



## **Evolução e Dinâmica do Consumo de Refeições Congeladas – como conectar consumidores e microempreendedores<sup>1</sup>**

Celina BERTHOLINI<sup>2</sup>

Bruna ALMEIDA<sup>3</sup>

Faculdade Laboro, DF

### **RESUMO**

Desenvolver e avaliar uma página de vendas on-line de refeições congeladas para reunir profissionais que produza refeições congeladas a clientes que desejam ter uma refeição completa e nutritiva, ou necessite de dietas planejadas por nutricionistas e possam enviar o cardápio para a produção personalizada.

**PALAVRAS-CHAVE:** on-line; refeições congeladas; inovação.

### **DESENVOLVIMENTO**

Segundo dados do Ministério da Economia, o número de microempreendedores individuais – MEI do ramo de alimentação para consumo domiciliar (correspondente às marmitas, doceiros e outras refeições embaladas) teve um crescimento bastante acentuado no país, com um aumento de +37,9% em relação ao 1º quadrimestre de 2020, chegando a cerca de 43.205 MEIs abertos. MAPA DE EMPRESAS - ME.

O portal do empreendedor de Janeiro de 2020, mostra que esse crescimento vai se manter expressivo no setor de produção de alimentos produzidos para consumo domiciliar. (REVISTA PEGN, 2020).

A procura por refeições congeladas não industrializadas, com qualidade nutricional e que atendam as necessidades de dietas específicas, sejam por algum tipo de restrição alimentar ou dietética, estética, ou outros motivos (ex. vegetariano) ganhou espaço na vida dos consumidores e vem se solidificando no mercado.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado para a disciplina de Produção e Inovação Científica da Faculdade Laboro realizada no dia 14 de março de 2022.

<sup>2</sup> Aluna do Curso de MBA em Gestão de Unidades de Alimentação e Nutrição, Gastronomia e Empreendedorismo em Negócios de Alimentação, e-mail: [celina.bertholini@gmail.com](mailto:celina.bertholini@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora da Faculdade Laboro. Mestra em Comunicação. e-mail: [professorabruna.almeida@gmail.com](mailto:professorabruna.almeida@gmail.com)



Segundo a Fispal Food Service em pesquisa realizada junto a FGV Jr, houve um aumento de cerca de 41,6% no consumo desse tipo de serviço com a chegada da pandemia e do isolamento social e dentre os motivos foram listados a falta de prática na cozinha, já que as pessoas se alimentavam em média de 5 a 6 vezes por semana nos refeitórios das empresas ou em restaurante próximo ao trabalho, preço e rapidez na forma de consumo, visto que é necessário apenas esquentar a refeição no micro-ondas.

É importante saber que, para quem deseja começar nesse setor de marmitas, algumas condutas serão necessárias, assim como o estudo do público-alvo, região em que se quer atender, costumes dos comensais, oferta de alimentos saudáveis, podendo atender desde um público que consome uma dieta mais usual até aqueles que adotam dietas mais específicas, tais como os veganos e vegetarianos. Mais do que um bom tempero, a adoção de práticas sustentáveis também devem ser levadas em consideração, além do cumprimento das normas sanitárias a serem seguidas, SEBRAE, 2020.

Observando este mercado em ascensão, surgiu à ideia de criar uma página na internet onde possa conectar profissionais do ramo de refeições congeladas a consumidores que estão a procura de uma refeição caseira, com sabor e qualidade, sincronizando as informações de localização (reduzindo o valor do frete, já que o cliente poderá escolher o que estiver mais próximo a sua localização); opções do cardápio; preço; feedback de outros clientes; formas de pagamento; foto das opções de preparação; tipos de serviço ofertado (como dieta planejadas ou estilo de vida) possibilitando assim, que o cliente possa em um único endereço virtual, encontrar e escolher a empresa que melhor atenda as suas necessidades.

A manutenção da página é de responsabilidade da empresa visualizadora do projeto, assim, os associados contribuem com um percentual sobre as vendas, já a administração das informações da empresa é de responsabilidade dos associados. A empresa administradora da página desenvolverá as políticas de privacidade, a seleção e acompanhamento dos associados, desenvolvimento do marketing e manutenção da página. Acredita-se que reunindo os prestadores de serviço em um único local, será mais cômodo para os clientes contratar o serviço de marmitas.

O principal objetivo é formar uma rede de conexão de microempreendedores, levando a produção de refeições de forma artesanal e caseira, além de proporcionar



geração de renda para essas famílias de forma mais objetiva e dinâmica para os clientes com necessidades e objetivos diversos, com um preço justo e bom atendimento.

## **REFERÊNCIAS**

FISPAL FOOD SERVICE – Disponível em:

< <https://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2020/02/mercado-de-marmitas-cresceu-mais-de-130-nos-ultimos-cinco-anos.html>> Acesso: 19/03/2022

MAPA DE EMPRESAS - Boletim do 1º quadrimestre de 2021 Disponível em: < [gov.br/mapadeempresas](http://gov.br/mapadeempresas)> Acesso: 20/03/2022

Disponível em: < <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/mercado-de-marmitas-cresceu-mais-de-130-nos-ultimos-cinco-anos,e5faf5e78d780710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 19/03/2022

Disponível em: < <https://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2020/02/mercado-de-marmitas-cresceu-mais-de-130-nos-ultimos-cinco-anos.html>> Acesso: 20/03/2022