

*Suspiro*



# POR QUE INVESTIR NUM PRODUTO VEGANO?

No Brasil, segundo o IBOPE, se declaram vegetarianos

em 2012

**8%**

em 2018

**14%**

Crescimento



de 75%

Quanto aos doces veganos, segundo o Pinterest

Aumento de **329%** de ideias salvas

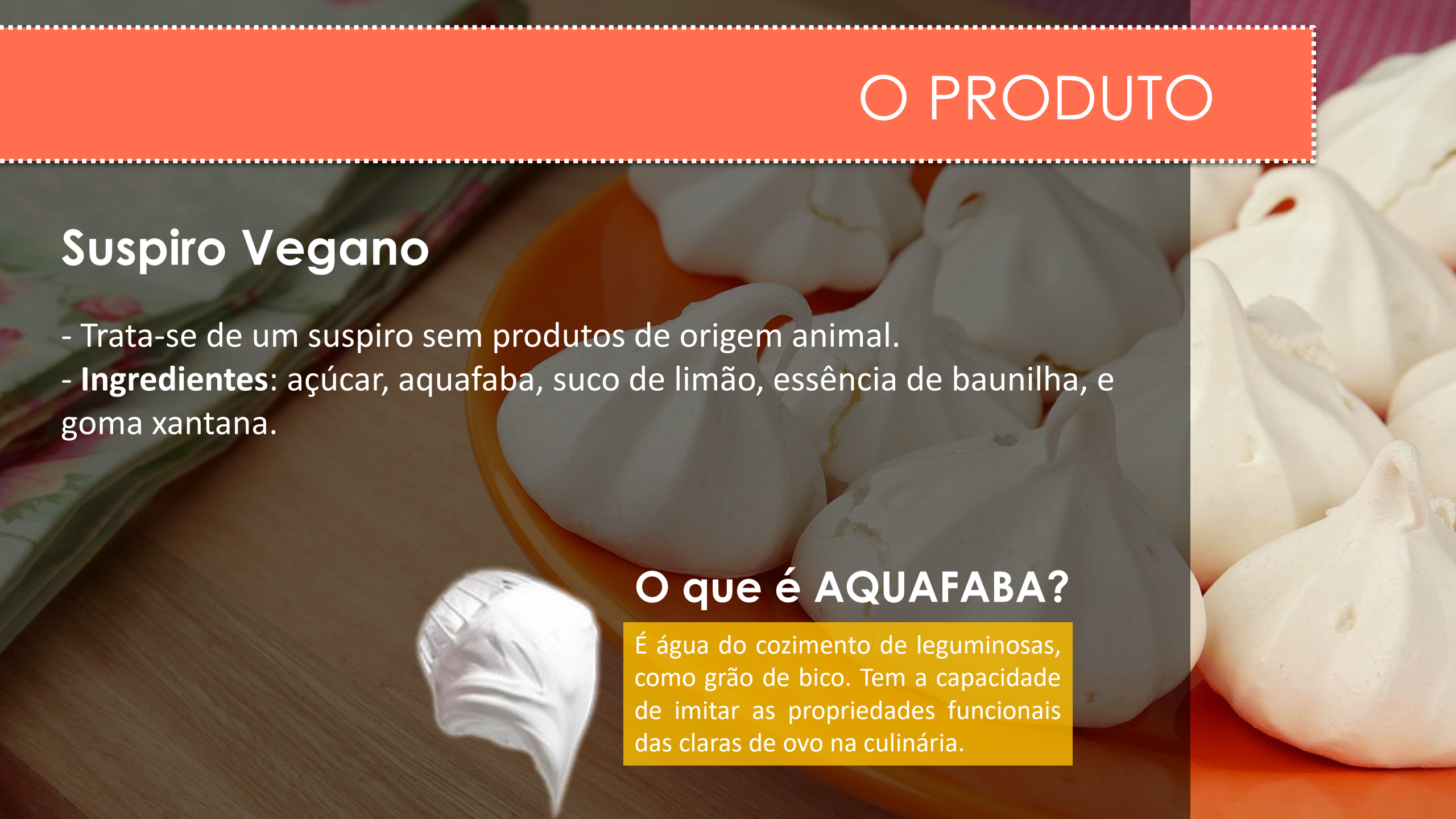
# O PRODUTO

## Suspiro Vegano

- Trata-se de um suspiro sem produtos de origem animal.
- **Ingredientes:** açúcar, aquafaba, suco de limão, essência de baunilha, e goma xantana.

## O que é AQUAFABA?

É água do cozimento de leguminosas, como grão de bico. Tem a capacidade de imitar as propriedades funcionais das claras de ovo na culinária.



# PESQUISA DE MERCADO

- 1- Quais características mais gostaram no produto?
- 2- Quais característica menos gostaram no produto?
- 3- Você acha que ele deveria sofrer alguma mudança? Se sim, quais?
- 4- Você conhece algum produto para este mesmo fim que considera melhor que o nosso? Se sim, quais?
- 5- Que faixa de preço você considera justa para este produto, em reais?
- 6- Depois de usar nosso produto, qual a probabilidade de substituir o que usa atualmente por ele, ou passar a usar um produto como este?
- 7- Se você respondeu baixa ou muito baixa na questão anterior, responda: Por que não usaria nosso produto?
- 8- Qual a probabilidade de indicar nosso produto a outra pessoa?



# SEGMENTAÇÃO DE MERCADO



homens e mulheres  
entre 18 a 50 anos



classe média alta



compram em lojas físicas



buscam adquirir produtos saudáveis e  
sustentáveis, livres de crueldade animal



dispostos a pagar até 12 reais por pacote de suspiro



# PÚBLICO ALVO



Samara, 21 anos



vegana há 3 anos



estudante de arquitetura



mora em São Paulo, com os pais



estagiária, salário R\$1.300,00



tem como objetivo de vida sustentabilidade e menor sofrimento animal



tem como hobbies ler, correr e assistir filmes



tem como frustrações não encontrar produtos veganos



consome conteúdos através de livros, documentários e podcasts



seus aparelhos eletrônicos são celular e notebook



utiliza redes sociais

Ambiente  
de  
Marketing

# MATRIZ SWOT

	FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
FATORES INTERNOS	Forças: Facilidade em produzir, ingredientes baratos, qualidade do produto, produto inovador.	Fraquezas: Público alvo restrito, produto desconhecido, recursos limitados, preços altos.
FATORES EXTERNOS	Oportunidades: Não possui concorrentes diretos, produto diferenciado, ampla procura por produtos deste gênero, praticidade.	Ameaças: Concorrentes semelhantes conhecidos, variedade no mercado.

Ambiente  
de  
Marketing

# CINCO FORÇAS DE PORTER







LT 0123 14:25 VAL 25/01/2019

# Suspiro

## VEGANO



Feito com água do cozimento  
do grão de bico

Sem ovos

Sem leite

Sem glúten

Sem corante



Peso líquido

50g

## Suspiro feito de aquafaba!



### O QUE É AQUAFABA?

Aquafaba é a água viscosa em que as sementes de leguminosas, como o grão de bico, foram cozidas. Devido à sua capacidade de imitar as propriedades funcionais das claras de ovo na culinária, a aquafaba pode ser usada como um substituto direto para elas em alguns casos, incluindo merengues e marshmallows.



### INFORMAÇÃO NUTRICIONAL

Porção de 20g (7 suspiros)

Quantidade por porção	VD % (*)
Valor energético	30,46 kcal = 127,45 kJ 1,52%
Carboidratos	7,46 g 2,48%
Proteínas	0,13 g 0,17%
Gorduras	0,02 g 0,04%
Sódio	2,01 mg 0,08%

Não contém quantidades significativas de gorduras saturadas, gorduras trans, colesterol e fibra alimentar.

(\*) Valores diários de referência com base em numa dieta de 2.000 ou 8.400 kJ.

**Ingredientes:** açúcar, aquafaba (água do cozimento do grão de bico), suco de limão, essência de baunilha, raspinha de limão e estabilizante goma xantana. **NÃO CONTÉM GLUTEN.**



MATERIAL 100%  
RECICLAVEL



CNPJ 56.143.131/0001-82  
Distribuído e produzido por  
SUSPIRO VEGANO  
Indústria Brasileira  
Central de Atendimento  
(11) 2502-0999  
sac@suspirovegano.com  
www.suspirovegano.com.br

# ESTRATÉGIA DE MARKETING

**Preço:** Devido a empresa ter interesse pela obtenção de alta participação no mercado, dentre as estratégias de preço existentes, a determinada foi a de penetração.

Devem ser considerados inicialmente o investimento inicial necessário para abrir a empresa.

	Itens	Custo (R\$)
Transporte	Carro (fiorino)	11.500,00
	Batedeira industrial (1 und)	919,00
	Balança de precisão (2 und)	38,00
Maquinário	Freezer (1 und)	500,00
	Forno elétrico (1 und)	1.357,01
	Seladora manual (1 und)	106,87
	Impressora (1 und)	539,10
	Notebook (1 und)	899,00
	Bancada de aço inox (1 und)	700,00
Móveis	Estante de aço (1 und)	100,00
	Cadeira de escritório (1 und)	65,00
	Cadeira plástica (2 und)	98,00
	Mesa para escritório (1 und)	130,00
	Armário para escritório (1 und)	99,00

Utensílios	Kit decorador com bisnaga e 12 bicos de confeitaria (1 und)	13,90
	Kit espátulas pão duro (10 und)	66,97
	Jogo de talheres (12 peças)	86,90
	Caixas plásticas (10 und)	117,00
	Assadeira 60x10 (2 und)	230,00
	Outros	Encargos de abertura de empresa
Material de publicidade e mídias		2.000,00
<b>Total</b>		<b>20.565,75</b>



# ESTRATÉGIA DE MARKETING

Custo dos insumos para a fabricação de um pacote de 50 gramas:

Ingredientes	Und. de compra	Qntd usada por receita	Custo por receita (R\$)	Custo por pacote (R\$)
Açúcar	kg	0,07	0,12	0,040
Aquafaba	L	0,063	0,315	0,094
Essência de baunilha	L	0,003	0,038	0,011
Goma xantana	kg	0,005	0,19	0,063
Suco de limão	L	0,02	0,04	0,012
Embalagem	und	1	0,33	0,330
		<b>Total:</b>	<b>1,033</b>	<b>0,55</b>

Ao mês, teríamos um gasto de **1.826 reais**

Para reduzir o custo e mão de obra, a água do cozimento do grão de bico, será negociada com empresas que a descartam, como empresas que fabricam homus, sendo o valor de 1L por R\$ 5 (R\$ 400 mensal), mas futuramente podendo negociar este valor.

Para estipular o valor da embalagem, solicitamos uma cotação com empresas que fabricam embalagens metalizadas em bobinas, pois faremos uso de uma seladora para o recorte do material. Obtivemos um preço médio de 0,33 centavos.

# ESTRATÉGIA DE MARKETING

## Custos Fixos e Variáveis

	Custo Fixo/mês	R\$	Custos variáveis/mês	R\$
Contas	Luz	272,32	Touca descartável (100 und)	6,10
	Água	61,42	Detergente (5L)	15,90
	Telefone/Internet	104,99	Esponja (20 und)	2,40
	Aluguel + IPTU	2.270	Perflex (rolo)	55,90
Funcionários	Confeiteiro	2.090	Água sanitária (5L)	8,79
	Ajudante Geral	1.300	Álcool 70% (2L)	8,40
	Sócio 1: Nutricionista/Represent. de Vendas e Comercial	-	Sabonete líquido (5L)	12,90
	Sócio 2: Contabilidade/Admin.	-	Saco de confeiteiro (50 und)	26,00

Carga horária seg a sex, 8h/dia  
Contratação como autônomo

Transporte	Ituran (rastreador)	70,00	Papel higiênico (12 und)	8,00
	IPVA	39,95	Papel toalha (2000 fls)	10,80
	Combustível (gás)	200,00	Álcool em gel (2,5 L)	15,88
Outros	Impostos em geral	250,00	Folha Sulfite A4 (500 fls)	18,40
	Selo vegano SVB	8,33	Divulgação/Publicidade	500,00
	Ingredientes	1.826,00	Outros	90,00
	<b>Total</b>	<b>8.493,01</b>	<b>Total</b>	<b>779,47</b>

**Total de gastos:**  
**R\$ 9.272,48**

# ESTRATÉGIA DE MARKETING

- Devido à inexistência de um concorrente direto, consideramos:



6,90



9,90



12,9



15,9



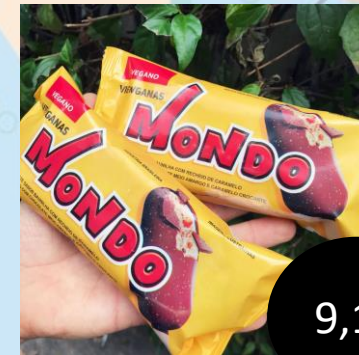
4,65



11,7



12,9

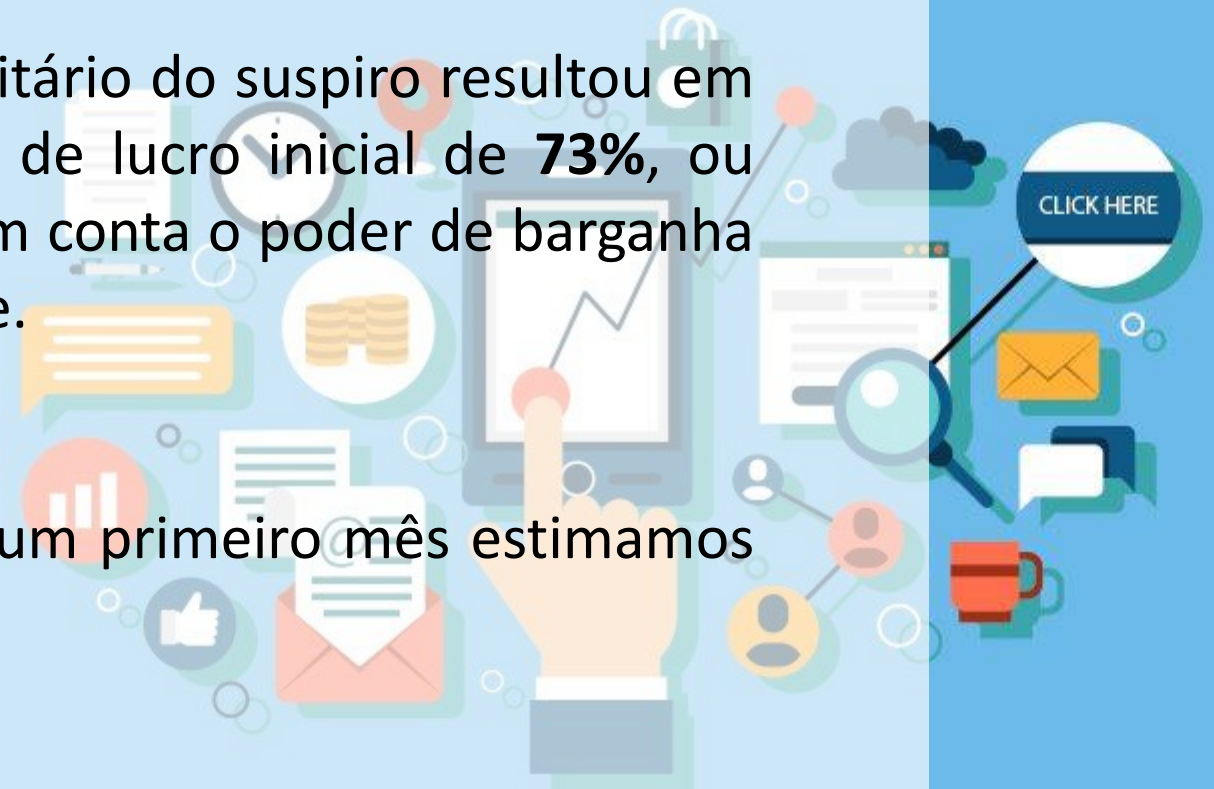


9,15

CLICK HERE

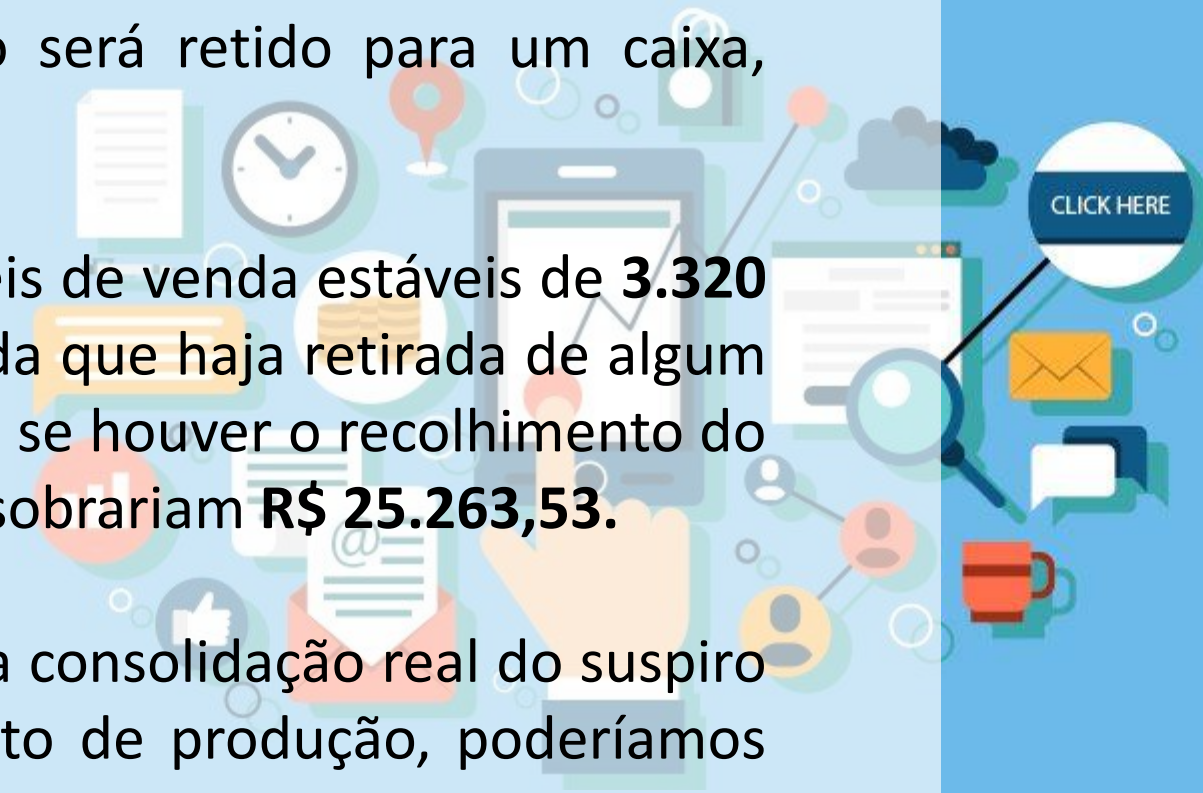
# ESTRATÉGIA DE MARKETING

- Com a soma dos custos totais, o custo unitário do suspiro resultou em **R\$ 2,79**, sendo estipulada uma margem de lucro inicial de **73%**, ou seja, um valor de **R\$ 4,82**, mas levando em conta o poder de barganha do comprador dependendo da quantidade.
- Considerando nossa produção mensal, num primeiro mês estimamos lucro bruto de R\$ 6.739,60.



# ESTRATÉGIA DE MARKETING

- Nos 8 primeiros meses o valor de lucro será retido para um caixa, totalizando R\$ 45.829,28.
- Portanto, mesmo se considerarmos os níveis de venda estáveis de **3.320** pacotes/mês nesses primeiros 8 meses, ainda que haja retirada de algum valor do caixa para algum custo da empresa, se houver o recolhimento do valor investido pelos sócios, em caixa ainda sobrariam **R\$ 25.263,53**.
- Somente depois desses 8 meses ou alguma consolidação real do suspiro no mercado que resultasse em um aumento de produção, poderíamos estabelecer valor de pró-labore para os sócios.





# ESTRATÉGIA DE MARKETING

## Distribuição

Será de exclusividade total da empresa, sendo realizada inicialmente por um dos sócios para reduzir custos. Serão distribuídos em pontos de venda lojas de produtos naturais, empórios, feiras veganas e restaurantes veganos/vegetarianos.

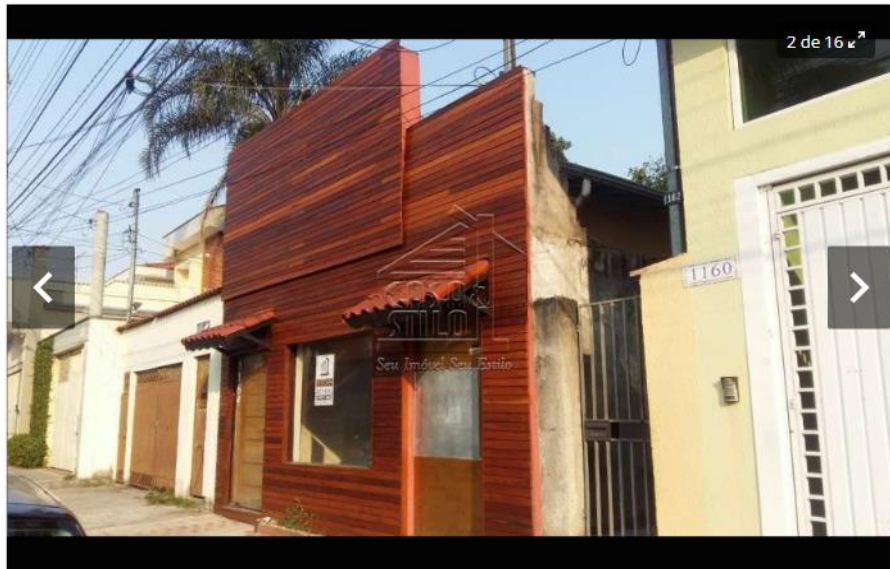


# ESTRATÉGIA DE MARKETING

## Praça

Casa com 2 Quartos para Alugar, 120 m<sup>2</sup> por R\$ 2.000/Mês

Rua Professor Pedreira de Freitas, 1164 - Tatuapé, São Paulo - SP COD. CS113460



ALUGUEL  
\$ R\$ 2.000 / Mês

IPTU  
R\$ 270

TIPO DE IMÓVEL  
Casa

ÁREA  
120m<sup>2</sup>

2 quartos

1 banheiro



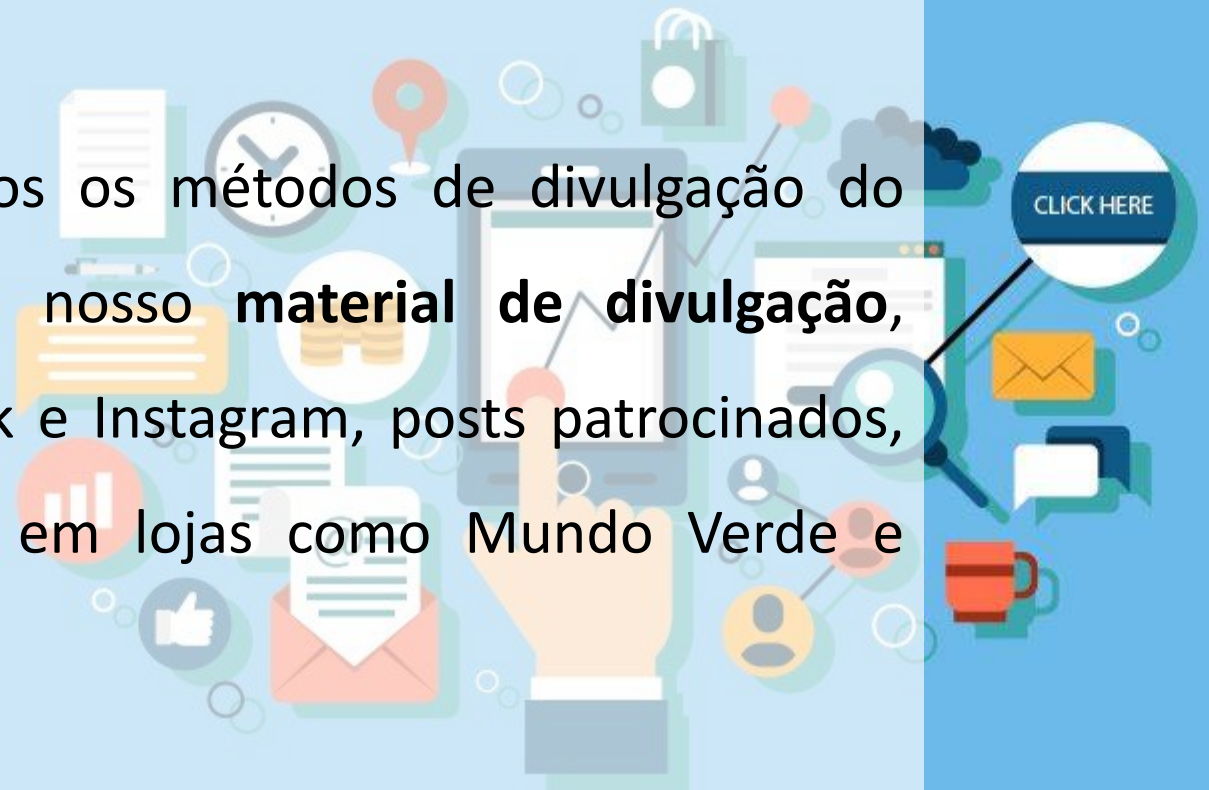
Ponto estratégico onde haverá espaço para preparação do produto e também venda para empresas interessadas.



# ESTRATÉGIA DE MARKETING

## Promoção

Como estratégia de promoção adotamos os métodos de divulgação do produto fazendo uso de visitas junto ao nosso **material de divulgação**, divulgando em redes sociais como Facebook e Instagram, posts patrocinados, exposição em feiras veganas, degustações em lojas como Mundo Verde e promoção por influenciadores digitais.



Material  
de  
divulgação

*Pra você, vegano, vem aí:*



*Suspiro*  
VEGANO



*Feito com água do cozimento  
do grão de bico*

*Sem ovos*

*Sem leite*

*Sem glúten*

*Sem corante*

PARA SABER MAIS:

 Suspiro Vegano

 suspirovegano

[www.suspirovegano.com.br](http://www.suspirovegano.com.br)

Influenciadores  
digitais



yasminbrunet1 • Seguindo

yasminbrunet1 Recebi um presente muito legal em casa hoje! Esperava por essa ideia há tempos! Finalmente agora é possível comer suspiro sem maltratar nenhum animal. O Suspiro Vegano @suspirovegano é um suspiro feito de aquafaba (água do cozimento do grão de bico), ou seja, não vai ovo no processo, além de ser livre de colesterol. ❤️😋🌟 #publi #ad

Carregar mais comentários

\_brpz Hj sonhei que comia suspiro kkkk vende no Mundo Verde, eu querooooo

@rayzaadrielle @\_brpz eu quero

samayamalta @verifalconi vc

verifalconi @samayamalta deus, escuta ela por favor, faz eu ser



102.677 curtidas

28 DE AGOSTO

Adicione um comentário...

# CONCLUSÃO

Devido ao aumento da procura de produtos vegetarianos, o **Suspiro Vegano** teria boa aceitação pelo seu público-alvo já no primeiro mês de vendas.

Tendo baixo custo de produção, sem concorrentes diretos e vendas independente da sazonalidade, o produto teria grandes chances de alcançar uma consolidação no mercado atual.



OBRIGADO!

