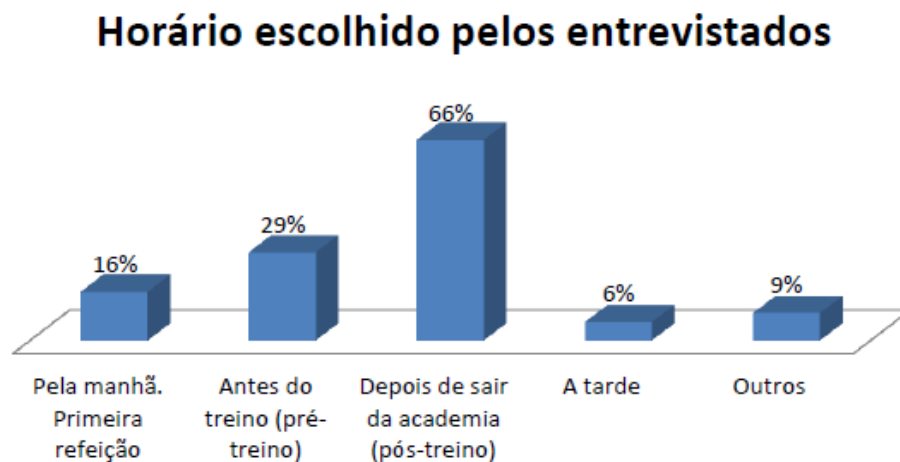
Gráfico 8 - Melhor localização para o negócio



Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

Quanto ao horário em que tais clientes mais se interessam em frequentar o estabelecimento foi dito que os períodos de pós-treino, ou seja, depois que a pessoa termina de malhar, com 66% e pré-treino, antes de malhar, com 29% seriam os melhores horários para usufruir de locais como este. Esses lanches de pós e pré-treino são lanches muito importantes para perder peso, ganhar massa e alcançar os objetivos planejados e devem ser consumidos de preferência nos primeiros quarenta minutos depois do treino, pois é o horário em que o corpo mais absorve os nutrientes consumidos, por isso, o trabalho para com esse tipo de lanche deve ser rápido e eficaz. Segue gráfico.

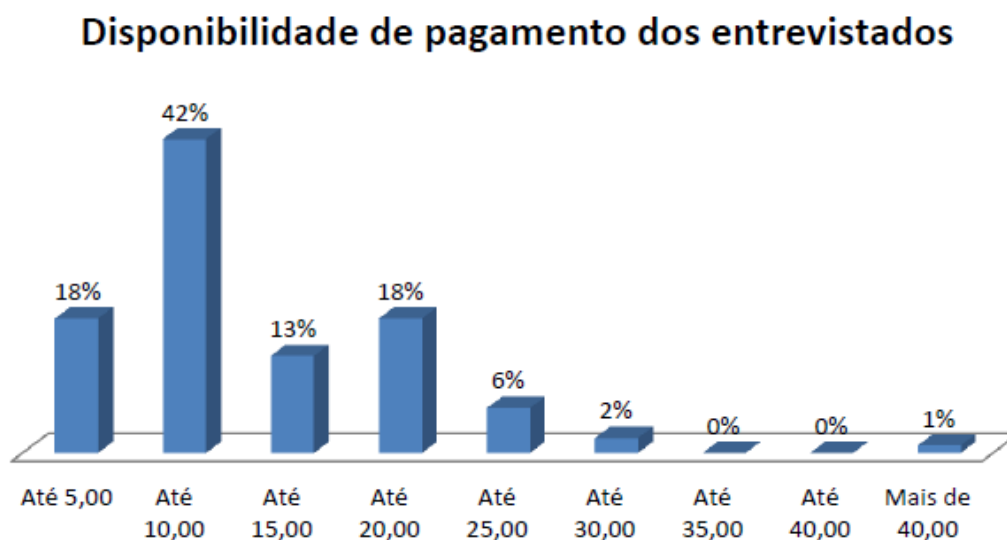
Gráfico 9 - Horário escolhido pelos entrevistados



Fonte: Elaborada pela autora (2015)

Em se tratando dos preços dos produtos que serão ofertados, de acordo com a pesquisa, 42% dos entrevistados disseram que um produto de até 10 reais seria mais viável, em segundo lugar temos as pessoas que disseram que estariam dispostos a pagar até 20 reais num lanche com 18%. Segue gráfico.

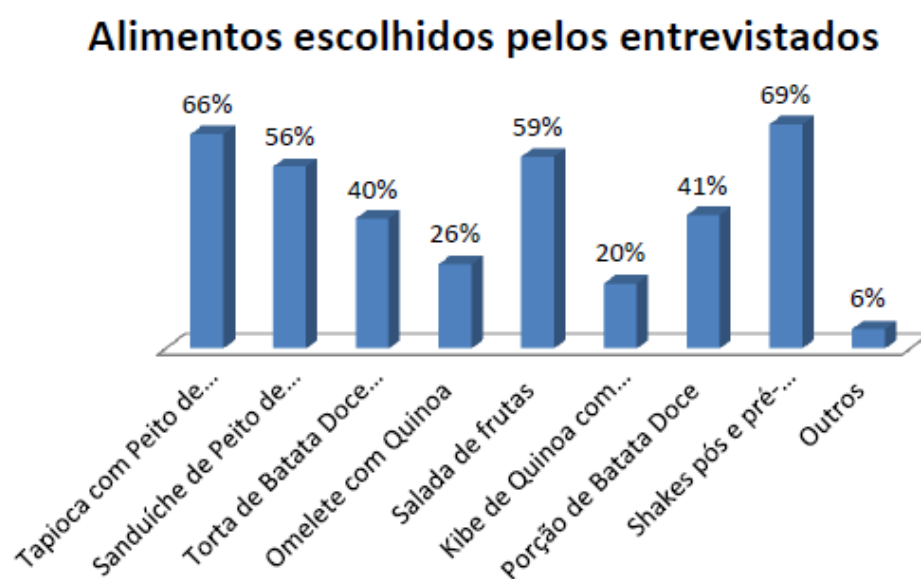
Gráfico 10 - Disponibilidade de pagamento dos entrevistados



Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

Podendo escolher mais de um alimento nesta fase do questionário, o alimento mais pedido pelos entrevistados não foi alimento e sim suplementação, com 69% foram pedidos vários shakes de pós-treino e pré-treino, Whey Protein, entre outros, a MultiFit Gourmet irá ofertar tais shakes em unidades, shakes prontos para se tomar na mesma hora em que adquire; a tapioca recheada foi a segunda mais pedida pelos entrevistados com 66% seguida da salada de frutas com 59% e do sanduiche de peito de peru com pão integral com 56% dos pedidos.

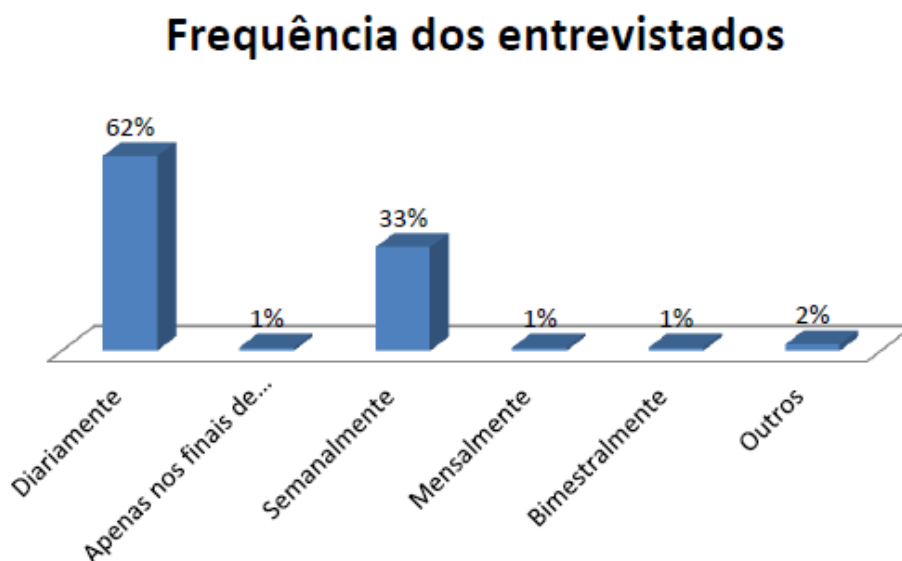
Gráfico 11 - Alimentos escolhidos pelos entrevistados



Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

E, finalmente, foram questionados sobre sua frequência no local, 62% dos entrevistados responderam que iriam a MultiFit Gourmet diariamente e 33% disseram que iriam semanalmente. Segue gráfico.

Gráfico 12 - Freqüentaria dos entrevistados



Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

## 4.2 Concorrência

Em uma análise de possíveis concorrentes notou-se certa carência de negócios como esse no mercado, porém um único concorrente indireto baterá de frente com a MultiFit Gourmet, o Mundo Verde é a maior rede de lojas de produtos naturais, orgânicos e de bem-estar da América Latina, está no mercado há 28 anos e é pioneiro e líder na proposta de desenvolver o conceito de vida saudável e sustentabilidade no varejo brasileiro (site Mundo Verde). A diferença de ambos está nos produtos, pois enquanto no Mundo Verde são oferecidos as “matérias-primas” para a preparação das refeições, na MultiFit Gourmet as refeições serão servidas prontas, com ingredientes frescos e de boa qualidade.

Alguns outros estabelecimentos também podem ser chamados concorrentes indiretos do negócio, o tradicional arroz com feijão está sendo trocado por pratos sofisticados, ou até mesmo pelo *fast food*<sup>1</sup>, e quem ganha com isso é o setor gastronômico. Uma pesquisa realizada recentemente pela

<sup>1</sup> Trata-se de um setor diferenciado no serviço de alimentação, onde a padronização, a mecanização e a rapidez, além da garantia da procedência dos ingredientes, atraem os clientes. Os restaurantes ou lanchonetes do tipo fast-food são uma evolução dos restaurantes e lanchonetes do tipo drive-in, que surgiram na década de 40, no sul da Califórnia.

Central Mailing List, empresa especialista em banco de dados, revela que o Brasil possui 222.358 empresas no ramo alimentício.

A pesquisa revelou que só no ano de 2011 foram abertos 18.399 restaurantes no país. O Amapá foi o estado que mais inaugurou empresas. Já os paulistas são os que mais possuem opções gastronômicas, registrando 55.459 estabelecimentos.

As regiões Norte e Nordeste são as que mais crescem no segmento, se comparadas ao ano de 2011. O estado do Amapá foi o campeão, lá o crescimento foi de 21,35%. Em seguida, vem Pará (17,40%), Piauí (16,55%), Acre (16,19%), Paraíba (15,29%) e Roraima (15,22%). São Paulo está abaixo dos 10% na taxa de crescimento, ficando no 24º lugar (7,68%).

A baixa na pesquisa é referente a grande quantidade de restaurantes e lanchonetes que São Paulo possui, e por este motivo, fica cada vez mais difícil encontrar um ponto disponível, segundo dados da pesquisa. (ADMINISTRADORES, 2012).

A MultiFit Gourmet, contudo, fará frente a concorrentes tanto do mesmo ramo que vierem a aparecer posteriormente, quanto de outros segmentos e apresentará uma variedade de produtos de qualidade e novas opções de receitas fitness a um preço acessível, em um ambiente agradável e, principalmente, com rapidez no atendimento.

### **4.3 Estratégias de Marketing**

Acredita-se que a atenção do cliente já está sendo atraída a partir da localização do empreendimento, pois este se encontra em um dos locais da cidade de maior fluxo de pessoas, o Centro. Sem contar, no entanto, o fato do negócio ser em frente a uma academia, onde se encontram os clientes potenciais do negócio.

No local do empreendimento serão vendidos lanches preparados para pré-treino, pós-treino e lanches em geral para cada tipo de cliente. Os produtos serão preparados tanto para pessoas que pretendem perder peso, como para aqueles que pretendem ganhar massa muscular. Serão ofertadas também algumas bebidas, como suco de frutas, vitaminas, shakes, entre outros.

De acordo com Beatriz Botéquio nutricionista da Consultoria Equilibrium (SP) “A refeição pré-exercício tem como objetivo fazer com que o praticante não se sinta fadigado e tenha um bom desempenho durante a atividade. Para todos os tipos de treinos: aeróbico (corrida, ciclismo, luta) ou de força (musculação), a sugestão é investir em alimentos que são fontes de carboidratos complexos”.

A seguir serão especificados alguns produtos a serem ofertados como pré-treino:

Quadro 3 - Lanches de Pré-Treino

Pré-Treino
Sanduíche de peito de peru com pão integral
Porção de batata doce
Salada de frutas
Iogurte com morangos
Pão de batata doce
Torta de batata doce com banana e granola
Omelete de batata doce

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

Segundo Karoline Pereira Silva, nutricionista da Cia Athletica Unidade Anália Franco (SP) “a alimentação do pós-treino é de extrema importância, pois após o treino o organismo age como uma esponja, tudo o que é ingerido é absorvido rapidamente, pois o corpo está necessitando de alimentos para repor o que foi perdido”. Por esse motivo deve-se apostar nas proteínas que trazem benefícios principalmente ajudar na formação dos músculos. As proteínas também ajudam na hipertrofia muscular, mas, para isso, é necessário uma alimentação e exercícios adequados para tal. A seguir temos a lista de lanches de pós-treino da MultiFit Gourmet:

Quadro 4 – Lanches de pós-treino

<b>Pós-Treino</b>
Panqueca de proteína
Tapioca com carne moída
Tapioca com peito de frango
Tapioca com carne de sol
Tapioca com ovos mexidos
Omelete de quinoa

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

Quadro 5 - Bebidas

<b>Bebidas</b>
Suco de frutas
Vitaminas
Shake de Whey Protein
Shakes Herbalife
Shakes Diet Way
Shakes Diet Shake
Shakes New Diet

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

#### **4.3.1 Política de Preços**

A MultiFit Gourmet iniciará o negócio já aceitando tanto pagamentos a vista como cartões de crédito com as bandeiras aceitas pela máquina da Cielo, como: Visa, MasterCard, Hipercard, Elo e cartões de débito.

Os preços que serão cobrados pelos produtos irão se basear no custo da produção, no valor agregado e na margem de lucro estabelecida pela empresa. Serão analisados os concorrentes indiretos com relação a política de preços para se definir a margem de lucratividade.

A seguir temos alguns dos produtos ofertados no estabelecimento e seus respectivos preços:

Tabela 1 - Preços

<b>Produto</b>	<b>Preço</b>
Sanduíche de Peito de Peru com Pão Integral	5,99
Porção de Batata Doce	3,99
Salada de Frutas	3,99
Iogurte com Morangos	4,99
Pão de Batata Doce	5,99
Torta de Batata Doce com Banana e Granola	6,99
Omelete com Batata Doce	4,99
Panqueca de Ovos e Banana (sem farinha)	3,99
Panqueca de Proteína	7,99
Tapioca com carne moída	5,99
Tapioca com Peito de Frango	4,99
Tapioca com Carne de Sol	5,99
Tapioca com Ovos Mexidos	3,99
Omelete com Quinoa	9,99
Shake de Whey Protein	12,00
Shakes Herbalife	14,00
Shakes Diet Way	12,00
Shakes Diet Shake	11,00
Shakes New Diet	11,00

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

#### **4.3.2 Estratégias Promocionais**

Alguns canais de comunicação serão utilizados para atrair o cliente até a MultiFit Gourmet, tais canais serão: Outdoors, folders que serão distribuídos nas academias da cidade, cartazes, carros de som onde este propagará a novidade nas ruas da cidade próximo as academias entre outros locais onde as pessoas praticam esportes, caminhadas ou outros tipos de exercícios e principalmente as redes sociais que, atualmente, é um dos melhores meios de comunicação.

Será feita uma promoção de iniciação onde os lanches serão vendidos com 50% de desconto na primeira semana do negócio, acredita-se que isso chamará a atenção do público alvo e fará com que o negócio se torne um espaço conhecido no mercado.



### 4.3.3 Praça

O termo “praça” citado acima está se referindo ao local em que será implantado o negócio a ser planejado, o empreendimento será localizado na área central da cidade do Crato-CE, mais especificamente na Rua Dr. Miguel Lima Verde, esquina com a Rua da Sé S/N.

A estratégia é usar sua localização privilegiada, próxima aos seus clientes potenciais, pois a MultiFit Gourmet ficará em frente a uma das academias mais movimentadas da cidade para promover o seu negócio e assim crescer e se fortalecer.

### 4.3.4 Localização do negócio

Quadro 6 – Localização do Negócio

LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	
<b>Rua</b>	Dr. Miguel Lima Verde
<b>Estado</b>	Ceará
<b>Cidade</b>	Crato
<b>Bairro</b>	Centro
<b>Telefone</b>	(88) 35210219
<b>Celular</b>	(88) 97858856

Fonte: Elaborado pela Autora (2014)

### 4.3.5 Matriz Swot

Quadro 7 - Matriz Swot

<b>Fatores internos</b>	<b>Pontos fortes</b>	<b>Pontos fracos</b>
	Agradável Boa localização Inovação no setor alimentício Internet wifi	Marca desconhecida no mercado
<b>Fatores externos</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
	Concentração do fluxo de clientes potenciais Poder aquisitivo da população Exigência do cliente em qualidade do produto Busca dos clientes pela praticidade Alto nível populacional	Concorrência indireta forte no mercado Estrutura de custo dos concorrentes

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

## 5 PLANO GERENCIAL

A estrutura da empresa será de pequeno porte e esta contará inicialmente apenas com cinco colaboradores que serão: Um cozinheiro que ficará responsável pela preparação dos lanches e refeições; um auxiliar de cozinha, treinado para ajudar o cozinheiro no que for necessário; dois atendentes e uma pessoa responsável pelos serviços gerais realizados no estabelecimento. A empreendedora do negócio atuará inicialmente na empresa como diretora executiva e também gerente.

A parte administrativa da empresa ficará sob a responsabilidade de um único gerente que ficará responsável por toda a parte decisória da organização, bem como o acompanhamento de todas as atividades. Todavia, à medida que a empresa for crescendo, novas alterações serão feitas.

Os funcionários que serão contratados futuramente passarão por entrevistas realizadas pelo próprio gerente da empresa, já que esta se trata de uma empresa de pequeno porte e não terá um setor de recursos humanos pré-definido. Por meio destas entrevistas é que será avaliada a capacidade de cada um de lidar com as mais variadas situações.

O funcionário terá que ser apto a manter sempre a calma e o respeito pelos clientes e colegas de trabalho. Será também avaliada a capacidade de percepção do funcionário para entender e atender as expectativas dos clientes, a agilidade e presteza no atendimento, sua capacidade de apresentar e vender os produtos da empresa e sua motivação para crescer juntamente com o negócio.

Estes passarão também por treinamentos que serão feitos na própria organização e pelos próprios colaboradores que devem repassar todo o conhecimento adquirido no dia-a-dia de trabalho dos mesmos, serão repassados também todos os detalhes sobre os produtos que os novos funcionários irão vender e a melhor forma de passar essas informações aos clientes.

## 6 PLANO OPERACIONAL

As atividades a serem praticadas na MultiFit Gourmet serão atividades de um restaurante comum, como: Controle de estoque, atendimento, preparação de alimentos, etc. Para organizar essas atividades de maneira a torna-las facilmente gerenciáveis pela administradora do negócio e sem falhas de procedimentos, é necessário elaborar um plano operacional que permita a padronização de algumas tarefas e contenha ferramentas de ajuste e controle das mesmas.

Segue abaixo a listagem de tarefas com seus respectivos procedimentos do *back office*, da administração, do *middle office* e do *front office*.

### 6.1 Back Office e Administração

Por ser um empreendimento de pequeno porte, com poucos recursos financeiros, de primeiro momento, a maior parte das tarefas de back office e administrativas serão realizadas pela empreendedora do negócio.

Quadro 8 - Atividades e procedimentos do Back Office

<b>Atividade</b>	<b>Procedimento</b>
<b>Compras</b>	Pesquisar fornecedores confiáveis e com produtos de qualidade, negocia-los com base em valores e condições e criar uma relação com os fornecedores que permita um desenvolvimento próspero controlar os estoques com a ajuda do auxiliar de cozinha.
<b>Recursos Humanos</b>	Avaliar o desempenho dos funcionários e os auxiliar para um bom desenvolvimento profissional e pessoal dos mesmos.
<b>Financeiro/Contábil</b>	Pagar despesas administrativas, fornecedores e funcionários; controlar as receitas e as despesas e gerar informações que permitam o acompanhamento dos negócios da empresa e o desenvolvimento de novas estratégias
<b>Controle</b>	Desenvolver ferramentas gerenciais e tecnológicas de controle de atividades operacionais e financeiras para assegurar o bom funcionamento da empresa, gerando um ambiente de trabalho mais confortável, sem desconfianças.
<b>Marketing</b>	Assegurar o posicionamento da empresa no mercado; realizar promoções e divulgação da Multifit Gourmet e cuidar do relacionamento da empresa com seus clientes, fornecedores, concorrentes e a sociedade como um todo.

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

## 6.2 Middle Office

As funções de middle office serão desempenhadas pelo cozinheiro e auxiliar de cozinha com a supervisão direta do gerente do negócio.

Quadro 9 - Atividades e procedimentos do Middle Office

Atividade	Procedimento
Limpeza da Cozinha	Passar o pano com álcool diariamente nas prateleiras, balcões e chão da cozinha no início e fim de cada turno.
Recebimento das matérias-primas	Confirmar o pedido entregue com compras e conferir a quantidade pedida e a entregue.
Arrumação do estoque	Colocar os produtos entregues no estoque e separar por: Perecíveis; não perecíveis; data de validade; necessidade de refrigeração, etc.
Controle visual de estoque	Atentar para a falta de produtos no estoque para os quais ainda não foram realizados pedidos de reposição.
Preparação dos ingredientes	Preparar os ingredientes antes da abertura do restaurante a cada turno; cortar as verduras e os legumes que não são embalados prontos para o consumo e depois colocar cada acompanhamento em um recipiente; começar a preparar os alimentos que precisam de um tempo maior de preparo para que estejam prontos na abertura.

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

### **6.3 Front Office**

Um fator crítico para o sucesso de um empreendimento encontra-se no serviço prestado ao cliente, desta forma, é de extrema importância que a empresa ofereça um atendimento ágil e de qualidade. Sendo assim, os colaboradores da MultiFit Gourmet estarão devidamente uniformizados, identificados com facilidade e treinados para oferecer um atendimento de qualidade.

O serviço é uma parte do “pacote da refeição” muito importante para a satisfação do cliente. A parte essencial do serviço em um restaurante é o atendimento.

Las Casas (2001, p.166), conceitua atendimento como “a forma que a empresa se relaciona com o cliente, seja no contato direto, seja no contato

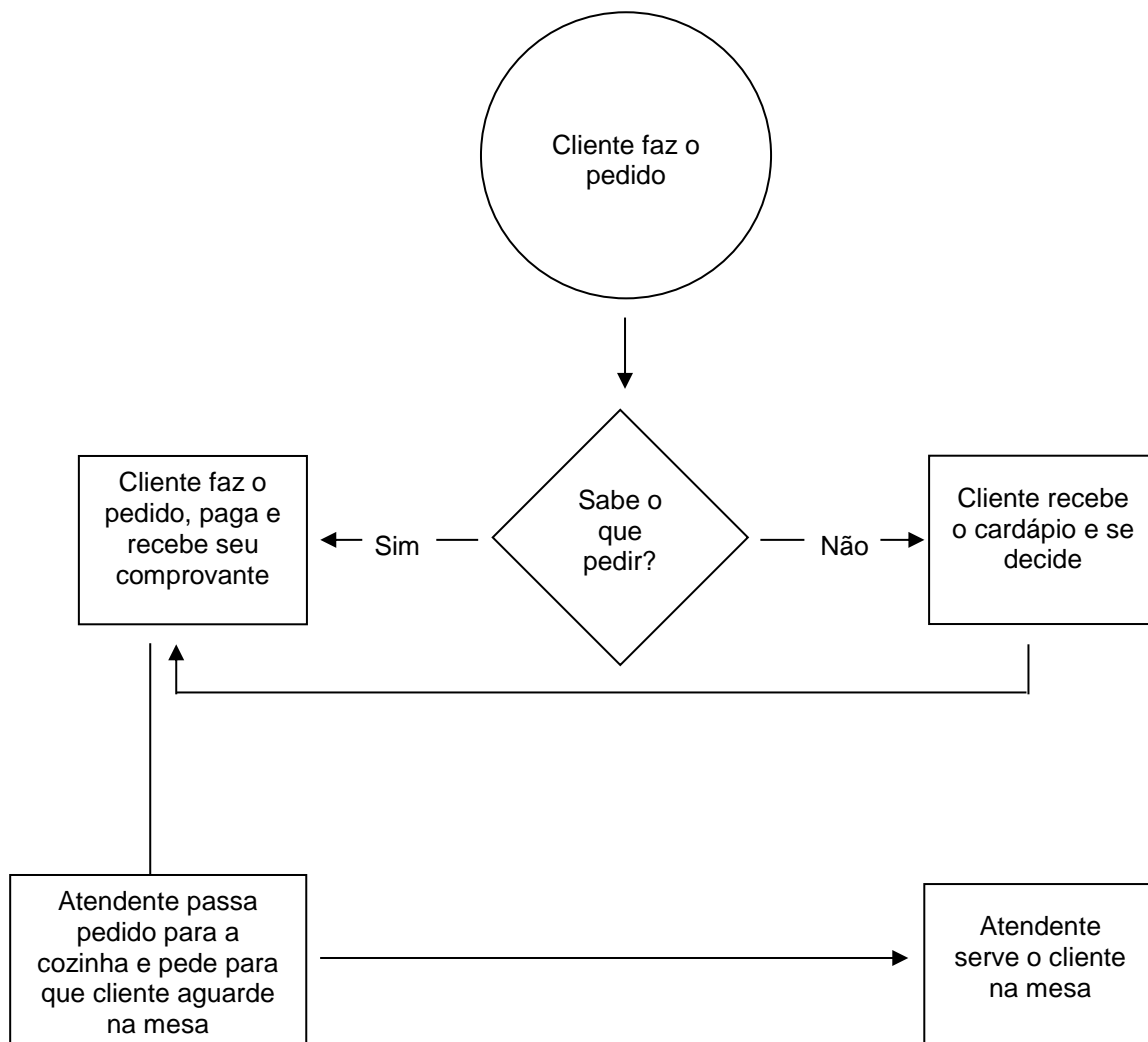
indireto, por intermédio de pessoas e de outros meios variados, conforme o perfil do negócio”.

Tentando atender a todas as expectativas dos clientes, a MultiFit Gourmet oferecerá serviços adicionais como diferencial. Tais serviços serão: A aceitação de todos os tipos de cartões, convênio com um estacionamento próximo ao restaurante e a entrega a domicílio dos produtos ofertados.

O fluxograma a seguir mostra o passo a passo do atendimento ao cliente na MultiFit Gourmet.



Figura 7 - Fluxograma do atendimento ao cliente



Fonte: Elaborado pela Autora (2014)

O local escolhido para a instalação da lanchonete foi na praça da Sé, que fica no centro do Crato, por se tratar de um local central, próximo a maioria das academias e com maior fluxo de pessoas. Conta com um ambiente moderno, inovador, agradável e confortável para os clientes. O horário de funcionamento será de 8 horas durante a semana e 4 horas aos sábados o que totaliza 44 horas semanais como estabelecido na Constituição Federal de 1988 e na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) o horário de funcionamento da empresa será então das 14 horas às 22 horas de segunda a sexta-feira, aos sábados a MultiFit funcionará a partir das 8 horas às 12 horas.

No que se refere ao atendimento estabelecer um relacionamento da organização com os clientes é algo primordial. A gerência auxiliará e apoiará o funcionário no atendimento, em relação aos equipamentos será realizada revisão para prever danos. A equipe operacional é composta por:

Quadro 10 - Funcionários

Área	Nº de Funcionários	Função
Atendimento	2	Atendimento ao cliente
Cozinha	1	Preparo dos lanches e refeições

Fonte: Elaborado pela Autora (2014)

Os custos operacionais serão custos com água, energia, telefone, aluguel de imóvel, custos com transporte, compra de matéria-prima, embalagens e outros.

A MultiFit Gourmet virá para ajudar as pessoas a ter uma alimentação de qualidade e sem perca de tempo. Clientes que não tem tempo para preparar suas próprias refeições e não se sintam a vontade tendo que se alimentar de lanches que não suprem suas reais necessidades serão os mais beneficiados com o empreendimento.

Devido à estrutura de pequeno porte da empresa, não se vê necessária a contratação de novos gerentes, no entanto, a medida que a mesma for crescendo, serão adicionados novos membros, novos gerentes e diretores (gerente de produção, de marketing, diretor executivo) caso seja necessário.

Oferecer um ambiente físico com uma boa iluminação, música, ambiente, layout das instalações e equipamentos de alta tecnologia, área adequada para o atendimento e conforto dos clientes, uma decoração que influencie o desejo do mesmo e um lugar agradável com higiene e limpeza do ambiente será uma das metas da MultiFit Gourmet.

A empresa visa garantir a eficiência do seu ramo de atividade buscando investir em marketing, lançando promoções aos fieis clientes, colocando a disposição do mercado as vantagens na utilização de cartões de crédito nas compras realizadas no estabelecimento.

O atendimento será diferenciado, pois será prezado um atendimento com maior agilidade, evitando, assim, a longa espera dos clientes. O pagamento será efetuado no caixa, à vista ou em cartões de débito ou crédito.

Os funcionários da empresa serão treinados para assegurar um atendimento mais ágil, a redução do tempo de espera do cliente, a diminuição e a conseqüente eliminação do tempo de ociosidade do funcionário que são fatores importantes para a empresa para um amplo desenvolvimento da mesma.

## 6.4 Layout

Figura 8 - Layout



Fonte: Internet (2015)

## **7 PLANO FINANCEIRO**

Nesse parte do plano de negócio, será feita uma análise financeira do empreendimento. Serão apresentados, em números, as ações para a MultiFit Gourmet ao longo desse estudo, como, quanto será o investimento inicial, a proveniência dos recursos financeiros, etc.

### **7.1 Investimento Inicial**

Para o investimento inicial, obteve-se a média dos preços, de todos os utensílios e equipamentos para a realização do trabalho de rotina da empresa. Estes estão divididos em: Máquinas e equipamentos e móveis e utensílios. Os valores encontrados a seguir foram pesquisados em sites da região do Cariri.

Tabela 2 - Investimento Inicial

Item	Quant. por Unid.	Valor Unitário (R\$)	Total (R\$)
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	-	-	-
Notebook	1	2.000,00	2.000,00
Impressora Multifuncional	1	299,00	299,00
Aparelhos para cartão Cielo	2	60,00	120,00
Telefone sem Fio	1	189,00	189,00
Ar Condicionado	1	999,00	999,00
Geláguia	1	395,00	395,00
<b>Máquinas e Equipamentos:</b>			<b>4.002,00</b>
<b>Móveis e Utensílios</b>	-	-	-
Estante com escrivaninha	1	R\$ 299,00	299,00
Conj. Mesa c/ cadeiras	4	R\$ 289,90	1.604,93
Refrigerador	1	2.249,00	2.249,00
Freezer	1	2.174,13	2.174,13
Fogão	2	1.299,00	2.598,00
Micro-ondas	2	399,90	799,80
Uniforme Atendente	2	R\$ 75,00	150,00
Uniforme Cozinheiro	1	R\$ 75,00	75,00
<b>Móveis e Utensílios:</b>			<b>12.198,86</b>
<b>Subtotal:</b>			<b>16.200,86</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2014)

## 7.2 Investimento Pré-operacional

Os investimentos pré-operacionais são os gastos necessários para a abertura do negócio, tais como: Reformas no prédio, propagandas, licenças e alvarás, entre outros.

Tabela 3 - Investimento Pré-operacional

<b>Investimentos Pré-operacionais</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário (R\$)</b>	<b>Total (R\$)</b>
Divulgação Inicial	1	2.000,00	2.000,00
Licenças e Alvarás	1	1.500,00	1.500,00
Mão-de-Obra	3	-	3.449,26
<b>Subtotal:</b>			<b>6.949,26</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

### 7.3 Capital de giro inicial

De acordo com o cálculo que será mostrado na Tabela 13 – Contas a Receber, a empresa não necessitará de capital de giro, pois como poderemos notar 90% de suas entradas serão a vista e apenas 10% delas serão para 30 dias, enquanto 90% de seus fornecedores serão pagos em 30 dias e 10% a vista, isso dará um total de 27 dias de folga financeira a empresa, podendo a mesma aplicar seus recursos durante esse período.

### 7.4 Investimento Total

O investimento total é composto pela soma do investimento inicial, investimentos pré-operacionais e capital de giro.

Tabela 4 - Investimento Total

<b>Investimento Total</b>	
<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
Investimento Inicial	16.200,86
Investimento Pré-operacional	10.460,00
Capital de Giro	-
<b>Total</b>	<b>26.660,86</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

## **7.5 Estimativa de Faturamento**

O faturamento da MultiFit Gourmet foi estimado levando-se em consideração seu horário de funcionamento e a capacidade máxima dos atendentes da mesma. A previsão é de que o faturamento da MultiFit Gourmet se dará 90% a vista e 10% para 30 dias. A tabela a seguir mostra a estimativa de faturamento mensal da empresa.

Tabela 5 - Estimativa de Faturamento Mensal

<b>Produto</b>	<b>Vendas</b>	<b>Preço de Venda</b>	<b>Receita</b>
Sanduíche de Peito de Peru com Pão Integral	300	R\$ 5,99	R\$ 1.797,00
Porção de Batata Doce	300	R\$ 4,99	R\$ 1.497,00
Salada de Frutas	300	R\$ 3,99	R\$ 1.197,00
Iogurte com Morangos	200	R\$ 4,99	R\$ 998,00
Pão de Batata Doce	200	R\$ 5,99	R\$ 1.198,00
Porção Claras de Ovos cozidos	300	R\$ 3,99	R\$ 1.197,00
Torta de Batata Doce com Banana e Granola	190	R\$ 6,99	R\$ 1.328,10
Omelete com Batata Doce	190	R\$ 4,99	R\$ 948,10
Panqueca de Ovos e Banana (sem farinha)	190	R\$ 3,99	R\$ 758,10
Panqueca de Proteína	300	R\$ 7,99	R\$ 2.397,00
Tapioca com Carne Moída	400	R\$ 5,99	R\$ 2.396,00
Tapioca com Peito de Frango	400	R\$ 5,99	R\$ 2.396,00
Tapioca com Carne de Sol	400	R\$ 5,99	R\$ 2.396,00
Tapioca com Ovos Mexidos	400	R\$ 4,99	R\$ 1.996,00
Omelete com Quinoa	400	R\$ 9,99	R\$ 3.996,00
Shake de Whey Protein	500	R\$ 12,00	R\$ 6.000,00
Shakes Herbalife	200	R\$ 14,00	R\$ 2.800,00
Shakes Diet Way	150	R\$ 12,00	R\$ 1.800,00
Shakes Diet Shake	150	R\$ 11,00	R\$ 1.650,00
Shakes New Diet	150	R\$ 11,00	R\$ 1.650,00
<b>Subtotal:</b>			<b>R\$ 40.395,30</b>

Fonte: Elaborada pela Autora (2015)



## 7.6 Custos Fixos

Tabela 6 - Custos fixos Mensais

<b>Custos Fixos</b>	<b>Total R\$</b>
Aluguel	3.000,00
Pró-labore	1.000,00
Contador	788,00
Energia Elétrica	300,00
Gasolina	200,00
Depreciação	132,18
Água	150,00
Gás	300,00
Telefone/Internet	150,00
Salários + Encargos	3449,26
Material de Escritório	20,00
Material de Limpeza	50,00
-	-
<b>Total</b>	<b>9539,44</b>
-	-
Capital de Giro	-
<b>Subtotal</b>	<b>9539,44</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2014)

Inicialmente o veículo a ser usado para entregas será o veículo da proprietária da empresa para que assim haja uma redução nos custos da organização. Também com o intuito de reduzir gastos, o treinamento dos funcionários será feito pela proprietária do negócio, com exceção do cozinheiro, pois será exigido como pré-requisito para a contratação do mesmo conhecimento na área e experiência no mercado.

Tabela 7 - Depreciação

Descrição	Valor Unitário	Vida Útil (Anos)	Qtde de Bens	Deprec. Anual
Notebook	1.715,10	5	1	343,00
Multifuncional	299,00	10	1	29,90
Ar condicionado	999,00	10	1	99,90
Gelagua	395,00	10	1	39,50
Estante com escrivaninha	299,00	5	1	59,80
Conj. Mesa c/ cadeiras	289,90	5	4	231,92
Refrigerador	2.249,00	10	1	224,90
Freezer	2.174,00	10	1	217,41
Fogão	1.299,00	10	2	259,80
Micro-ondas	399,90	10	2	79,98
<b>Total Depreciação Anual:</b>	-	-	-	<b>1.586,11</b>
<b>Total Depreciação Mensal:</b>	-	-	-	<b>132,18</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

Tabela 8 - Estimativas dos custos com mão de obra

Função	Nº de func.	% de encargos	Salário	Total de encargos	Total
Atendentes	2	33,9	788,00	267,13	2.110,26
Cozinheiro	1	33,9	1.000,00	339,00	1.339,00
<b>Subtotal:</b>					<b>3.449,26</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

## 7.7 Custos Variáveis

A seguir será especificada a quantidade necessária de cada produto para o mês, seu custo unitário e o total a ser gasto com esses insumos:

Tabela 9 - Custos variáveis

Insumos	Quantidade	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Pão de forma integral	80	R\$ 5,20	R\$ 416,00
Goma molhada	90	R\$ 5,80	R\$ 522,00
Bandeja de ovos	50	R\$ 10,79	R\$ 539,50
Peito de Frango	20	R\$ 11,95	R\$ 239,00
Carne moída	10	R\$ 12,00	R\$ 120,00
Peito de peru	20	R\$ 10,83	R\$ 216,60
Batata Doce	25	R\$ 3,00	R\$ 75,00
Whey Protein	15	R\$ 313,90	R\$ 4.708,50
Quinoa	8	R\$ 15,00	R\$ 120,00
Herbalife	10	R\$ 88,00	R\$ 880,00
Leite Desnatado	30	R\$ 2,00	R\$ 60,00
logurte Natural	20	R\$ 3,00	R\$ 60,00
Mel	2	R\$ 7,50	R\$ 15,00
logurte Desnatado	20	R\$ 3,00	R\$ 60,00
Abacate	10	R\$ 5,23	R\$ 52,30
Morango	10	R\$ 10,00	R\$ 100,00
Manga	10	R\$ 1,50	R\$ 15,00
Abacaxi	10	R\$ 2,00	R\$ 20,00
Maçã	10	R\$ 2,75	R\$ 27,50
Uva	10	R\$ 4,00	R\$ 40,00
Banana	20	R\$ 2,00	R\$ 40,00
Ameixa	5	R\$ 8,00	R\$ 40,00
Limão	10	R\$ 1,80	R\$ 18,00
Ameixa Seca	10	R\$ 1,85	R\$ 18,50
Aveia	10	R\$ 2,00	R\$ 20,00
<b>Subtotal:</b>			<b>R\$ 8.422,90</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2014)

Tabela 10 - Custos sobre o Faturamento

Simplex Nacional	Faturamento Estimado Mensal	Custo Total
<b>5,47%</b>	40.395,30	2.209,62
Total de Impostos:	-	<b>2.209,62</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

A empresa possuirá a maquineta da marca Cielo que cobra um percentual de 2,37% sobre os pagamentos para trinta dias e 3,25% nos pagamentos de duas a seis vezes, porém a MultiFit Gourmet aceitará somente

pagamentos a vista e no cartão para 30 dias. Estima-se que a MultiFit Gourmet receba 90% de seus pagamentos a vista e apenas 10% para 30 dias. Segue tabela explicativa:

Tabela 11 - Percentual de Recebimentos

Prazo para pagamento	Pagamentos (%)	Valor a receber
A vista	90%	36.355,77
30 dias	10%	4.039,53
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>40.395,30</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

A seguir os custos com a maquineta:

Tabela 12 - Custos com Cartão de Crédito

<b>Custos com Cartão de Crédito</b>			
<b>Prazo Pagamento</b>	<b>Valor a Receber (R\$)</b>	<b>Custo Pagamentos (%)</b>	<b>Custo Pagamentos (R\$)</b>
30 dias	4.039,53	2,37	95,74
-	-	-	-
Total:			95,74
Taxa de Administração:			50,00
<b>Custo Total Mensal:</b>			<b>145,74</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

Tabela 13 - Custo Variável Total

<b>Custo Variável Total</b>	
CMV	R\$ 8.422,90
Impostos	R\$ 2.209,62
Custos com Cartão de Crédito	R\$ 145,74
<b>Total</b>	<b>R\$ 10.778,26</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

A partir desses cálculos de recebimento dos pagamentos, pode-se calcular o prazo médio de contas a receber.

Tabela 14 - Contas a receber

<b>Contas a Receber</b>			
<b>Prazo médio de vendas</b>	<b>(%)</b>	<b>Dias</b>	<b>Média de dias</b>
À vista	90	-	-
30 dias	10	30	3
<b>Prazo médio total:</b>			<b>3</b>

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Tendo em vista que a empresa realiza seus pagamentos a cada 30 dias, pode-se dizer que a mesma encontra-se com uma folga financeira de 27 dias, logo, não necessitará de capital de giro.

## **7.8 Fonte de Recursos**

Conforme foi visto na Tabela 3, o investimento total para a abertura do empreendimento foi de R\$26.660,86, sendo que somente 70% desse valor será financiado por terceiros. Para este valor a empresa utilizará do financiamento do Banco do Nordeste do Brasil (BNB), através do Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste (FNE) que financia até 100% do valor do investimento total. A Tabela a seguir mostra como será dividida a estrutura de capital da empresa:

Tabela 15 - Estrutura de Capital

<b>Estrutura de Capital</b>	
<b>Descrição</b>	<b>(R\$)</b>
Capital Próprio (30%)	7.998,26
Capital de Terceiros (70%)	18.662,60
<b>Total</b>	<b>26.660,86</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

O valor do financiamento com juros e a parcela que a empresa pagará até o final do mesmo, são mostrados na tabela que segue. A carência será de 1 ano.

Tabela 16 - Parcela do Financiamento

<b>Parcela do Financiamento</b>				
Valor do Financiamento (R\$)	Juros ao ano (%)	Valor com Juros (R\$)	Meses	Parcela(R\$)
18.662,60	8,24	20.200,40	24	<b>841,68</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

## 7.9 Demonstração do Resultado do Exercício

Tabela 17 - Demonstração do Resultado do Exercício

<b>Descrição</b>	<b>Valor (R\$)</b>	<b>Valor Anual (R\$)</b>
Receita Total com Vendas	40.395,30	484.743,60
(-) Custo Variável Total	(10.778,26)	(129.339,12)
Margem de Contribuição	29.617,04	355.404,48
(-) Custos Fixos Totais	(9.539,44)	(114.473,28)
Resultado Operacional	20.077,60	240.931,20
<b>Lucro Líquido</b>	<b>20,077.60</b>	<b>240.921,20</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

## 7.10 Construção de Cenários

A Tabela a Seguir mostra os prováveis resultados que a empresa venha a alcançar através da demonstração de construção de cenários, caracterizados como provável, pessimista e otimista.

Tabela 18 - Construção de Cenários

Descrição	Cenário Provável	Cenário Pessimista	Cenário Otimista
	(R\$)	(R\$)	(R\$)
<b>Receita Total</b>	40.395,30	36.355,77	44.434,83
<b>(-) Custo Variável</b>	(10.778,26)	(9.700,43)	(11.856,09)
<b>Margem de Contribuição</b>	29.617,04	26.655,34	32.578,75
<b>(-) Custos Fixos</b>	(9.539,44)	(9.539,44)	(9.539,44)
<b>Resultado Operacional</b>	20.077,60	17.115,90	23.039,30
<b>Lucro Líquido</b>	<b>20.077,60</b>	<b>17.115,90</b>	<b>23.039,30</b>

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)

A partir dos resultados mostrados na DRE, podem-se calcular os índices de rentabilidade, lucratividade e o retorno sobre o investimento (ROI).

Rentabilidade é o indicador que mede o potencial que o negócio tem em se pagar, com base no investimento realizado em sua aquisição ou estruturação, para se chegar a rentabilidade, basta dividir o lucro da empresa aferido em um determinado período de tempo, pelo valor do investimento inicial.

A lucratividade é a variável que indica qual o ganho que a organização obtêm numa relação entre o seu lucro líquido e a receita total.

A lucratividade poder ser calculada através da divisão entre o lucro líquido e a receita total dos serviços (Lucro líquido/Receita total x 100). Sendo assim a lucratividade obtida foi de 47,44%.

O Retorno Sobre o Investimento, por sua vez, é calculado a partir do resultado operacional dividido pelo investimento total (Resultado operacional/investimento total x 100). O valor deste índice foi igual a 75,31%, ou seja, para cada 100 reais investidos têm-se 75,31 reais de retorno.

O ponto de equilíbrio é calculado através do índice da margem de contribuição, obtido por meio da divisão de seu valor pela receita total. Assim tem-se o resultado de 0,73. Desta forma o ponto de equilíbrio (Custo fixo/margem de contribuição) da empresa estabeleceu-se em R\$ 13.067,73. Este é o valor mínimo mensal que a empresa necessita para cobrir seus custos.

### 7.11 Indicadores de Viabilidade

Tabela 19 - Indicadores de Viabilidade

<b>Indicadores de Viabilidade</b>	
Ponto de Equilíbrio	13.067,73
Lucratividade	47,44%
Rentabilidade	1,24%
Retorno do Investimento	75,31%

Fonte: Elaborado pela Autora (2015)



## **8 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

De acordo com todas as informações obtidas sobre o planejamento, as estratégias de gerenciamento, planejamento financeiro e de marketing, podemos finalizar este trabalho concluindo que sua implantação encontra-se em situação viável. Vale destacar que todos os valores, informações e estratégias foram retirados de fontes confiáveis com aspectos reais.

A partir das informações descritas no plano financeiro, podemos verificar que a DRE mostra-se em situação de lucro, proporcionando assim uma possibilidade de crescimento da empresa, e conseqüentemente a realização de novas contratações de funcionários, sócios e formação de parcerias. No decorrer das atividades serão realizados os ajustes necessários para que a empresa possa cumprir sua missão e tornar seu crescimento mais sadio e seguro.

## REFERÊNCIAS

ADMINSTRADORES. **Pesquisa mapeia mercado de restaurantes e lanchonetes no Brasil**. Disponível em:

<http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/pesquisa-mapeia-mercado-de-restaurantes-e-lanchonetes-no-brasil/58187/> Acesso em: 09/05/2015.

BANCO DO NORDESTE. **Micro e pequenas empresas – Financiamentos**.

<http://www.bnb.gov.br/financiamentos2>

LAS CASAS, A. et. Al. **Marketing Bancário**. 1. Ed. São Paulo. Saint Paul, 2007.

MARION, J. C. **Análise das demonstrações contábeis**. Contabilidade

Empresarial. 7ª Ed. 2012.

MINISTÉRIO DA FAZEDA. **Instrução Normativa SRF nº 162, de 31 de dezembro de 1998**. Disponível em:

<http://www18.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/ins/Ant2001/1998/in16298ane1.htm> Acesso em: 09/05/2015.

MUNDO VERDE. Disponível em: <http://www.mundoverde.com.br/> Acesso em: 09/05/2015.

PREFEITURA DO CRATO. **A Cidade**. Disponível em:

<<http://www.crato.ce.gov.br/index.php/a-cidade>> Acesso em: 09/05/2015.

PRESIDENCIA DA REPÚBLICA. Casa Civil. **Constituição da república federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: Acesso em: 09/05/2015.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Casa Civil. **Decreto-Lei Nº 5.452, de 1º de Maio de 1943**. Disponível em:

[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del5452.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm) Acesso em: 09/05/2015.

SEBRAE. **Critério de Classificação de Empresas: EI – ME – EPP**. Disponível em: <http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154> Acesso em: 09/05/2015.

SIMPLES NACIONAL. **Perguntas e Respostas**. Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Perguntas/Perguntas.aspx> Acesso em: 09/05/2015.

TABELA DO SIMPLES NACIONAL. **Alíquotas e Partilha do Simples Nacional – Comércio**. Disponível em:

<http://www.normaslegais.com.br/legislacao/simples-nacional-anexo1.html> Acesso em: 09/05/2015

TUA SAÚDE. **Benefícios das proteínas**. Disponível em: <http://www.tuasaude.com/beneficios-das-proteinas/> Acesso em: 09/05/2015.

