

ANEXO V – PLANO DE NEGÓCIOS

Nome Fantasia:	Top Vida
Razão social:	Top Vida – Distribuidora de Alimentos Ltda
CNPJ	64.129525/0001-04
Empreendedor responsável:	Andre Francisco Doblinski
Telefone de contato:	(45) 9 91122252
E-mail de contato:	ovosvida@gmail.com
Data de preenchimento:	26/01/2026

Espaço pretendido (caso haja mais de um imóvel e/ou espaço)	
--	--

1. EMPREENDEDOR

1.1. Perfil dos Empreendedores

Insira as informações solicitadas para cada sócio do negócio. Se necessário, copie e cole este quadro quantas vezes forem necessárias.

Nome completo:	Andre Francisco Doblinski
Idade:	48 anos Função na Empresa: Administrador
Formação escolar (concluídas e/ou em curso). Informe o nome de cada curso, instituição e ano de conclusão:	Graduado em Biologia pela Unipar – 2008 Mestre em Engenharia Agrícola –2010 PDE – Programa de Desenvolvimento de Executivos – Fundação Dom Cabral 2012 - 2013
Experiências profissionais (principalmente aquelas	Proprietário e administrador da Granja Rio Grande - Ovos Vida – Linha Guará – Marechal Cândido Rondon (Produção e distribuição de ovos) – 2014 – 2026

relacionadas ao negócio):	- Proprietário e administrador da DISTRIBUIDORA de Ovos Vida. – Linha Guará – Marechal Cândido Rondon (distribuição de ovos) – 2016 – 2026
Experiência como empreendedor ou em cargos de gestão:	- Proprietário e administrador da Granja Rio Grande – Linha Guará Ovos Vida e Distribuidora de Ovos Vida – Marechal Cândido Rondon (Produção e distribuição de ovos) – 2014 – 2026. Diretor de Logística e Transportes Prati Donaduzzi – Toledo 2008-2014.

2. PRODDUTOS, SERVIÇOS E TECNOLOGIA

2.1. Caracterização da Oportunidade de Negócio Identificada

Quais foram as motivações que levaram ao surgimento da empresa? Que oportunidades vocês, empreendedores, enxergaram no mercado para a criação deste negócio? Máximo de 10 linhas.

A Top Vida surgiu da iniciativa empreendedora de identificar uma lacuna clara no mercado regional do Oeste do Paraná, aliando análise estratégica, vocação agroindustrial e visão de inovação. O empreendedor percebeu a inexistência de indústrias locais de ovos de codorna em conserva, ao mesmo tempo em que observaram uma demanda crescente por produtos alimentícios práticos, sustentáveis e de maior valor agregado. A escolha da embalagem stand-up pouch, aliada à logística regional favorável, possibilita ganho de escala, redução de custos e rápida inserção nos canais varejo e food service, consolidando a empresa como fornecedora regional exclusiva e competitiva.

2.2. Características dos Produtos e Serviços Ofertados

Apresente quais são os produtos e serviços que sua empresa oferece atualmente ao mercado. Quais são os diferenciais de cada produto ou serviço da empresa em relação aos concorrentes? A empresa pretende desenvolver novos produtos e serviços? Se sim, quais? Máximo de 20 linhas

A Top Vida vai oferecer ao mercado ovos de codorna em conserva, destinados aos canais varejo e food service, com foco em qualidade, segurança alimentar e eficiência logística. O principal diferencial do produto está na adoção do stand-up pouch de alta barreira como embalagem primária, substituindo o frasco de vidro tradicional. Essa solução proporciona maior praticidade, redução de custos logísticos, menor risco de perdas por quebra, design moderno e apelo sustentável. A empresa também se diferencia pela variedade de tamanhos de embalagem, atendendo desde o consumidor final até estabelecimentos de alimentação. Como estratégia de crescimento, a Top Vida pretende ampliar o portfólio com novos formatos, volumes e possíveis variações de conservas, além de explorar novos canais de comercialização

como e-commerce, exportação e lojas de conveniência, fortalecendo sua posição competitiva no mercado.

2.3. Grau de Inovação

A empresa e/ou seus produtos e serviços apresentam algum tipo de inovação significativa em relação ao que é ofertado pelos concorrentes? Se sim, que tipo de inovação seria esta (em produto, serviço, processos, marketing ou organizacional) e justifique a inovação existente. Tipos de inovação:

- **Inovações em produtos e serviços:** caracterizam-se como Inovações de produto, mudanças significativas nas potencialidades de produtos e serviços. Incluem-se bens e serviços totalmente novos e aperfeiçoamentos importantes e significativos para produtos existentes

- **Inovações de processo:** representam mudanças significativas nos métodos de produção e de distribuição.

- **Inovações de marketing:** envolvem a implementação de novos métodos de marketing, incluindo mudanças no design do produto e na embalagem, na promoção do produto, canal de distribuição, e sua colocação, e em métodos de estabelecimento de preços de bens e de serviços.

- **Inovações organizacionais:** referem-se à implementação de novos métodos organizacionais, tais como mudanças em práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas da empresa; Máximo de 20 linhas

Sim, a empresa apresenta inovação significativa em relação aos concorrentes, caracterizada principalmente como inovação em produto, processo, mercado e sustentabilidade.

A inovação em produto ocorre pela introdução pioneira, no Brasil, do stand-up pouch de alta barreira para ovos de codorna em conserva, representando uma mudança relevante nas características funcionais, estéticas e logísticas do produto.

A inovação em processo envolve a adoção de tecnologias específicas de envase e esterilização em pouch, que aumentam a eficiência operacional e reduzem custos e riscos associados ao uso do vidro.

Há também inovação em marketing e mercado, ao permitir acesso a canais antes restritos, como e-commerce e exportação, além de atender tendências de consumo por praticidade e sustentabilidade.

Por fim, a inovação em sustentabilidade alinha a empresa às diretrizes ESG, reduzindo a pegada de carbono e fortalecendo sua competitividade e acesso a financiamentos verdes.

3. MERCADO

3.1. Segmento de Clientes e Mercado Potencial

Quais são os seus segmentos de clientes? Ou seja, qual o perfil do(s) grupo(s) de pessoas ou empresas que vocês atendem com seus produtos e serviços? Onde eles se encontram? São clientes a nível regional, nacional ou global? Qual o tamanho deste mercado de potenciais consumidores, em quantidade e/ou volume de consumo? Se possível, apresente informações de fontes confiáveis que reforcem o tamanho do mercado potencial. Máximo de 20 linhas.

Os produtos Top Vida destina-se:

Varejo Tradicional: supermercados e mercearias regionais. Atacado e Food Service: fornecimento em volumes maiores para restaurantes, lanchonetes, bares e hotéis. E-commerce: vendas online diretas ao consumidor e marketplaces alimentares. Distribuição Regional: foco inicial no Oeste do Paraná, com expansão planejada para outros polos urbanos do estado e fronteira com Paraguai/Argentina.

Para atingir este público, pretende-se realizar: Degustações em Pontos de Venda: para quebrar resistência do consumidor ao pouch. Parcerias Comerciais: com redes de supermercados regionais e distribuidores. Marketing Digital: redes sociais, anúncios segmentados e presença em e-commerce de alimentos. Material Promocional: folders, banners, mockups digitais e campanhas sazonais. Expansão e Consolidação, Curto Prazo (1–2 anos): consolidação no Oeste do Paraná, ganho de mercado em cidades estratégicas (Cascavel, Toledo, Foz do Iguaçu). Médio Prazo (3–5 anos): expansão estadual, parcerias para exportação e entrada em grandes redes. Longo Prazo (5+ anos): consolidação como referência nacional em conservas de ovos em pouch, com potencial de diversificação para outros produtos. A Top Vida adota uma estratégia de marketing orientada à inovação e sustentabilidade, explorando o diferencial competitivo do pouch para conquistar mercado. O posicionamento é claro: oferecer conveniência e responsabilidade ambiental em um segmento tradicional, garantindo vantagem competitiva e reconhecimento de marca.

3.2. Análise da Concorrência

Como é a concorrência no segmento em que atua? São muitos concorrentes? Eles já estão bem estabelecidos no mercado? Faça uma análise geral do nível de concorrência no segmento, tanto de concorrente diretos (com soluções similares a sua) quanto de produtos substitutos (soluções diferentes, mas que ajudam a resolver a mesma necessidade vivida pelo cliente). Faça também uma análise individualizada de pelo menos três dos principais concorrentes diretos, identificando seus pontos fortes, pontos fracos e seus diferenciais em relação a eles. Máximo de 20 linhas.

A região de Mercedes –PR, onde será implantada a Top Vida – Embaladora e Distribuidora de Alimentos Ltda, está inserida em um território com forte vocação agroindustrial e índices sociais relevantes.

No Oeste do Paraná, em um raio de aproximadamente 150 km, destacam-se cidades relevantes como Cascavel, Toledo, Marechal Cândido Rondon, Guaíra, Palotina, Assis Chateaubriand e Santa Helena. Somadas, essas cidades concentram mais de 683 mil habitantes (IBGE 2022), com PIB per capita acima da média estadual em diversos polos, o que favorece a aceitação de produtos alimentícios de maior valor agregado e embalagens inovadoras como o stand-up pouch. O mix de densidade populacional, renda média e a tendência de praticidade e sustentabilidade favorecem a adoção do pouch como vantagem competitiva frente ao vidro. O raio de 150 km traz escala logística, reduz custos de distribuição e possibilita rápida tração de vendas nos canais varejo e food service.

Pesquisa de mercado identificou que não existe nenhuma indústria de ovos de codorna em conserva instalada no Oeste do Paraná. As poucas unidades produtivas que atuam nesse segmento no estado estão concentradas no Norte do Paraná e na Região Metropolitana de Curitiba. Isso abre espaço competitivo significativo para a Top Vida consolidar-se como fornecedora regional exclusiva nesse nicho.

3.3. Precificação

Quais são os preços praticados pela sua empresa? Em relação aos principais concorrentes, eles são menores, maiores ou estão dentro da mesma faixa? Os clientes enxergam sua empresa (e produtos e serviços) como competitiva em preços ou de qualidade elevada (e por isso se dispõem a pagar um pouco mais caro)? Máximo de 10 linhas

Por se tratar de uma empresa verticalizada desde a produção dos ovos até sua industrialização e distribuição, conseguimos ter valor de venda 10% menor em média que os concorrentes, mantendo o mesmos padrões de qualidade.

3.4. Vendas e Distribuição

Como você vende para seus clientes? As vendas são feitas pelos sócios, funcionários, representantes comerciais, pela internet, etc.? E como os produtos ou serviços chegam até os clientes finais? Diretamente pela empresa, através de distribuidores, varejistas, internet, etc.? Máximo de 10 linhas.

Venda e distribuição direta sem atravessador.

- Varejo Tradicional: supermercados e mercearias regionais.
- Atacado e Food Service: fornecimento em volumes maiores para restaurantes, lanchonetes, bares e hotéis.
- E-commerce: vendas online diretas ao consumidor e marketplaces alimentares.
- Distribuição Regional: foco inicial no Oeste do Paraná, com expansão planejada para outros polos urbanos do estado e fronteira com Paraguai/Argentina.

3.5. Promoção e Comunicação

Como você divulga sua empresa, produtos e serviços? Como os clientes ficam sabendo que vocês existem? Há material impresso (tipo folder), website, redes sociais, anúncios em diferentes formatos (jornais, revistas, internet, etc.)? Máximo de 10 linhas.

A divulgação da Top Vida será realizada por meio de estratégias de marketing direto e canais digitais. Os produtos serão apresentados em fanpage de vendas online e por contato direto com clientes já atendidos pela empresa Ovos Vida, que previamente demonstraram interesse no produto. A empresa também atuará com prospecção ativa junto a redes de supermercados, cooperativas, bares e lanchonetes da região Oeste do Paraná. A presença nesses pontos de venda, aliada ao relacionamento comercial e à visibilidade digital, permitirá ampliar o reconhecimento da marca, fortalecer a distribuição regional e acelerar a entrada no mercado.

4. GESTÃO

4.1. Perfil da Equipe

A empresa possui colaboradores? Se sim, descreva qual o perfil dessa equipe preenchendo o quadro abaixo. Insira quantas linhas forem necessárias. Se não houver funcionários, informe isso no quadro.

Nome	Função	Cargo	Vínculo Empregatício (CLT, MEI, etc.)	Escolaridade Máxima (para graduações, especializações e cursos técnicos, informar a área)	Qtde de anos de experiência na Função/Cargo (incluindo em empregos anteriores)
Não possui funcionários	Previsto 10 func.				

4.2. Fornecedores e Parceiros

Quais são seus principais fornecedores? Existem fornecedores na região que atendem sua empresa? Quais são eles (nome e cidade)? A empresa conta com algum tipo de parceiro? Quais? Como se dá esta parceria, ou seja, quais são os benefícios para ambas as partes? Máximo de 10 linhas

No primeiro momento será uma unidade fabril verticalizada para beneficiamento de ovos de codorna em conserva. A produção de ovos de codorna será realizada na Granja Rio Grande - Ovos Vida, do mesmo grupo econômico, sediada em Marechal Candido Rondon Pr, garantindo qualidade, rastreabilidade e regularidade.

Embalagens e insumos serão adquiridos em Curitiba e São Paulo.

Na sequência do projeto a ideia é fomentar produtores familiares do município a produzir os ovos e fornecer para indústria

4.3. Aspectos Legais de Operação

O negócio exige autorizações especiais para funcionamento? Os sócios conhecem todas elas? Quais são os aspectos legais de operação? Existem legislações específicas que vocês devem observar para exercer legalmente a atividade? Quais são os órgãos que regulam a operação? Precisa de autorizações e/ou certificados da Vigilância Sanitária, do Ministério da saúde, do MAPA, etc.? Máximo de 10 linhas

Sim, necessita de autorização do IAT e também da Vigilância Sanitária /ADAPAR. Os sócios sabem da necessidade das mesmas para implantação e operação. Por se tratar de indústria de baixo risco ambiental tem algumas certificações de instalação e operação que são dispensadas.

4.4. Impactos Sociais

O produto/serviço ou a operação da empresa geram impactos sociais positivos ou negativos significativos? Trata-se de um negócio que transformar a realidade social atual de pessoas? Como? Ela pode prejudicar de alguma coletividade? De que forma? E o que a empresa faz para amenizar este eventual impacto negativo? Lembrando que nem todos os negócios geram impactos sociais relevantes. Máximo de 10 linhas.

A empresa Top Vida vai gerar impactos sociais positivos e transformar a realidade social das pessoas, de diferentes formas a saber:

- *Geração de Empregos: criação de 6–10 postos diretos e dezenas de indiretos, fortalecendo a economia local.*
- *Capacitação: treinamento contínuo em Boas Práticas de Fabricação (BPF), segurança do trabalho e conscientização ambiental para os colaboradores.*
- *Valorização da Comunidade: priorização de fornecedores locais (embalagens, insumos e serviços), criando uma rede regional fortalecida.*
- *Educação do Consumidor: campanhas de conscientização sobre consumo sustentável e descarte correto das embalagens.*

4.5. Impactos Ambientais

O processo produtivo de fabricação dos seus produtos ou a prestação dos seus serviços geram impactos ambientais significativos? E a utilização dos produtos/serviços pelos clientes? Quais são os aspectos da legislação ambiental que precisam ser observados para a correta operação de seu empreendimento? O que fazer para minimizar eventuais impactos ambientais negativos? Lembrando que nem todos os negócios geram impactos ambientais relevantes. Máximo de 10 linhas.

Redução de Resíduos: o stand-up pouch substitui o vidro, reduzindo em até 70% o volume de resíduos sólidos gerados. Logística Sustentável: embalagens leves diminuem o consumo de combustível no transporte e reduzem emissões de CO₂ em cerca de 30%. Eficiência Energética: adoção de caldeira de baixo consumo, iluminação LED e equipamentos de alto rendimento. Gestão Hídrica: implantação de sistema de reuso da água utilizada na lavagem dos ovos, reduzindo consumo hídrico em até 20%. Logística Reversa e Reciclagem: política de parceria com cooperativas locais para destinação adequada das embalagens pós-consumo

5. CAPITAL

5.1. Investimentos

É necessário fazer novos investimentos no negócio? Se sim, que investimentos seriam estes? Quais os investimentos para ocupar o espaço pleiteado no Programa Municipal Maternidade Empresarial? Descreva no quadro abaixo quais são os investimentos necessários (ex: obras, máquinas, equipamentos, mobiliário, etc.) e os respectivos valores para cada um deles. Insira quantas linhas forem necessárias. Ao final, some o total de investimentos. Caso não haja necessidade de investimentos, informe isso no quadro:

Descrição do investimento	Valor do Investimento (R\$)
Obra civil estrutura (hidraulica/eletrica) Mobiliario	250.000,00
Equipamentos industriais (linha completa)	500.000,00
Treinamentos, licenças e documentos	50.000,00
VALOR TOTAL DOS INVESTIMENTOS	800.000,00

5.2. Fontes de Recursos

Quais fontes de recursos a empresa utilizará para realizar os investimentos necessários? O fluxo de caixa da empresa comporta estes investimentos com recursos próprios? Existe saldo suficiente em caixa ou em aplicações financeiras? Serão utilizados recursos dos sócios? Será necessário contratar algum financiamento ou empréstimo? Máximo de 10 linhas.

<i>Os recursos são provenientes de Linha de financiamento para Projeto de Inovação Agroindustrial junto o BRDE – Banco Regional de Desenvolvimento Projeto já em fase de aprovação junto ao BRDE.</i>



Você

16/12/2025 10:59



Bom dia!

Segue listagem de valores dos equipamentos da linha de ovos de codorna:

Cozinador: R\$ 120.000,00;

Trincador: 23.000,00;

Descascadora simples (uma almofada): R\$ 35.000,00;

Descascadora dupla (duas almofadas): R\$ 52.000,00;

Mesa de seleção de ovos: R\$ 3.600,00;

Envasadora: R\$ 40.000,00;

Estação de salmoura: R\$ 28.000,00;

Posicionador de tampas e tampadora: R\$ 85.000,00;

Túnel pasteurizador: R\$ 250.000,00;

Sigo à disposição.

Atenciosamente,



ERON MACHADO RIBEIRO

DIRETORIA

(51) 99690-6863

RS 122 9585 - SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ - RS

CASA E OBRA SEU AMIGO DE CONSTRUCAO LTDA

CNPJ n.º 52.874.343/0001-89 - Marechal Cândido Rondon – PR
Endereço: Av. Luiz Ernesto Fleck, 2221 - Bairro – Distrito de Iguaporã
Contato/whatsapp: +55 45 9914-0368

ORÇAMENTO GLOBAL – ADEQUAÇÃO DE ESTRUTURA

Referente à Concorrência Eletrônica nº 013/2025

Beneficiária: TOP VIDA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS LTDA

CNPJ: 64.129.525/0001-04

Local da Obra: Terreno Urbano formado pelos lotes n.º 01, 02, 03 e 18 da Quadra n.º 01, do Loteamento Parque Industrial, perfazendo uma área de 1.721,78 m², dotados de dois barracões pré-moldados, medindo respectivamente 225m² e 67,5 m², matriculados no Registro de Imóveis da Comarca de Marechal Cândido Rondon sob a Matrícula n.º 25.517, nos termos da Lei Ordinária n.º 1.892, de 13 de maio de 2025.

1. Identificação da Proponente

- **Empresa:** Casa e Obra – Seu Amigo da Construção Ltda
- **CNPJ:** 52.874.343/0001-89
- **Endereço:** Av. Luiz Ernesto Fleck, Distrito Iguaporã – Marechal Cândido Rondon – PR

2. Objeto da Proposta

Adequação técnica da estrutura existente para fins de instalação de indústria de alimentos, visando atender às normas sanitárias e de segurança vigentes, compreendendo:

- Construção/Reforma de vestiários e sanitários;
- Instalação de forro e adequação de portas e janelas;
- Instalações elétricas e hidráulicas completas;
- Fechamento de perímetro e acessos aos barracões;
- Pintura geral e identificação visual.

3. Valores e Condições

- **Valor Global:** R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais).
 - **Prazo de Execução:** 90 a 120 dias corridos após a emissão da Ordem de Serviço.
 - **Validade da Proposta:** 90 dias a contar desta data.
-

CASA E OBRA SEU AMIGO DE CONSTRUCAO LTDA

CNPJ n.º 52.874.343/0001-89 - Marechal Cândido Rondon – PR
Endereço: Av. Luiz Ernesto Fleck, 2221 - Bairro – Distrito de Iguiporã
Contato/whatsapp: +55 45 9914-0368

4. Declaração de Responsabilidade

Declaramos para os devidos fins de participação no processo licitatório em epígrafe (concessão onerosa de direito real de uso de bens imóveis) que os valores apresentados contemplam todos os custos diretos e indiretos, incluindo mão de obra, materiais, encargos sociais, tributos e demais despesas necessárias à perfeita execução do objeto, conforme exigências do edital e legislação vigente.

MARECHAL CÂNDIDO RONDON, PR 12 DE JANEIRO DE 2026

CASA E OBRA SEU
AMIGO DE
CONSTRUCAO
LTDA:52874343000189

Assinado de forma digital por
CASA E OBRA SEU AMIGO DE
CONSTRUCAO
LTDA:52874343000189
Dados: 2026.01.12 15:09:41
-03'00'

Nilson Erno Hachmann
CPF: 512.965.789-68 RG: 3.515.923-1
Proprietário

ANEXO IV

MODELO DE PROPOSTA

Ao Agente de Contratação/Comissão do Município de Mercedes

Referente à Concorrência Eletrônica nº 013/2025

A empresa **TOP VIDA – DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS LTDA**, estabelecida à Estrada Rural, Linha Guara - Lote Rural 46/47B KM5 12 Perímetro, na Cidade de Marechal Candido Rondon, Estado do (e) Paraná, inscrita no CNPJ sob n.º 64.129.525/0001-04, atuante no ramo de Alimentos, neste ato representada por seu socio, o Sr. Andre Francisco Doblinski, apresenta a sua proposta relativa a *concessão onerosa de direito real de uso dos bens imóveis: Terreno Urbano formado pelos lotes n.º 01, 02, 03 e 18 da Quadra n.º 01, do Loteamento Parque Industrial, perfazendo uma área de 1.721,78 m², dotados de dois barracões pré-moldados, medindo receptivamente 225m² e 67,5 m², matriculados no Registro de Imóveis da*

Comarca de Marechal Cândido Rondon sob a Matrícula n.º 25.517, nos termos da Lei Ordinária n.º 1.892, de 13 de maio de 2025, nos seguintes termos:

- a) Número de empregos diretos: (indicar o número de empregos diretos existentes e/ou a serem gerados); 10 a 20 empregos
- b) Receita bruta anual estimada*: (indicar o valor em R\$); 1.200.000,00
- c) Relação de investimentos/equipamentos disponíveis*;

Item	Equipamento	Valor
------	-------------	-------

d) Relação de equipamentos/investimentos que se pretende adquirir/implantar*;

Item	Equipamento	Valor Estimado
1	Linha completa de fabricação de conserva de ovo de codorna (cozidor, trincador, descascador, resfriador, embalador, dosador, seladora, pasteurizador câmara fria)	500.000,00
2	Mobiliário	50.000,00

e) Relação de benfeitorias e valor (descrever as benfeitorias a serem realizadas, consignando seu valor)*.

Adequação da estrutura existe para indústria de alimentos interna e externa. (vestiários, sanitários, forro, instalação elétrica/ hidráulica, portas/janelas, fechamento em volta da área dos barracões, acessos aos barracões, pintura, identificação visual).

R\$ 250.000,00

**A receita bruta anual estimada e as relações mencionadas deverão, obrigatoriamente, estar acompanhadas de competente comprovação, nos termos do subitem 4.1.1 e seguintes do Edital.*

A validade desta proposta é de (60) dias corridos, contados a partir da data de sua abertura [observar o mínimo de 60 (sessenta) dias].

25/012026

.....
(assinatura do representante da empresa)