



SABORES NATURAIS¹

**Ana Clara Valentini da Luz², Andrey de Souza Bresolin³, Giliane Schneider Martins⁴,
Helena Bandeira Bönmann⁵, Milena Bandeira Maçalai⁶, Suélen Caroline da Silva⁷**

¹ Trabalho desenvolvido na disciplina de Projeto Integrador: Empreendedorismo e Inovação dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Publicidade e Propaganda da Unijuí. Professores da disciplina: Rúbia Beatriz Schwanke, Sandra Regina Albarello e Thais Teixeira Pinto.

² Estudante do curso de Publicidade e Propaganda; Professora Rúbia Beatriz Schwanke.

³ Estudante do curso de Publicidade e Propaganda; Professora Rúbia Beatriz Schwanke.

⁴ Estudante do curso de Ciências Contábeis; Professora Thais Teixeira Pinto.

⁵ Estudante do curso de Ciências Contábeis; Professora Thais Teixeira Pinto.

⁶ Estudante do curso de Ciências Contábeis; Professora Thais Teixeira Pinto.

⁷ Estudante do curso de Administração; Professora Sandra Regina Albarello.

Manter uma alimentação saudável é essencial para garantir qualidade de vida e bem-estar, mas a rotina agitada de muitas pessoas limita o tempo disponível para preparar refeições nutritivas. Isso leva ao consumo frequente de alimentos ultra processados, congelados ou pedidos por delivery, prejudiciais à saúde a longo prazo. Nesse contexto, surge uma oportunidade de negócio para uma empresa de marmitas fitness, que oferece refeições balanceadas e práticas. Alinhado com o Caderno 3 da ODS o objetivo deste trabalho é apresentar um plano de negócios abrangente cobrindo mercado-alvo, estratégias de marketing, operações, finanças e recursos humanos. A empresa busca se destacar em um mercado competitivo, atendendo às necessidades de um público preocupado com a saúde e bem-estar, oferecendo refeições saborosas, balanceadas e convenientes. A pesquisa de Ramos et al. (2017) reforça a viabilidade e a rentabilidade desse empreendimento, destacando a demanda por soluções de alimentação saudável. Para entender melhor o mercado, aplicamos um questionário online para potenciais clientes, abordando hábitos alimentares e preferências por refeições prontas. As respostas foram analisadas estatisticamente, o que ajudou a ajustar os últimos detalhes da empresa, desafios e oportunidades nesse ramo de negócio. Pode-se observar que a maioria das pessoas que responderam nosso questionário possuem um intervalo de almoço pequeno para preparar seu alimento, levando-as a consumirem refeições prontas mais vezes por semana e raramente avaliando a sua procedência. Possuindo uma base alimentar quase totalmente tradicional, nosso público alvo prefere consumir carnes em maior quantidade que carboidratos ou saladas, tendo preferência na forma de compra online com ponto de entrega físico e/ou delivery.

Palavras-chaves: Alimentação, Marmita, Saudáveis.