



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE PESCA E AQUICULTURA
CURSO DE ENGENHARIA DE PESCA

CÁSSIA WALESKA CORDEIRO DE MELO

**MARÉ GOURMET: ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA DE UM
EMPREENHIMENTO DE PESCADO COM VALOR AGREGADO**

RECIFE
2026

CÁSSIA WALESKA CORDEIRO DE MELO

**MARÉ GOURMET: ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA DE UM
EMPREENHIMENTO DE PESCADO COM VALOR AGREGADO**

Plano de Negócio apresentado ao Curso de Engenharia de Pesca da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de Pesca.

Orientador (a): Dra. Danielle Alves da Silva
Coorientador (a) : Ms. Bruna Cristina Ferreira Vasconcelos

RECIFE
2026

CÁSSIA WALESKA CORDEIRO DE MELO

**MARÉ GOURMET: ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA DE UM
EMPREENHIMENTO DE PESCADO COM VALOR AGREGADO**

Plano de Negócio apresentado ao Curso de Engenharia de Pesca da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de Pesca.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Danielle Alves da Silva (Orientadora)
Universidade Federal Rural de Pernambuco

Ms. Caio Rubens do Rêgo Oliveira (Membro Titular)
Universidade Federal Rural de Pernambuco

Dra. Maria do Carmo Gominho Rosa (Membro Titular)
Universidade Estadual do Oeste do Paraná

Eng. Salomão Ribeiro de Oliveira Neto (Membro Suplente)
Universidade Federal Rural de Pernambuco

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a Deus, por iluminar meu caminho e me dar sabedoria nos momentos de dúvidas. Aos meus pais, pelo amor infinito, sacrifícios e por serem o pilar da minha vida. E a mim mesma, como um lembrete de que como o mar não teme as tempestades, pois fazem parte de sua essência, eu encontre na adversidade a força necessária para continuar navegando em direção aos meus sonhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), em especial ao Departamento de Pesca e Aquicultura (DEPAq), e a todos os professores que desempenham com dedicação as aulas ministradas contribuindo imensamente para minha formação.

Gostaria de expressar minha profunda gratidão à minha orientadora, Profa. Dra. Danielle Alves, pela sua inestimável orientação, apoio e incentivo durante todo o processo de elaboração deste TCC. Agradeço a paciência, as valiosas sugestões e a constante disponibilidade para me auxiliar na superação dos desafios encontrados. Sem a sua expertise e dedicação, este trabalho não seria possível.

À minha co-orientadora, Profa. Mestre Bruna Vasconcelos, pela generosidade intelectual, pela paciência nas correções e por ter acreditado neste trabalho desde o princípio. Sua disponibilidade e rigor foram fundamentais para que esta pesquisa se concretizasse.

Agradeço aos professores membros da banca examinadora pela disponibilidade em participar deste momento e pela contribuição acerca deste trabalho: Profa. Dra. Danielle Alves da Silva, Ms. Caio Rubens do Rêgo Oliveira, Dra. Maria do Carmo Gominho Rosa e Eng. Salomão Ribeiro de Oliveira Neto.

Aos professores Suzianny Maria Bezerra Cabral da Silva e Paulo Roberto Campagnoli de Oliveira Filho, por me conceder a oportunidade de realizar estágios em seus laboratórios. A confiança depositada em meu trabalho, a orientação constante e a disposição em compartilhar conhecimentos foram fundamentais para meu desenvolvimento acadêmico, profissional e pessoal.

Ao meu marido, Wanderley de Conde, por estar ao meu lado em todos os momentos desta jornada. Agradeço pela compreensão, pela paciência e pelo apoio incondicional, especialmente nos dias mais desafiadores.

À minha mãe, Creuza Alexandre, expresso minha mais profunda gratidão por seu amor incondicional, sua força, seus ensinamentos e seu apoio constante ao longo de toda a minha trajetória.

À todos os funcionários que compõem o Departamento de Pesca e Aquicultura, em especial, a Maria do Socorro, expresso minha sincera gratidão por sua amizade, companheirismo e apoio ao longo desta jornada. Obrigada por estar presente nos momentos de alegria e, principalmente, nos desafios, sempre oferecendo palavras de incentivo, compreensão e confiança.

Aos meus amigos e colegas de turma, agradeço pela amizade, pelo companheirismo e por todos os momentos compartilhados ao longo da graduação. As trocas de conhecimento, o apoio mútuo e as experiências vividas tornaram essa jornada mais leve, enriquecedora e inesquecível.

A todos aqueles, que não mencionei, mas que me auxiliaram nesta caminhada de forma direta ou indireta para conclusão de mais uma etapa da minha vida.

E finalmente agradeço à Deus, por me conceder força, sabedoria e perseverança para superar os desafios e alcançar esta conquista, iluminando meu caminho em todos os momentos desta jornada.

RESUMO

A cadeia produtiva do pescado no Brasil apresenta desafios significativos, como o baixo consumo *per capita* (10 kg/hab/ano) em comparação à média mundial (21 kg/hab/ano), influenciado por fatores culturais, dificuldade de preparo e limitada oferta de produtos com valor agregado. Este trabalho teve como objetivo analisar a viabilidade econômica da implantação de um empreendimento voltado à comercialização de pescado com valor agregado na cidade do Recife-PE. A metodologia consistiu na elaboração de um plano de negócios para a “Maré Gourmet”, estruturado em três linhas de produtos: (i) linha de produtos porcionados (filés e cortes padronizados); (ii) kits gastronômicos (caldeirada, mariscada, paella, fideuá); e (iii) linha de pescados defumados. A análise de mercado foi realizada por meio de uma pesquisa com 205 consumidores da Região Metropolitana do Recife, que revelou uma forte demanda por produtos práticos e de qualidade, com 62,2% dos entrevistados valorizando o serviço de limpeza do pescado e 51,8% preferindo embalagens a vácuo. O plano financeiro, elaborado com o auxílio da ferramenta PNBOX (Sebrae), projetou um investimento inicial de R\$ 167.648,54, com faturamento anual estimado em R\$ 864.801,25. Os indicadores de viabilidade demonstraram lucratividade de 7,06%, rentabilidade de 36,43% e um payback simples de 26 meses, superando a rentabilidade de investimentos tradicionais como poupança (7%) e CDB (15%). A análise estratégica (SWOT e 5 Forças de Porter) confirmou a robustez do modelo de negócio, alinhado às tendências de consumo por praticidade e produtos Premium. Conclui-se que a Maré Gourmet apresenta viabilidade econômica e potencial para contribuir com a diversificação e agregação de valor ao mercado de pescado em Pernambuco, ocupando um nicho ainda pouco explorado no varejo local.

Palavras-chave: Plano de negócios; Tecnologia do pescado; Comércio de pescado; Kits gastronômicos; Defumados.

ABSTRACT

The Brazilian fish production chain faces significant challenges, such as low per capita consumption (10 kg/inhab/year) compared to the world average (21 kg/inhab/year), influenced by cultural factors, difficulty in preparation, and limited supply of value-added products. This study aimed to analyze the economic feasibility of implementing a venture focused on the commercialization of value-added fish in the city of Recife-PE. The methodology consisted of developing a business plan for "Maré Gourmet," structured around three product lines: (i) portioned products (fillets and standardized cuts); (ii) gastronomic kits (fish stew, seafood stew, paella, fideuá); and (iii) smoked fish products. The market analysis was conducted through a survey with 205 consumers from the Recife Metropolitan Region, which revealed a strong demand for practical and high-quality products, with 62,2% of respondents valuing fish cleaning services and 51,8% preferring vacuum packaging. The financial plan, developed with the support of the PNBOX tool (Sebrae), projected an initial investment of R\$ 167,648.54, with an estimated annual revenue of R\$ 864,801.25. The feasibility indicators demonstrated a profitability of 7.06%, a return on investment of 36.43%, and a simple payback period of 26 months, exceeding the profitability of traditional investments such as savings accounts (7%) and CDBs (15%). The strategic analysis (SWOT and Porter's Five Forces) confirmed the robustness of the business model, aligned with consumer trends toward convenience and premium products. It is concluded that Maré Gourmet presents economic feasibility and the potential to contribute to the diversification and value addition to the fish market in Pernambuco, occupying a niche still underexplored in the local retail sector.

Keywords: Business plan; Fish technology; Fish trade; Gastronomic kits; Smoked fish.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa de localização do empreendimento no bairro Casa Forte, Recife-PE.	20
Figura 2 - Variação na produção de pescado no Brasil nos últimos anos.	23
Figura 3 - Distribuição da faixa etária dos entrevistados (n = 205).	26
Figura 4 - Frequência de consumo de peixes e frutos do mar entre os entrevistados (n = 205).	27
Figura 5 - Peixes adquiridos pelos entrevistados com mais frequência (n = 205).	27
Figura 6 - Frutos do mar mais consumidos entre os entrevistados (n = 205).	28
Figura 7 - Preferência da forma de apresentação dos peixes pelos entrevistados (n = 205).	Erro! Indicador não definido.
Figura 8 - Tipos de embalagens considerados mais atraentes pelos entrevistados (n = 205)...	28
Figura 9 - Preferência dos kits gastronômicos pelos entrevistados (n = 205).	29
Figura 10 - Tempo ideal para o preparo de refeições com pescado, segundo os entrevistados (n = 205).	30
Figura 11 - Frequência de consumo de produtos defumados pelos entrevistados (n = 205)...	30
Figura 12 - Interesse na compra de diferentes tipos de pescados defumados pelos entrevistados (n = 205).	31
Figura 13 - Interesse em produtos gourmet à base de pescado pelos entrevistados (n = 205).	31
Figura 14 - Interesse em produtos complementares pelos entrevistados (n = 205).	32
Figura 15 - Interesse em serviços de conveniência pelos entrevistados (n = 205).	32
Figura 16 - Preferência quanto aos canais de venda pelos entrevistados (n = 205).	33
Figura 17 - Critérios considerados na decisão de compra pelos entrevistados (n = 205).	33
Figura 18 - Logomarca do empreendimento Maré Gourmet.	37
Figura 19 - Fachada do estabelecimento Maré Gourmet.	43
Figura 20 - Layout da loja Maré Gourmet, elaborado com auxílio do Sketchup 2021.	44
Figura 21 - Área de vendas da Maré Gourmet, elaborado com auxílio ChatGPT (OpenAI), 2026.	47
Figura 22 - Proposta ilustrativa das embalagens utilizadas pela Maré Gourmet, elaborado com auxílio ChatGPT (OpenAI) 2026.	53
Figura 23 - Fluxo operacional simplificado das etapas produtivas da Maré Gourmet.	54

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Sumário executivo	14
Tabela 2 - Caracterização das principais empresas do setor gastronômico de pescados, percebidas como concorrentes à Maré Gourmet, localizadas na Região Metropolitana de Recife.	35
Tabela 3- Caracterização dos principais fornecedores do empreendimento proposto.	36
Tabela 4 - Categorias de produtos comercializados pela Maré Gourmet.....	38
Tabela 5 - Estratégias promocionais adotadas pela Maré Gourmet	40
Tabela 6 - Distribuição dos setores da Maré Gourmet, respectivas funções e áreas (m²).....	45
Tabela 7 - Composição e valor estimado dos kits gastronômicos.....	52
Tabela 8 - Estimativa do investimento inicial da Maré Gourmet.	59
Tabela 9 - Demonstrativo dos Custos com remunerações e encargos trabalhistas da Maré Gourmet.	64
Tabela 10 - Estimativa do consumo e custo mensal de energia elétrica da Maré Gourmet considerando a tarifa comercial da Neoenergia Pernambuco (R\$ 0,799/kWh).....	66
Tabela 11 - Comparação da rentabilidade da Maré Gourmet com modalidades de investimento disponíveis no mercado brasileiro.....	70
Tabela 12 - Fluxo de caixa projetado para Cálculo do VPL e da TIR	71

SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO	14
2. INTRODUÇÃO	14
2.1 Identificação do proponente	14
2.2 Identificação da proposta	15
2.3 Justificativa.....	17
3. OBJETIVOS.....	18
3.1 Objetivo geral	18
3.2 Objetivos específicos	18
4. IDENTIDADE ORGANIZACIONAL	18
4.1 Visão	18
4.2 Missão	18
4.3 Valores	19
5. ESPECIFICAÇÕES DO EMPREENDIMENTO.....	19
5.1 Localização.....	19
5.2 Setor da atividade	20
5.3 Forma jurídica	20
5.4 Enquadramento legal	21
5.4.1 Alvará de Localização e Funcionamento	21
5.4.2 Licença Sanitária.....	21
5.4.3 Inscrição Estadual e Municipal.....	22
6. ANÁLISE DE MERCADO	22
6.1 Pesquisa de mercado	22
6.2 Estudo dos clientes.....	24
6.3 Estudo dos concorrentes.....	34
6.4 Estudo dos fornecedores	35
7. PLANO DE MARKETING	37
7.1 Definição da marca	37
7.2 Estrutura de comercialização.....	37
7.3 Estratégia para definição de preços	39
7.4 Estratégias para distribuição dos produtos.....	39
7.5 Estratégias de divulgação	40
8. ASPECTOS GERAIS DA PROPRIEDADE.....	40

8.1 Descrição da propriedade	40
8.2 Meios de acesso	41
8.3 Comunicação e serviços	41
9. INFRAESTRUTURA	41
9.1 Energia elétrica	41
9.2 Abastecimento de água	41
9.3 Mão de obra	41
9.4 Viabilidade de insumos	42
10. CONSTRUÇÕES	42
10.1 Fachada e identidade visual	42
10.2 <i>Layout</i> operacional	43
10.3 Descrição dos setores	44
10.3.1 Recepção de matéria-prima	45
10.3.2 Área de descarte e resíduos	45
10.3.3 Câmara fria de matéria-prima	46
10.3.4 Área de beneficiamento	46
10.3.5 Área de defumação	46
10.3.6 Área de embalagem	46
10.3.7 Câmara fria de produto final	47
10.3.8 Área de vendas	47
10.3.9 Banheiro para clientes	48
10.3.10 Área de apoio e sanitário dos funcionários	48
10.3.11 Área de higienização das mãos	48
10.3.12 Estoque seco e embalagens	48
10.3.13 Depósito de Material de Limpeza (DML)	Erro! Indicador não definido.
10.3.14 Administração	48
10.3.15 Copa/refeitório	48
11. OPERACIONAL	48
11.1 Recebimento de matéria-prima	49
11.2 Processamento e preparação	49
11.3 Processos de defumação	50
11.4 Montagem dos kits gastronômicos	51
11.5 Embalagens	52
11.6 Fluxo operacional	54
11.7 Controle de qualidade	55
12. RECURSOS HUMANOS	55
12.1 Descrição dos recursos humanos	56

13. PLANO FINANCEIRO	58
13.1 Estimativa de investimento inicial.....	58
13.1.1 Fontes de recursos.....	59
13.1.2 Investimento fixo	59
13.1.3 Investimentos pré-operacionais	60
13.1.4 Capital de giro.....	60
13.2 Estimativa de faturamento.....	61
13.3 Estimativa de custos operacionais	62
13.3.1 Custo variável	62
13.3.2 Custos fixos	62
14. INDICADORES DE VIABILIDADE ECONÔMICA.....	68
14. 1 Margem de contribuição.....	68
14.2 Ponto de equilíbrio.....	68
14.3 Lucratividade.....	69
14.4 Rentabilidade.....	69
14.5 Payback simples.....	70
14.6 Valor Presente Líquido (VPL) e Taxa Interna de Retorno (TIR).....	71
14.7 Construção de cenários	72
15. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	72
15.1 Análise SWOT.....	73
15.1.1 Forças (<i>Strengths</i>)	73
15.1.2 Fraquezas (<i>Weaknesses</i>)	74
15.1.3 Oportunidades (<i>Opportunities</i>).....	75
15.1.4 Ameaças (<i>Threats</i>)	75
15.1.5 Medidas Estratégicas.....	76
15.2 Análise das 5 forças competitivas.....	78
15.2.1 Rivalidade entre os concorrentes existentes	78
15.2.2 Ameaça de novos entrantes	78
15.2.3 Poder de barganha dos fornecedores.....	78
15.2.4 Poder de barganha dos clientes.....	79
15.2.5 Ameaça de produtos substitutos.....	79
16. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	79
17. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Tabela 1 - Sumário executivo

SUMÁRIO EXECUTIVO LOJA MARÉ GOURMET PESCADOS	
DADOS GERAIS	
RAZÃO SOCIAL	Maré Gourmet Pescados
NOME FANTASIA	Maré Gourmet
CNPJ	19.031.039/0001-12
LOCAL	Recife
INSCRIÇÃO ESTADUAL	08.954.641.32
RESPONSÁVEL TÉCNICO	Cassia Waleska C. de Melo
CREA	CREA-PE 1234567899
ÁREA	190 m²
PRODUÇÃO ANUAL (KG)	
PREÇO MÉDIO DE REVENDA	
LICENÇAS	
CORPO DE BOMBEIROS MILITAR-PE	Atestado de regularidade do Corpo de Bombeiros Militar de Pernambuco
APEVISA	Licença de Vigilância Sanitária
PREFEITURA MUNICIPAL	Alvará de Localização e Funcionamento
PLANO FINANCEIRO	
Indicadores de viabilidade econômica referente ao cenário 2 (provável)	
INVESTIMENTO INICIAL	
RECEITA BRUTA ANUAL	
FATURAMENTO MENSAL	
CUSTO FIXO MENSAL	
CUSTO VARIÁVEL MENSAL	
PRODUÇÃO DE EQUILÍBRIO	
PREÇO DE EQUILÍBRIO	
LUCRATIVIDADE	
RENTABILIDADE	
PAYBACK	
TIR	
VPL	
IBC	

2. INTRODUÇÃO

2.1 Identificação do proponente

Cassia Waleska Cordeiro de Melo

Formação Acadêmica:

- Graduanda em Bacharelado em Engenharia de Pesca pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)
- Técnica em Segurança do trabalho pela ETE Epitácio Pessoa
- Técnica em Comércio exterior pela ETE Luiz Alves Lacerda

Experiência Profissional:

- Estagiária no Laboratório de Sanidade de animais aquáticos do Departamento de Pesca e Aquicultura da Universidade Federal de Pernambuco (UFRPE);
- Estagiária no Laboratório de Tecnologia do pescado do Departamento de Pesca e Aquicultura da Universidade Federal de Pernambuco (UFRPE);

Projetos e Atividades Complementares:

- Curso de Inglês (A2) nível de acordo com o Quadro Europeu Comum de Referência para Línguas (QECR);
- Conhecimento em Informática.

2.2 Identificação da proposta

O consumo de pescado desempenha papel fundamental na segurança alimentar e nutricional global, sendo reconhecido pela Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) como componente essencial para a promoção de dietas saudáveis e sistemas alimentares sustentáveis. Nas últimas décadas, o consumo *per capita* de pescado apresentou crescimento contínuo em diversas regiões do mundo, impulsionado principalmente pelo aumento da população, elevação da renda e maior conscientização da população acerca dos benefícios à saúde associados às proteínas de origem aquática (SOFIA, 2026). Espécies como sardinha, cavala, salmão e atum são boas fontes de ácidos graxos ômega-3 e fornecem proteínas de alta qualidade e aminoácidos essenciais, vitaminas (principalmente B e D) e minerais como cálcio, zinco, ferro, iodo, magnésio, potássio, fósforo e selênio; tais espécies/nutrientes, mesmo consumidas (os) em pequenas quantidades, contribuem para uma dieta saudável (FAO, 2024).

Paralelamente ao crescimento do consumo, o mercado de pescado vem passando por transformações significativas relacionadas às mudanças no comportamento do consumidor. A busca por alimentos mais práticos, seguros e de preparo rápido tem influenciado diretamente o desenvolvimento de produtos com maior valor agregado, como filés porcionados, produtos minimamente processados e refeições semiprontas. Segundo Samanta e Arkoudis (2024), os estilos de vida contemporâneos têm impulsionado o aumento do consumo de alimentos de conveniência e modificado os hábitos de compra, refletindo a preferência dos consumidores por produtos que conciliam praticidade, rapidez e facilidade de acesso. Nesse contexto,

produtos derivados de pescado com maior processamento, como filés embalados e cortes padronizados, apresentam maior aceitação pelos consumidores devido à facilidade de preparo e maior praticidade (Baptiston *et al.*, 2020).

No Brasil, contudo, o consumo de pescado ainda permanece abaixo da média mundial, apesar da ampla disponibilidade de recursos hídricos e do potencial aquícola e pesqueiro do país. De acordo com os dados da Associação Brasileira da Piscicultura (Peixe BR, 2025), o consumo médio nacional é estimado em 10 kg por habitante ao ano, valor significativamente inferior à média mundial, superior a 21 kg/ano (FAO, 2026). Entre os principais fatores que contribuem para este cenário destacam-se questões culturais, dificuldades relacionadas ao preparo do pescado, perecibilidade, irregularidade de oferta e limitações na apresentação e comercialização dos produtos (Souza, Boa Morte e Cardoso, 2021). Além disso, estudos recentes indicam que a baixa conveniência e a limitada oferta de produtos processados influenciam negativamente a frequência de consumo de pescado no Brasil (Viana *et al.*, 2021).

No estado de Pernambuco, o pescado possui forte relevância cultural e gastronômica estando presente em diversas preparações tradicionais da culinária regional e no hábito alimentar da população. Além das feiras e mercados públicos, a comercialização de produtos *in natura* também se destaca em centros de abastecimento como o Ceasa-PE, importante central de abastecimento da Região Metropolitana do Recife (Shinohara *et al.*, 2020). Apesar dessa relevância, observa-se que o varejo local apresenta predominância da comercialização de pescado *in natura* ou congelado, com limitada diversificação em produtos beneficiados. Além disso, estudos recentes demonstram que a percepção do pescado como alimento de difícil preparo e baixa conveniência ainda representa um dos principais fatores limitantes para o aumento do consumo no Brasil (Viana *et al.*, 2021).

Diante desse contexto, propõe-se a implantação da Maré Gourmet, um empreendimento voltado à comercialização de pescados com valor agregado, localizado na cidade do Recife-PE. O modelo de negócio proposto diferencia-se por oferecer três linhas principais de produtos: (i) linha de produtos porcionados, composta por filés e cortes padronizados que proporcionam maior praticidade ao consumidor; (ii) kits gastronômicos contendo pescados e frutos do mar acompanhados de temperos e instruções de preparo, oferecendo soluções práticas para refeições completas; e (iii) linha de pescados defumados, produto voltado à diferenciação no mercado regional, associado à ampliação da vida útil, diferenciação sensorial e inserção em nichos de mercado especializados. A proposta busca

atender às tendências contemporâneas de consumo, associando conveniência, qualidade, inovação e valorização do pescado no mercado local.

2.3 Justificativa

A crescente demanda por alimentos práticos, saudáveis e de maior qualidade tem promovido mudanças no comportamento do consumidor, impulsionando o desenvolvimento de produtos que ampliem as possibilidades de consumo no dia a dia. Nesse cenário, o pescado apresenta potencial devido ao seu elevado valor nutricional e à busca por proteínas de origem aquática (Koshal, 2025). Entretanto, fatores relacionados à dificuldade de preparo, perecibilidade e baixa praticidade ainda representam barreiras importantes para o aumento do consumo de pescado no Brasil (Duran *et al.*, 2017).

Além disso, a agregação de valor ao pescado por meio do fracionamento e da padronização contribui para melhorar a apresentação e percepção de qualidade dos produtos; adicionalmente, o uso de embalagens adequadas contribui para a conservação dos produtos, fatores que influenciam diretamente a decisão de compra do consumidor (Heide e Olsen, 2017). Produtos de origem animal, especialmente o pescado, apresentam elevada suscetibilidade à deterioração devido às suas características bioquímicas e microbiológicas, tornando o processamento e o acondicionamento adequados estratégias importantes para a ampliação da vida útil e manutenção da qualidade dos produtos (Duran *et al.*, 2017; Rabiepour *et al.*, 2024).

No mercado regional, observa-se predominância da comercialização de pescado *in natura* ou congelado, com menor oferta de produtos beneficiados e diferenciados, evidenciando oportunidades para empreendimentos voltados à agregação de valor e conveniência alimentar. Nesse contexto, os kits gastronômicos surgem como alternativa para ampliar as possibilidades de consumo do pescado, oferecendo maior praticidade ao consumidor. Adicionalmente, a defumação destaca-se como estratégia de agregação de valor ao pescado, contribuindo para ampliação da vida útil, desenvolvimento de características sensoriais diferenciadas (cor, textura, aroma e sabor) e diversificação de produtos derivados, além de favorecer a inserção em nichos de mercado especializados e produtos gourmet (Adeyeye, 2018; Baten *et al.*, 2020). Apesar do crescimento da demanda por produtos diferenciados e artesanais, a oferta de pescados defumados ainda é limitada no mercado regional, evidenciando potencial para exploração desse segmento.

De acordo com o Sebrae, 2013, a realização de um estudo de viabilidade econômica é uma etapa fundamental para subsidiar decisões estratégicas e reduzir incertezas na implantação de novos empreendimentos, permitindo avaliar se as receitas projetadas serão

suficientes para cobrir os custos operacionais e proporcionar retorno sobre o capital investido. Complementarmente, o estudo do comportamento do consumidor auxilia na identificação de tendências de consumo, além de reconhecer oportunidades de mercado (Kotler e Keller, 2018).

Nesse contexto, a Maré Gourmet propõe um modelo de negócio baseado na comercialização de pescados com valor agregado, estruturado em três linhas: produtos frescos fracionados, kits gastronômicos e pescados defumados, visando praticidade, qualidade e diferenciação. Além disso, o empreendimento apresenta relevância ao explorar um segmento ainda pouco desenvolvido no varejo local, contribuindo para a diversificação da oferta de pescado. Dessa forma, o estudo justifica-se pela análise da viabilidade de um modelo inovador, alinhado às tendências de mercado e com potencial de geração de valor econômico.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo geral

Analisar a viabilidade econômica da implantação de um empreendimento voltado à comercialização de pescado com valor agregado na cidade do Recife-PE.

3.2 Objetivos específicos

- a) Avaliar o potencial de mercado para comercialização de pescado com valor agregado na cidade do Recife-PE;
- b) Identificar tendências de consumo relacionadas à praticidade e conveniência no mercado de pescados;
- c) Propor linhas de produtos voltadas à agregação de valor ao pescado, incluindo filés porcionados, kits gastronômicos e pescados defumados;
- d) Estruturar o modelo operacional do empreendimento considerando qualidade, padronização e procedência;
- e) Analisar a viabilidade econômica do empreendimento, considerando investimentos, custos operacionais e indicadores de retorno financeiro.

4. IDENTIDADE ORGANIZACIONAL

4.1 Visão

Ser referência em Pernambuco na comercialização de pescados com valor agregado, reconhecida pela qualidade dos produtos, inovação, praticidade, sustentabilidade e excelência no atendimento ao cliente.

4.2 Missão

Oferecer pescados e frutos do mar de alta qualidade por meio de produtos frescos porcionados, kits gastronômicos e pescados defumados, proporcionando praticidade,

segurança alimentar e experiências gastronômicas diferenciadas aos consumidores, por meio da seleção rigorosa da matéria-prima e do compromisso com a qualidade.

4.3 Valores

- **Qualidade e Excelência**

Compromisso com a oferta de produtos seguros, frescos e padronizados, garantindo elevados padrões de qualidade em todas as etapas do processo produtivo.

- **Praticidade e conveniência**

Desenvolvimento de produtos que facilitem o preparo e ampliem as formas de consumo do pescado, atendendo às necessidades do consumidor moderno.

- **Sustentabilidade e Responsabilidade**

Valorização de práticas sustentáveis e da aquisição de matéria-prima proveniente de fornecedores regularizados e comprometidos com a pesca e a aquicultura responsáveis.

- **Inovação e Diferenciação**

Desenvolvimento de produtos diferenciados e alinhados às tendências de consumo e agregação de valor ao pescado.

5. ESPECIFICAÇÕES DO EMPREENDIMENTO

5.1 Localização

Ao escolher um local para um negócio de varejo, pesquisas mostram consistentemente que fatores como o nível socioeconômico da população local, densidade populacional e a facilidade de acesso exercem influência significativa sobre o desempenho do negócio. Segundo Oliveira (2014), a escolha do ponto comercial deve considerar o potencial de consumo da área e sua influência regional. No setor alimentício, a localização do empreendimento representa um dos principais fatores relacionados à decisão de compra dos consumidores (Amin *et al.*, 2026).

A definição estratégica do ponto comercial pode influenciar diretamente o desempenho das vendas, especialmente em regiões com grande circulação e facilidade de acesso (Oliveira, 2014, p. 23). Nesse sentido, a Estrada do Encanamento, localizada no bairro de Casa Forte (Recife-PE), apresenta características favoráveis à implantação do empreendimento, devido a sua localização central na cidade, intenso fluxo urbano e perfil socioeconômico compatível com o público-alvo da proposta. Portanto, o empreendimento será implementado na Estrada do Encanamento, 632 Casa Forte - Recife - PE Lat. -8.03045 Long. -34.91593 (Figura 1). A região também apresenta integração com importantes vias de acesso da área norte do Recife, favorecendo a circulação de consumidores provenientes de bairros adjacentes.



Figura 1 - Mapa de localização do empreendimento no bairro Casa Forte, Recife-PE.

Fonte: Google Maps (2026).

5.2 Setor da atividade

A loja Maré Gourmet está enquadrada no setor de comércio varejista, atuando no segmento de comercialização de pescados frescos, congelados e defumados. As atividades econômicas do empreendimento serão classificadas de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), contemplando a classe 4722-9/02 (comércio varejista de pescados, crustáceos e moluscos frescos, congelados, conservados ou frigorificados), a classe 4729-6/99 (comércio varejista de produtos alimentícios em geral) e a classe 4723-7/00 (Comércio varejista de bebidas como depósitos, bodegas ou distribuidoras sem consumo no local).

5.3 Forma jurídica

O empreendimento será constituído sob a forma jurídica de Empresário Individual (EI), com enquadramento como Microempresa (ME), conforme a legislação brasileira vigente. Nesta modalidade, a atividade empresarial é exercida por uma única pessoa física, que assume a responsabilidade administrativa, financeira e patrimonial do negócio. Não há distinção entre o patrimônio pessoal e o patrimônio empresarial, o que implica responsabilidade ilimitada do titular pelas obrigações assumidas (Brasil, 2002).

O enquadramento como Microempresa está relacionado ao limite de faturamento bruto anual de até R\$ 360.000,00, conforme estabelecido pela Lei Complementar nº 123/2006 (Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte). Além disso, esse enquadramento possibilita adesão ao Simples Nacional, regime tributário simplificado que reduz a carga burocrática e facilita o recolhimento de tributos (Brasil, 2006). A escolha dessa

forma jurídica justifica-se pela simplicidade de constituição, menor custo operacional e adequação ao porte inicial do empreendimento (Sebrae, 2023).

5.4 Enquadramento legal

No município do Recife, a implantação de um estabelecimento destinado à comercialização de pescado, incluindo processos de beneficiamento como a defumação, exige o atendimento a normas legais, sanitárias e tributárias específicas. Essas exigências envolvem a obtenção de licenças, alvarás e registros obrigatórios junto aos órgãos competentes nas esferas municipal e estadual, representando custos iniciais relevantes para a formalização do empreendimento. Além disso, devido à elevada perecibilidade do pescado e à necessidade de garantia da segurança alimentar, as exigências sanitárias relacionadas ao processamento, armazenamento e comercialização dos produtos tornam-se especialmente relevantes.

5.4.1 Alvará de Localização e Funcionamento

O Alvará de Localização e Funcionamento, emitido pela Prefeitura do Recife, corresponde à autorização para funcionamento da empresa mediante o atendimento dos requisitos técnicos exigidos para instalação da atividade econômica (Recife, 2025). A documentação e os requisitos incluem:

- a) Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
- b) Cadastro no Sistema Eletrônico de Licenciamento da Prefeitura;
- c) Certificado digital;
- d) Consulta prévia de viabilidade urbanística e restrições relacionadas ao CNAE da atividade;
- e) Anotação de Responsabilidade Técnica (ART) ou Registro de Responsabilidade Técnica (RRT), quando aplicável;
- f) Termo de Responsabilidade devidamente preenchido e assinado pelo representante legal;
- g) Regularização junto ao Corpo de Bombeiros Militar de Pernambuco;
- h) Arquivos e documentos digitalizados em formato PDF, conforme exigência do sistema eletrônico municipal.

Nos casos previstos pela legislação municipal e quando aplicável, atividades classificadas como baixo risco poderão solicitar Certificado de Dispensa de Atos de Licenciamento Municipal, conforme regulamentação vigente.

5.4.2 Licença Sanitária

Os estabelecimentos que realizam manipulação, armazenamento, processamento e comercialização de alimentos de origem animal estão sujeitos à obtenção da Licença Sanitária, emitida pela Agência Pernambucana de Vigilância Sanitária (Apevisa), sendo

obrigatória para atividades relacionadas ao pescado (Apevisa, 2026). Os requisitos e documentação básica necessária são:

- a) Requerimento padronizado preenchido;
- b) Termo de compromisso e responsabilidade técnica preenchida;
- c) Contrato social ou declaração de firma individual registrada na Junta Comercial;
- d) Certificado de Regularidade Técnica emitido pelo Conselho Regional respectivo;
- e) CNPJ;

5.4.3 Inscrição Estadual e Municipal

A comercialização de pescados exige Inscrição Estadual para recolhimento do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). O cadastramento da Inscrição Estadual é realizado por meio da Junta Comercial do Estado de Pernambuco (Jucepe) (Pernambuco, 2026). Quando houver prestação de serviços sujeitos à tributação municipal, poderá ser necessária a Inscrição Municipal para recolhimento do Imposto Sobre Serviços (ISS), conforme a Lei Complementar nº 116/2003.

- Regularização junto ao Corpo de Bombeiros

O empreendimento também deverá atender às exigências do Corpo de Bombeiros Militar de Pernambuco, incluindo adequações relacionadas à segurança contra incêndio e emissão da documentação exigida para funcionamento regular do estabelecimento.

6. ANÁLISE DE MERCADO

6.1 Pesquisa de mercado

Internacionalmente, estudos evidenciaram que há inúmeros fatores que influenciam o consumo de pescado, entre eles a localização geográfica, sazonalidade, preço e renda (Dey *et al.*, 2011; Chidmi *et al.*, 2012; Bronnmann, 2016; Del Valle *et al.*, 2017). No cenário nacional, pesquisas demonstram que fatores socioeconômicos, culturais e regionais influenciam os padrões de consumo de pescado no Brasil. Fatores como preço, qualidade e higiene influenciam na decisão de compra, (Figueiro *et al.*, 2014). Apesar de a carne bovina ser preferência na maioria das regiões brasileiras, a dificuldade de preparo, falta de divulgação de produtos oriundos da pesca ou aquicultura e ausência de diferentes processamentos de pescado, influenciam na baixa demanda, (Lopes *et al.*, 2016). O baixo poder aquisitivo em alguns municípios também é um fator que aumenta a demanda por pescados minimamente beneficiados (Araujo *et al.*, 2018). Quanto à localização domiciliar, regiões metropolitanas litorâneas têm impacto favorável no consumo de pescados de água salgada, moluscos e crustáceos e pescados industrializados, (Wagner *et al.*, 2023). Além disso, a conscientização

sobre os benefícios nutricionais do pescado e o crescimento da aquicultura nacional (Figura 2) têm impulsionado o consumo de pescado nos últimos anos. Segundo dados da *Seafood Brasil* (2025), o consumo de pescado apresentou aumento de 8,2% em 2025. Entre os fatores associados a esse aumento, destaca-se a elevação dos preços das proteínas bovina e suína, em 25% e 21,2% respectivamente, enquanto o pescado apresentou menor variação do preço, de apenas 2,1%. De acordo com os estudos da *Scanntech 2025*, esse cenário contribuiu para mudanças no comportamento de compra dos consumidores e para a ampliação da procura por proteínas alternativas.

		2023	2024	Variação (%)
PEIXE	Volume (t)	657.111	724.853	10,31
	R\$ (x 1000)	6.663.986,00	7.693.569,00	15,45
CAMARÃO	Volume (t)	127.490	146.832	15,17
	R\$ (x 1000)	2.626.709,00	3.056.032,00	16,34
MOLUSCOS (Ostras, vieiras e mexilhões)	Volume (t)	7.853	9.559	21,72
	R\$ (x 1000)	86.864,00	118.991,00	36,99
TOTAL	Volume (t)	791.497,00	881.244	11,34
	R\$ (x 1000)	9.392.809,00	10.668.592,00	13,58

Figura 2 - Variação na produção de pescado no Brasil nos últimos anos.

Fonte: SIDRA, IBGE, 2025.

Na região Nordeste, a proximidade com áreas costeiras e a forte presença do pescado na cultura alimentar regional também contribuem para o consumo de pescados e produtos derivados, incluindo pescados industrializados (Tavares *et al.*, 2013). Estudos entre os municípios do Rio Grande do Norte e Pernambuco, identificaram que as comunidades pesqueiras tradicionais do Nordeste brasileiro também têm como principal fonte de alimento de origem animal os peixes marinhos (Albuquerque *et al.*, 2026). Com a carcinicultura predominando no Nordeste e a piscicultura em constante expansão, há uma maior disponibilidade desses recursos e um fortalecimento das preferências culturais por alimentos locais.

De acordo com pesquisa da Embrapa (2020) realizada em supermercados de cinco capitais do Brasil, Recife apresenta características únicas no consumo de pescado. A cidade destaca-se pela maior proporção de mulheres entre os consumidores (62%) entre as capitais analisadas, além de predominância de consumidores na faixa etária de 31 a 40 anos. No que diz respeito aos hábitos de consumo, observou-se preferência por peixe fresco, com 35% dos consumidores adquirindo esse produto pelo menos uma vez por semana. Quanto aos canais de

compra, 63% dos consumidores recifenses adquirem pescado em supermercados, ressaltando a relevância desse segmento no abastecimento local.

Por se tratar de uma cidade litorânea, Recife apresenta forte relação cultural e alimentar com o consumo de frutos do mar e peixe fresco. Nesse contexto, a presença de consumidores habituados ao consumo desses produtos favorece a inserção de novas opções no mercado, especialmente aquelas voltadas à diversificação das formas de consumo e conveniência alimentar.

Em pesquisa realizada por Montenegro *et al.* (2022), foi identificada uma lacuna relacionada à baixa oferta de pescados defumados na região, além da preferência dos consumidores por produtos práticos e de fácil preparo. Esses dados evidenciam um mercado com grande potencial e preferências bem definidas, criando oportunidades específicas para negócios no setor de pescados na Região Metropolitana do Recife.

A proposta de uma loja de pescados especializada em defumados surge como solução de duas necessidades, oferecendo um produto pronto ou semipronto para consumo ou finalização rápida (sanduíches, saladas, pastas ou patês) e ao mesmo tempo atende ao perfil do consumidor local já habituado ao consumo de pescado, mas que buscam conveniência e praticidade no dia a dia. Por outro lado, os kits gastronômicos de preparo reduzem drasticamente o tempo gasto na cozinha, ao eliminar etapas trabalhosas de racionamento de múltiplos ingredientes, limpeza dos crustáceos e cozimento adequado do polvo. Essa seleção pronta e na medida certa evita desperdícios e garante uma refeição refinada com rapidez e praticidade. Dessa forma, a iniciativa transforma uma lacuna de mercado evidenciada em uma alternativa viável, alinhada ao comportamento, à cultura e às necessidades reais do consumidor da região.

6.2 Estudo dos clientes

O conhecimento aprofundado do consumidor permite identificar as necessidades e desejos do mercado, promovendo a criação de estratégias mais eficientes de atendimento e relacionamento com o cliente. Assim, a avaliação do perfil dos consumidores torna-se essencial para a definição do mix de produtos, padrões de qualidade e métodos de comercialização adequados ao público local (Kotler e Keller, 2018). Nesse contexto, foi conduzida uma pesquisa de mercado com o objetivo de obter informações sobre o consumo, preferências e intenção de compra relacionados ao pescado e produtos derivados na Região Metropolitana do Recife (RMR). O questionário da pesquisa abarca tanto perguntas de múltiplas escolhas como de escolha exclusiva.

A pesquisa teve como objetivo compreender o perfil dos consumidores e identificar hábitos, preferências e fatores que influenciam o consumo e a compra de peixes e frutos do mar. As informações coletadas permitiram analisar aspectos relacionados à frequência de consumo, tipos de produtos mais procurados, formas de apresentação e embalagem, interesse por produtos diferenciados e canais de compra mais atrativos. Além disso, busca-se levantar percepções sobre serviços agregados e tendências de consumo, contribuindo para o desenvolvimento de estratégias mais alinhadas às expectativas dos clientes de uma peixaria especializada.

A pesquisa contemplou as seguintes perguntas:

- Qual sua faixa etária?
- Quantas pessoas moram em sua residência?
- Com que frequência você consome peixes e frutos do mar?
- Quais peixes você compra com mais frequência?
- Quais frutos do mar você costuma consumir?
- Como você prefere comprar o peixe?
- Qual tipo de embalagem você considera mais atraente?
- Você pagaria um valor adicional por produtos embalados a vácuo?
- Quais kits você compraria?
- Quanto tempo você considera ideal para preparar uma refeição com pescado?
- Você consome produtos defumados?
- Quais produtos defumados teria interesse em comprar?
- Quais produtos gourmet despertam seu interesse?
- Quais produtos você gostaria de encontrar em uma peixaria especializada?
- Qual serviço agregaria mais valor à sua compra?
- Você compraria através de: loja física, *Whatsapp*, *Instagram*, site da loja ou aplicativos de entrega?
- O que mais influencia sua decisão de compra?

A amostra foi obtida por meio da aplicação de um questionário estruturado, elaborado na plataforma *Google Forms*, disponibilizado em formato eletrônico. O link para acesso ao questionário foi divulgado por meio de aplicativos de mensagens instantâneas, permitindo a participação voluntária das pessoas. A coleta de dados ocorreu durante o mês de junho de 2026, sendo incluídas na pesquisa apenas respostas completas e válidas. A participação de 205 entrevistados foi espontânea, sendo assegurado o anonimato dos participantes. As

respostas obtidas permitiram analisar vários aspectos de consumo e preferências dos consumidores da RMR. Algumas questões tiveram múltiplas escolhas, dessa forma, o somatório das frequências relativas pode ultrapassar 100%, uma vez que os percentuais representam a proporção de pessoas que selecionaram cada opção individualmente, e não categorias mutuamente exclusivas.

Com base nas respostas obtidas (Figura 3), observa-se predominância de participantes com até 25 anos (29,8%), seguidos pela faixa etária de 26 a 35 anos (26,8%), indicando maior representatividade do público jovem e economicamente ativo. Com relação à quantidade de pessoas nas residências, observa-se predominância de domicílios compostos por 3 a 4 pessoas (54,5%), seguidos por residências com 2 moradores (30,3%). Em menor proporção, aparecem domicílios com 5 pessoas ou mais (9,1%) e residências unipessoais, representando a menor parcela dos respondentes (6,1%). Esse perfil indica predominância de núcleos familiares de pequeno a médio porte, o que pode influenciar diretamente os hábitos de compra e consumo de pescados.

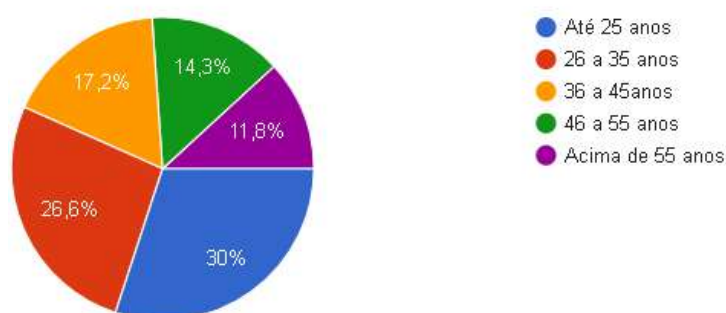


Figura 3 - Distribuição da faixa etária dos entrevistados (n = 205).

A frequência do consumo de peixes e frutos do mar variou de baixa a moderada entre os entrevistados (Figura 4). A maior parcela dos participantes consome esses produtos raramente (32,5%), seguida daqueles que consomem quinzenalmente (22,3%). Já os consumidores que afirmaram consumir mensalmente (17,3%) e de 1 a 2 vezes por semana (17,8%) apresentaram participação semelhante, enquanto apenas 10,2% relataram consumo superior a 2 vezes por semana.

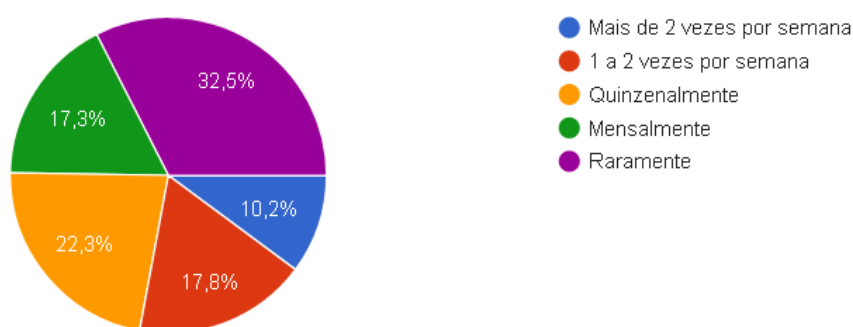


Figura 4 - Frequência de consumo de peixes e frutos do mar entre os entrevistados (n = 205).

Quanto aos peixes adquiridos com mais frequência pelos entrevistados com a possibilidade de múltiplas escolhas (Figura 5), a tilápia e a sardinha tiveram maior porcentagem com 58,6% e 53,0%, respectivamente. Em seguida, o atum com 37,4%, seguido da corvina com 33,8%. Esses resultados sugerem preferência por espécies amplamente disponíveis no mercado, com boa relação entre preço, praticidade de preparo e familiaridade de consumo. Espécies como pescada (23,7%), salmão (19,7%) e dourado do mar (14,6%) apresentaram participação intermediária, indicando interesse por opções percebidas como de maior valor agregado ou utilizadas em preparações específicas.

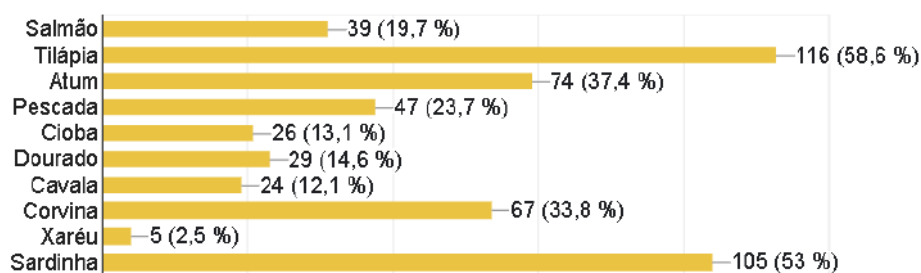


Figura 5 - Peixes adquiridos pelos entrevistados com mais frequência (n = 205).

Na Figura 6, observa-se clara predominância do camarão como fruto do mar mais consumido (92%), demonstrando elevada aceitação e forte presença desse produto nos hábitos alimentares dos residentes da RMR. Em seguida, destaca-se o marisco (40,4%) e sururu (37,8%), indicando relevância dos moluscos tradicionalmente associados à culinária regional. Produtos como o polvo (17,6%), lagosta (13,3%), lula (12,2%) e ostra (11,2%) apresentaram participação intermediária, sugerindo consumo mais ocasional. Já o mexilhão (7,4%) apresentou menor frequência entre as opções.

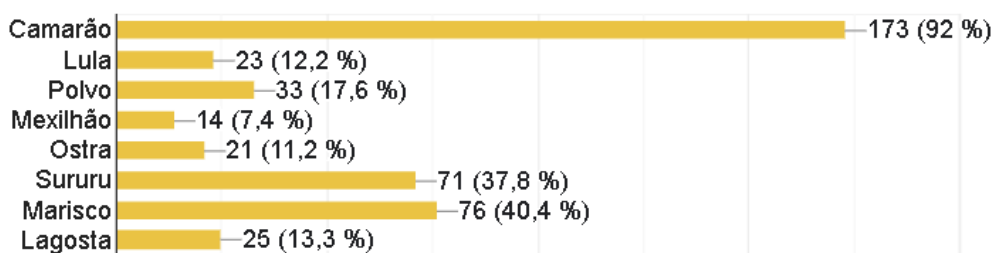


Figura 6 - Frutos do mar mais consumidos entre os entrevistados (n = 205).

A análise da Figura 7 revela uma clara preferência dos consumidores quanto ao beneficiamento de peixes, com destaque para filés (60,1%) e postas (57,6%), que juntos dominam a preferência. Isso reflete o estilo de vida contemporâneo, em que o tempo reduzido na cozinha e a conveniência são valorizados. Por outro lado, o peixe inteiro (20,2%) e o eviscerado (17,2%) atraem um público menor, porém ainda significativo, composto por consumidores que os associam ao maior frescor e ao maior aproveitamento (como o uso de cabeça e espinhas para caldos). Já em formatos de cubos (4%) e porcionados individualmente (3%), aparecem com baixa adesão, sugerindo que são opções de nicho, voltadas para receitas específicas (ensopados, moquecas ou ceviches, sunomonos ou porções congeladas).

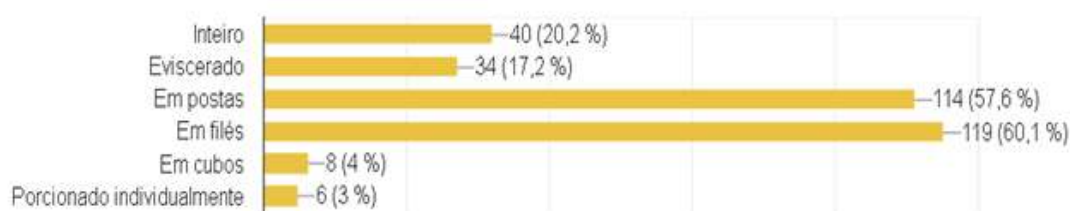


Figura 7 - Preferência da forma de apresentação dos peixes pelos entrevistados (n = 205).

De acordo com a Figura 8, os dados revelam uma forte preferência dos consumidores pela embalagem a vácuo (51,8%), isso pode indicar que o público associa esse tipo de embalagem a maior conservação, proteção contra contaminação, durabilidade estendida e apelo visual mais moderno e higiênico. Em segundo plano, 33,2% dos consumidores se declararam indiferentes ao tipo de embalagem, sugerindo que, para esse grupo, o frescor e a qualidade intrínseca do peixe pesam mais do que a embalagem em si. Já a tradicional bandeja com filme plástico (19,1%) e a embalagem termoformada (10,6%) aparecem com menor aceitação, a primeira pode ser vista como menos eficiente na conservação e a segunda por ser menos familiar ou associada a produtos industrializados de menor qualidade.

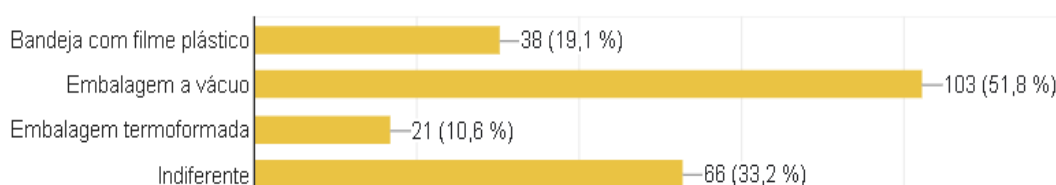


Figura 8 - Tipos de embalagens considerados mais atraentes pelos entrevistados (n = 205).

A preferência dos consumidores quanto aos kits gastronômicos (Figura 9) revelaram uma forte inclinação por pratos tradicionais e culturalmente conhecidos, como a caldeirada liderando disparada (57,3%). Em seguida, o kit churrasco de frutos do mar (42,2%) e a mariscada (41,6%) aparecem praticamente empatados, indicando mais dois perfis de consumidores: de um lado, o consumidor que quer inovar no churrasco e ampliar o cardápio para além das carnes; de outro, quem busca um prato clássico e generoso, com frutos do mar em abundância. Já a *paella* (27%) e a fideuá (15,7%) ficam em posições secundárias, sugerindo que, embora haja interesse por opções internacionais, elas ainda esbarram em menor familiaridade cultural e na percepção de que exigem mais habilidade ou ingredientes específicos.

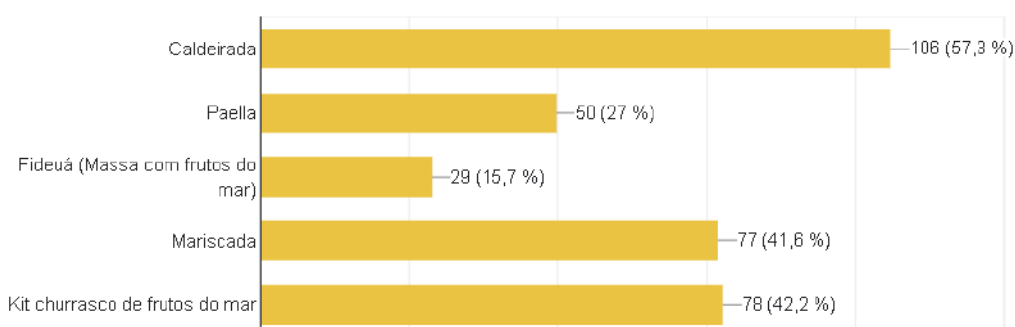


Figura 9 - Preferência dos kits gastronômicos pelos entrevistados (n = 205).

Na Figura 10, os dados revelam que 48,2% dos entrevistados consideram o tempo entre 30 a 45 min como o tempo ideal no preparo de uma refeição de pescado, seguido pela faixa de 15 a 30 min (36,2%). Em menor proporção, os participantes indicaram preferência por refeições preparadas em mais de 45 min (11,1%) e apenas 4,5% demonstraram interesse em preparações com tempo inferior a 15 min. Isso sugere que, embora exista valorização pela praticidade, os consumidores ainda demonstram disposição para dedicar tempo moderado ao preparo de refeições com pescado.

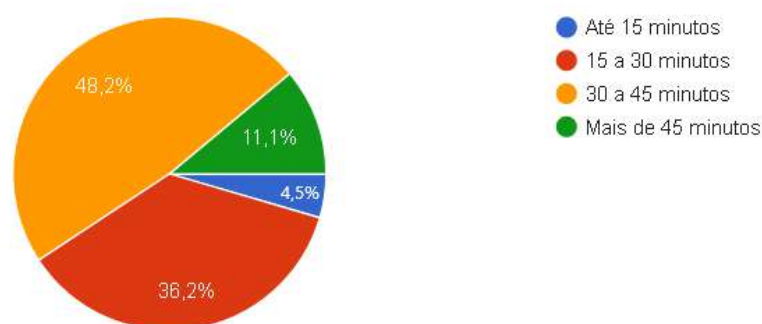


Figura 10 - Tempo ideal para o preparo de refeições com peixe, segundo os entrevistados (n = 205).

Com relação ao consumo de produtos defumados (Figura 11), os dados revelam um mercado extremamente favorável, pois 64% dos consumidores declararam consumir esses produtos às vezes, representando um público potencial que pode ser estimulado a aumentar a frequência. Outros 31% nunca consumiram, isso pode refletir certa rejeição ao sabor marcante e característico desses tipos de produto ou a falta de oferta deles. Apenas 5% consomem frequentemente, esse resultado reflete a aceitação em condições controladas de degustação, e não o comportamento habitual de consumo.

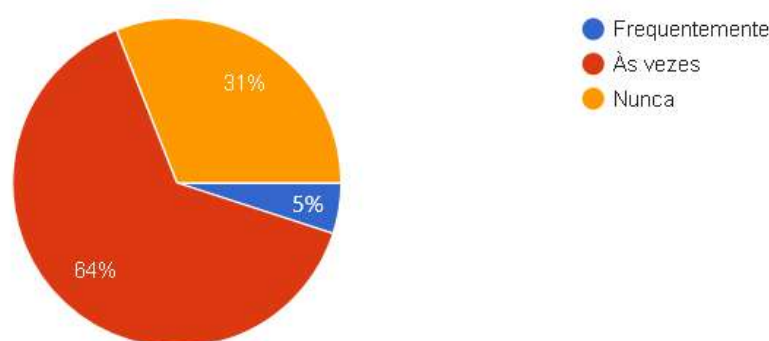


Figura 11 - Frequência de consumo de produtos defumados pelos entrevistados (n = 205).

Na Figura 12, os dados revelam um forte interesse dos entrevistados por produtos defumados, com destaque para o salmão defumado (53,8%) e filé de peixe defumado (50%). Esse resultado indica receptividade à categoria e valorização do tradicional salmão defumado. Em seguida, o camarão defumado (39,2%) e o patê defumado (32,8%) aparecem como opções para consumidores que buscam praticidade como o patê ou uma opção peculiar como o camarão defumado como produto de valor agregado, ou seja, um produto transformado a partir de técnicas especiais que o deixa mais atraente, prático e saboroso para o cliente.



Figura 12 - Interesse na compra de diferentes tipos de pescados defumados pelos entrevistados (n = 205).

O interesse em produtos gourmet à base de pescado (Figura 13) se concentrou em hambúrgueres de peixe e patês artesanais, ambos com 47,9% das respostas dos entrevistados. Isso sugere que o consumidor busca versões saudáveis e saborosas de lanches, inserindo peixes de forma prática na dieta. Em seguida, a linguiça de camarão (35,9%) e as almôndegas de peixe (30,2%) aparecem como opções para consumidores que buscam diferenciação no churrasco ou refeições familiares, como as típicas receitas de almôndegas com massas variadas. O presunto de peixe (13,0%) fica em último lugar, com adesão mais baixa, o que pode indicar que o conceito de "presunto" aplicado ao peixe ainda é pouco familiar para o consumidor.

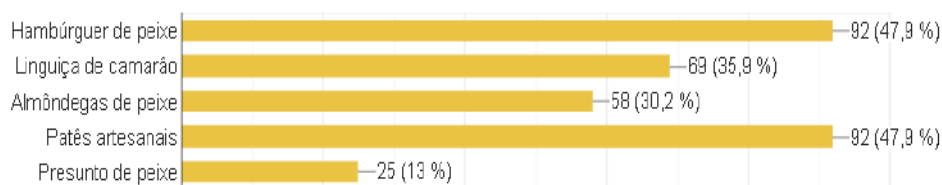


Figura 13 - Interesse em produtos gourmet à base de pescado pelos entrevistados (n = 205).

Mesmo focando em nichos específicos, muitas empresas oferecem produtos complementares para aumentar a conveniência do cliente. Essa estratégia centraliza as compras em um só lugar, melhora a experiência do consumidor, aumenta a fidelização e fortalece a competitividade do negócio. De acordo com a Figura 14, os dados revelam que o consumidor deseja uma experiência completa de compra e preparo, com destaque para a preferência por temperos para pescados (71,2%) e molhos especiais (52%). Em seguida, azeites especiais (46%) e vinhos (37,4%) aparecem como itens de forte apelo, indicando que boa parte dos consumidores buscam produtos que elevem a experiência gastronômica e permitam uma harmonização adequada. A preferência pelas massas (30,8%) e pelo arroz (28,3%) reforça a tendência de refeições completas, onde o peixe ou fruto do mar é o protagonista de um prato único. As cervejas artesanais aparecem com 20,2% de interesse, pela parte do público que valoriza a harmonização com o pescado. Já os utensílios (28,3%) e os acessórios para churrasco (14,8%) representam itens de compra menos frequentes.

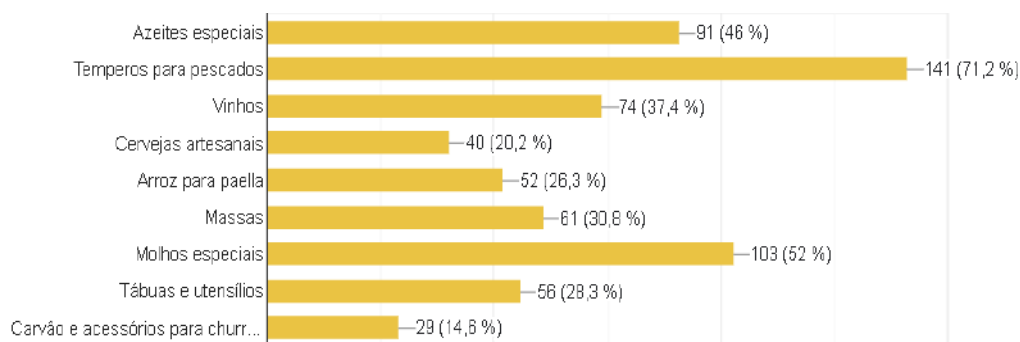


Figura 14 - Interesse em produtos complementares pelos entrevistados (n = 205).

Com relação à demanda por serviços que facilitem o preparo em casa (Figura 15), os dados revelam destaque para a limpeza do pescado (62,2%), ou seja, seis em cada 10 consumidores consideram esse serviço essencial para agregar valor à compra. A entrega em domicílio (16,4%) e o corte personalizado (12,4%) aparecem como serviços complementares valorizados por consumidores que buscam comodidade logística e porções para receitas específicas. O porcionamento (9%) e a sugestão de receitas (5,5%) ficaram nos últimos lugares, indicando que é um nicho de consumidores com necessidades diversas, ou seja, de um lado clientes inseguros na escolha ou no preparo, de outro, clientes que rejeitam esse tipo de assistência e não percebem como um serviço central.

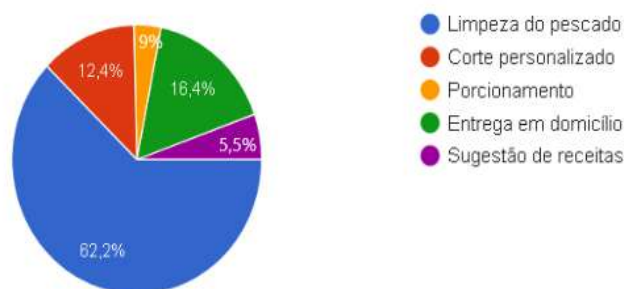


Figura 15 - Interesse em serviços de conveniência pelos entrevistados (n = 205).

Na Figura 16, é possível observar que a maioria dos consumidores (85,7%) preferem a loja física, indicando que a opção de ver, escolher e avaliar as características do pescado ainda é valorizada. Em seguida, o segundo canal de venda escolhido foi através do *WhatsApp* (44,8%), indicando que é uma maneira prática, rápida e direta e que os consumidores buscam agilidade podendo tirar dúvidas, encomendar, receber fotos de produtos e combinar entregas facilmente. Já os aplicativos de entrega representam 35% de preferência entre os entrevistados, indicando que boa parte do público busca comodidade ao adquirir os produtos. O *site* da loja foi a preferência de 30% dos entrevistados, podendo ser um canal secundário,

mas ainda relevante, principalmente para obter informações mais completas, como produtos, receitas, dicas, serviços e vendas agendadas. Por último, o *Instagram* representou 22,2% de preferência, porém, apesar da menor adesão entre os canais, não deve ser ignorado, pois representa uma ferramenta de divulgação e engajamento do público.

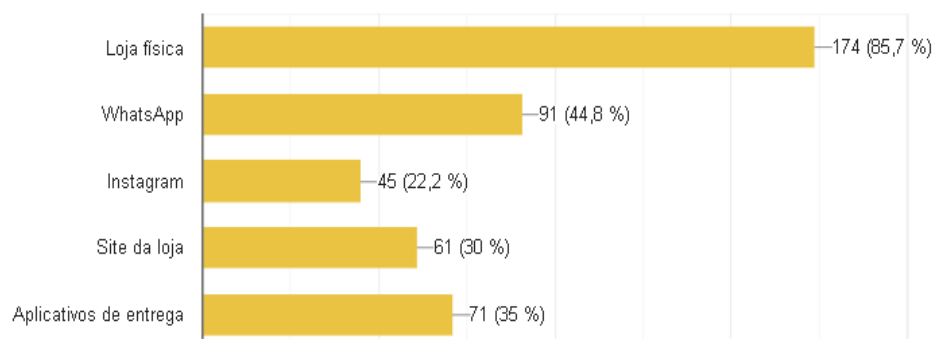


Figura 16 - Preferência quanto aos canais de venda pelos entrevistados (n = 205).

Dentre os critérios decisivos para a maioria dos consumidores, destaca-se a qualidade, indicada por 85,3% dos entrevistados (Figura 17), isso significa que o público busca um produto fresco, de origem confiável e em conservação adequada. Em seguida, o preço foi apontado por 69,6% dos entrevistados, indicando que grande parte dos consumidores leva o preço do pescado em consideração. A procedência representa outro fator avaliado pelo consumidor durante a compra (60,8%), pois a rastreabilidade, sustentabilidade e valorização do produto local/regional podem influenciar na decisão de compra. O atendimento (37,7%) e a conveniência (19,1%) demonstraram menor interesse, mas não significa que seja negligenciada, ao contrário, um atendimento atencioso e qualificado agrega valor e fideliza o cliente.

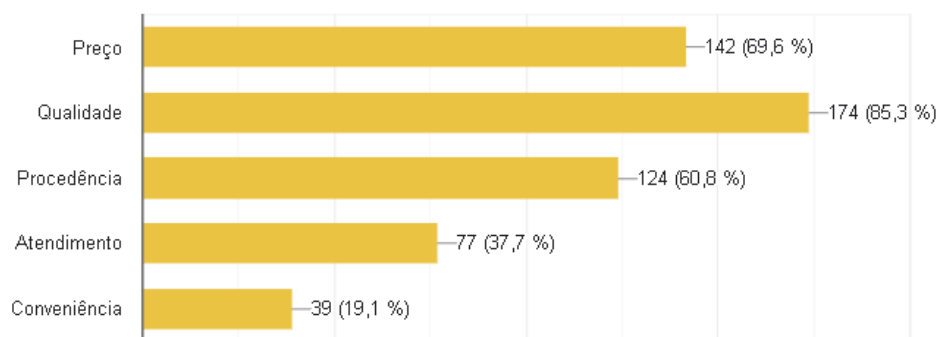


Figura 17 - Critérios considerados na decisão de compra pelos entrevistados (n = 205).

Os dados obtidos indicam potencial de mercado para produtos beneficiados e de maior conveniência, além de evidenciarem percepção de baixa oferta desses produtos na região.

Com base no estudo de mercado e perfil do consumidor, a análise dos clientes para a Maré Gourmet revela um cenário promissor para produtos de pescado com alto valor agregado em Recife. O público-alvo identifica-se como jovem e economicamente ativo, com

mais de 55% dos entrevistados tendo até 35 anos, e vive predominantemente em núcleos familiares de duas a quatro pessoas. Esse perfil influencia diretamente a demanda por conveniência, uma vez que a maioria absoluta prefere adquirir o peixe já beneficiado em filés (60,1%) ou postas (57,6%), além de apontarem o serviço de limpeza (62,2%) como o principal fator de agregação de valor.

A aceitação de novos produtos é evidente: a linha de defumados possui um público potencial de 64%, e os kits gastronômicos, em especial, a caldeirada, preferida por 57,3%, surgem como solução para o desejo de preparar refeições em um tempo moderado, idealmente entre 30 a 45 minutos. Quanto aos critérios de compra, o consumidor prioriza a qualidade (85,3%) e a procedência (60,8%) frente ao preço isolado, o que permite um posicionamento de marca focado em confiança e segurança alimentar.

Por fim, a estratégia de vendas deve considerar um comportamento híbrido, pois, embora a loja física seja o canal preferido por 85,7% dos clientes para a escolha do produto, o *WhatsApp* (44,8%) e os aplicativos de entrega consolidam-se como ferramentas essenciais para garantir a agilidade e a praticidade exigidas por esse mercado. Portanto, os dados indicam que a Maré Gourmet possui total alinhamento com as lacunas do varejo local, atendendo a um público que busca elevar sua experiência gastronômica sem renunciar à praticidade no cotidiano.

6.3 Estudo dos concorrentes

De acordo com Porter (2004), compreender o ambiente competitivo é fundamental para o posicionamento estratégico das organizações. Assim, foi realizada uma pesquisa dos principais concorrentes pelo segmento de produtos e pela proximidade dos estabelecimentos na região. As informações foram obtidas através dos *sites*, redes sociais e visitas diretamente aos estabelecimentos.

A análise de concorrentes na RMR evidencia um mercado amplamente consolidado na comercialização de peixes frescos e congelados, com forte presença de peixarias tradicionais, mercados públicos e distribuidores que atendem tanto ao varejo quanto ao setor gastronômico. De modo geral, esses estabelecimentos concentram sua oferta em produtos com variação de preços associada à espécie, sazonalidade, pescados empanados, produtos orientais e serviços agregados, como restaurantes no local e entrega em domicílio.

A oferta de produtos derivados de pescado com nível de processamento ainda ocorre de forma limitada e pouco padronizada na região (Tabela 2). Quando disponíveis, esses

produtos aparecem de maneira pontual, geralmente restrito a espécies específicas ou comercializadas sob encomenda.

Tabela 2 - Caracterização das principais empresas do setor gastronômico de pescados, percebidas como concorrentes à Maré Gourmet, localizadas na Região Metropolitana de Recife.

CONCORRENTE	PRODUTOS	DIFERENCIAIS	CANAL DE VENDA	LOCALIZAÇÃO
Casa Forte Pescados	Peixes congelados e frutos do mar	Salmão defumado e empanados	Loja física, Instagram Whatsapp e Delivery	Estrada das Ubaías, 758 - Loja 10 - Casa Forte, Recife - PE
Casa do pescado	Peixes frescos e congelados	Kit Paella e Empanados	Loja física, Instagram e Whatsapp	Estr. do Arraial, 4156 - Casa Amarela, Recife - PE
Peixaria Sul	Peixes frescos, congelados e frutos do mar	Empanados, produtos orientais e comida pronta	Loja física, Instagram Whatsapp e Delivery	Av. Eng. Domingos Ferreira, 500 - Boa Viagem, Recife - PE
Porto do Camarão	Peixes frescos e congelados	Empanados e pratos prontos servidos no local	Loja física, Instagram Whatsapp e Delivery	Av. 17 de agosto, 1657-1665 Casa Forte, Recife- PE
Villamar pescados	Peixes congelados e frutos do mar	Kit caldeirada e empanados	Loja física, Instagram e Whatsapp	Rua Araçatuba 31 - Ipsep, Recife - PE
Nutrimar Pescados	Peixes congelados e frutos do mar	Carpaccio de salmão	Loja física, Instagram Whatsapp e Delivery	Rua Ribeiro de Brito, 1197 - Boa Viagem, Recife - PE

A análise dos concorrentes evidencia que, embora existam estabelecimentos especializados na comercialização de pescados na região, a maior parte concentra sua venda de peixes frescos, congelados e frutos do mar, oferecendo apenas alguns produtos com maior grau de processamento, como empanados, kits semiprontos, salmão defumado, carpaccio e pratos prontos. Dessa forma, o negócio apresentado busca ocupar um nicho ainda pouco explorado no mercado local, apostando não apenas na variedade de produtos processados, mas também pela proposta de inovação e atendimento às demandas de consumidores que procuram alimentos práticos e de qualidade.

6.4 Estudo dos fornecedores

Segundo Porter (2004), a competitividade de uma empresa é diretamente influenciada pela relação estabelecida com seus fornecedores, uma vez que o poder de negociação dos fornecedores pode impactar custos, qualidade dos insumos e desempenho operacional. Com o objetivo de identificar fornecedores de pescado e frutos do mar na RMR, foi realizada uma pesquisa por meio de buscas na internet e redes sociais, complementadas com visitas aos estabelecimentos (Tabela 3). Esse levantamento, aliado à escolha estratégica de fornecedores,

contribui para assegurar a continuidade do abastecimento, preservar a qualidade dos produtos e ampliar a competitividade da Maré Gourmet.

Tabela 3- Caracterização dos principais fornecedores do empreendimento proposto.

FORNECEDOR	PRODUTOS	DIFERENCIAIS	LOCALIZAÇÃO	TELEFONE
Oceanus	Peixes congelados e frutos do mar	Referência em Atuns e afins	R. Dr. Ascânio Peixoto, 227 - Recife, PE	(81) 98561-7983
Aquacultura Campo Novo	Camarão	Camarão inteiro	Rodovia PE-60, Km 54, S/N, Rio Formoso - PE	(81) 99254- 2569
Tabatinga Aquacultura	Camarão	Camarão beneficiado	Rodovia Estadual PE-49, Km 19, Pontas de Pedras Goiana-PE	(81) 98124 -1777
Nacional Pescados	Peixes frescos, congelados e frutos do mar	Distribuidora	Ceasa Recife Em frente ao Descontão - Curado, Recife - PE	(81) 99353 - 8344
Pernambuco Pescados	Peixes costeiros, camarões, filés congelados	Distribuidor - CEASA	BR 101 Sul, KM 70 Galpão LA.4 Loja 34, Viaduto da CEASA - Curado, Recife - PE	(81) 3252-1020 - (81) 3251- 6996.
Azevedo Pescados	Peixes regionais, pescados frescos	Distribuidor - CEASA	Av. Beberibe,2229, Água fria, Recife -PE	(81) 99490 -1908
Norte sul Pescados	Peixes crustáceos e moluscos	Produtos diversificados	R. Sete Pecados, 170 - Arruda, Recife - PE	(81) 3038 -5685
Praso	Peixes congelados e frutos do mar/ Temperos	Distribuidora com outros segmentos	Praso Plataforma de comércio LTDA	(81) 93500-2314

A cadeia de abastecimento local possui um potencial estratégico devido à presença de distribuidores especializados e empresas atacadistas voltadas ao atendimento do setor, contribuindo para maior disponibilidade de produtos, padronização e rastreabilidade. Além disso, parte desses fornecedores encontra-se localizada em centros de abastecimento como a Ceasa-PE, proporcionando maior competitividade de preços, diversidade de ofertas e eficiência no suprimento.

As modalidades de pagamento mais comuns entre os fornecedores são o Pix e o pagamento à vista, predominantes em pedidos menores ou retiradas diretas em feiras, fazendas ou *delivery* de pescados. Além disso, cartões de crédito ou débito são aceitos pela maioria das distribuidoras de pescado. Outra modalidade é o Boleto Bancário (faturado), com prazos de 15, 30 ou até 45 dias. Essa opção é amplamente utilizada em vendas de empresa para empresa e está condicionada à análise de crédito realizada por produtores e distribuidoras, a fim de estabelecer parcerias.

De acordo com Christopher (2016), cadeias de suprimentos mais flexíveis e menos dependentes de fontes únicas têm uma maior capacidade de adaptação frente a situações inesperadas. Considerando que a disponibilidade de espécies pesqueiras pode variar de acordo com a sazonalidade, condições meteorológicas, períodos de defeso e variações na produção

aquícola, a diversificação de fornecedores reduz riscos de desabastecimento e amplia a flexibilidade operacional da empresa. Assim, a manutenção de uma ampla rede de fornecedores proporciona vantagens competitivas, como regularidade no abastecimento, ampliação da variedade de produtos ofertados, melhor poder de negociação e redução dos impactos causados por problemas logísticos e produtivos.

7. PLANO DE MARKETING

7.1 Definição da marca

A definição das cores da marca Maré Gourmet foi baseada nos princípios da psicologia das cores, considerando a influência que os elementos visuais exercem sobre a percepção do consumidor. O uso predominante do azul está associado à confiança, frescor e tranquilidade, características relacionadas ao ambiente marinho e à comercialização de pescados. Já a aplicação de elementos em dourado remete à sofisticação, valorização do produto e percepção de qualidade (Figura 18).



Figura 18 - Logomarca do empreendimento Maré Gourmet.
Fonte: Elaborado pelo autor com auxílio ChatGPT (OpenAI), 2026.

De acordo com Heller (2013), as cores possuem significados simbólicos compartilhados culturalmente, sendo capazes de influenciar emoções e decisões de consumo. Nesse sentido, a combinação cromática adotada contribui para fortalecer a identidade visual da marca, alinhada ao posicionamento da empresa no segmento de pescados com maior valor agregado.

7.2 Estrutura de comercialização

As estratégias de comercialização da Maré Gourmet foram desenvolvidas considerando produto, preço, distribuição e promoção. Os produtos comercializados serão organizados em três categorias principais: linha básica, composta por cortes e pescados

tradicionais; linha defumada com produtos processados e defumados; e a linha prática gourmet composta por kits gastronômicos voltados à praticidade no preparo doméstico.

Além de peixes e frutos do mar, o empreendimento também ofertará produtos complementares, como molhos, azeites, temperos, produtos orientais e massas especiais, contribuindo para a ampliação das possibilidades de consumo (Tabela 4).

Tabela 4 - Categorias de produtos comercializados pela Maré Gourmet

LINHA BÁSICA	
PEIXES	BENEFICIAMENTO
Bacalhau Saithê dessalgado	Filé, lombo, postas e lascas
Merluza	Filés
Salmão	Filé, lombo e postas
Tilápia	Filé e postas
Tambaqui	Filé, lombo, postas e costela
Pescada amarela	Postas
Pescada branca	Postas
Dourado	Postas
Atum	Postas
Robalo	Postas
Meca	Postas e lombo
Albacora	Postas
CRUSTÁCEOS	BENEFICIAMENTO
Camarão	Filé, eviscerado e sem cabeça
Lagosta	Filé
MOLUSCOS	BENEFICIAMENTO
Anéis de lula	-
Polvo	Limpeza
Marisco	-
Mexilhão desconchado	-
LINHA PRÁTICA GOURMET	
Kit Caldeirada	
Kit Mariscada	
Kit Paella	
Kit Fideuá	
LINHA DEFUMADA PREMIUM	
Linguiça de camarão defumado	
Salmão defumado	
Tilápia defumada	
Tambaqui defumado	
Camarão defumado	
LINHA DE PRODUTOS COMPLEMENTARES	
Molhos, condimentos, produtos orientais, massas e arroz especiais.	

7.3 Estratégia para definição de preços

A definição da política de preços da Maré Gourmet considera fatores como tipo de produto comercializado, grau de processamento, qualidade da matéria-prima e valor agregado associado ao produto final. Nesse contexto, a estrutura de preços busca contemplar diferentes perfis de consumidores por meio da oferta de produtos em distintas categorias, desde pescados frescos minimamente processados até opções com maior conveniência e sofisticação, como filés porcionados, embalagens a vácuo, produtos defumados e kits gourmet.

A linha básica corresponde aos pescados frescos e congelados de maior consumo popular, como tilápia, pescada, merluza entre outros, apresentando preços mais acessíveis devido à maior disponibilidade e elevado giro comercial. Os preços dessa categoria podem variar entre aproximadamente R\$ 25,00 e R\$ 70,00/kg, a depender da espécie e forma de apresentação do pescado. A linha prática gourmet apresenta maior nível de beneficiamento, reunindo porções de produtos cuidadosamente escolhidos, limpos e pesados, incluindo kits gastronômicos e produtos selecionados, podendo apresentar preços entre R\$ 70,00 e R\$ 200,00/kg.

A linha de defumados apresenta maior valor agregado em função dos processos tecnológicos envolvidos, como a salga, secagem e defumação. Produtos como camarão defumado, tambaqui defumado e mix de pescados defumados possuem maior custo de produção devido ao processamento especializado, controle sanitário e redução de umidade durante a fabricação. Em função disso, os preços podem variar entre R\$ 60,00 e R\$ 250,00/kg, conforme a espécie e o padrão de qualidade empregado.

7.4 Estratégias para comercialização dos produtos

Os canais de vendas exercem um papel estratégico para o sucesso comercial das empresas, especialmente no setor alimentício, no qual os consumidores procuram por conveniência, agilidade e facilidade no acesso às informações (Torres Junior, 2020). Assim, a comercialização dos produtos será realizada principalmente por meio de loja física localizada na cidade de Recife-PE.

O crescimento do comércio eletrônico no período pós-pandemia contribuiu para a ampliação da adesão dos consumidores aos canais digitais de compra (Silva, 2020). Portanto, a comercialização será complementada pelo uso de canais digitais, como *WhatsApp*, *Instagram* e aplicativos de entrega. Nesse contexto, os canais digitais possibilitam maior

alcance comercial, divulgação de produtos em tempo real, rapidez no atendimento e fortalecimento da relação entre empresa e cliente (Pimentel e Lima, 2025).

7.5 Estratégias de divulgação

As estratégias de divulgação da Maré Gourmet incluirão a presença ativa em redes sociais, especialmente *Instagram* e *Facebook*, com publicações de conteúdos visuais, receitas, dicas gastronômicas, processos e divulgação de promoções sazonais. Para o atendimento digital, catálogo de produtos, lançamentos e envio de ofertas, o *WhatsApp Business* será a ferramenta utilizada para maior agilidade nas vendas.

Além do marketing digital, a Maré Gourmet utilizará materiais promocionais no ponto de venda, como banners, *displays* informativos e degustações de produtos selecionados, especialmente da linha gourmet e de defumados para estimular a compra. Benefícios em descontos ou pontos cumulativos ao cliente por compra recorrente, também serão empregados como ferramentas para incentivar a recompra e fortalecer a lealdade dos consumidores. Por outro lado, ações conjuntas com restaurantes e chefs locais serão essenciais à divulgação e fortalecimento da marca além de atrair novos clientes da RMR (Tabela 5).

Tabela 5 - Estratégias promocionais adotadas pela Maré Gourmet

AÇÃO PROMOCIONAL	FREQUÊNCIA	OBJETIVO
Redes sociais (<i>Instagram</i> e <i>Facebook</i>)	Diário	Aumentar a visibilidade da marca e engajar clientes.
Gestão do <i>WhatsApp Business</i>	Diário	Facilitar a comunicação direta e estimular compras recorrentes
Promoções sazonais (Semana Santa, Natal e Réveillon)	Conforme calendário	Aumentar o volume de vendas em períodos de alta demanda.
Programa de fidelidade	Permanente	Incentivar a recompra e fidelização dos consumidores.
Degustação na loja	Mensal	Apresentar novos produtos e estimular compras por experimentação.
Parcerias gastronômicas	Trimestral	Fortalecer a credibilidade da marca e ampliar o alcance do público
Eventos e feiras	Eventual	Promover a marca e captar novos clientes.

8. ASPECTOS GERAIS DA PROPRIEDADE

8.1 Descrição da propriedade

O empreendimento será instalado em imóvel alugado na estrada do Encanamento, nº 632, bairro de Casa Forte, Recife-PE, em uma área construída de aproximadamente 190 m², mais uma área de estacionamento. A localização apresenta fácil acesso viário e está inserida em uma região estratégica da zona Norte do Recife, favorecendo o atendimento ao público local e a distribuição dos produtos. O espaço físico foi dimensionado para atender às necessidades operacionais da Maré Gourmet, contemplando as áreas administrativas, setor de

vendas, beneficiamento, armazenamento refrigerado e estocagem de insumos, em conformidade com as exigências sanitárias e operacionais do empreendimento.

8.2 Meios de acesso

A Maré Gourmet está localizada em Casa Forte, área privilegiada na zona Norte do Recife, com acesso rápido a importantes vias urbanas, como a avenida 17 de Agosto, avenida Norte e avenida Caxangá. O bairro também facilita o deslocamento para a BR-101, contribuindo para o abastecimento do empreendimento e circulação das mercadorias.

8.3 Comunicação e serviços

A região possui cobertura de telefonia móvel com sinal estável das principais operadoras, garantindo comunicação eficiente para clientes e fornecedores. Também há disponibilidade de internet banda larga, facilitando o uso de ferramentas digitais voltadas a gestão, comercialização e atendimento ao cliente. Além disso, a área dispõe de serviços bancários e caixas eletrônicos nas proximidades, contribuindo para o suporte financeiro da empresa.

9. INFRAESTRUTURA

9.1 Energia elétrica

O empreendimento contará com fornecimento de energia elétrica da concessionária Neoenergia Pernambuco, responsável pelo abastecimento no estado. Considerando a necessidade de operação de equipamentos como câmara fria, freezers, seladoras, iluminação e equipamentos de beneficiamento, estão previstas a utilização de rede elétrica trifásica, suficiente para a demanda energética de um estabelecimento de pequeno porte com área de 190 m². Caso haja a necessidade de garantir a continuidade das atividades em situações específicas, poderá ser realizada a locação de gerador de energia.

9.2 Abastecimento de água

O empreendimento contará com abastecimento de água fornecido pela Companhia Pernambucana de Saneamento (Compesa), atendendo às necessidades de higienização, processamento e limpeza das instalações, conforme as exigências sanitárias aplicáveis ao setor alimentício.

9.3 Mão de obra

A operação da Maré Gourmet demandará mão de obra voltada às atividades de atendimento ao cliente, beneficiamento de pescado, organização de estoque, higienização e gestão administrativa. Devido às características dos produtos comercializados, será necessária

a capacitação dos colaboradores quanto às boas práticas de manipulação de alimentos, controle higiênico-sanitário e armazenamento adequado dos produtos.

9.4 Viabilidade de insumos

O acesso a insumos e matérias-primas é considerado favorável, em função da proximidade com mercados atacadistas, distribuidores de pescado, embalagens, madeira ou serragem alimentar para defumação, além de equipamentos e materiais de limpeza. A aquisição dos pescados poderá ser realizada junto a fornecedores locais e regionais, incluindo atravessadores e distribuidores da RMR e áreas litorâneas próximas. As condições logísticas da região favorecem entregas frequentes e redução de custos operacionais, contribuindo para a regularidade no abastecimento, a manutenção da qualidade da matéria-prima e a viabilidade do empreendimento.

10. CONSTRUÇÕES

10.1 Fachada e identidade visual

De acordo com Kotler e Stigliano (2024), a loja deve atuar como um destino que oferece uma experiência híbrida e integrada, onde ambiente físico e digital se complementam para criar uma experiência agradável e memorável para o consumidor. Essa abordagem reforça e expande a visão de Kotler (1974), sobre a atmosfera do ambiente onde elementos visuais e sensoriais não só comunicam a identidade da marca, como influenciam a percepção de valor e comportamento de compra do consumidor. Nesse contexto, a fachada da Maré Gourmet (Figura 19) foi planejada considerando elementos da identidade visual, buscando transmitir sensação de qualidade, profissionalismo e segurança sanitária, além disso, o estabelecimento contará com estacionamento exclusivo para clientes, melhorando o acesso dos clientes à loja.



Figura 19 - Fachada do estabelecimento Maré Gourmet.

Fonte: Elaborado pelo autor com auxílio ChatGPT (OpenAI), 2026.

10.2 Layout operacional

Segundo Blessa (2006), o *layout* comercial corresponde à organização física dos setores e equipamentos necessários ao adequado funcionamento do estabelecimento e à circulação dos consumidores. Em empreendimentos alimentícios, a separação de áreas e o controle do fluxo operacional são fatores determinantes para a segurança do alimento. Estudos demonstram que o *layout* físico de empreendimentos alimentícios influencia diretamente o risco de contaminação cruzada (Acosta *et al.*, 2021).

Em estabelecimentos de comercialização de pescado, uma das principais fontes de contaminação microbiológica está relacionada à ausência de práticas adequadas de higiene e separação entre produtos crus e processados (Trafialek *et al.*, 2016). Ademais, superfícies de contato e manipuladores funcionam como relevantes meios de transferência de microrganismos, evidenciando a importância de uma organização espacial adequada e de uma higienização rigorosa (Losito *et al.*, 2017).

Segundo a ABNT NBR 17183 (ABNT, 2024), a aplicação do sistema de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC) permite identificar pontos críticos de controle ao longo do fluxo produtivo, incluindo armazenamento e manipulação de alimentos. O sistema APPCC oferece vários níveis de garantia de segurança alimentar, sendo o princípio essencial para a qualidade dos produtos em comparação com as inspeções tradicionais (Bryan, 1990; Seki, 2023).

Dessa forma, o *layout* da Maré Gourmet foi planejado para garantir adequado fluxo operacional (Figura 20), a separação entre áreas limpas e de manipulação, e o atendimento às

exigências sanitárias do setor alimentício. A distribuição dos setores busca minimizar riscos de contaminação cruzada e otimizar as etapas de recebimento, processamento, armazenamento e comercialização dos produtos. O fluxo operacional foi estruturado de forma unidirecional, iniciando-se no recebimento da matéria-prima, seguido pelo armazenamento refrigerado, beneficiamento, defumação, embalagem, armazenamento final e comercialização dos produtos. O fluxo de resíduos foi planejado separadamente, evitando cruzamento com áreas limpas e de circulação de clientes. Além das áreas produtivas, o empreendimento contará com espaços de apoio aos colaboradores, incluindo vestiário, sanitário, copa/refeitório, área de higienização das mãos e Depósito de Material de Limpeza (DML), atendendo às exigências sanitárias vigentes.

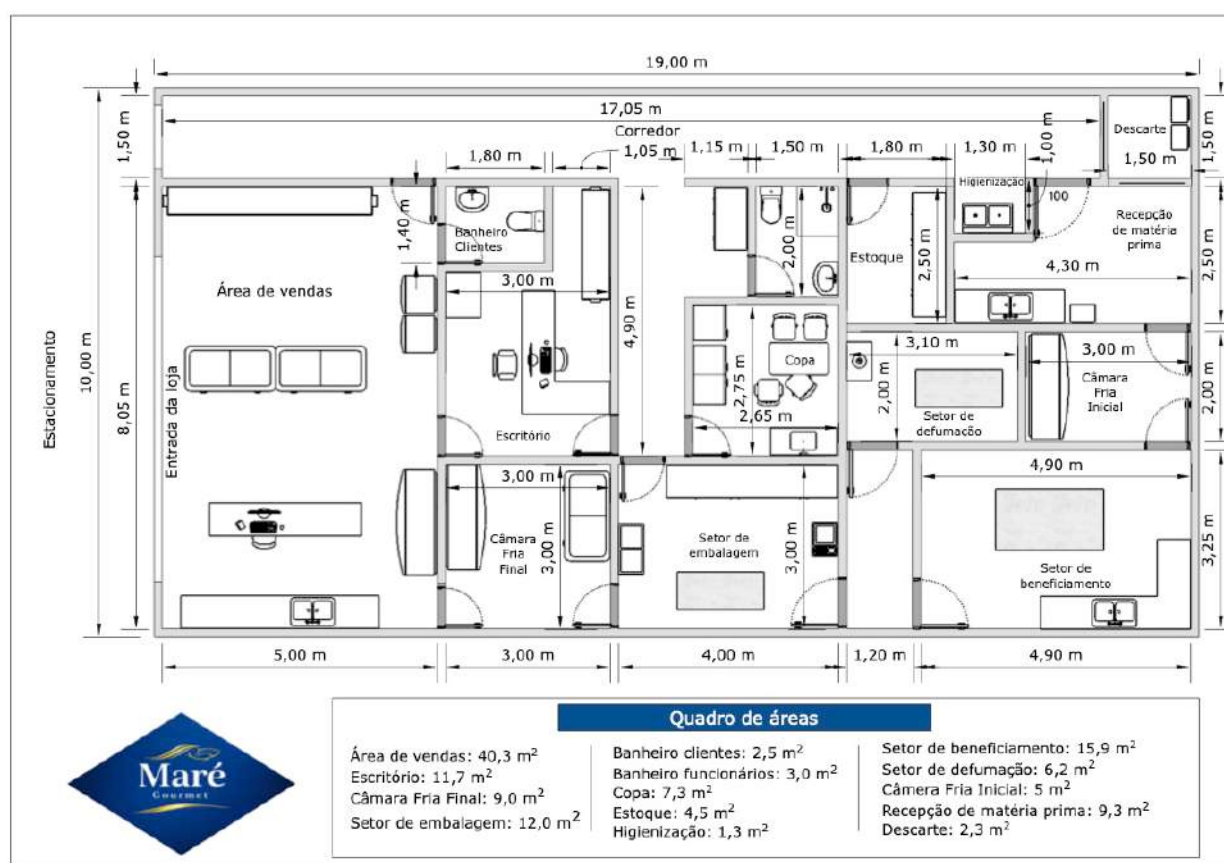


Figura 20 - Layout da loja Maré Gourmet, elaborado com auxílio do Sketchup 2021.

10.3 Descrição dos setores

O empreendimento foi dividido em setores operacionais e áreas de apoio, considerando as necessidades de processamento, armazenamento, comercialização e adequação sanitária da atividade. A Tabela 6 apresenta a distribuição dos principais setores da Maré Gourmet e suas respectivas funções. O fluxo operacional foi estruturado considerando

princípios do sistema APPCC, visando reduzir riscos de contaminação cruzada e garantir maior controle sanitário ao longo das etapas de processamento e comercialização dos produtos.

Tabela 6 - Distribuição dos setores da Maré Gourmet, respectivas funções e áreas (m²).

SETOR	FUNÇÃO	ÁREA
Recepção de matéria-prima	Recebimento, conferência e inspeção	9,3 m²
Área de descarte e resíduos	Armazenamento temporário de resíduos	2,3 m²
Câmara fria de matéria-prima	Armazenamento refrigerado	5,0 m²
Área de beneficiamento	Limpeza, corte e preparo dos pescados	15,9 m²
Área de defumação	Processamento dos produtos defumados	6,2 m²
Área de embalagens	Armazenamento de embalagens e insumos	12,0 m²
Câmara fria produto final		9,0 m²
Área de vendas	Atendimento ao público e exposição dos produtos	40,3 m²
Banheiro para clientes	Atendimento ao público	2,5 m²
Área de apoio e sanitário dos funcionários	Uso operacional interno	3,0 m²
Área de higienização das mãos		1,3 m²
Estoque seco e embalagens	Armazenamento de embalagens e insumos	4,5 m²
Administração	Controle administrativo e financeiro	11,7 m²
Copa/refeitório	Apoio aos colaboradores	7,3 m²

10.3.1 Recepção de matéria-prima

A área de recepção de matéria-prima possui aproximadamente 9,3 m² e será destinada ao recebimento, conferência e inspeção inicial dos pescados e demais insumos utilizados no empreendimento. O setor contará com bancada em aço inox, pia para higienização inicial e piso impermeável antiderrapante, facilitando os procedimentos de limpeza e controle sanitário.

10.3.2 Área de descarte e resíduos

A área de descarte e resíduos possui aproximadamente 2,3 m² e será utilizada para armazenamento temporário de resíduos provenientes do beneficiamento dos pescados. O espaço foi planejado de forma isolada das áreas limpas, contribuindo para redução dos riscos de contaminação cruzada e adequada organização do fluxo operacional.

10.3.3 Câmara fria de matéria-prima

A câmara fria destinada à matéria-prima possui área aproximada de 5,0 m² e será utilizada para armazenamento refrigerado inicial dos pescados antes do processamento. O ambiente permitirá a manutenção adequada da cadeia de frio, contribuindo para a preservação da qualidade e segurança microbiológica dos produtos. O setor contará com unidade de refrigeração adequada, prateleiras metálicas e controle de temperatura compatível com o armazenamento de produtos de origem pesqueira, favorecendo a conservação da matéria-prima e redução dos riscos de deterioração.

10.3.4 Área de beneficiamento

A área de beneficiamento possui aproximadamente 15,9 m² e será destinada às etapas de limpeza, corte, filetagem e preparo dos pescados. O setor contará com mesas e bancadas em aço inox, pia para higienização dos produtos, lavatório exclusivo para higienização das mãos, balança digital, freezer de apoio, máquina de corte e utensílios utilizados no processamento dos pescados, respeitando as exigências higiênico-sanitárias aplicáveis ao processamento de alimentos. O ambiente será composto por superfícies laváveis, piso impermeável antiderrapante e sistema adequado de drenagem, facilitando os procedimentos de limpeza e contribuindo para redução dos riscos de contaminação.

10.3.5 Área de defumação

A área de defumação possui aproximadamente 6,2 m² e será destinada ao processamento dos produtos defumados comercializados pela empresa. O ambiente contará com defumador apropriado, bancadas em aço inox, sistema de ventilação/exaustão e equipamentos auxiliares para controle do processamento, permitindo maior padronização e segurança durante a produção. O setor foi planejado de forma separada das demais áreas de manipulação, visando reduzir interferências no fluxo operacional e garantir condições adequadas para o processamento controlado dos produtos defumados, contribuindo para agregação de valor e diferenciação comercial do empreendimento.

10.3.6 Área de embalagem

A área de embalagem possui aproximadamente 12 m² e será destinada às etapas de embalagem, selagem e rotulagem dos produtos processados. O setor contará com bancada em aço inox, máquina de embalagem a vácuo, seladora, balança digital e estantes de apoio para organização das embalagens e produtos processados, contribuindo para conservação, padronização e apresentação comercial dos alimentos. Após a finalização das etapas de embalagem, os produtos serão encaminhados para a câmara fria de produto final, favorecendo a manutenção da cadeia de frio e preservação da qualidade dos produtos até a

comercialização. O ambiente foi posicionado entre as áreas de processamento e armazenamento final refrigerado, contribuindo para o fluxo operacional e redução dos riscos de contaminação cruzada.

10.3.7 Câmara fria de produto final

A câmara fria de produto final possui aproximadamente 9 m² e será destinada ao armazenamento refrigerado dos produtos processados e embalados antes da comercialização. O ambiente auxiliará na manutenção da qualidade, conservação e segurança microbiológica dos alimentos até a etapa de venda. O setor contará com unidade de refrigeração adequada, prateleiras metálicas e controle de temperatura.

10.3.8 Área de vendas

A área de vendas possui aproximadamente 40,3 m² (Figura 21) e será destinada ao atendimento ao público e exposição dos produtos comercializados pela Maré Gourmet. O espaço contará com balcões refrigerados, freezers expositores, gôndolas, expositores para produtos complementares, balança comercial, caixa para atendimento e área de circulação adequada para os consumidores. O setor foi planejado visando proporcionar organização, praticidade e adequada exposição dos produtos refrigerados e não refrigerados, contribuindo para melhor experiência de compra e valorização comercial dos produtos ofertados.



Figura 21 - Área de vendas da Maré Gourmet, elaborado com auxílio ChatGPT (OpenAI), 2026.

10.3.9 Banheiro para clientes

O banheiro destinado aos clientes possui aproximadamente 2,5 m² e estará localizado junto à área de vendas, permitindo acesso facilitado ao público sem interferência nas áreas operacionais do empreendimento.

10.3.10 Área de apoio e sanitário dos funcionários

O vestiário dos funcionários possui aproximadamente 3 m² e será destinado à troca de uniformes e armazenamento de equipamentos de proteção individual (EPIs). Já o sanitário dos funcionários contará com área aproximada de 3 m², incluindo vaso sanitário, lavatório e chuveiro, proporcionando adequadas condições de higiene aos colaboradores.

10.3.11 Área de higienização das mãos

A área de higienização das mãos possui aproximadamente 1,3 m² e foi posicionada estrategicamente próxima às áreas de produção, visando reforçar os procedimentos de higiene pessoal antes da entrada nos setores de manipulação de alimentos.

10.3.12 Estoque seco e embalagens

O estoque seco possui aproximadamente 4,5 m² e será destinado ao armazenamento de embalagens, temperos, insumos secos e materiais de apoio operacional, garantindo adequada organização e separação sanitária dos produtos. O setor contará com estantes metálicas para armazenamento dos materiais e adequada ventilação, favorecendo a organização e conservação dos insumos utilizados no empreendimento.

10.3.14 Administração

A área administrativa possui aproximadamente 11,7 m² e será destinada às atividades de controle financeiro, gestão operacional e organização administrativa do empreendimento. O setor contará com mesa de trabalho, computador, impressora, armários para armazenamento de documentos e materiais administrativos.

10.3.15 Copa/refeitório

A copa/refeitório possui aproximadamente 7,3 m² e será destinada ao apoio dos colaboradores durante os intervalos de trabalho e realização das refeições. O ambiente contará com mesa de apoio, cadeiras, pia, armários, geladeira e micro-ondas, proporcionando condições adequadas e apoio aos funcionários durante a jornada de trabalho.

11. OPERACIONAL

O planejamento operacional do empreendimento foi estruturado com foco na padronização dos processos, controle da qualidade e eficiência produtiva.

11.1 Recebimento de matéria-prima

O abastecimento de matéria-prima constitui etapa fundamental para o funcionamento do empreendimento, sendo responsável por garantir a qualidade e segurança dos produtos comercializados. Para isso, serão utilizados fornecedores previamente selecionados, priorizando critérios como procedência, regularidade de entrega e conformidade com normas sanitárias.

O empreendimento adquirirá pescados inteiros, crustáceos e moluscos, que posteriormente passarão pelas etapas de beneficiamento, limpeza, corte e padronização. Essas matérias-primas serão utilizadas tanto para comercialização de cortes quanto para a produção da linha de kits gastronômicos e defumados.

Durante o recebimento, serão avaliados critérios relacionados ao frescor e qualidade do pescado, como temperatura, odor, coloração, textura e integridade, conforme os parâmetros estabelecidos no artigo 210 do Decreto nº 9.013/2017, que dispõe sobre o Regulamento de Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal (RIISPOA) (Brasil, 2017).

11.2 Processamento e preparação

O processamento e preparação dos pescados constituem etapas essenciais para a padronização dos produtos e agregação de valor ao empreendimento. Nessa fase, os pescados passam por procedimentos de limpeza, filetagem e corte, sendo transformados em diferentes apresentações, como filés, postas e lombos, de acordo com a finalidade de cada linha de produto.

Para a linha básica, os produtos são porcionados em cortes padronizados, como filés, postas e lombos, facilitando o preparo para o consumidor. Já para a linha prática gourmet (kits gastronômicos), os pescados são cortados em porções menores, adequadas à composição dos kits, sendo posteriormente pesados e padronizados para garantir a proporção adequada entre os ingredientes e maior praticidade no preparo. Na linha defumada Premium, os cortes seguem padrões específicos que favorecem o processo de defumação, assegurando melhor absorção de sabor e uniformidade do produto final.

A padronização dos cortes será realizada com base em critérios de peso, tamanho e apresentação, visando manter a uniformidade dos produtos, facilitar o controle de custos e garantir qualidade ao consumidor. Esse processo contribui diretamente para a eficiência operacional e para a valorização dos produtos comercializados.

11.3 Processos de defumação

A defumação é uma técnica tradicional utilizada para conservação e agregação de valor aos alimentos, contribuindo para o desenvolvimento de características sensoriais específicas, como aroma, sabor e coloração. Além disso, os compostos provenientes da fumaça apresentam propriedades antioxidantes e antimicrobianas, auxiliando na conservação dos alimentos (Albishi *et al.*, 2019). A defumação tradicional ocorre através da combustão controlada da madeira, gerando fumaça que entra em contato com o alimento durante o processamento. A defumação normalmente é realizada em sua forma gasosa, mas o desenvolvimento de fumaças líquidas e sólidas são modernas possibilidades de defumação (Guillén e Manzanos, 1999).

Segundo Costa *et al.* (2022), a salga é uma etapa fundamental antes da defumação dos pescados, pois reduz a atividade de água, inibe o crescimento de microrganismos, aumenta a conservação do produto e favorece a formação da película protéica superficial, essencial para a aderência da fumaça durante o processo. Os métodos de salga podem ser classificados em seca, úmida ou mista, sendo escolhidos de acordo com as características desejadas para o produto final. Na salga seca, o sal é aplicado diretamente sobre o pescado, promovendo desidratação e conservação, a quantidade de sal depende da espécie, espessura e teor de gordura do pescado, sendo suficiente apenas para manter contato contínuo com o músculo durante todo o processo. Na salga úmida, utiliza-se frequentemente solução salina a 25%, em proporção aproximada de 2:1 entre salmoura e pescado, favorecendo a conservação por redução da atividade de água do produto. Já a salga mista combina a aplicação inicial de sal seco com posterior imersão em salmoura, reunindo as vantagens de ambos os métodos e contribuindo para a qualidade sensorial e tecnológica do produto.

A defumação pode ser realizada a quente ou a frio. Na defumação a frio, o pescado é exposto à fumaça em temperaturas reduzidas, geralmente inferiores a 30° C, preservando características próximas ao pescado cru. Já a defumação a quente, utiliza temperaturas mais elevadas, podendo atingir valores próximos a 80° C ou mais, promovendo simultaneamente a cocção e a defumação do pescado (Codex Alimentarius Commission, 2013).

A Maré Gourmet utilizará os dois tipos de defumação: a quente e a fria. A defumação quente será destinada a espécies de carne mais firme e cortes espessos, como filés, postas e lombos de tilápia, tambaqui, cavala e atum. A defumação fria será destinada a peixes de maior teor de gordura e elevada qualidade, como salmão e atum. Nessa modalidade, será utilizada preferencialmente filés ou lombos uniformes, que permitam a absorção homogênea da fumaça e preservam a textura delicada do pescado. Em ambos os processos, a seleção da matéria

prima, o rigor no controle das condições de processamento e tipo de salga são essenciais para garantir a segurança microbiológica, qualidade sensorial e vida útil do produto final.

11.4 Montagem dos kits gastronômicos

A montagem dos kits gastronômicos constitui uma das principais estratégias de agregação de valor do empreendimento, sendo desenvolvida com o objetivo de oferecer praticidade, padronização e facilidade no preparo de pratos à base de pescado. Os kits serão comercializados em porções com peso médio aproximado de 1 kg, compostas por diferentes espécies de pescados e frutos do mar, previamente selecionados, higienizados e porcionados. Além disso, cada kit será acompanhado por um sachê de tempero, instruções básicas de preparo e sugestão de receita (Apêndice A), proporcionando ao consumidor uma solução prática para elaboração das refeições.

A composição dos kits foi definida com base em preparações tradicionais, buscando equilíbrio entre os ingredientes, variedade de sabores e viabilidade operacional. A composição detalhada, pesos dos ingredientes e valores estimados de cada kit gastronômico estão apresentados na Tabela 7, enquanto as formulações completas e detalhamento dos custos encontram-se no Apêndice B. Os kits serão comercializados sob congelamento, visando maior conservação. Os valores estimados de comercialização consideram custos relacionados à matéria-prima, beneficiamento, embalagem e agregação de valor dos produtos.

Tabela 7 - Composição e valor estimado dos kits gastronômicos.

KIT	COMPOSIÇÃO	PESO MÉDIO	CUSTO ESTIMADO	VALOR PARA COMERCIALIZAÇÃO
Caldeirada	Peixe (300 g), camarão (250 g), lula (100 g), polvo (100 g), mariscos (230 g) e tempero (25 g)	1 kg	R\$ 33,87	R\$ 74,51
Mariscada	Camarão (250 g), marisco (250 g), mexilhão (200 g), sururu (150 g), carne de siri (150 g) e tempero (25 g)	1 kg	R\$ 35,77	R\$ 71,57
Paella	Camarão (400 g), lula (200 g), polvo (200 g), mexilhão (200 g) e tempero (25 g)	1 kg	R\$ 38,53	R\$ 77,06
Fideuá	Camarão (650 g), lula (250 g), macarrão cabelo de anjo (500 g) e tempero (25 g)	1 kg	R\$ 32,62	R\$ 65,24

11.5 Embalagens

As embalagens desempenham papel fundamental no empreendimento, sendo responsáveis não apenas pela conservação dos produtos, mas também pela valorização, padronização e apresentação ao consumidor. Serão adotados diferentes tipos de embalagens, de acordo com as características de cada linha de produto (Figura 22).



Figura 22 - Proposta ilustrativa das embalagens utilizadas pela Maré Gourmet, elaborado com auxílio ChatGPT (OpenAI) 2026.

Para a linha defumada, será utilizada embalagem a vácuo preta associada a aplicação de *sleeve* parcial em papel cartão laminado resistente a umidade, oferecendo maior

durabilidade, segurança microbiológica e preservação das características sensoriais do produto. Para a linha básica e para os kits gastronômicos, serão utilizadas bandejas plásticas pretas seladas por meio de termo selagem com filme plástico transparente. Na linha básica, serão aplicados adesivos personalizados produzidos em material resistente à refrigeração e umidade, buscando melhor relação custo-benefício sem comprometer a apresentação visual dos produtos. Para os kits gastronômicos, serão utilizados *sleeves* parciais resistentes à umidade, contribuindo para fortalecimento da identidade visual da marca. Todas as embalagens contarão com rotulagem adequada, contendo informações obrigatórias como tabela nutricional, data de fabricação, prazo de validade e lote, garantindo transparência ao consumidor e conformidade com as normas sanitárias vigentes.

11.6 Fluxo operacional

O fluxo operacional do empreendimento foi estruturado de forma sequencial, visando garantir eficiência produtiva, organização dos processos e segurança dos produtos comercializados. As etapas compreendem desde o recebimento da matéria-prima até a disponibilização dos produtos para venda (**Figura 23**).

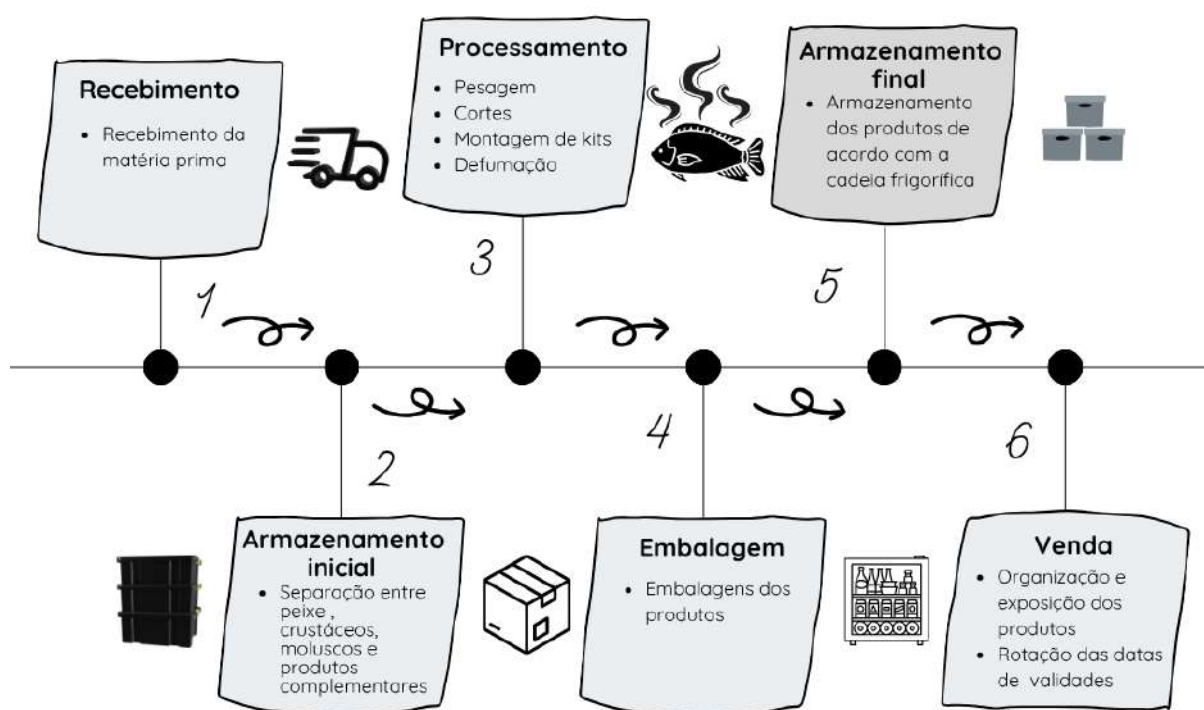


Figura 23 - Fluxo operacional simplificado das etapas produtivas da Maré Gourmet.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

11.7 Controle de qualidade

A qualidade de pescados está relacionada ao controle rigoroso de higiene e temperatura, validade e padronização dos processos. As práticas de higiene deverão ser mantidas em todas as etapas do processo produtivo, desde o recebimento até a exposição para comercialização, incluindo a sanitização de superfícies, equipamentos e a correta assepsia dos manipuladores, evitando contaminações cruzadas, conforme recomendado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa, 2004).

O controle de temperatura é essencial para preservar as características sensoriais e microbiológicas do pescado, devendo-se manter a cadeia do frio de forma contínua, com armazenamento refrigerado ou congelado, de acordo com normas estabelecidas pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (Mapa, 2017).

A validade dos produtos deverá ser criteriosamente monitorada, com rotulagem adequada e sistema de rastreabilidade, garantindo que apenas alimentos dentro do prazo sejam comercializados, conforme diretrizes do Codex Alimentarius Commission, (2013). Além disso, será adotado o sistema PEPS (primeiro que entra, primeiro que sai), baseado na identificação dos lotes e datas de processamento, visando assegurar adequada rotatividade dos estoques e redução de perdas operacionais.

A padronização dos processos assegura a uniformidade na qualidade final, facilitando o controle operacional e o atendimento às normas sanitárias vigentes, contribuindo para a segurança alimentar e a confiança do consumidor, como destacado pela FAO (2020).

12. RECURSOS HUMANOS

Considerando a estrutura operacional proposta para a Maré Gourmet e a expectativa de crescimento gradual da demanda, optou-se por uma equipe enxuta composta pelo proprietário e três colaboradores fixos. Essa estrutura foi dimensionada para atender uma produção estimada de aproximadamente 600 kg de produtos comercializados por mês, volume considerado compatível com a realidade operacional de uma peixaria de pequeno porte.

Em períodos de maior consumo de pescados, especialmente durante a Semana Santa, Natal, Ano Novo e demais feriados prolongados, a empresa poderá complementar sua equipe por meio da contratação de trabalhadores em regime intermitente, conforme previsto no Art. 452-A da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), incluído pela Lei nº 13.467/2017. Essa modalidade permite maior flexibilidade operacional, possibilitando adequar a quantidade de

mão de obra à demanda sazonal sem elevar permanentemente os custos fixos da empresa. Os trabalhadores contratados em regime intermitente possuem os mesmos direitos trabalhistas proporcionais dos empregados convencionais. Dessa forma, a empresa consegue equilibrar a necessidade de reforço operacional em períodos de pico de vendas com a responsabilidade financeira do negócio.

12.1 Descrição dos recursos humanos

- **Proprietário (Pró-labore)**

Principais atribuições:

- Gestão financeira e administrativa;
- Controle de custos e resultados;
- Planejamento estratégico;
- Compras e negociação com fornecedores;
- Controle de estoque;
- Marketing digital e relacionamento com clientes;
- Supervisão das operações;
- Apoio às vendas e ao beneficiamento quando necessário.

Horário de trabalho:

- Segunda a sexta-feira: 9h às 18h;
- Sábado: 8h às 17h.

- **Atendente**

Principais atribuições:

- Atendimento ao cliente;
- Operação de caixa;
- Reposição de mercadorias;
- Organização e limpeza da área de vendas;
- Conferência de preços e etiquetas;
- Auxílio no recebimento de mercadorias;

Horário de trabalho:

- Segunda a sexta-feira: 9h às 18h;
 - Sábado: 8h às 17h;
 - Intervalo de 1 hora para refeição.
- Auxiliar de Beneficiamento

Principais atribuições:

- Recebimento e conferência das matérias-primas;
- Filetagem, corte e porcionamento dos pescados;
- Processamento dos produtos;
- Embalagem e rotulagem;
- Produção dos produtos defumados;
- Organização das câmaras frias;
- Controle de qualidade e boas práticas de manipulação.

Horário de trabalho:

- Segunda a sábado: 8h às 17h;
 - Intervalo de 1 hora para refeição.
- **Auxiliar Operacional**

Principais atribuições:

- Apoio ao beneficiamento;
- Embalagem e armazenamento dos produtos;
- Organização do estoque;
- Limpeza e higienização das áreas produtivas;
- Movimentação de mercadorias;
- Reposição da loja;
- Apoio ao atendimento nas sextas-feiras e sábados.

Horário de trabalho:

- Segunda a sexta-feira: 9h às 18h;
- Sábado: 8h às 17h;
- Intervalo de 1 hora para refeição.

13. PLANO FINANCEIRO

A elaboração do plano financeiro da Maré Gourmet Pescados foi baseada na metodologia proposta pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), descrita no manual *Como Elaborar um Plano de Negócios* (Sebrae, 2013). A análise financeira busca estimar os investimentos necessários, os custos operacionais, as receitas projetadas, a necessidade de capital de giro e os indicadores de viabilidade econômica (Ridwan, Syah e Kustiawan, 2025).

Para a construção das projeções financeiras foi utilizado o sistema PNBOX – Plano de Negócios Online, ferramenta desenvolvida pelo Sebrae para auxiliar empreendedores na elaboração e avaliação de planos de negócios. O sistema permite a organização dos investimentos, custos fixos e variáveis, formação do preço de venda, projeções de faturamento e geração automática de indicadores econômico-financeiros, tais como lucratividade, rentabilidade, ponto de equilíbrio, prazo de retorno do investimento (*payback*) e fluxo de caixa (Sebrae, 2026).

Todas as tabelas financeiras, demonstrativos e análises econômicas apresentados neste estudo foram elaborados com auxílio do PNBOX, a partir dos dados operacionais e mercadológicos definidos para o empreendimento. As planilhas completas geradas pelo sistema encontram-se disponibilizadas nos Apêndices, permitindo a rastreabilidade dos cálculos e a conferência detalhada dos resultados obtidos.

Considerando que o PNBOX realiza as projeções financeiras apenas para o primeiro ano de operação, as estimativas para o segundo e terceiro anos foram elaboradas de forma complementar, adotando-se, para este estudo, crescimento anual de 10% na receita bruta, 8% nos custos variáveis e 4% nos custos fixos. Essas premissas foram definidas com base na expectativa de consolidação gradual da Maré Gourmet.

13.1 Estimativa de investimento inicial

Para abertura do empreendimento, incluindo gastos iniciais, reformas, equipamentos, móveis e capital de giro para um estoque mínimo, será necessário um investimento inicial de R\$ 167.648,54, como especificado na Tabela 8, com 100% de recursos próprios.

Tabela 8 - Estimativa do investimento inicial da Maré Gourmet.

N	DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)	%
1	Investimento fixo	R\$ 55.525,67	32,12%
2	Investimento pré-operacional	R\$ 17.863,17	10,65%
3	Estoque inicial	R\$ 41.841,15	24,96%
4	Capital de giro	R\$ 52.418,56	31,27%
	TOTAL DOS INVESTIMENTOS	R\$ 167.648,54	100%

13.1.1 Fontes de recursos

Segundo Dornelas (2023), uma estrutura financeira estável e com baixo nível de endividamento favorece a sustentabilidade do negócio, especialmente no início, quando as receitas ainda estão sendo consolidadas. Nesse cenário, optar por começar as atividades sem financiamentos contribui para uma administração financeira mais estável e diminui os perigos ligados às variações do mercado. Essa tática diminui os gastos relacionados ao pagamento de juros e encargos financeiros, possibilitando que uma parte maior da receita seja destinada ao capital de giro, compra de estoques e investimentos no desenvolvimento da empresa. Além disso, a falta de dívidas amplia a independência dos gestores na tomada de decisões e diminui a pressão sobre o fluxo de caixa, elemento considerado essencial para a sobrevivência de novos negócios.

13.1.2 Investimento fixo

O investimento fixo corresponde aos recursos destinados à aquisição dos bens permanentes necessários para a implantação e operacionalização da empresa. Nesta categoria estão incluídos equipamentos de processamento e conservação de pescados, mobiliário, utensílios, equipamentos de informática, sistemas de refrigeração e demais itens indispensáveis ao funcionamento das atividades produtivas, administrativas e comerciais do empreendimento. Com base no levantamento realizado por meio do sistema PNBOX do Sebrae, o investimento fixo total estimado para a implantação da Maré Gourmet Pescados é de R\$ 55.525,67, contemplando os principais equipamentos e estruturas necessários para o início das operações.

13.1.3 Investimentos pré-operacionais

Os investimentos pré-operacionais correspondem aos gastos realizados antes do início efetivo das atividades da empresa, sendo necessários para viabilizar sua implantação e funcionamento. Para a Maré Gourmet, esses investimentos contemplam despesas com legalização e regularização do empreendimento (registro da empresa, da marca), taxas e licenças, reformas e adequações da estrutura física (construções de divisórias, revestimentos, pintura, adequações para o beneficiamento, instalações elétricas e hidráulicas) ações de marketing e lançamento da marca e aquisição de uniformes. Tais investimentos são fundamentais para garantir que a empresa inicie suas operações em conformidade com as exigências legais, sanitárias e operacionais. O investimento pré-operacional estimado para a implantação da Maré Gourmet Pescados é de R\$ 17.863,16.

13.1.4 Capital de giro

O capital de giro corresponde aos recursos financeiros necessários para manter as atividades operacionais da empresa durante seu funcionamento, garantindo a cobertura das despesas correntes e a continuidade das operações. Para a Maré Gourmet, o capital de giro foi estimado com base na necessidade de manutenção de estoque inicial e no caixa mínimo operacional, assegurando recursos suficientes para aquisição de mercadorias, pagamento de despesas e suporte às atividades da empresa nos primeiros meses de funcionamento. Existe uma necessidade de capital de giro estimada em R\$ 52.418,56.

13.1.4.1 Caixa mínimo

O caixa mínimo corresponde aos recursos financeiros necessários para garantir a continuidade das operações da empresa, cobrindo as despesas decorrentes do ciclo operacional até o recebimento das receitas provenientes das vendas. Sua estimativa foi

realizada, considerando os prazos médios de estoque, recebimento e pagamento definidos para o empreendimento. Para a Maré Gourmet, foi considerado um prazo médio de estocagem de 30 dias, prazo médio de recebimento de 4 dias e prazo médio de pagamento de 15 dias, resultando em um ciclo financeiro de 19 dias. Além disso, foi prevista uma reserva financeira de R\$ 10.000,00 para auxiliar na manutenção da liquidez e no enfrentamento de eventuais oscilações operacionais.

13.1.4.2 Estimativa de estoque

A estimativa de estoque contempla os recursos necessários para aquisição de matérias-primas, insumos, embalagens e demais materiais indispensáveis ao funcionamento da empresa. Para a Maré Gourmet, foi adotado um prazo médio de reposição de estoque de 30 dias, considerando a necessidade de manter produtos suficientes para atender à demanda prevista, garantindo a continuidade das operações e reduzindo o risco de desabastecimento. O estoque constitui uma parcela importante do capital de giro, uma vez que representa recursos financeiros investidos antes da efetivação das vendas. O estoque mínimo foi estimado em R\$ 41.841,15.

13.2 Estimativa de faturamento

A estimativa de faturamento da Maré Gourmet foi elaborada com base na projeção do volume mensal de vendas de cada categoria de produtos comercializados pelo empreendimento, considerando todas as linhas de produção, itens de empório, bebidas e demais produtos complementares. Para a definição das receitas, foram utilizados os preços de venda praticados no mercado regional e uma estimativa de demanda compatível com a capacidade operacional da empresa de pequeno porte. A estimativa de faturamento foi de R\$ 69.280,00. A estimativa de faturamento considerou a sazonalidade característica do mercado de pescados. Para o mês de abril, foi projetado um acréscimo de 30% no faturamento em relação aos demais meses, em razão do aumento da demanda durante a Semana Santa e a Páscoa, período tradicionalmente marcado pelo maior consumo de peixes e frutos do mar. Para o mês de dezembro, adotou-se um incremento de 20%, considerando o aumento das vendas decorrente das festividades de Natal e Ano-Novo. Nos demais meses do ano, foi mantida a projeção de faturamento regular.

13.3 Estimativa de custos operacionais

13.3.1 Custo variável

Os custos variáveis correspondem às despesas que variam de acordo com o volume de vendas do empreendimento. Dessa forma, quanto maior o faturamento, maior será o consumo de insumos e a incidência de tributos. Na Maré Gourmet, foram considerados como custos variáveis a aquisição de pescados e frutos do mar, ingredientes utilizados no beneficiamento e na fabricação dos produtos, embalagens, bebidas, produtos de revenda, além dos tributos incidentes sobre o faturamento. Esses custos foram estimados com base na previsão de vendas para cada produto comercializado. Todas as tabelas detalhadas estão no relatório do PNBOX.

13.3.1.1 Tributos

A Maré Gourmet será enquadrada no Simples Nacional, regime tributário destinado às micro e pequenas empresas, no qual os principais tributos federais, estaduais e municipais são recolhidos de forma unificada por meio do Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS). Neste regime, estão incluídos tributos como o Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ), Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), Programa de Integração Social (PIS/Pasep), Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS), Contribuição Patronal Previdenciária (CPP), Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e, quando aplicável, o Imposto sobre Serviços (ISS). Considerando a projeção de faturamento anual de aproximadamente R\$ 860.000,00, o empreendimento enquadra-se na 4ª faixa do Anexo I (Comércio), cuja alíquota nominal é de 10,7%. Entretanto, conforme a Lei Complementar nº 123/2006 (BRASIL, 2006), a apuração do tributo considera uma parcela a deduzir, fixada em R\$ 22.500,00 para essa faixa de faturamento. Dessa forma, a tributação ocorre por meio da alíquota efetiva, estimada em 8,08% sobre o faturamento bruto, resultando em um recolhimento mensal aproximado de R\$ 5.597,84, de acordo com a receita projetada.

13.3.2 Custos fixos

Os custos fixos compreendem as despesas necessárias para a manutenção das atividades da empresa que, em condições normais de operação, permanecem relativamente constantes independentemente do volume de vendas. Para a Maré Gourmet, foram considerados gastos com mão de obra, aluguel, energia elétrica, água, internet e telefonia, honorários contábeis, materiais de escritório e limpeza, marketing, depreciação, além de taxas e licenças obrigatórias para o funcionamento do estabelecimento.

13.3.2.1 Mão de obra

A folha de pagamento representa os custos relacionados à contratação e manutenção da equipe necessária para o funcionamento da empresa, sendo composta por proventos, descontos e encargos sociais incidentes sobre a remuneração dos colaboradores. Para a operação da Maré Gourmet foram considerados três colaboradores, distribuídos entre as atividades de atendimento ao cliente, beneficiamento dos produtos e apoio operacional, além da remuneração do administrador por meio de pró-labore.

Os cálculos da folha de pagamento foram elaborados considerando a legislação trabalhista e previdenciária vigente, contemplando salário-base, provisão de férias, adicional constitucional de férias, décimo terceiro salário, aviso prévio, vale-refeição e respectivos encargos sociais. Para os empregados foram considerados os descontos de contribuição previdenciária ao Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) (Brasil, 1991), aplicados de forma progressiva conforme as faixas salariais estabelecidas pela legislação previdenciária vigente. Não houve incidência de Imposto de Renda Retido na Fonte (IRRF) sobre os salários dos colaboradores, uma vez que os valores líquidos projetados permanecem abaixo da faixa de tributação estabelecida pela Receita Federal (Brasil, 2025).

Além dos valores pagos aos colaboradores, foram considerados os encargos trabalhistas e previdenciários de responsabilidade da empresa, o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) (Brasil, 1990), provisão da multa rescisória do FGTS, férias, adicional de férias, décimo terceiro salário e aviso prévio. O pró-labore do administrador foi fixado em R\$5.000,00 mensais, incidindo apenas a contribuição previdenciária ao INSS, não havendo recolhimento de FGTS sobre essa remuneração.

No regime tributário do Simples Nacional, não há incidência de contribuição previdenciária patronal de 20% sobre a folha de pagamento, uma vez que essa obrigação é substituída pelo recolhimento unificado do Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS). Dessa forma, os encargos previdenciários patronais estão incluídos no regime simplificado.

Para a composição dos custos com pessoal foram utilizadas as seguintes referências:

- INSS do empregado: contribuição progressiva conforme faixas estabelecidas pela legislação previdenciária vigente;
- FGTS: 8% sobre a remuneração mensal dos empregados;
- Multa rescisória do FGTS: 40% sobre o saldo acumulado dos depósitos de FGTS,

provisionada para fins de planejamento financeiro;

- Provisão de férias: equivalente a 1/12 da remuneração anual;
- Adicional de férias: 1/3 sobre o valor das férias;
- Provisão de décimo terceiro salário: equivalente a 1/12 da remuneração mensal;
- Provisão de aviso prévio: equivalente a 1/12 da remuneração mensal.

Dessa forma, a Tabela 9 apresenta a composição detalhada da folha de pagamento projetada para a Maré Gourmet.

Tabela 9 - Demonstrativo dos Custos com remunerações e encargos trabalhistas da Maré Gourmet.

FOLHA DE PAGAMENTO				
DESCRIÇÃO	CARGOS			
Proventos	Atendente	Ajudante	Auxiliar de Beneficiamento	Pró-labore
Salário Bruto	R\$ 1.750,00	R\$ 1.750,00	R\$ 1.850,00	R\$ 5.000,00
Férias	R\$ 145,83	R\$ 145,83	R\$ 154,17	
Adicional de Férias (1/3)	R\$ 48,61	R\$ 48,61	R\$ 51,39	
13 Salário	R\$ 145,83	R\$ 145,83	R\$ 154,17	
Aviso prévio	R\$ 145,83	R\$ 145,83	R\$ 154,17	
Vale Refeição	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	
Total de Proventos	R\$ 2.486,11	R\$ 2.486,11	R\$ 2.613,89	R\$ 5.000,00
Descontos				
INSS	R\$ 133,19	R\$ 133,19	R\$ 142,19	R\$ 501,51
INSS Férias	R\$ 11,10	R\$ 11,10	R\$ 11,85	R\$ 41,79
INSS Adicional de Férias	R\$ 3,70	R\$ 3,70	R\$ 3,95	R\$ 13,93
INSS 13 salário	R\$ 11,10	R\$ 11,10	R\$ 11,85	R\$ 41,79
IR	Isento	Isento	Isento	Isento

Total de Descontos	R\$ 159,08	R\$ 159,08	R\$ 169,83	R\$ 501,51
Recolhimento FGTS				
FGTS	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 148,00	
FGTS Férias	R\$ 11,67	R\$ 11,67	R\$ 12,33	
FGTS Adicional de Férias	R\$ 3,89	R\$ 3,89	R\$ 4,11	
FGTS 13 salário	R\$ 11,67	R\$ 11,67	R\$ 12,33	
FGTS Aviso prévio	R\$ 11,67	R\$ 11,67	R\$ 12,33	
Multa FGTS	R\$ 71,56	R\$ 71,56	R\$ 75,64	
Total FGTS a recolher	R\$ 250,44	R\$ 250,44	R\$ 264,76	
RESUMO				
Salário Líquido (S. Bruto- INSS+Vale refeição)	R\$ 1.866,82	R\$ 1.866,82	R\$ 1.957,82	R\$ 5.000,00

13.3.2.2 Energia elétrica

O consumo de energia elétrica da Maré Gourmet foi estimado com base na potência nominal dos equipamentos, no tempo médio diário de utilização e na frequência de operação mensal, considerando as características operacionais de uma peixaria de pequeno porte. Para os equipamentos de refrigeração e climatização, como câmaras frias, freezers, balcões frigoríficos, expositores refrigerados e aparelhos de ar-condicionado, foi adotado um fator de utilização, considerando que esses equipamentos permanecem energizados durante grande parte do dia, porém não operam continuamente em potência máxima, uma vez que seus compressores são acionados apenas quando necessário para manter a temperatura programada.

Para a estimativa do custo de energia foi utilizada como referência a tarifa convencional do Grupo B3 – Comercial, Serviços e Outras Atividades da Neoenergia Pernambuco, conforme regulamentação vigente da Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) a partir de 04/2026 de R\$0,799/kWh (Anexo 1). Entretanto, visando à redução dos

13.3.2.3 Água

O consumo de água da Maré Gourmet foi estimado considerando as atividades de beneficiamento dos pescados, higienização de equipamentos, utensílios e instalações, além do consumo destinado aos colaboradores e clientes. Para a projeção financeira, adotou-se um consumo médio de 20 m³/mês, resultando em um custo estimado de R\$ 206,78 mensais, calculado com base na estrutura tarifária da Companhia Pernambucana de Saneamento (COMPESA) para a categoria comercial, vigente à época da elaboração deste estudo (COMPESA, 2025).

13.3.2.4 Depreciação

A depreciação foi calculada pelo método das quotas constantes (depreciação linear), conforme os critérios estabelecidos pelo Decreto nº 9.580, de 22 de novembro de 2018 (Regulamento do Imposto sobre a Renda). A depreciação corresponde à perda de valor dos bens do ativo imobilizado decorrente do desgaste pelo uso, da ação da natureza e da obsolescência, sendo a quota anual determinada pela aplicação da taxa de depreciação sobre o custo de aquisição do bem, considerando sua vida útil econômica. Para a depreciação dos bens permanentes da Maré Gourmet foram adotadas as taxas de depreciação estabelecidas pela Receita Federal para cada categoria de bem, sendo de 10% ao ano para máquinas, equipamentos, móveis e utensílios, correspondendo a uma vida útil estimada de 10 anos e 20% ao ano para computadores e periféricos com vida útil estimada em 5 anos. Com base nesses critérios, a depreciação total estimada é de R\$ 5.374,85 por ano, equivalente a R\$ 447,90 mensais.

13.3.2.5 Outros gastos fixos

- Internet e telefone

As despesas com internet e telefonia correspondem aos serviços de comunicação utilizados nas atividades administrativas e operacionais da Maré Gourmet, possibilitando o atendimento aos clientes, a comunicação com fornecedores, a emissão de documentos fiscais, o funcionamento do sistema de gestão e a divulgação da empresa nos canais digitais. Foi considerado um plano no valor de R\$ 160,00 mensais, contemplando internet banda larga por fibra óptica de 600 Mbps e um plano de telefonia móvel com franquia de 60 GB de dados.

- Material de escritório

Os materiais de escritório compreendem itens de consumo utilizados nas rotinas administrativas, como papel sulfite, canetas, etiquetas, toners e demais materiais necessários para controles internos e atividades de gestão do empreendimento. Foi considerado R\$ 75,00 mensais.

- Material de limpeza

As despesas com material de limpeza incluem produtos destinados à higienização das instalações, equipamentos e utensílios da peixaria, tais como detergentes, desinfetantes, álcool 70%, papel-toalha, panos de limpeza, sacos para resíduos e demais itens essenciais para a manutenção das condições de higiene, em conformidade com as boas práticas de manipulação de alimentos, e totalizaram R\$ 250,00 mensais.

- Honorários contábeis

As despesas com serviços contábeis foram estimadas em R\$ 500,00 mensais, valor compatível com a contratação de um escritório de contabilidade para empresas enquadradas no Simples Nacional, contemplando os serviços de processamento da folha de pagamento, tributos e assessoria contábil.

14. INDICADORES DE VIABILIDADE ECONÔMICA

Os indicadores de viabilidade econômica e financeira constituem importantes ferramentas para avaliar a atratividade e a sustentabilidade de um empreendimento. Por meio deles, é possível analisar a capacidade do negócio de gerar lucro, remunerar o capital investido, recuperar o investimento inicial e produzir retorno econômico ao longo do tempo (Poseda, 2020).

14.1 Margem de contribuição

A margem de contribuição corresponde à diferença entre a receita de vendas e os custos e despesas variáveis. Esse indicador demonstra quanto as vendas contribuem para a cobertura dos custos fixos e para a formação do lucro, sendo amplamente utilizado na análise da viabilidade econômico-financeira de empreendimentos (Garcia-Vidal et al., 2023). A margem de contribuição anual estimada para a Maré Gourmet foi de R\$ 310.751,00, correspondente a 35,97% da receita bruta. Esse resultado indica que, após o pagamento dos custos e despesas variáveis, aproximadamente 36% da receita permanece disponível para cobrir os custos fixos e gerar lucro para o empreendimento, evidenciando uma margem compatível com o segmento de comercialização e beneficiamento de pescados.

14.2 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio representa o faturamento mínimo necessário para que a empresa seja capaz de cobrir seus custos e despesas, sem apresentar lucro ou prejuízo (Kunwar and Poudel, 2025). O PNBOX apresenta três indicadores: ponto de equilíbrio contábil, financeiro e econômico, permitindo uma análise mais abrangente da viabilidade do empreendimento.

Ponto de Equilíbrio Contábil (PEC)

O Ponto de Equilíbrio Contábil foi estimado em R\$ 694.878,49 por ano, indicando o faturamento mínimo necessário para que a Maré Gourmet cubra todos os seus custos e despesas, sem obtenção de lucro ou prejuízo.

Ponto de Equilíbrio Financeiro (PEF)

O Ponto de Equilíbrio Financeiro foi estimado em R\$ 679.919,26 anuais. Esse indicador desconsidera despesas que não representam desembolso de caixa, como a depreciação, demonstrando o faturamento mínimo necessário para manter o equilíbrio financeiro do empreendimento.

Ponto de Equilíbrio Econômico (PEE)

O Ponto de Equilíbrio Econômico foi estimado em R\$ 806.206,07 por ano, considerando um lucro desejado de R\$ 40.000,00. Esse indicador representa o faturamento necessário para que a empresa cubra seus custos e despesas e, além disso, alcance a meta de retorno estabelecida para o empreendimento.

14.3 Lucratividade

A lucratividade corresponde ao percentual da receita bruta que permanece como lucro após a dedução de todos os custos e despesas do empreendimento. Esse indicador permite avaliar a eficiência da operação em gerar resultados financeiros a partir das vendas realizadas. Para a Maré Gourmet, a lucratividade anual estimada foi de 7,06%, indicando que, a cada R\$ 100,00 em vendas, aproximadamente R\$ 7,06 são convertidos em lucro líquido para o empreendimento.

14.4 Rentabilidade

A rentabilidade representa o retorno obtido sobre o capital investido no empreendimento, indicando o percentual de ganho gerado em relação ao investimento inicial. Esse indicador permite avaliar a atratividade econômica do negócio e pode ser comparado com outras modalidades de investimento disponíveis no mercado. Para a Maré Gourmet, a rentabilidade anual estimada foi de 36,43%, indicando que o empreendimento apresenta

potencial para gerar um retorno de aproximadamente R\$ 36,43 por ano para cada R\$ 100,00 investidos.

Conforme apresentado na Tabela 11, a rentabilidade projetada para a Maré Gourmet é superior à observada em modalidades tradicionais de investimento de baixo risco, como poupança, Tesouro Selic, CDB e LCI/LCA. Entretanto, diferentemente dessas aplicações, o investimento em um empreendimento está sujeito a riscos operacionais, financeiros e mercadológicos, além de apresentar menor liquidez. Dessa forma, embora o retorno esperado seja mais elevado, o investidor assume um nível de risco superior ao das aplicações financeiras convencionais, característica inerente à atividade empresarial.

Tabela 11 - Comparação da rentabilidade da Maré Gourmet com modalidades de investimento disponíveis no mercado brasileiro.

Modalidade de investimento	Rentabilidade anual aproximada (%)	Risco	Liquidez	Tributação
Poupança	7,0%	Muito baixo	Alta	Isenta de IR
Tesouro Selic	14,5% a 15,0%	Muito baixo	Alta	IR regressivo (22,5% a 15%)
CDB (100% do CDI)	14,5% a 15,0%	Baixo	Média/Alta*	IR regressivo (22,5% a 15%)
LCI/LCA	12,5% a 14,5%	Baixo	Média*	Isenta de IR
Maré Gourmet	36,43%	Moderado	Baixa	Simples Nacional (conforme faturamento)

Fonte: Elaborado pelo autor (2026), com base no PNBOX, Banco Central do Brasil (BCB), Tesouro Direto.

Nota: A liquidez dos CDBs e das LCIs/LCAs depende das condições e do prazo de vencimento estabelecidos pela instituição financeira.

14.5 Payback simples

O *payback* corresponde ao período necessário para que o investimento inicial seja recuperado por meio dos resultados gerados pelo empreendimento. Esse indicador é amplamente utilizado na análise de viabilidade por permitir avaliar o tempo estimado para o retorno do capital investido, embora não considere o valor do dinheiro no tempo (Delapiedra-Silva *et al.*, 2022). Para a Maré Gourmet, o *payback* simples foi estimado em 26 meses, indicando que o investimento inicial deverá ser recuperado em aproximadamente 2 anos e 2 meses, considerando as premissas de receita, custos e despesas adotadas neste estudo. Esse resultado demonstra um prazo de retorno compatível com empreendimentos do setor de comércio varejista de alimentos, evidenciando a viabilidade econômica do negócio.

14.6 Valor Presente Líquido (VPL) e Taxa Interna de Retorno (TIR)

O valor presente líquido (VPL) e a taxa interna de retorno (TIR) são indicadores amplamente utilizados na análise de viabilidade econômica de investimentos. O VPL representa o valor gerado pelo empreendimento após descontar os fluxos de caixa futuros por uma taxa mínima de atratividade (TMA), indicando que o projeto é economicamente viável quando apresenta resultado positivo. Já a TIR corresponde à taxa de retorno do investimento, sendo considerada viável quando seu valor é superior à TMA adotada (Delapiedra-Silva et al., 2022).

Para este estudo, os indicadores foram calculados a partir de um fluxo de caixa projetado para 10 anos. Os três primeiros anos utilizaram os resultados financeiros gerados pelo sistema PNBOX e, para os anos subsequentes, foram adotadas as seguintes premissas: crescimento da receita bruta de 10% no segundo e terceiro anos, 8% no quarto e quinto anos, 7% no sexto e sétimo anos, 6% no oitavo ano e 5% no nono e décimo anos. Os custos variáveis foram projetados com crescimento de 8% no segundo e terceiro anos, 7% do quarto ao sétimo anos, 6% no oitavo ano e 5% no nono e décimo anos, enquanto os custos fixos foram reajustados em 4% ao ano.

Para o cálculo do VPL, foi adotada uma TMA de 15% ao ano. A definição dessa taxa considerou a remuneração de aplicações financeiras de baixo risco, influenciadas pela taxa Selic, acrescida de um prêmio compatível com o risco inerente ao investimento em um novo empreendimento. Dessa forma, a TMA representa o retorno mínimo esperado pelo investidor para justificar a aplicação dos recursos no projeto. Os resultados obtidos foram um VPL de R\$ 494.065,62 e uma TIR de 58,57% ao ano. Como o VPL apresentou valor positivo e a TIR foi superior à TMA adotada, conclui-se que o empreendimento é economicamente viável, indicando capacidade de recuperar o investimento inicial e gerar retorno financeiro superior ao mínimo esperado pelo investidor.

Tabela 12 - Fluxo de caixa projetado para Cálculo do VPL e da TIR

ANO	FLUXO DE CAIXA (R\$)
0	- 167.648,54
1	61.081,16
2	89.575,29
3	122.328,78
4	135.614,67
5	150.125,44
6	163.246,16
7	177.468,17
8	189.597,49

9	202.187,95
10	212.297,34
TMA	15,00% a. a.
VPL	R\$ 494.065,62
TIR	58,57% a. a.

14.7 Construção de cenários

Com o objetivo de avaliar a sensibilidade do empreendimento diante de possíveis variações de mercado, foi realizada uma simulação de cenários por meio do sistema PNBOX. Para o cenário otimista, considerou-se um aumento de 15% na receita anual e uma redução de 5% nos custos, enquanto, para o cenário pessimista, adotou-se uma redução de 15% na receita e um aumento de 5% nos custos.

Os resultados indicam que, no cenário provável, a empresa apresenta um resultado anual de R\$ 61.081,00. No cenário otimista, o resultado aumenta para R\$ 230.987,35, acompanhado de lucratividade de 23,23%, rentabilidade anual de 137,78% e redução do prazo de payback para 10 meses. Em contrapartida, no cenário pessimista, o empreendimento apresenta resultado negativo de R\$ 108.825,03, evidenciando que reduções nas vendas associadas ao aumento dos custos comprometem a viabilidade financeira do negócio.

Os resultados demonstram que a Maré Gourmet Pescados apresenta potencial de retorno financeiro quando mantém o desempenho esperado de vendas e o controle dos custos operacionais. Os relatórios completos da simulação de cenários, incluindo os indicadores financeiros e os gráficos gerados pelo sistema PNBOX, encontram-se apresentados nos Apêndices para consulta e conferência dos resultados.

15. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

A implementação do planejamento estratégico é fundamental, independente do tamanho da empresa, pois um planejamento estratégico adequado pode determinar a continuidade ou cessão de uma empresa. Assim, deve-se ter um rumo claro, com objetivos e metas bem estruturadas e como alcançá-las, fazendo um reconhecimento de sua posição atual e a projeção de futuro desejado (Fernández Hurtado *et al.*, 2019).

Dentre as inúmeras ferramentas de gestão utilizadas pelas empresas para desenvolver planos estratégicos ou obter vantagens competitivas, algumas se destacam mais que outras. De acordo com Chiusoli (2021), 26,9% dos gestores entrevistados utilizam a análise SWOT como parte da estratégia da empresa, independente do grau de desenvolvimento do país.

Adicionalmente, Quehaja (2017) confirmou em sua pesquisa que a análise SWOT também foi a ferramenta de gestão mais utilizada.

15.1 Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta de planejamento estratégico que avalia o ambiente interno e externo da organização por meio da identificação de forças (*Strengths*), fraquezas (*Weaknesses*), oportunidades (*Opportunities*) e ameaças (*Threats*). Seu objetivo é monitorar o ambiente organizacional, subsidiando a formulação de estratégias, a tomada de decisões e a melhoria contínua (Dos Santos, 2018).

A análise do ambiente interno busca identificar os recursos, capacidades, competências essenciais e vantagens competitivas da empresa, considerando recursos tangíveis, como instalações e equipamentos, e intangíveis, como tecnologia, imagem da marca e capital humano, que podem ser transformados em competências estratégicas (Sammut-Bonnici; Galea, 2015). No presente empreendimento, a oferta de produtos inovadores e ainda pouco explorados constitui uma vantagem competitiva, enquanto o capital de giro limitado pode restringir a obtenção de melhores condições de compra e descontos por volume.

A análise do ambiente externo considera fatores como mudanças nos hábitos de consumo, surgimento de novos mercados, concorrência e produtos substitutos (Chiavenato; Sapiro, 2003). Além disso, contempla fatores macroambientais (econômicos, tecnológicos, políticos, legais, sociais e culturais) e microambientais (consumidores, concorrentes, fornecedores e canais de distribuição) (COBRA, 2003). Nesse contexto, a crescente demanda por produtos nutritivos, autênticos e sustentáveis representa uma oportunidade para o empreendimento, enquanto fatores como inflação, taxas de juros e redução do poder de compra podem comprometer a demanda pelos produtos.

15.1.1 Forças (*Strengths*)

As forças representam os fatores internos que favorecem o desempenho do empreendimento e contribuem para sua diferenciação no mercado. Dentre as forças do empreendimento Maré Gourmet é possível destacar os seguintes elementos:

- Foco em tradição, qualidade e inovação;
- Comercialização de kits gastronômicos (paella, mariscada, caldeirada, etc.): Destacam-se pela praticidade e conveniência, pois oferecem a proporção ideal de ingredientes já limpos e porcionados, reduzindo o tempo de preparo e o desperdício;

- Produtos exclusivos e de maior valor agregado: Pescados defumados são considerados um alimento nobre e delicado, pois o processo promove uma textura macia, brilho na superfície e um aroma agradável;
- Embalagens a vácuo e cortes especiais personalizados: Auxiliam no aumento da vida útil ao remover o ar do interior da embalagem evitando a proliferação de bactérias aeróbicas. Além disso, conservam o sabor, cor e textura sem o uso de conservantes químicos;
- Atendimento especializado ao cliente: Atendimento consultivo que garante melhor experiência, através do esclarecimento de dúvidas sobre os produtos e sugestões de receitas;

15.1.2 Fraquezas (*Weaknesses*)

As fraquezas correspondem aos aspectos internos que podem limitar o crescimento ou reduzir a eficiência operacional do empreendimento. Dentre as fraquezas do empreendimento Maré Gourmet é possível destacar:

- Dependência de fornecedores específicos e baixo poder de negociação inicial: Relacionado à menor capacidade do empreendimento em obter condições comerciais mais vantajosas, como descontos por volume, prazos estendidos de pagamento, prioridade no abastecimento ou maior flexibilidade na reposição de produtos;
- Capital de giro limitado no início das operações: Influencia diretamente a capacidade de adquirir estoques, manter a reposição de produtos, arcar com despesas operacionais (energia, embalagens, transporte e mão de obra) e absorver oscilações no fluxo de caixa;
- Necessidade de mão de obra especializada: Considerando as características dos produtos comercializados, especialmente pescados frescos, defumados e itens com maior nível de beneficiamento, torna-se essencial a utilização de mão de obra especializada e capacitada em manipulação de alimentos.

Para minimizar as fraquezas, propõem-se estratégias como a realização de compras coletivas com empreendedores de setores complementares para obter melhores condições junto aos fornecedores, a implementação de um sistema de assinatura mensal para antecipação de receitas e reforço de capital de giro, e a contratação de profissionais qualificados, visando reduzir perdas e desperdícios e aumentar a eficiência operacional.

15.1.3 Oportunidades (*Opportunities*)

As oportunidades referem-se às condições externas favoráveis que podem ser aproveitadas para ampliar a atuação da empresa. Envolvem tendências de mercado, mudanças no comportamento do consumidor e possibilidades de expansão e diferenciação. Dentre as oportunidades é possível destacar:

- Crescimento do consumo de pescado nos últimos anos;
- Expansão do mercado de produtos prontos e semiprontos, especialmente pós-pandemia: O consumidor busca praticidade, economia de tempo e conveniência no preparo das refeições, fazendo com que os produtos porcionados e semiprontos ganhem espaço na rotina de consumidores que desejam manter a qualidade alimentar sem demandar longos períodos de preparo;
- Baixa concorrência direta em produtos defumados: Segmento ainda pouco explorado no mercado local, fator que permite agregar valor ao produto, ampliar o portfólio e atender consumidores que buscam experiências gastronômicas diferenciadas, praticidade e produtos de maior qualidade;
- Demanda por alimentos mais saudáveis: A tendência de consumidores que buscam produtos com maior qualidade nutricional, praticidade e menor nível de processamento industrial favorece a ampliação do consumo por serem fontes de proteínas de alto valor biológico, além de apresentarem nutrientes importantes para uma alimentação equilibrada;
- Crescimento da aquicultura regional: Amplia a oferta de pescados através da proximidade com produtores regionais, possibilitando o fortalecimento da cadeia local, maior diversidade de espécies comercializadas e oportunidades para o desenvolvimento de parcerias que agreguem qualidade e competitividade ao empreendimento;
- Possibilidade de parcerias com restaurantes, empórios e hotéis.

15.1.4 Ameaças (*Threats*)

As ameaças compreendem fatores externos que podem impactar o desempenho do empreendimento e gerar desafios ao seu desenvolvimento. Entre esses aspectos podem estar alterações econômicas, concorrência e oscilações na disponibilidade de insumos e no mercado consumidor. Dentre as ameaças para o negócio é possível destacar:

- Nicho de mercado tímido para peixes defumados: O desconhecimento sobre sabor, formas de preparo, conservação e aplicações culinárias podem limitar a intenção de compra e tornar o processo de inserção de defumados no mercado mais gradual;
- Eventuais crises de abastecimento (clima, doenças, safra reduzida): Eventos climáticos extremos, como períodos de chuvas intensas, ressacas, secas ou alterações na temperatura da água, podem dificultar a captura e afetar a produção aquícola, além disso, surtos de doenças em cultivos aquícolas podem ocasionar mortalidade elevada e restrições sanitárias;
- Concorrência crescente de grandes redes de supermercados: Podem introduzir linhas próprias de defumados, com preços competitivos, podendo comprometer o desenvolvimento do empreendimento;
- Baixa familiaridade do público com peixes defumados devido a receios sobre o sabor, conservação e preparação;
- Variação no preço dos pescados: A sazonalidade das espécies, períodos de defeso, diminuição dos estoques pesqueiros, aumento da demanda ou limitações logísticas no transporte e distribuição, podem resultar em menor oferta de pescado, aumento dos preços e instabilidade no abastecimento;
- Sazonalidade de matéria-prima: Alguns produtos têm sua disponibilidade reduzida ao longo do ano, como por exemplo, a lagosta que possui um período de defeso, sendo impossibilitada sua comercialização;
- Oscilações no custo da energia: Atingem diretamente os processos, pois podem elevar significativamente os custos operacionais.

Para minimizar as ameaças, propõem-se estratégias como o fortalecimento do marketing de conteúdo para valorizar o processo artesanal e diferenciar o produto, a diversificação de fornecedores para reduzir riscos de abastecimento, a oferta de produtos exclusivos e porções variadas para ampliar a competitividade, a adoção de uma política de preços que absorva oscilações sazonais nos custos, a formação de estoques antes do período de defeso e o uso de equipamentos energeticamente eficientes para reduzir os custos operacionais.

15.1.5 Medidas Estratégicas

A partir da realização da análise SWOT, torna-se possível a definição e o direcionamento de medidas estratégicas voltadas ao fortalecimento do empreendimento. A

interpretação integrada das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças permite estabelecer ações que potencializam vantagens competitivas, minimizem limitações internas e preparem o negócio para responder às condições do mercado, contribuindo para um crescimento mais estruturado e sustentável.

15.1.5.1 Estratégias FO (Forças + Oportunidades)

A Maré Gourmet buscará consolidar seu posicionamento como peixaria especializada por meio da valorização de produtos diferenciados e de maior conveniência, como kits gastronômicos, pescados defumados, embalagens a vácuo e atendimento especializado. Essas estratégias visam atender à crescente demanda por alimentos saudáveis e de maior valor agregado, além de fortalecer a marca por meio de parcerias com restaurantes, hotéis e empórios e do aproveitamento da expansão da aquicultura para ampliar a oferta de produtos.

15.1.5.2 Estratégias FA (Forças + Ameaças)

Para enfrentar as ameaças do mercado, a empresa utilizará seus diferenciais competitivos, como atendimento especializado, degustações e orientações de preparo, para fortalecer a confiança do consumidor e ampliar a aceitação dos produtos. A oferta de produtos de maior valor agregado, aliada ao uso de embalagens a vácuo, controle da cadeia de frio e diversificação de espécies e fornecedores, contribuirá para reduzir perdas e minimizar os impactos da concorrência, da sazonalidade e das oscilações de preços.

15.1.5.3 Estratégias FO (Fraquezas + Oportunidades)

A empresa aproveitará o crescimento do consumo de pescado e do mercado de produtos prontos e semiprontos para ampliar sua participação no segmento de pescados diferenciados. Para reduzir as limitações do nicho de produtos defumados, serão desenvolvidas ações de divulgação e educação do consumidor, além de parcerias com restaurantes, empórios e hotéis. O fortalecimento da relação com fornecedores e a manutenção de uma ampla rede de abastecimento contribuirão para melhorar o poder de negociação e reduzir riscos de desabastecimento. Adicionalmente, a implantação de um sistema de delivery auxiliará na preservação da qualidade dos produtos, ampliará as vendas e atenderá à crescente demanda por praticidade.

15.1.5.4 Estratégias FA (Fraquezas + Ameaças)

Como estratégia para reduzir a exposição aos riscos operacionais e de mercado, a Maré Gourmet adotará um crescimento gradual, associado ao controle rigoroso de estoques, planejamento de compras e monitoramento dos custos operacionais. Também será priorizada

a qualificação da equipe, visando assegurar a correta aplicação das boas práticas de higiene, conservação, controle de temperatura, prevenção da contaminação cruzada e adequada execução das etapas de preparo e armazenamento.

15.2 Análise das 5 forças competitivas

A análise das Cinco Forças Competitivas, proposta por Michael Porter (2008), é uma ferramenta de planejamento estratégico que avalia a atratividade e a competitividade de um setor por meio da análise da rivalidade entre concorrentes, ameaça de novos entrantes, poder de negociação de fornecedores e clientes e ameaça de produtos substitutos. A aplicação desse modelo à Maré Gourmet permite identificar os principais fatores que podem influenciar seu desempenho no mercado de pescados e frutos do mar.

15.2.1 Rivalidade entre os concorrentes existentes

A rivalidade no setor é elevada, devido à presença de supermercados, peixarias, mercados públicos e distribuidores especializados que competem em preço, variedade e localização. Entretanto, a oferta limitada de pescados defumados favorece o posicionamento diferenciado da Maré Gourmet, que buscará destacar-se pela qualidade dos produtos, atendimento especializado e oferta de itens gourmet.

15.2.2 Ameaça de novos entrantes

A ameaça de novos concorrentes é considerada moderada. Apesar de a abertura de uma peixaria exigir investimento inferior ao de segmentos industriais, existem barreiras relacionadas às exigências sanitárias, cadeia de frio, equipamentos, licenças, rede de fornecedores e conhecimento técnico necessário para atividades de beneficiamento e defumação.

15.2.3 Poder de barganha dos fornecedores

Os fornecedores exercem elevado poder de negociação em função da dependência de pescadores, produtores aquícolas e distribuidores especializados, além da influência da sazonalidade e das oscilações de mercado sobre a oferta de determinadas espécies. Por outro lado, Pernambuco dispõe de uma ampla rede de fornecedores e polos de aquicultura e carcinicultura, favorecendo a diversificação das fontes de abastecimento. Assim, a manutenção de parcerias comerciais e a diversificação de fornecedores constituem estratégias importantes para reduzir riscos de desabastecimento e oscilações de preços.

15.2.4 Poder de barganha dos clientes

Os consumidores apresentam elevado poder de negociação devido à ampla oferta de estabelecimentos e à facilidade de comparação de preços e qualidade. Além disso, o acesso à informação torna os clientes mais exigentes quanto à origem e segurança dos alimentos. Nesse contexto, a Maré Gourmet buscará diferenciar-se por meio de produtos defumados artesanais, qualidade padronizada, atendimento especializado e proposta gastronômica diferenciada, favorecendo a fidelização e reduzindo a sensibilidade ao preço.

15.2.5 Ameaça de produtos substitutos

A ameaça de produtos substitutos é moderada, pois o pescado concorre com outras proteínas animais, como carne bovina, suína e de frango. Entretanto, o aumento da demanda por alimentos saudáveis, os benefícios nutricionais do pescado e a elevação dos preços de outras proteínas ampliam sua competitividade. Nesse cenário, a Maré Gourmet pretende agregar valor por meio de produtos porcionados, semiprontos e defumados, oferecendo praticidade, conveniência e diferenciação ao consumidor.

16. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da viabilidade econômica da Maré Gourmet demonstrou que o empreendimento apresenta potencial de mercado e viabilidade financeira para atuação em Recife. A pesquisa de mercado confirmou a demanda por produtos de pescado com maior conveniência, qualidade e procedência, reforçando a oportunidade de negócio. Os indicadores financeiros evidenciam atratividade do investimento, com rentabilidade satisfatória, margem de contribuição capaz de sustentar a operação e prazo de retorno compatível com o setor. Assim, conclui-se que a Maré Gourmet reúne condições para se consolidar no mercado, contribuindo para a valorização dos pescados e o fortalecimento da cadeia produtiva regional.

17. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACOSTA, K. M.; MOHAMMAD, Z. H.; YU, H.; KIRKWOOD, K.; GIBSON, K.; NEAL, J. A.; SIRSAT, S. A. Changing the layout of farmers markets can affect cross-contamination. **British Food Journal**, 123 (11), 3661–3671(2021) Disponível em: <https://doi.org/10.1108/bfj-12-2020-1153> Acesso em: 21 maio 2026.

ADEYEYE, S. A. O. Defumação de peixe: uma revisão crítica. **Journal of Culinary Science & Technology**, [S. l.], v. 17, n. 6, p. 559–575, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/15428052.2018.1495590> . Acesso em: 6 jun. 2026.

AGÊNCIA PERNAMBUCANA DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (APEVISA). **Portaria Conjunta nº 199, de 27 de março de 2026**. Aprova o Regulamento Técnico de Funcionamento e Boas Práticas [...]. Recife: APEVISA, 2026. Disponível em: <https://apevisa.saude.pe.gov.br/legislacao-2/> . Acesso em: 4 jul. 2026

ALBISHI, T.; BANOUB, J. H.; DE CAMARGO, A. C.; SHAHIDI, F. Madeira de tamareira como nova fonte de antioxidantes fenólicos e no preparo de salmão defumado. **Journal of Food Bioquímica**, v. 43 n. 3, p. e 12760, 10 jan 2019. disponível em: <https://doi.org/10.1111/jfbc.12760> Acesso em: 5 jun. 2026.

ALBUQUERQUE, F. C. ; LONGO, G. O. ; WAECHTER, L. S. ; BENDER, M.; FRANÇA, F. M. Fish loss in tropical coastal ecosystems can jeopardise nutrient supply to traditional fishing communities: A case study from Northeast Brazil. *People and Nature*, v. 8, n. 5, p. 1248–1260, 2026. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/pan3.70285> Acesso em: 5 jun. 2026.

AMIN, Modhurima Dey; BADRUDDOZA, Syed; MCCLUSKEY, Jill J. Substitutes or complements? The effect of opening a food store on customer visits to neighborhood food stores. **American Journal of Agricultural Economics**, v. 108, n. 2, p. 686-705, 2026. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/ajae.12556> . Acesso em: 6 jun. 2026.

ARAÚJO, D. M.; LINS, J. L. F.; SANTOS TAVARES, A.; SILVA, J. Aspectos de aquisição e consumo de peixes na feira livre da cidade de Penedo - Alagoas. (2018). **Boletim do Instituto de Pesca**, 41(2), 429-440. Disponível em: https://institutodepesca.org/index.php/bip/article/view/41_2_429-440 aceso em: 6 jun. 2026.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PISCICULTURA. **Anuário Peixe BR da Piscicultura 2025**. São Paulo: Peixe BR, 2025. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2025/10/AnuarioPeixeBR2025.pdf> . Acesso em: 4 jul. 2026.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 17183**: sistema de análise de perigos e pontos críticos de controle (APPCC) — requisitos. Rio de Janeiro: ABNT, 2024.

BAPTISTON, L. F.; DA CUNHA, C.; OLIVEIRA, T. da S.; SCHOFFEN ENKE, D. B. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR PAULISTA DE PESCADO. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, [S. l.], v. 21, n. 1-3, p. 161–172, 2020. Disponível em: <https://www.revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/1511>. Acesso em: 5 jun. 2026.

BATEN, M. A.; WON, N. E.; SOHN, J. H.; KIM, J. S.; MOHIBBULLAH, M.; CHOI, J. S. Melhoria dos atributos sensoriais, físico-químicos, microbiológicos, nutricionais e de ácidos graxos e extensão da vida útil do peixe-agulha do Pacífico (*Cololabis saira*) defumado a quente e semi seco. **Foods**, [S. l.], v. 9, n. 8, p. 1-19, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/foods9081009> . Acesso em: 6 jun. 2026.

BLESSA, Regina. **Merchandising no ponto-de-venda**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 139, n. 8, p. 1-74, 11 jan. 2002.

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte [...]. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 143, n. 240, p. 1-13, 15 dez. 2006.

BRASIL. **Decreto nº 9.013, de 29 de março de 2017**. Regulamenta a Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, e a Lei nº 7.889, de 23 de novembro de 1989, que dispõem sobre a inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal. Brasília: Presidência da República, 2017. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/decreto/d9013.htm. Acesso em: 25 jun. 2026.

BRASIL. Decreto nº 9.580, de 22 de novembro de 2018. Regulamenta a tributação, a fiscalização, a arrecadação e a administração do Imposto sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, p. 57, 23 nov. 2018.

Disponível em: https://www.presidencia.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/d9580. Acesso em: 28 jul. 2026.

BRASIL. **Lei nº 8.036, de 11 de maio de 1990**. Dispõe sobre o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS). Brasília, DF, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8036consol.htm. Acesso em: 24 jun. 2025.

BRASIL. **Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991**. Dispõe sobre a organização da Seguridade Social e institui Plano de Custeio da Previdência Social. Brasília, DF, 1991. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8212cons.htm. Acesso em: 24 jun. 2025.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Resolução RDC nº 275, de 21 de outubro de 2002. Dispõe sobre procedimentos operacionais padronizados aplicados aos estabelecimentos produtores/industrializadores de alimentos. **Diário Oficial da União**, Brasília, 23 out. 2002.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Resolução RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004. Dispõe sobre regulamento técnico de boas práticas para serviços de alimentação. **Diário Oficial da União**, Brasília, 16 set. 2004. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.gov.br/anvisa/pt-br/centraisdeconteudo/publicacoes/alimentos/manuais-guias-e-orientacoes/cartilha-boas-praticas-para-servicos-de-alimentacao.pdf> Acesso em 6 jun. 2026.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Defesa Agropecuária. Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal (DIPOA/MAPA). Manual de procedimentos de inspeção e fiscalização de pescado e derivados em estabelecimentos sob inspeção federal (SIF). 2. ed. Brasília, DF: MAPA, 2022. Disponível em: <https://wikisda.agricultura.gov.br/pt-br/Inspe%C3%A7%C3%A3o-Animal/Produto-Origem-Animal/Manual-de-procedimentos-de-inspecao-e-fiscalizacao-de-pescado-e-derivados-em-estabelecimentos-sob-inspecao-federal>. Acesso em: 28 jun. 2026.

BRASIL. Lei nº 14.300, de 6 de janeiro de 2022. Institui o marco legal da microgeração e minigeração distribuída, o Sistema de Compensação de Energia Elétrica (SCEE) e altera as Leis nº 10.848, de 15 de março de 2004, nº 9.427, de 26 de dezembro de 1996, e nº 10.438, de

26 de abril de 2002. Brasília, DF: Presidência da República, 2022. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2022/lei/114300.htm. Acesso em: 25 jun. 2026.

BRASIL. Projeto de Lei n.º 1.087, de 2025. Altera a legislação do Imposto sobre a Renda das Pessoas Físicas e dá outras providências. Brasília, DF, 2025. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/projetos/ato_2023_2026/2025/pl/pl-1087.htm. Acesso em: 24 jun. 2025.

BRONNMANN, J. The German whitefish market: An application of the LA/AIDS model using retail-scanner-data. **Aquaculture Economics & Management**, v. 20, n. 4, p. 330–341, 26 ago. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13657305.2016.1212125> Acesso em: 6 jun. 2026.

BRYAN FL. Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) Systems for Retail Food and Restaurant Operations. **Journal of Food Protection**, v. 53, n. 11, 1990 Nov; 53(11):978-983. PMID: 31022786 . Disponível em: <http://doi.org/10.4315/0362-028X-53.11.978> . Acesso em: 6 jun. 2026.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações**. 1. ed. 13º tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CHIDMI, B.; HANSON, T.; NGUYEN, G. Substitutions between Fish and Seafood Products at the US National Retail Level. **Marine Resource Economics**, v. 27, n. 4, p. 359–370, dez. 2012. Disponível em: [http:// DOI: 10.5950/0738-1360-27.4.359](http://DOI: 10.5950/0738-1360-27.4.359) Acesso em: 6 jun. 2026.

CHIUSOLI, Claudio; EMPERATRIZ GARCÍA-SALIRROSAS, Elizabeth; FERREIRA SPIRI, Thiago; ANTONIO, Andressa. Ferramentas da administração: como são aplicadas na gestão empresarial na fidelização de clientes?. **REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE** - ISSN 2763-8928, [S. l.], v. 1, n. 3, p. e1327, 2021. DOI: 10.47820/acertte.v1i3.27. Disponível em: <https://acertte.org/acertte/article/view/27>. Acesso em: 9 jun. 2026.

COBRA, Marcos. **Consultoria em Marketing Manual do Consultor**. 1. ed. São Paulo: Cobra Editora e Marketing, 2003.

CODEX ALIMENTARIUS COMMISSION. **Standard for smoked fish, smoke-flavoured fish and smoke-dried fish** (CXS 311-2013). Roma: FAO; WHO, 2013. Atualizada em 2016, 2018 e 2024. Disponível em: <https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/>. Acesso em: 25 jun. 2026

COMPANHIA PERNAMBUCANA DE SANEAMENTO (COMPESA). **Estrutura tarifária – consumidores medidos – água tratada**. Recife: COMPESA, 2025. Disponível em: <https://lojavirtual.compesa.com.br:8443/gsan/exibirConsultarEstruturaTarifariaPortalAction.do>. Acesso em: 25 jun. 2026.

COSTA, J. W. P.; MATOS, S. C. do N.; COSTA JUNIOR, K. S.; PAIXÃO, D. J. de M. R.; CORDEIRO, C. A. M. Salga e secagem de pescado. In: **CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PESCADO: uma análise pluralista – volume 4**. [S. l.]: Editora Científica Digital, 2022. p. 91–107. DOI: 10.37885/220408534. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://downloads.editoracientifica.com.br/articles/220408534.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2026.

DEL VALLE, I.; GUILLEN, J.; KEPA ASTORKIZA. Substituting hake with sardines? Economic crisis and fish demand in Spain. **Agribusiness**, v. 33, n. 4, p. 600–610, 25 fev. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1002/agr.21499> Acesso em: 6 jun. 2026.

DEY, M. M.; ALAM, M. F.; PARAGUAS, F. J. A multistage budgeting approach to the analysis of demand for fish: an application to inland areas of Bangladesh. **Marine Resource Economics**, [S. l.], v. 26, n. 1, p. 35-58, 2011. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5950/0738-1360-26.1.35> Acesso em: 6 jun. 2026.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2023.

DOS SANTOS, Beatriz Rosa Pinheiro; DAMIAN, Ieda Pelógia Martins. O mapeamento do conhecimento por meio da análise SWOT: estudo em uma organização pública de saúde. **Em questão**, v. 24, n. 3, p. 253-274, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.19132/1808-5245243.253-274> Acesso em: 9 jun. 2026.

DURAN, N. M.; MACIEL, E. da S.; GALVÃO J. A.; SAVAY-DA-SILVA, L. K.; SONATI, M. Availability and consumption of fish as convenience food – correlation between market value and nutritional parameters. **Food Science and Technology**, Campinas, v. 37, n. 1, p. 65–69, 2017. Disponível em: <http://doi:/10.1590/1678-457X.04416> . Acesso em: 06 jun. 2026.

EMBRAPA. O mercado de peixes da piscicultura no Brasil: **Estudo do segmento de supermercados**. Boletim de Pesquisa e Desenvolvimento 25, 2020.

FAO. The State of Food and Agriculture 2020. Overcoming water challenges in agriculture. Rome, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.4060/cb1447en> Acesso em: 05 jul 2026.

FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO. **The State of Food Security and Nutrition in the World 2022**. Repurposing food and agricultural policies to make healthy diets more affordable. Rome, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.4060/cc0639en> . Acesso em: 7 jun. 2026.

FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO. **The State of Food Security and Nutrition in the World 2024** – Financing to end hunger, food insecurity and malnutrition in all its forms. Rome 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.4060/cd1254en> Acesso em: 7 jun. 2026.

FAO. **In Brief to The State of World Fisheries and Aquaculture - Blue Transformation: turning vision into impact**. Rome 2026 Disponível em: <https://doi.org/10.4060/cd9841en> Acesso em: 21 jun. 2026.

FERNÁNDEZ HURTADO Saúl Rick; MARTÍNEZ MARTÍNEZ Luz Ángela; NGONO FOU DA Regine Adele. Barreiras que dificultam o planejamento estratégico nas organizações. **Revista TENDENCIAS** v. 20 n. 1 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.22267/rtend.192001.108> Acesso em: 8 jun. 2026.

FIGUEIRO, Rafael Christian de Menezes; SOUSA, José de Moraes; CASTRO, Elmecelli Moraes. Fatores que influenciam na decisão de compra de pescado no mercado de peixe de Bragança - PA. **Revista Brasileira de Engenharia de Pesca**, [S. l.], v. 7, n. 1, p. 60–72,

2016. DOI: 10.18817/repesca.v7i1.1065. Disponível em: <https://ppg.revistas.uema.br/index.php/REPESCA/article/view/1065> . Acesso em: 7 jun. 2026.

GUILLÉN, María D.; MANZANOS, María J. Smoke and liquid smoke: study of an aqueous smoke flavouring from the aromatic plant *Thymus vulgaris* L. **Journal of the Science of Food and Agriculture**, v. 79, n. 10, p. 1267–1274, 1999. Disponível em: Publicado pela primeira vez em: 23 de junho de 1999 [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0010\(19990715\)79:10<1267::AID-JSFA357>3.0.CO;2-C](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0010(19990715)79:10<1267::AID-JSFA357>3.0.CO;2-C) Acesso em: 16 abr. 2026.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. Tradução de Maria Lucia Lopes da Silva. São Paulo, SP. Olhares, 2021. 311 p., il. ISBN 9786588280058

HEIDE, Morten; OLSEN, Svein Ottar. Influence of packaging attributes on consumer evaluation of fresh cod. **Food Quality and Preference**, v. 60, p. 9-18, 2017. ISSN 0950-3293. Disponível em: <http://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.02.015>. Acesso em 6 jun. 2026.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Produção da pecuária municipal 2024**. Rio de Janeiro: IBGE, 2025. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/84/ppm_2024_v52_br_informativo.pdf. Acesso em: 28 jun. 2026.

KOSHAL Kumar, Aquatic foods in human health, nutrition, and overall welfare, **Clinical Nutrition Open Science**, Volume 64, 2025, Pages 332-342, ISSN 2667-2685, Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.nutos.2025.11.005>. Acesso em: 06 jun. 2026.

KOTLER, Philip. Atmospherics as a Marketing Tool. **Journal of Retailing**, v. 49, n. 4, p. 48-64, 1974.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

KOTLER, Philip; STIGLIANO, Giuseppe. **Redefining Retail: 10 Guiding Principles for a Post-Digital World**. 1. ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2024.

LOPES, I. G.; OLIVEIRA, R. G.; RAMOS, F. M. Perfil do Consumo de Peixes pela População Brasileira. **Biota Amazônia**, v. 6, n. 2, p. 62–65, 30 jun. 2016. Disponível em: [http:// 10.18561/2179-5746/biotaamazonia.v6n2p62-65](http://10.18561/2179-5746/biotaamazonia.v6n2p62-65) Acesso em: 7 jun. 2026.

LOSITO, Patrizia; VISCIANO, Pierina; GENUALDO, Marisa; SATALINO, Rosa; MIGAILO, Marco; OSTUNI, Angelo; LUISI, Arianna; CARDONE, Giorgio. Evaluation of hygienic conditions of food contact surfaces in retail outlets: six years of monitoring. *LWT – Food Science and Technology*, v. 77, p. 67–71, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.lwt.2016.11.029>. Acesso em: 28 jun. 2026

MONTENEGRO, Amanda Sibelly Batista; VELOSO, Kátia Rossetti; LIMA, Gisele Estevão de; VELOSO, Rodrigo Rossetti; SHINOHARA, Neide Kazue Sakugawa; OLIVEIRA, Paulo Guilherme Vasconcelos de. Consumo de pescado na Região Metropolitana do Recife: estudo sobre as formas de consumo e perfil dos consumidores. **Conjecturas**, v. 22, n. 8, p. –, 2022. ISSN 1657-5830. Disponível em: [http:// 10.53660/CONJ-1208-U08](http://10.53660/CONJ-1208-U08) Acesso em: 6 jun. 2026.

OLIVEIRA, José Carmo Vieira de. Ponto comercial - acerte na escolha: o negócio certo no lugar certo. São Paulo: **SEBRAE-SP**, 2014. Disponível em: <https://api.pr.sebrae.com.br/storage/comunidade/anexos/28033/Guia%20Sebrae%20-%20Acerte%20na%20Escolha%20-%20O%20Neg%C3%B3cio%20Certo%20no%20Lugar%20Certo.pdf> Acesso em: 6 jun. 2026.

PASEDA, O. A Review of Capital Budgeting Techniques. *Issues in Social Science*, v. 8, n. 2, p. 79–95, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.5296/ISS.V8I2.18034>

PEIXE BR. Anuário 2023: Peixe BR da Piscicultura. Associação Brasileira da Piscicultura, 2023.

PERNAMBUCO. **Decreto nº 44.650, de 30 de junho de 2017**. Regulamenta o Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (RICMS) [...]. Recife: SEFAZ, [2026]. Disponível em: sefaz.pe.gov.br. Acesso em: 5 jul. 2026.

PIMENTEL, Fabio Henrique de Oliveira; LIMA, Gustavo Barbieri. **Estratégias de vendas orientadas aos canais digitais nos pequenos e médios varejistas do segmento alimentar**. 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.33635/sitefa.v1i1.245> Acesso em: 9 jun. 2026.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

QEHAJA, A. B.; KUTLLOVCI, E.; PULA, J. S. Strategic Management Tools and Techniques Usage: a Qualitative Review. **Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis**, v. 65, n. 2, p. 585–600, 2017. Disponível em: [HTTP://10.11118/actaun201765020585](http://10.11118/actaun201765020585) Acesso em: 9 jun. 2026.

RABIEPOUR, A.; ZAHMATKESH, F.; BABAKHANI, A. Preservation Techniques to Increase the Shelf Life of Seafood Products: An Overview. **Journal of Food Engineering and Technology**, v. 13, n. 1, p. 1–24, 30 jun. 2024. Disponível em: <http://DOI:10.32732/jfet.2024.13.1.1> Acesso em: 7 jun. 2026.

RECIFE. **Decreto nº 38.754, de 9 de maio de 2025**. Regulamenta a emissão de licenças e do alvará de localização e funcionamento para atividades econômicas [...]. Recife, PE: Prefeito, 2025. Disponível em: <https://licenciamentounificado.recife.pe.gov.br> . Acesso em: 4 jul. 2026.

RIDWAN, S.; SYAH, T. Y. R.; KUSTIAWAN, U. Financial Planning and Investment Feasibility Analysis Based on Five-Year Projections Using ROI, NPV, IRR, and Financial Ratios. **Journal La Bisecoman**, 2025. Disponível em: <https://mail.newinera.com/index.php/JournalLaBisecoman/article/view/1970> .

SAMANTA I, ARKOUDIS N. O impacto dos estilos de vida modernos nos hábitos alimentares e comportamentos de compra de alimentos: um estudo de caso de consumidores de varejo omnicanal com idades entre 25 e 40 anos em Atenas. **Sustentabilidade**. 2024; 16(17):7521. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su16177521> . Acesso em: 5 jun. 2026.

SAMMUT-BONNICI, T.; GALEA, D. SWOT Analysis. In: COOPER, C. L.; MCGEE, J.; SAMMUT-BONNICI, T. (ed.). **Wiley Encyclopedia of Management**. Hoboken: John Wiley

& Sons, 2015. v. 12. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom120103>. Acesso em: 5 jul. 2026.

SCANNTECH. Consumo de peixes dispara após alta da carne em 2025. Scanntech Blog, 1 dez. 2025. Disponível em: <https://www.scanntech.com.br/consumo-de-peixes-2025/>. Acesso em: 27 jul. 2026.

SEAFOOD BRASIL. **Consumo de peixes cresce em 2025 e vira alternativa à carne bovina.** São Paulo: Seafood Brasil, 5 dez. 2025. Disponível em: <https://www.seafoodbrasil.com.br/consumo-de-peixes-cresce-em-2025-e-vira-alternativa-a-carne-bovina> . Acesso em: 5 jul. 2026. SEAFOOD BRASIL.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Como elaborar um plano de negócios.** Brasília, 2013. 164 p.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Análise de mercado: concorrência, clientes e fornecedores.** Brasília: SEBRAE, 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Como analisar a concorrência do seu negócio.** Brasília: SEBRAE, 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Empresário Individual: características, vantagens e obrigações.** Brasília, 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *PNBOX*. Disponível em: <https://sebrae.com.br/subsites/pnbox>. Acesso em: 22 jun. 2026.

SEKI, H. Developing Flowcharts for Hazard Analysis in Seafood Retail: Critical Control Point Verification. **Journal of Food Quality and Hazards Control**, 29 set. 2024. Disponível em: <http://doi.org/10.18502/jfqhc.11.3.16588> . Acesso em: 5 jun. 2026.

SHINOHARA, N. K. S. et al. CEASA-PE: Soberania Alimentar em Pernambuco. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 6, n. 6, p. 35465-35479, jun. 2020. ISSN 2525-8761. Disponível em: <https://doi.org/10.34117/bjdv6n6-183> Acesso em: 6 jun. 2026.

SILVA, Aline de Lima; DÓRIA, Guilherme Gomes; MALTA, Heloisa da Guia Rosa; ALMEIDA, Viviane Sousa de. Análise do comportamento dos consumidores no setor varejista a partir dos novos hábitos digitais durante a pandemia do Covid-19. 2020. 76 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Administração de Empresas) - Centro Universitário FEI, São Bernardo do Campo, 2020. Disponível em: <https://repositorio.fei.edu.br/handle/FEI/3187> Acesso em: 5 jun. 2026.

SOUZA, Mariana Martins Magalhães de; BOA MORTE, Elba Santos da; CARDOSO, Ryzia de Cassia Vieira. O pescado na alimentação escolar no Brasil: cenário, avanços e desafios. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 3, e2210312919, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i3.12919> Acesso em: 04 jun. 2026

TAVARES, G. C. et al. Perfil do consumo de pescado na cidade de Belo Horizonte, MG. **Boletim de Indústria Animal**, v. 70, n. 3, p. 228–234, 29 mar. 2013. Disponível em: <http://doi.org/10.17523/bia.v70n3p228> Acesso em: 6 jun. 2026.

TORRES JÚNIOR, Alvair Silveira. Soluções da logística lean: sustentando o varejo omnichannel. Lean Institute Brasil. **Revista Mundo Logística**, 14 set. 2020. Disponível em: https://www.lean.org.br/artigos/713/solucoes-da-logistica-lean-sustentando-o-varejo-omnichannel?srsltid=AfmBOorJbXj7vLvL0M61NakBhEoG_JaIjjOgq3bOI6vxOfcXJlbVUXtX Acesso em: 6 jun. 2026.

TRAFIALEK, J.; ZWOLINSKI, M.; KOLANOWSKI, W. Assessing hygiene practices during fish selling in retail stores. **British Food Journal**, v. 118, n. 8, p. 2053–2067, 1 ago. 2016. Disponível em: <http://doi.org/10.1108/BFJ-12-2015-0477> Acesso em: 7 jun. 2026.

VIANA FM, Deliza R, Monteiro MLG, Martins IBA, de Oliveira DCR, Conte-Junior CA. Applying free word association to understand the perception of fish as a meal by Brazilians with different consumption frequencies. **Journal of Sensory Studies**. 2020;36(2). Disponível em: <HTTP://doi:10.1111/joss.12628> Acesso em: 06 jun. 2026.

WAGNER, Y. G.; COELHO, A. B. TRAVASSOS, G. F. Análise do consumo domiciliar de pescados no Brasil utilizando dados da POF 2017-2018. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 61, n. 3, mar. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2022.250494>
Acesso em: 7 jun. 2026.

APÊNDICE A - Formulação detalhada do kit gastronômicos

KIT CALDEIRADA (1 Kg)				
Ingredientes	Preço (kg)	Beneficiamento	Peso (g)	Valor unitário
Camarão	R\$ 19,00	Camarão s/ cabeça	150	R\$ 2,85
Camarão	R\$ 45,00	Filé de camarão	100	R\$ 4,50
Anéis de lula	R\$ 40,00	--	100	R\$ 4,00
Polvo	R\$ 55,00	Evisceração	100	R\$ 5,50
Marisco	R\$ 28,00	--	80	R\$ 2,24
Mexilhão				
	R\$ 35,00	--	80	R\$ 3,50
Sururu	R\$ 38,00	--	70	R\$ 2,66
Peixe	R\$ 25,00	Evisceração	300	R\$ 7,50
Tempero	R\$ 28,00	--	40	R\$ 1,12
TOTAL				R\$ 33,87
KIT MARISCADA (1 Kg)				
Ingredientes	Preço (kg)	Beneficiamento	Peso (g)	Valor unitário
Camarão	R\$ 19,00	Camarão s/ cabeça	250	R\$ 4,75
Marisco	R\$ 28,00	--	250	R\$ 7,00
Mexilhão	R\$ 35,00	--	200	R\$ 7,00
Sururu	R\$ 38,00	--	150	R\$ 5,70
Carne de siri	R\$ 68,00	--	150	R\$ 13,60
Tempero	R\$ 28,00	--	40	R\$ 1,12
TOTAL			1.040	R\$ 35,77
KIT PAELLA (1 Kg)				
Ingredientes	Preço (kg)	Beneficiamento	Peso (g)	Valor unitário
Camarão	R\$ 19,00	Camarão s/ cabeça	300	R\$ 5,97
Camarão G	R\$ 40,00	Inteiro	150	
Anéis de lula	R\$ 40,00	--	250	R\$ 10,00
Polvo	R\$ 55,00	Evisceração	200	R\$ 11,00
Mexilhão	R\$ 35,00	--	250	R\$ 8,75
Tempero	R\$ 28,00	--	40	R\$ 1,12
TOTAL			1.070	R\$ 38,53
KIT FIDEUÁ (1 Kg)				
Ingredientes	Preço (kg)	Beneficiamento	Peso (g)	Valor unitário
Camarão	R\$ 19,00	Camarão s/ cabeça	500	R\$ 9,50
Camarão G	R\$ 40,00	Inteiro	150	R\$ 6,00
Anéis de lula	R\$ 40,00	--	250	R\$ 10,00

Tempero		R\$ 28,00	--	40	R\$ 1,12
Macarrão de anjo	cabelo	R\$ 12,00		500	R\$ 6,00
TOTAL				1.070	R\$ 32,62

APÊNDICE B - Modelo ilustrativo de receita dos kits gastronômicos

DICAS

👉 **Empanados e Crostas:** Para uma crosta crocante perfeita, passe o filé na farinha de trigo, depois no ovo batido e finalize na farinha de rosca, panle ou até com queijo parmesão ralado na hora.

👉 **No Forno (A vapor natural):** Monte uma "cama" de vegetais no fundo da travessa (como rodela de batata e cebola). Coloque o filé por cima e adicione tomates. O líquido dos vegetais vai subir, mantendo o pescado suculento.

👉 **Grelhar sem grudar:** Use uma frigideira grande, de preferência antiaderente ou de ferro. Deixe a panela aquecer bem antes de colocar o azeite ou a manteiga. O peixe só deve ser virado quando a crosta dourada se formar naturalmente.

EXPERIMENTE NOSSA LINHA DE DEFUMADOS



OUTROS KITS GASTRONÔMICOS DA MARÉ GOURMET

- Kit preparo Caldeirada 500 g ou 1 Kg
- Kit preparo Marsicada 500 g ou 1 kg
- Kit preparo Fideuá 500 g ou 1 kg



MARÉ GOURMET PESCADOS
Estrada do Encanamento, 632
Casa Forte - Recife PE
Contato - (81) 3184-7200
Site: www.maregourmet.com

WhatsApp: (81) 98812-8672

Instagram: Maré gourmet

Facebook: Maré gourmet



Maré Gourmet Pescados



Maré Gourmet

Folheto de informações e receitas

RECEITA DE PAELLA DE FRUTOS DO MAR



INGREDIENTES

350 g de arroz para paella
Kit gastronômico de Paella
1 cebola picada
1 pimentão vermelho picado
100 ml molho de tomate
75 ml de vinho branco
1 litro caldo de pescado
2 dentes de alho picado
Azeite de oliva virgen extra
Sal
Açafrão
Salsa

MODO DE PREPARO

Na panela, esquenta o azeite a fogo médio, adiciona a cebola, o pimentão e o alho picado. frita por 5 minutos, até ficarem ligeiramente dourados.

Adiciona o Kit gastronômico de Paella, sem os Camarões G e refoga junto as verduras por uns minutos até começarem a mudar de cor, em seguida adiciona o vinho e refoga.

Incorpora o arroz e o tempero para Paella e mexe bem para que se incorpore ao sofrito de verduras y mariscos. Isso permitirá que o arroz absorva todos os sabores desde o princípio.

Adiciona o caldo de pescado, até cobrir o arroz. A quantidade de caldo dependerá do tipo de arroz utilizado, mas por via de regra usar aproximadamente o dobro de de caldo que de arroz. Ajustar o sal.

Quando o caldo começar a ferver, coloca los camarões grandes em cima, baixa o fogo e deixa cozinhar a Paella durante 15 minutos sem mexer, para que o arroz cozinhe de maneira uniforme.

Uma vez que o arroz esteja cozido e o caldo tenha sido totalmente absorvido, retira a paellera do fogo e tampa deixando repousar durante 5 minutos para que os sabores se apurem ao arroz e termine de absorver. Adiciona a salsa picada e serve.

ANEXO A- Tarifas de Energia Elétrica – Grupo B NeoEnergia Pernambuco.



Tarifas de Energia Elétrica Grupo B

Vigência: 29/04/2026 a 28/04/2027

Resolução Homologatória nº 3.583 de 28 de Abril 2026

Descrição	TUSD (R\$/kWh)	TE (R\$/kWh)	Tarifa
BI - Residencial			
Consumo Ativo	0,53521000	0,26365000	0,79886000
SCEE - Consumo Ativo	0,53521000	-0,00493000	0,53028000
Consumo Reativo Excedente		0,26365000	0,26365000
Consumo Ativo Ponta - Tarifa Branca	1,27233000	0,43088000	1,70321000
Consumo Ativo Intermediário - Tarifa Branca	0,85202000	0,24845000	1,10047000
Consumo Ativo Fora Ponta - Tarifa Branca	0,43170000	0,24845000	0,68015000
SCEE - Consumo Ativo Ponta - Tarifa Branca	1,27233000	-0,00493000	1,26740000
SCEE - Consumo Ativo Intermediário - Tarifa Branca	0,85202000	-0,00493000	0,84709000
SCEE - Consumo Ativo Fora Ponta - Tarifa Branca	0,43170000	-0,00493000	0,42677000
BI - Residencial Baixa Renda			
Consumo de 0 a 80 kWh - 100% de desconto	0,00000000	0,00000000	0,00000000
Consumo acima de 80 kWh	0,42792000	0,24299000	0,67091000
SCEE - Consumo acima de 80 kWh	0,42792000	-0,01466000	0,41326000
BI - Residencial Baixa Renda Indígena e Quilombola			
Consumo de 0 a 80 kWh - 100% de desconto	0,00000000	0,00000000	0,00000000
Consumo acima de 80 kWh	0,42792000	0,24299000	0,67091000
BI - Residencial Desconto Social			
Consumo de 0 a 120 kWh	0,43748000	0,25392000	0,69140000
Consumo acima de 120 kWh	0,53521000	0,26365000	0,79886000
SCEE - Consumo de 0 a 120 kWh	0,43748000	-0,01466000	0,42282000
SCEE - Consumo acima de 120 kWh	0,53521000	-0,00493000	0,53028000
B2 - Rural e Cooperativa de Eletrificação Rural			
Consumo Ativo	0,53521000	0,26365000	0,79886000
SCEE - Consumo Ativo	0,53521000	-0,00493000	0,53028000
Consumo Reativo Excedente		0,26365000	0,26365000
Consumo Ativo Ponta - Tarifa Branca	1,25664000	0,43088000	1,68752000
Consumo Ativo Intermediário - Tarifa Branca	0,84261000	0,24845000	1,09106000
Consumo Ativo Fora Ponta - Tarifa Branca	0,42856000	0,24845000	0,67701000
SCEE - Consumo Ativo Ponta - Tarifa Branca	1,25664000	-0,00493000	1,25171000
SCEE - Consumo Ativo Intermediário - Tarifa Branca	0,84261000	-0,00493000	0,83768000
SCEE - Consumo Ativo Fora Ponta - Tarifa Branca	0,42856000	-0,00493000	0,42363000
B2 - Rural Irrigante/Serviço Público de Irrigação			
Consumo Ativo	0,53521000	0,26365000	0,79886000
Consumo Ativo Reservado	0,14450670	0,07118550	0,21569220
Consumo Reativo Excedente		0,26365000	0,26365000
Consumo Ativo Ponta - Tarifa Branca	1,25664000	0,43088000	1,68752000
Consumo Ativo Intermediário - Tarifa Branca	0,84261000	0,24845000	1,09106000
Consumo Ativo Fora Ponta - Tarifa Branca	0,42856000	0,24845000	0,67701000
Consumo Ativo Reservado - Tarifa Branca	0,11571120	0,06708150	0,18279270
B3 - Comercial, Serviços e Outras atividades			
Consumo Ativo	0,53521000	0,26365000	0,79886000
SCEE - Consumo Ativo	0,53521000	-0,00493000	0,53028000
Consumo Reativo Excedente		0,26365000	0,26365000
Consumo Ativo Ponta - Tarifa Branca	1,19391000	0,43088000	1,62479000
Consumo Ativo Intermediário - Tarifa Branca	0,80496000	0,24845000	1,05341000
Consumo Ativo Fora Ponta - Tarifa Branca	0,41602000	0,24845000	0,66447000
SCEE - Consumo Ativo Ponta - Tarifa Branca	1,19391000	-0,00493000	1,18898000
SCEE - Consumo Ativo Intermediário - Tarifa Branca	0,80496000	-0,00493000	0,80003000



MARÉ GOURMET PESCADOS

Criar um novo negócio

Maré Gourmet é uma empresa especializada em pescados, porém com foco em processos de defumação. Este processo tem como diferencial o aporte de diferentes texturas aromas e sabores no pescado. Através de processos sofisticados, a empresa terá como objetivo produzir alimentos com qualidade, preços competitivos e variedade, as necessidades dos consumidores da região.



Informações do Plano de Negócio

Nome do projeto

MARÉ GOURMET PESCADOS

Objetivo

Criar um novo negócio

Enquadramento Tributário

Empresa optante pelo Simples

Período de planejamento

3 anos

Porte da empresa

Microempresa

Setor de atuação

Comércio.

Segmento(s)

Varejo.

Cidade

Recife

Telefone

(81) 9 8812-8672

Sócios

Cassia Waleska

Função: Gerente Geral

MARÉ GOURMET PESCADOS

Criar um novo negócio

Cliente – Mercado

Investimento fixo

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Afiador de facas	1	150,00	150,00	0.27
Ar Condicionado Split Hi Wall Eco II Inverter Connect Elgin 18.000 Btus Frio 220v R-32	2	2.898,00	5.796,00	10.44
Ar-condicionado Split Midea 9000 BTUs Inverter Lite - 42EBVCA09M5	1	1.614,00	1.614,00	2.91
Armário de Cozinha Aéreo Itatiaia Rose ARM-105 3 Portas 105x40cm	1	242,00	242,00	0.44
Armário Escritório Baixo Semiaberto Portas C/ Chave Netmobil	1	460,00	460,00	0.83
Balança De Plataforma 200kg 40x30cm Led Eletrônica Digital Hanabi Tcs-k1 Cor Preto 127/220v	1	360,00	360,00	0.65
Balança Digital Eletrônica Recarregável Alta Precisão Bivolt (15kg)	1	349,00	349,00	0.63
Balcão Frig Peixaria Gapx150a Gelopar Inox 220v Capacidade - até 60kg	1	2.899,00	2.899,00	5.22
Botijão de gas (vazio)	2	100,00	200,00	0.36
Cadeira De Escritório Avignon Just Home Collection	1	228,00	228,00	0.41
Cadeira de Escritório Flexy Way Preta Tela Mesh Preta, Base Giratória e Sistema Relax	1	396,00	396,00	0.71
Cafeteira Elétrica Electrolux inox filtro permanente removível corta pingos capacidade 600ml	1	130,00	130,00	0.23
Caixa Plástica Empilhável 52 Litros Hortifruti clip-icon	10	44,00	440,00	0.79
Caixas Frigorífica Sem Tampa 23 Lts Pescados Câmara Fria 06 unidades	2	426,00	852,00	1.53
Cesto Quadrado Lixeira De 30 Litros Resistente Varias Cores	4	78,00	312,00	0.56
Computador Slim Intel i7 16gb Ssd 512gb Mon 19 Strong Tech	1	1.689,00	1.689,00	3.04
Conjunto 3 Estantes Aço 6 Bandejas 90cm Galvanizada	2	571,00	1.142,00	2.06
Conjunto de espátulas, pinças e pegadores	1	200,00	200,00	0.36

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Defumador Profissional D-1000 Inox 5 Bandejas Com Kit Gás 30 kg capacidade	1	2.387,00	2.387,00	4.30
Dispenser de sabão líquido, de alcool e papel toalha	1	250,00	250,00	0.45
Eco Pallet em Plástico 1000x120x150mm LAR PLASTICOS-376	2	146,90	293,80	0.53
Exaustor Diâmetro de 50 Cm Linha Comercial Ventisol	1	223,00	223,00	0.40
Facas e utensílios	1	500,00	500,00	0.90
Freezer Horizontal Metalfrio Nf55 Tampa Vidro 404/49lts	2	3.813,00	7.626,00	13.73
Galocha Branca Pvc Cozinha Hospital Impermeável Bota	2	48,00	96,00	0.17
Ganchos de aço inox para defumação	15	10,00	150,00	0.27
Geladeira Electrolux Cycle Defrost 240L Degelo Prático Uma Porta Branca RE31	1	1.614,00	1.614,00	2.91
Impressora D Etiquetas Knup Kp-im604 Tipo Zebra Rolo Dobrada Cor Preto	1	395,00	395,00	0.71
Impressora Multifuncional HP Smart Tank 584 - Preta	1	760,00	760,00	1.37
Jogo de Mesa Jantar Ciplafe Luna 4 Cadeiras Aço Tampo MDP Carvalho Montreal	1	734,00	734,00	1.32
Kit 10 Cubas Gn 5litros 1/2 Buffet Cozinha Inox	1	490,00	490,00	0.88
Kit 2 Avental Branco Impermeável De Pvc Cozinha E Açougue	1	29,00	29,00	0.05
Kit Aparelho De Jantar 30 Peças Pratos Copos E Talheres Inox	1	76,00	76,00	0.14
Kit Computador, Gaveta Caixa, leitor de código de barras, teclado, mouse C/ Sistema De Vendas Grátis	1	2.450,00	2.450,00	4.41
Kit De 5 Tábuas De Corte Profissional Polietileno 50X30 6MM Antibacteriana Carnes Legumes Peixes Pao	1	229,00	229,00	0.41
Kit Mesa escrivaninha 150x60 Com Gaveteiro Preto 3 Gavetas	1	432,00	432,00	0.78
Lixeira Cesto 50l Banheiro Refeitório Pátio Anvisa Branco	1	149,99	149,99	0.27

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Lixeira Pedal CK651 12L cinza 25x40cm	2	66,00	132,00	0.24
Lixeira Redonda, Metal Aramado, 10,5 l, Preta, Ref. LI509, By Office	2	19,00	38,00	0.07
Luva De Segurança Malha Aço Inox Açougueiro Anti Corte	2	48,99	97,98	0.18
Luva Térmica 2 Dedos Mão De Gato Grafatex 45cm Ca 37965	2	78,00	156,00	0.28
Maquina de cartão Pagbank	1	108,00	108,00	0.20
Máquina de cortar carne e osso com picador de Bancada Sebem	1	1.699,00	1.699,00	3.06
Material fixo de escritorio (pastas, grampeador, tesoura, calculadora, porta canetas, organizador)	1	200,00	200,00	0.36
Material fixo de limpeza (vassoura, rodo, pa)	1	200,00	200,00	0.36
Mesa Estante 100x40 Bancada Inox 2 Prateleiras	1	799,00	799,00	1.44
Micro-ondas MO-01-21-W 1200W Mondial Micro-ondas MO-01-21-W 1200W Mondial clip-icon Micro-ondas MO-01	1	468,00	468,00	0.84
Mini Câmara Fria Industrial Inox 4 Portas 750 Litros Kofisa	2	2.818,45	5.636,90	10.15
Pia Aço Inox Industrial 140x60x90 cm Cuba Direita Nortinox	1	1.440,00	1.440,00	2.59
Prateleira rustica parede lateral	3	332,00	996,00	1.79
Prateleiras e balcoes	1	1.000,00	1.000,00	1.80
Purificador de Água Gelada Fria e Natural Eletrônico Placa Compacto Electrolux PEI2G com Filtro Carv	2	632,00	1.264,00	2.28
Refrigerador Expositor Vertical Metalfrio 326 Litros Branco VB28RB 220V	1	3.299,00	3.299,00	5.94
Seladora a Vácuo RG-DZ260C	1	799,00	799,00	1.44
Tanques da salga	3	150,00	450,00	0.81
Termometro Infravermelho Com Certificado De Calibração	1	99,00	99,00	0.18
Termômetros digitais	2	150,00	300,00	0.54
Total			55.525,67	100.00

Investimento pré-operacional

Descrição	Valor total (R\$)	%
Criação e registro da marca	298,00	1.67
JUCEPE - Empresário individual (PAG. ÚNICO)	178,00	1.00
LICENÇA DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (SEMESTRAL)	532,62	2.98
Marketing para inauguração	400,00	2.24
Reformas e obras (Divisórias, revestimentos, pintura, adequações para o beneficiamento)	15.000,00	83.97
TAXA CIM/TLF (SEMESTRAL)	532,62	2.98
TAXA DE BOMBEIRO (ANUAL)	215,92	1.21
TAXA DE VISTORIA E EMISSÃO DE LICENÇA (ANUAL)	350,00	1.96
Uniformes e crachás (calça e camisa)	356,00	1.99
Total	17.863,16	100.00

Estoque Inicial

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Açúcar	2	3,00	6,00	0.01
Adesivos para linha basica	705	0,30	211,50	0.51
Água com gas 500 mL	12	1,70	20,40	0.05
Água sanitária (5L)	2	13,00	26,00	0.06
Água sem 500 mL	24	1,46	35,04	0.08
Albacora	25	15,00	375,00	0.90
Alcool 70%	1	33,00	33,00	0.08
Alga nori (10 folhas)	10	11,94	119,40	0.28
Alho em pó (500g)	3	10,00	30,00	0.07
Anéis de Lula	18	28,00	504,00	1.21
Arroz arbóreo (500g)	8	9,54	76,32	0.18
Arroz japonês (500g)	8	9,54	76,32	0.18
Arroz paella (1 kg)	10	15,54	155,40	0.37
Atum	49	22,00	1.078,00	2.58
Azeite extravirgem (500 mL)	5	23,94	119,70	0.29
Azeitona recheada (130 g)	8	13,90	111,20	0.27
Azuma tempero para arroz	5	14,00	70,00	0.17
Bacalhau	55	50,00	2.750,00	6.57
Bandeja Plástica Preta 1050ml 20x14x6,5cm- 10 Unidades	56	13,00	728,00	1.74
Bandeja Plástica Preta 600ml 20x14x3,5cm - 10 Unidades	21	11,00	231,00	0.55
Bobina Bopp 18cm Pp P/ Seladora De Marmita Bandeja	1	450,00	450,00	1.07
Camarão GG	46	36,00	1.656,00	3.96
Camarão M	315	20,00	6.300,00	15.06
Carne de aratu	10	110,00	1.100,00	2.63
Carne de caranguejo	10	100,00	1.000,00	2.39
Carne de Siri	16	90,00	1.440,00	3.44
Cauda de lagosta	3	200,00	600,00	1.43
Cebola em pó (400g)	3	16,00	48,00	0.12
Cerveja Amber Lager Patagonia	10	7,20	72,00	0.17

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Lata 350 mL				
Cerveja Baden Baden American IPA Garrafa 600ml	3	13,79	41,37	0.10
Cerveja Baden Baden Cristal Garrafa 600ml	5	12,60	63,00	0.15
Chips de Lenha de Macieira	9	20,00	180,00	0.43
Coca-cola 2L	6	9,30	55,80	0.13
Coca-cola 350 mL	12	3,09	37,08	0.09
Coca-cola zero 2L	6	9,60	57,60	0.14
Coca-cola zero 350 mL	12	3,29	39,48	0.09
Creme de leite (200 mL)	15	2,34	35,10	0.08
Desengordurante (5L)	1	17,00	17,00	0.04
Detergente Neutro (5L)	2	20,00	40,00	0.10
Dourado	20	28,00	560,00	1.34
Embalagem a Vácuo 20x25cm - 100 Unidades Gofrada Preta em Sacos Pré-Formados	2	90,00	180,00	0.43
Erdinger Weissbier Lata 500 mL	5	11,00	55,00	0.13
Esponja dupla face (6 unid)	1	12,00	12,00	0.03
Espumante Casa Perini Charmat Brut	2	36,00	72,00	0.17
Espumante Rio Sol Moscatel	4	16,45	65,80	0.16
Etiquetas cartonadas para os temperos	100	0,20	20,00	0.05
Farinha Panko	10	15,00	150,00	0.36
Gas de cozinha	1	100,00	100,00	0.24
Guaraná Antártica 2L	4	8,20	32,80	0.08
Guaraná Antártica 350 mL	12	2,40	28,80	0.07
Guaraná Antártica zero 350 mL	12	2,50	30,00	0.07
Heineken Long Neck 330 mL	20	5,38	107,60	0.26
Leite de coco (200 mL)	20	3,54	70,80	0.17
Lemmon pepper (500g)	2	15,00	30,00	0.07
Limão em pó (200g)	1	12,00	12,00	0.03
Limpador multiuso (5L)	1	22,00	22,00	0.05
Luvras nitrilicas (100 unid)	4	25,00	100,00	0.24
Marcapas descartáveis (50 unid)	1	20,00	20,00	0.05
Marisco	23	23,00	529,00	1.26

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Massa - Bifum	8	10,74	85,92	0.20
Massa fideuá capelling (500 g)	8	8,34	66,72	0.16
Massa Linguine paganini (500 g)	8	8,34	66,72	0.16
Massa paganini talharim (500 g)	8	11,50	92,00	0.22
Material de escritorio (Resma, caneta, etiquetas, etc)	1	70,00	70,00	0.17
Meca	30	28,00	840,00	2.01
Merluza	25	18,00	450,00	1.07
Mexilhão desconchado	26	30,00	780,00	1.86
Michelob Ultra long neck	15	5,60	84,00	0.20
Molho Shoyo Sakura Premium (150 ml)	10	8,94	89,40	0.21
Molho tarê Sakura (180 ml)	8	8,94	71,52	0.17
Molho Teriyaki Sakura (180ml)	10	8,94	89,40	0.21
Oleo gergelim (100 mL)	5	12,54	62,70	0.15
Papel higienico (c16)	2	18,00	36,00	0.09
Papel toalha interfolhado (1000)	3	15,00	45,00	0.11
Paprica defumada (500g)	4	20,00	80,00	0.19
Patola de caranguejo	4	140,00	560,00	1.34
Pernil de lagosta	3	90,00	270,00	0.65
Pescada amarela	55	26,00	1.430,00	3.42
Pescada branca	71	22,00	1.562,00	3.73
Pimenta calabresa (400g)	2	13,00	26,00	0.06
Pimenta do reino (500g)	1	13,00	13,00	0.03
Polvo tentáculos	14	32,00	448,00	1.07
Robalo	45	33,00	1.485,00	3.55
Rolo perfex (300unid)	1	32,00	32,00	0.08
Sabonete Liquido (5L)	1	24,00	24,00	0.06
Saco de Lixo (20L, 50L, 100 L) com 100 und cada	1	75,00	75,00	0.18
Sal (1kg)	1	2,00	2,00	0.01
Sal parrilha (400 g)	10	8,28	82,80	0.20
Sal sem iodo	6	12,00	72,00	0.17
Salmão	71	70,00	4.970,00	11.88
Salsa desidratada (500g)	2	18,00	36,00	0.09

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Sleeve defumados	120	0,70	84,00	0.20
Sleeve para kits	90	1,20	108,00	0.26
Sprite 350 mL	6	2,70	16,20	0.04
Sururu	17	28,00	476,00	1.14
Sweet chilli poletto (280 g)	8	10,74	85,92	0.20
Tambaqui	20	18,00	360,00	0.86
Tempero - Cebola em pó	15	1,65	24,75	0.06
Tempero - Lemon pepper	20	1,90	38,00	0.09
Tempero - Paprica defumada	20	1,65	33,00	0.08
Tempero - Pimenta calabresa	15	1,20	18,00	0.04
Tempero - Salsa desidratada	15	2,15	32,25	0.08
Tempero - alho em pó	15	1,40	21,00	0.05
Tempero Mix de frutos do mar	20	1,30	26,00	0.06
Tilápia	129	12,00	1.548,00	3.70
Touca descartáveis (100 und)	2	9,00	18,00	0.04
Vieira desconchada limpa	4	380,00	1.520,00	3.63
Vinagre balsamico gallo (250 mL)	5	19,64	98,20	0.23
Vinho Casal Garcia Branco	3	54,90	164,70	0.39
Vinho Casillero del Diablo Chardonnay	4	51,90	207,60	0.50
Vinho Casillero Rosé	4	51,90	207,60	0.50
Vinho Pinot Noir Concha y Toro Reservado	2	47,90	95,80	0.23
Vinho Tinto Cordero Con Piel de Lobo Malbec 750 mL	3	29,90	89,70	0.21
Wasabi em pasta	6	14,29	85,74	0.20
Ziplock 8 x 13 cm (pacote com 10)	10	19,90	199,00	0.48
Total			41.841,15	100.00

Capital de Giro

Prazos Médios de Recebimento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	60.00
10 dias	4	40.00
Total	4	100.00

Prazos Médios de Pagamento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	50.00
30 dias	15	50.00
Total	15	100.00

Resultados

Ciclo Financeiro	19 dias
Prazo Médio de Estoque	30 dias
Prazo Médio de Recebimento	4 dias
Prazo Médio de Pagamento	15 dias

Giro de Caixa Anual	18.95 dias
----------------------------	-------------------

Necessidade de Capital de Giro	R\$ 52.418,56
Desembolso Anual	R\$ 803.720,09
Reserva Financeira	R\$ 10.000,00

Investimento Total

Aplicação de Recursos

Fontes de Recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Cassia Waleska	167.648,54	100.00 %
Total	167.648,54	100.00

Total dos investimentos

Descrição	Valor (R\$)	%
Investimentos fixos	55.525,67	33.12
Investimentos pré-operacionais	17.863,16	10.65
Estoque inicial	41.841,15	24.96
Capital de giro	52.418,56	31.27
Total	167.648,54	100.00

Total das fontes de recursos

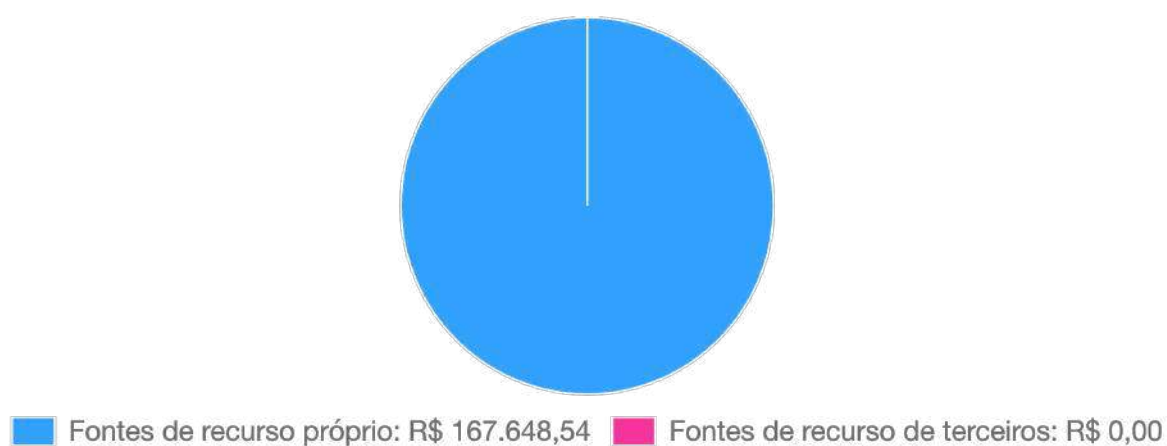
Descrição	Valor (R\$)	%
Fontes de recurso próprio	167.648,54	100.00
Fontes de recurso de terceiros	0,00	0.00
Total	167.648,54	100.00

Gráficos

Aplicação de Recursos



Fontes de Recursos



Produtos e Serviços

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
Água com gás 500 mL	Revenda	3,00
Água sem gás 500 mL	Revenda	2,50
Alga nori (10 folhas)	Revenda	19,90
Anéis de Lula (0,5 kg)	Fabricação Própria	54,90
Arroz Arboreo (500g)	Revenda	15,90
Arroz japonês (500g)	Revenda	15,90
Arroz paella (1kg)	Revenda	25,90
Azeite extravirgem gallo (500 mL)	Revenda	39,90
Azeitona recheada (150 g)	Revenda	18,50
Azuma tempero para arroz (750 mL)	Revenda	22,00
Camarão G sem cabeça (1kg)	Fabricação Própria	80,90
Camarão M sem cabeça (1kg)	Fabricação Própria	49,90
Carne de Aratu (0,5kg)	Fabricação Própria	79,90
Carne de caranguejo (0,5kg)	Fabricação Própria	74,90
Carne de siri (0,5kg)	Fabricação Própria	69,90
Cauda de lagosta (0,5kg)	Fabricação Própria	134,90
Cerveja Amber Lager Patagonia Lata 350 mL	Revenda	12,90
Cerveja Baden Baden American IPA Garrafa 600ml	Revenda	22,90
Cerveja Baden Baden Cristal Garrafa 600ml	Revenda	20,90
Cerveja Erdinger Weissbier Lata 500 mL	Revenda	18,90
Cerveja Heineken Long Neck 330 mL	Revenda	9,90
Cerveja Michelob Ultra Long Neck 330 mL	Revenda	11,90
Coca cola 2 L	Revenda	14,00
Coca cola zero 350 mL	Revenda	5,50
Coca cola zero 2L	Revenda	15,00
Coca-cola 350 mL	Revenda	5,50
Creme de leite 200 mL	Revenda	3,90

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
Espumante Casa Perini Charmat Brut 750 mL	Revenda	54,90
Espumante Rio Sol Moscatel	Revenda	39,90
Farinha Panko (1kg)	Revenda	26,90
Filé de Atum (1kg)	Fabricação Própria	55,90
Filé de bacalhau dessalgado (1kg)	Fabricação Própria	84,90
Filé de camarão defumado (200g)	Fabricação Própria	49,90
Filé de camarão M (0,5kg)	Fabricação Própria	39,90
Filé de camarão M (1kg)	Fabricação Própria	79,90
Filé de camarão M eviscerado(0,5kg)	Fabricação Própria	44,90
Filé de camarão M eviscerado(1kg)	Fabricação Própria	89,90
File de Meca (1kg)	Fabricação Própria	72,90
Filé de merluza sem espinha (1kg)	Fabricação Própria	49,90
Filé de patola de caranguejo (0,5 kg)	Fabricação Própria	100,00
Filé de pescada amarela (1kg)	Fabricação Própria	87,90
Filé de pescada branca (1kg)	Fabricação Própria	59,90
Filé de Robalo (1kg)	Fabricação Própria	84,90
Filé de salmão (1kg)	Fabricação Própria	149,90
Filé de tambaqui defumado (200g)	Fabricação Própria	35,90
Filé de tilápia (1kg)	Fabricação Própria	59,90
Filé de Tilápia defumada (200g)	Fabricação Própria	38,00
Guarana antartica 350 mL	Revenda	5,00
Guarana Antartica 2L	Revenda	13,00
Guarana antartica zero 350 mL	Revenda	5,00
Kit Caldeirada (1kg)	Fabricação Própria	72,50
Kit Fideua (1kg)	Fabricação Própria	89,00
Kit Hamburguer (400g)	Fabricação Própria	49,90
Kit Mariscada (1 kg)	Fabricação Própria	79,90
Kit Paella (1kg)	Fabricação Própria	77,00
Lascas de Bacalhau (1kg)	Fabricação Própria	75,00
Leite de coco (200 mL)	Revenda	5,90
Linguiça de camarão defumada (400g)	Fabricação Própria	59,90
Lombo de Bacalhau (1kg)	Fabricação Própria	99,00

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
Lombo de salmão (1kg)	Fabricação Própria	139,90
Macarrão Bifum (500g)	Revenda	17,90
Marisco (1kg)	Fabricação Própria	49,90
Massa fideua capelling (500g)	Revenda	13,90
Massa linguini paganini (500g)	Revenda	13,90
Massa talharim paganini (500g)	Revenda	14,90
Mexilhão desconchado (1kg)	Fabricação Própria	74,90
Molho Shoyo Sakura Premium (150 ml)	Revenda	14,90
Molho tarê Sakura (180 ml)	Revenda	14,90
Molho Teriyaki Sakura (180ml)	Revenda	14,90
Oleo gergelim (100 mL	Revenda	19,90
Pernil de lagosta (0,5kg)	Fabricação Própria	74,90
Polvo tentáculos (0,5kg)	Fabricação Própria	59,90
Posta de Robalo (1kg)	Fabricação Própria	79,90
Postas de Albacora (1kg)	Fabricação Própria	34,90
Postas de Atum (1kg)	Fabricação Própria	45,00
Postas de Bacalhau (1kg)	Fabricação Própria	94,90
Postas de Dourado (1kg)	Fabricação Própria	64,90
Postas de Meca (1kg)	Fabricação Própria	65,00
Postas de pescada amarela (1kg)	Fabricação Própria	69,90
Postas de Pescada Branca (1kg)	Fabricação Própria	50,00
Postas de salmão (1kg)	Fabricação Própria	109,00
Postas de Tambaqui (1kg)	Fabricação Própria	45,90
Postas de tilápia (1kg)	Fabricação Própria	39,00
Sal de parrilha (400g)	Revenda	10,90
Salmão defumado em fatias (200g)	Fabricação Própria	79,90
Sprite 350 mL	Revenda	5,00
Sururu (1kg)	Fabricação Própria	59,90
Sweet chili poletto (280g)	Revenda	17,90
Tempero - Alho em po (50g)	Fabricação Própria	4,90
Tempero - Cebola em po (50g)	Fabricação Própria	5,90
Tempero - Lemon pepper (50g)	Fabricação Própria	6,90
Tempero - Mix de frutos do mar	Fabricação Própria	4,90

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
(50g)		
Tempero - Paprica defumada (50g)	Fabricação Própria	6,90
Tempero - Pimenta calabresa (50g)	Fabricação Própria	4,90
Tempero - Salsa desidratada (50g)	Fabricação Própria	6,90
Vieira desconchada limpa (0,5kg)	Fabricação Própria	220,00
Vinagre balsamico (250 mL)	Revenda	26,50
Vinho Casal Garcia Branco Verde Português 750mL	Revenda	74,90
Vinho Casillero del Diablo Chardonnay Branco Seco 750 mL	Revenda	69,90
Vinho Casillero Rosé	Revenda	69,90
Vinho Pinot Noir Concha y Toro Reservado 750mL	Revenda	64,90
Vinho Tinto Cordero Con Piel de Lobo Malbec 750 mL	Revenda	49,90
Wasabi em pasta (50g)	Revenda	19,90

Receita

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Água com gás 500 mL	Produto de revenda	12	3,00	36,00	0.05
Água sem gás 500 mL	Produto de revenda	24	2,50	60,00	0.09
Alga nori (10 folhas)	Produto de revenda	10	19,90	199,00	0.29
Anéis de Lula (0,5 kg)	Produto de fabricação própria	16	54,90	878,40	1.27
Arroz Arboreo (500g)	Produto de revenda	8	15,90	127,20	0.18
Arroz japonês (500g)	Produto de revenda	8	15,90	127,20	0.18
Arroz paella (1kg)	Produto de revenda	10	25,90	259,00	0.37
Azeite extravirgem gallo (500 mL)	Produto de revenda	5	39,90	199,50	0.29
Azeitona recheada (150 g)	Produto de revenda	8	18,50	148,00	0.21
Azuma tempero para arroz (750 mL)	Produto de revenda	5	22,00	110,00	0.16
Camarão G sem cabeça (1kg)	Produto de fabricação própria	28	80,90	2.265,20	3.27
Camarão M sem cabeça (1kg)	Produto de fabricação própria	21	49,90	1.047,90	1.51
Carne de Aratu (0,5kg)	Produto de fabricação própria	20	79,90	1.598,00	2.31
Carne de caranguejo (0,5kg)	Produto de fabricação própria	20	74,90	1.498,00	2.16
Carne de siri (0,5kg)	Produto de fabricação própria	20	69,90	1.398,00	2.02
Cauda de lagosta (0,5kg)	Produto de fabricação própria	6	134,90	809,40	1.17
Cerveja Amber Lager Patagonia Lata 350 mL	Produto de revenda	10	12,90	129,00	0.19
Cerveja Baden Baden American IPA Garrafa 600ml	Produto de revenda	3	22,90	68,70	0.10
Cerveja Baden Baden Cristal Garrafa 600ml	Produto de revenda	5	20,90	104,50	0.15
Cerveja Erdinger Weissbier Lata 500 mL	Produto de revenda	5	18,90	94,50	0.14
Cerveja Heineken Long Neck 330 mL	Produto de revenda	20	9,90	198,00	0.29
Cerveja Michelob Ultra	Produto de revenda	15	11,90	178,50	0.26

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Long Neck 330 mL					
Coca cola 2 L	Produto de revenda	6	14,00	84,00	0.12
Coca cola zero 350 mL	Produto de revenda	12	5,50	66,00	0.10
Coca cola zero 2L	Produto de revenda	6	15,00	90,00	0.13
Coca-cola 350 mL	Produto de revenda	12	5,50	66,00	0.10
Creme de leite 200 mL	Produto de revenda	15	3,90	58,50	0.08
Espumante Casa Perini Charmat Brut 750 mL	Produto de revenda	2	54,90	109,80	0.16
Espumante Rio Sol Moscatel	Produto de revenda	4	39,90	159,60	0.23
Farinha Panko (1kg)	Produto de revenda	10	26,90	269,00	0.39
Filé de Atum (1kg)	Produto de fabricação própria	12	55,90	670,80	0.97
Filé de bacalhau dessalgado (1kg)	Produto de fabricação própria	12	84,90	1.018,80	1.47
Filé de camarão defumado (200g)	Produto de fabricação própria	25	49,90	1.247,50	1.80
Filé de camarão M (0,5kg)	Produto de fabricação própria	50	39,90	1.995,00	2.88
Filé de camarão M (1kg)	Produto de fabricação própria	30	79,90	2.397,00	3.46
Filé de camarão M eviscerado(0,5kg)	Produto de fabricação própria	40	44,90	1.796,00	2.59
Filé de camarão M eviscerado(1kg)	Produto de fabricação própria	20	89,90	1.798,00	2.60
File de Meca (1kg)	Produto de fabricação própria	12	72,90	874,80	1.26
Filé de merluza sem espinha (1kg)	Produto de fabricação própria	15	49,90	748,50	1.08
Filé de patola de caranguejo (0,5 kg)	Produto de fabricação própria	8	100,00	800,00	1.16
Filé de pescada amarela (1kg)	Produto de fabricação própria	14	87,90	1.230,60	1.78
Filé de pescada branca (1kg)	Produto de fabricação própria	12	59,90	718,80	1.04
Filé de Robalo (1kg)	Produto de fabricação própria	8	84,90	679,20	0.98
Filé de salmão (1kg)	Produto de fabricação própria	20	149,90	2.998,00	4.33
Filé de tambaqui defumado (200g)	Produto de fabricação própria	10	35,90	359,00	0.52
Filé de tilápia (1kg)	Produto de fabricação	24	59,90	1.437,60	2.08

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
	própria				
Filé de Tilápia defumada (200g)	Produto de fabricação própria	20	38,00	760,00	1.10
Guarana antartica 350 mL	Produto de revenda	12	5,00	60,00	0.09
Guarana Antartica 2L	Produto de revenda	4	13,00	52,00	0.07
Guarana antartica zero 350 mL	Produto de revenda	12	5,00	60,00	0.09
Kit Caldeirada (1kg)	Produto de fabricação própria	35	72,50	2.537,50	3.66
Kit Fideua (1kg)	Produto de fabricação própria	10	89,00	890,00	1.28
Kit Hamburguer (400g)	Produto de fabricação própria	30	49,90	1.497,00	2.16
Kit Mariscada (1 kg)	Produto de fabricação própria	30	79,90	2.397,00	3.46
Kit Paella (1kg)	Produto de fabricação própria	15	77,00	1.155,00	1.67
Lascas de Bacalhau (1kg)	Produto de fabricação própria	8	75,00	600,00	0.87
Leite de coco (200 mL)	Produto de revenda	20	5,90	118,00	0.17
Linguiça de camarão defumada (400g)	Produto de fabricação própria	30	59,90	1.797,00	2.59
Lombo de Bacalhau (1kg)	Produto de fabricação própria	16	99,00	1.584,00	2.29
Lombo de salmão (1kg)	Produto de fabricação própria	16	139,90	2.238,40	3.23
Macarrão Bifum (500g)	Produto de revenda	8	17,90	143,20	0.21
Marisco (1kg)	Produto de fabricação própria	12	49,90	598,80	0.86
Massa fideua capelling (500g)	Produto de revenda	8	13,90	111,20	0.16
Massa linguini paganini (500g)	Produto de revenda	8	13,90	111,20	0.16
Massa talharim paganini (500g)	Produto de revenda	8	14,90	119,20	0.17
Mexilhão desconchado (1kg)	Produto de fabricação própria	12	74,90	898,80	1.30
Molho Shoyo Sakura Premium (150 ml)	Produto de revenda	10	14,90	149,00	0.21
Molho tarê Sakura (180 ml)	Produto de revenda	8	14,90	119,20	0.17
Molho Teriyaki Sakura	Produto de revenda	10	14,90	149,00	0.21

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
(180ml)					
Oleo gergelim (100 mL	Produto de revenda	5	19,90	99,50	0.14
Pernil de lagosta (0,5kg)	Produto de fabricação própria	6	74,90	449,40	0.65
Polvo tentáculos (0,5kg)	Produto de fabricação própria	16	59,90	958,40	1.38
Posta de Robalo (1kg)	Produto de fabricação própria	15	79,90	1.198,50	1.73
Postas de Albacora (1kg)	Produto de fabricação própria	20	34,90	698,00	1.01
Postas de Atum (1kg)	Produto de fabricação própria	20	45,00	900,00	1.30
Postas de Bacalhau (1kg)	Produto de fabricação própria	8	94,90	759,20	1.10
Postas de Dourado (1kg)	Produto de fabricação própria	14	64,90	908,60	1.31
Postas de Meca (1kg)	Produto de fabricação própria	12	65,00	780,00	1.13
Postas de pescada amarela (1kg)	Produto de fabricação própria	12	69,90	838,80	1.21
Postas de Pescada Branca (1kg)	Produto de fabricação própria	12	50,00	600,00	0.87
Postas de salmão (1kg)	Produto de fabricação própria	12	109,00	1.308,00	1.89
Postas de Tambaqui (1kg)	Produto de fabricação própria	12	45,90	550,80	0.80
Postas de tilápia (1kg)	Produto de fabricação própria	28	39,00	1.092,00	1.58
Sal de parrilha (400g)	Produto de revenda	10	10,90	109,00	0.16
Salmão defumado em fatias (200g)	Produto de fabricação própria	25	79,90	1.997,50	2.88
Sprite 350 mL	Produto de revenda	6	5,00	30,00	0.04
Sururu (1kg)	Produto de fabricação própria	12	59,90	718,80	1.04
Sweet chili poletto (280g)	Produto de revenda	8	17,90	143,20	0.21
Tempero - Alho em po (50g)	Produto de fabricação própria	15	4,90	73,50	0.11
Tempero - Cebola em po (50g)	Produto de fabricação própria	15	5,90	88,50	0.13
Tempero - Lemon pepper (50g)	Produto de fabricação própria	20	6,90	138,00	0.20
Tempero - Mix de frutos	Produto de fabricação	20	4,90	98,00	0.14

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
do mar (50g)	própria				
Tempero – Paprica defumada (50g)	Produto de fabricação própria	20	6,90	138,00	0.20
Tempero – Pimenta calabresa (50g)	Produto de fabricação própria	15	4,90	73,50	0.11
Tempero – Salsa desidratada (50g)	Produto de fabricação própria	15	6,90	103,50	0.15
Vieira desconchada limpa (0,5kg)	Produto de fabricação própria	8	220,00	1.760,00	2.54
Vinagre balsamico (250 mL)	Produto de revenda	5	26,50	132,50	0.19
Vinho Casal Garcia Branco Verde Português 750mL	Produto de revenda	3	74,90	224,70	0.32
Vinho Casillero del Diablo Chardonnay Branco Seco 750 mL	Produto de revenda	4	69,90	279,60	0.40
Vinho Casillero Rosé	Produto de revenda	4	69,90	279,60	0.40
Vinho Pinot Noir Concha y Toro Reservado 750mL	Produto de revenda	2	64,90	129,80	0.19
Vinho Tinto Cordero Con Piel de Lobo Malbec 750 mL	Produto de revenda	3	49,90	149,70	0.22
Wasabi em pasta (50g)	Produto de revenda	6	19,90	119,40	0.17
Total			-	69.280,00	100.00

Projeção da Receita

Tipo de projeção: Inserir valores manualmente

Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	69.280,00
Mês 2	69.280,00
Mês 3	69.280,00
Mês 4	89.440,65
Mês 5	69.280,00
Mês 6	69.280,00
Mês 7	69.280,00
Mês 8	69.280,00

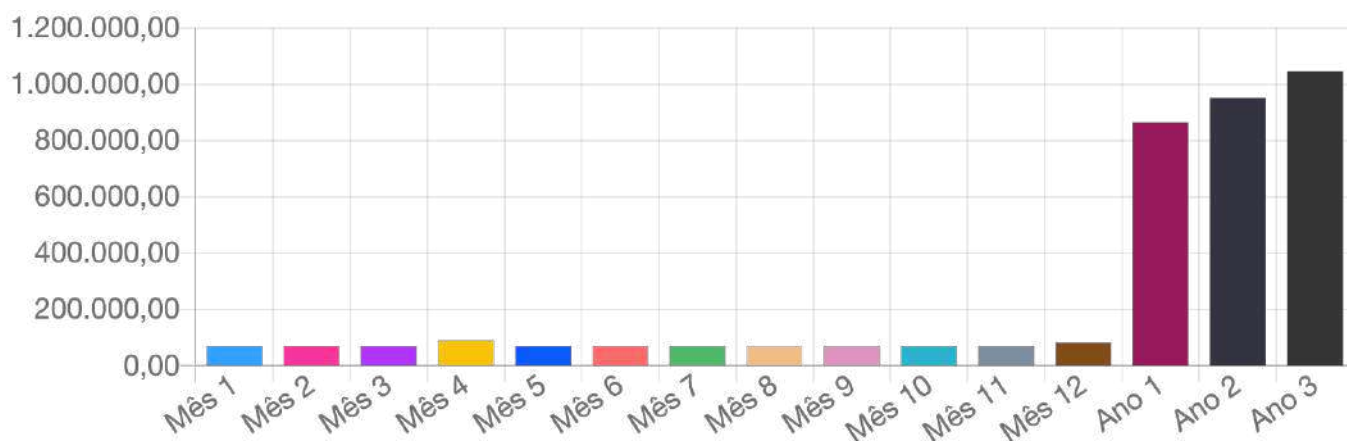
Descrição	Valor (R\$)
Mês 9	69.280,00
Mês 10	69.280,00
Mês 11	69.280,00
Mês 12	82.560,60

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	864.801,25
Segundo Ano	951.281,38
Terceiro Ano	1.046.409,51

Gráficos

Evolução da receita



Top 5 Geração de receita: Produtos e Serviços



Receita de acordo com parcelamento



Custos dos Produtos e Serviços

Produtos de Revenda

Descrição	Valor de aquisição (R\$)	Preço de venda (R\$)
Água com gás 500 mL	1,70	3,00
Água sem gás 500 mL	1,46	2,50
Alga nori (10 folhas)	11,94	19,90
Arroz Arboreo (500g)	9,54	15,90
Arroz japonês (500g)	9,54	15,90
Arroz paella (1kg)	15,54	25,90
Azeite extravirgem gallo (500 mL)	23,94	39,90
Azeitona recheada (150 g)	13,90	18,50
Azuma tempero para arroz (750 mL)	14,00	22,00
Cerveja Amber Lager Patagonia Lata 350 mL	7,20	12,90
Cerveja Baden Baden American IPA Garrafa 600ml	13,79	22,90
Cerveja Baden Baden Cristal Garrafa 600ml	12,60	20,90
Cerveja Erdinger Weissbier Lata 500 mL	11,00	18,90
Cerveja Heineken Long Neck 330 mL	5,38	9,90
Cerveja Michelob Ultra Long Neck 330 mL	5,60	11,90
Coca cola 2 L	9,30	14,00
Coca cola zero 350 mL	3,29	5,50
Coca cola zero 2L	9,60	15,00
Coca-cola 350 mL	3,09	5,50
Creme de leite 200 mL	2,34	3,90
Espumante Casa Perini Charmat Brut 750 mL	36,00	54,90
Espumante Rio Sol Moscatel	16,45	39,90
Farinha Panko (1kg)	15,00	26,90
Guarana antartica 350 mL	2,40	5,00
Guarana Antartica 2L	8,20	13,00
Guarana antartica zero 350 mL	2,50	5,00
Leite de coco (200 mL)	3,54	5,90
Macarrão Bifum (500g)	10,74	17,90
Massa fideua capelling (500g)	8,34	13,90

Descrição	Valor de aquisição (R\$)	Preço de venda (R\$)
Massa linguini paganini (500g)	8,34	13,90
Massa talharim paganini (500g)	11,50	14,90
Molho Shoyo Sakura Premium (150 ml)	8,94	14,90
Molho tarê Sakura (180 ml)	8,94	14,90
Molho Teriyaki Sakura (180ml)	8,94	14,90
Oleo gergelim (100 mL	12,54	19,90
Sal de parrilha (400g)	8,28	10,90
Sprite 350 mL	2,70	5,00
Sweet chili poletto (280g)	10,74	17,90
Vinagre balsamico (250 mL)	19,64	26,50
Vinho Casal Garcia Branco Verde Português 750mL	51,90	74,90
Vinho Casillero del Diablo Chardonnay Branco Seco 750 mL	51,90	69,90
Vinho Casillero Rosé	47,90	69,90
Vinho Pinot Noir Concha y Toro Reservado 750mL	47,90	64,90
Vinho Tinto Cordero Con Piel de Lobo Malbec 750 mL	29,90	49,90
Wasabi em pasta (50g)	14,29	19,90

Produtos de Fabricação Própria

Anéis de Lula (0,5 kg)					Preço de venda: R\$ 54,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Aneis de Lula	0.5	kg	28,00	90.91	14.00
Embalagem linha basica 0,5kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,40	9.09	1.40
Total				100	15,40

Camarão G sem cabeça (1kg)					Preço de venda: R\$ 80,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Camarão G Fresco	1.43	kg	36,00	96.99	51.48
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	3.01	1.60
Total				100	53,08

Camarão M sem cabeça (1kg)					Preço de venda: R\$ 49,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Camarão M Fresco	1.43	kg	20,00	94.70	28.60
Embalagem Linha básica 1kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,60	5.30	1.60
Total				100	30,20

Carne de Aratu (0,5kg)					Preço de venda: R\$ 79,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Carne de Aratu	0.5	kg	100,00	97.28	50.00
Embalagem Linha básica 0,5kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,40	2.72	1.40
Total				100	51,40

Carne de caranguejo (0,5kg)					Preço de venda: R\$ 74,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Carne de caranguejo	0.5	1	90,00	96.98	45.00
Embalagem Linha básica 0,5kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,40	3.02	1.40
Total				100	46,40

Carne de siri (0,5kg)					Preço de venda: R\$ 69,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Carne de siri	0.5	kg	85,00	96.81	42.50
Embalagem Linha básica 0,5kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,40	3.19	1.40
Total				100	43,90

Cauda de lagosta (0,5kg)					Preço de venda: R\$ 134,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Cauda de lagosta	0.5	kg	200,00	98.62	100.00

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Embalagem Linha basica 0,5kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,40	1.38	1.40
Total				100	101,40

Filé de Atum (1kg)				Preço de venda: R\$ 55,90	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Atum	2	kg	20,00	96.15	40.00
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	3.85	1.60
Total				100	41,60

Filé de bacalhau dessalgado (1kg)				Preço de venda: R\$ 84,90	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Bacalhau dessalgado	1.25	kg	45,00	97.23	56.25
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	2.77	1.60
Total				100	57,85

Filé de camarão defumado (200g)				Preço de venda: R\$ 49,90	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Camarão M	0.4	kg	20,00	51.05	8.00
Chips de Lenha de Macieira	0.03	kg	20,00	3.83	0.60
Sal sem iodo	0.02	kg	12,00	1.53	0.24
Açúcar	0.01	kg	3,00	0.19	0.03
Gas de cozinha (13kg)	0.05	kg	100,00	31.91	5.00
Temperos (Paprica, alho em po, cebola em po, pimenta do reino e limão em po)	1	1	0,20	1.28	0.20
Embalagem Linha defumados (saco a vacuo e sleeve)	1	1	1,60	10.21	1.60
Total				100	15,67

Filé de camarão M (0,5kg)					Preço de venda: R\$ 39,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Camarão M fresco	1	kg	20,00	93.46	20.00
Embalagem Linha basica 0,5kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,40	6.54	1.40
Total				100	21,40

Filé de camarão M (1kg)					Preço de venda: R\$ 79,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Camarão Fresco M	2	kg	20,00	96.15	40.00
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	3.85	1.60
Total				100	41,60

Filé de camarão M eviscerado(0,5kg)					Preço de venda: R\$ 44,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Camarão M Fresco	1	kg	20,00	93.46	20.00
Embalagem Linha basica 0,5kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,40	6.54	1.40
Total				100	21,40

Filé de camarão M eviscerado(1kg)					Preço de venda: R\$ 89,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Camarão M Fresco	2	kg	20,00	96.15	40.00
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	3.85	1.60
Total				100	41,60

File de Meca (1kg)					Preço de venda: R\$ 72,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Meca	1.25	kg	27,00	100.00	33.75
Total				100	33,75

Filé de merluza sem espinha (1kg)					Preço de venda: R\$ 49,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Merluza	1.67	kg	18,00	94.95	30.06
Embalagem Linha básica 1kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,60	5.05	1.60
Total				100	31,66

Filé de patola de caranguejo (0,5 kg)					Preço de venda: R\$ 100,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
File de patola	0.5	1	140,00	98.04	70.00
Embalagem Linha básica 0,5kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,40	1.96	1.40
Total				100	71,40

Filé de pescada amarela (1kg)					Preço de venda: R\$ 87,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Pescada amarela	2.5	kg	26,00	97.60	65.00
Embalagem Linha básica 1kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,60	2.40	1.60
Total				100	66,60

Filé de pescada branca (1kg)					Preço de venda: R\$ 59,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Pescada branca	2.2	kg	22,00	96.80	48.40
Embalagem Linha básica 1kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,60	3.20	1.60
Total				100	50,00

Filé de Robalo (1kg)					Preço de venda: R\$ 84,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Robalo	2.2	kg	33,00	97.84	72.60

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Embalagem Linha básica 1kg (Embalagem Linha básica 1kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,60	2.16	1.60
Total				100	74,20

Filé de salmão (1kg)				Preço de venda: R\$ 149,90	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Salmão	1.25	kg	55,00	97.73	68.75
Embalagem Linha básica 1kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,60	2.27	1.60
Total				100	70,35

Filé de tambaqui defumado (200g)				Preço de venda: R\$ 35,90	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Tambaqui	0.4	kg	18,00	48.42	7.20
Chips de Lenha de Macieira	0.03	kg	20,00	4.04	0.60
Sal sem iodo	0.02	kg	12,00	1.61	0.24
Açúcar	0.01	kg	3,00	0.20	0.03
Gas de cozinha (13 kg)	0.05	kg	100,00	33.63	5.00
Temperos (Paprica, alho em po, cebola em po, pimenta do reino e limão em po)	1	1	0,20	1.34	0.20
Embalagem Linha defumados (saco a vacuo e sleeve)	1	1	1,60	10.76	1.60
Total				100	14,87

Filé de tilápia (1kg)				Preço de venda: R\$ 59,90	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Tilápia	2.5	kg	12,00	94.94	30.00
Embalagem Linha básica 1kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,60	5.06	1.60
Total				100	31,60

Filé de Tilápia defumada (200g)					Preço de venda: R\$ 38,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Tilapia	0.57	kg	12,00	47.14	6.84
Chips de Lenha de Marcieira	0.03	kg	20,00	4.13	0.60
Sal sem iodo	0.02	kg	12,00	1.65	0.24
Açúcar	0.01	kg	3,00	0.21	0.03
Gas de cozinha (13kg)	0.05	kg	100,00	34.46	5.00
Temperos (Paprica, alho em po, cebola em po, pimenta do reino e limão em po)	1	1	0,20	1.38	0.20
Embalagem Linha defumados (saco a vacuo e sleeve)	1	1	1,60	11.03	1.60
Total				100	14,51

Kit Caldeirada (1kg)					Preço de venda: R\$ 72,50
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Camarao M	0.3	kg	20,00	15.94	6.00
Camarao sem cabeça	0.15	kg	20,00	7.97	3.00
Aneis de Lula	0.1	kg	28,00	7.44	2.80
Polvo	0.1	kg	32,00	8.50	3.20
Marisco	0.15	kg	23,00	9.16	3.45
Mexilhao	0.1	kg	28,00	7.44	2.80
Pescada branca	0.6	kg	22,00	35.06	13.20
Embalagem Linha Kit 1kg (Bandeja, plastico e sleeve)	1	1	2,50	6.64	2.50
Temperos (Sal, Paprica, alho em po, pimenta do reino, salsa desidratada e limão em po)	1	1	0,70	1.86	0.70
Total				100	37,65

Kit Fideua (1kg)					Preço de venda: R\$ 89,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Camarao G	0.2	kg	36,00	15.72	7.20
Camarão M	1.1	kg	20,00	48.03	22.00
Aneis de lula	0.3	kg	28,00	18.34	8.40
Macarrão cabelo de anjo (500g)	1	1	5,00	10.92	5.00
Embalagem Linha Kit 1kg (Bandeja, plastico e sleeve)	1	1	2,50	5.46	2.50
Temperos (Sal, Paprica, alho em po, pimenta do reino, acafrao, cebola em po e limão em po)	1	1	0,70	1.53	0.70
Total				100	45,80

Kit Hamburguer (400g)					Preço de venda: R\$ 49,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Tilápia	0.25	kg	12,00	15.67	3.00
Camarão	0.67	kg	20,00	69.97	13.40
Farinha panko	0.03	kg	15,00	2.35	0.45
Embalagem (Saco + Sleeve)	1	1	1,60	8.36	1.60
Temperos (Sal, Paprica, alho em po, pimenta do reino, salsa desidratada e limão em po)	1	1	0,70	3.65	0.70
Total				100	19,15

Kit Mariscada (1 kg)					Preço de venda: R\$ 79,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Camarao M	0.3	kg	20,00	13.76	6.00
Camarão sem cabeça	0.15	kg	20,00	6.88	3.00
Carne de siri	0.2	kg	85,00	38.99	17.00
Sururu	0.15	kg	28,00	9.63	4.20
Marisco	0.2	kg	23,00	10.55	4.60

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Mexilhão	0.2	kg	28,00	12.84	5.60
Embalagem Linha Kit 1kg (Bandeja, plastico e sleeve)	1	1	2,50	5.73	2.50
Temperos (Sal, Paprica, alho em po, pimenta do reino, salsa desidratada e limão em po)	1	1	0,70	1.61	0.70
Total				100	43,60

Kit Paella (1kg)				Preço de venda: R\$ 77,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Camarão GG	0.19	kg	36,00	18.34	6.84
Camarão M	0.5	kg	20,00	26.82	10.00
Aneis de lula	0.15	kg	27,00	10.86	4.05
Polvo	0.15	kg	32,00	12.87	4.80
Mexilhão	0.3	kg	28,00	22.53	8.40
Embalagem (Bandeja, plastico e sleeve)	1	1	2,50	6.70	2.50
Temperos (Sal, Paprica, alho em po, pimenta do reino, acafrao, cebola em po e limão em po)	1	1	0,70	1.88	0.70
Total				100	37,29

Lascas de Bacalhau (1kg)				Preço de venda: R\$ 75,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Bacalhau dessalgado	1.1	kg	45,00	96.87	49.50
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e sleeve)	1	1	1,60	3.13	1.60
Total				100	51,10

Linguiça de camarão defumada (400g)				Preço de venda: R\$ 59,90	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Linguiça de camarão (500g)	1	1	16,84	54.98	16.84
Chips de Lenha de	0.06	kg	20,00	3.92	1.20

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Macieira					
Sal sem iodo	0.04	kg	12,00	1.57	0.48
Açúcar	0.02	kg	3,00	0.20	0.06
Gas de cozinha (13 kg)	0.1	kg	100,00	32.65	10.00
Temperos (Paprica, alho em po, cebola em po, pimenta do reino e limão em po)	1	1	0,45	1.47	0.45
Embalagem Linha defumados (saco a vacuo e sleeve)	1	1	1,60	5.22	1.60
Total				100	30,63

Lombo de Bacalhau (1kg)			Preço de venda: R\$ 99,00		
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Bacalhau dessalgado	1.25	kg	45,00	97.23	56.25
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	2.77	1.60
Total				100	57,85

Lombo de salmão (1kg)			Preço de venda: R\$ 139,90		
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Salmão	1.25	kg	55,00	97.73	68.75
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	2.27	1.60
Total				100	70,35

Marisco (1kg)			Preço de venda: R\$ 49,90		
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Marisco	1	kg	23,00	93.50	23.00
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	6.50	1.60
Total				100	24,60

Mexilhão desconchado (1kg)					Preço de venda: R\$ 74,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Mexilhão desconchado	1	kg	28,00	94.59	28.00
Embalagem Linha básica 1kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,60	5.41	1.60
Total				100	29,60

Pernil de lagosta (0,5kg)					Preço de venda: R\$ 74,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Pernil de lagosta	0.5	kg	90,00	96.98	45.00
Embalagem Linha básica 0,5kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,40	3.02	1.40
Total				100	46,40

Polvo tentáculos (0,5kg)					Preço de venda: R\$ 59,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Polvo	0.5	kg	32,00	91.95	16.00
Embalagem Linha básica 0,5kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,40	8.05	1.40
Total				100	17,40

Posta de Robalo (1kg)					Preço de venda: R\$ 79,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Robalo	1.67	kg	33,00	97.18	55.11
Embalagem Linha básica 1kg (Bandeja, plástico e adesivo)	1	1	1,60	2.82	1.60
Total				100	56,71

Postas de Albacora (1kg)					Preço de venda: R\$ 34,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Albacora	1.25	kg	15,00	92.14	18.75

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	7.86	1.60
Total				100	20,35

Postas de Atum (1kg)				Preço de venda: R\$ 45,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Atum	1.25	kg	20,00	93.98	25.00
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	6.01	1.60
Total				100	26,60

Postas de Bacalhau (1kg)				Preço de venda: R\$ 94,90	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Bacalhau	1.25	kg	45,00	97.23	56.25
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	2.77	1.60
Total				100	57,85

Postas de Dourado (1kg)				Preço de venda: R\$ 64,90	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Dourado	1.43	kg	26,00	95.87	37.18
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	4.13	1.60
Total				100	38,78

Postas de Meca (1kg)				Preço de venda: R\$ 65,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Meca	1.25	kg	27,00	95.47	33.75
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	4.53	1.60
Total				100	35,35

Postas de pescada amarela (1kg)					Preço de venda: R\$ 69,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Pescada amarela	1.67	kg	28,00	96.69	46.76
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	3.31	1.60
Total				100	48,36

Postas de Pescada Branca (1kg)					Preço de venda: R\$ 50,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Pescada branca	1.67	kg	22,00	95.83	36.74
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	4.17	1.60
Total				100	38,34

Postas de salmão (1kg)					Preço de venda: R\$ 109,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Salmão	1.25	kg	55,00	97.73	68.75
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	2.27	1.60
Total				100	70,35

Postas de Tambaqui (1kg)					Preço de venda: R\$ 45,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Tambaqui	1.25	kg	18,00	93.36	22.50
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	6.64	1.60
Total				100	24,10

Postas de tilápia (1kg)					Preço de venda: R\$ 39,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Tilápia	1.43	kg	12,00	91.47	17.16

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	8.53	1.60
Total				100	18,76

Salmão defumado em fatias (200g)				Preço de venda: R\$ 79,90	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Salmao	0.4	kg	55,00	74.15	22.00
Chips de Lenha de Macieira	0.03	kg	20,00	2.02	0.60
Sal sem iodo	0.02	kg	12,00	0.81	0.24
Açucar	0.01	kg	3,00	0.10	0.03
Gas de cozinha (13kg)	0.05	kg	100,00	16.85	5.00
Temperos (Paprica, alho em po, cebola em po, pimenta do reino e limão em po)	1	1	0,20	0.67	0.20
Embalagem Linha defumados (saco a vacuo e sleeve)	1	1	1,60	5.39	1.60
Total				100	29,67

Sururu (1kg)				Preço de venda: R\$ 59,90	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Sururu	1	kg	28,00	94.59	28.00
Embalagem Linha basica 1kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,60	5.41	1.60
Total				100	29,60

Tempero - Alho em po (50g)				Preço de venda: R\$ 4,90	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Alho em po	0.05	kg	20,00	71.43	1.00
Ziplock 8 x 13 cm, Etiqueta	1	1	0,40	28.57	0.40
Total				100	1,40

Tempero - Cebola em po (50g)					Preço de venda: R\$ 5,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Cebola em po	0.05	kg	40,00	83.33	2.00
Ziplock 8 x 13 cm, Etiqueta	1	1	0,40	16.67	0.40
Total				100	2,40

Tempero - Lemon pepper (50g)					Preço de venda: R\$ 6,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Lemon pepper	0.05	kg	28,00	77.78	1.40
Ziplock 8 x 13 cm, Etiqueta	1	1	0,40	22.22	0.40
Total				100	1,80

Tempero - Mix de frutos do mar (50g)					Preço de venda: R\$ 4,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
(Sal, Alho em po, Paprica, Cebola em pó, Pimenta do reino, Salsa desidratada e Limão em po)	1	g	0,55	57.90	0.55
Ziplock 8 x 13 cm, Etiqueta	1	1	0,40	42.10	0.40
Total				100	0,95

Tempero - Paprica defumada (50g)					Preço de venda: R\$ 6,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Paprica defumada	0.05	kg	40,00	83.33	2.00
Ziplock 8 x 13 cm, Etiqueta	1	1	0,40	16.67	0.40
Total				100	2,40

Tempero - Pimenta calabresa (50g)					Preço de venda: R\$ 4,90
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Pimenta calabresa	0.05	kg	28,00	77.78	1.40

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Ziplock 8 x 13 cm, Etiqueta	1	g	0,40	22.22	0.40
Total				100	1,80

Tempero - Salsa desidratada (50g)				Preço de venda: R\$ 6,90	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Salsa desidratada	0.05	kg	32,00	80.00	1.60
Ziplock 8 x 13 cm, Etiqueta	1	1	0,40	20.00	0.40
Total				100	2,00

Vieira desconchada limpa (0,5kg)				Preço de venda: R\$ 220,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Vieira desconchada	0.5	kg	380,00	99.27	190.00
Embalagem Linha basica 0,5kg (Bandeja, plastico e adesivo)	1	1	1,40	0.73	1.40
Total				100	191,40

Custo dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos

Descrição	Custo un. (R\$)	Quant.	Custo total (R\$)	%
-----------	-----------------	--------	-------------------	---

Projeção do Custo de Mercadoria Vendida

Tipo de projeção: Inserir valores manualmente

Totais mensais

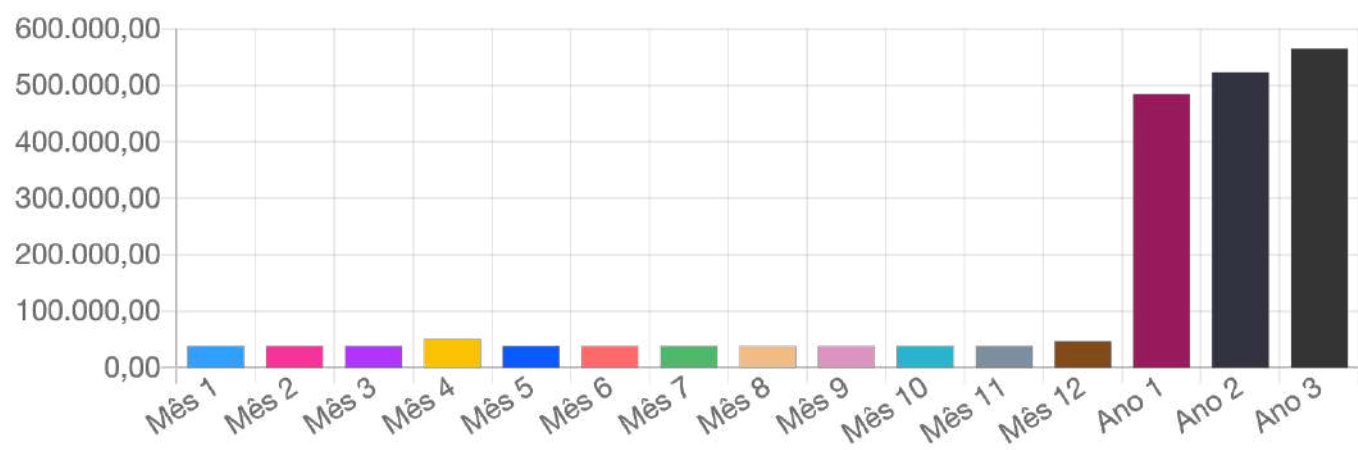
Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	38.764,94
Mês 2	38.764,94
Mês 3	38.764,94
Mês 4	50.394,42
Mês 5	38.764,94
Mês 6	38.764,94
Mês 7	38.764,94
Mês 8	38.764,94
Mês 9	38.764,94
Mês 10	38.764,94
Mês 11	38.764,94
Mês 12	46.517,93

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	484.561,75
Segundo Ano	523.326,70
Terceiro Ano	565.192,83

Gráfico

Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



Custos Variáveis

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Total			0,00

Impostos

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Simples Nacional	69.280,00	8.08	5.597,824
Total			5.597,824

Projeção dos Custos Variáveis

Tipo de projeção: Inserir valores manualmente

Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	5.597,824
Mês 2	5.559,08
Mês 3	5.559,08
Mês 4	7.226,80
Mês 5	5.559,08
Mês 6	5.559,08
Mês 7	5.559,08
Mês 8	5.559,08
Mês 9	5.559,08
Mês 10	5.559,08
Mês 11	5.559,08
Mês 12	6.670,90

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	69.488,50
Segundo Ano	78.722,76
Terceiro Ano	88.845,00

Depreciação

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Afiador de facas	10 anos		150,00	15,00	1,25
Ar Condicionado Split Hi Wall Eco II Inverter Connect Elgin 18.000 Btus Frio 220v R-32	10 anos	579,60	5.796,00	521,64	43,47
Ar-condicionado Split Midea 9000 BTUs Inverter Lite – 42EBVCA09M5	10 anos	161,40	1.614,00	145,26	12,105
Armário de Cozinha Aéreo Itatiaia Rose ARM-105 3 Portas 105x40cm	10 anos		242,00	24,20	2,017
Armário Escritório Baixo Semiaberto Portas C/ Chave Netmobil	10 anos		460,00	46,00	3,833
Balança De Plataforma 200kg 40x30cm Led Eletrônica Digital Hanabi Tcs-k1 Cor Preto 127/220v	10 anos		360,00	36,00	3,00
Balança Digital Eletrônica Recarregável Alta Precisão Bivolt (15kg)	10 anos		349,00	34,90	2,908
Balcão Frig Peixaria Gapx150a Gelopar Inox 220v Capacidade - até 60kg	10 anos	289,90	2.899,00	260,91	21,743
Botijão de gas (vazio)	10 anos		200,00	20,00	1,667
Cadeira De Escritório Avignon Just Home Collection	10 anos		228,00	22,80	1,90
Cadeira de Escritório Flexy Way Preta Tela Mesh Preta, Base Giratória e Sistema Relax	10 anos		396,00	39,60	3,30
Cafeteira Elétrica Electrolux inox filtro permanente removível corta pingos capacidade 600ml	10 anos		130,00	13,00	1,083
Caixa Plástica Empilhável 52 Litros Hortifruti clip-icon	10 anos		440,00	44,00	3,667
Caixas Frigorífica Sem Tampa 23 Lts Pescados Câmara Fria 06 unidades	10 anos		852,00	85,20	7,10
Cesto Quadrado Lixeira De 30 Litros Resistente Varias	10 anos		312,00	31,20	2,60

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Cores					
Computador Slim Intel I7 16gb Ssd 512gb Mon 19 Strong Tech	5 anos	337,80	1.689,00	270,24	22,52
Conjunto 3 Estantes Aço 6 Bandejas 90cm Galvanizada	10 anos		1.142,00	114,20	9,517
Conjunto de espátulas, pinças e pegadores	10 anos		200,00	20,00	1,667
Defumador Profissional D-1000 Inox 5 Bandejas Com Kit Gás 30 kg capacidade	10 anos	238,70	2.387,00	214,83	17,903
Dispenser de sabão líquido, de álcool e papel toalha	5 anos		250,00	50,00	4,167
Eco Pallet em Plástico 1000x120x150mm LAR PLASTICOS-376	10 anos		293,80	29,38	2,448
Exaustor Diâmetro de 50 Cm Linha Comercial Ventisol	10 anos		223,00	22,30	1,858
Facas e utensílios	10 anos		500,00	50,00	4,167
Freezer Horizontal Metalfrio Nf55 Tampa Vidro 404/491lts	10 anos	762,60	7.626,00	686,34	57,195
Galocha Branca Pvc Cozinha Hospital Impermeável Bota	10 anos		96,00	9,60	0,80
Ganchos de aço inox para defumação	10 anos		150,00	15,00	1,25
Geladeira Electrolux Cycle Defrost 240L Degelo Prático Uma Porta Branca RE31	10 anos	161,40	1.614,00	145,26	12,105
Impressora D Etiquetas Knup Kp-im604 Tipo Zebra Rolo Dobrada Cor Preto	10 anos		395,00	39,50	3,292
Impressora Multifuncional HP Smart Tank 584 - Preta	10 anos		760,00	76,00	6,333
Jogo de Mesa Jantar Ciplafe Luna 4 Cadeiras Aço Tampo MDP Carvalho Montreal	10 anos		734,00	73,40	6,117
Kit 10 Cubas Gn 5litros 1/2 Buffet Cozinha Inox	10 anos		490,00	49,00	4,083
Kit 2 Avental Branco Impermeável De Pvc Cozinha E Açougue	10 anos		29,00	2,90	0,242
Kit Aparelho De Jantar 30 Peças Pratos Copos E Talheres Inox	10 anos		76,00	7,60	0,633
Kit Computador, Gaveta	10 anos	245,00	2.450,00	220,50	18,375

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Caixa, leitor de código de barras, teclado, mouse C/ Sistema De Vendas Grátis					
Kit De 5 Tábuas De Corte Profissional Polietileno 50X30 6MM Antibacteriana Carnes Legumes Peixes Pao	10 anos		229,00	22,90	1,908
Kit Mesa escrivaninha 150x60 Com Gaveteiro Preto 3 Gavetas	10 anos		432,00	43,20	3,60
Lixeira Cesto 50l Banheiro Refeitório Pátio Anvisa Branco	10 anos		149,99	14,999	1,25
Lixeira Pedal CK651 12L cinza 25x40cm	10 anos		132,00	13,20	1,10
Lixeira Redonda, Metal Aramado, 10,5 l, Preta, Ref. LI509, By Office	10 anos		38,00	3,80	0,317
Luva De Segurança Malha Aço Inox Açougueiro Anti Corte	10 anos		97,98	9,798	0,817
Luva Térmica 2 Dedos Mão De Gato Grafatex 45cm Ca 37965	10 anos		156,00	15,60	1,30
Maquina de cartão Pagbank	5 anos		108,00	21,60	1,80
Máquina de cortar carne e osso com picador de Bancada Sebem	10 anos		1.699,00	169,90	14,158
Material fixo de escritorio (pastas, grampeador, tesoura, calculadora, porta canetas, organizador)	10 anos		200,00	20,00	1,667
Material fixo de limpeza (vassoura, rodo, pa)	5 anos		200,00	40,00	3,333
Mesa Estante 100x40 Bancada Inox 2 Prateleiras	15 anos		799,00	53,267	4,439
Micro-ondas MO-01-21-W 1200W MondialMicro-ondas MO-01-21-W 1200W Mondial clip-icon Micro-ondas MO-01	10 anos		468,00	46,80	3,90
Mini Câmara Fria Industrial Inox 4 Portas 750 Litros Kofisa	10 anos	563,69	5.636,90	507,321	42,277
Pia Aço Inox Industrial 140x60x90 cm Cuba Direita Nortinox	10 anos		1.440,00	144,00	12,00
Prateleira rustica parede lateral	10 anos		996,00	99,60	8,30

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Prateleiras e balcoes	10 anos		1.000,00	100,00	8,333
Purificador de Água Gelada Fria e Natural Eletrônico Placa Compacto Electrolux PE12G com Filtro Carv	10 anos		1.264,00	126,40	10,533
Refrigerador Expositor Vertical Metafrio 326 Litros Branco VB28RB 220V	10 anos		3.299,00	329,90	27,492
Seladora a Vácuo RG-DZ260C	10 anos	79,90	799,00	71,91	5,993
Tanques da salga	10 anos		450,00	45,00	3,75
Termometro Infravermelho Com Certificado De Calibração	10 anos		99,00	9,90	0,825
Termômetros digitais	10 anos		300,00	30,00	2,50
Total				5.374,85	447,904

Custos com Pessoal

Cargo	Nº Emprega-dos	Salário Mensal (R\$)	Custo com Salários (R\$)	Encargo Social (%)	Custo com Encargos (R\$)	Benefícios (R\$)	Custo Total (R\$)
Ajudante de Produção	1	1.616,82	1.616,82	53.00	856,915	250,00	2.723,735
Atendente	1	1.616,82	1.616,82	53.00	856,915	250,00	2.723,735
Auxiliar de Beneficiamento	1	1.707,82	1.707,82	53.00	905,145	250,00	2.862,965
Prolabore	1	5.000,00	5.000,00				5.001,00
Total							13.311,43

Custos Fixos

Descrição	Valor total	Porcentagem
Água Compesa	206,78	0.99
Aluguel e IPTU	4.000,00	19.23
Depreciação	447,90	2.15
Encargos sociais sobre salários	2.618,97	12.59
Energia Elétrica	1.130,00	5.43
Honorários contábeis	500,00	2.40
Itens de EPI de reposição	100,00	0.48
Marketing e propaganda	400,00	1.92
Materiais de limpeza	250,00	1.20
Material de escritório	75,00	0.36
Plano Telefone (60 GB) e Internet (600 MEGA) Claro	160,00	0.77
Salários e Benefícios	10.692,46	51.39
Taxa CIM/TLF (reserva)	88,77	0.43
Taxa corpo de bombeiros (reserva)	18,00	0.09
Taxa de vistoria (reserva)	29,17	0.14
Vigilancia Sanitaria (reserva)	88,77	0.43
Total	20.805,82	100.00

Projeção dos Custos Fixos

Tipo de projeção: Inserir valores manualmente

Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	20.805,82
Mês 2	20.805,82
Mês 3	20.805,82
Mês 4	20.805,82
Mês 5	20.805,82
Mês 6	20.805,82

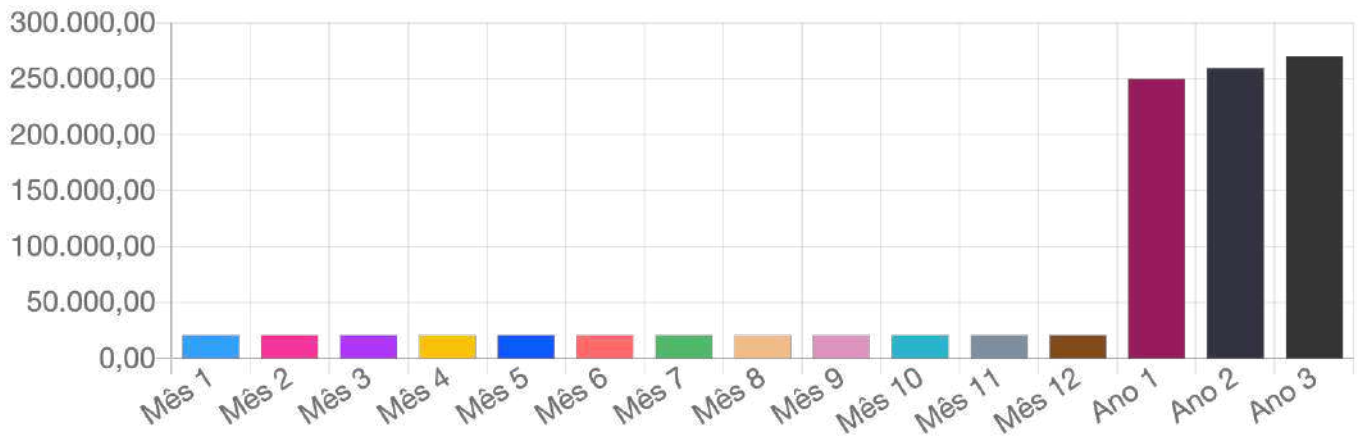
Descrição	Valor (R\$)
Mês 7	20.805,82
Mês 8	20.805,82
Mês 9	20.805,82
Mês 10	20.805,82
Mês 11	20.805,82
Mês 12	20.805,82

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	249.669,84
Segundo Ano	259.656,63
Terceiro Ano	270.042,90

Gráficos

Evolução dos Custos Fixos



Top 5 Custos Fixos



DRE

1. Receita Total

Descrição	Valor (R\$)	%
Vendas à Vista	41.568,00	60.00
Vendas à Prazo	27.712,00	40.00
Total	69.280,00	100.00

2. Custos Variáveis Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
CPV - Custos dos Produtos de Vendidos	35.149,29	50.73
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	3.615,65	5.22
CSV - Custos dos Serviços Vendidos	0,00	0.00
Impostos Federais	5.597,82	8.08
Total	44.362,76	64.03

3. Margem de Contribuição

	Valor (R\$)	%
Total	24.917,24	35.97

4. Custos Fixos Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
Salários e Benefícios	10.692,46	15.43
Encargos sociais sobre salários	2.618,97	3.78
Depreciação	447,90	0.65
Honorários contábeis	500,00	0.72
Marketing e propaganda	400,00	0.58
Material de escritório	75,00	0.11
Materiais de limpeza	250,00	0.36
Aluguel e IPTU	4.000,00	5.77
Água Compesa	206,78	0.30

Descrição	Valor (R\$)	%
Energia Elétrica	1.130,00	1.63
Plano Telefone (60 GB) e Internet (600 MEGA) Claro	160,00	0.23
Vigilância Sanitária (reserva)	88,77	0.13
Taxa CIM/TLF (reserva)	88,77	0.13
Taxa de vistoria (reserva)	29,17	0.04
Taxa corpo de bombeiros (reserva)	18,00	0.03
Itens de EPI de reposição	100,00	0.14
Total	20.805,82	30.03

5. Resultado Operacional

	Valor (R\$)	%
Total	4.111,42	5.93

Projeção da DRE

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	4.111,42
Mês 2	4.150,16
Mês 3	4.150,16
Mês 4	11.013,61
Mês 5	4.150,16
Mês 6	4.150,16
Mês 7	4.150,16
Mês 8	4.150,16
Mês 9	4.150,16
Mês 10	4.150,16
Mês 11	4.150,16
Mês 12	8.565,95

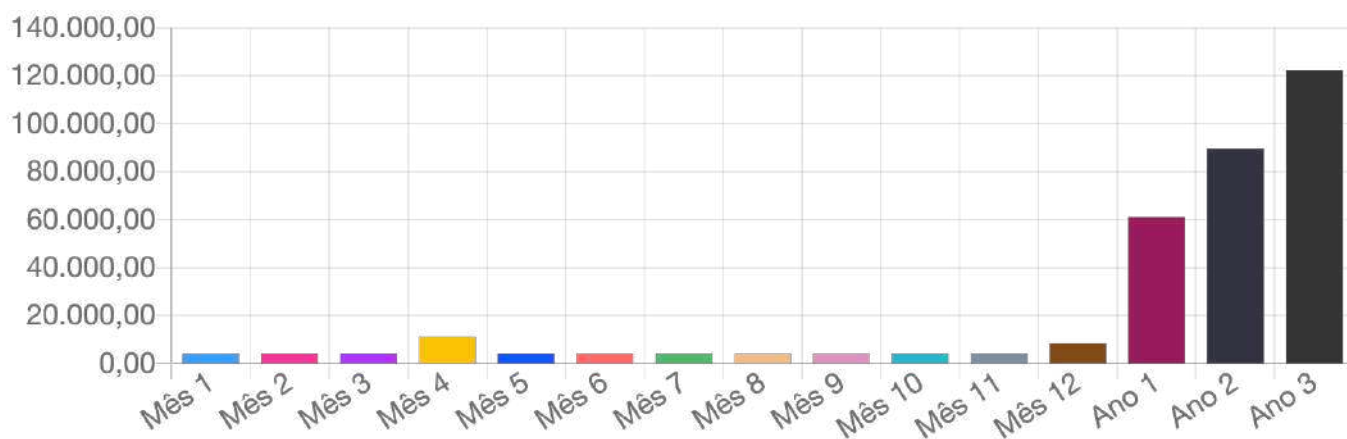
Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	61.081,16

Descrição	Valor (R\$)
Segundo Ano	89.575,29
Terceiro Ano	122.328,78

Gráficos

Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



Indicadores Financeiros

Resumo Financeiro

Descrição		
Receita Anual		R\$ 864.801,25
Custos Variáveis		-R\$ 554.050,25
Margem de Contribuição		R\$ 310.751,00
Custos Fixos		-R\$ 249.669,84
Resultado		R\$ 61.081,00
Lucratividade Anual		7.06 %

Outros Indicadores

Descrição		
Payback Simples		26 meses
Rentabilidade Anual		36.43 %

Pontos de Equilíbrio

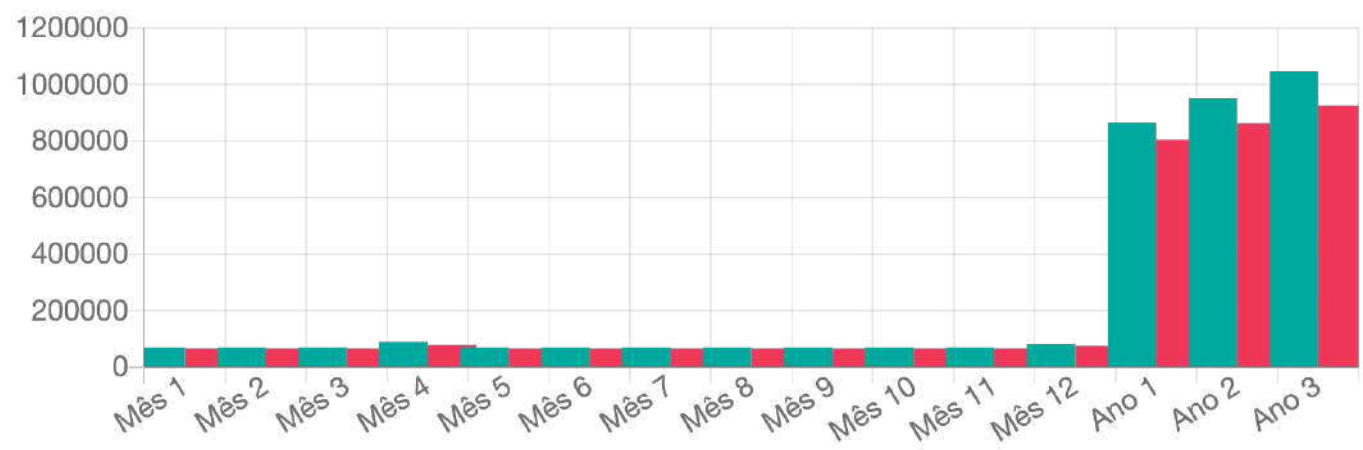
Lucro Desejado: R\$ 40.000,00

Descrição		
PE Contabil		R\$ 694.878,49
PE Financeiro		R\$ 679.919,26
PE Econômico		R\$ 806.206,07

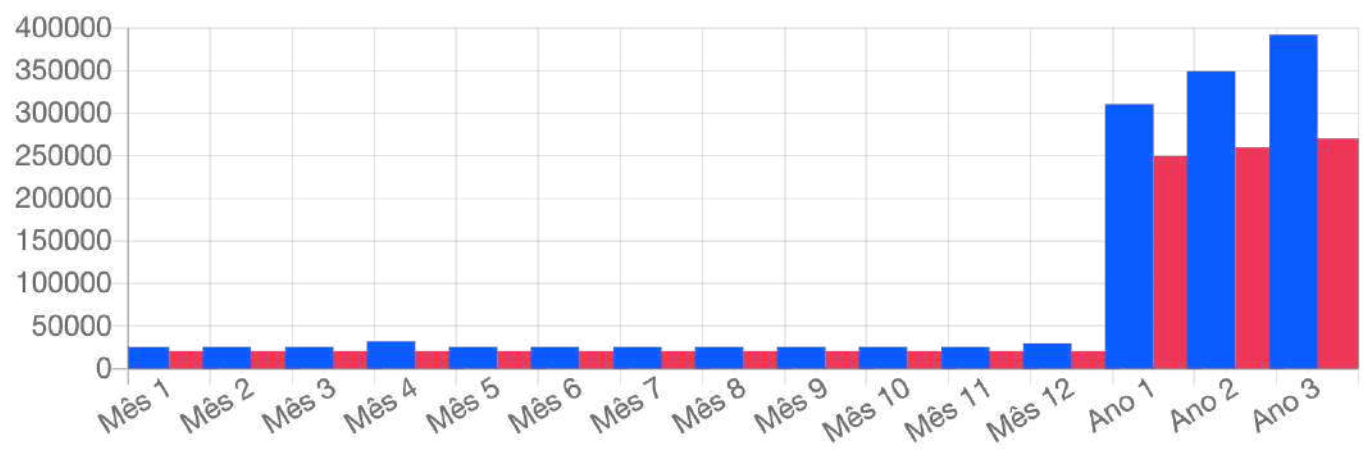
Indicador de Lucratividade



Receitas x Custos



Margem de Contribuição x Custos Fixos



Simulador de Resultados

Percentuais Aplicados

Cenário Otimista

Receita maior em: 15%

Custo menor em: 5%

Investimento menor em: Não informado

Cenário Pessimista

Receita menor em: 15%

Custo maior em: 5%

Investimento maior em: Não informado

Resumo

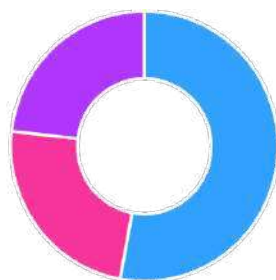
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Receita Anual	R\$ 864.801,25	R\$ 994.521,44	R\$ 735.081,06
Custos Variáveis	-R\$ 554.050,25	-R\$ 526.347,74	-R\$ 581.752,76
Margem de Contribuição	R\$ 310.751,00	R\$ 468.173,70	R\$ 153.328,30
Custos Fixos	-R\$ 249.669,84	-R\$ 237.186,35	-R\$ 262.153,33
Resultado	R\$ 61.081,00	R\$ 230.987,35	-R\$ 108.825,03

Indicadores Financeiros

Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Lucratividade Anual	7.06 %	23.23 %	Não se aplica
Payback Simples	26 meses	10 meses	Não se aplica
Rentabilidade Anual	36.43 %	137.78 %	-64.91 %
PE Contábil	R\$ 694.878,49	R\$ 503.847,79	R\$ 1.256.787,63
PE Financeiro	R\$ 679.919,26	R\$ 492.430,16	R\$ 1.231.020,10
PE Econômico	R\$ 806.206,07	R\$ 588.818,58	R\$ 1.448.551,38

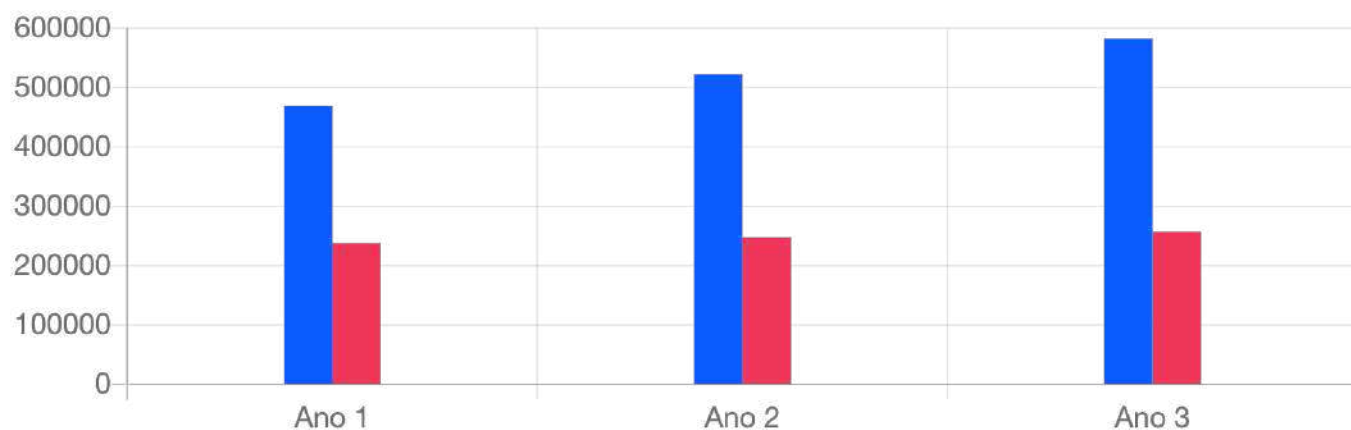
Gráficos Cenário Otimista

Avaliação das Pontuações



■ Custos Variáveis: 52.92 % ■ Custos Fixos: 23.85 %
■ Resultado: 23.23 %

Margem de Contribuição x Custos Fixos



Receitas x Custos

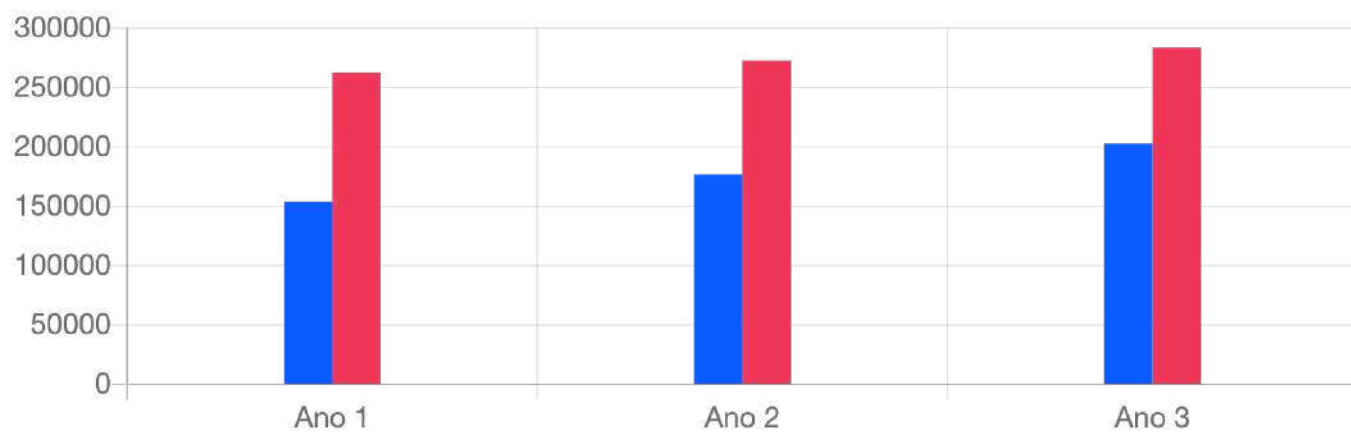


Gráficos Cenário Pessimista

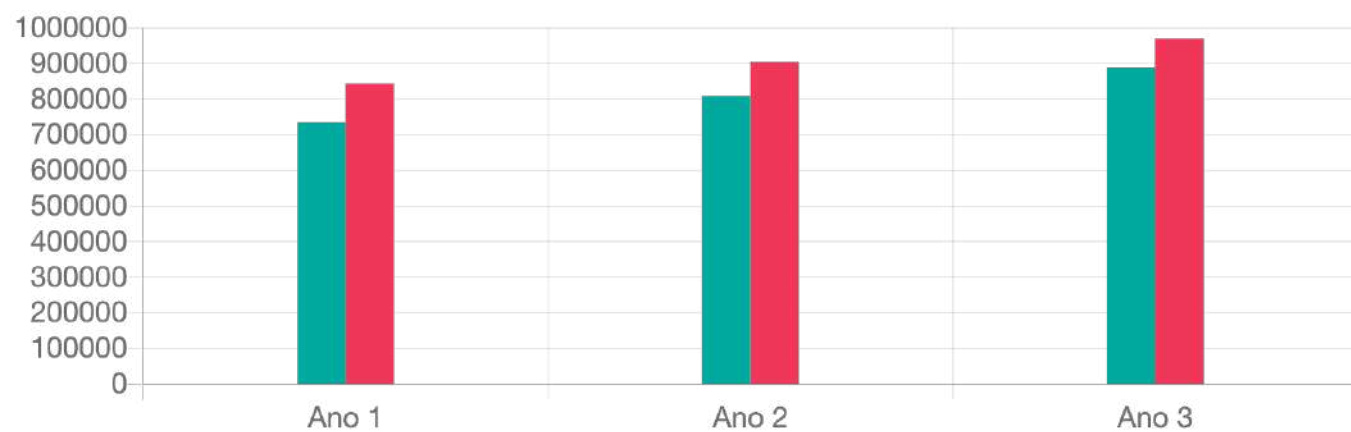
Avaliação das Pontuações



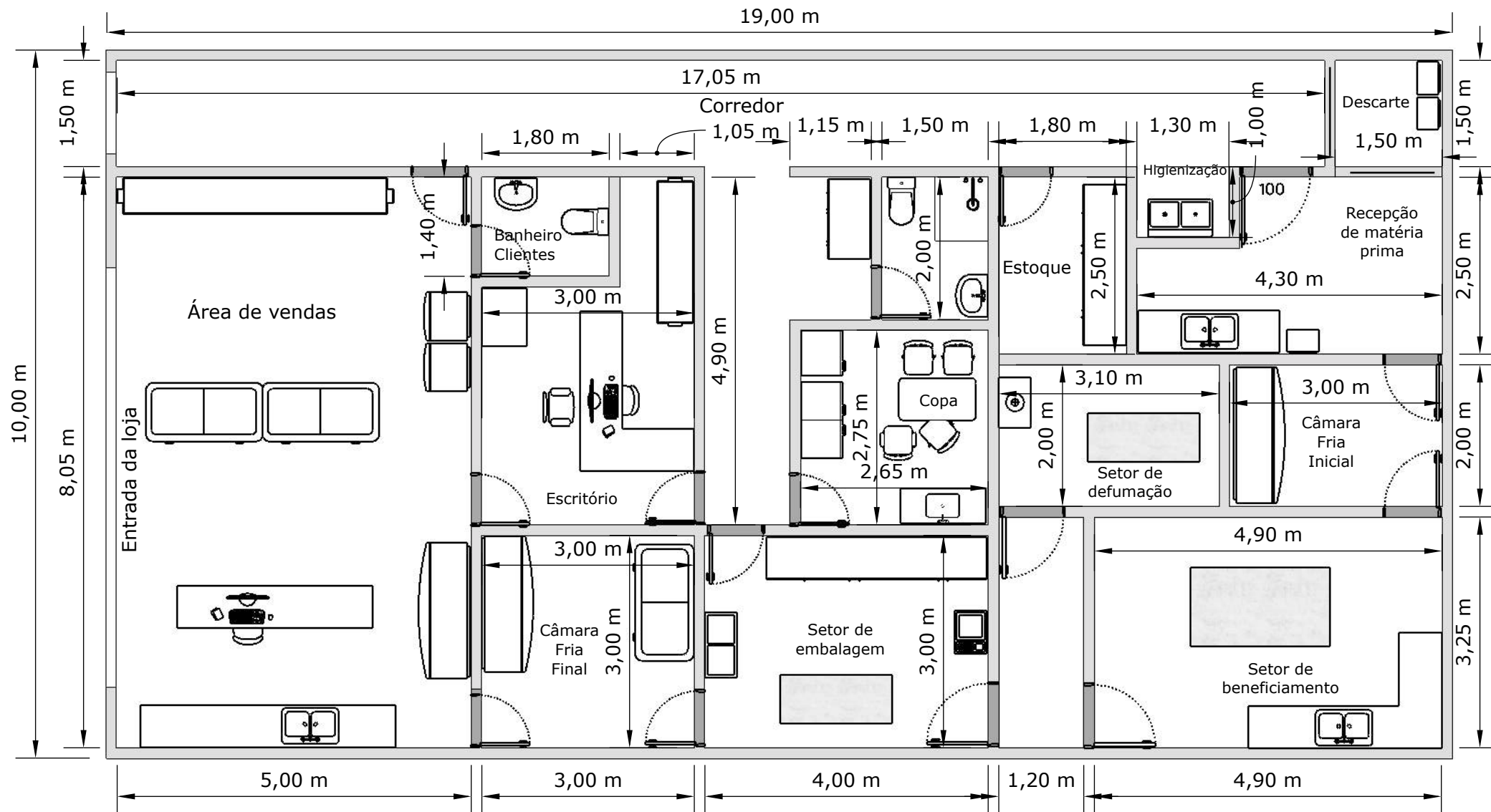
Margem de Contribuição x Custos Fixos



Receitas x Custos



Estacionamento



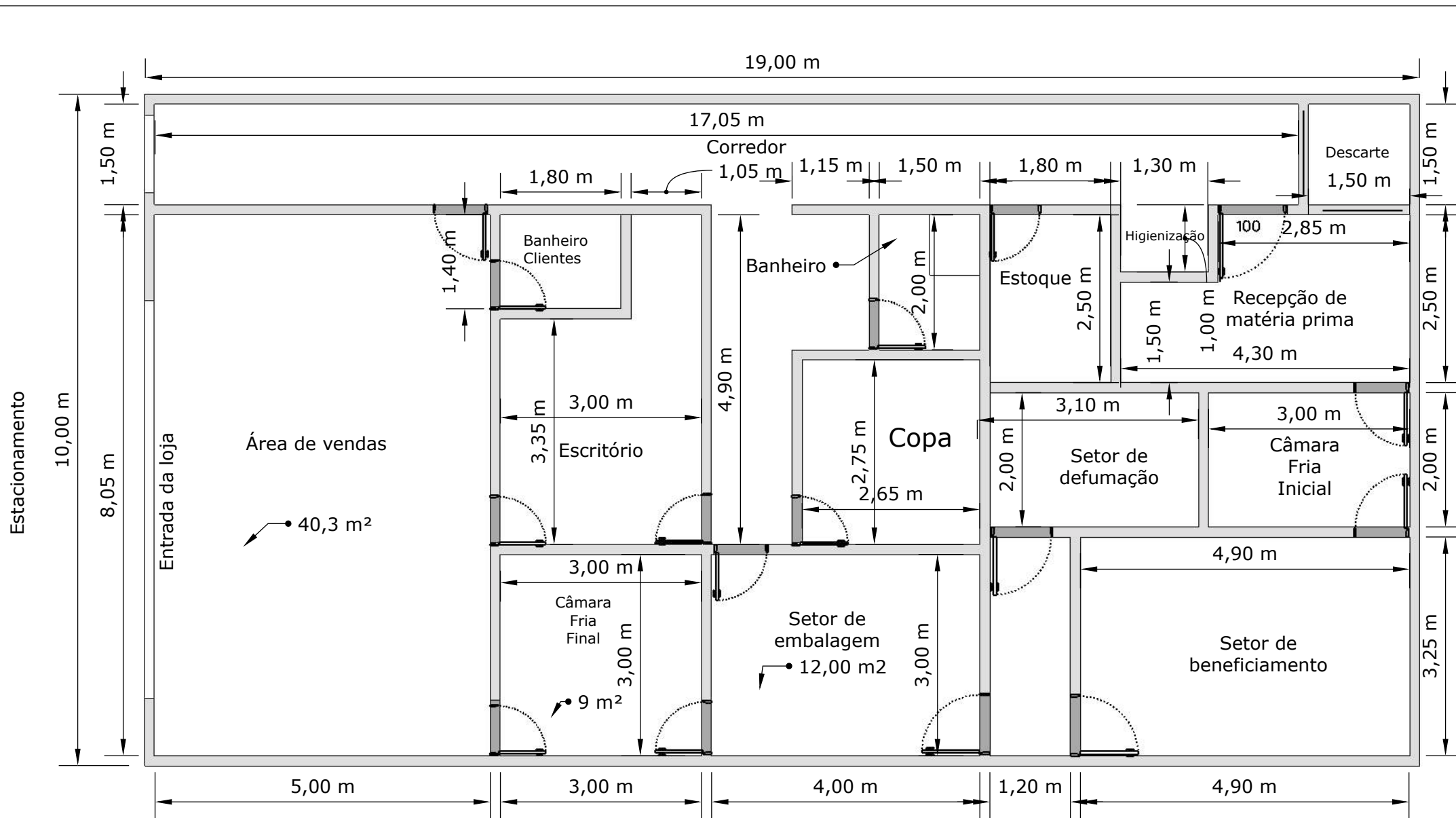
Quadro de áreas

Área de vendas: 40,3 m²
 Escritório: 11,7 m²
 Câmara Fria Final: 9,0 m²
 Setor de embalagem: 12,0 m²

Banheiro clientes: 2,5 m²
 Banheiro funcionários: 3,0 m²
 Copa: 7,3 m²
 Estoque: 4,5 m²
 Higientização: 1,3 m²

Setor de beneficiamento: 15,9 m²
 Setor de defumação: 6,2 m²
 Câmara Fria Inicial: 5 m²
 Recepção de matéria prima: 9,3 m²
 Descarte: 2,3 m²





Quadro de áreas

Área de vendas: 40,3 m²
 Escritório: 11,7 m²
 Câmara Fria Final: 9,0 m²
 Setor de embalagem: 12,0 m²

Banheiro clientes: 2,5 m²
 Banheiro funcionários: 3,0 m²
 Copa: 7,3 m²
 Estoque: 4,5 m²
 Higienização: 1,3 m²

Setor de beneficiamento: 15,9 m²
 Setor de defumação: 6,2 m²
 Câmara Fria Inicial: 5 m²
 Recepção de matéria prima: 9,3 m²
 Descarte: 2,3 m²