

28, 29 e 30
de Outubro



XVI SENPEX

Inclusão e Diversidade Científica:
Democratizando o Conhecimento

ANÁLISE DA IMPLANTAÇÃO DE UMA EMPRESA DE ALIMENTOS SAUDÁVEIS POR MEIO DO PLANO DE NEGÓCIO NA CIDADE DE BRAÇO DO NORTE

Administração e Ciências Contábeis

Deyvid Mates Meurer¹; Berto Varmeling²; Alessandro Cruzetta³; Claiton Uliano⁴; Anderson Volpato Alves⁵; Hermann Joseph Braun⁶; Patrícia Pereira Pacheco⁷

¹Unibave. matesmeurerdeyvid@gmail.com

²Unibave. berto@unibave.net

³Unibave. cruzetta@engeplus.com.br

⁴Unibave. claitonuliano@gmail.com

⁵Unibave. anderson.alves@unibave.net

⁶Unibave. hermann.braun@unibave.net

⁷Unibave. patricia.pacheco@unibave.net

Resumo: A preocupação e a relevância de uma alimentação saudável e equilibrada vêm crescendo na atualidade, principalmente no período pós-pandêmico. Observando isso pela ótica empreendedora, têm-se o grande número de abertura e fechamento de empresas, em que os dados demonstram que a falta de um planejamento inicial contribui significativamente na composição estatística. Considerando o mercado da alimentação saudável, esta pesquisa teve por objetivo analisar, por meio do plano de negócio, a implantação de uma empresa de produção e entrega de alimentos saudáveis em Braço do Norte/SC. A metodologia utilizada foi a pesquisa aplicada com uma abordagem quantitativa em que se buscou avaliar os indicadores econômicos e financeiros para determinar a viabilidade do empreendimento. Assim, diante do tratamento dos dados coletados e dos cálculos realizados apurou-se resultados considerados satisfatórios, como um *payback* em pouco mais de 3 meses, bem como bons índices de lucratividade e rentabilidade, sendo respectivamente de 31% e 29% aproximadamente.

Palavras-chave: alimentos saudáveis; plano de negócios; viabilidade.

Introdução

Nos últimos anos houve um aumento significativo em gastos com a alimentação. Segundo a Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2018, o consumo de alimentação fora do domicílio vem crescendo e tal fato se remete, principalmente, ao preço da alimentação (POF, 2018).

Segundo o Sebrae (2022) os negócios referentes à alimentação saudável, desde então, trouxeram índices de crescimento, comprovado pelo fato de que houve um aumento de 7% da população brasileira entre 20 e 24 anos que se declaram adeptas a algum tipo de dieta saudável.

Entre os estudos já realizados sobre o tema aplicados a empresas de alimentação saudável demonstram potencial desse mercado, apresentando variações dos seguintes indicadores: retorno do investimento e lucratividade. Nunes (2021) observou retorno de capital em 32 meses e lucro líquido de 12,3% ao ano para um *delivery* em Florianópolis. Baqueti (2021), em Tupã/SP, identificou que 85% dos clientes preferem substituição de ultraprocessados por alimentos saudáveis, resultando em lucro de aproximadamente 20%. Silva *et al.* (2022) projetaram rentabilidade de 76,52% para um serviço de alimentação via aplicativo em São João da Boa Vista/SP. Hollmann (2021) analisou um empreendimento em Arroio do Meio/RS e Lajeado, com projeção de faturamento de R\$ 280.000,00 e margem de lucro de 15%.

Somando a preocupação com uma alimentação saudável, o crescimento dos gastos dos brasileiros nesta área e indicadores consistente de estudos semelhantes vislumbrou-se uma oportunidade de empreender neste ramo.

Contudo, Dornelas (2021) ressalta que o grande número de fechamento de empresas brasileiras está atrelado à falta de planejamento. Para Da Costa (2023) o plano de negócios é a primeira iniciativa a ser tomada, quando o empreendedor almeja abrir um negócio.

Diante do exposto, verificou-se que no município de Braço do Norte há poucos empreendimentos voltados à preparação e comercialização de alimentos saudáveis, bem como uma população estimada de 34.294 habitantes (IBGE, 2021). Tais fatos se tornam um motivador para iniciativas empreendedoras, visando às eventuais potencialidades deste tipo de negócio no qual buscou-se avaliar.

Segundo Farah (2020) o plano de negócios possibilita vislumbrar se o mercado que se pretende atuar realmente existe, mostrando os custos envolvidos na operação, a infraestrutura necessária, dentre outras questões para concretizar sua viabilidade.

Sendo assim, essa pesquisa teve o propósito analisar a viabilidade por meio do plano de negócio para a implantação de uma empresa de produção e entrega de alimentos saudáveis em Braço do Norte/SC. A aplicação da metodologia do plano de negócios projeta e avalia aspectos econômicos e financeiros do potencial empreendimento, determinando por meio de indicadores como lucratividade e rentabilidade.

Procedimentos Metodológicos

A natureza desta pesquisa foi classificada como aplicada, pois teve como intuito desenvolver um plano de negócios para uma nova empresa voltada ao ramo de alimentos saudáveis. Gerhardt e Silveira (2009) explicam que este tipo de pesquisa envolve verdades e interesses locais e tem como principal motivador gerar conhecimentos práticos e aplicados.

Em relação à abordagem, o trabalho em questão classificou-se como quantitativo, pois transformou em números, informações e opiniões. Manzato e Santos (2012) definem que a pesquisa quantitativa é utilizada para medir a convicção, o comportamento, as rotinas e os costumes de um público-alvo, através de métodos estatísticos comprovados.

Quanto à finalidade da pesquisa, pode-se defini-la como explicativa, visto que tratou de definir por meio do plano de negócios se uma empresa de alimentos saudáveis seria viável na cidade de Braço do Norte/SC. Para De Souza, Dos Santos e Dias (2013) a pesquisa explicativa tem como principal preocupação o aprofundamento do conhecimento da realidade, contribuindo para explicar a razão e o motivador dos fatos.

No que se refere aos procedimentos adotados para a coleta de dados pode ser definida como pesquisa de campo, uma vez que se tratou de uma investigação realizada no local de ocorrência do estudo, tendo como o instrumento de pesquisa o questionário aplicado. Segundo Marconi e Lakatos (2002) a pesquisa de campo é empregada com a finalidade de se obter informações ou conhecimento relacionado a um problema estudado para o qual se deseja uma resposta ou comprovação de uma hipótese.

O desenvolvimento do plano de negócios teve início com a pesquisa de mercado, realizada por meio de uma amostragem aleatória por meio do *Google Forms*. Como público-alvo, fez parte qualquer indivíduo residente na cidade de Braço do Norte/SC e nas cidades vizinhas, com mais de 16 anos e interesse em realizar uma alimentação saudável. A pesquisa foi distribuída e disseminada por meio da ferramenta *WhatsApp* pela rede de contatos do autor, bem como com a solicitação para que os respondentes encaminhassem a pesquisa ao maior número de respondentes.

A validação da pesquisa foi feita com 5 respondentes, aos quais puderam respondê-la durante os dias 01 a 03 de agosto de 2023. Após a validação da pesquisa, a mesma foi distribuída por meio da rede de contatos do autor e ficou aberta ao público respondente dos dias 05 a 19 de agosto do ano corrente.

Fizeram parte desta pesquisa 124 respondentes, selecionados de maneira aleatória. As perguntas da pesquisa, de acordo como foram aplicadas, estão no Apêndice A deste trabalho. Após a coleta de dados referente à pesquisa de mercado, iniciou-se a tabulação dos mesmos com auxílio de uma planilha eletrônica da *Microsoft Excel*. Em seguida deram-se início aos demais estudos que envolvem o plano de negócio.

Resultados e Discussão

A fim de compreender melhor as preferências do público-alvo, foi conduzida uma pesquisa de mercado realizada nas cidades de Braço do Norte/SC e nas localidades vizinhas. A finalidade principal foi abordar aspectos sociais, pôde-se perceber que a maioria dos clientes respondentes foram mulheres, residentes no município de Braço do Norte/SC, em residência própria, possuem graduação completa, idade entre 16 e 24 anos, tendo uma renda que varia entre 1 e 3 salários-mínimos. Além disso, observou-se que a distribuição dos participantes por setor de atuação é bem equilibrada, com um destaque ligeiramente maior para o setor industrial.

No que diz respeito às redes sociais, as mais utilizadas foram o *Instagram* e o *WhatsApp*, sendo que estes podem ser os principais canais de comunicação e divulgação que podem ser explorados para alcançar o público-alvo na divulgação de informações do empreendimento demonstrados na tabela abaixo.

Tabela 1 – Levantamento acerca da aceitação do produto que será oferecido

Perguntas	Respostas						
Aceitação do produto	Sim			Não			
	92,74%			7,26%			
Valor que os consumidores estariam dispostos a pagar	R\$10,00 a R\$13,00			R\$14,00 a R\$17,00		R\$17,00 a R\$20,00	
	59,13%			37,39%		3,48%	
Frequência de consumo semanal	1 vez	2 vezes	3 vezes	4 vezes	5 vezes	6 vezes	7 vezes
	11,40%	21,29%	21,05%	3,50%	37,11%	1,75%	2,63%
Motivos pelo não consumo do produto	Inviável financeiramente			Não tenho como esquentar minhas refeições		Não gosto deste tipo de comida	
	22,22%			22,22%		55,55%	

Fonte: Autores (2023).

Evidencia-se que a maioria dos respondentes expressaram interesse em adquirir o produto, que então, refere-se à venda de alimentos saudáveis, congelados, mas pronto para consumo. Sendo assim, cerca de 60% dos participantes estão dispostos a pagar entre R\$ 10,00 e R\$ 13,00 pelo produto, enquanto 8% consideram investir valores entre R\$ 14,00 e R\$ 17,00. De acordo com Dornellas (2008) a análise de mercado é de suma importância em um plano de negócio, proporcionando visualização da estratégia de negócio de uma empresa.

Plano operacional

O produto que se pretende comercializar consiste em marmitas feitas de forma caseira, constituídas de ingredientes e alimentos saudáveis e entregue em formato de *delivery*, congelada em um recipiente plástico, onde a mesma está totalmente pronta para consumo, sendo necessário unicamente descongelar e aquecê-la. A tabela 2 demonstra o produto que será comercializado e os valores dos mesmos bem como o cardápio que se pretende trabalhar inicialmente.

Tabela 2 – Valores de venda

Nome da marmita	Ingredientes	Valor
Marmita <i>Chicken</i>	Arroz integral Feijão Frango com legumes cozidos	R\$ 12,00
Marmita <i>Swine</i>	Purê de batata inglesa Pernil desfiado Brócolis no vapor	R\$ 15,00
Marmita <i>ox</i>	Arroz integral Macarrão integral Refogado de legumes Picadinho de carne bovina	R\$ 17,00

Fonte: Autores (2023).

Conforme a pesquisa de mercado realizada, os possíveis clientes mostraram interesse em pagar por 3 faixas diferentes de valores, portanto a empresa irá ofertar 3 produtos diferentes, todos com peso final de 400g.

Primordialmente todos os produtos serão entregues em formato *delivery*, portanto a localização do negócio é importante, a fim de identificar um ponto que atenda um bom raio de entregas.

Pretende-se trabalhar com um colaborador durante o dia, onde o mesmo realizará o preparo das marmitas, estima-se que em um dia trabalhado, o mesmo consiga produzir 120 marmitas. A capacidade produtiva mensal foi feita considerado um mês com 22 dias úteis.

A partir da capacidade produtiva, projetou-se o valor do faturamento mensal e por meio deste, chegou-se ao valor anual de R\$ 435.600,00, enquadrando a empresa como um Simples Nacional, com a alíquota de 9,5%, aproximadamente.

Os custos variáveis guardam uma relação direta com a quantidade de produtos fabricados e/ou comercializados, isso implica aumento no custo à medida que a produção cresce. De acordo com Martins (2003) para calcular os preços de venda tem-se como ponto base os custos dos bens ou serviços apurados. Devido à dificuldade de se definir estas do processo sem possuir o processo produtivo operando, considerou-se um desperdício de 8% de matéria-prima, que será utilizada na formação do preço de venda.

Como a empresa em questão é optante do Simples Nacional, foi atribuído 60% no custo de mão-de-obra relacionados aos encargos trabalhistas, férias, décimo terceiro e demais custos. Como a empresa em questão trabalhará no formato *delivery*, haverá um dispêndio financeiro relacionado à entrega. O custo de uma entrega em um raio de 6 quilômetros será em torno de R\$ 0,79, considerando a entrega de 5 marmitas. Como espera-se vender um total de 2640 marmitas/mês, apurou-se a uma taxa de entrega de 5,74%.

Diante das taxas com máquina de cartão de crédito, chegou-se a um desembolso financeiro de 1,99% quando as compras forem realizadas no débito e 4,98, caso sejam no crédito. Considerando que esta taxa será aplicada para que o montante seja recebido na hora do pagamento do cliente. Como se trata de uma análise de despesas, projetou-se que todas as operações de venda sejam realizadas no pagamento com cartão de crédito, pois assim se pode ter um melhor resultado,

caso haja maior relevância de outros meios de pagamento, como dinheiro, pix e débito.

As principais despesas fixas a serem consideradas no contexto do negócio incluem a internet, água e energia, serviços contábeis e também os dispêndios financeiros baseados no faturamento total obtido, pode-se identificar a representatividade associada com as despesas fixas de 4,92%, que será de grande valia para a formação do preço de venda.

O preço de venda foi estabelecido com base nas faixas de valores identificadas na pesquisa de mercado, fundamentado na premissa de que o mercado desempenha um papel central na determinação do preço do produto.

Plano Financeiro

Parte crucial de um plano de negócios, pois fornece uma visão clara sobre o capital financeiro por meio da análise de investimento. Essa análise consiste em desenvolver projeções e avaliar os aspectos financeiros e econômicos do empreendimento em relação ao valor aplicado para determinar o seu retorno.

A partir da elaboração da DRE buscou-se fornecer uma análise abrangente do desempenho da empresa em questão. Este importante instrumento financeiro permite uma visão detalhada e transparente do resultado do exercício, revelando tanto as fontes de receitas quanto os custos e despesas associados à operação.

Tabela 3 - DRE

Descriminações	Valor	%
1. VENDA BRUTA	R\$ 36.300,00	100,00%
1.1 Vendas à vista	R\$ 36.300,00	100,00%
2. GASTOS VARIÁVEIS	R\$ 18.509,03	50,99%
2.1 CPV	R\$ 11.306,46	61,09%
2.2 Documento De Arrecadação Do Simples Nacional (DAS)	R\$ 3.448,50	18,63%
2.3 Custos com entrega	R\$ 1.041,82	5,63%
2.4 Máquina de cartão	R\$ 1.807,74	9,77%
2.5 Desperdício	R\$ 904,52	4,89%
3 MARG. CONTR. (1-2)	R\$ 17.790,97	49,01%
4. GASTOS FIXOS	R\$ 6.554,54	18,06%
4.1 Salários + encargos	R\$ 4.224,00	64,44%
4.2 Água/Luz/telefone/Nutricionista/Contador	R\$ 1.786,04	27,25%
4.3 Manutenção	R\$ 544,50	8,31%
5. Resultado/lucro líquido (3-4)	R\$ 11.236,43	30,95%

Fonte: Autores (2023).

Mediante a análise da DRE apresentada vislumbra-se um cenário favorável, onde a empresa em questão projeta um resultado líquido considerável, estando este

situado em um patamar positivo, aproximando-se da faixa de 31%, que além do formato apresentado em DRE, pode ser visualizado com o auxílio da fórmula abaixo.

Figura 1 – Resultado líquido para o empreendimento em estudo

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro}}{\text{Receita}} \times 100 = \frac{11236,43}{36300} \times 100 = 30,95\%$$

Fonte: Autores (2023).

Rentabilidade

Outro indicador financeiro de elevada importância, especialmente quando se trata da avaliação do investimento exigido é a análise da rentabilidade. Neste contexto é fundamental compreender que para determinar a rentabilidade empresarial é necessário quantificar com precisão o investimento utilizado para o estabelecimento. Este abrange uma gama variada de elementos, desde materiais de consumo e estoque inicial, até a aquisição de bens duráveis.

A partir do levantamento se chegou ao investimento inicial no valor de R\$ 38.586,14. É importante destacar que este montante será aportado integralmente por meio de capital próprio, eliminando assim a necessidade de recorrer a recursos de terceiros ou alavancagem financeira.

Com base na descrição detalhada do investimento e com os dados retirados da DRE, pôde-se calcular de forma precisa rentabilidade do investimento.

Figura 2 – Resultado da rentabilidade para o empreendimento em estudo

$$\text{Rentabilidade} = \frac{(\text{Lucro líquido}) * 100}{\text{Investimento no negócio}} = \frac{(11236,43) * 100}{38586,14} \times 100 = 29,12\%$$

Fonte: Autores (2023).

Portanto, aplicando a fórmula descrita acima comprova-se a rentabilidade do investimento na casa de 29,12%, tal análise revela um investimento altamente rentável, demonstrando que os recursos aportados de forma cuidadosa e estratégica estão gerando retornos significativos.

Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é de grande valia no que tange à determinação do ponto zero da empresa, por meio dele é possível visualizar o valor mínimo de receitas necessárias para que estas se igualem às despesas. Como projeta-se o empreendimento em questão, serão 3 produtos diferentes com quantidades diferentes de vendas, a tabela 4 auxiliará no cálculo da margem de contribuição média, aplicando-se a média ponderada entre os pesos nas vendas dos produtos, para isso, foi utilizado a margem de contribuição obtida na formação de preço de venda.

Tabela 4 – Margem de contribuição

Produto	Valor de venda	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (%)	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (R\$)	Peso nas vendas	Margem de contribuição - média ponderada
Marmita <i>Chicken</i>	R\$ 12,00	36,70%	R\$ 4,40	58,33%	R\$ 4,81
Marmita <i>Swine</i>	R\$ 15,00	34,16%	R\$ 5,12	16,67%	
Marmita Ox	R\$ 17,00	32,63%	R\$ 5,50	25,00%	

Fonte: Autores (2023).

A partir da análise da tabela 4, vislumbra-se uma margem de contribuição média de R\$ 4,81, com este valor é possível calcular o ponto de equilíbrio apresentado na fórmula abaixo.

Figura 3 – Resultado do ponto de equilíbrio para o empreendimento em estudo

$$PE = \frac{\text{Custos fixos}}{\text{margem de contribuição}} = \frac{6554,54}{4,81} = 1363$$

Fonte: Autores (2023).

Com o cálculo do ponto de equilíbrio chegou-se ao número de vendas de 1.363 produtos mensais para que os custos fixos sejam pagos. Por se tratar de produtos diferentes, com volumes de vendas diferentes, faz-se necessário quantificar a venda de cada produto separadamente. A tabela 5 traz o maior detalhamento das vendas de cada produto.

Tabela 5 – Total de produtos a vender

Produto	Total a vender	Peso nas vendas	Venda
Marmita <i>Chicken</i>	1363	58,33%	795
Marmita <i>Swine</i>		16,66%	227
Marmita <i>Ox</i>		25,00%	341

Fonte: Autores (2023)

A estratificação dos dados da tabela 5, demonstra a relação entre a quantidade de cada produto e a necessidade de vendas para atingir os valores de ponto de equilíbrio.

Em concordância com Assef (2012) o *payback* simples trata de uma métrica utilizada para mensurar e avaliar o período necessário para recuperar um investimento inicial em um determinado negócio ou projeto, tendo como principal vantagem a facilidade e simplicidade dos cálculos envolvidos.

O método *payback* simples é amplamente utilizado para determinar em quanto tempo um investimento feito se pagará, assim sendo, tendo em vista o investimento a ser feito e o retorno do investimento obtido por meio do lucro líquido da DRE. O cálculo ficou assim, Investimento inicial dividido pelo retorno do investimento, ou seja, R\$ 38.586,14 / R\$11.236,43 = 3,43.

Com isso é possível visualizar que o investimento realizado se pagará em aproximadamente 4 meses, sendo um período relativamente curto, indicando um retorno rápido sobre o capital investido, consistindo em mais um aspecto de que o negócio projetado apresenta indicadores financeiros altamente positivos.

A análise financeira de um projeto ou empreendimento é uma etapa crucial para determinar a viabilidade e o potencial de retorno, assim sendo, duas métricas desempenham um papel fundamental, a TIR e o VPL. A TIR representa a taxa de retorno que um investimento gera ao longo do tempo, enquanto o VPL quantifica o valor presente dos fluxos de caixas futuros descontados para o momento presente.

Com o auxílio do Microsoft Excel calculou-se a TIR, tendo como resultado positivo uma taxa de 27,024%. A taxa de atratividade utilizada foi a Taxa Selic vigente no mês de setembro de 2023, sendo de 13,25% ao ano. O cálculo da TIR oferece uma visão clara da rentabilidade do investimento, indicando que ele supera a taxa de atratividade utilizado.

O VPL obtido ultrapassou a casa dos R\$ 214.685,79, demonstrando o potencial lucrativo do empreendimento, confirmando que o projeto gera um retorno financeiro atraente e sustentável.

Considerações Finais

Considerando as análises feitas ao longo deste trabalho, partindo dos objetivos específicos, foi realizada a pesquisa de mercado, proporcionando conhecimento do perfil do cliente e análise do ramo de atuação.

Partindo da premissa de que o preço é determinado pelo mercado, o plano operacional, por sua vez, foi de grande valia para mapeamento de todos os custos e despesas envolvidos na operação, culminando na formação de preço de venda por meio do *mark-up* divisor, que, contribuiu para a determinação da margem de contribuição empregada de aproximadamente 30%.

O plano financeiro representado pela DRE e indicadores financeiros, evidenciaram a viabilidade do negócio, com potencial lucrativo, a lucratividade e rentabilidade na faixa de 29%. O *payback* resultou em quatro períodos, bem como uma taxa de retorno expressiva e um bom VPL, superior a R\$ 214.000,00.

Ademais, para continuidade do potencial empreendimento, indicam-se iniciativas administrativas que vão além das abordagens utilizadas no presente trabalho, como a elaboração da missão, visão e valores, matriz SWOT, sumário executivo, balanço patrimonial, análise BSC dentre outros. Estas lacunas também servem de base para futuras pesquisas acadêmicas relacionadas ao planejamento estratégico deste empreendimento em potencial.

Referências

ASSEF, Roberto. **Guia prático de formação de preços:** aspectos mercadológicos, tributários e financeiros para pequenas e médias empresas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

BAQUETI, Alessandro Gustavo. **Kall Fit alimentação saudável.** São Paulo: Artmed, 2021.

DA COSTA, Vagner Nascimento. **Plano de negócios:** simples e prático. São Paulo: Bibliomundi, 2023.

DE SOUZA, Girlene Santos; DOS SANTOS, Anacleto Ranulfo; DIAS, Viviane Borges. **Metodologia da pesquisa científica:** a construção do conhecimento e do pensamento científico no processo de aprendizagem. Porto Alegre: Animal, 2013.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios.** 8. ed. São Paulo: Empreende, 2021.

FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos. **Empreendedorismo estratégico:** criação e gestão de pequenas empresas. Rio de Janeiro: Cengage Learning, 2020.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa.** Porto Belo: Plageder, 2009.

HOLLMANN, Vanessa de Lima. **Análise de viabilidade para criação de uma empresa de viandas saudáveis no município de Arroio do Meio/RS.** Trabalho de Conclusão de Curso. Curso de Administração. Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2021.

MANZATO, Antônio José; SANTOS, Adriana Barbosa. A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa. Departamento de Ciência de Computação e Estatística–IBILCE–**UNESP**, v. 17, n. 15, p. 56-68, ago/set., 2012.

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARTINS, Eliseu; ROCHA, Welington. **Contabilidade de custos.** São Paulo: Atlas, 2003.

NUNES, Daniel Deboni. **Plano de negócios para a criação de uma empresa voltada à alimentação orgânica e saudável.** Trabalho de Conclusão de Curso. Tecnologia em Gastronomia. Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), Florianópolis, 2021.

SEBRAE. **Rentabilidade.** Sebrae Seu Negócio, Brasília, DF. 2022. Disponível em: <https://sebraeseunegocio.com.br/artigo/rentabilidade/>. Acesso em: 30 jun. 2023.

SILVA, Beatriz Venâncio da.; *et al.* **Plano de negócios empresarial:** multi-food delivery. São Paulo: UNIFEOB, 2022.