



Este plano de negócios foi desenvolvido por

Autores	Data
Matheus Augusto Cordova Meira	28/10/2025

Sumário

1	SUMÁRIO EXECUTIVO	3
2	O CONCEITO DO NEGÓCIO.....	3
3	MERCADO E COMPETIDORES.....	5
4	PRODUTOS E SERVIÇOS.....	9
5.	MARKETING E VENDAS.....	15
6.	FINANÇAS.....	24
7.	REFERÊNCIAS	29

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

Este plano de negócios detalha a concepção, estrutura e viabilidade da Meira's Fit Gram, uma marmitaria fitness localizada em Guarapuava, Paraná. O negócio se baseia em um modelo inovador de refeições saudáveis comercializadas por grama, permitindo aos clientes personalizar suas refeições de acordo com suas necessidades nutricionais e preferências. O objetivo é atender a um público crescente de consumidores conscientes da importância de uma alimentação equilibrada, incluindo praticantes de atividades físicas, profissionais com rotinas agitadas e indivíduos em busca de um estilo de vida mais saudável. O documento aborda o conceito do negócio, a análise de mercado e da concorrência, a estrutura de produtos e serviços, o organograma, os processos operacionais e as estratégias de marketing e fidelização. A análise setorial indica um crescimento consistente no mercado de alimentação saudável, validando a proposta de valor da empresa. A Meira's Fit Gram se diferencia pela personalização, qualidade dos ingredientes, sustentabilidade e parcerias estratégicas, posicionando-se como uma solução completa e moderna para a alimentação saudável e consciente.

2 O CONCEITO DO NEGÓCIO

Meira's Fit Gram é uma marmitaria fitness inovadora, localizada em Guarapuava/PR, que oferece refeições saudáveis comercializadas por gramas. A proposta é proporcionar ao cliente a liberdade de montar sua própria refeição de forma personalizada, prática e funcional, com controle exato das porções e foco em um preço justo, pagando apenas pelo que realmente irá consumir. Além de atender ao público que segue dietas específicas ou possui objetivos nutricionais, o negócio também visa consumidores que valorizam conveniência e alimentação equilibrada no dia a dia. Com um forte compromisso com a sustentabilidade e a redução do desperdício alimentar, a Meira's Fit Gram se posiciona como uma solução moderna para hábitos alimentares saudáveis e conscientes.

A empresa oferece marmitas fitness personalizadas, vendidas por peso, permitindo ao cliente escolher exatamente a quantidade ideal para sua dieta. O cardápio é diversificado e inclui proteínas magras, carboidratos complexos, vegetais frescos, molhos saudáveis e sobremesas funcionais, preparados com ingredientes selecionados para garantir sabor e qualidade. Além disso, a empresa disponibiliza planos semanais e mensais com entrega programada,

proporcionando praticidade e ajudando quem busca manter uma alimentação equilibrada e regular no dia a dia.

O público-alvo é formado por praticantes de atividades físicas, atletas amadores, profissionais com rotina agitada e pessoas interessadas em alimentação saudável. Os clientes valorizam conveniência, controle nutricional e qualidade. A empresa também atende quem possui restrições alimentares específicas, como intolerância à lactose, dietas low carb, vegetarianas, entre outras.

Missão: Oferecer refeições saudáveis, práticas e personalizadas que contribuam para uma vida equilibrada e bem-estar dos nossos clientes.

Visão: Ser reconhecida como referência em alimentação fitness personalizada em Guarapuava até 2028, com expansão para o atendimento regional e fortalecimento da presença digital.

Valores: A Meira's Fit Gram tem como valores a promoção da saúde e do bem-estar, o compromisso com a sustentabilidade e a redução do desperdício, a transparência nas relações com clientes e parceiros, a busca constante por inovação e a excelência no atendimento, sempre valorizando a economia local e fornecedores regionais.

Estrutura legal e requisitos de funcionamento

A Meira's Fit Gram iniciará como MEI (Microempreendedor Individual), com previsão de migração para ME conforme o crescimento. A estrutura legal incluirá: CNPJ ativo, alvará da Vigilância Sanitária, registro na prefeitura e cumprimento das normas da Anvisa. A empresa terá sede própria em Guarapuava/PR e utilizará uma cozinha industrial equipada, respeitando os padrões de higiene e segurança alimentar.

Localização e parcerias

Localizada estrategicamente próxima a academias e centros comerciais, a empresa atenderá presencialmente e via delivery. Terá parcerias com nutricionistas locais, academias, fornecedores de alimentos naturais e influenciadores do nicho fitness.

Equipe de gestão

A gestão será feita pelo fundador, com experiência em administração e conhecimento do público fitness. A operação contará com um auxiliar de produção e entregador. Em fases posteriores, a equipe poderá ser ampliada com nutricionista parceiro e assistente administrativo.

3 MERCADO E COMPETIDORES

Análise do setor

O setor de alimentação saudável no Brasil vem apresentando crescimento consistente nos últimos anos, impulsionado por tendências de saúde, estética, qualidade de vida e conveniência. O aumento do número de academias, programas de reeducação alimentar e influenciadores fitness contribui diretamente para a expansão da demanda por refeições equilibradas e práticas. (SEBRAE 2025; CNN BRASIL 2024; GABBIA 2025; ABRAHÃO 2025; PERSONA CHEFS 2025; VALOR ECONÔMICO – 2024)

Esse movimento também se reflete em cidades de médio porte como Guarapuava (PR), onde a população urbana tem buscado alternativas à alimentação tradicional e industrializada. A praticidade, a personalização e a entrega rápida são diferenciais cada vez mais valorizados. A Meira's Fit Gram surge nesse cenário como uma proposta inovadora que alia saúde, conveniência e personalização alimentar.

Matriz SWOT

A matriz SWOT, também chamada de análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças), é uma ferramenta de planejamento estratégico que ajuda a entender os fatores internos e externos que influenciam uma organização. Segundo o site da Asana (2024), ela permite identificar os pontos fortes e fracos da empresa, além das oportunidades e ameaças do ambiente em que atua. As forças e fraquezas dizem respeito a aspectos internos, como recursos, processos e competências, enquanto as oportunidades e ameaças envolvem fatores externos, como o mercado, a economia e a concorrência. A análise é geralmente organizada em um quadro com quatro partes, o que facilita a visualização e o planejamento de estratégias para aproveitar vantagens, corrigir falhas e se preparar para riscos. Trata-se de um método simples, mas essencial, para apoiar decisões e fortalecer o posicionamento estratégico de qualquer negócio.

Forças (Strengths)

Personalização por Grama: Permite ao cliente montar sua refeição com controle exato de porções e calorias, pagando apenas pelo que consome, o que é um diferencial competitivo.

Qualidade e Frescor dos Ingredientes: Compromisso com ingredientes frescos, selecionados e, sempre que possível, de fornecedores locais.

Foco em Saúde e Bem-Estar: Atende a um público crescente e consciente da importância de uma alimentação equilibrada e estilo de vida saudável.

Sustentabilidade: Utilização de embalagens práticas e ecologicamente corretas, reforçando o compromisso com a redução do desperdício alimentar.

Parcerias Estratégicas: Colaboração com nutricionistas, academias, fornecedores locais e influenciadores fitness, ampliando o alcance e a credibilidade da marca.

Atendimento Híbrido: Oferece conveniência com atendimento digital (aplicativos de entrega) e presencial.

Planos Semanais e Mensais: Disponibilidade de planos com entrega programada, proporcionando praticidade e consistência para os clientes.

Estrutura Legal Inicial: Início como MEI, com previsão de migração para ME, facilitando a formalização e o crescimento.

Localização Estratégica: Próxima a academias e centros comerciais em Guarapuava/PR.

Experiência do Fundador: Gestão feita por fundador com experiência em administração e conhecimento do público fitness.

Fraquezas (Weaknesses)

Dependência da Equipe Inicial: A operação inicial conta com uma equipe reduzida (fundador, auxiliar de produção e entregador), o que pode limitar a capacidade de produção e entrega.

Concorrência Local: Entrada em um mercado local competitivo com marcas já estabelecidas, embora com diferenciais.

Necessidade de Migração Legal: A previsão de migração de MEI para ME indica uma complexidade administrativa futura que exigirá atenção.

Crescimento Gradual da Equipe: A ampliação da equipe (nutricionista parceiro, assistente administrativo) é prevista para fases posteriores, o que pode sobrecarregar a gestão inicial.

Oportunidades (Opportunities)

Crescimento do Mercado de Alimentação Saudável: O setor no Brasil apresenta crescimento consistente, impulsionado por tendências de saúde, estética e conveniência.

Demanda por Praticidade e Personalização: A população urbana busca alternativas à alimentação tradicional, valorizando praticidade, personalização e entrega rápida.

Expansão Regional: Visão de expansão para atendimento regional e fortalecimento da presença digital até 2028.

Atendimento a Restrições Alimentares: Capacidade de atender clientes com dietas específicas (low carb, vegetarianas) e restrições (intolerância à lactose).

Fortalecimento de Parcerias: Potencial para expandir e aprofundar as parcerias existentes com nutricionistas, academias e influenciadores.

Aproveitamento de Reclamações da Concorrência: A má reputação de concorrentes diretos (como a Fino Tracto) em relação a atrasos e qualidade pode ser uma oportunidade para a Meira's Fit Gram se destacar.

Ameaças (Threats)

Concorrência Direta e Indireta: Presença de concorrentes diretos (Congelove, Fino Tracto) e indiretos (restaurantes, self-services, aplicativos de entrega) no mercado local.

Flutuação de Preços de Ingredientes: Variações nos custos de alimentos frescos e selecionados podem impactar a margem de lucro.

Regulamentação Sanitária: Necessidade de cumprimento rigoroso das normas da Anvisa e Vigilância Sanitária, que podem ser complexas e exigir investimentos contínuos.

Logística de Entrega: Desafios na manutenção da qualidade e temperatura das marmitas durante o transporte, especialmente com o aumento da demanda.

Saturação do Mercado: Embora em crescimento, o mercado de alimentação saudável pode se tornar mais saturado com o tempo, aumentando a pressão competitiva.

Mudanças nas Preferências do Consumidor: Alterações nas tendências de alimentação ou nas preferências dos consumidores podem exigir adaptação rápida do cardápio e modelo de negócio.

Problemas de Reputação: Qualquer falha na qualidade, entrega ou atendimento pode gerar reclamações e prejudicar a imagem da marca, como visto em concorrentes.

Mercado-alvo

A Meira's Fit Gram tem como foco adultos entre 20 e 45 anos, com perfil urbano, vida ativa e preocupação com bem-estar físico e alimentação equilibrada. Trata-se de um público conectado às redes sociais, aplicativos de entrega e que consome conteúdo relacionado a treinos, nutrição, estética e produtividade.

Além do público fitness, a empresa também alcança profissionais que trabalham em regime de plantão, estudantes e pessoas em reeducação alimentar que buscam praticidade sem renunciar à qualidade.

Os fornecedores incluem distribuidores de alimentos saudáveis, hortifrutis da região e empresas de embalagens ecológicas e térmicas, promovendo parcerias sustentáveis e locais, que fortalecem a cadeia produtiva.

Análise da concorrência

A Meira's Fit Gram entra em um mercado local competitivo, onde algumas marcas já atuam com marmitas saudáveis em Guarapuava. No entanto, ainda há espaço para diferenciação, especialmente no que tange à personalização nutricional por peso. Veja abaixo os principais concorrentes: (UFPB 2021) (SEBRAE 2021)

Concorrência Direta

Congelove - Comida Saudável Congelada

Uma das marcas mais conhecidas na cidade quando se trata de marmitas congeladas saudáveis. A empresa se destaca pela praticidade, entrega rápida e boa apresentação. No entanto, o foco principal está em refeições pré-montadas e congeladas, sem personalização em gramas ou adaptação direta aos objetivos nutricionais do cliente no momento da compra.

Fino Tracto Nutriservice - Refeições Saudáveis

Apesar de apresentar um cardápio variado de refeições saudáveis, a Fino Tracto tem diversas reclamações recorrentes nas avaliações públicas:

Atrasos frequentes nas entregas (chegando a mais de 1h), marmitas entregues frias, frango queimado e purê com textura ruim, saladas cobradas e não entregues, dificuldade de contato e má comunicação com clientes, casos de pedidos confirmados que não foram entregues.

Concorrência Indireta

Restaurantes e self-services

Presentes em grande número, oferecem variedade, mas não são focados em alimentação fitness ou balanceada.

Aplicativos de entrega (iFood e similares)

Reúnem diversas opções, mas não garantem o controle nutricional nem a qualidade constante, além de não oferecerem personalização.

Vantagens competitivas:

- Personalização das marmitas por gramas, com controle de porções e calorias;
- Ingredientes selecionados, sempre frescos e balanceados;
- Atendimento híbrido: digital e presencial;
- Embalagens práticas e sustentáveis;
- Parcerias com nutricionistas e academias para fidelização e autoridade de marca.

4 PRODUTOS E SERVIÇOS

A Meira's Fit Gram é uma marmitaria fitness inovadora que se dedica a oferecer refeições saudáveis e personalizadas, com foco na conveniência, controle nutricional e sustentabilidade. A proposta central é permitir que o cliente monte sua própria refeição, pagando por grama, o que garante flexibilidade e um preço justo. Este modelo de negócio atende a um público diversificado, incluindo praticantes de atividades físicas, atletas amadores, profissionais com rotina agitada e indivíduos interessados em alimentação saudável e equilibrada. A empresa se posiciona como uma solução moderna para quem busca manter hábitos alimentares conscientes e funcionais no dia a dia.

4.1 Produtos Oferecidos

A Meira's Fit Gram oferece uma variedade de marmitas fitness personalizadas, vendidas por peso, permitindo que cada cliente determine a quantidade ideal para sua dieta e objetivos nutricionais. O cardápio é cuidadosamente elaborado para garantir sabor, qualidade e equilíbrio, utilizando ingredientes frescos e selecionados. Os principais componentes das refeições incluem:

- **Proteínas Magras:** Opções como frango grelhado, peixe assado, carne magra desfiada e ovos cozidos, essenciais para a construção e manutenção muscular.
- **Carboidratos Complexos:** Fontes de energia de liberação lenta, como arroz integral, batata doce, quinoa e macarrão integral, que promovem saciedade prolongada.
- **Vegetais Frescos:** Uma ampla seleção de vegetais cozidos no vapor, saladas variadas e legumes assados, ricos em vitaminas, minerais e fibras.
- **Molhos Saudáveis:** Opções de molhos leves e nutritivos, preparados com ingredientes naturais, para realçar o sabor das refeições sem adicionar calorias desnecessárias.

- **Sobremesas Funcionais:** Alternativas doces e saudáveis, como frutas frescas, mousses de frutas sem açúcar e doces à base de ingredientes naturais, para complementar a refeição de forma equilibrada.

Além da venda por peso, a Meira's Fit Gram disponibiliza planos semanais e mensais com entrega programada. Esses planos são ideais para clientes que buscam praticidade e consistência em sua alimentação, garantindo refeições saudáveis e balanceadas entregues diretamente em sua casa ou local de trabalho. A flexibilidade dos planos permite que o cliente escolha a frequência e a quantidade de refeições, adaptando-se perfeitamente à sua rotina.

4.2 Serviços Adicionais e Personalização

A personalização é um dos pilares da Meira's Fit Gram. O cliente tem a liberdade de montar sua marmita escolhendo entre as diversas opções de proteínas, carboidratos, vegetais e molhos, controlando as porções e, conseqüentemente, as calorias de sua refeição. Esse nível de controle é particularmente valorizado por quem segue dietas específicas, como dietas low carb, vegetarianas, ou para aqueles com restrições alimentares, como intolerância à lactose.

Para garantir a qualidade e a segurança alimentar, a empresa segue rigorosos padrões de higiene e segurança, utilizando uma cozinha industrial equipada e respeitando as normas da Anvisa. A equipe de produção é treinada para manusear os alimentos de forma adequada, assegurando que cada refeição seja preparada com o máximo de cuidado.

4.3 Diferenciais e Benefícios

A Meira's Fit Gram se destaca no mercado de alimentação saudável por uma série de diferenciais que agregam valor significativo aos seus clientes:

Personalização por Grama: O principal diferencial é a venda de refeições por peso, o que oferece ao cliente um controle exato sobre as porções e calorias, além de garantir um preço justo, pagando apenas pelo que realmente consome. Isso é um diferencial competitivo em relação a marmitas pré-montadas.

Ingredientes Selecionados e Frescos: Compromisso com a qualidade dos alimentos, utilizando ingredientes frescos, balanceados e, sempre que possível, de fornecedores locais, o que contribui para o sabor e o valor nutricional das refeições.

Atendimento Híbrido: A empresa oferece a conveniência do atendimento digital, através de aplicativos de entrega e plataformas online, e a opção de atendimento presencial, permitindo que o cliente escolha a forma mais conveniente de adquirir seus produtos.

Embalagens Práticas e Sustentáveis: Utilização de embalagens que não apenas preservam a qualidade e a temperatura dos alimentos, mas também são ecologicamente corretas, reforçando o compromisso da empresa com a sustentabilidade e a redução do desperdício alimentar.

Parcerias Estratégicas: Colaboração com nutricionistas locais, academias e influenciadores do nicho fitness. Essas parcerias não só ampliam o alcance da marca, mas também oferecem aos clientes acesso a informações e orientações de profissionais da saúde, fortalecendo a credibilidade e a autoridade da Meira's Fit Gram no mercado.

Foco na Conveniência e Praticidade: A oferta de planos semanais e mensais com entrega programada, juntamente com a facilidade de montar a própria refeição, simplifica a rotina dos clientes, ajudando-os a manter uma alimentação saudável mesmo com a correria do dia a dia.

Compromisso com a Saúde e Bem-Estar: A Meira's Fit Gram não vende apenas comida, mas uma solução completa para quem busca um estilo de vida mais saudável, com refeições balanceadas que contribuem para o bem-estar físico e mental dos clientes.

4.4 Estrutura e Operações

A estrutura da Meira's Fit Gram foi planejada para garantir eficiência produtiva, qualidade e escalabilidade. O organograma inicial é enxuto, composto pelo fundador, responsável pela gestão administrativa, financeira e estratégica; um auxiliar de produção, encarregado do preparo das refeições; e um entregador, responsável pela logística e distribuição. Com o crescimento da demanda, está prevista a inclusão de um nutricionista parceiro, para suporte técnico e credibilidade nutricional, além de um assistente administrativo para apoio nas atividades operacionais.

O layout da cozinha industrial segue as normas da Anvisa e é organizado em etapas sequenciais. Higienização, preparo, cocção, montagem, pesagem e armazenamento de forma a otimizar o fluxo de trabalho e reduzir riscos de contaminação cruzada.

O processo operacional da Meira's Fit Gram é cuidadosamente estruturado para garantir qualidade, eficiência e segurança alimentar em todas as etapas, desde o recebimento dos insumos até o atendimento pós-venda. O fluxo produtivo é composto por oito fases principais que asseguram o padrão de excelência da empresa. Primeiramente, ocorre o recebimento e inspeção dos itens, momento em que os insumos provenientes de fornecedores locais são avaliados quanto à qualidade, frescor e validade. Em seguida, é realizada a higienização dos

ingredientes, seguindo rigorosamente as normas da Anvisa, a fim de eliminar impurezas e assegurar a segurança alimentar. Na terceira etapa, ocorre o preparo e cocção dos alimentos, feito com equipamentos industriais adequados para manter o sabor e o valor nutricional dos produtos. Logo após, inicia-se a montagem personalizada das marmitas, onde cada refeição é montada de acordo com a escolha do cliente, considerando suas preferências e objetivos nutricionais.

Na sequência, realiza-se a pesagem precisa das porções (por grama), garantindo que cada cliente pague apenas pela quantidade selecionada, promovendo transparência e controle. Depois, as refeições passam pelo processo de embalagem, lacre e identificação, sendo acondicionadas em embalagens térmicas sustentáveis com etiquetas informativas que indicam o conteúdo e a data de produção. A próxima etapa é a retirada do motoboy e envio, quando as marmitas são entregues ao cliente por meio de delivery ou retirada na loja física, sempre com foco em agilidade e conservação da temperatura. Por fim, ocorre o pós-venda e coleta de feedback, momento em que a empresa entra em contato com os consumidores para avaliar a satisfação e identificar oportunidades de melhoria contínua.

Esse processo padronizado permite à Meira's Fit Gram manter um alto nível de qualidade, otimizar o tempo de produção e garantir que cada refeição chegue ao cliente com frescor, sabor e excelência, fortalecendo o relacionamento e a confiança com o público.

A seguir o fluxograma da marmitaria (Figura 01) detalhada do passo a passo, do começo ao fim do processo de fabricação dos itens.

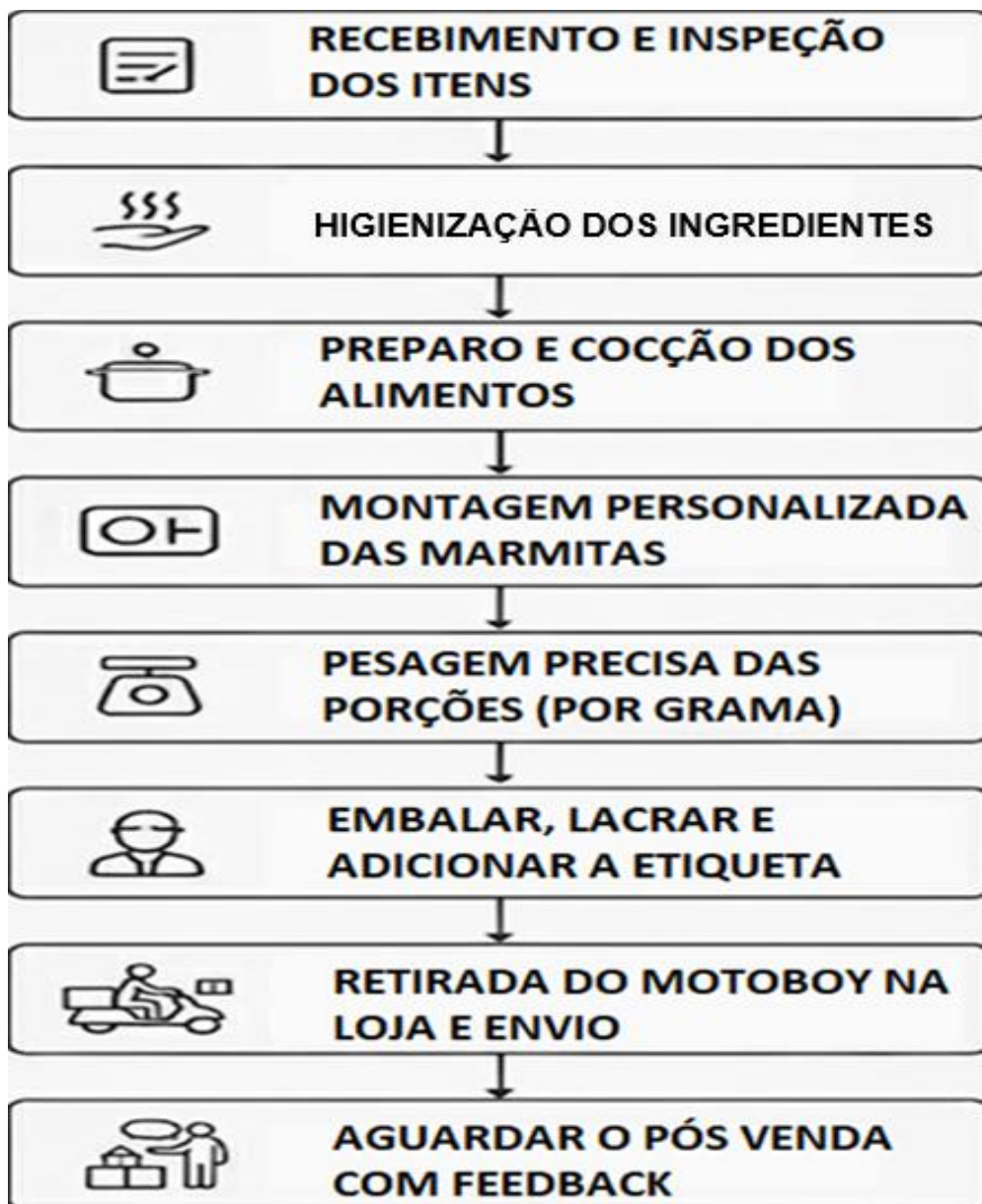


FIGURA 01- Fluxograma do processo de fabricação de itens

FONTE: Elaborada pelo autor, 2025.

Para execução das atividades, serão utilizados equipamentos e máquinas como fogões industriais, fornos elétricos, refrigeradores, freezers, processadores de alimentos, balanças de precisão, embaladoras a vácuo e utensílios padronizados, garantindo produtividade e segurança alimentar.

Os fornecedores incluem hortifrutis da região, distribuidores de proteínas magras e grãos integrais, além de empresas de embalagens sustentáveis. Essa escolha fortalece a

economia local, reduz custos logísticos e reforça o compromisso da marca com práticas ambientalmente responsáveis.

4.5 Organograma

A estrutura diretiva e operacional da Meira's Fit Gram é composta por funções essenciais para garantir a qualidade dos produtos e a eficiência nos processos, conforme descrito a seguir:

- **Matheus Meira – Fundador e Gestor Administrativo-Financeiro:** Responsável pela gestão estratégica e administrativa da empresa, incluindo planejamento financeiro, controle de custos, tomada de decisões e definição de metas de crescimento. Atua diretamente na supervisão das operações e no relacionamento com fornecedores e parceiros.
- **Auxiliar de Produção:** Responsável pelo preparo das refeições, higienização dos alimentos, execução das receitas e organização da cozinha. Atua garantindo o padrão de qualidade, sabor e segurança alimentar dos produtos oferecidos.
- **Entregador:** Responsável pela logística de distribuição das marmitas, assegurando pontualidade nas entregas e bom relacionamento com os clientes no momento da recepção dos pedidos.
- **Nutricionista Parceiro (previsto para expansão):** Responsável por fornecer suporte técnico na elaboração e validação dos cardápios, garantindo equilíbrio nutricional e credibilidade profissional, além de auxiliar em ações de marketing voltadas para saúde e bem-estar.
- **Assistente Administrativo (previsto para expansão):** Responsável pelo apoio em rotinas administrativas e operacionais, incluindo atendimento ao cliente, organização de pedidos e suporte à gestão financeira e documental.

Segue a seguir organograma da marmitaria (Figura 02) demonstrando exatamente como vai funcionar a hierarquia, cargos e responsabilidades.

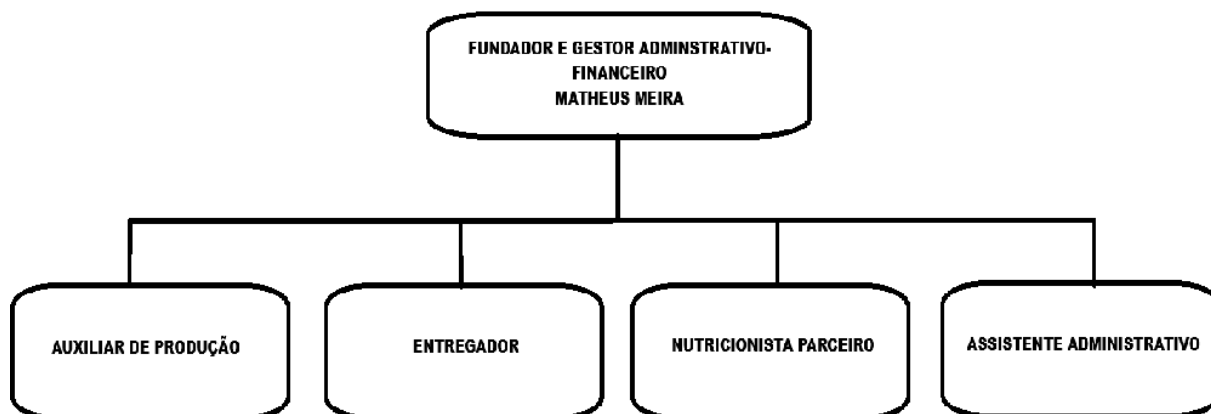


FIGURA 02 – Organograma da marmitaria

FONTE: Elaborado pelo autor, 2025.

5. MARKETING E VENDAS

A estratégia de marketing e vendas da Meira's Fit Gram tem como objetivo consolidar a marca como referência em alimentação fitness personalizada, sendo pioneira neste ramo da personalização por gramas na cidade de Guarapuava e região, por meio de ações integradas que abrangem o público-alvo, posicionamento, mix de marketing, estrutura de vendas, metas e gestão de riscos.

5.1 Público-Alvo

O público-alvo da Meira's Fit Gram é formado por adultos entre 20 e 45 anos, com rotina agitada, que buscam alimentação saudável, prática e personalizada. São pessoas que frequentam academias, trabalham em ambientes corporativos ou estudam, valorizando qualidade, conveniência e controle nutricional. Esse público se preocupa com o bem-estar físico e mental, utiliza aplicativos de entrega e redes sociais para se informar sobre saúde e fitness, e prefere marcas que ofereçam transparência, sustentabilidade e produtos adaptados às suas metas alimentares e estilo de vida.

5.2 Estratégias de Marketing

A Meira's Fit Gram tem o intuito de adotar estratégias de marketing focadas na atração, fidelização e engajamento de clientes, utilizando uma combinação de ações digitais, presenciais e parcerias estratégicas para fortalecer sua marca no mercado de alimentação fitness em Guarapuava/PR.

1. Marketing Digital e Redes Sociais

A empresa utilizará o Instagram, Facebook e WhatsApp Business como principais canais de divulgação. Serão publicadas fotos reais das marmitas, vídeos curtos mostrando o

preparo dos alimentos, depoimentos de clientes satisfeitos e dicas nutricionais dos nutricionistas parceiros. O objetivo é gerar confiança, proximidade e desejo de consumo, destacando o diferencial da venda por gramas e personalização das refeições.

2. Programa de Fidelidade e Indicação

Será implementado um programa de pontos, em que cada compra gera créditos para que possa ser trocado em um futuro, como por exemplo a cada 15 marmitas adquiridas você ganharia uma. Além disso, clientes que indicarem novos consumidores ganharão brindes, estimulando o marketing boca a boca.

3. Parcerias Locais e Marketing de Relacionamento

A Meira's Fit Gram buscará parcerias com academias, estúdios de pilates, nutricionistas e personal trainers, oferecendo combos promocionais e material de divulgação nesses locais. Essa estratégia visa atingir diretamente o público fitness e fortalecer a imagem de alimentação saudável e equilibrada.

4. Divulgação Geolocalizada e Tráfego Pago

Serão realizados anúncios pagos direcionados nas redes sociais e no Google, que irão ser segmentados por localização (Guarapuava e região) e interesses (saúde, fitness, alimentação balanceada). Essa ação busca aumentar o alcance e atrair novos clientes para conhecer o serviço.

5. Marketing de Conteúdo e Autoridade Nutricional

Com o apoio do nutricionista parceiro (previsto para expansão), serão produzidos conteúdos educativos sobre alimentação saudável e controle de peso e postado nas redes sociais da empresa. Essa estratégia reforçará a credibilidade da marca e posicionará a Meira's Fit Gram como referência local em alimentação prática e fitness.

5.3 Canais de Venda

A Meira's Fit Gram utilizará uma estratégia de vendas em vários canais, para que desta forma possa alcançar diferentes perfis de consumidores, atendendo em meio digital, e em meio presencial. Esse tipo de atendimento visa garantir praticidade, acessibilidade e conveniência na aquisição das marmitas.

1. Vendas Online (Canal Principal)

O principal canal de vendas principal será o WhatsApp, facilitando a realização de pedidos, agendamento de entregas e comunicação direta com o cliente. Além disso, a empresa utilizará o Instagram como vitrine digital, divulgando o cardápio, valores por grama e promoções.

2. Vendas Presenciais (Loja Física/Retirada Local)

Os clientes também poderão realizar pedidos e retirar as refeições pessoalmente no estabelecimento. Esse canal proporciona uma experiência mais próxima, o que permite que os colaboradores conheçam os clientes, tendo assim um feedback diretamente com o cliente, e permite que o cliente conheça o ambiente, fortalecendo a confiança na qualidade e higiene dos produtos.

3. Entregas e Logística de Distribuição

O serviço de delivery próprio será responsável pela distribuição das marmitas em diferentes regiões da cidade, garantindo rapidez e pontualidade. Essa conveniência é um diferencial competitivo, especialmente para o público que busca praticidade no dia a dia.

4. Parcerias Comerciais e Representação

A empresa buscará estabelecer parcerias estratégicas com academias, clínicas de estética, personal trainers, nutricionistas e empresas locais, com o objetivo de ampliar a visibilidade da marca e fortalecer sua presença no mercado regional. Essas parcerias funcionarão como canais indiretos de divulgação e captação de clientes, por meio da exposição de panfletos, banners e materiais promocionais nos estabelecimentos parceiros. Além disso, serão oferecidos benefícios e condições especiais aos parceiros, incentivando a recomendação dos produtos e contribuindo para a construção de uma rede de indicações confiável e sustentável.

5.4 Plano de comunicação

A Meira's Fit Gram adotará um plano de comunicação integrado, com foco na construção de uma imagem sólida, moderna e confiável no mercado de alimentação saudável. As ações serão direcionadas para aproximar a marca do público-alvo e fortalecer o relacionamento com os clientes por meio de canais digitais e estratégias de engajamento local.

1. Redes Sociais

As redes sociais, especialmente Instagram Facebook e WhatsApp, serão os principais meios de comunicação com os clientes. Por meio delas, a empresa divulgará cardápios semanais, promoções, novidades e conteúdos educativos sobre alimentação saudável e fitness. O objetivo é gerar engajamento, aumentar o reconhecimento da marca e criar uma comunidade de consumidores fiéis.

2. Promoções e Campanhas de Fidelização

Serão realizadas promoções periódicas, como combos com desconto e programas de fidelidade, visando estimular novas compras e reter clientes recorrentes. Essas ações também terão como objetivo atrair novos consumidores por meio de indicações e compartilhamentos nas redes sociais.

3. Eventos e Ações Locais

A empresa participará de eventos fitness, feiras de alimentação saudável e parcerias com academias, reforçando sua presença na comunidade local. Essas ações permitirão divulgar os produtos, oferecer degustações e estreitar o contato direto com o público interessado em saúde e bem-estar.

4. Marketing Boca a Boca

O marketing boca a boca será estimulado por meio da qualidade dos produtos, atendimento personalizado e entregas pontuais, fatores que contribuem para a satisfação do cliente e incentivam a recomendação espontânea da marca. Essa forma de divulgação é essencial para fortalecer a credibilidade e confiança junto ao público.

5.5 Definição de Preços e Política Comercial

A Meira's Fit Gram adota uma estratégia de precificação baseada no custo por grama, considerando o valor dos insumos, despesas operacionais e margem de lucro adequada ao posicionamento de mercado da marca. Essa forma de cobrança permite personalização das porções conforme a necessidade e o perfil nutricional de cada cliente, garantindo justiça e transparência no preço final.

Durante o período inicial de operação, a empresa aplicará descontos promocionais com o objetivo de atrair novos clientes e fortalecer o reconhecimento da marca no mercado local. Essas ações visam estimular a experimentação dos produtos e incentivar a fidelização, especialmente nas primeiras semanas de atuação.

A política comercial da empresa preza pela facilidade e agilidade nas transações, oferecendo formas de pagamento digitais e acessíveis, como PIX, QR Code e cartões de crédito e débito. A empresa busca manter uma relação transparente e confiável com seus consumidores, adotando uma postura ética e profissional em todas as etapas do processo de venda.

5.6 Estrutura de vendas

A Meira's Fit Gram possui uma estrutura de vendas simples e eficiente. As negociações e atendimentos são realizados diretamente pelo fundador e gestor administrativo-financeiro, que também é responsável pelo suporte ao cliente e pelo acompanhamento dos pedidos. As

vendas ocorrem principalmente via WhatsApp e redes sociais, com atendimento personalizado e respostas rápidas. O entregador atua como apoio na etapa final, garantindo uma experiência completa e satisfatória desde o pedido até a entrega.

5.7 Metas de vendas

No início das atividades, a Meira's Fit Gram tem como meta atender em média 20 a 25 clientes por dia, o que representa aproximadamente 400 a 500 marmitas por mês, considerando dias úteis de operação, esses números poderão ser superados conforme o fortalecimento da marca e o aumento da demanda local. A projeção é de um crescimento gradual de 10% a 15% ao mês, impulsionado pela divulgação nas redes sociais, indicações e fidelização dos primeiros clientes. Essas metas foram definidas com base na capacidade produtiva atual e no potencial de demanda identificado na pesquisa de mercado, servindo como base para o planejamento financeiro e estratégico da empresa.

5.8 Proposta de Valor

A Proposta de Valor da Meira's Fit Gram tem várias faces e se concentra em resolver as principais dores do público que busca alimentação saudável que seriam à falta de tempo, dificuldade de controle nutricional e alto custo.

Os principais diferenciais do negócio são:

1. Personalização Nutricional por Grama

Este é o pilar central. Ao permitir que o cliente monte a própria refeição e pague por peso, a Meira's Fit Gram oferece controle total sobre as porções e, conseqüentemente, sobre a ingestão calórica e de macronutrientes e micronutrientes. Isso é um diferencial crucial para atletas e pessoas em dietas específicas, que necessitam de precisão.

2. Preço Justo e Transparência

O modelo de venda por grama assegura que o cliente pague exatamente pelo que consome, evitando o desperdício e proporcionando uma percepção de valor superior em comparação com marmitas de tamanho fixo.

3. Qualidade e Frescor dos Ingredientes

Compromisso com o uso de ingredientes frescos, selecionados e, sempre que possível, de fornecedores locais, garantindo um produto de alta qualidade e sabor.

4. Sustentabilidade e Consciência

O foco na redução do desperdício alimentar (que vem junto ao modelo por peso) e o uso de embalagens práticas e ecologicamente corretas reforçam o posicionamento da marca como socialmente responsável.

5. Conveniência e Praticidade

Atendimento híbrido (presencial e delivery) e a oferta de planos semanais/mensais garantem que o cliente tenha acesso fácil e consistente a refeições saudáveis, mesmo com uma rotina agitada.

6. Parcerias Estratégicas

A colaboração com nutricionistas locais e academias não apenas amplia o alcance da marca, mas também confere autoridade e credibilidade no meio fitness.

5.9 Posicionamento no Mercado

A Meira's Fit Gram busca ser lembrada no mercado como a "Solução Mais Inteligente e Personalizada para a Alimentação Saudável" em Guarapuava.

O posicionamento da marca é construído sobre três pilares principais

1. Pioneirismo em Personalização e Controle Nutricional

A Meira's Fit Gram se posiciona como a única opção que oferece controle total sobre a refeição através da venda por grama. Queremos ser a primeira escolha para o público fitness, atletas e pessoas em dietas específicas que exigem precisão, sendo sinônimo de exatidão, transparência e foco em resultados.

2. Qualidade Premium e Consciência

A marca deseja ser percebida como uma fornecedora de refeições saudáveis de alta qualidade, feitas com ingredientes frescos e locais, mas que também carrega um forte compromisso com a sustentabilidade e a redução do desperdício. Seremos lembrados não apenas pelo sabor e frescor, mas pela responsabilidade social e ambiental.

3. Conveniência e Praticidade Adaptada à Rotina

Queremos ser a marca que simplifica a vida do cliente com rotina agitada. Nosso posicionamento é de um serviço que oferece máxima conveniência (planos semanais, delivery e atendimento híbrido) sem sacrificar a personalização e o controle nutricional, tornando a alimentação saudável um hábito fácil e acessível.

5.10 Os 4Ps do Marketing

Os 4Ps do Marketing da Meira's Fit Gram foram estruturados com base na proposta de oferecer alimentação saudável, prática e personalizada, voltada ao público fitness e àqueles que buscam praticidade sem renunciar à qualidade nutricional. A seguir, são apresentados os quatro elementos que compõem essa estratégia:

1. Produto

A empresa oferece marmitas fitness vendidas por gramas, permitindo ao cliente personalizar a refeição de acordo com suas necessidades calóricas, preferências alimentares e objetivos nutricionais. Os alimentos são preparados com ingredientes frescos e selecionados, priorizando sabor, qualidade e equilíbrio nutricional. Além disso, há previsão de parceria com nutricionista para validação dos cardápios e suporte técnico.

2. Preço

A política de preços é baseada no valor por grama, garantindo transparência e flexibilidade ao consumidor. No período inicial, serão aplicados descontos promocionais com o objetivo de atrair novos clientes e fidelizar os primeiros consumidores. O preço foi definido com base na análise de custos dos insumos, concorrência e percepção de valor do público-alvo.

3. Praça

A distribuição será realizada por meio de delivery próprio em Guarapuava/PR, garantindo rapidez e qualidade no transporte das refeições. Também haverá a opção de retirada presencial no ponto de produção, proporcionando maior conveniência e interação direta com o cliente.

4. Propaganda

A divulgação da marca ocorrerá principalmente nas redes sociais (Instagram e WhatsApp e Facebook), com postagens de cardápios, promoções, dicas nutricionais e conteúdos sobre bem-estar. Além disso, serão promovidas parcerias com academias, nutricionistas e personal trainers, ampliando a visibilidade local. A estratégia inclui ainda ações de marketing boca a boca e campanhas promocionais voltadas à fidelização e captação de novos clientes.

5.11 Estratégia de Comunicação e Divulgação

A Meira's Fit Gram adotará estratégias de comunicação voltadas à construção de uma marca sólida, confiável e próxima do cliente, utilizando principalmente os meios digitais e ações de relacionamento local. O objetivo é fortalecer a presença da empresa no mercado, gerar reconhecimento e estimular a fidelização do público.

A principal estratégia será o uso das redes sociais, especialmente o Instagram, Facebook e o WhatsApp, para divulgação de cardápios semanais, promoções, depoimentos de clientes e conteúdos educativos sobre alimentação saudável. Essas plataformas permitirão uma comunicação direta e personalizada, favorecendo o engajamento e o aumento da base de clientes.

Além disso, serão realizadas parcerias estratégicas com academias, nutricionistas e personal trainers, criando um canal de divulgação indireta por meio da recomendação e exposição da marca nesses ambientes. Essa aproximação reforça a credibilidade e amplia o alcance entre o público fitness.

A empresa também investirá em ações locais, como distribuição de panfletos e banners em pontos estratégicos da cidade, participação em eventos voltados à saúde e bem-estar, e incentivo ao marketing boca a boca, valorizando a experiência positiva dos clientes como meio natural de promoção.

Essas estratégias visam consolidar a imagem da Meira's Fit Gram como uma referência em alimentação saudável e prática em Guarapuava, combinando comunicação moderna, relacionamento próximo e divulgação eficiente.

5.12 Processo de Vendas

O processo de vendas da Meira's Fit Gram foi desenvolvido para garantir agilidade, praticidade e um atendimento personalizado, desde o primeiro contato até a entrega do pedido. O objetivo é proporcionar uma experiência de compra simples e satisfatória, reforçando a fidelização dos clientes.

O funil de vendas inicia-se com o interesse despertado pelas redes sociais, onde são divulgados cardápios, promoções e conteúdos informativos. A partir daí, os clientes entram em contato principalmente por WhatsApp, que funciona como o canal central de atendimento e fechamento de pedidos. Nesse ambiente, o cliente pode tirar dúvidas, personalizar sua refeição e agendar a entrega ou retirada.

Após a confirmação do pedido, a equipe realiza o preparo das marmitas conforme as especificações do cliente, e o entregador é responsável pela distribuição e finalização da venda, garantindo pontualidade e qualidade na entrega.

Durante todo o processo, a empresa mantém uma comunicação direta e cordial, buscando estreitar o relacionamento e estimular o marketing boca a boca por meio da satisfação dos consumidores. Esse modelo de vendas é simples, eficiente e de baixo custo operacional,

adequado à fase inicial da empresa, com potencial de expansão futura por meio de um sistema de pedidos online integrado ou por meio de aplicativos de compras online, como o Ifood ou o Aiqfome.

5.13 Metas e Indicadores

A Meira's Fit Gram estabeleceu metas e indicadores de desempenho voltados ao crescimento sustentável e ao acompanhamento constante dos resultados operacionais e financeiros. Essas metas permitem avaliar a eficiência das estratégias de marketing, o volume de vendas e o nível de satisfação dos clientes.

No primeiro trimestre de operação, a meta é atingir uma média de 400 a 500 marmitas vendidas por mês, com crescimento mensal de 10% a 15%. A partir do segundo semestre, espera-se consolidar uma carteira de clientes fixos, garantindo estabilidade na produção e previsibilidade de receitas.

Os principais indicadores de desempenho (KPIs) utilizados serão:

- Volume de vendas mensais (quantidade total de marmitas vendidas);
- Taxa de crescimento mensal (comparação entre períodos anteriores);
- Número de clientes recorrentes (indicador de fidelização);
- Satisfação do cliente (avaliada por feedbacks e mensagens pós-venda);
- Taxa de conversão de novos clientes (quantidade de interessados que realizam o primeiro pedido).

Esses indicadores servirão como base para decisões estratégicas, permitindo ajustes nas ações de marketing, na precificação e na capacidade produtiva, assegurando o desenvolvimento contínuo e o fortalecimento da marca no mercado local

5.14 Riscos críticos do Negócio e Plano de Contingência

Riscos Críticos do Negócio e Plano de Contingência Como todo empreendimento, a Meira's Fit Gram está sujeita a riscos operacionais, financeiros e de mercado, que podem impactar suas atividades e resultados. A identificação desses riscos e a definição de um plano de contingência são essenciais para minimizar impactos e garantir a continuidade do negócio. Alguns dos riscos são:

1. Variação no custo dos insumos

Os preços de alimentos e ingredientes podem sofrer oscilações, afetando diretamente a margem de lucro.

Plano de contingência: manter parcerias com diferentes fornecedores, buscar compras em volume e ajustar cardápios periodicamente conforme a sazonalidade dos produtos.

2. Redução na demanda ou perda de clientes

Mudanças no comportamento do consumidor ou aumento da concorrência podem diminuir as vendas.

Plano de contingência: intensificar ações de marketing digital, promoções pontuais e programas de fidelização para retenção de clientes.

3. Problemas operacionais e de produção

Falhas no preparo, atrasos nas entregas ou indisponibilidade de colaboradores podem comprometer o atendimento.

Plano de contingência: manter treinamento constante da equipe, estoque mínimo de segurança, para que se haja problema com fornecedores tenha tempo hábil para pesquisa de outros, e rotinas padronizadas de produção para evitar falhas.

4. Questões sanitárias e de qualidade

Problemas com armazenamento ou higienização dos alimentos podem afetar a reputação da marca.

Plano de contingência: seguir rigorosamente as normas da vigilância sanitária, realizar inspeções internas regulares e registrar procedimentos de controle de qualidade.

5. Falhas em canais de comunicação e tecnologia

Problemas com internet, redes sociais ou sistemas de pagamento podem interromper as vendas.

6. Plano de contingência: dispor de canais alternativos de atendimento (telefone, WhatsApp Pessoal) e realizar backup das informações importantes da empresa.

6. FINANÇAS

Estimativa de Investimento Inicial

A estimativa de investimento inicial da Meira's Fit Gram contempla todos os custos necessários para colocar o negócio em funcionamento, desde a construção do ponto físico até a aquisição de equipamentos, estrutura básica e capital de giro para início das operações. O empreendimento será construído em um terreno próprio na Rua Dr. João Ferreira Neves, 72 – Vila Bela, Guarapuava/PR, e toda a estrutura física será erguida do zero, com foco em um

espaço funcional e econômico. A análise foi dividida em três categorias principais: estrutura física (Terra), equipamentos e tecnologia (Capital) e recursos operacionais iniciais (Capital de Giro), possibilitando uma visão clara e organizada de todos os recursos necessários para viabilizar o início das atividades.

Terra – Estrutura Física e Instalações

Para a construção do ponto comercial que seria em média 80 m² consideramos custos básicos de obra. Segundo o Sinduscon-PR, o CUB (custo unitário básico) da construção civil no Paraná, que no ano de 2025, mais precisamente no mês de outubro, o metro quadrado está custando em média R\$ 2500,00, o que equivale a aproximadamente R\$200.000,00 para realizar a construção dos 80 m². Incluindo fundação, paredes, laje e acabamento básico. Somamos ainda aproximadamente de 10 a 15% desse valor para instalações elétricas e hidráulicas (cerca de R\$20.000,00), além de gastos com pintura, pisos e acabamentos finais (estimados em R\$10.000) e iluminação básica R\$1.000.

Também com a inclusão dos mobiliários e itens de ambientação que foram encontrados a venda em redes sociais da cidade: balcão de atendimento simples usado por R\$3.000, quatro mesas com 16 cadeiras R\$4.000. A tabela abaixo detalha esses itens:

TERRA:

Item:	Descrição:	Valor estimado:
Construção do ponto comercial	80 m ²	2500/M ² X 80 = 200.000,00
Instalações	Elétrica e hidráulica	20.000,00
Acabamentos	Pintura, pisos, acabamentos e iluminação	11.000,00
Mobiliário básico	Balcão, 4 mesas e 16 cadeiras	7000,00
Subtotal TERRA		238.000,00

Tabela 1: Capital – Máquinas Equipamentos e Tecnologia

A categoria Capital reúne todos os equipamentos, máquinas, utensílios e recursos tecnológicos necessários para que o funcionamento da marmitaria consiga ser realizada, como produção, armazenamento, preparo e atendimento ao cliente, como o negócio será iniciado do absoluto zero, nenhum equipamento industrial ou doméstico está previamente disponível, sendo necessário a aquisição de todos os itens essenciais.

Para tornar o investimento o mais viável e acessível, foram considerados principalmente equipamentos usados, porém em boas condições, vários dos itens foram localizados no marketplace da rede social Facebook e em grupos de compra e venda da cidade de Guarapuava-PR, os itens atendem todas as necessidades iniciais para dar início ao funcionamento da marmitaria.

No levantamento e pesquisa de preço foram localizados, freezer para armazenamento de alimentos congelados, geladeiras para ingredientes frescos, fogão doméstico para cocção em geral, panela de pressão elétrica(fundamental para otimizar tempo e gás), e utensílios como facas, panelas, tabuas potes e colheres industriais, também foi incluído um investimento em tecnologia para aquisição de um computador para que possa utilizar os sistemas de software de vendas e controles de vendas e estoques, também uma impressora básica.

Abaixo uma tabela detalhando os valores localizados para cada item:

CAPITAL:

Item:	Descrição:	Valor R\$:
Freezer (180L)	Armazenamento de congelados	900,00
2 Geladeiras pequenas	Armazenamento de insumos frescos	600,00 X 2 = 1200,00
Fogão doméstico	Cocção dos alimentos	600,00
Chaleira elétrica	Apoio na preparação de comidas e bebidas	80,00
Utensílios diversos	Panelas, facas, tabuas, colheres, etc.	600,00
Computador simples	Sistema de atendimento e caixa	2000,00
Impressora básica	Impressão dos pedidos e comprovantes	300,00
Software de gestão	Versão gratuita para controle de vendas	0,00
Subtotal CAPITAL		6080,00

Tabela 02: Capital de Giro – Recursos Operacionais

A categoria do capital de giro compreende todos os recursos financeiros necessários para garantir o funcionamento inicial da marmitaria, cobrindo a fase de abertura até os primeiros ciclos de vendas. Esse capital assegura que a empresa tenha condição de operar sem

interrupções, mantendo estoque adequado, matérias de consumo, ações de divulgação e uma reserva financeira mínima para cobrir imprevistos que possam acontecer.

Para realizar a compra do estoque inicial da produção, foi considerado um valor em média de R\$4000,00, destinado a compra dos ingredientes frescos, sendo suficiente para sustentar as primeiras 3 semanas de marmitas, as embalagens representam uma parte importante do custo operacional, já que são utilizados em grandes volumes, assim uma aquisição inicial de cerca de 800 unidades de embalagens com o custo médio de R\$2,91 por unidade, soma um total de R\$2328,00.

Além disso, uma reserva de R\$1000,00 deverá ser separada para prever itens essenciais como item de limpeza, gás, EPIs que são utilizados no dia a dia do funcionamento, também foi considerado um gasto médio com marketing com a impressão de 2000 panfletos, a construção de uma fachada outdoor na frente da empresa e a criação de redes sociais, totalizando em média R\$3000,00

Por fim, é recomendado manter uma reserva de caixa de R\$10.000,00, suficiente para cobrir aproximadamente um mês de despesas básicas e garantia segurança financeira durante os ajustes iniciais da operação.

A tabela a seguir detalha os itens citados anteriormente.

CAPITAL DE GIRO:

Item:	Valor (R\$):
Estoque inicial de ingredientes e bebidas	4.000,00
Embalagens para marmitas (800 unidades)	2.328,00
Gás extra, produtos de limpeza e EPIs	1.000,00
Marketing de inauguração (outdoor, panfletos etc.)	3.000,00
Reserva de caixa (1 mês de despesas básicas)	10.000,00
Subtotal CAPITAL DE GIRO	20.328,00

Tabela 03: Resumo dos Investimentos

O investimento total necessário para a implementação da marmitaria abrange as três categorias principais: a construção da estrutura física, a aquisição de equipamentos e a formação do capital de giro inicial. A etapa Terra representa o maior volume financeiro, por envolver a construção completa do ponto comercial e sua ambientação básica. Em seguida, o Capital, que

contempla os equipamentos essenciais para produção, armazenamento e atendimento, adquiridos de forma estratégica com o intuito de reduzir gastos iniciais sem comprometer a operação. Por fim o Capital de Giro, garante os recursos operacionais para o início das atividades, incluindo estoque, embalagens, matérias de consumo, marketing de inauguração e reserva de caixa. Somados, esses investimentos fornecem uma visão clara e completa do valor médio necessários para abrir o negócio e sustentar sua operação nas primeiras semanas.

A seguir uma tabela demonstrando um resumo geral:

Categoria:	Total estimado (R\$)
Terra estrutura e instalações	238.000,00
Capital (equipamentos e tecnologia)	6.080,00
Capital de giro (operações)	20.328,00
Total geral:	264.408,00

Considerações finais

Com todos os dados coletados, conclui-se que o investimento total necessário para a implantação da Meira's Fit Gram é significativo, principalmente devido à construção integral do ponto comercial e à necessidade de adquirir todos os equipamentos essenciais para o início das atividades. Embora o valor final de aproximadamente R\$ 264.408,00 possa parecer elevado para um empreendimento de pequeno porte, ele se justifica pela natureza do projeto, que envolve estrutura própria, equipamentos completos e capital de giro suficiente para garantir estabilidade operacional nas primeiras semanas.

Os principais desafios para a obtenção desse investimento estão a necessidade de financiamento ou parceria com investidores, já que o empreendimento será iniciado sem reservas financeiras prévias. Entretanto, com um planejamento adequado, acesso a linhas de crédito e controle rigoroso dos custos iniciais, é possível viabilizar o início do negócio.

Considerando o perfil da operação, a localização estratégica e o potencial de demanda crescente por alimentação saudável e personalizada, estima-se que o empreendimento poderia ser iniciado em um prazo de 6 a 12 meses, dependendo da disponibilidade de capital, da agilidade da construção e da contratação dos equipamentos. Assim, o investimento inicial, embora robusto, apresenta viabilidade quando analisado em conjunto com o potencial de retorno e o posicionamento diferenciado da marca no mercado local.

7. REFERÊNCIAS

ABRAHÃO. 9 tendências de alimentação saudável para 2025. Abrahão Blog, 22 fev. 2025. Disponível em: <https://www.abrahao.com.br/blog/tecnologia-etendencias/tendencias-de-alimentacao-saudavel>. Acesso em: 21 ago. 2025.

ASANA. O que é uma análise SWOT. Disponível em: <https://asana.com/pt/resources/swot-analysis>. Acesso em: 13 de out. 2025.

CNN BRASIL. Os números da gigante e bilionária indústria da alimentação saudável. CNN Brasil, 1 abr. 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/viagemegastronomia/gastronomia/os-numeros-dagigante-e-bilionaria-industria-da-alimentacao-saudavel/>. Acesso em: 20 ago. 2025.

GABBIA. A Alimentação Saudável Está em Alta: Setor Crescerá US\$ 452,93 Milhões Até 2027. Gabbia, 20 jan. 2025. Disponível em: <https://gabbia.com.br/a-alimentacaosaudavel-esta-em-alta-setor-crescera-us-45293-milhoes-ate-2027/>. Acesso em: 20 ago. 2025.

PERSONAL CHEFS. Tendências de alimentação saudável para 2025. Personal Chefs Blog, 8 jan. 2025. Disponível em: <https://personalchefsbr.com/blog/tendencias-de-alimentacao-saudavel-para-2025?srsId=AfmBOorme8mz9UZPC73V2hJdEgXxhRviZfBhantbJo3tnfKO-Nbftyh8>. Acesso em: 23 ago. 2025.

SEBRAE. Mercado de alimentação saudável, tendências e oportunidades. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mercado-de-alimentacaosaudavel-tendencias-eoportunidades,03642a38eb171810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 20 ago. 2025.

SEBRAE. Como montar uma fornecedora de refeições em marmita. Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-fornecedora-de-refeicoes-em-marmita,be887a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 22 ago. 2025.

SINDUSCON-PR. Indicadores. Disponível em: <https://sindusconparanaoeste.com.br/indicadores/#:~:text=05%2F10%2F2025>. Acesso em: 15 nov. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB). PLANO DE NEGÓCIO DE UMA MARMITARIA FUNCIONAL NA CIDADE DE CAMPO GRANDE, MATO GROSSO DO SUL. Repositório Institucional da UFPB. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/24312>. Acesso em: 22 ago. 2025.

VALOR ECONÔMICO. Setor de alimentos saudáveis deve crescer 27% até 2025. Valor Econômico, 2024. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2024/03/14/setor-de-alimentossaudaveis-deve-crescer-27-ate-2025.ghtml>. Acesso em: 8 abr. 2025.