

Modalidade do trabalho: TRABALHO DE PESQUISA
Eixo temático: CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS

EMPREENDEDORISMO EM FOCO: PLANO DE NEGÓCIO PARA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS EM CONSERVA EM IJUÍ¹

Darlan Ariel Prochnow Prochnow², Roberta Rodrigues Valandro³

¹ Pesquisa realizada no Componente Curricular de Elaboração e Análise de Projetos e Negócios do Curso de Graduação em Administração da Unijuí.

² Aluno do Curso de Administração da UNIJUI

³ Aluna do Curso de Administração da UNIJUI

INTRODUÇÃO

A empresa Compotas Fundo da Grota industrializa e revende diversos tipos de alimentos em conservas, tendo o cuidado de acompanhar todo o processo de produção, desde a seleção dos ingredientes até a entrega para o cliente. As conservas podem ser vendidas em unidades ou também em lotes, conforme o desejo do comprador. São diferentes tipos de legumes, frutas e ovos para atender o consumidor mais exigente. Os lotes do produto são vendidos e entregues diretamente para supermercados, restaurantes e lancherias, e o público em geral também pode adquirir as conservas diretamente na sede da empresa, mediante encomenda.

Quanto à natureza, essa pesquisa é classificada como aplicada, que para Gil (1999, apud Luciano Zamberlan et al., 2014, p. 94) “visa a gerar conhecimentos para aplicação prática voltada à solução de problemas específicos da realidade”. Quanto à abordagem, a pesquisa classifica-se como qualitativa, por considerar que o processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

Em se tratando dos objetivos, a pesquisa classifica-se como exploratória, pois buscará informações e familiaridade acerca do empreendedorismo, e descritiva, por descrever características ou funções de mercado e tem por finalidade a formulação prévia de hipóteses. O procedimento técnico utilizado foi a pesquisa bibliográfica.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

ANÁLISE SETORIAL

O setor de alimentos em conserva pode ser explorado, uma vez que o mesmo segue em expansão. A empresa Funda da Grota aposta no constante crescimento da demanda. Conforme informa o SEBRAE (2013), “O cenário para o mercado dos alimentos processados é de crescimento em todos os países. Os consumidores buscam cada vez mais produtos prontos para o consumo por força da praticidade e da conveniência encontrada em alternativas como as conservas de alimentos”.

Modalidade do trabalho: TRABALHO DE PESQUISA
Eixo temático: CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS

Além disso, há oportunidades para segmentos de mercados para consumidores com restrições alimentares. No caso da produção de conservas de frutas, é importante ficar atento às demandas por produtos que apresentam teores reduzidos de açúcar. Já no caso da produção de conserva de legumes, atenção é para oferecer produtos com teores reduzidos de sódio. (SEBRAE, 2013).

Segundo a publicação “Ideias de Negócios- Conservas de Frutas e Legumes” do SEBRAE (2013), no país, a comercialização de vegetais processados, frutas ou legumes já vêm aumentando em função de diversos fatores, principalmente devido à melhoria da qualidade dos produtos ofertados, ao maior número de mulheres trabalhando fora de casa, ao maior número de pessoas morando sozinhas, ao aumento da renda e à maior facilidade para adquirir produtos já prontos para o consumo. Em alguns casos, esse aumento de consumo de alimentos preparados supera o de vegetais frescos.

O SEBRAE (2013) informa ainda que os canais de comercialização podem ser desde redes de supermercados, feiras livres, lojas especializadas (delicatessen), panificadoras, restaurantes, hotéis e até lanchonetes à beira de rodovias. Dessa forma, a perspectiva de que o negócio da Compotas Fundo da Grota obtenha sucesso é promissor.

MERCADO ALVO

As conservas da empresa Fundo da Grota serão comercializadas para restaurantes e lancherias que desejarem utilizar os produtos. Também o público em geral pode adquirir as conservas na sede da empresa, através de encomenda. Será atendida a população de Ijuí e cidades vizinhas.

Quanto ao perfil do público alvo, será tanto homens quanto mulheres, de todas as idades, principalmente os que não almoçam ou jantam em casa, e por isso recorrem a um restaurante ou lancheria. O público que adquirir as conservas sob encomenda na empresa possui as mesmas características do público dos restaurantes, mas, por conhecer mais de perto as características, pode adquirir o produto pelo desejo da alimentação saudável, e sem preocupação direta com o preço e sim com a qualidade e atendimento às especificações.

Figura 1- Logotipo da empresa

Modalidade do trabalho: TRABALHO DE PESQUISA
Eixo temático: CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS



COMPOTAS Do Fundo da Grotta

O SABOR DO INTERIOR

Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

PROJEÇÃO DE VENDAS E MARKET SHARE

Segundo o IBGE (2018), a cidade de Ijuí possui população de 83.173 pessoas em 2018. A população total de Ijuí, juntamente com suas cidades vizinhas, chega próximo aos 250 mil habitantes. A renda média da população de Ijuí e das cidades vizinhas fica em torno dos 700,00 reais, contando a população economicamente ativa e a não economicamente ativa. A Compotas Fundo da Grotta pode atingir grande parte desse público, uma vez que seus produtos atingem todas as idades e o preço é acessível.

Para o primeiro ano, a proposta é fornecer para restaurantes e lancherias de Ijuí e cidades vizinhas, sendo que nos anos seguintes a empresa deve fornecer também para cidades mais distantes no RS. Segue abaixo a projeção das vendas da empresa:

Quadro 1: Projeção de vendas

Produtos	Unidades
Pepinos em conserva (500g)	900
Pêssegos em conserva (500g)	550
Conserva de legumes tomate e pimentão (500g)	400
Conserva de azeitonas (500g)	430
Conserva de ovos de codorna (500g)	250
Pepinos em conserva (1000g)	500
Pêssegos em conserva (1000g)	280

Modalidade do trabalho: TRABALHO DE PESQUISA
Eixo temático: CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS

Conserva de legumes tomate e pimentão (1000g)	250
Conserva de azeitonas (1000g)	290
Conserva de ovos de codorna (1000g)	150

Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

Como se pode notar na figura 2, a lucratividade média, durante os cinco primeiros anos, varia sempre acima dos vinte por cento, crescendo gradativamente ano a ano.

Figura 2- Lucratividade média nos cinco primeiros anos



Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

A rentabilidade do negócio é crescente durante os cinco primeiros anos da empresa, sendo que no primeiro ano, pelas projeções, deve ser de 158%, crescendo gradativamente (conforme figura 3) e chegando a 269% no quinto ano do negócio.

Figura 3- Rentabilidade

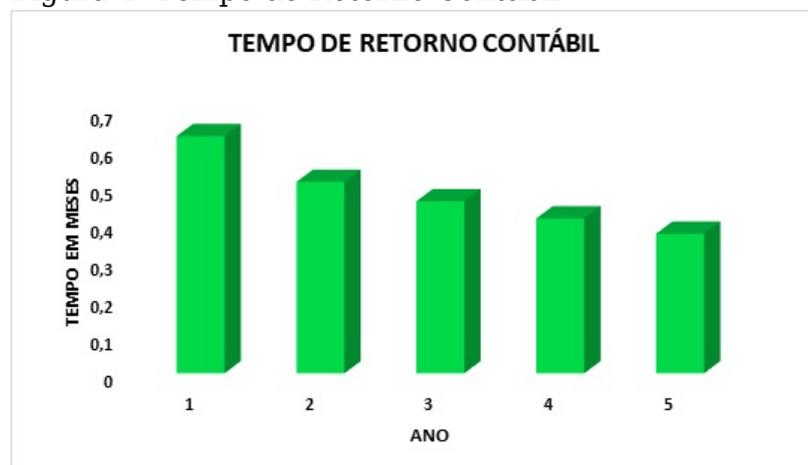


Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

Modalidade do trabalho: TRABALHO DE PESQUISA
Eixo temático: CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS

Com base no fluxo de caixa projetado da empresa “Fundo da Grota”, o tempo de retorno contábil será de pouco mais de seis meses para o primeiro ano. Nos anos seguintes, o retorno acontece em menor tempo, chegando a menos de quatro meses no quinto ano.

Figura 4- Tempo de Retorno Contábil



Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

COMPETIDORES

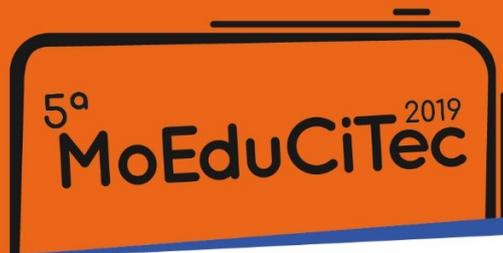
As empresas concorrentes estão estabelecidas no mercado e atendem boa parte do público a que se destina as conservas da empresa Fundo da Grota. São empresas estabelecidas fora de Ijuí, estão em Santa Catarina e São Paulo, mas chegam até nossa região através de distribuidoras e empresas de transporte.

VANTAGEM COMPETITIVA

O diferencial se dá no modo de produção, onde as empresas que hoje atuam no mercado não produzem alimentos livre de conservantes e agrotóxicos. A empresa Fundo da Grota visa produzir alimentos livre de aditivos químicos em sua composição.

O atendimento dos clientes, com a entrega em domicílio, também contribui para a fidelização dos mesmos. As entregas podem ser tanto no município de Ijuí quanto nas cidades vizinhas.

Alguns bens ou serviços atendem necessidades, que se referem a um estado de privação e sobrevivência, outros satisfazem desejos, que são bens ou serviços que satisfazem necessidades adicionais ou supérfluas. As conservas “Do Fundo da Grota” têm potencial para atender tanto necessidades, quanto desejos, uma vez que o produto, sendo um alimento, satisfaz uma necessidade, e sendo natural, satisfaz o desejo crescente das pessoas



Modalidade do trabalho: TRABALHO DE PESQUISA

Eixo temático: CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS

que procuram hábitos mais saudáveis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que o negócio é viável. O investimento inicial pode ser recuperado em menos de um ano (seis meses), com a Taxa Mínima de Atratividade em 12%, o que pode ser considerado muito bom, principalmente pelas dificuldades que os empreendedores enfrentam ao criar um novo negócio.

REFERÊNCIAS

ZAMBERLAN, Luciano et. al. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**. Ijuí: Unijuí, 2014.