

ORGANIZAÇÃO PARANAENSE DE ENSINO TÉCNICO –
OPET TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

COZINHA INDUSTRIAL ESPECIALIZADA EM PRODUTOS SEM GLÚTEN

NOME DOS INTEGRANTES

ARIANE A. F. OLIVEIRA

GILSON LUIZ DA VEIGA

JOSIANE ROSÁRIO F. VEIGA

MARCIA CRISTINA F. FIGUEIREDO

MARCIA CRISTINA DE OLIVEIRA

Curitiba
2016

1 INTRODUÇÃO

Na Década de 1950, o Prof. Dicke, pediatra Holandês, verificou que crianças com “afecção celíaca”, melhoraram sua doença mesmo com a grave carência de alimentos, impostos devido a 2ª Guerra Mundial, com o fato de usarem baixo consumo de cereais.

Mais tarde, Charlotte Anderson da Universidade de Birmingham, em trabalhos de laboratório, provou que o trigo e o centeio provocariam essa doença.

A importância da descoberta aumentou, quando um oficial americano Crosby e um engenheiro Kugler, desenvolveram um pequeno aparelho com o qual podiam efetuar biopsias no intestino sem necessidade de operar o paciente.

A doença celíaca é uma doença do intestino delgado, caracterizado pela intolerância ao glúten. A ingestão desses produtos provoca lesão no intestino delgado impedindo a adequada absorção dos alimentos. O único tratamento possível está em uma dieta isenta de glúten.

O glúten é uma proteína presente no trigo, aveia, centeio e cevada.

No mundo, estima-se que de 1% a 2% da população tenha doença celíaca, um percentual bem superior ao registrado na década de 1970, que ficava na casa de 0,03%. Entre os especialistas não existe um consenso sobre a causa desse aumento.

Os sinais de doença celíaca podem variar de acordo com a idade. Na infância, os indicadores mais comuns são diarreia, irritabilidade, falta de apetite, inchaço na região abdominal, vômitos, prisão de ventre e baixa estatura. Em adultos, é comum observar crises de diarreia com dor e desconforto abdominal. Os sintomas, porém, nem sempre aparecem no trato gastrointestinal; a outros indícios da doença são anemia devido a deficiência de ferro, dermatite e osteoporose.

E hoje mesmo com todas as descobertas e aumento de casos da doença Celíaco, e com a correria do dia a dia, com a alimentação muito industrializada, e fora de casa, muitas pessoas, têm encontrado dificuldade em conseguir produtos sem glúten de forma rápida e variada.

2 DESENVOLVIMENTO

Por se tratar de um nicho de mercado ainda pouco explorado, e em consequência disso, produtos caros e difíceis de encontrar, resolveu-se criar na Cozinha Industrial, uma linha produtos especializada em alimentos que não contenham Glúten.

Segundo dados da Acelbra (Associação de celíacos do Brasil), 40% das pessoas com intolerância ao glúten são crianças de até 10 anos.

O consumo de alimentos isentos de glúten teve alta anual de 30% nos últimos 15 anos, segundo dados da Gluten Free Brasil, feira de alimentos funcionais que acontece todos os anos em São Paulo. Outro levantamento, da consultoria Euromonitor, aponta que 53% das pessoas passaram a consumir esses alimentos porque os considera mais saudáveis e 22% dizem que ajudam a perder peso.

O Brasil já é o quinto maior mercado de alimentos e bebidas saudáveis, com volume de vendas de US\$ 27,5 bilhões em 2015, segundo levantamento da Euromonitor.

A velocidade de crescimento do segmento impressiona: de 20%, em média, desde 2012 contra 8% no resto do mundo.

As iniciativas no mercado de alimentos sem glúten seguem uma tendência de alta apresentada pela área de alimentação saudável em geral. O instituto Nielsen aponta em pesquisa que o setor foi um dos vetores para o crescimento econômico apresentado pelo país nos últimos anos. Uma pesquisa da consultoria Euromonitor indica que a venda de produtos saudáveis, como alimentos e bebidas diet, light, sem glúten, sem lactose, naturais e orgânicos, cresceu 82% de 2004 a 2009, atingindo patamar de R\$ 15 bilhões ao ano. Segundo o estudo, a perspectiva de crescimento até 2016 é de 30%

Outro fator analisado foi o perfil atual das famílias, onde segundo Indicadores Sociais levantados pelo IBGE, 39,8% delas são chefiadas por mulheres. Isso mostra a realidade atual, onde homens e mulheres trabalham fora de casa e são corresponsáveis pelos rendimentos familiares e dispõem de menos tempo para a realização de tarefas antes simples, por exemplo, o preparo do aniversário de um filho.

Baseado nessas informações, o perfil escolhido para lançar uma linha de produtos foi o público infantil. Os produtos poderão ser consumidos por todos os convidados de um evento, mas serão um fator de inclusão importante para as crianças que possuem essa rejeição ao glúten.

Estabelecimentos que produzam alimentos sem glúten em uma cozinha onde se manipula glúten devem buscar orientação a fim de evitar a contaminação cruzada. O pó da farinha de trigo no ar, equipamentos compartilhados com partículas de poeira de farinha, o uso comum de utensílios e equipamentos, a limpeza inadequada e falta de programação de produção de alimentos sem glúten e com glúten são as principais causas de contaminação cruzada que pode causar danos à saúde dos intolerantes ao glúten.

A partir deste estudo, será montado com o auxílio de uma nutricionista especialista em dieta para celíacos, 03 tipos de cardápios de produtos “*glúten free*”, de acordo com a necessidade do cliente.

A base dos produtos serão alimentos como arroz, milho, batata e mandiocas. As bebidas serão feitas a partir de frutas naturais, eliminando qualquer possibilidade de adição de produtos que afetem os sistemas digestivos das crianças.

O local escolhido para a montagem da Cozinha Industrial foi um barracão na Rua Desembargador Westphalen, 1373, no Bairro Rebouças, em Curitiba. Haverá toda uma remodelação do espaço, como a reforma da pintura, colocação de piso cerâmico, ponto de água e gás. O custo aproximado da reforma, incluindo a mão de obra, será de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais).

A cozinha terá 02 (duas) bancadas em granito com os seguintes equipamentos:

Forno, forno elétrico, cuba de inox, mesa de apoio, amassadeira espiral 10Kg, batedeira planetária 05 kg, além de câmara frigorífica, depósito e lavabo. Valor estimado de R\$ 35.000,00 (trinta e cinco mil reais).

3 METODOLOGIA

A metodologia inicial que está sendo adotado é o Design Thinking, que ajuda no entendimento dos parâmetros e padrões. Através dele é possível entender um problema, produzir uma ideia, testá-la ela através de um protótipo e aplica-la para se obter um resultado.

Em seguida, esse projeto será transportado para o CANVAS, que o direcionará de forma correta para ser aplicado. Foi realizada pesquisa de campo no período de novembro de 2015 a março de 2016, onde foi constatado o grande interesse do público em kits para festa de melhor qualidade e com a opção de produtos sem glúten.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Baseados em dados de mercado e tendência de alimentação saudável é uma grande oportunidade de inserir no mercado local produtos de qualidade que atende uma classe cada vez mais exigente e necessitada da variedade dos produtos sem glúten.

5 Modelo de Negócios Canvas

Parceiros Chaves 	Atividades Chaves 	Proposta de Valor 	Rel. com o Cliente 	Segmento de Clientes
<p>* Agência de Marketing Digital responsável pela elaboração das Campanhas para atingir o público alvo.</p> <p>Fornecedores de matéria prima para os produtos sem glúten.</p>	<p>* Sócio 1: Administrativo, Financeiro e Contabilidade</p> <p>* Sócio 2: Marketing, Vendas e Canal de Distribuição</p> <p>* Sócio 3: Produção e Equipe de produção</p> <p>* Nutricionista: Responsável pela elaboração dos produtos.</p> <p>* Chefe de Cozinha: Responsável pela produção e qualidade.</p> <p>* Equipe de Cozinha: Responsáveis pela fabricação dos produtos.</p>	<p>* Alimentos voltado para o público infantil</p> <p>* Enviar dicas de receitas livres de Glúten</p> <p>* Oferecer produtos saudáveis para facilitar a vida das pessoas</p>	<p>* A relação se dará através de um canal de vendas online e a comunicação será através de redes sociais e e-mail marketing.</p>	<p>* Pessoas com intolerância a Glúten;</p> <p>* Pais que encontram dificuldades em encontrar produto sem Glúten para seu filhos;</p> <p>* Pessoas que buscam uma dieta saudável.</p>
	<p>Recursos Chave </p>		<p>Canais </p>	
	<p>* Os recursos financeiros serão providos pelos próprios sócios.</p> <p>* Haverá um cozinha industrial que vai centralizar toda a produção;</p> <p>* Será contrata toda uma equipe com experiência em cozinha industrial, além de uma chefe de cozinha e uma nutricionista para elaborar os produtos;</p> <p>* Ofereceremos cursos de especialização e oficinas de boas práticas para a melhor utilização dos recursos disponíveis;</p>		<p>* Através de entrega à domicilio, assinatura de kits de produtos ou vendas pela internet.</p>	
Estrutura de Custos 		Fluxo de Receitas 		
<p>* Custos Fixos: Aluguel, Salários do Administrativo</p> <p>* Custos Variáveis: Matéria Prima, Energia (ligada a produção) Comissões de Vendas, Fretes de vendas</p>		<p>* Através de receita recorrente com o Modelo de Assinatura de Produtos;</p> <p>* Através de Compras Avulsas Online.</p>		

Fonte: acelbra/2016 / Euromonitor/2015