

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS:

Desafios metodológicos e resultados empíricos

**Luciana Pavowski Franco Silvestre
(Organizadora)**



Atena
Editora

Ano 2021

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS:

Desafios metodológicos e resultados empíricos

**Luciana Pavowski Franco Silvestre
(Organizadora)**



Atena
Editora

Ano 2021

Editora Chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Assistentes Editoriais

Natalia Oliveira

Bruno Oliveira

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto Gráfico e Diagramação

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da Capa

Shutterstock

Edição de Arte

Luiza Alves Batista

Revisão

Os Autores

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2021 Os autores

Copyright da Edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant'Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Gírlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Prof. Dr. Fernando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federacl do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Welma Emidio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Profª Drª Ana Grasielle Dionísio Corrêa – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Cleiseano Emanuel da Silva Paniagua – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande

Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Sidney Gonçalves de Lima – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Linguística, Letras e Artes

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo
Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Conselho Técnico Científico

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí
Profª Ma. Adriana Regina Vettorazzi Schmitt – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais
Prof. Me. Alexsandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Amanda Vasconcelos Guimarães – Universidade Federal de Lavras
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Ma. Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia
Profª Ma. Anelisa Mota Gregoleti – Universidade Estadual de Maringá
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais
Prof. Me. Armando Dias Duarte – Universidade Federal de Pernambuco
Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Profª Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Me. Carlos Augusto Zilli – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Drª Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas
Prof. Me. Clécio Danilo Dias da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília
Profª Ma. Daniela Remião de Macedo – Universidade de Lisboa

Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Me. Edevaldo de Castro Monteiro – Embrapa Agrobiologia
Prof. Me. Edson Ribeiro de Britto de Almeida Junior – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases
Prof. Me. Eduardo Henrique Ferreira – Faculdade Pitágoras de Londrina
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Prof. Me. Ernane Rosa Martins – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí
Prof. Dr. Everaldo dos Santos Mendes – Instituto Edith Theresa Hedwing Stein
Prof. Me. Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Me. Fabiano Eloy Atilio Batista – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará
Prof. Me. Francisco Sérgio Lopes Vasconcelos Filho – Universidade Federal do Cariri
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz – University of Miami and Miami Dade College
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
Profª Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis
Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR
Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
Profª Ma. Lilian de Souza – Faculdade de Tecnologia de Itu
Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe
Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná
Profª Ma. Luana Ferreira dos Santos – Universidade Estadual de Santa Cruz
Profª Ma. Luana Vieira Toledo – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
Prof. Me. Luiz Renato da Silva Rocha – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Ma. Luma Sarai de Oliveira – Universidade Estadual de Campinas
Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos

Prof. Me. Marcelo da Fonseca Ferreira da Silva – Governo do Estado do Espírito Santo
Prof. Dr. Marcelo Máximo Purificação – Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior
Prof. Me. Marcos Aurelio Alves e Silva – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
Profª Ma. Maria Elanny Damasceno Silva – Universidade Federal do Ceará
Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Prof. Dr. Pedro Henrique Abreu Moura – Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
Prof. Me. Pedro Panhoca da Silva – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Profª Drª Poliana Arruda Fajardo – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Rafael Cunha Ferro – Universidade Anhembi Morumbi
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Renan Monteiro do Nascimento – Universidade de Brasília
Prof. Me. Renato Faria da Gama – Instituto Gama – Medicina Personalizada e Integrativa
Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Me. Robson Lucas Soares da Silva – Universidade Federal da Paraíba
Prof. Me. Sebastião André Barbosa Junior – Universidade Federal Rural de Pernambuco
Profª Ma. Silene Ribeiro Miranda Barbosa – Consultoria Brasileira de Ensino, Pesquisa e Extensão
Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
Profª Ma. Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana
Profª Ma. Thatianny Jasmine Castro Martins de Carvalho – Universidade Federal do Piauí
Prof. Me. Tiago Silvio Dedoné – Colégio ECEL Positivo
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Ciências sociais aplicadas: desafios metodológicos e resultados empíricos

Bibliotecária: Janaina Ramos
Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Mariane Aparecida Freitas
Edição de Arte: Luiza Alves Batista
Revisão: Os Autores
Organizadora: Luciana Pavowski Franco Silvestre

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C569 Ciências sociais aplicadas: desafios metodológicos e resultados empíricos / Organizadora Luciana Pavowski Franco Silvestre. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-156-2

DOI 10.22533/at.ed.562211406

1. Ciências sociais. I. Silvestre, Luciana Pavowski Franco (Organizadora). II. Título.

CDD 301

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa.

APRESENTAÇÃO

A Atena Editora apresenta o e-book “Ciências Sociais Aplicadas: Desafios metodológicos e resultados empíricos”. Com temáticas relevantes em relação a área de Ciências Sociais, são apresentados ao todo vinte e seis artigos organizados em seis principais temáticas.

Os artigos possibilitam o acesso a análises que objetivam reconhecer metodologias de pesquisas e de ensino, além de aproximações e aprofundamentos analíticos voltados para as áreas de educação, relações comerciais e de mercado, manifestações culturais e midiáticas, relações estabelecidas entre religião e política, tecnologia e impactos na vida cotidiana e por fim meio ambiente e contextos rurais.

Nos artigos em que são tratados os processos educacionais e de ensino, são realizadas análises e reflexões sobre metodologias e processos de gestão.

As relações comerciais e de mercado são pautadas com pesquisas voltadas para a análise dos impactos da pandemia, relações jurídicas e governança corporativa, enquanto as manifestações culturais foram pesquisadas a partir do reconhecimento do impacto e da interferência da mídia nas relações sociais contemporâneas.

As pesquisas com temáticas voltadas para a religião, possibilitam reflexões e análises com a questão política e relações sociais permeadas por modelos e posicionamentos diante dos processos de exclusão e desigualdades existentes.

As possibilidades de interação e inclusão são pautadas nas pesquisas que tratam da tecnologia enquanto ferramentas estratégicas para resolução de questões postas para pessoas com deficiência, entre as diferentes gerações e também nas relações empresariais.

Por fim, o meio ambiente é contemplado em pesquisas que relacionam a temática com o patrimônio cultural, unidades de conservação e gestão de cobertura vegetal.

Com temática contemporânea e relevante, espera-se com os artigos apresentados neste e-book a socialização de pesquisas realizadas, bem como, a contribuição para realização de novos questionamentos e análises das temáticas a partir de diferentes perspectivas teóricas.

Boa leitura a todos e a todas.

Luciana Pavowski Franco Silvestre

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

METODOLOGIA QUALITATIVA E QUANTITATIVA: PERSPECTIVAS CONVERGENTES NA PESQUISA EMPÍRICA

Francisco Mesquita de Oliveira

DOI 10.22533/at.ed.5622114061

CAPÍTULO 2..... 12

METODOLOGIAS DE ENSINO EM CONTABILIDADE: PERCEÇÃO DE DISCENTES BRASILEIROS E ANGOLANOS

Kuama Berline Manuel

Antônio Carlos Ribeiro da Silva

Thayse Santos da Cruz

José Venâncio Ferreira Neto

Erisson Souza Barreto da Cruz

DOI 10.22533/at.ed.5622114062

CAPÍTULO 3..... 28

GRAU DE ALFABETIZAÇÃO FINANCEIRA EM ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO

Fabrizio Meller da Silva

Natália Ferraz de Araújo

Taynara Maria Johann Batista

Vanderlei da Silva Sampaio

DOI 10.22533/at.ed.5622114063

CAPÍTULO 4..... 48

O EFEITO DA REPETIÇÃO DE TAREFA NA PRODUÇÃO ORAL EM PORTUGUÊS COMO SEGUNDA LÍNGUA

Benedita Maria do Socorro Campos de Sousa

DOI 10.22533/at.ed.5622114064

CAPÍTULO 5..... 66

APLICAÇÃO DA GESTÃO ESTRATÉGICA NO CONTEXTO DAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: PRIMEIRAS APROXIMAÇÕES

Marcos Vinícius Mendonça Andrade

Ana Rosa dos Santos

DOI 10.22533/at.ed.5622114065

CAPÍTULO 6..... 81

COVID-19: IMPACTOS NAS VENDAS DE PRODUTOS DE GIRO RÁPIDO NO ANO DE 2020 DURANTE A PANDEMIA

José de Figueiredo Belém

Daniel de Melo Moraes

Greice Kally Oliveira Batista

Cícera Vanessa Lins Ferreira

Cícero Alessandro Brito Barbosa

DOI 10.22533/at.ed.5622114066

CAPÍTULO 7	94
O PAPEL DAS INSTITUIÇÕES, DO ESTADO E DO MERCADO NA EXPANSÃO DA FRONTEIRA CAPITALISTA NO ESTADO DO PARÁ: UMA BREVE ANÁLISE	
André Cutrim Carvalho	
Pere Petit	
DOI 10.22533/at.ed.5622114067	
CAPÍTULO 8	107
PLANO DE NEGÓCIOS - NUTRI & <i>FOOD</i>	
Rafaela de Oliveira Melo Salgado de Sabóia	
Antônio Carlos Magalhães da Silva	
José Antônio Menezes Varanda	
Maisa Sandra de Sá Bezerra	
DOI 10.22533/at.ed.5622114068	
CAPÍTULO 9	121
CONVERGÊNCIAS ENTRE GESTÃO PÚBLICA, ESTRUTURAS DE GOVERNANÇA E TEORIAS SOBRE AS SOCIEDADES CONTEMPORÂNEAS: O CASE TÁXIGOV	
Eelson Cedro Mira	
DOI 10.22533/at.ed.5622114069	
CAPÍTULO 10	138
RELAÇÃO JURÍDICA E RELAÇÃO ECONÔMICA: UM PONTO DE CONTATO EM HOBBS	
João Pedro Lopes Fernandes	
Matheus Correa de Sousa Heleno	
DOI 10.22533/at.ed.56221140610	
CAPÍTULO 11	155
RENTABILIDADE DAS EMPRESAS LISTADAS NO NÍVEL 2 DE GOVERNANÇA CORPORATIVA NA BM&FBOVESPA	
Andressa Bender	
André Luiz Comunelo	
DOI 10.22533/at.ed.56221140611	
CAPÍTULO 12	170
AS MANIFESTAÇÕES ARTÍSTICAS E CULTURAIS EM UM CENÁRIO DOMINADO PELA MIDIATIZAÇÃO: O MOVIMENTO FEIRA COLETIVO CULTURAL	
Daniela Costa Ribeiro	
Fabiola Barbosa Pinheiro	
DOI 10.22533/at.ed.56221140612	
CAPÍTULO 13	181
A JUVENTUDE CRIMINOSA: UMA PERSPECTIVA MIDIÁTICA	
Amanda Santos Nogueira	
Maria Gorett Freire Vitiello	
Tales Leon Biazão Sanches	
Vera Lucia Tieko Suguihiro	

Eliza Adriana Sheuer Nantes
DOI 10.22533/at.ed.56221140613

CAPÍTULO 14..... 188

DOM ADRIANO – O BISPO COMUNISTA

Adriana Bastos Kronemberger

DOI 10.22533/at.ed.56221140614

CAPÍTULO 15..... 196

RELIGIÕES POPULARES E CULTURA POLÍTICA BRASILEIRA: INTERFACES ENTRE
CONCEPÇÕES MÁGICAS E SECULARES

Rodrigo Marques Leistner

DOI 10.22533/at.ed.56221140615

CAPÍTULO 16..... 212

A ICONOGRAFIA DA SANTÍSSIMA TRINDADE

Christiane Meier

DOI 10.22533/at.ed.56221140616

CAPÍTULO 17..... 228

PRODUÇÃO DE DISPOSITIVOS PARA AUXILIAR PORTADORES DE DEFICIÊNCIA NOS
MEMBROS SUPERIORES NA UTILIZAÇÃO DE APARELHOS ELETRÔNICOS COMO
CELULARES E SMARTPHONES

Luisa Gmach Taffarel

Nathália Magalhães Gonçalves

Cornélio Schwambach

DOI 10.22533/at.ed.56221140617

CAPÍTULO 18..... 238

INTERAÇÕES TEMPORAIS NA ERA DA CONVERGÊNCIA: PERSPECTIVAS DAS
GERAÇÕES Y E Z NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

Moisés Cardoso

Álvaro Nunes Larangeira

Alexandre Artur Kumm

DOI 10.22533/at.ed.56221140618

CAPÍTULO 19..... 255

MARKETING DIGITAL - ESTRATÉGIA COMPETITIVA DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES:
UM ESTUDO DE CASO EM UMA REDE EMPRESARIAL NA REGIÃO DO CARIRI, CE

Francisco Wagner Alves da Silva

Márcia Maria Leite Lima

Pedro Ferreira de Lima

DOI 10.22533/at.ed.56221140619

CAPÍTULO 20..... 269

EMISSIONES DE GASES EFEITO ESTUFA NA PRODUÇÃO DE *COFFEA CANEPHORA*

Nilmar Diogo dos Reis

Fúlvio Antas Gibello

Jaqueline Severino da Costa
Luiz Gonzaga de Castro de Junior
Renato Elias Fontes
André Luís Machado

DOI 10.22533/at.ed.56221140620

CAPÍTULO 21.....287

PAISAGEM CULTURAL: ESTRATÉGIAS DE PRESERVAÇÃO E GESTÃO

Clodomir Barros Pereira Junior
Sandra Millicent Xavier Alves
Ingrid Carvalho

DOI 10.22533/at.ed.56221140621

CAPÍTULO 22.....299

**IDENTIFICAÇÃO DA FRAGILIDADE AMBIENTAL EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO
COMO SUPORTE AO PLANEJAMENTO, GESTÃO E IMPLEMENTAÇÃO DA UNIDADE:
ESTUDO DE CASO DO PARQUE NACIONAL DOS CAMPOS GERAIS**

Ronaldo Ferreira Maganhotto
Letícia Silva de Moraes
Marciel Lohmann
Jairo de Oliveira Calderari Junior
Luiz Claudio de Paula Souza
Diogo Luders Fernandes

DOI 10.22533/at.ed.56221140622

CAPÍTULO 23.....313

**IMPACTO GERADO PELA ADOÇÃO DA CERTIFICAÇÃO FAIRTRADE PARA
PRODUTORES DE CAFÉ: UMA ANÁLISE SOBRE A ÓTICA ECONÔMICA E SOCIAL**

Nilmar Diogo dos Reis
Marina de Barros
Luiz Gonzaga de Castro de Junior
Antonio Carlos
Jaqueline Severino da Costa

DOI 10.22533/at.ed.56221140623

CAPÍTULO 24.....330

INVISIBILIDADE DO QUE É VISIVEL NOS CONTEXTOS RURAIS

Laércio de Souza
Lucia Helena de Souza Martins
Valmor Schiochet
Luciano Félix Florit

DOI 10.22533/at.ed.56221140624

CAPÍTULO 25.....343

**PLANEJAMENTO ORÇAMENTÁRIO PARA UM PRODUTO DA LINHA DE MUDAS DE
FLORES**

Ana Carolina Althaus Bittencourt
Elian Mokfa Braciak

Bruna de Picoli
Rafaela Morgan
Luciane Fátima Nardi
Alaércio de Paris
Olivan Borges Greiner
Luciana Maria Bernstein Pavan
Rosângela Marcia Weippert
DOI 10.22533/at.ed.56221140625

CAPÍTULO 26.....355

AGENDAS PESSOAIS ENQUANTO EGODOCUMENTO: A REFLEXÃO ÍNTIMA NO ACERVO DA DR^a. GILBERTA BENSABATH

Augusto César Luiz Britto
Ana Paula Silva de Souza
Analaura Corradi

DOI 10.22533/at.ed.56221140626

SOBRE A ORGANIZADORA.....363

ÍNDICE REMISSIVO.....364

CAPÍTULO 8

PLANO DE NEGÓCIOS - NUTRI & FOOD

Data de aceite: 01/06/2021

Data de submissão: 09/04/2021

Rafaela de Oliveira Melo Salgado de Sabóia

Escola Nacional de Seguros. Rio de Janeiro/RJ
[http://buscatextual.cnpq.br/
buscatextual/visualizacv.
do?metodo=apresentar&id=K4456625J5](http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?metodo=apresentar&id=K4456625J5)

Antônio Carlos Magalhães da Silva

Professor da Escola Nacional de Seguros,
Professor da Universidade Federal Fluminense
e da Universidade Estácio de Sá (Bolsista do
Programa de Pesquisa Produtividade e de
Extensão da UNESA). Rio de Janeiro/RJ
[http://buscatextual.cnpq.br/
buscatextual/visualizacv.
do?metodo=apresentar&id=K4775726P0](http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?metodo=apresentar&id=K4775726P0)

José Antônio Menezes Varanda

Professor da Escola Nacional de Seguros. Rio
de Janeiro/RJ.
[http://buscatextual.cnpq.br/
buscatextual/visualizacv.
do?metodo=apresentar&id=K4275078T9](http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?metodo=apresentar&id=K4275078T9)

Maisa Sandra de Sá Bezerra

Professor da Escola Nacional de Seguros. Rio
de Janeiro/RJ.
[http://buscatextual.cnpq.br/
buscatextual/visualizacv.
do?metodo=apresentar&id=K4130970D6](http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?metodo=apresentar&id=K4130970D6)

RESUMO: Estamos diante de um cenário em que as pessoas se preocupam com a saúde e o resgate dos benefícios de uma alimentação

equilibrada. Pensando nessa proposta aliada ao desejo de empreender, a nova empresa de alimentação, Nutri&Food vem com a proposta de oferecer quentinhas saudáveis a um preço acessível para moradores e trabalhadores das regiões de Maricá, São Gonçalo e Niterói, no Rio de Janeiro. O objetivo deste trabalho é a elaboração de um Plano de Negócios aplicado à esta empresa, o qual foi estruturado abordando os seguintes itens: Análise de mercado, Análise ambiental, Plano de marketing, Plano operacional e Plano financeiro. Além da pesquisa teórica explanada durante os pontos referenciais, elaborou-se e aplicou-se um questionário com potenciais consumidores da região a fim de avaliar hábitos e preferências. Através dos resultados obtidos com a pesquisa de mercado, identificou-se uma grande aptidão para este tipo de produto, desde que o preço esteja dentro dos valores praticados pelo mercado. Diante deste fato e com base nas análises financeiras de viabilidade do negócio, observou-se que o resultado obtido no cenário apresentado não tornaria o negócio viável, principalmente ao observar a perspectiva da lucratividade.

PALAVRAS - CHAVE: Plano de Negócios. Alimentação Saudável. Quentinhas Saudáveis.

BUSINESS PLAN – NUTRI & FOOD

ABSTRACT: We are facing a scenario in which people are concerned with health and the rescue of the benefits of a balanced diet. Thinking about this proposal combined with the desire to undertake, the new food company, Nutri & Food comes with the proposal of offering healthy

warm food at an affordable price for residents and workers in the regions of Maricá, São Gonçalo and Niterói, in Rio de Janeiro. The objective of this work is to prepare a Business Plan applied to this company, which was structured addressing the following items: Market analysis, Environmental analysis, Marketing plan, Operational plan and Financial plan. In addition to the theoretical research explained during the reference points, a questionnaire with potential consumers in the region was developed and applied in order to assess habits and preferences. Through the results obtained with the market research, a great aptitude for this type of product was identified, as long as the price is within the values practiced by the market. In view of this fact and based on the financial analysis of the business viability, it was observed that the result obtained in the presented scenario would not make the business viable, especially when looking at the perspective of profitability.

KEYWORDS: Business plan. Healthy eating. Healthy warm.

1 | INTRODUÇÃO

O padrão alimentar dos brasileiros passou, nos últimos tempos, por algumas transformações: o consumo de cereais, raízes e tubérculos passaram a ser substituídos por uma alimentação ocidental, isto é, com alta densidade energética, e baixa concentração de nutrientes, rica em açúcares, gorduras, sódio, com destaque para o aumento do consumo de alimentos ultra processados que, aliada à diminuição das atividades físicas, contribuem para o desenvolvimento das Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT). (Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil, 2007).

No Brasil, são servidas cerca de 6 bilhões de refeições por ano, com gastos estimados em R\$ 88 bilhões para fornecimento de refeições fora do lar, com a tendência de crescimento na faixa de 13% ao ano. Em 2011, por exemplo, os Brasileiros gastaram o equivalente a R\$ 121,4 bilhões com refeições fora do domicílio. Dentro desse contexto, estão inseridas as pequenas empresas do setor de alimentação fornecedoras de quentinhas. (SEBRAE-SP, 2017).

Diante dessa realidade e da oportunidade de empreender para esse nicho de mercado, o presente trabalho visa a elaboração de um Plano de Negócios, cujo objetivo é estudar a viabilidade econômica da empresa *Nutri&Food* para oferecer refeições saudáveis a um preço acessível, com opções naturais e que satisfaçam as necessidades nutricionais de nossos clientes, nas regiões de Niterói, São Gonçalo e Maricá (RJ).

2 | O PLANO DE NEGÓCIOS

O negócio consiste na fabricação e venda de quentinhas saudáveis, com nutrientes essenciais, capaz de oferecer sabor, equilíbrio, qualidade e variedade aos clientes, com entrega feita por delivery onde e quando quiser.

2.1 Visão

A declaração de visão da empresa deve refletir suas crenças e aspirações, espelhando a sua relação com a sociedade, para que todos busquem motivação na condução da empresa, apontando seu caminho para o futuro, motivando a empresa a atingir o seu objetivo. (Biagio, Batocchino, 2012).

A visão desta empresa é: ser uma das melhores e mais conceituadas empresas de refeições saudáveis da região, proporcionando sabor indescritível aos pratos, oferecendo produtos de qualidade que contribuam com a saúde, bem estar e proporcionem satisfação aos nossos clientes.

2.2 Missão

A missão declara a razão de ser da empresa, o seu propósito e o que ela faz. Diz respeito da relação que companhia possui com todos com quem ela se relaciona: seus clientes, fornecedores e colaboradores e principalmente deve deixar claro o que a diferencia das demais empresas do mercado. (Biagio, Batocchino, 2012).

Nossa missão é oferecer quentinhas saudáveis, nutritivas e personalizadas, através de um cardápio diversificado, a um preço acessível e com gostinho de comida caseira.

3 | ANÁLISE AMBIENTAL

O processo de comercialização mudou muito nos últimos anos. Os produtos eram elaborados e depois colocados no mercado, para a partir desse momento, estudar as necessidades dos clientes. Logo, o cliente tinha o perfil de se adequar ao produto. Atualmente, o processo já não funciona da mesma forma. Antes de lançar um produto, as empresas investem em pesquisa para buscar algo que atenda às necessidades dos clientes e, a partir desse momento, desenvolver e ofertar seus produtos e serviços. (Las Casas, 2019)

O ambiente onde o mercado está inserido é definido a partir das características do produto, do perfil do consumidor e de fatores que afetam o consumo do produto. Nesta etapa de desenvolvimento do plano de negócios, o empreendedor deve levar em consideração o comportamento do consumidor diante da decisão de compra. Esses fatores são divididos em quatro grandes grupos: culturais, sociais, pessoais e psicológicos. (Biagio, Batocchino, 2012).

Os fatores culturais estão associados à origem do indivíduo. Ao longo da vida, este foi adquirindo valores, percepções, preferências e comportamentos através da convivência em sociedade. Os fatores sociais são compostos pelo grupo de referência que de forma direta ou indireta influenciam nas atitudes e no comportamento desta pessoa. (Biagio, Batocchino, 2012).

Os fatores pessoais, dizem respeito ao comportamento do consumidor e ao seu

estilo de vida, enquanto o fator psicológico relaciona-se com a sua personalidade, como por exemplo aquele indivíduo que prefere evitar riscos, já que não gosta de experimentar um novo produto a não ser que ele se torne popular. (Biagio, Batocchino, 2012).

Aliados a estes fatores, considera-se ainda: idade, renda, educação e papel que ocupa dentro da sociedade. Cabe ao empreendedor identificar as necessidades do seu público e ressaltar dentro do seu produto ou serviço, os aspectos que a sua empresa oferece para satisfazer às suas necessidades. Dentre os aspectos, destacam-se: características, embalagem, preço e opções de entrega. (Biagio, Batocchino, 2012).

Compreender o mercado é um processo crucial para o sucesso do marketing de uma empresa. São chamadas pesquisas de marketing as atividades de concepção, coleta e análise de dados extraídos de clientes, para posterior avaliação e conclusões. Conforme Kotler e Keller 2012, uma pesquisa de marketing efetiva envolve seis etapas:

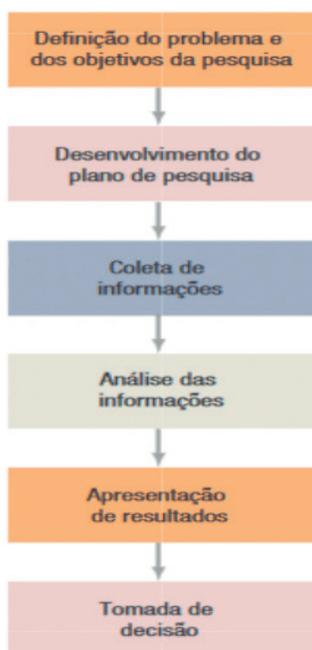


Figura 1 - O processo de pesquisa de marketing

Fonte: Kotler e Keller 2012

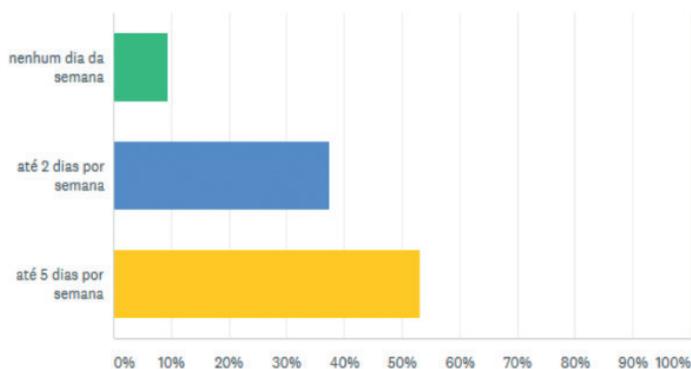
4 | METODOLOGIA

A fim de conhecer melhor o nosso público alvo, desenvolvemos um modelo de pesquisa de mercado através de um questionário *on line* que contém 10 perguntas sobre hábitos e preferências dos consumidores, conforme será divulgado ao longo deste estudo.

Ao todo, o questionário foi respondido por 32 pessoas das regiões de Maricá, São Gonçalo e Niterói.

Você se alimenta fora de casa com qual frequência?

Answered: 32 Skipped: 0



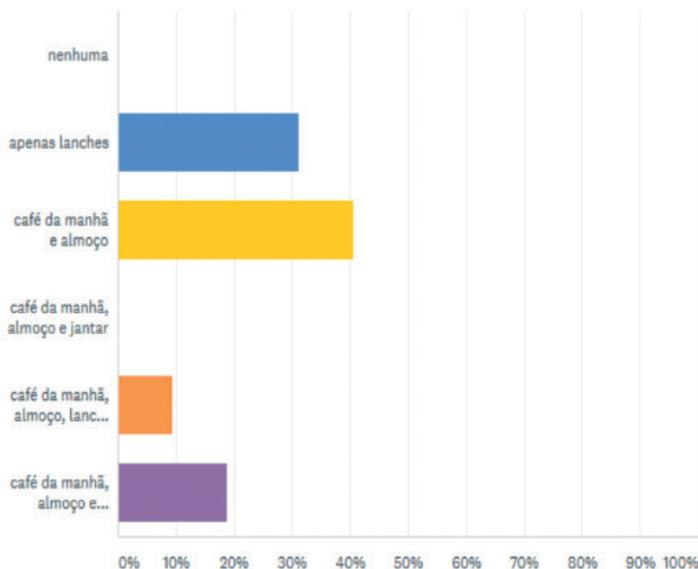
OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ nenhum dia da semana	9,38% 3
▼ até 2 dias por semana	37,50% 12
▼ até 5 dias por semana	53,13% 17
TOTAL	32

Gráfico 1 – Primeira pergunta do questionário *on line*

Através desta pergunta, podemos observar que os potenciais consumidores do produto possuem o hábito de se alimentar fora de casa. Percebe-se que mais de 50% dos entrevistados realizam este hábito por até 5 dias por semana e que 37,5% dos entrevistados se alimentam fora do lar pelo menos 2 dias da semana. Logo, 90% dos entrevistados praticam este tipo de alimentação com uma frequência maior que 2 vezes por semana.

Qual refeição você realiza fora de casa?

Answered: 32 Skipped: 0



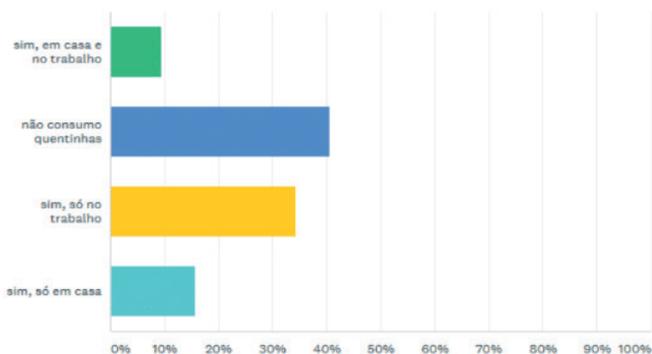
OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ nenhuma	0,00% 0
▼ apenas lanches	31,25% 10
▼ café da manhã e almoço	40,63% 13
▼ café da manhã, almoço e jantar	0,00% 0
▼ café da manhã, almoço, lanches e jantar	9,38% 3
▼ café da manhã, almoço e lanches	18,75% 6
TOTAL	32

Gráfico 2 – Segunda pergunta do questionário *on line*

Nesse momento, pergunta-se qual (is) refeições o consumidor realiza fora de casa a fim de identificar qual a sua maior necessidade. Com este resultado, identificou-se que 40,63% dos entrevistados realizam pelo menos 02 refeições fora do lar, sendo estas o café da manhã e o almoço e ainda 31,25% dos entrevistados realizam lanches neste padrão. É importante destacar que 100% dos entrevistados realiza pelo menos uma de suas refeições fora de casa.

Você consome quininhas?

Answered: 32 Skipped: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
sim, em casa e no trabalho	9,38% 3
não consumo quininhas	40,63% 13
sim, só no trabalho	34,38% 11
sim, só em casa	15,63% 5
TOTAL	32

Gráfico 3 - Terceira pergunta do questionário *on line*

Esta pergunta permitiu observar que 40,63% do público entrevistado se alimenta fora de casa, mas não através de quininhas. Ele pode levar sua própria marmita, por exemplo. Já os consumidores de quininhas possuem o hábito de consumir no trabalho e, além destes, mais 15,63% dos consumidores adquirem quininhas em sua casa também.

5 | PLANO DE MARKETING

O plano de marketing é algo indispensável ao desenvolvimento da empresa, pois em casos de crises, a empresa não fica tão vulnerável às situações imprevistas. Divide-se em duas etapas: análise de mercado e plano de marketing. Na análise de mercado ocorre o desenvolvimento dos objetivos e a identificação das oportunidades, como observado no capítulo anterior. No plano de marketing, há a formulação estratégica de marketing e o desenvolvimento deste plano. (Las Casas, 2019).

O plano de marketing como um todo é formado pela análise de ambientes, definição do posicionamento da empresa e estratégias de atuação no mercado. Deve ser atualizado sempre pois o mercado está em constante transformação. Caso precise de atualização, é necessário repensar a estratégia e verificar como será possível alcançar os objetivos e metas, com lucratividade. (Las Casas, 2019)

6 | PLANO FINANCEIRO

O presente estudo tem por finalidade descrever os pontos significativos ao processo de planejamento financeiro que contribuem significativamente para a Nutri&Food alcançar as suas metas sem grandes imprevistos.

A inclusão de um plano financeiro dentro de um plano de negócios procura demonstrar um conjunto de projeções abrangentes que possam refletir no futuro desempenho da empresa, tornando-se um dos principais pontos de avaliação da atratividade do negócio. (Biagio; Batocchino, 2012)

Para Ross(2015) o planejamento financeiro é outra utilidade importante das demonstrações contábeis, pois a maioria dos modelos de planejamento oferecem demonstrações projetadas. Portanto, todas as informações utilizadas nesse plano servirão para resumir os diferentes tipos de eventos projetados para o futuro.

O presente estudo visa a ideia de uma empresa estruturada para o fornecimento de 30 quentinhas por dia ou 180 quentinhas por semana

A. INVESTIMENTO INICIAL

O valor a ser investido em um novo negócio envolve um conjunto de fatores, identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento e implantação do Plano de Negócios. (SEBRAE).

Para este plano foram utilizados valores de acordo com pesquisas reais de mercado. Pode haver discrepâncias com os valores aplicados na prática pois estão sujeitos a variáveis de inflação, negociação direta com parceiros e fornecedores, além de oportunidades de mercado, como equipamentos usados e em bom estado de conservação.

Investimento Pré-Operacionais

Investimentos Pré-Operacionais		
Quant.	Descrição	Valor (R\$)
1	Criação de Identidade Visual	60,00
1	Marketing de Divulgação	300,00
1	Reforma do Espaço para Adaptação da Cozinha	2.000,00
1	Despesas de Legalização	1.500,00
Total		3.860,00

Tabela 1 - Investimentos Pré-Operacionais

Fonte: Adaptado pela autora

Investimentos Fixos

Equipamentos de Informática		
Quant.	Descrição	Valor (R\$)
1	Computador	1.852,00
1	Impressora Fiscal	50,00
1	Impressora Normal	178,00
1	Celular	800,00
2	Máquina de Cartão	117,60
Total		2.997,60
Uniformes		
Quant.	Descrição	Valor (R\$)
4	Uniformes Profissionais	800,00
Total		800,00
Equipamentos Cozinha		
Quant.	Descrição	Valor (R\$)
1	Fogão Industrial com forno e Chapa	999,00
1	Coifa	373,00
2	Freezer	3.640,00
1	Refrigerador Industrial	2.299,00
1	Processador de Alimentos	1.999,00
1	Liquidificador Industrial	330,00
2	Estantes Gradeadas com 4 prateleiras	3.940,00
1	Espremedor Industrial	103,00
1	Pia Inox com bancada	1.535,00
1	Descascador de Batatas	1.344,00
1	Cortador de Legumes Industrial	107,00
1	Fatiador de Frios	1.099,00
1	Moedor de Carnes	1.399,00
1	Batedeira	1.599,00
Total		20.766,00
Utensílios		
Quant.	Descrição	Valor (R\$)
2	Assadeiras	380,00
4	Bowls Inox	75,60
2	Balança Digital	20,00
2	Bolsa térmica	320,00
2	Cadeira escritório	400,00
2	Lixeiras Inox	900,00
1	Colheres de Servir Inox	109,00
1	Escorredor de arroz e massas Inox	40,00
1	Kit de Facas de Cozinha Profissional	491,00
1	Mesa e Estante de Escritório	456,00
	Mesa Estoque	190,00
1	Mesa Bancada Manipulação	335,00
2	Panela de Pressão	800,00
5	Panelas Caldeirão	260,00
6	Tábuas de Cortes	320,00
Total		5.096,60
Total de Investimentos Fixos		29.660,20

Tabela 2- Investimentos Fixos

Fonte: Adaptado pela autora

B. INDICADORES DE VIABILIDADE

Ponto de Equilíbrio

O cálculo do ponto de equilíbrio determina o faturamento necessário para que a empresa cubra todos os seus custos operacionais em determinado período:

Ponto de Equilíbrio	
Descrição	Valor (R\$)
Margem de contribuição = Receita total – Custo variável total	5.065,43
Índice da margem de contribuição = Margem de contribuição / Receita total	0,32
Ponto de equilíbrio = Custo Fixo Total / Índice da Margem de Contribuição	37.215,24

Tabela 3 - Ponto de Equilíbrio

Fonte: Adaptado pela autora

Lucratividade

O índice de lucratividade é um indicador de competitividade. Quanto maior esse índice, mais força a empresa terá para competir no mercado.

Lucratividade	
Descrição	% ao mês
Lucratividade = Lucro líquido / Receita total x 100	-42%

Tabela 4 - Lucratividade

Fonte: Adaptado pela autora

Rentabilidade

A rentabilidade é um indicador de atração para investimentos no negócio, medindo a capacidade de retorno financeiro dos investidores.

Rentabilidade	
Descrição	% ao mês
Rentabilidade = (Lucro líquido / Investimento total) x 100	-18%

Tabela 5 - Rentabilidade

Fonte: Adaptado pela autora

7.5.4 Prazo de retorno do investimento

Esse é o cálculo que determina em quanto tempo o investidor obterá o retorno do montante investido no negócio.

Prazo de retorno do investimento	
Descrição	Meses
Prazo de retorno do investimento = Investimento total / lucro líquido	-5,7

Tabela 6 - Prazo de retorno do investimento

Fonte: Adaptado pela autora

7 | CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

Através dos resultados obtidos, observou-se que este plano de negócios precisará de ajustes para se tornar viável. A análise da viabilidade econômica do modelo demonstrou que o padrão adotado não será aderente a geração de lucro e sucesso do empreendimento.

Em uma pesquisa realizada pelo SEBRAE em 2014 sobre as causas de mortalidade das empresas antes mesmo de completar 5 (cinco) anos de existência, destacam-se três motivos principais, sendo: falta de planejamento prévio, gestão empresarial não estruturada e o comportamento empreendedor inadequado.

Os primeiros anos de um negócio são cruciais para a sua existência e manutenção. Nestes anos, é preciso formar uma carteira de clientes, conseguir lidar com as dificuldades econômicas, burocracia elevada, impostos elevados, forte concorrência e, principalmente, alta competitividade do trabalho informal que age em desigualdade de direitos e deveres, aliada a falta de experiência do empreendedor e ausência de políticas públicas de incentivo aos micro e pequenos empreendedores, pois muitos empresários investem em suas empresas com capital próprio ou familiar finito.

Para que um plano de negócios seja bem ajustado à realidade, é necessária uma pesquisa prévia e estudos econômicos e de viabilidade de negócio com pelo menos 6 (seis) meses de antecedência ao início do investimento na atividade, para que se consiga de fato observar e ajustar todos os itens econômicos e financeiros ao plano de negócios e que se obtenha a formatação mais próxima a um modelo de sucesso.

Dentre os fatores que contribuíram para o plano de negócios da Nutri&Food apresentar tais resultados, destacam-se: a escolha de uma atividade com margem apertada e com muitos concorrentes que trabalham na informalidade, a adoção de um cardápio de alto custo, motivados pela escolha de ingredientes de primeira qualidade, localização afastada dos grandes centros urbanos, que limita a quantidade de vendas e dificulta o crescimento da empresa.

Outro ponto relevante é a barreira de entrada. A empresa estudada adotou

quase todas as regras e princípios impostos pela legislação sanitária vigente através da construção de sua cozinha industrial seguindo os critérios sanitários e o investimento em equipamentos relevantes ao desempenho da atividade, gerando um investimento inicial elevado, descapitalizando a reserva, considerada tão importante como a questão estrutural.

Ao observar o funcionamento deste ramo empresarial, percebemos que nem todas as empresas adotam o mesmo padrão em sua instalação e funcionamento, uma vez que adaptam suas cozinhas de casa à cozinha do negócio, assim como também fazem economia em contratações, em muitos casos motivados pela necessidade e alto custo que um profissional formalmente contratado custará em seu orçamento. Desta forma, o mesmo profissional é capaz de cozinhar e entregar as refeições durante um único expediente de trabalho.

É importante ressaltar que os custos de locação do um espaço, contratação de equipe devidamente qualificada com nutricionista, cozinheiro, capacitação de colaboradores, compra de uniformes, entrega dos produtos dentro dos padrões vigentes, aquisição e manutenção de equipamentos exigem além de um alto investimento inicial, recursos de manutenção elevados, o que agregaria ainda mais custo ao produto e custaria ao consumidor um valor final diferente do produto praticado pelo mercado, deixando-o de ser competitivo e, conseqüentemente o tornaria inviável para venda.

Entendemos que esses pontos são relevantes para reflexão e reavaliação do plano, assim como o desejo de empreender nesse ramo não se encerra nesse momento, mas fica registrado o aprendizado e a mensagem de que seria necessário investir mais tempo e pesquisa para que outros cenários possam ser criados, assim como outros estudos de viabilidade, aproveitando esta e outras oportunidades já que o segmento que é altamente atrativo.

Adicionar a questão da informalidade, ressaltando que no Brasil, em virtude da elevada carga tributária, as pessoas que não seguem a legislação, tanto em termos trabalhistas como tributários, possuem uma grande vantagem em termos de custos.

REFERÊNCIAS

Alexandre Luzzi Las Casas. Administração de marketing - 2. ed. - São Paulo: Atlas, 2019.

Biagio, Luiz Arnaldo; Batocchino, Antônio. Plano de negócios: estratégias para micro e pequenas empresas – 2ª ed – Barueri, SP: Manole, 2012.

Comissão Nacional de Classificação (CONCLA). Disponível em: <https://cnae.ibge.gov.br/?view=classe&tipo=cnae&versao=7.0.0&classe=56201&chave=ALIMENTAÇÃO>. Acesso em 15/03/2020.

Como elaborar um plano de negócios - Portal Sebrae. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD> Acesso em: 01/03/2020.

Como montar uma fornecedora de refeições. SEBRAE. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-fornecedora-de-refeicoes-em-marmita,be887a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em 15/03/2020.

Dicionário Financeiro. Disponível em: <https://www.dicionariofinanceiro.com/empreendedorismo/> Acesso em: 01/03/2020.

Fonseca, Karina Zanoti; Santana, Gizane Ribeiro de. Guia prático para gerenciamento de unidade de alimentação e nutrição. Cruz das Almas/BA : UFRB, 2012.

Guia Alimentar para a População Brasileira. Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. – 2. ed., 1. reimpr. – Brasília : Ministério da Saúde, 2014. Disponível em: https://bvsm.s.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf. Acesso em 22/04/2020.

Instituto Food Service Brasil. Disponível em: <https://www.institutofoodservicebrasil.org.br/>. Acesso em 15/03/2020.

Mezomo, Iracema de Barros. Os Serviços de Alimentação: Planejamento e Administração. 6ª edição revisada e atualizada. Barueri, SP: Manole, 2015.

Ornellas, Lieselotte Hoeschl. Técnica Dietética: seleção e preparo de alimentos. Atualizado por Shizuko Kajishima, Marta Regina Verruma Bernardi. 8ª edição revisada e atualizada. São Paulo: Atheneu, 2001.

Pesquisa de Mercado. Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/r/V8HVZQC>. Acesso em 15/03/2020.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller, tradução Sônia Midori Yamamoto, revisão técnica Edson Crescitelli. Administração de marketing. – 14. ed. – São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

Receita de Sucesso. Como ter uma cozinha eficiente. SEBRAE SP, 2017. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7b7647f82947c931af65f1b50b8f3d66/\\$File/5686.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7b7647f82947c931af65f1b50b8f3d66/$File/5686.pdf). Acesso em 12/04/2020.

Relatório Executivo Brasil. Data SEBRAE. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf> Acesso em 01/03/2020.

Ross, Stephen A. ...et al. Administração Financeira; Versão Brasileira de Corporate Finance. 10 ed. Porto Alegre: AMGH, 2015.

SEBRAE. Causa Mortis o Sucesso e o fracasso das empresas Brasileiras nos 5 primeiros anos de vida. Julho/2014. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/333000e30d218194165cd787496e57f9/\\$File/5712.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/333000e30d218194165cd787496e57f9/$File/5712.pdf). Acesso em: 17/05/2020

Silva Junior, Eneo Alves da. Manual de Controle Higiênico Sanitário em Serviços de Alimentação – São Paulo: Livraria Varela, 1995.

Sobre a Vigilância de DCNT - Ministério da Saúde, 2018. Disponível em: <https://www.saude.gov.br/noticias/43036-sobre-a-vigilancia-de-dcnt> . Acesso em 11/04/2020.

Nakaguishi Thiago. Trabalho de Conclusão do Curso de Especialização em Marketing Empresarial do Centro de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração do Departamento de Administração Geral e Aplicada da Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012

ÍNDICE REMISSIVO

A

Adolescente 9, 181, 182, 183, 184, 186, 187, 363
Adriano Hypólito 188, 189, 190, 192, 193, 194
Agenda 187, 206, 355
Agricultura familiar 320, 330, 336, 337, 339, 341, 342
Agronegócio 269, 270, 313
Alfabetização Financeira 6, 28, 29, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 41, 42, 43, 44, 46
Alimentação Saudável 107
Amputação 228, 229, 233, 234, 235, 236
Arquivo Pessoal 355, 356, 362
Arte Sacra 212, 225
Ato Infracional 181, 182, 184, 186

B

Bibliotecas Universitárias 6, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 76, 77, 78, 79

C

Café 9, 112, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 277, 283, 284, 285, 286, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 323, 324, 327, 328, 329
Catolicismo 188, 191
Certificações 313, 315, 316
Cobertura Vegetal 5, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 302, 303
Comércio Justo 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 324, 325, 326, 327, 328
Complexidade 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 57, 59, 61, 62, 63, 69, 129, 177, 252, 330
Comunicação 27, 70, 170, 171, 173, 177, 180, 187, 238, 253
Conflitos de gerações 330
Consumidores 81, 82, 83, 84, 88, 89, 90, 91, 93, 98, 107, 110, 111, 113, 197, 200, 238, 239, 241, 244, 257, 258, 267, 268, 353
Contexto Rural 330, 332
Controle social 1, 2, 71
Cultura Política 8, 2, 5, 196, 197, 198, 199, 204, 205, 206, 207, 208
Custos 78, 100, 116, 118, 121, 124, 125, 126, 134, 273, 284, 286, 311, 343, 344, 345, 347, 352, 353, 354
Custos de transação 100, 121, 124, 125, 126, 134

D

Deficientes 228, 229, 231, 235, 236

Degradação Ambiental 287, 290

E

Egodocumento 10, 355

Ensino em contabilidade 6, 12, 15, 26

Ensino Médio 6, 20, 21, 28, 29, 30, 31, 32, 36, 37, 38, 42, 43, 45, 46

Estado 7, 2, 11, 15, 27, 37, 40, 84, 92, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 114, 121, 122, 123, 124, 127, 128, 134, 136, 137, 139, 143, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 168, 169, 172, 181, 182, 186, 191, 193, 194, 198, 200, 208, 230, 233, 270, 271, 272, 279, 280, 285, 291, 293, 298, 300, 324, 348, 356

F

Fluência 48, 50, 51, 52, 53, 54, 57, 59, 60, 63

Fragilidade Física Ambiental 299, 301

Fronteira 7, 94, 95, 96, 97, 99, 101, 103, 104, 105, 106, 151, 197, 210

G

Gases Efeito Estufa 8, 269, 270

Geoprocessamento 294, 299

Gestão da conservação 287, 289, 296

Gestão Estratégica 6, 66, 67, 68, 71, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79

Governança Corporativa 5, 7, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 162, 163, 166, 167, 168, 169

I

Iconografia Cristã 212

Ideologia 103, 138, 139, 140, 141, 146, 147, 153, 180, 191

Instituições 7, 3, 14, 15, 18, 20, 23, 50, 67, 69, 70, 73, 76, 77, 80, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 104, 106, 128, 131, 132, 133, 136, 143, 147, 158, 167, 174, 176, 184, 185, 192, 201, 205, 207, 231, 239, 243, 273, 315, 340

Interações 8, 141, 177, 183, 238, 239, 240, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 339

Invisibilidade social 330

L

Língua Portuguesa 14, 48, 49, 50, 54, 57, 59, 62, 63, 64

M

Marketing 8, 46, 81, 83, 88, 107, 108, 110, 113, 118, 119, 120, 202, 240, 253, 255, 256, 257, 258, 259, 267, 268, 314, 328

Marketing Digital 8, 255, 256, 257, 258, 267, 268

Marxismo 138, 154, 188, 194

Mercado 5, 7, 12, 21, 25, 28, 30, 31, 37, 73, 81, 82, 83, 85, 86, 88, 89, 90, 94, 96, 97, 99, 100, 101, 102, 103, 106, 107, 108, 109, 110, 113, 114, 116, 118, 119, 124, 125, 126, 127, 128, 131, 132, 133, 142, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 167, 168, 169, 183, 186, 202, 210, 228, 229, 231, 239, 254, 257, 258, 268, 278, 313, 314, 315, 316, 323, 324, 325, 326, 329, 344, 347

Mercado de capitais 156, 158, 159, 168

Metodologia Qualitativa 6, 1, 2, 3, 4, 5, 6

Metodologia Quantitativa 1, 3, 4, 5, 6, 7

Metodologias de ensino 6, 12, 14, 15, 16, 18, 19, 22, 24, 25, 26

Mídia 5, 70, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 180, 181, 182, 183, 185, 186, 203, 212, 239, 241, 243, 251, 253

Mídias Digitais 180, 238, 243, 255, 259

P

Paisagem Patrimonial 287, 290

Parque Nacional 9, 299, 300, 301, 304, 307, 311

Patrimônio Cultural 5, 287, 288, 291, 293, 296, 297, 298, 337, 338

Pensamento Secular 196, 210

Percepção discente 12, 13, 14, 17, 19, 22, 25

Planejamento 9, 6, 32, 33, 36, 46, 49, 50, 52, 66, 73, 74, 75, 79, 83, 92, 114, 117, 119, 123, 129, 255, 257, 267, 291, 296, 299, 301, 311, 312, 317, 341, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 352, 353, 354

Planejamento Estratégico 66, 74, 75, 79, 255, 257, 267

Plano de negócios 109, 114, 117, 118

Plano Orçamentário 343, 344, 349, 353

poder 2, 4, 6, 35, 49, 71, 80, 94, 101, 142, 151, 152, 171, 174, 183, 189, 190, 194, 201, 202, 206, 210, 222, 225, 255, 256, 289, 325, 330, 331, 333, 334, 337, 340, 345, 346, 360

Poder 5, 136, 330

Produção de coffea canephora 8, 269

Produtos de giro rápido 6, 81, 82, 83, 89, 91

Q

Quentinhas Saudáveis 107, 108, 109

R

Redes Sociais 8, 82, 101, 238, 239, 240, 244, 250, 252, 254, 255, 256, 260, 261, 262, 263, 266, 267

Relação Econômica 7, 138, 142, 144, 148

Relação Jurídica 7, 138, 142, 144, 147, 148, 152

Religiões Populares 8, 196, 197, 208, 209

Rentabilidade 7, 116, 155, 156, 157, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 169, 314, 326, 339

Repetição de tarefas 52, 63

Responsabilidade Social 66, 72, 78, 79, 287, 293, 297

S

Santíssima Trindade 8, 212, 215, 216, 219, 221, 222, 223, 224, 225, 226

Sistemas de crença 196, 197, 198, 205, 206, 209

Sociedade pós-industrial 121, 128, 130, 133, 135, 136

T

TáxiGov 7, 121, 134, 137

Técnicas de pesquisa 1, 3, 4

Touch 228, 229, 230, 234, 235, 236

V

Variáveis de controle 28, 38, 39, 40, 41, 42, 43

Vendas 6, 81, 82, 83, 84, 89, 92, 93, 117, 159, 161, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 265, 266, 267, 268, 344, 345

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS:

Desafios metodológicos e resultados empíricos



www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

@atenaeditora 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

Atena
Editora

Ano 2021

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS:

Desafios metodológicos e resultados empíricos



www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

@atenaeditora 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

Atena
Editora

Ano 2021