

SUPLIFÁCIL - MÁQUINA DE SUPLEMENTOS

Anderson Koziel
Levi Figueiredo Bueno
Silviane Regina Barbosa Gonçalves

RESUMO

O objetivo do projeto é implantar uma máquina de suplementos com o intuito de revolucionar o mundo dos atletas e desportistas. A máquina funciona da mesma forma que as já existentes máquinas de café e de refrigerantes. A ideia é disponibilizar esta máquina nas mais diversas academias, levando facilidade aos alunos, atletas e a qualquer pessoa que esteja à procura de algum suplemento alimentar. Estes suplementos são indicados para os pré-treinos, pós treinos e afins. Além da facilidade em se obter o suplemento, a máquina irá contar com diversos sabores o que irá evitar, até mesmo, que os consumidores possam vir enjoar de algum sabor específico. Ainda, disponibilizando tais suplementos em porções individuais trará uma maior economia no bolso dos consumidores, visto que não mais precisarão investir em produtos que em sua maioria somente são disponibilizados em embalagens com grandes quantidades. Além da economia para os atletas e demais consumidores, estas máquinas irão trazer inúmeros benefícios aos estabelecimentos que a possuírem. O foco, contudo, são as academias que serão beneficiadas com o aumento de clientes que buscarão pelas facilidades e benefícios que a máquina trará. Ressalta-se que a ideia é implantar a referida máquina no modelo *outsourcing*, ou seja, haverá um custo mensal às academias e estabelecimentos que obtiverem a mesma, entretanto, a reposição dos suplementos bem como a manutenção ficará à cargo das empresas fornecedoras dessas máquinas. Dessa forma, os benefícios trazidos pela Suplifácil serão inúmeros e significará a implantação de uma tecnologia inovadora em um ramo que cresce a cada dia mais.

Palavras-chave: Suplementos. Academia. Outsourcing.

ABSTRACT

The objective of the project is to implant a supplement machine with the aim of revolutionizing the world of athletes and sportsmen. The machine works in the same way as the existing coffee and soft drink machines. The idea is to make this machine available in the most diverse gyms, making it easy for students, athletes and anyone who is looking for some food supplement. These supplements are indicated for pre-workouts, post-workouts, and the like. In addition to the ease of obtaining the supplement, the machine will have several flavors which will even prevent consumers from making you sick of any specific flavor. Still, making such supplements available in individual portions will bring greater savings to the consumers 'pocket, since they will no longer need to invest in products that for the most part are only available in packs with large quantities. In addition to savings for athletes and other consumers, these machines will bring numerous benefits to establishments that own them. The focus, however, is on the gyms that will benefit from the increase in customers who will look for the facilities and benefits that the machine will bring. It is noteworthy that the idea is to implant the referred machine in the outsourcing model, or be , there will be one cost monthly at gyms and establishments that obtain the same, however , the replacement supplements as well as maintenance will be the responsibility of the companies that supply these machines. Thus, the benefits brought by Suplifácil will be

numerous and will mean the implementation of innovative technology in a branch that grows more and more every day.

Keywords: Supplements. Gym. Outsourcing.

INTRODUÇÃO

A ideia central é desenvolver uma máquina cujo objetivo será disponibilizar porções dos mais diversos suplementos utilizados por atletas e desportistas nas diversas modalidades de esportes, com foco na instalação em academias.

Cada vez mais as academias estão sendo procuradas para a prática de exercícios como complemento de uma vida saudável, e a procura pelos atletas é consequência da necessidade de complementar as suas rotinas de treinamentos.

Os suplementos servem para complementar a alimentação saudável e não como forma de substituição e eles devem ser utilizados sob indicação de um médico ou nutricionista. Estas substâncias acabam sendo facilitadores para aqueles que buscam não somente ter uma vida saudável, mas também atingirem seus objetivos, seja para emagrecer ou para ganhar massa muscular.

A equipamento será disponibilizado no modelo *outsourcing*, não precisando o responsável se preocupar com a manutenção da máquina nem mesmo com a reposição dos suplementos. Tornando-se assim uma nova fonte de renda e um diferencial de serviço prestado pela academia.

Exatamente neste contexto, que surge a máquina de suplementos, uma ferramenta prática e econômica.

JUSTIFICATIVA

O Brasil é um dos maiores mercados de suplementos do mundo, perdendo apenas para Estados Unidos e Austrália. Segundo a Associação Brasileira de Empresas de Produtos Nutricionais (Abenuutri), em 2018, só o setor de Sport Nutrition – uma das quatro divisões do mercado, que ainda inclui Bem-Estar, Perda de Peso e Nutrição Cosmética – faturou cerca de R\$ 2,24 bilhões, crescendo 12% em relação ao ano anterior. A expectativa para 2019 era de crescimento de 15%. Atualmente, no Brasil, cerca de 2,5 milhões de pessoas consomem suplementos alimentares e, desde 2010, o segmento apresenta crescimento anual próximo dos 23% no país.

Em entrevista ao site Guia de Farmácia, o presidente da Abenuutri, Marcelo Bella, (<https://guiadafarmacia.com.br/mercado-de-nutricao-esportiva-crescera-15-em-2019/>) relata que o potencial de crescimento é grande. Isso porque 55 a 60 milhões de pessoas praticam atividades físicas no País e apenas 10% deles consomem suplementos. Já em relação ao perfil consumidor, Bella explica que 80% são jovens de 15 a 30 anos, dos quais 80% são homens e 20% mulheres das classes de A a D. De acordo com o presidente da Abenuutri, levantamentos recentes apontam que os suplementos mais vendidos são os proteicos, que dominam 60% das vendas, dos quais 40% equivalem aos produtos em pó; 5% líquidos e 15% barras proteicas.

A categoria de suplemento alimentar foi criada em 2018 pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Suplementos alimentares não são medicamentos, são destinados ao uso por pessoas saudáveis, para o fornecimento de nutrientes, substâncias bioativas, enzimas ou probióticos em complemento à sua alimentação.

A ideia da máquina facilitará a rotina do atleta ou desportista, direcionado ao público que frequenta academias para a prática de exercícios de sua rotina, pois não será necessário preparar antecipadamente em sua residência sua porção de suplementos, e nem posteriormente quando chega cansado em casa após o treino; e no caso de esquecimento terá sua necessidade suprida imediatamente.

Normalmente suplementos são vendidos em embalagens com grandes quantidades, com a utilização da máquina o consumidor irá gastar somente com a quantidade necessária em indicada para suplementação.

Vamos desenvolver o fornecimento de máquinas no modelo *outsourcing*, ou seja, haverá um custo mensal ao estabelecimento que obtiver a mesma, entretanto, a reposição dos suplementos bem como a manutenção ficará à cargo das empresas fornecedoras dessas máquinas. Juntamente com a parceria com lojas e fabricantes de suplementos para divulgação de suas marcas.

OBJETIVO GERAL

Mostrar os benefícios na aquisição da máquina de suplemento alimentar, que trará praticidade aos seus consumidores, ofertando variedade de sabores e quantidades ideais para o consumo. Com isso, quem tem os suplementos alimentares na sua rotina não precisará investir em grandes quantidades de produtos do mesmo sabor, tornando a prática de seu consumo mais prazerosa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Demonstrar o crescimento do mercado de consumidores de suplementos alimentares.
- Apresentar a oportunidade de negócio na instalação das máquinas de suplementos nas academias.
- Identificar a probabilidade de possíveis consumidores dos produtos pela utilização da máquina.

METODOLOGIA

Um modelo de negócio “é a forma como uma empresa cria, entrega e captura valor”. (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2011). De acordo com Eriksson e Penker (2000), um modelo do negócio permite obter uma versão simplificada da complexa

realidade em que a organização se insere, com a criação de uma abstração do funcionamento do negócio, possibilitando a eliminação de detalhes irrelevantes e o foco nos aspectos principais. Um modelo de negócios é o ponto focal a partir do qual um negócio pode ser conduzido ou melhorado

O trabalho será desenvolvido utilizando o método *Design Thinking*. Segundo Charles Burnette: “é um processo de pensamento crítico e criativo que permite organizar a informações e ideias, tomar decisões, aprimorar situações e adquirir conhecimento”. Em conjunto com a utilização da ferramenta de gerenciamento estratégico Canvas BMG.

Para o desenvolvimento do presente trabalho realizamos uma pesquisa qualitativa, para obter informações sobre as motivações, as ideias e as atitudes dos possíveis consumidores. Será do tipo de campo exploratória junto aos frequentadores de academia e consumidores de suplementos, por meio de questionário, com o objetivo de qualificar o perfil do público em consonância ao nosso Mapa de Empatia e para construção do Mapa de Proposta de Valor.

DESENVOLVIMENTO

Para o desenvolvimento do projeto, primeiramente iremos elaborar uma persona, que seria a definição de uma personagem semifictícia que simula o cliente tido como ideal. Levaremos em conta, além de informações básicas, seu comportamento, seus gostos, suas dores, seus sonhos e diversas outras características pessoais. Definição da persona do modelo de negócios:

- Rodrigo, 34 anos, administrador. Trabalha em um escritório. Deseja consumir diariamente sua dose recomendada de suplemento alimentar indicada por um especialista. Sua maior dificuldade é o desperdício de suplemento, já que só encontra em grande quantidade e mesmo sabor e acaba não consumindo todo o produto.

Desenvolvemos também o Mapa de Empatia para maior representação da proximidade ao público.

Figura 1 – Mapa de Empatia (Fonte: Elaboração Própria)

Nome: Rodrigo Idade: 34 anos



O Mapa de Empatia é uma ferramenta colaborativa que permite conhecer a fundo seu público-alvo e se colocar no lugar de cada persona para identificar suas dores e necessidades.

Na sequência elaboramos uma pesquisa exploratória, que para Cervo (2002, p. 46) “ela não é uma simples conversa. É uma conversa orientada para um objetivo definido: recolher, por meio do interrogatório do informante, dados para a pesquisa.”. Para a coleta de dados, foi desenvolvido um roteiro de entrevistas que foi aplicado aos entrevistados no período de 21 a 29 de abril de 2020. As entrevistas ocorreram por aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones. Os entrevistados foram informados de que se tratava de uma coleta de dados para uma monografia de conclusão de curso e consentiram com a divulgação de suas respostas.

As seguintes perguntas foram direcionadas aos entrevistados:

- Sexo;
- Idade;
- Quantos dias na semana realiza exercícios na academia;
- Quais modalidades;
- Qual a frequência de consumo de suplementos;
- Qual a média de gasto mensal com suplementos;
- Ter uma máquina que venda porções de suplementos na academia que você frequenta, seria uma proposta que utilizaria;
- Se sim, com qual frequência.

Foram entrevistados dez possíveis consumidores, todos do estado do Paraná. Sendo a amostra composta por quatro mulheres e seis homens, entre vinte e seis a quarenta anos de idade. Para preservar o anonimato dos entrevistados, todos serão identificados por um número de 1 a 10.

Abaixo segue tabela descrevendo as repostas dos entrevistados:

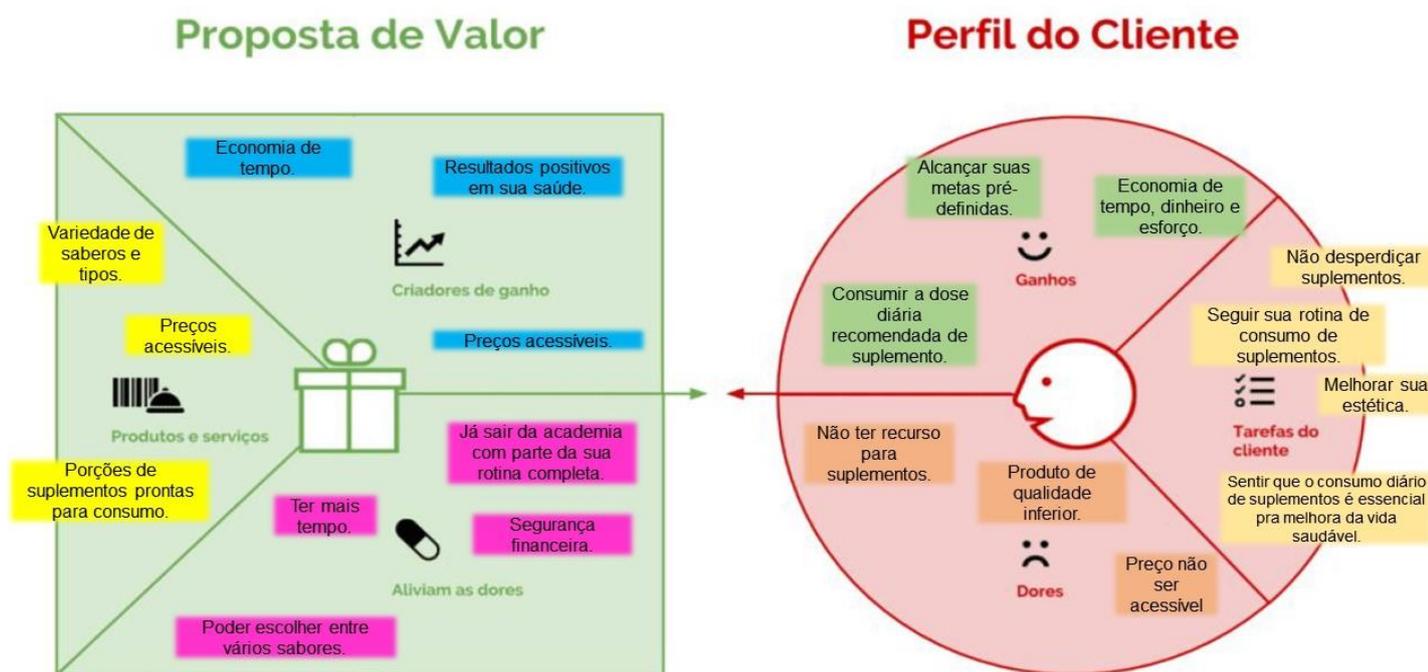
Tabela 1 - Respostas da Entrevista

ENTREVISTADO	RESPOSTAS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	F	35	5	Musculação aeróbico corrida	Diariamente	R\$ 200,00	Talvez	Depende do preço
2	M	36	5	Musculação	Diariamente	R\$ 200,00	Com certeza	Diariamente
3	M	27	4	Musculação	Diariamente	R\$ 70,00	Sim	3 vezes por semana
4	F	40	5	Musculação aeróbico	Diariamente	R\$ 600,00	Não	-
5	M	35	6	Musculação aeróbico	Diariamente	R\$ 160,00	Sim	Depende do preço
6	F	33	5	Musculação corrida bicicleta	Diariamente	R\$ 150,00	Sim	Diariamente
7	M	31	5	Musculação	Diariamente	R\$ 150,00	Talvez	3 vezes por semana
8	M	26	6	Musculação	Diariamente	R\$ 200,00	Sim	Diariamente
9	M	28	5	Musculação	Diariamente	R\$ 500,00	Sim	Depende do preço Diariamente
10	F	29	4	Musculação	Diariamente	R\$ 150,00	Sim	3 vezes por semana

Podemos identificar que 60% dos entrevistados estão na academia durante cinco dias da semana. 100% dos entrevistados pratica a modalidade de musculação na academia, e todos fazem uso diário de suplementos. Com isso podemos perceber que há uma grande possibilidade de consumo por esse nicho de consumidores. E apenas o entrevistado número quatro não faria uso da máquina.

Utilizaremos também o método Canvas da Proposta de Valor, que funciona como uma ferramenta complementar ao Business Model Canvas e visa pensar na Proposta de Valor de forma mais estruturada e desta forma aumentar as chances de se criar um encaixe entre o produto e o mercado. Segue abaixo o Mapa de Proposta de Valor:

Figura 2 – VPN



Fonte: Elaboração Própria.

Pelo Mapa de Proposta de Valor podemos identificar que o produto em questão deverá ter produtos de qualidade, diversidades de sabores e valores acessíveis. Com a praticidade da preparação do suplemento para consumo imediato atenderá a necessidade de economia de tempo do consumidor.

A máquina de suplementos, Suplifácil, tende a ser uma super novidade principalmente nas academias de musculação. Ela oferece opção de diversos suplementos em porções e quantidades individuais e aceitará o pagamento tanto em dinheiro quanto em cartão.

A ideia é aperfeiçoar esse mercado que vem crescendo cada dia mais. Segundo Gabriel Bilck, do GeraçãoE.com, "A ideia é da suplementação enquanto alimentação saudável e bem-estar, nada de bomba".

Ainda, como inovação, segundo Conrado da Veiga Balvedi e Bruno da Veiga Balvedi, trata-se de "uma máquina automática, para ser utilizada na preparação e venda de suplementos alimentares, para uso principalmente dentro das academias, com configuração construtiva particular, mecanismo de dosagem específico e sistema de venda exclusivo para tal equipamento, apresentando ainda bebedouro integrado à dita máquina."

São várias as ideias para aprimorar a máquina, mas o ponto central, além de trazer inovação e praticidade é trazer economia para o bolso dos consumidores. Observa-se que, economicamente, a vantagem é muito maior em se adquirir o suplemento em porções, apenas quando realmente necessário do que comprar grandes embalagens em que haverá um custo bem maior.

Na esfera da inovação, explorar o modelo de vendas "outsourcing", é mais um benefício econômico e prático que vem crescendo cada vez mais. Nesse modelo, a manutenção da máquina, bem como a reposição das bebidas, ficará a cargo do

vendedor dela. Os proprietários dos estabelecimentos que a adquirirem somente pagarão um valor correspondente a cada bebida vendida. E tendo também um item que poderá diferenciá-lo de seus concorrentes.

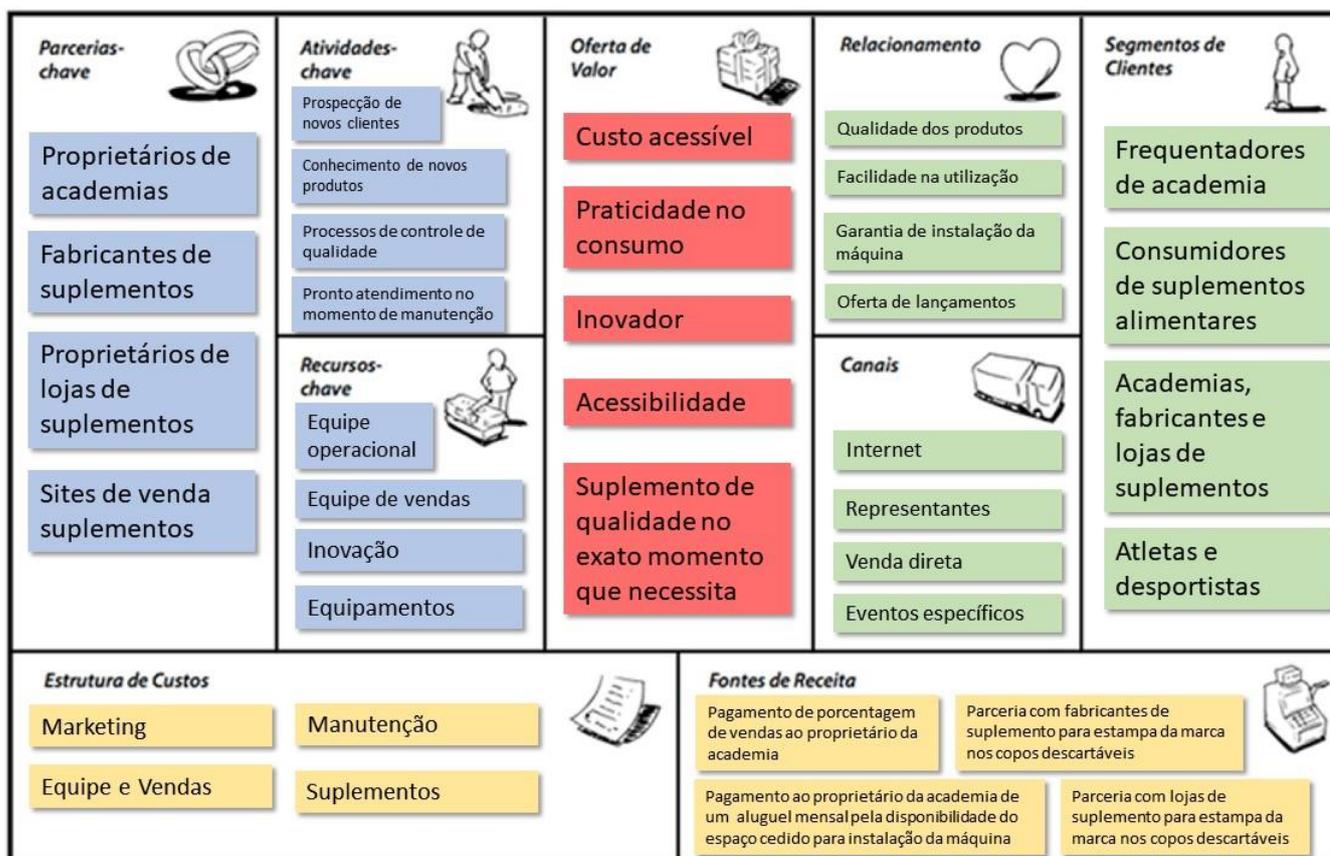
Ao utilizar os serviços fornecidos pela máquina o consumidor consumirá um produto de qualidade que associado à sua rotina de treinos e alimentação irá fazer com que atinja seu objetivo, sendo melhora da qualidade de vida ou sua visão de estética.

Não precisará mais adquirir os suplementos alimentares em grandes quantidades, desperdiçando sua renda em algo que não vai usufruir, por se sentir desmotivado em consumir o produto.

O modelo de planejamento a ser utilizado é o Modelo Canvas BMG apresentado na figura 3, como segue na descrição abaixo e seus desdobramentos:

- **Parcerias Chave:** para a realização da proposta será importante a parceria com proprietários de academias, fabricantes, proprietários de lojas e sites de venda de suplementos alimentares. A impressão das marcas de fabricantes e lojistas parceiros
- **Atividades Chave:** para o sucesso na tomada de decisões, é fundamental conhecer suas atividades mais importantes. Assim os colaboradores saberão se estão seguindo o caminho certo. As atividades seriam: a prospecção de novos clientes; conhecimento de novos produtos, processo de controle de qualidade e pronto atendimento no momento de manutenção dos equipamentos já instalado.
- **Recursos Chave:** a equipe operacional, a equipe de vendas, inovação e equipamentos serão os principais recursos para fazer o negócio funcionar.
- **Oferta de Valor:** custo acessível, praticidade no consumo, inovador, acessibilidade, suplemento de qualidade no exato momento que o consumidor necessita. Esses são os motivos pelo qual o consumidor irá optar pelo nosso produto e não pelo do concorrente.
- **Relacionamento:** uma boa relação é fundamental para a fidelização. Com isso iremos focar na qualidade de produtos, facilidade na utilização, garantia de instalação da máquina e oferta de lançamentos.
- **Canais:** o produto chegará ao seu destino por compras realizadas pela Internet, representantes, venda direta e eventos específicos.
- **Segmento de clientes:** o segmento de mercado escolhido ser para os frequentadores de academia; consumidores de suplementos alimentares; academias, fabricantes e lojas de suplementos; atletas e desportistas.
- **Estrutura de Custos:** essa estrutura gira em torno de gastos com marketing, equipe em geral e equipe de vendas, equipe de manutenção e dos suplementos em si.
- **Fontes de Receita:** as receitas serão recebidas pelo pagamento de porcentagem de vendas ao proprietário da academia; recebimento pela parceria com fabricantes de suplemento para estampa da marca nos copos descartáveis; pagamento ao proprietário da academia de um aluguel mensal pela disponibilidade do espaço cedido para instalação da máquina; Parceria com lojas de suplemento para estampa da marca nos copos descartáveis

Figura 3 – Aplicação do Modelo Canvas Ao Negócio.



Fonte: Elaboração Própria.

A divulgação da marca dos parceiros, que seriam as lojas e fabricantes de suplementos, pela impressão de suas marcas nos copos descartáveis utilizados na máquina seria uma das formas de receita. Eles contribuíram com receita, atingindo seu objetivo de divulgação de sua marca diretamente seu consumidor final.

O consumidor final saíra satisfeito com a academia, por consumir após seu treino um produto de qualidade e tendo sua necessidade suprida imediatamente. E o proprietário do local onde a máquina estiver instalada poderá divulgar o produto como um diferencial de seus concorrentes.

Elaboramos também a prototipagem deste plano de negócios para melhor a visualização do produto. O protótipo é apenas uma representação, transformando a ideia em algo palpável e concreto.

Figura 4 – Protótipo da Máquina de Suplemento Alimentar.



- PREÇO ACESSÍVEL
- VARIEDADE DE SABORES

MÁQUINA DE SUPLEMENTO ALIMENTAR



- PARCERIAS PARA DIVULGAÇÃO DE MARCAS



- CONSUMIDOR SATISFEITO

Também como parte do projeto elaboramos o PITCH, sendo uma apresentação rápida com a intenção de “vender” a ideia, despertando a curiosidade de um possível investidor.

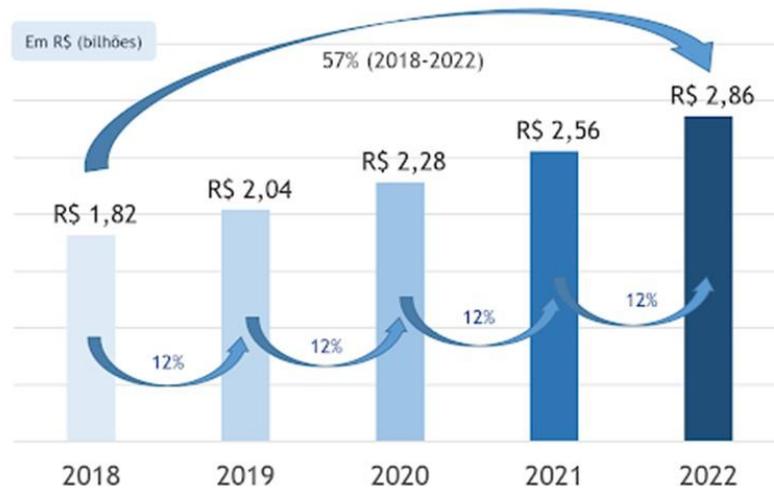
Figura 5 – Pitch da Máquina de Suplemento Alimentar.



SUPLIFÁCIL – MÁQUINA DE SUPLEMENTOS

PITCH

MERCADO DE SUPLEMENTOS ALIMENTARES NO BRASIL PERSPECTIVA DE CRESCIMENTO 5 ANOS (2018-2022)



Fonte: Nutribrands (considerando crescimento de 12% a.a.)

MÁQUINA DE SUPLEMENTOS

- Porções de diversos tipos de suplementos alimentares;
- Consumo pelo clientes que preferem praticidade, diversidade e para aqueles que esquecerem em casa;
- Divulgação nos copos descartáveis de marcas parceiras.



Esqueci meu
suplemento ...



Preciso economizar
este mês ... Não posso
gastar muito com
suplementos ...



MÁQUINA DE SUPLEMENTOS SUPLIFÁCIL

PROTÓTIPO

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, esta pesquisa tem o objetivo de explorar uma tecnologia inovadora já existente, com o intuito de apresentar as vantagens em se utilizar uma máquina automática, específica de suplementação alimentar. Existindo assim uma grande oportunidade de negócio, que poderá agregar valor as marcas de lojas e fabricantes de suplementos alimentares, e para os proprietários de academias onde for instalada, como sendo um diferencial de sua marca.

O processo de planejar, organizar, dirigir e controlar são ferramentas fundamentais no processo administrativo. Pelo modelo de negócios percebemos a efetiva utilização deste novo produto.

Hoje o mercado de suplemento alimentar torna-se cada dia mais promissor, mostrando-se assim como nicho com um futuro próspero com muitos consumidores. A ideia da máquina é utilizar uma inovação para que seus consumidores tenham maior praticidade no seu dia-a-dia.

A inovação passou a fazer parte da cultura empresarial. As empresas que sobreviverão são aquelas movimentadas para inovar. É preciso entender o perfil de seu consumidor para propor a disseminação de uma nova ideia.

O mercado de consumidores de suplemento alimentar pode expandir muito mais. A procura por uma vida saudável com a implantação de uma rotina diária de exercícios e práticas alimentares mais regradas estão se tornando constantes. É aí que este trabalho se torna importante, em mostrar que uma máquina de suplementos pode trazer vantagens para seu investidor e consumidor.

Foi possível constatar pela pesquisa realizada, mesmo que em um pequeno grupo, que 90% dos entrevistados utilizariam a Suplifácil, sendo importante lembrar que estes entrevistados frequentam quase que diariamente a academia. Nesse sentido a máquina se mostra útil e necessária, pois ela acompanha a modernidade em que vivemos.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA - ANVISA. **Suplementos Alimentares**. Ago. 2019. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/suplementos-alimentares>>. Acesso em: 19 mai. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PRODUTOS NUTRICIONIAS. Disponível em: <<http://www.abenutri.org/>>. Acesso em: 19 mai. 2020.

BAVELDI, C, BAVELDI, B. **Máquina automática para preparo e venda de suplementos, integrada com bebedouro**. [2015]. Disponível em: <<https://www.escavador.com/patentes/41733/maquina-automatica-para-preparo-e-venda-de-suplementos-integrada-com>>. Acesso em: 19 mar. 2020.

CERVO, A.L; BERVIAN, P.A.; **Metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

ERIKSSON, H; PENKER, M. **Business Modeling With UML: Business Patterns at Work**. New York: J Wiley, OMG Press, 2000.

GUIA DA FARMÁCIA. **Mercado de nutrição cresceu 15% em 2019**. Out. 2019. Disponível em: <<https://guiadafarmacia.com.br/mercado-de-nutricao-esportiva-cresceu-15-em-2019/>>. Acesso em: 19 mai. 2020.

JORNAL AGORA MS. **Brasil é o terceiro maior mercado de suplementos alimentares do mundo**. 31 de maio de 2018. Disponível em: <<https://www.agorams.com.br/brasil-e-o-terceiro-maior-mercado-de-suplementos-alimentares-do-mundo/>>. Acesso em: 19 mai. 2020.

NUTRIBANDS. **Mercado de suplementos alimentares no Brasil -2018 – 2022**. Jul. 2019. Disponível em: <<http://www.nutribrands.com/2019/07/30/mercado-de-suplementos-alimentares-no-brasil-20192020/>> Acesso em: 13 jun. 2020.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation: Inovação Em Modelos De Negócios**. Edição 1. Rio de Janeiro: Alta Books, 26 de julho de 2011.

SOUZA, T; SANTOS, T. *Design Thinking* aplicado na concepção de um Modelo de Negócio Inclusivo, 2011. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Tecnologia em Design de Móveis) à Departamento de Desenho Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

ZANIN, Tatiana. **Suplementos alimentares: O que são, para que servem e como usar**. Tua Saúde. [2018]. Disponível em: <<https://www.tuasaude.com/suplementos-alimentares/>>. Acesso em: 27 abr. 2020.