

STRONG ESAGS – ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO

Flávia Larissa Ferreira dos Santos

Jessica Nascimento Santos

Marcio José da Rita

Solange Riselda de Souza Oliveira

Thiago Carvalho de Lima

COOK GOURMET

Santo André

2018

Flávia Larissa Ferreira dos Santos
Jessica Nascimento Santos
Marcio José da Rita
Solange Riselda de Souza Oliveira
Thiago Carvalho de Lima

COOK GOURMET

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como exigência para a
obtenção do grau de Bacharel em
Administração, à Escola Superior de
Administração e Gestão – STRONG
ESAGS

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Vilas Boas

Santo André
2018

Flávia Larissa Ferreira dos Santos
Jessica Nascimento Santos
Marcio José da Rita
Solange Riselda de Souza Oliveira
Thiago Carvalho de Lima

TCC: COOK GOURMET

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, à Escola Superior de Administração e Gestão – STRONG ESAGS.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas
STRONG ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão

Prof. Dra. Danielle Guglieri Lima
STRONG ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão

Prof. Dr. Jarbas Thaunahy Santos de Almeida
STRONG ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão

Santo André
2018

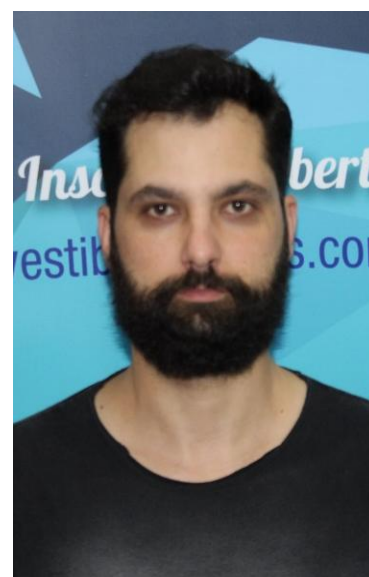
COMPONENTES DO GRUPO



Flávia Larissa F.dos Santos



Jessica N. Santos



Marcio José da Rita



Solange Riselda de S. Oliveira



Thiago Carvalho de Lima

Dedicamos aos nossos familiares e amigos e a todos, que de certa forma, sempre apoiaram, incentivaram e motivaram para a finalização desta fase e, conseqüentemente, a concretização deste sonho.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, que permitiu que tudo isso acontecesse, ao longo das nossas vidas, e não somente nestes anos como estudantes, mas em todos os momentos, é o maior mestre que alguém pode conhecer.

A esta instituição (STRONG/ESAGS – ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO), seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje enxergamos um horizonte superior, pela confiança no mérito e ética aqui presentes.

Agradecemos a todos os professores por nos proporcionar o conhecimento não apenas racional, mas a manifestação do caráter e afetividade da educação no processo de formação do grau de Bacharel, por tanto que se dedicaram a nós, não somente por terem nós ensinado, mas por terem nos feito aprender.

Aos professores dedicados, em especial ao nosso orientador, Prof. Dr., Eduardo Pinto Villas-Boas, que nos ensinou os passos do TCC, terão os nossos eternos agradecimentos.

E, não menos importante, agradecemos em especial aos nossos familiares pelo amor e apoio incondicional, pela presença constante em todos os momentos, aos nossos colegas de classe.

Por fim, a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da nossa formação.

“Para se ter sucesso, é necessário amar de verdade o que se faz. Caso contrário, levando em conta apenas o lado racional, você simplesmente desiste.

É o que acontece com a maioria das pessoas”.

Steve Jobs

RESUMO

O objetivo deste trabalho é a criação da Cook Gourmet, empresa do ramo alimentício que fornece refeições customizadas e sob medida por meio da utilização de aplicativo digital, possibilitando que os clientes possam sanar suas necessidades, seja de solicitar uma refeição mais simples ou mais elaborada, por meio de entrega *delivery* ou com a presença de um chef de cozinha em sua casa. Tal empresa se torna possível e viável pelo fato do aumento de mulheres que adentram o mercado de trabalho e não dispõem de tempo para cozinhar para as famílias, bem como o aumento o número de aparelhos conectados à internet e à mudança do comportamento de compra das pessoas. Para a verificação de demanda foi realizada uma pesquisa primária em março de 2018, pela equipe Cook Gourmet, a qual evidenciou a crescente procura para este tipo de serviços. Nesta, a Cook Gourmet identificou que com a demanda existente é possível atingir o mercado, utilizando plataformas digitais para assim facilitar sua solicitação de comidas via aplicativo de *delivery*.

Palavras Chaves:

Refeições, Cook Gourmet, aplicativo, plataformas digitais.

ABSTRACT

The objective of this work is the creation of Cook Gourmet, a food company that provides customized and tailored meals through the use of a digital application, enabling customers to meet their needs, whether to request a simpler or more elaborate meal, by means of delivery or with the presence of a chef in your home. Such a company becomes feasible and viable due to the increase of women entering the labor market and not having time to cook for the families, as well as the increase in the number of devices connected to the Internet and the change of people buying behavior. For the verification of demand, a primary survey was conducted in March 2018 by the Cook Gourmet team, which evidenced the growing demand for this type of services. In this, Cook Gourmet has identified that with the existing demand is possible to reach the market, using digital platforms to facilitate their request of food via delivery application.

Keywords:

Meals, Cook Gourmet, Application, Platf

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Business Model Canvas	19
Figura 2: Contextualização do modelo de Cadeia de Valor	46
Figura 3: Mapa estratégico.....	48
Figura 4: Layout das telas do aplicativo.....	49
Figura 5: Fluxograma dos processos operacionais da Cook Gourmet	51
Figura 6: Layout dos espaços da empresa.....	52
Figura 7: Layout das ferramentas do aplicativo	60
Figura 8: Matriz BCG	62
Figura 9: Tela do Facebook Cook Gourmet	66
Figura 10: Tela do Instagram Cook Gourmet	66
Figura 11: Tela de divulgação do WhatsApp Cook Gourmet.....	67
Figura 12: Tela de anúncio no Youtube Cook Gourmet	68
Figura 13: Logotipo da Cook Gourmet.....	69
Figura 14: Fluxograma para a contratação do serviço	72
Figura 15: Estimativa de resultados de alcance Facebook e Instagram.....	75
Figura 16: Organograma	81
Figura 17: Processo de recrutamento e seleção.....	84
Figura 18: Seleção de cozinheiros	84
Figura 19: Curva salarial da Cook Gourmet	87
Figura 20: Análise SWOT	100

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Gênero	32
Gráfico 2: Idade	32
Gráfico 3: Renda	33
Gráfico 4: Localização	34
Gráfico 5: Frequência de utilização	37
Gráfico 6: Agendamento de refeições	38
Gráfico 7: Cozinheiro na residência	38
Gráfico 8: Respondentes que utilizam o aplicativo	63

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Dados dos empreendedores	24
Tabela 2: Frequência de refeições no lar	29
Tabela 3: Os melhores aplicativos.....	42
Tabela 4: BSC e KPI'S.....	47
Tabela 5: Gastos com materiais de escritório e informática	56
Tabela 6: Despesas Mensais.....	56
Tabela 7: Estimativas de gastos totais.....	56
Tabela 8: 4P's de Kotler	58
Tabela 9: Taxas do cartão.....	65
Tabela 10: Market Share	77
Tabela 11: Gastos de Marketing.....	78
Tabela 12: Headcount	82
Tabela 13: Competências dos cargos.....	82
Tabela 14: Gasto com benefícios	85
Tabela 15: Remuneração dos Funcionários.....	86
Tabela 16: Salário do Gerente Administrativo	89
Tabela 17: Salário do Analista Financeiro	89
Tabela 18: Salário do Analista de Marketing	90
Tabela 19: Salário do Analista de Recursos Humanos	90
Tabela 20: Salário do Técnico de Logística.....	91
Tabela 21: Salário do Analista de TI	91
Tabela 22: Gastos anuais, semestral e mensal	92
Tabela 23: Investimento pré-operacional.....	93
Tabela 24: Necessidade de capital de giro.....	94
Tabela 25: Investimento total necessário	94
Tabela 26: Estimativa de faturamento mensal para os próximos cinco anos.....	94
Tabela 27: Custos fixos	95
Tabela 28: Custos variáveis	96
Tabela 29: Demonstrativo de resultado do exercício.....	96
Tabela 30: Estimativa do fluxo de caixa futuro para os próximos cinco anos	98
Tabela 31: Cálculo e análise dos indicadores de viabilidade financeira	98

LISTA DE ABREVIATURAS

ABC ou ABCD: Santo André (A), São Bernardo do Campo (B), São Caetano do Sul (C) e Diadema (D).

FAQ: Perguntas Frequentes.

CEP: Código de Endereçamento Postal.

PIB: Produto Interno Bruto.

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

CNPJ: Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica.

APP: Aplicativo.

SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats.

BSC: Balanced Scorecard.

CPF: Cadastro de Pessoa Física.

DRE: Demonstração do Resultado do Exercício.

KPI: Key Performance Indicator.

RG: Registro Geral.

RH: Recursos Humanos.

TI: Tecnologia da Informação.

VPL: Valor Presente Líquido.

VR: Vale-refeição.

VT: Vale-transporte.

IRPJ: Imposto de Renda-Pessoa Jurídica.

LTDA: Sociedade Empresarial de Responsabilidade Limitada.

CSLL: Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido.

CRM: Customer Relationship Manager.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
CAPÍTULO 1: VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO	19
1.1 Segmentos de mercado	19
1.2 Proposta de valor	19
1.3 Canais de distribuição	20
1.4 Relacionamento com clientes	20
1.5 Fontes de Receita	21
1.6 Recursos principais	21
1.7 Atividades principais	21
1.8 Parceiros chaves	21
1.9 Estrutura de custos	22
1.10 Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio	22
CAPÍTULO 2: SUMÁRIO EXECUTIVO	24
2.1 Dados gerais do empreendimento	24
2.2 Dados dos empreendedores	24
2.3 Missão da empresa e os valores organizacionais	25
2.4 Forma Jurídica	25
2.5 Enquadramento Tributário	26
2.6 Capital Social	26
2.7 Fonte de Recurso	26
CAPÍTULO 3: VIABILIDADE ESTRATÉGICA	27
3.1 Mercado Atual	27
3.2 Histórico do mercado	28
3.3 Projeções futuras	29
3.4 Tendência de mercado	30
3.5 Identificação das características demográficas dos clientes	31
3.5.1 <i>Pessoas físicas</i>	31
3.6 Descrição dos interesses e comportamentos dos clientes	34
3.6.1 <i>Dados gerais</i>	34
3.7 Identificação dos motivos que levam os clientes a consumir os produtos ou serviços da empresa	39
3.8 Análise do modelo das cinco forças competitivas de Porter	40
3.8.1 <i>Estudo dos concorrentes</i>	40

3.8.2 Estudo dos fornecedores	42
3.8.3 Estudo da barganha dos consumidores.....	43
3.8.4 Estudo de novos entrantes	43
3.7.5 Estudo de substitutos.....	44
3.9 Delimitação da estratégia organizacional.....	45
3.9.1 Vantagem competitiva	45
3.9.2 Mapa estratégico (BSC e KPI)	46
3.9.3 Viabilidade do Negócio	48
CAPÍTULO 4: VIABILIDADE OPERACIONAL.....	50
4.1 Fluxograma dos processos operacionais	50
4.2 Layout ou arranjo físico	51
4.3 Máquinas e equipamentos necessários para produção	53
4.4 Projeção da capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços	53
4.5 Principais fornecedores.....	53
4.6 Plano logístico e de distribuição.....	54
4.7 Política de qualidade.....	54
4.8 Estimativa de gastos	55
4.9 Análise e diagnóstico da viabilidade operacional	57
CAPÍTULO 5: VIABILIDADE MERCADOLÓGICA.....	58
5.1 Planos de Marketing: modelo dos 4 P's atualizados	58
5.1.1 Perfil médio do cliente consumidor	58
5.1.2. Características principais dos produtos e serviços da Cook Gourmet	59
5.1.3 Matriz BCG	61
5.1.4 MVP	63
5.1.5 Preço	64
5.1.6 Promoção	65
5.1.7 Gestão da marca	69
5.1.8 Fluxograma da experiência de compra dos clientes da empresa	70
5.1.9 Estratégias de fidelização de clientes	73
5.1.10 Posicionamento da marca	73
5.2 Previsão e mensuração da demanda.....	74
5.2.1 Demanda corrente e futura e Market Share.....	74
5.3 Estimativa de gastos	78
5.4 Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica	78
CAPÍTULO 6: VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO	80
6.1 Projeções de colaboradores.....	80

6.1.1 Atividades	80
6.1.2 Organograma.....	81
6.1.3 Headcount	81
6.1.4 Competências.....	82
6.2 Recrutamento e seleção	83
6.3 Remuneração.....	84
6.4 Treinamento e desenvolvimento	87
6.5 Rotatividade e absenteísmo.....	87
6.6 Segurança do trabalho	88
6.7 Estimativa de Gastos	88
6.8 Análise e diagnóstico da viabilidade do capital humano na organização	92
CÁPITULO 7: VIABILIDADE FINANCEIRA	93
7.1 Pressupostos da análise financeira.....	93
7.1.2 Cálculo do investimento pré-operacional	93
7.1.3 Necessidade de capital de giro e investimento total necessário	93
7.1.4 Estimativa do faturamento mensal para os próximos cinco anos	94
7.1.5 Estimativa mensal dos custos fixos e variáveis para os próximos cinco anos.....	95
7.1.6 Demonstrativos de resultados para os próximos cinco anos	96
7.1.7 Estimativa do fluxo de caixa futuro para os próximos cinco anos	97
7.1.8 Cálculo e análise dos indicadores de viabilidade financeira	98
7.2 Análise e diagnóstico da viabilidade financeira	99
CAPÍTULO 8: VIABILIDADE DO NEGÓCIO	100
8.1 Análise SWOT da empresa.....	100
8.2 Plano de Ação.....	101
8.3 Considerações finais sobre o negócio	102
REFERÊNCIAS.....	104
ANEXO A: Pesquisa Cook Gourmet	105
APÊNDICE 1: Currículo completo dos sócios da Cook Gourmet	107
1.1 Flávia Larissa Ferreira dos Santos.....	107
1.2 Jéssica Nascimento dos Santos	109
1.3 Márcio José da Rita	110
1.4 Solange Riselda de Souza Oliveira.....	112
1.5 Thiago Carvalho de Lima	114
APÊNDICE 2: Previsão de Demanda para 5 anos.....	115
APÊNDICE 3: Ferramenta de Gerenciamento de Ação 5W2H.....	118

INTRODUÇÃO

Sabe-se que tudo muda, assim como as pessoas se moldam pela diversidade de novas invenções, desta forma, no ramo de consumo não é diferente, posto que as tais invenções perpassam ações simples e rotineiras como o ato de se alimentar. Desta forma fica claro que a alimentação é algo comum, mas a forma como ocorre, segue o fluxo das mudanças, que muitas vezes são alheias às vontades humanas.

Observando tais mudanças surgiu a ideia da Cook Gourmet, que consiste em uma forma diferente de solicitar refeições *delivery*, que podem ser montadas por cozinheiros específicos e escolhidos pelo cliente. Os cozinheiros escolhidos prepararão as refeições e entregarão ao cliente ou poderão ir na residência dos destes, se assim o quiserem, a fim de realizar o serviço.

Neste trabalho, para que a empresa em questão possa ser organizada de maneira real, foi preciso que muitos estudos acontecessem, e estes fossem organizados de maneira estruturada em oito capítulos, conforme descritos a seguir.

O capítulo 1 versa sobre a viabilidade da ideia do negócio, para validar, se de fato é possível administrativamente. Para tanto, foram desenvolvidos os itens baseados no Business Model Canvas, e desenvolvidos seus sub tópicos, bem como realizada a análise e diagnóstico inicial.

O capítulo 2 apresenta o sumário executivo, com todos os dados do empreendimento solicitados; seguido pelo capítulo 3, que analisa a viabilidade estratégica do mercado atual, bem como as projeções e tendências para o futuro, acerca do negócio. Os estudos relativos aos concorrentes e fornecedores também foram necessários e realizados aqui.

Os capítulos subsequentes apresentam análises mais profundas das viabilidades para os setores que envolvem o negócio, tais como: a viabilidade operacional do negócio, no capítulo 4; a viabilidade mercadológica, no capítulo 5; a viabilidade do capital humano, disposta no capítulo 6; e, por fim, a viabilidade financeira, estudada no capítulo 7.

O capítulo 8 mostra o estudo da viabilidade do negócio como um todo e junto a ele será realizada a conclusão ou os elementos conclusivos finais para o trabalho

que, desde já, apresenta pontos positivos para o investimento neste mercado, que é atual e apresenta grande potencial de crescimento.

Este trabalho conta com elementos de apêndice e anexos que especificam e ilustram questões mais técnicas com relação à construção da empresa, os quais estão sinalizados no decorrer do texto.

CAPÍTULO 1: VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO

Com o modelo de negócio Canvas é possível visualizar desde o planejamento inicial até a entrega do serviço ao consumidor final. Na figura 1 será apresentado o modelo de negócio da Cook Gourmet.

Figura 1: Business Model Canvas

Parceiros Chave 	Atividades Chave 	Proposta de Valor 	Rel. com o Cliente 	Segmento de Clientes 
- Profissionais de cozinha. - Desenvolvedor do aplicativo. - Motoboy. - Fornecedores de embalagens personalizadas. - Colaboradores da Cook Gourmet	- Marketing e Propaganda - Controle de Qualidade - Fornecedores - Manutenção do aplicativo	- Comodidade. - Cardápio customizado - Qualidade. - Economia de tempo. - Profissionais especializados nas residências.	- Análise de satisfação. - Canal de relacionamento com cliente. - Canal de AJUDA e perguntas frequentes	- Atender pessoas com tempo reduzido. - Cardápio customizado. - Alimentação saudável. - Programar refeições.
Recursos Chave  - Cozinheiros. - Desenvolvedor de software.		Canais  - Aplicativos: playstore e appstore. - Redes sociais.		
Estrutura de Custos  - Licença do pacote software - Contabilidade terceirizado. - Mão de obra especializada - Aluguel espaço administrativo. - Publicidade. - Produção das embalagens personalizadas.		Fluxo de Receitas  - Repasse da taxa dos profissionais de cozinha. - Taxa de custo de uso do software.		

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

1.1 Segmentos de mercado

O aplicativo Cook Gourmet tem como objetivo de público alvo atender a todas as pessoas que não contam com muito tempo ou que em algum momento tenham tempo reduzido, ou mesmo os que não gostam de cozinhar e queiram montar seu próprio cardápio, seja para seguir uma alimentação saudável, seja para planejar suas refeições. A Cook Gourmet espera atingir principalmente as classes A, B e C.

1.2 Proposta de valor

A proposta de valor da empresa Cook Gourmet é a de proporcionar a intermediação dos profissionais que cozinham com os clientes. O objetivo do aplicativo, consiste, pois, em oferecer refeições customizadas aos clientes, bem

como a opção de programar suas refeições de acordo com suas necessidades ou desejos.

O aplicativo disponibilizará informações dos profissionais mais qualificados para realizar as refeições desejadas pelos clientes. Ao realizar a compra o cliente tem a opção de escolher o pacote que deseja comprar: diário, semanal ou até mesmo mensal. Se o cliente escolher o pacote semanal ou mensal poderá solicitar para o aplicativo que o Chefe prepare as refeições adquiridas via *delivery* ou ter a presença deste chefe em sua residência.

A Cook Gourmet busca resolver ou facilitar o problema da falta de tempo das pessoas ao disponibilizar o serviço de entrega em domicílio; além disso, os clientes podem contar com o diferencial de solicitar, modificar e acompanhar suas escolhas pelo aplicativo, no entanto, a maior facilidade é a disponibilização de profissionais qualificados e especializados para atender a cada necessidade na residência do cliente.

1.3 Canais de distribuição

Os canais de distribuição serão as lojas de aplicativos *playstore*, *appstore*. Durante a captação de clientes a empresa promoverá divulgações via marketing de referência, bem como realizará divulgação em redes sociais.

Os clientes que utilizarem tais ferramentas poderão conferir promoções, lançamentos, agenda e avaliações dos chefes de cozinha, bem como sugerir melhorias e apontar inovações.

1.4 Relacionamento com clientes

O canal de relacionamento com os clientes ocorrerá por meio do uso do aplicativo, de forma que a Cook Gourmet estará sempre atenta para proporcionar conforto e credibilidade entre empresa e cliente.

Será realizada uma análise de satisfação da utilização do serviço, pois desta forma o cliente conseguirá dar *feedback* para empresa verificar se os profissionais estão atendendo às expectativas dos consumidores. Com a realização de tal análise de satisfação o aplicativo ranqueará os melhores cozinheiros disponíveis, assim facilitando a escolha dos melhores chefes de cozinha. O aplicativo pretende atingir o público alvo por meio do uso das redes sociais, e neste sentido, contará com vídeo explicativo sobre o uso do app, informações sobre montar as refeições de acordo

com o perfil do cliente, terá depoimentos dos cozinheiros e informações diárias sobre alimentação saudável e dicas dos chefes para customização das refeições.

O aplicativo disponibilizará uma ferramenta de AJUDA que deve conter informações sobre cadastro (como criar uma conta de profissional de cozinha), FAQ (perguntas frequentes), dúvidas, reclamações, minhas solicitações de pedidos, revisão de valores, alteração de conta e pagamento e sugestões, dentre outros solicitados por eles.

1.5 Fontes de Receita

O aplicativo será gratuito e a fonte de receita estará inclusa no valor dos serviços dos profissionais, no qual será descontado 25% de taxas do valor total dos serviços prestados. A Cook Gourmet chama esta taxa de "custo de uso de *software*". O pagamento é feito na hora que o cliente solicita o serviço pelo cartão de crédito, boleto bancário ou transferências bancárias. Quando o pagamento for contabilizado pela empresa, a Cook Gourmet repassará o que cabe aos chefes de cozinha.

1.6 Recursos principais

A Cook Gourmet necessita de um desenvolvedor de *software* para a criação do aplicativo e a disponibilização de um servidor com um *link* de internet eficiente.

A contratação de mão de obra no setor de culinária terá que ser especializada e de qualidade, pois os profissionais são a principal ferramenta para customizar as refeições.

1.7 Atividades principais

Para que a proposta da Cook Gourmet funcione corretamente as atividades que precisam ser desenvolvidas são: marketing e propaganda, busca de fornecedores de qualidade, treinamento de força de vendas, controle de qualidade e manutenção do aplicativo na internet para funcionar perfeitamente.

1.8 Parceiros chaves

Os principais fornecedores e parceiros do negócio serão os cozinheiros, desenvolvedores do app, colaboradores, fornecedores de embalagens com lacres de segurança e logística. Os profissionais de cozinha desenvolverão comidas customizadas para cada cliente; os desenvolvedores além de criar, disponibilizarão o pacote de *software* com o intuito de manter o aplicativo em funcionamento; os

fornecedores precisam manter a qualidade das embalagens, ao tempo em que o motoboy faz a entrega da refeição customizada; por fim, os colaboradores da Cook Gourmet trabalharão para fazer a manutenção constante do aplicativo.

1.9 Estrutura de custos

Em relação às estruturas de custos a empresa possuirá os seguintes gastos: licença do pacote de *software*, aluguel do espaço administrativo, produção das embalagens personalizadas, publicidade, mão de obra especializada e terceirização da contabilidade. Enquanto aos gastos relacionados a cozinha será de responsabilidade dos cozinheiros, o que vai contribuir para a formação de preço das refeições.

O aplicativo também contará com uma equipe operacional composta por: um gerente administrativo, um analista financeiro, um analista de marketing, um analista de recursos humanos, um técnico em logística e um analista de sistema da informação. Sendo necessários os recursos físicos para as operações, tais como: computadores e mobiliário de escritório.

1.10 Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio

Segundo o Caderno Unifoa¹ na década de 70 surgiram os primeiros alimentos industrializados e embalados, isso fez com que a alimentação das famílias se tornasse cada vez mais prática e rápida de ser preparada. A utilização desses alimentos nos dias de hoje aumentou com a inserção cada vez maior da mulher no mercado de trabalho; e este fato acaba alterando todo o hábito alimentar de uma família.

A Cook Gourmet será viável porque hoje em dia as pessoas não têm tempo para preparar suas próprias refeições, chegam muito tarde do trabalho, faculdade e cursos. Quando compram comidas muitas vezes não são saudáveis e não atendem suas expectativas.

Segundo Solvus² o mercado de smartphone aumentou 48%. No final de 2015, já somavam 76,1 milhões de pessoas com acesso aos aparelhos. Esse crescimento é notável, afinal, em todos os lugares pelos quais se passa, se percebe que as pessoas ficam muito tempo com os olhos fixos em seus celulares, navegando nas

¹ Disponível em: <<http://web.unifoa.edu.br/cadernos/edicao/13/49.pdf>>. Acessado em 9 de fevereiro de 2018.

² Disponível em: <<http://solvus.com.br/22-estatisticas-do-mercado-de-aplicativos-que-todos-precisam-saber/>>. Acessado em 10 de fevereiro 2018.

redes sociais, trabalhando ou se comunicando, desta forma o uso de aplicativos também cresceu, pois, as formas de comportamento mudaram e apontam para tal uso.

Tal mudança de comportamento se estende ao hábito de se alimentar fora de casa ou de pedir comida pelo aplicativo, o qual tem sido cada vez mais incorporado ao dia a dia dos brasileiros. A variedade de comidas e a facilidade faz com que os brasileiros consumam comida fora da residência ou solicitem a entrega em suas residências. Os empreendedores que atuam nessa área visualizam inúmeras oportunidades para expandir os negócios neste segmento. Segundo dados do IBGE³, o brasileiro gasta cerca de 25% de sua renda com alimentação fora do lar ou com aplicativos para solicitar o alimento. A Associação de Bares e Restaurantes estima que o setor represente, hoje, 2,7% do PIB brasileiro. Já a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação destaca que o setor tem crescido em uma média anual de 14,2%.

Segundo pesquisa da Revista Exame⁴, 34% dos brasileiros gastam com alimentação fora do lar, proporcionando que o faturamento do setor de *food service*, ou alimentação fora do lar, crescesse 6,2% em 2015, demonstrando uma evolução maior que os 5,2% registrados em 2016. Para 2017, o setor espera crescer 10,9%. De acordo com o diretor do núcleo de dados do instituto, Eduardo Yamashita, uma série de indicadores não estão mais jogando contra. A inflação alta, por exemplo, tem impacto direto no bolso do consumidor, mas as redes continuam investindo e ampliando sua participação. O fator tempo também contribui para a alta no setor.

Desta forma é lícito dizer que o mercado de aplicativos *deliveries* vem crescendo nos últimos anos e aumentando a receita econômica, o que fundamenta o fato de que o aplicativo em questão possui demanda e é viável, na medida em que o valor agregado pelo serviço supera os custos da empresa

³ Disponível em:< <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/segundo-pesquisa-34-dos-brasileiros-gastam-com-alimentacao-fora-do-lar-shtml/>>. Acessado em 31 de março de 2018.

⁴ Disponível em:< <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/segundo-pesquisa-34-dos-brasileiros-gastam-com-alimentacao-fora-do-lar-shtml/>>. Acessado em 31 de março de 2018.

CAPÍTULO 2: SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 Dados gerais do empreendimento

A Cook Gourmet, consiste em um aplicativo que visa a conexão dos clientes aos cozinheiros, para solicitação de comidas customizadas. O App tem três objetivos: dar visibilidade a cozinheiros sem estrutura para comercializar seus produtos, ajudar na renda extra dessas pessoas, e oferecer aos usuários comidas personalizadas e programadas a um bom custo-benefício.

A empresa atuará no setor terciário da economia é aquele que engloba as atividades de serviços e comércio de produtos, realizando comidas customizadas. Os serviços são difíceis de ser classificados, pois são intangíveis e incontáveis. Desta forma, fica difícil para os consumidores mensurarem e entenderem o valor do serviço que estão pagando para obter seu desejo. Com isso, a Cook Gourmet disponibilizará informações dos serviços no aplicativo e no marketing de referência, para incentivar os clientes a comprar e tirar suas dúvidas sobre a qualidade, a partir de tudo que puderem observar sobre as comidas customizadas.

A razão social da empresa é Cook Gourmet-Comidas customizadas LTDA e o nome fantasia é Cook Gourmet. O escritório da empresa ficará localizado no Bairro Jardim em Santo André, na região do Grande ABC.

2.2 Dados dos empreendedores

A seguir na tabela 1 são apresentadas algumas informações resumidas dos sócios da Cook Gourmet, embora todos os currículos estejam disponibilizados, em ordem alfabética, no apêndice 1 deste trabalho. Todos são formados em Administração pela STRONG ESAGS-FGV.

Sócios	Áreas
Jessica Nascimento Santos	Gerente Administrativo
Thiago Carvalho de Lima	Analista Financeiro
Flávia Larissa Ferreira dos Santos	Analista de Marketing
Solange Riselda de Souza Oliveira	Analista de RH
Marcio José da Rita	Técnico em Logística

Tabela 1: Dados dos empreendedores

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

2.3 Missão da empresa e os valores organizacionais

A missão da Cook Gourmet é prestar serviços oferecendo bem-estar por meio de praticidade e personalização, de forma acessível, visando a satisfação contínua dos clientes e da equipe da empresa. Já que comer é celebrar em torno da mesa, com pessoas que amamos. É dar a volta ao mundo por meio de sabores e aromas. Para nós, comer é identidade, diz quem somos e como vivemos.

Como visão almeja ser reconhecida como uma empresa líder em prestação de serviço no ramo alimentício, destacando-se com a mão de obra qualificada e a equipe especializada, comprometida com a qualidade de atendimento.

Valores organizacionais, tais como agilidade e confiança fazem parte da Cook Gourmet, bem como a agilidade em oferecer uma experiência agradável e rápida para a realização de compras de refeições sem a preocupação da logística da entrega dos produtos. A confiança em manter um bom relacionamento com os clientes e usuários, demonstrando segurança e tato com as informações disponibilizadas e recebidas será um constante ponto de preocupação para a empresa.

2.4 Forma Jurídica

A forma jurídica será a Sociedade Limitada, de forma que os cinco sócios serão os responsáveis pela empresa e cada um deles terá sua participação definida no contrato. Cada sócio terá direito a 20% dessa participação.

A responsabilidade do sócio diz respeito à integralização do capital social, com o qual ele se comprometeu a investir e ele também pode ser excluído caso não haja o pagamento do valor prometido ou se, de alguma forma, colocar em risco a existência do negócio. Além disso, é vetada a retirada dos lucros em caso de prejuízos.

Esse tipo de sociedade protege o patrimônio pessoal de cada sócio, em caso de falência, fechamento ou desligamento da empresa⁵.

A empresa terá um registro na Junta Comercial e terá um CNPJ da Receita Federal específico de uma sociedade limitada, pois haverá uma quantidade de sócios formado pelo grupo. A empresa necessitará também de um Alvará de

⁵Disponível em:< <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-uma-empresa-de-responsabilidade-limitada-ltda,a377bb147df2e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acessado em 27 de abril de 2018.

Funcionamento do estabelecimento disponibilizado pela Prefeitura de São Paulo; após isso será realizada a Inscrição Estadual que será liberada pela Secretaria da Fazenda para que tenha a liberdade para atuar como uma empresa de aplicativo.

2.5 Enquadramento Tributário

O enquadramento tributário da Cook Gourmet ocorrerá de acordo com o Lucro Presumido e a forma de tributação será simplificada do Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ) e Contribuição Social sobre o Lucro (CSLL). O Lucro Presumido é indicado para pequenas e médias empresas, onde o lucro é presumido a partir da receita bruta somada a outras receitas sujeitas a tributação. A sistemática de tributação pelo Lucro Presumido é regulamentada pelos artigos 516 a 528 do Regulamento do Imposto de Renda (Decreto 3.000/1999)⁶.

2.6 Capital Social

Será investido na Cook Gourmet um total de R\$ 377.415,09; sendo que cada sócio contribuirá com R\$ 75.483,02. Este recurso será utilizado para a instalação de um escritório localizado em Santo André, no Grande ABC e para a aquisição de máquinas, equipamentos, móveis, utensílios e todos os investimentos pré-operacionais necessários para o início das atividades da empresa.

2.7 Fonte de Recurso

No início da empresa a Cook Gourmet não terá necessidade de capital de terceiros. Os sócios em conjunto conseguem utilizar de capital próprio para dar andamento nas atividades necessárias sem buscar recursos de fora, evitando além das taxas, muitas burocracias para empréstimos.

⁶ Disponível em:< http://www.portaltributario.com.br/guia/lucro_presumido.html>. Acessado em 27 de abril de 2018.

CAPÍTULO 3: VIABILIDADE ESTRATÉGICA

3.1 Mercado Atual

Segundo a Infood⁷ o surgimento dos aplicativos para pedir comidas em casa fez com que o mercado de *delivery* crescesse no território brasileiro, de modo que este é um setor que vem progredindo nos últimos anos e gerando oportunidade de crescimento econômico. As tendências de mercado *delivery* são: comidas saudáveis, produtos orgânicos, *e-commerce* e kits de ingredientes.

Em 2015 foi estimado que o mercado de *delivery* de comida movimentasse⁸ cerca de R\$ 9 bilhões. Esse faturamento foi impulsionado pelo dia a dia mais corrido e pela falta de tempo das pessoas para planejar suas refeições.

O crescimento do mercado de entregas nos últimos anos pode ser explicado pela popularização dos aplicativos que tornaram a tarefa de pedir comida de maneira bem mais prática e rápida. A facilidade, que já era bem popular nos Estados Unidos, chegou com força ao Brasil.

Segundo a Folha de São Paulo⁹ existem empresas que produzem marmitas saudáveis faturando R\$ 10 milhões por ano. Empresários uniram o desejo da alimentação saudável à prática das marmitas.

Muitos pais preocupados com a alimentação dos seus filhos contratam serviços de comidas saudáveis com receio de seus filhos entrar em índices de obesidade. Os pais também contratam kits quinzenais para as crianças levarem para escolas e não comerem qualquer coisa na cantina. Estes kits com alimentos orgânicos custam cerca de R\$ 85 reais, segundo a Folha de São Paulo¹⁰.

A Cook Gourmet deseja atuar neste mercado oferecendo diversidade e personalização de alimentos com foco na satisfação do cliente. Hoje em dia as pessoas estão cada vez mais sem tempo e buscando facilidade na hora de se alimentar.

⁷ Disponível em: <<http://infood.com.br/o-mercado-delivery-esta-em-alta-aproveite-essa-oportunidade/>>. Acessado em 10 de março de 2018.

⁸ Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/a-guerra-dos-apps-de-delivery-de-comida-por-uma-fatia-do-mercado/>>. Acessado em 9 de março de 2018.

⁹ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/08/1804599-empresas-de-marmitas-saudaveis-faturam-ate-r-10-milhoes.shtml>>. Acessado em 02 de abril de 2018.

¹⁰ Disponível em :< <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/08/1804599-empresas-de-marmitas-saudaveis-faturam-ate-r-10-milhoes.shtml>>. Acessado em 02 de abril de 2018.

3.2 Histórico do mercado

A utilização de aplicativos em geral obteve um crescimento significativo no mercado, e em 2011¹¹, após o sucesso do iFood o quesito alimentação também figura neste crescimento. Mediante tal aumento, e pelo novo comportamento de consumo, via aplicativos, a medida em que novas possibilidades eletrônicas são possíveis, tal mercado abarca novos nichos e se torna crescente.

Segundo pesquisa realizada pela Revista Exame¹² em 2017, o aplicativo iFood já estava presente em 15 estados brasileiros, bem como em cidades argentinas, colombianas e mexicanas.

Os brasileiros não abrem mão de comer fora de casa. Por comodismo ou necessidade, muitos preferem comprometer boa parte do orçamento com restaurantes e lanchonetes do que ir para a cozinha e preparar o almoço ou a janta. Mesmo aqueles que não trabalham ou dispõem de tempo para se alimentar na própria residência, optam, muitas vezes em sentar-se à mesa dos bares e gastar, em média¹³, R\$ 27,63 reais por pessoa, por refeição.

O último levantamento apontou que em 2016 o setor de alimentação fora do lar movimentou¹⁴ R\$ 184 bilhões no Brasil, com tíquete médio de R\$ 13,40 e visitas de 14 bilhões de pessoas em restaurantes. O Brasil tem apenas 27% de compradores para o setor, sendo que as classes C e D não possuem renda suficiente para o hábito de comer fora de casa. Em outros países, os dados são de que existe um consumo maior, como na China e nos Estados Unidos, onde o percentual¹⁵ chega a 81%. Ou seja, no Brasil há espaço para o crescimento de marmitas e de restaurantes.

Segundo a Foodnews¹⁶ a refeição que é mais realizada em casa é o jantar com 65% das pessoas. É a refeição com maior variedade de situações, podendo ser um lanche, uma comida saudável ou massa italiana, por exemplo, pois é o momento que boa parte dos familiares ou amigos se encontram em casa e podem reunir-se

¹¹ Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/como-os-aplicativos-de-delivery-vem-mudando-o-mercado-de-entrega-de-comida-no-brasil/>>. Acessado em 9 de março de 2018.

¹² Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/como-os-aplicativos-de-delivery-vem-mudando-o-mercado-de-entrega-de-comida-no-brasil/>>. Acessado em 9 de março de 2018.

¹³ Disponível em: <http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2015/11/02/internas_economia,504705/comer-fora-de-casa-corresponde-a-33-das-despesas-dos-lares-com-alimentacao.shtml>. Acessado em 2 de abril de 2018

¹⁴ Disponível em: <<http://www.abrasel.com.br/component/content/article/7-noticias/5465-17082017-alimentacao-fora-do-lar-gera-bilhoes-de-reais.html>>. Acessado em 2 de abril de 2018.

¹⁵ Disponível em: <<http://www.abrasel.com.br/component/content/article/7-noticias/5465-17082017-alimentacao-fora-do-lar-gera-bilhoes-de-reais.html>>. Acessado em 2 de abril de 2018.

¹⁶ Disponível em: <<http://www.foodnewsocial.com.br/mercado/consumo-fora-do-lar/>>. Acessado em 2 de abril de 2018.

para comer. A Cook Gourmet vê este período do jantar como uma oportunidade de crescimento para o negócio buscando atender clientes que se enquadrem nesta frequência de refeições realizadas no lar aumentando uma propensão de solicitar refeições por aplicativo, conforme apresentado no site da Foodnews, sobre uma pesquisa da Fiesp/Ibope e que pode ser observado na tabela 2:

Tabela 2: Frequência de refeições no lar

Frequência (vezes/sem.)	Café da manhã	Almoço	Jantar
0	59%	46%	65%
1 a 2	8%	12%	11%
3 a 5	12%	23%	6%
> 5	13%	18%	6%
Não consome	7%	2%	12%

Fonte: Pesquisa Fiesp / Ibope

Fonte: Fiep Ibope.¹⁷

A partir das informações apresentadas na tabela 2 é justificável que o ato de sair para comer fora representa situações específicas ou esporádicas, e a sua frequência e a qualidade estão intrinsecamente relacionadas à condição financeira e social de cada pessoa. Portanto entra também em questão o fator comodidade por não precisar sair do lar para ter uma refeição de qualidade e não necessita de tempo para preparar, pois com o acesso ao aplicativo Cook Gourmet as pessoas terão oportunidade de jantar em suas casas com um custo/benefício compatíveis.

3.3 Projeções futuras

Dados da pesquisa realizada pela App Annie¹⁸ mostram que o mercado de aplicativos no ano de 2016 terminou com 149,3 bilhões de *downloads* de aplicativos mobile; e a previsão é que para 2021, a projeção deva fechar em 352,9 bilhões, mais que o dobro de aumento dos últimos anos. A tendência de mercado é que este crescimento se mantenha constante, afinal, todos os números que apontam para ele se traduzem em dinheiro: enquanto 2016 fechou com o mercado mobile girando US\$ 61,8 bilhões, a previsão para 2021 a receita anual deve ser de US\$ 139,1 bilhões

¹⁷ Disponível em <<http://www.foodnewsocial.com.br/mercado/consumo-fora-do-lar/>>. Acessado em 2 de abril de 2018.

¹⁸ Disponível em: <<https://canaltech.com.br/apps/mercado-de-aplicativos-para-celular-deve-movimentar-us-139-bi-em-2021-91938/>>. Acessado em 12 de março de 2018.

(também mais que o dobro em comparação com 2016). Mediante tais resultados, é percebido um cenário bastante otimista.

A facilidade de fazer tudo na palma da mão, junto a falta de tempo para preparo das refeições, aliadas à comodidade e à conveniência em fazer pedidos de refeições pela internet são alguns dos motivos que ajudam a impulsionar esse canal.

A referida pesquisa, ainda revela¹⁹ dados sobre o segmento como o crescimento desse ano em relação ao anterior até as expectativas para o futuro. No ano de 2016 tal mercado fechou com US\$ 61,8 bilhões, a previsão para 2017 de US\$ 82,2 bilhões e para 2021 a receita anual deve ser de US\$ 139,1 bilhões.

3.4 Tendência de mercado

Um ponto de relevância está em estabelecer os fatores que influenciam o comportamento dos consumidores e outra preocupação está nas variáveis de cada fator, para tornar visível a probabilidade de utilizá-las para motivar, encantar e até fidelizar os clientes, com o intuito é aumentar a lucratividade no orçamento empresarial e o ápice da satisfação dos consumidores. Os fatores comportamentais mais relevantes, são: cultural, social, pessoal e psicológico.

O cultural, segundo Solomon (2002 p. 371), considera a cultura como "a acumulação de significados, rituais, normas e tradições compartilhadas entre os membros de uma organização [...] é a lente por meio da qual as pessoas enxergam os produtos"; o social, em que determinados fatores como os grupos de referência, família, amigos, papéis sociais e status exercem alto grau de influência sobre as pessoas; o pessoal, visto que uma pessoa participa de muitos grupos e a posição dessa pessoa em cada grupo pode ser definida em termos de papéis e status. Dependendo de suas atividades uma pessoa pode possuir mais status que outras; e o psicológico, quando o entendimento do comportamento humano se faz pelo diagnóstico de suas necessidades, visto que todo o processo de tomada de decisão baseia-se na percepção das necessidades satisfeitas.

As necessidades psicológicas surgem de estados de tensão psicológicos, como necessidades de reconhecimento, valor ou integração. Uma necessidade passa a ser um motivo quando alcança um determinado nível de intensidade.

¹⁹Disponível em:<<https://canaltech.com.br/apps/mercado-de-aplicativos-para-celular-deve-movimentar-us-139-bi-em-2021-91938/>>. Acessado em 12 de março de 2018.

Um motivo é uma necessidade que é suficientemente importante para levar a pessoa a agir, a maneira como ela age é influenciada pela percepção que ela tem da situação, por esse motivo a pesquisa realizada pela empresa se torna importante.

Segundo a Tendências Digitais²⁰ existe uma adesão cada vez maior aos aplicativos de *delivery*, devido a sua praticidade ao fazer pedidos de qualquer lugar em que se estiverem e sem a necessidade de falar ao telefone, bem como a ampla variedade de restaurantes que podem ser escolhidos. Foi identificado também que o fato de o aplicativo listar grande parte dos estabelecimentos ao redor do usuário com base em triangulação de GPS tornou-se motivo suficiente para a utilização deste.

Após o resultado da pesquisa primária realizada com 67 pessoas, a Cook Gourmet identificou uma tendência de mercado, que a maioria do seu público não programa suas refeições por falta de tempo e gostaria de solicitar comida *delivery* e ter a opção de customizar e programar suas refeições para praticidade do dia a dia, além de facilitar uma dieta, seguir uma alimentação regrada ou saudável.

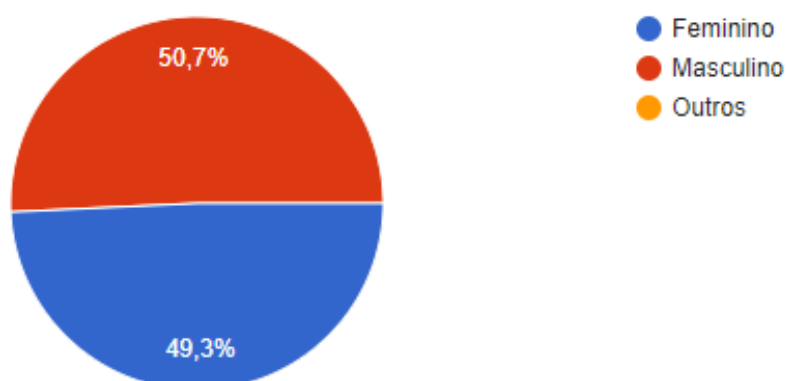
3.5 Identificação das características demográficas dos clientes

3.5.1 Pessoas físicas

Por fazer parte de um segmento de alimentação e oferecer possibilidade de customização e programação de refeições com maior comodidade, a Cook Gourmet conseguirá abranger um público diversificado, que varia gênero, idade, renda, dentre outros fatores. Com base na pesquisa realizada pela Cook Gourmet, em março de 2018, com 67 respondentes foi possível identificar informações sobre as características de seus possíveis clientes, em que 49,3% do público são do sexo feminino e 50,7% do sexo masculino como ilustrado no gráfico 1:

²⁰Disponível em: <<https://medium.com/tend%C3%Aancias-digitais/ifood-f1e0e12bb8c6>>. Acessado em 12 de março de 2018.

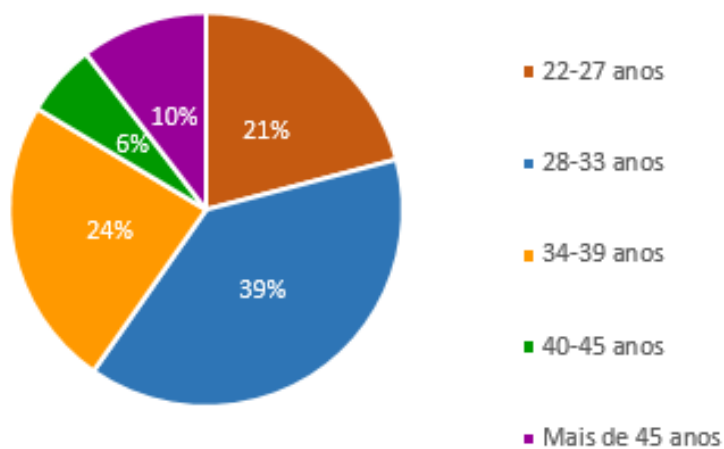
Gráfico 1: Gênero



Fonte: Pesquisa de mercado Cook Gourmet, 2018.

Na pesquisa de campo realizada foram entrevistados amigos, familiares e pessoas que trabalham o dia todo na rua, a faixa etária destas pessoas está entre 22 anos e 57anos. Isso significa que a maior concentração dos respondentes estão entre 28 a 33 anos, ou seja, o público e mercado da Cook Gourmet estarão dentro desta faixa etária de acordo com o gráfico 2.

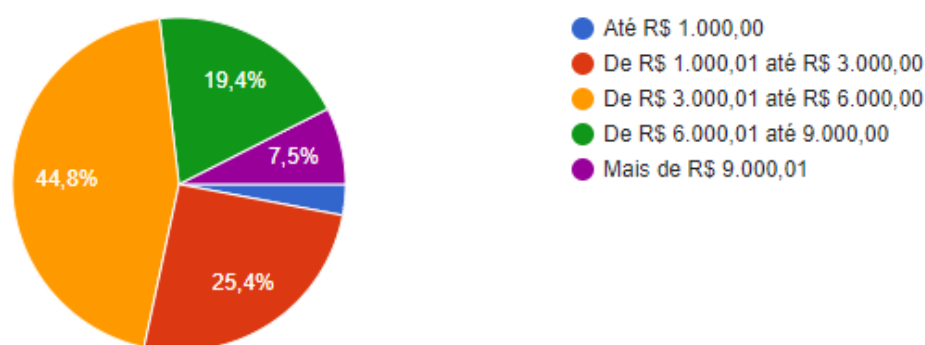
Gráfico 2: Idade



Fonte: Pesquisa de mercado Cook Gourmet, 2018.

A pesquisa também identificou que 44,8% dos respondentes possuem renda entre R\$ 3.000,00 até R\$ 6.000,00. Isso significa que a quantidade de pessoas que a Cook Gourmet pode atingir está dentro dos padrões da classe A B e C. Para melhor entendimento, o gráfico 3 apresenta as informações da renda dos respondentes:

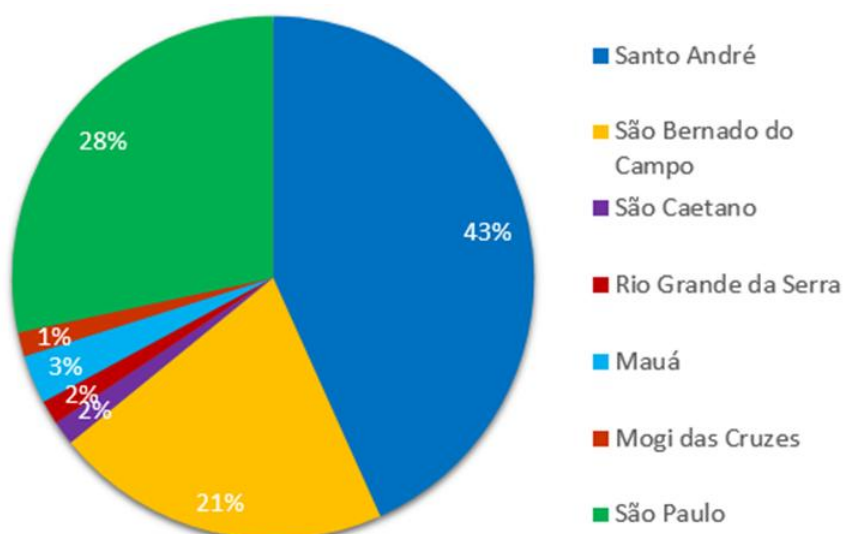
Gráfico 3: Renda



Fonte: Pesquisa de mercado Cook Gourmet, 2018.

Os 67 respondentes da pesquisa estão localizados na região do ABC e São Paulo, local no qual a pesquisa foi divulgada, tal como mostra o gráfico 4. A pesquisa identificou que 70,20% dos respondentes estão na região do ABCD (somados com Santo André 43,3%; São Caetano 1,5% e São Bernardo do Campo 20,90%; Mauá 3%; Rio grande da Serra 1,5%) e 1,5% na região metropolitana de São Paulo, especificamente em Mogi das Cruzes 1,5% e 28,4% em São Paulo. Localidade que de início será o foco de atuação da empresa, mas com objetivo de se expansão para novas regiões brasileiras.

Gráfico 4: Localização



Fonte: Pesquisa de mercado Cook Gourmet, 2018.

3.6 Descrição dos interesses e comportamentos dos clientes

3.6.1 Dados gerais

Segundo o site diário do comércio²¹ o antigo hábito de guardar folhetos de restaurantes para pedir comida começa a ser substituído, pois cada vez mais consumidores estão buscando as opções de restaurantes disponibilizadas pelos aplicativos.

Nos últimos anos, a tecnologia dos aplicativos de *delivery* mexeu de forma significativa com o mercado, segundo a pesquisa realizada em junho de 2016 pelo Estadão²² 56% das pessoas fazem pedido semanais pelos aplicativos. Destes, 14% realizam pedidos mais de duas vezes por semana; 18%, duas vezes; e os outros 24% realizam um pedido semanalmente. A pesquisa ainda revela que os principais horários dos pedidos são realizados: 67% das vezes no jantar de finais de semana; 46% no jantar durante a semana e 20% dos pedidos são feitos no almoço aos finais de semanas. A pesquisa também revelou que o público masculino é o que mais solicita comida 54% e que a classe predominante que consome comida via *delivery* é a classe B, com 69%; seguida da C, com 17%; e da classe A, com 14%.

²¹ Disponível: < <https://dcomercio.com.br/categoria/tecnologia/por-que-os-aplicativos-de-restaurante-estao-bombando>>. Acessado em 11 de maio de 2018.

²² Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/seu-dinheiro,pesquisa-indica-que-56-das-pessoas-fazem-pedidos-semanais-via-delivery,10000060142>>. Acessado em 06 de março.

A região brasileira que mais pede comida é a Sudeste com 49%, seguida Nordeste 22%, Centro Oeste/ Norte 15% e Sul com 14%. O público que mora sozinho não é o que mais consome comida via *delivery*, esse perfil se encaixa em somente 8% destes consumidores, ficando na quarta posição. 41% das pessoas que possuem relacionamento e têm filhos pedem comida, seguidas de 29% das pessoas que moram com amigos ou outros parentes, bem como 18% daqueles que moram somente com algum companheiro. Para ancorar estes dados, cita-se o artigo do jornal Estadão²³, que entrevistou 1.800 pessoas de diversas cidades.

O site Rápido Blog²⁴ enumera alguns motivos do por que as pessoas utilizariam o serviço de entrega de comida, e ao analisar estas tendências de mercado a Cook Gourmet identificou 5 principais motivos que levam as pessoas a utilizarem os aplicativos de comida *delivery*.

1. A facilidade de realizar o pedido onde tiverem

Pensar em sair de casa, pegar um transporte para chegar em um restaurante, procurar a roupa ideal para utilizar, ter que esperar por uma mesa para sentar não é o ideal quando se pensa em sair para comer. Esse deve ser um momento relaxante, para aproveitar com a família, amigos ou até sozinho. Por isso, muitas vezes é mais rápido esperar por um *delivery* no conforto da sua casa. Além de demorar menos e não ser necessário passar por congestionamentos e filas.

2. Garantia da comida quente no horário combinado

Ao realizar o pedido o restaurante localiza o motoboy mais próximo na hora da entrega, garantindo o alimento solicitado será transportado pela menor rota possível para chegar ao destino, chegando em temperatura apropriada e gerando um alívio para o cliente.

3. A praticidade de não ter que pensar em algo para cozinhar

Ir ao mercado ou pensar em uma receita para fazer não é algo fácil. Com isso, muitas pessoas pensam em algo mais fácil e prático, principalmente quando recebem grupos de familiares ou amigos e têm que cozinhar para muitas pessoas.

²³ Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/seu-dinheiro,pesquisa-indica-que-56-das-pessoas-fazem-pedidos-semanais-via-delivery,10000060142>>. Acessado em 06 de março de 2018.

²⁴ Disponível em: <<http://blog.rapidoo.com.br/mercado/6-motivos-para-utilizar-delivery/>>. Acessado em 5 de abril de 2018.

4. Possibilidade de comer qualquer tipo de comida na hora que quiser

Comer algo diferente do comum, sair da rotina do arroz e feijão e variar nas refeições durante a semana é sempre bom. Porém, realizar as receitas mais elaboradas requer tempo que a maioria das pessoas não possui, pois, buscar ingredientes que nem sempre são fáceis de encontrar e ter que lidar com a possível sobra desses ingredientes em casa é algo complicado. Por isso, muitas pessoas optam por pedir *delivery* de comidas “exóticas” ou customizadas.

5. Sem dificuldades para comer de maneira saudável

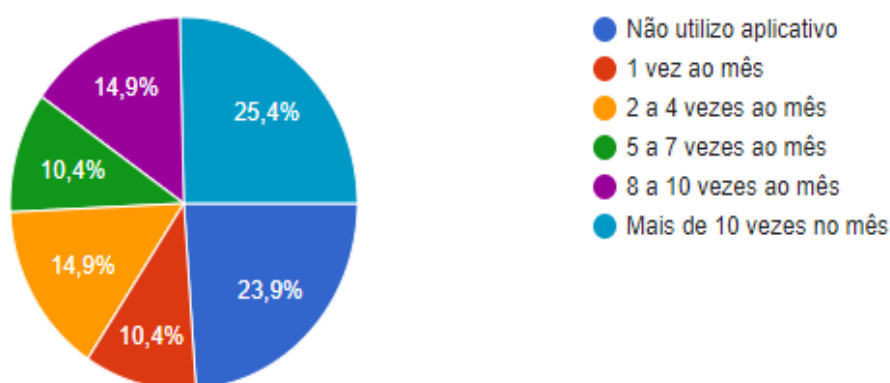
Às vezes é difícil pensar em opções de comida saudável e ainda mais quando as pessoas passam a maior parte do tempo na rua ou trabalhando e muitas vezes acabam por fugir de uma dieta equilibrada. Isso era aceitável antes, porém agora, com a possibilidade de pedir as mais variadas comidas, desde as mais gordurosas até as mais saudáveis.

Hoje em dia ninguém tem mais desculpa para sair da dieta. Além disso, é muito mais fácil para pessoas com restrições alimentares, como celíacos ou intolerantes à lactose, ou pessoas com opções alimentares variadas como por exemplo os veganos e vegetarianos. Com o mercado de comidas *delivery* está mais fácil de encontrar refeições customizadas que se encaixe na dieta e na hora que se desejar comer.

Com o resultado da pesquisa primária, realizada pela Cook Gourmet, pode-se observar três pontos importantes para a viabilidade do negócio. Tal estudo identificou que 23,9% das pessoas não solicitam refeições por aplicativos por ter receio de as refeições não chegarem conforme solicitado ou ainda preferem solicitar a comida pelo telefone. Porém, a maior quantidade dos respondentes está entre a frequência de utilização de 8 a 10 vezes ao mês, que corresponde a 14,9%, os respondentes que têm a frequência de utilização mais de 10 vezes ao mês e de 25,4%. Somando estes dois resultados de frequência a Cook Gourmet contará com um público de 40,3% de pessoas que preferem essa praticidade de pedir suas refeições, do local que estiverem e na hora que desejarem. Como pode se observar no gráfico 5, em que $\frac{1}{4}$ do mercado não utiliza aplicativo.

Segundo a Viver Bem²⁵ a maioria das pessoas idosas e analfabetas desacostumados a tecnologia, têm dificuldades em utilizar o smartphone, devido a ícones pequenos, muitas funções e ambientes complexos. Por isso, a Cook Gourmet se dedicará ao desenvolvimento de um aplicativo de fácil manuseio para que todos tenham acesso e consigam utilizar.

Gráfico 5: Frequência de utilização

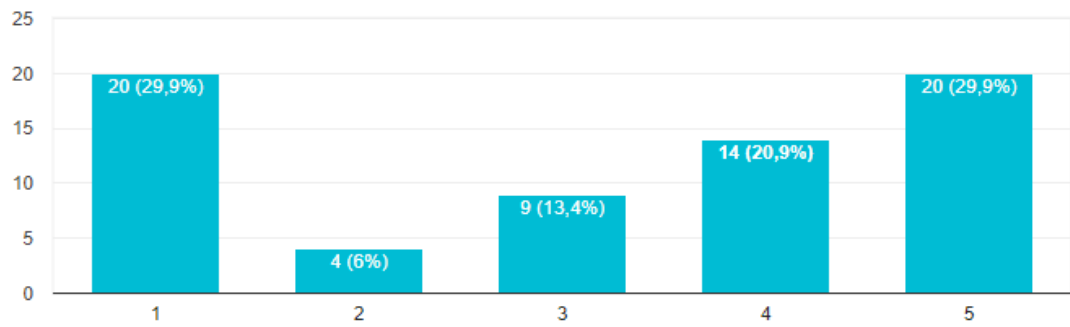


Fonte: Pesquisa de mercado Cook Gourmet, 2018.

Os clientes da Cook Gourmet gostariam de realizar uma programação de suas refeições durante a semana para ter facilidade e comodidade, a explicação se dá, pois, muitas pessoas possuem pouco tempo para realizar suas refeições ou gostariam de seguir uma alimentação balanceada. Dos 67 entrevistados 50,80% são a favor do agendamento das refeições durante a semana enquanto apenas 35,90% não gostaria de agendar suas refeições por medo de o aplicativo não atender seus gostos, ou gostam de comida feita por eles mesmos. No gráfico 6, apresenta-se a escala de 1 a 5, de acordo com a frequência de agendamentos das refeições, sendo que 1 é considerado nunca; e 5 é considerado sempre.

²⁵ Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/viver-bem/saude-e-bem-estar/mais-idade/conheca-quatro-aplicativos-desenvolvidos-para-idosos/>>. Acessado em 5 de abril de 2018.

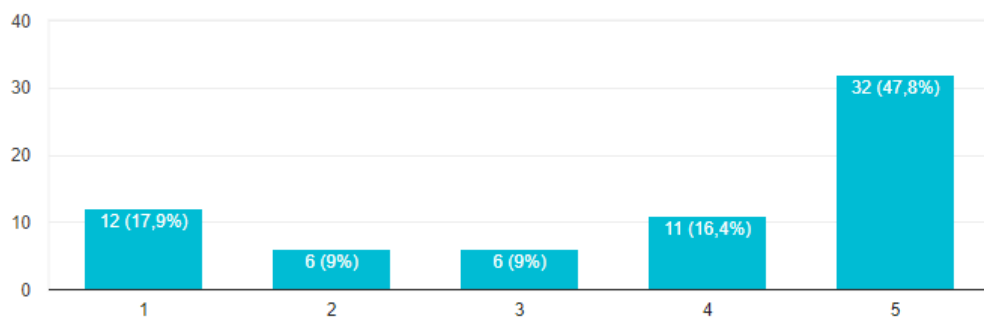
Gráfico 6: Agendamento de refeições



Fonte: Pesquisa de mercado Cook Gourmet, 2018.

A Cook Gourmet detectou também que 64,20% dos entrevistados gostariam que um Chefe de cozinha fosse em suas residências preparar suas refeições para ter tempo livre e seguir uma alimentação mais saudável. Apenas 26,90% não gostaria que um chefe de cozinha preparasse suas refeições porque gostam de planejá-las. No gráfico 7, a maioria dos clientes da Cook Gourmet gostaria que os chefes de cozinha fossem preparar suas refeições em sua residência para facilitar o dia a dia ou seguir uma alimentação saudável, sendo que 1 é considerado não e 5 é considerado sim.

Gráfico 7: Cozinheiro na residência



Fonte: Cook Gourmet, 2018.

3.7 Identificação dos motivos que levam os clientes a consumir os produtos ou serviços da empresa

Baseado nos cinco pontos estratégicos para a decisão da compra, a Cook Gourmet realizou a identificação dos padrões de compra, que são:

Reconhecimento das necessidades: o processo de decisão de compra tem início no momento em que o cliente percebe que necessita de refeições customizadas com qualidade saindo do padrão do dia a dia. Há necessidade, por parte do cliente, de economizar tempo com as refeições, e ter maior praticidade e este problema pode ser resolvido pela Cook Gourmet.

Busca de informação: atualmente os clientes tendem a buscar mais informações no Google ou no Reclame Aqui quando vão comprar algo, principalmente quando se trata de alimentos. Algumas empresas dispõem de opções de divulgação de seus produtos/serviços, tais como: panfletagem e e-mail marketing, dentre outros.

Quando o cliente buscar informação da Cook Gourmet poderá utilizar o aplicativo e o Google. Dentro do aplicativo estarão todas as informações necessárias sobre a empresa facilitando o processo de compra e no Google também disponibilizará tais informações para qualquer usuário. A empresa também utilizará o marketing de referência como uma divulgação do serviço, afinal as pessoas que já utilizaram o serviço e gostaram do resultado obtido deixarão registradas suas experiências de compra.

Avaliação das alternativas: A empresa investirá em um bom suporte de qualidade e eficiência para atender seus clientes. O canal de dúvidas e reclamações estará sempre disponível para atender a necessidade de cada usuário, pois a Cook Gourmet preza, principalmente pela confiabilidade da prestação do serviço. Diante das diversas opções disponíveis no mercado de *delivery*, os clientes poderão contar com um serviço programado ou com um profissional em sua residência.

Compra: com o objetivo de transmitir maior segurança e confiabilidade, além de proporcionar mais opções para os clientes a Cook Gourmet, aceitará como formas de pagamentos: boletos bancários, cartões de crédito e transições bancárias.

Uma vez que o cliente baixou o app, e decidiu o que vai comer, a Cook realiza seu desejo.

Comportamento pós-compra: a Cook Gourmet disponibilizará um ícone dentro do aplicativo chamado de avaliação do chefe de cozinha, a ser acionado após a finalização de cada serviço prestado. O cliente receberá uma notificação para realizar uma avaliação referente ao atendimento recebido e esta avaliação irá identificar e medir a qualidade do serviço prestado. Assim como dos profissionais que utilizam o aplicativo, solucionando eventuais problemas, criando um relacionamento agradável com o cliente, de forma a proporcionar melhorias para uma prestação de serviços eficientes

Disciplina de valor: segundo Treacy e Wiersema²⁶, na ótica da disciplina de valor, as empresas podem assumir propostas diferentes. Após análise, é possível identificar que a Cook Gourmet se enquadra na intimidade do cliente, ou seja, tem como propósito entregar mais que comidas customizadas, deseja oferecer experiência de um serviço de qualidade e que se enquadre no seu dia a dia, visando assim um relacionamento duradouro e confiável.

3.8 Análise do modelo das cinco forças competitivas de Porter

3.8.1 Estudo dos concorrentes

A Cook Gourmet será uma empresa que terá finalidade de oferecer aos clientes algo diferente, ou seja, a possibilidade de o cliente customizar e programar suas refeições. Porém, por ser mais um aplicativo do ramo alimentício, outros aplicativos de comida *delivery* ainda serão os principais concorrentes.

Um concorrente que está próximo da Cook Gourmet é o aplicativo Apptite porque realiza comidas artesanais e conecta o cliente até o Chefe de Cozinha. Entretanto o Apptite não atende todo o mercado, portanto só realiza entregas de comida nas regiões mais nobres de São Paulo e funciona de segunda à quinta, das 11h30 min às 22h30 min e sexta, sábado e domingo das 12h às 23h.

Contudo, a Cook Gourmet não vê isso como barreira porque o mercado de *delivery* é amplo, Apptite delimita as refeições dos clientes não deixando eles customizar as suas refeições, não atendem 24h por dia e só atendem as regiões mais nobres deixando as outras de lado. A Cook Gourmet tem como diferencial a

²⁶Disponível em:<<http://gestaocomvisao.blogspot.com.br/2014/09/disciplina-de-valor-de-treacy-e-wiersema.html>>. Acessado em 7 de março de 2018.

customização das refeições, chefes de cozinha realizando comida nas residências do cliente e não delimitará só para estudantes da área gastronômica qualquer pessoa que tenha experiência na área pode confeccionar as refeições. A Cook Gourmet irá investir no marketing para ganhar potência mundial e não perder o mercado para Apptite

A Cook Gourmet identificou um ponto fraco no aplicativo Apptite, pois logo em seguida aos cadastros pessoais o cliente tem acessos aos chefes de cozinha, só que no app não existe a opção de filtrar alguma refeição que o cliente queira e também não indica qual Chefe de cozinha realiza a refeição desejada pelo cliente. Com isso a Cook Gourmet fará um campo mais fácil para filtrar o chefe de cozinha que realize o desejo do cliente naquele momento

Os serviços ofertados por este concorrente consistem em possibilitar os usuários a escolha de restaurantes cadastrados via *on-line* para efetivar a compra de uma refeição, de forma a conectar clientes a chefes, oferecendo as seguintes opções: Entrega a domicilio ou retirada no local, efetivação do pagamento do preço dos produtos via *on-line*, utilização embalagens personalizadas e cardápio padrões, de acordo com o tipo de restaurante.

Os preços praticados, pelas empresas que atuam neste mercado, são dos mais diversos, tendo um investimento²⁷ inicial mínimo de R\$ 15mil podendo chegar a R\$ 100 mil, de acordo com o nível de complexidade do aplicativo. Devido ao avanço da tecnológico a sociedade tem facilmente informações pelo uso de celulares e *tablets*, uma forma de conectar o usuário a um aplicativo que pode disponibilizar suas refeições diárias.

Realizando uma análise do mercado, no qual a Cook Gourmet estará inserida, é possível notar que há um número significativo de aplicativos que oferecem produtos/serviços similares. Embora esses serviços não sejam idênticos a proposta da Cook Gourmet, estes aplicativos de comidas *delivery*, poderão competir pelos mesmos clientes devido à similaridade entre eles, ou seja, constituem-se como substitutos próximos.

Outro fator que pode ser considerado é a entrada e saída de aplicativos neste segmento sem restrição alguma. Apesar de o mercado ser competitivo, estes aplicativos detêm de um certo poder sobre o preço dos seus produtos/serviços, se

²⁷Disponível em: https://l.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fwww.kubic.com.br%2Fquanto-custa-para-desenvolver-um-aplicativo-mobile%2F&h=ATMavHLEBZpRIUG6omMq-B0RN0gLZnKIMCf_ZePFMtC9A9wa1nOuKLsrEWxtgvM3cgkzSH81XzBKof242HAXqijfH7jq26igZt6ofB5QN-bpYqxPVRS4YQ. Acessado em 6 de março de 2018.

enquadrando em um mercado monopolista, ainda que exista uma semelhança, cada empresa tem a oportunidade de desenvolver um diferencial.

A tabela 3, extraída pelo site Tec Mundo²⁸ ranqueia os quatro melhores apps e serviços para se pedir comida *delivery*, são eles:

Tabela 3: Os melhores aplicativos

1º LUGAR	IFOOD
2º LUGAR	HELLOFOOD
3º LUGAR	PEDIDOS JÁ
4º LUGAR	COMER NA WEB

Fonte: Site Tec Mundo²⁹

3.8.2 Estudo dos fornecedores

A Cook Gourmet possuirá quatro fornecedores, os quais serão muito importantes para a realização do projeto. Primeiro, e o principal, será a Deway empresa de tecnologia que criará o aplicativo da Cook Gourmet, Como a mesma será responsável pelo *software* do aplicativo, haverá um contrato sobre as responsabilidade e restrições de informações sobre o aplicativo, em caso de descumprimento a empresa pagará uma multa, calculada em cima do prejuízo que a Cook Gourmet poderá ter. Neste contrato haverá uma cláusula informando que, em hipótese alguma, a Deway poderá informar dados do aplicativo para o mercado.

Os outros fornecedores, não menos importantes, serão a empresa Loggie, empresa no segmento de entregas de marmitas, será responsável por retirar a marmita com cozinheiro e levar até o cliente; e com relação a esta, o poder de barganha é baixo, caso não cumpra com as entregas a Cook Gourmet contratará outro serviço de motoboy.

A empresa De Paula embalagens personalizadas que irá fornecer embalagens térmicas com o logotipo da Cook Gourmet, além de garantir que a comida chegue em seu destinatário padronizada e com excelência para o consumo, realizando propaganda do aplicativo. Haverá um contrato com a De Paula para não

²⁸Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/apps/60896-larica-melhores-apps-servicos-voce-pedir-comida-delivery.htm>. Acessado em 6 de março de 2018.

²⁹ Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/apps/60896-larica-melhores-apps-servicos-voce-pedir-comida-delivery.htm>. Acessado em 6 de março de 2018.

ter atraso nas embalagens personalizadas, pois as entregas são realizadas com tais embalagens, que demoram alguns dias para ser produzidas, caso a empresa não cumpra com o contrato haverá uma multa e a Cook Gourmet trocará de empresa para o fornecimento de embalagens personalizadas.

E por fim, a empresa de contabilidade Ramos de Queirós, que fornecerá dados contábeis para empresa realizar, dentre outros, a folha de pagamento. Caso a empresa de contabilidade não cumpra com que foi prometido no contrato haverá uma multa calculada no prejuízo que a empresa Cook Gourmet terá e a empresa contábil será substituída.

A Cook Gourmet não terá responsabilidade na escolha dos fornecedores da matéria-prima para realizar as refeições, porque este item será de responsabilidade do cozinheiro. Estes custos com a matéria-prima estarão inclusos no preço da refeição, já que os cozinheiros/parceiros estabelecerão este preço.

3.8.3 Estudo da barganha dos consumidores

De acordo com a pesquisa de campo, 40,3% dos respondentes solicitam refeições por aplicativos de comida e com a frequência de mais de oito vezes ao mês, com estes resultados observou-se que há uma grande influência dos clientes no mercado atual.

Hoje, pode-se destacar quatro empresas que dominam este mercado de aplicativos de comidas (citado na tabela 3), neste caso, os clientes têm alta capacidade de influenciar o mercado buscando produtos com melhor custo/benefício. Esse poder de barganha dos clientes, que tem a opção de decidir entre uma ou outra empresa, “força” as empresas a se adequarem às suas necessidades e procurar por inovações a todo momento.

Sendo assim, a Cook Gourmet utilizará como defesa a customização, programação de refeições e *ranking* de avaliação dos cozinheiros que facilitará a fidelização dos clientes.

3.8.4 Estudo de novos entrantes

Em relação ao mercado de aplicativos de comidas *delivery*, a Cook Gourmet atuará como sistema de vendas inovador; o qual permitirá que o cozinheiro apresente suas opções de culinária, para que o cliente final possa alterá-la para melhor satisfazê-lo, além de trazer a opção para o cliente programar suas refeições

ele terá o recebimento da refeição no local em que estiver, o cliente também terá a opção de programar suas refeições mensalmente; e com esta praticidade, não precisará entrar no aplicativo todas as vezes que desejar solicitar suas refeições. Os concorrentes do mercado atual não trazem estes dois benefícios: a programação das refeições e o chefe de cozinha ir até a residência.

A Cook Gourmet possuirá vantagens competitivas sobre as demais empresas de refeições e *delivery*, e o grande diferencial em relação as outras empresas consiste na programação de suas refeições e chefes de cozinha cozinhando nas residências dos clientes. O foco destes aplicativos é fazer somente a interligação entre os clientes e estabelecimentos, sendo assim a Cook Gourmet possuirá vantagem competitiva e conseguirá um novo nicho no mercado que serão os clientes que desejam a preparação de refeições customizadas e programadas, além de possuir uma carteira de cozinheiros como parceiros fidelizados.

Para neutralizar os riscos de novos entrantes a Cook Gourmet contará com a vantagem de possuir um complexo banco de dados com diversos clientes cadastrados, o qual será construído conforme os usuários forem se cadastrando no aplicativo. O que, provavelmente, demorará um tempo até os possíveis novos entrantes tenham o mesmo tipo de relacionamento. Com estas barreiras a Cook Gourmet dificulta a entrada de novos concorrentes para o mesmo objetivo.

3.7.5 Estudo de substitutos

Sabe-se que o telefone ainda é um dos principais produtos substitutos no ramo de aplicativos, pois muitos dos clientes ainda preferem o contato direto com os estabelecimentos ou com os prestadores de serviços, na hora de escolher o que pedir para comer.

As pessoas fazem a substituição do aplicativo pelo telefone pelo fato de não saberem utilizar aplicativos muito tecnológicos. Com isso, a Cook Gourmet facilitará no desenvolvimento do aplicativo de maneira intuitiva, de forma que qualquer pessoa saiba utilizar, além disso disponibilizará vídeos de como utilizar o aplicativo, promovendo assim, tal adesão por parte dos usuários/clientes.

A Cook Gourmet vem com a proposta de interligar o relacionamento entre os profissionais de cozinha e os clientes, proporcionando para os chefes de cozinha os benefícios de controle de sua agenda de serviços, a facilidade de comunicação, abrangência de seus serviços e autonomia para a cobrança de preço de acordo com

a refeição escolhida pelo cliente. Para os clientes, o diferencial de oferecer refeições personalizadas ao seu gosto e no tempo programado por ele.

Uma tática que será adotada pela Cook Gourmet é que os cozinheiros ou clientes autônomos do mercado possam se cadastrar na empresa e fazer parte do corpo de fornecedores de serviço, conseguindo até mesmo uma renda extra. Os cozinheiros farão de suas residências um restaurante, de forma a conciliar sua vida pessoal com a demanda do aplicativo.

3.9 Delimitação da estratégia organizacional

3.9.1 Vantagem competitiva

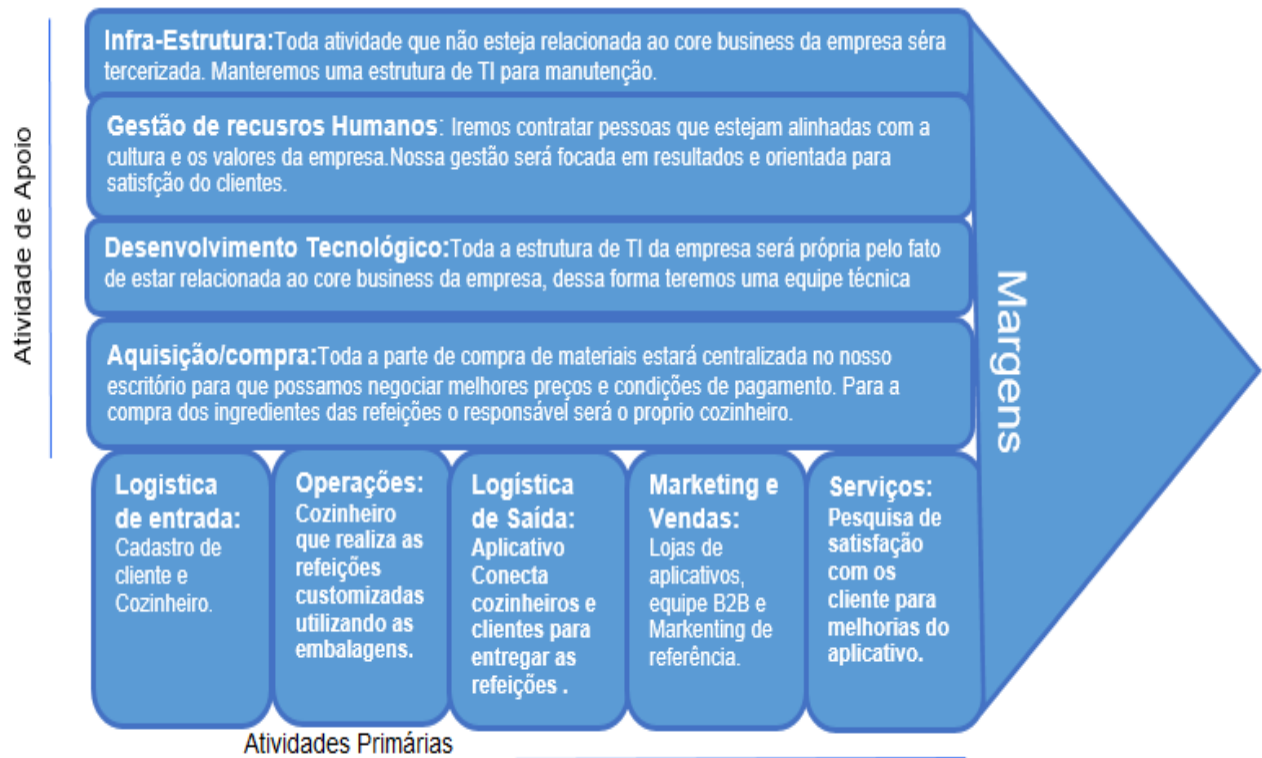
A vantagem competitiva da Cook Gourmet será a atuação no segmento de serviços trazendo a possibilidade de realizar compras por meio do aplicativo, ou seja, proporcionará uma interligação e uma aproximação com os Chefes de cozinha e a demanda interessada em obter os produtos. Isso é um movimento conhecido pelo mercado.

Com as facilidades da tecnologia e dos aparelhos portáteis, esta relação mais próxima, que as empresas buscam e os consumidores também, acaba sendo necessária e a Cook Gourmet tem como proposta ser um intermediador para que aconteça.

Os principais *players* do mercado estão focados em encontrar clientes para restaurantes com cardápios padronizados, o foco da empresa estará em encontrar cozinheiros para os clientes, ou seja, para as necessidades e desejos dos clientes. A empresa busca sanar as necessidades de alimentação pela personalização dos cardápios e pela oportunidade de planejar as refeições com antecedência para o cliente ou para sua família. O aplicativo visa preencher uma lacuna no mercado de clientes que buscam uma refeição de qualidade e customizada de acordo com a preferência de cada um.

Com base no modelo de cadeia de valor de Porter, a ser observado na figura 2 da empresa Cook Gourmet é possível perceber a lacuna de oferta:

Figura 2: Contextualização do modelo de Cadeia de Valor



Fonte: Pesquisa de mercado Cook Gourmet, 2018.

3.9.2 Mapa estratégico (BSC e KPI)

Na tabela 4 será apresentado o Balanced Scorecard (BSC) junto aos Key Performance Indicators (KPI), duas ferramentas que auxiliam no desempenho da empresa proposta nesse trabalho. Ambos são definidos como um modelo de gestão estratégica e por meio de quatro etapas (Aprendizagem e Crescimento, Processos internos, Perspectiva de clientes e Finanças) definem suas metas e como alcançá-las, bem como apresentam os objetivos, os indicadores e iniciativas necessárias.

Tabela 4: BSC e KPI'S

Perspectiva Financeira	Indicador Financeiro	Meta
Receita Média	Receita total /Usuários	33% aumento
Otimizar orçamento de Marketing	Custo total de Marketing/Número de downloads	50% aumento
Gerar valor para os acionistas	Lucro/ Investimentos	90% aumento

Perspectiva Cliente	Indicador Clientes	Meta
Mensurar a satisfação	Números de reclamações/ Número de pedidos	50% redução
Aumentar a satisfação	Reclamações/ Total de produtos feitos no mês	90% redução

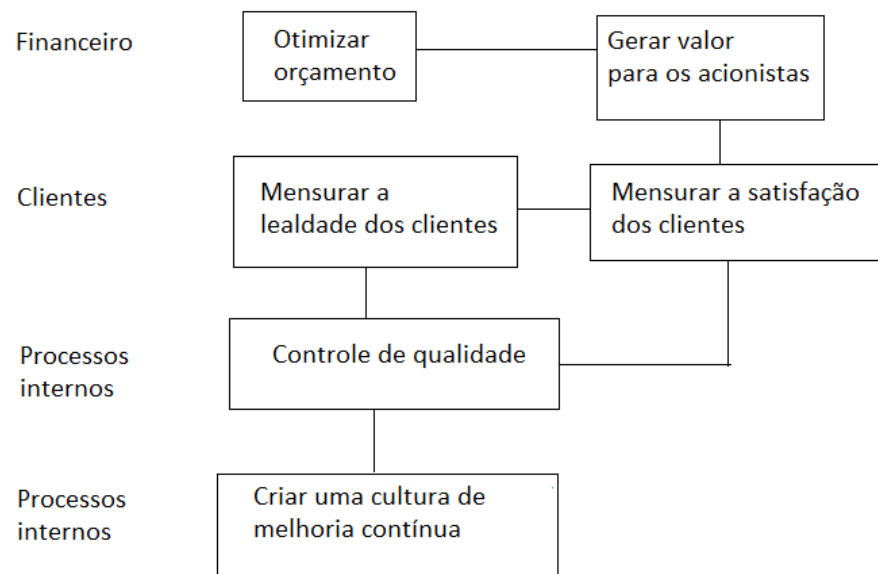
Perspectiva Processo internos	Indicador Processos internos	Meta
Controle de qualidade	Avaliação de cozinheiros acima de 7 /Número total de avaliação	90% aumento
Eficiência no serviço	Avaliação com nota maior que 3/ Número total de avaliação	80% aumento

Perspectiva Aprendizagem e crescimento	Indicador Aprendizagem e crescimento	Meta
Criar uma cultura de melhoria contínua dos cozinheiros	Cozinheiros que fizeram algum curso nos últimos três anos/Número total de cozinheiros	95% aumento

Fonte: Pesquisa de mercado Cook Gourmet, 2018.

Na figura 3 é apresentado o Mapa estratégico da empresa Cook Gourmet, com a perspectiva de atender o financeiro, clientes, processos internos e aprendizagem de crescimento.

Figura 3: Mapa estratégico



Fonte: Pesquisa de mercado Cook Gourmet, 2018.

Com a verificação destes indicadores, a Cook Gourmet espera atingir a capilaridade do mercado e se desenvolver.

3.9.3 Viabilidade do Negócio

Ao analisar o mercado de aplicativos para comidas *delivery* pode-se perceber um crescente potencial para os próximos anos, mas as ofertas e benefícios que são oferecidos aos clientes são basicamente as mesmas, sem muita inovação. Ou seja, oferecem um serviço de *delivery* de refeições permitindo que o usuário peça os seus pratos preferidos sem ter que ligar em restaurantes.

Observou-se que os aplicativos de comidas *delivery* quando só oferecem o prato ou o lanche pronto, deixam de atender um público que busca além de praticidade, também uma refeição mais saudável. Sendo assim, este é um ponto importante porque afeta na decisão de compra do consumidor, uma vez que não permite ao cliente escolher sua própria refeição de acordo com os seus gostos.

Outro ponto importante é a falta de tempo das pessoas, este motivo se torna um agravante na hora de pensar como será feita suas refeições diárias, pois na opção dos aplicativos já existentes pode-se selecionar o prato, fazer o pagamento e aguardar a entrega, mas nem sempre este tipo de serviço garante uma ótima qualidade e fidelidade com o cliente.

CAPÍTULO 4: VIABILIDADE OPERACIONAL

4.1 Fluxograma dos processos operacionais

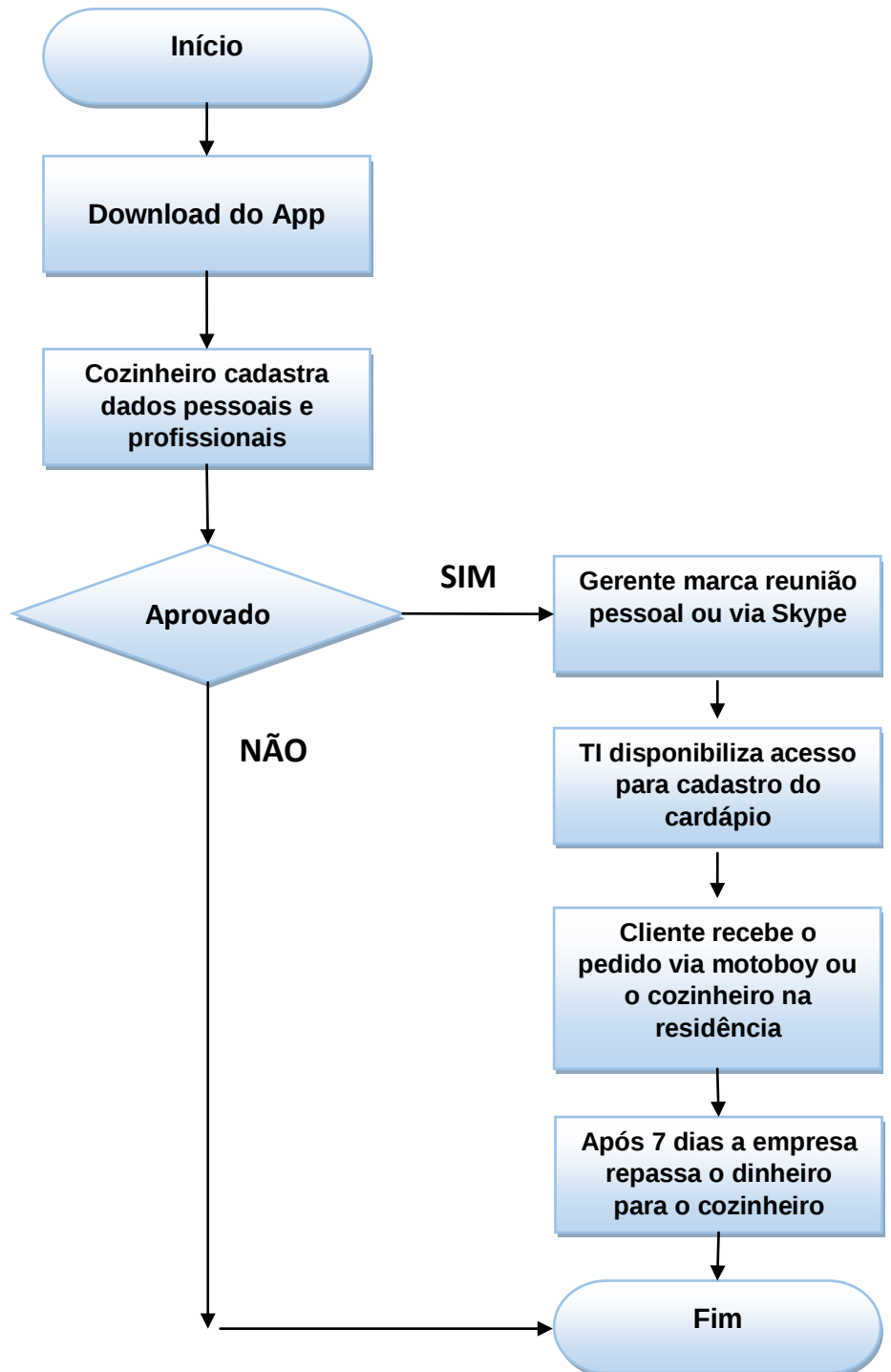
Sabe-se que a empresa preza pela interação entre cozinheiro e cliente, para tanto, o fluxograma apresenta o processo para seleção dos cozinheiros para que se tornem parceiros.

O fluxograma tem início no momento que o cozinheiro faz *download* do aplicativo Cook Gourmet. Após este o cozinheiro entrará no campo cadastro de chefes de cozinha e deverá cadastrar os dados pessoais tais como: nome, data nascimento, endereço, RG, CPF, telefone, e-mail, e os dados profissionais como especialidade culinária e algumas referências profissionais.

Após o cadastro do cozinheiro, o setor de RH fará análise e verificação dos documentos, antecedentes criminais e conhecimentos gastronômicos. Se o resultado da análise for negativo o cozinheiro será dispensado. Caso o cozinheiro seja aprovado então o prontuário é transferido para o gerente administrativo realizar um bate papo via Skype. Após o bate papo e o posicionamento para a contratação, o analista de TI disponibilizará para o cozinheiro acesso no aplicativo para realização de pedidos.

A última etapa é o cliente realizando o pedido, após o cozinheiro preparar as refeições na residência do cliente ou enviar via motoboy. Após 7 dias a Cook Gourmet repassa para o cozinheiro o valor devido. A seguir, na figura 5, será descrito o fluxograma dos processos operacionais da Cook Gourmet.

Figura 5: Fluxograma dos processos operacionais da Cook Gourmet



Fonte: Pesquisa de mercado Cook Gourmet, 2018.

4.2 Layout ou arranjo físico

A Cook Gourmet optou por uma sala comercial localizada em Santo André na região do grande ABC, o espaço que dará suporte para os cozinheiros e clientes.

Para os cozinheiros/parceiros o analista de TI de início irá auxiliá-los desde a familiarização do aplicativo; montagem de sua agenda, cardápios e tabela de

preços, instruções de como trabalhar e como realizar os serviços de entrega para o motoboy. O analista de recursos humanos dará consultoria e treinamento *on-line* focado na maximização dos lucros com preços competitivos e na minimização de erros ao executar os serviços.

Pensando nos clientes, a Cook Gourmet contará com os setores de marketing, logística e financeiro. O Analista de marketing irá focar em prospecção de cliente, fidelização e atendimentos dos clientes, o técnico em logística dará suporte na área operacional do aplicativo o analista financeiro trará comodidade no pagamento via cartão de crédito, boletos bancários e transferências garantindo a metodologia do negócio.

O layout da Cook Gourmet foi inspirado no site Flickr³⁰ e conforme a figura 6 a empresa contará com os seguintes espaços: uma recepção e um banheiro social, uma sala de reuniões entre sócios/funcionários, uma sala para realizar entrevistas, outro banheiro que será só para os sócios/funcionários e ao lado terá uma última sala com um ambiente compartilhado entre todos para uma melhor interação de informações e resoluções de problemas.

Figura 6: Layout dos espaços da empresa



Fonte: Site Flickr

³⁰ Disponível em: < <https://www.flickr.com/photos/55588117@N04/5151718809>>. Acessado em 04 de maio de 2018.

4.3 Máquinas e equipamentos necessários para produção

Inicialmente a Cook Gourmet prestará serviços, portanto os equipamentos necessários para dar suporte aos fornecedores, cozinheiros, clientes e até mesmo ao próprio aplicativo consistem em: computadores, impressoras, telefones fixo e materiais de papelaria, os quais serão o suporte para toda a área de escritório administrar as finanças, o marketing, recursos humanos e no setor de TI terá uma plataforma para o aplicativo, na qual os clientes solicitarão o serviço e os cozinheiros poderão se inscrever para prestar serviços.

4.4 Projeção da capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços

A capacidade produtiva da Cook Gourmet será baseada na quantidade de cozinheiros disponíveis, desta forma quanto mais cozinheiros estiverem cadastrados no aplicativo e disponíveis para trabalhar, maior será a nossa capacidade produtiva. Para ajudar os cozinheiros, a empresa vai assessorá-los na criação das agendas, na captação de novos clientes e principalmente na precificação dos pratos, que podem variar de acordo com a demanda.

A estratégia para gerir essa capacidade da empresa, irá consistir em “perseguir a demanda”, ou seja, se a demanda sobe, a capacidade sobe; se a demanda diminui, a capacidade também diminui. Trata-se de uma estratégia apropriada para serviços onde a sazonalidade é acentuada ou a flutuação da demanda é muita intensa e imprevisível³¹

Com base nos dados da revista época, de 2005 para 2014 a quantidade de escolas especializadas em gastronomia saltou de 25 para 115 e o número de novos alunos triplicou de 2.967 para 9.633. Seguindo esta informação, a Cook Gourmet terá facilidade de escolher mão de obra especializada no mercado da gastronomia, até mesmo escolhendo por tipo de especialidade culinária.

4.5 Principais fornecedores

Como já citado ao longo do trabalho os principais fornecedores da Cook Gourmet serão: A empresa que fará o aplicativo é Deway, contabilidade Ramos

³¹Disponível em:< <https://epoca.globo.com/vida/vida-util/gastronomia-e-estilo/noticia/2014/11/todo-mundo-quer-ser-bchefb.html>>. Acessado em 29 de abril de 2018.

Queirós; empresa de motoboy Loggie e empresa para embalagens padronizadas de marmita De Paula.

4.6 Plano logístico e de distribuição

A Cook Gourmet tem o plano logístico e de distribuição atrelado diretamente ao aplicativo. O início acontecerá quando o cliente acessar o aplicativo e escolher suas refeições ao seu gosto de acordo com os cozinheiros disponíveis, optar por receber o cozinheiro em suas residências ou entrega de refeições. O cozinheiro receberá um alerta para receber informações e consultar sua agenda e assim se programar para satisfazer o cliente.

Para a realização do serviço de entrega expressas o fornecedor Loggie, irá conectar o cliente e o mensageiro por meio do uso do computador ou do celular, uma vez que a empresa cuidará de todas as entregas de refeições da Cook Gourmet e tenha a certeza de que o atendimento seja realizado com eficiência.

Este fornecedor oferecerá os seguintes serviços: Integração entre as empresas por meio de uma plataforma *on-line*, coletará as refeições nas residências dos cozinheiros para realizar as entregas aos clientes, o consumidor, por meio do aplicativo, conseguirá acompanhar seu pedido em tempo real além de gerar um relatório das entregas para o setor administrativo da Cook Gourmet.

A Cook Gourmet semanalmente informará pelo aplicativo, no ambiente do cozinheiro, quanto tem disponível à receber, fazer uma simples conferência com extrato de sua conta. Outro serviço que será disponibilizado no aplicativo é o agendamento para a entrega das embalagens personalizadas na residência dos cozinheiros para que eles armazenem as refeições que serão distribuídas aos clientes via motoboy.

Todo o plano logístico da Cook Gourmet depende do aplicativo, pensando nisto a Cook Gourmet terá um analista de sistemas, que será responsável em cuidar para que o aplicativo não tenha problemas.

4.7 Política de qualidade

A política de qualidade da Cook Gourmet pretende prestar um serviço com alta qualidade e sem erros, pois se tratando de algo intangível, se o cozinheiro não realizar o que foi ofertado, o cliente não a contratará e não indicará o serviço para seus familiares e conhecidos. Sendo assim, o impacto negativo é considerável, pois um dos principais meios de propaganda será o marketing de referência.

Preocupada com isso a Cook Gourmet analisará o perfil de todos os seus cozinheiros com intuito de saber se estes têm condições de satisfazer, de fato, o cliente, disponibilizará treinamentos online de como prestar o serviço para o cliente. Para minimizar este erro a Cook Gourmet disponibilizará um campo de AJUDA no aplicativo, em que os clientes poderão dar *feedback* dos serviços e tirar suas dúvidas.

A Cook Gourmet terá também um sistema de avaliação para garantir que o cozinheiro está atendendo aquilo que é ofertado para o cliente. No caso de uma avaliação negativa, a Cook Gourmet entra em contato com o cozinheiro para entender o que ocorreu; caso o cozinheiro persista no seu erro a empresa irá excluí-lo seu cadastro do aplicativo.

4.8 Estimativa de gastos

Os gastos operacionais da Cook Gourmet serão compostos por materiais de escritório e informática que serão necessários para estruturação do espaço físico, que totalizará em R\$33.215,43; custos com aluguel R\$2.000,00; água R\$ 200,00; luz R\$ 500,00; telefone e internet R\$ 370,00.

A criação do aplicativo exigirá um investimento inicial de R\$86.000,00 este valor foi extraído do site Quanto Custa um Aplicativo³², que serviu de base para a formação do preço.

A empresa também terá custos com os fornecedores, bem como com a contabilidade R\$ 980,00; licença de *software* R\$ 480,00 e empresa para confecção das embalagens de marmitas padronizadas com logotipo da Cook Gourmet, os custos da embalagem personalizada é R\$ 1,39 que irá variar de acordo a demanda do mês.

Para melhor visualização e entendimento estes gastos serão demonstrados nas tabelas 5,6 e 7.

³² Disponível em: <www.quantocustaumaplicativo.com>. Acessado em 1 de abril de 2018.

Tabela 5: Gastos com materiais de escritório e informática

MATERIAIS	UNIDADE	PREÇO TOTAL
Armário de escritório	2	R\$ 313,34
Bebedor de água	1	R\$ 169,90
Cadeira de escritório	20	R\$ 1.279,20
Computador e monitor	10	R\$ 25.192,00
Impressora	1	R\$ 1.038,50
Lixo	4	R\$ 87,60
Mesa de escritório	2	R\$ 399,80
Mesa plataforma 8 lugares	1	R\$ 2.078,45
Mesa plataforma 4 lugares	2	R\$ 1040,00
Materiais de escritório	-	R\$ 300,00
Materiais de higiene e limpeza	-	R\$ 300,00
Poltrona/sofá	2	R\$ 873,04
Telefone	2	R\$ 143,60
Total:		R\$33.215,43

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Tabela 6: Despesas Mensais

Aluguel	R\$ 2.000,00
Água	R\$ 200,00
Luz	R\$ 500,00
Internet e telefone	R\$ 370,00
Contabilidade	R\$ 980,00
Licença de software	R\$ 480,00
Total	R\$ 4.530,00

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Tabela 7: Estimativas de gastos totais

Criação do aplicativo	Despesas mensais	Materiais de escritório	Total
R\$ 86.000,00	R\$ 4.530,00	R\$ 33.215,43	R\$ 123.745,43

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

4.9 Análise e diagnóstico da viabilidade operacional

A Cook Gourmet pretende desenvolver uma estrutura sólida para viabilizar sua operação, uma vez que atualmente qualidade não é algo alcançável facilmente, muitas questões devem ser avaliadas. Portanto a viabilidade operacional da empresa verifica os recursos (pessoas, energia elétrica, equipamentos, materiais, matéria prima, insumos e etc.), em qualidade e quantidade suficientes, que permitam que a empresa prossiga com o serviço. Com isso, a Cook Gourmet desenvolverá uma estrutura de viabilidade operacional focada na diferenciação de qualidade, para assim fidelizar tanto os cozinheiros como clientes e funcionários.

A construção de um bom aplicativo será o diferencial para alinhar informações dos clientes para os cozinheiros. Permitirá que os clientes tenham acesso ao cozinheiro e isto, para Cook Gourmet é uma oportunidade de conectar os clientes ao cozinheiro, pois quanto mais clientes satisfeitos mais serviço consomem, mais ajudam fazer o marketing de referência para seus familiares e conhecidos. Trazendo maior demanda e motivando interesse de mais cozinheiros para participar do aplicativo.

Por meio das estratégias já citadas nesse capítulo, percebe-se que um dos principais métodos de verificar o padrão de qualidade é em tempo real, com a avaliação do cliente. Outro ponto, é que o custo para empresa será menor, já que o valor para desenvolvimento e manutenção do aplicativo já está levando em consideração o campo de avaliação. Portanto, acredita-se que a Cook Gourmet é viável.

CAPÍTULO 5: VIABILIDADE MERCADOLÓGICA

5.1 Planos de Marketing: modelo dos 4 P's atualizados

Para Kotler (1998), o *mix* de marketing ou 4 P's, quando alinhados, são determinantes para desenvolvimento saudável da empresa, para ele o produto, o preço a praça e a promoção andam juntos, e dispensam valores monetários, com exceção do preço, que é o item que traz receita à empresa e que faz com que as pessoas reconheçam o valor da mesma, ou seja, o benefício reconhecido em forma de dinheiro. Desta forma a Cook Gourmet será representada de acordo com a tabela 8.

Tabela 8: 4P's de Kotler

PRAÇA	Distribuição <i>Delivery</i>
PRODUTO	Aplicativo de refeições
PROMOÇÃO	Código promocional
PREÇO	Valor médio R\$ 40 reais (prato básico)

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

5.1.1 Perfil médio do cliente consumidor

A Cook Gourmet contará com a parceria de cozinheiros especializados em diversas áreas da gastronomia, a fim de orientar e ajudar o cliente na hora de fazer a escolha da sua refeição. O perfil destes cozinheiros é apresentar e oferecer seus serviços com profissionalismo e qualidade, para que se tornem um canal de divulgação da sua própria mão de obra especializada.

O aplicativo terá uma funcionalidade onde será possível medir os tipos de perfis de cada cliente, por meio de suas escolhas, realizadas na montagem do cardápio customizado.

O cliente potencial da Cook Gourmet de acordo com a pesquisa primária identificou que 44,8% dos respondentes possuem renda entre R\$ 3.000,00 até R\$ 6.000,00. Isso significa que a quantidade de pessoas que a Cook Gourmet pode atingir está dentro dos padrões da classe A B e C.

5.1.2. Características principais dos produtos e serviços da Cook Gourmet

A Cook Gourmet irá trabalhar com disponibilização de serviços por meio de um aplicativo de alta performance, seguro e confiável além do fácil acesso para os usuários. No tópico estudos dos fornecedores, já foi mencionado que a Deway será a empresa de tecnologia que disponibilizará quatro fatores importantes para o sucesso do aplicativo como:

Integração com as redes sociais – Todas as informações incluídas dentro do app automaticamente serão divulgadas nas redes sociais da empresa, fazendo assim a divulgação, a acessibilidade do usuário e cadastro de informações com mais agilidade.

Linguagem voltada para o público alvo – A linguagem adotada será moderadamente formal, pois pelo aplicativo será intermediada e facilitada a comunicação entre os consumidores e os cozinheiros.

Layout Inteligente – O aplicativo contatará com um visual dinâmico, prático e rápido, para que, em poucos cliques em seu smartphone o usuário poderá solicitar suas refeições com tranquilidade. O processo é muito simples, basta instalar o aplicativo, escolher seu cozinheiro preferido pelo ranking, escolher os seus ingredientes para montar seu prato customizado por um cardápio digital; feito isso o cliente terá a opção de pedir dicas de pratos aos cozinheiros e poderá selecionar a forma de entrega e pagamento, finalizando o pedido. Para maior esclarecimento a figura 7 mostra o layout de ferramentas disponibilizadas pelo aplicativo.

Figura 7: Layout das ferramentas do aplicativo



Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Segurança do aplicativo – Por meio de conexões criptografadas a segurança das informações coletadas dentro do app ficarão protegidas e armazenadas em servidores web. Dentro deste contexto a Cook Gourmet realizará todas as transações financeiras mediante o uso do cartão de crédito, boleto bancário ou transferências bancárias, a fim de passar maior credibilidade para o cliente na hora da compra.

Dentro do aplicativo terá categorias de perfis de cliente para dar valor ao tipo de serviço que ele deseja receber e até mesmo o valor que está disposto a pagar. Com isto a empresa criou 3 tipos de categorias descritos nos itens a seguir:

1. Categoria Prático/Casual: Será oferecido uma culinária com pratos típicos de vários países, mas também contará com pratos tradicionais, vegetarianos e veganos. Os ingredientes naturais serão uma opção para o cliente ter uma alimentação mais saudável, saborosa e rica em nutrientes.

Exemplos: Comida brasileira, japonesa, mexicana, árabe, chinesa e etc.

2. Categoria Familiar – Serão oferecidos alguns pratos clássicos com toque gourmet e com uma quantidade satisfatória que servem mais de 3 pessoas, nesta opção o cliente também poderá optar pelo cozinheiro ir até a sua casa preparar um almoço de fim de semana para a família ou até mesmo realizar refeições para datas comemorativas.

Exemplos: Massas, saladas quentes e frias, sopas e caldos.

3. Categoria Gala - Será oferecida uma culinária mais sofisticada trabalhada com pratos gourmets e específicos para jantares, reuniões e confraternizações, onde haverá as opções de pratos com um requinte específico a sua categoria.

Exemplos: Frutos do mar, carnes de cortes especiais, risotos e sobremesas gourmets.

A De Paula embalagens irá fornecer embalagens personalizadas com o logotipo da empresa. Um método de marketing utilizado pela Cook Gourmet será a divulgação da marca por meio de propagandas realizadas nas marmitas e embalagens, que também terão itens de segurança como os lacres de embalagens e etiquetas com a data da produção e a validade do produto.

Para a empresa as embalagens serão um dos itens fundamentais para focar a importância na qualidade e relacionamento com os clientes, além de serem essenciais para atingir o objetivo logístico de disponibilizar as mercadorias no tempo estimado e nas condições adequadas, ao menor custo possível.

5.1.3 Matriz BCG

É possível identificar na Matriz BCG, ilustrada na figura 8, qual o posicionamento atual da Cook Gourmet e suas possibilidades de mercado para auxiliar os sócios a tomarem as melhores decisões.

Figura 8: Matriz BCG



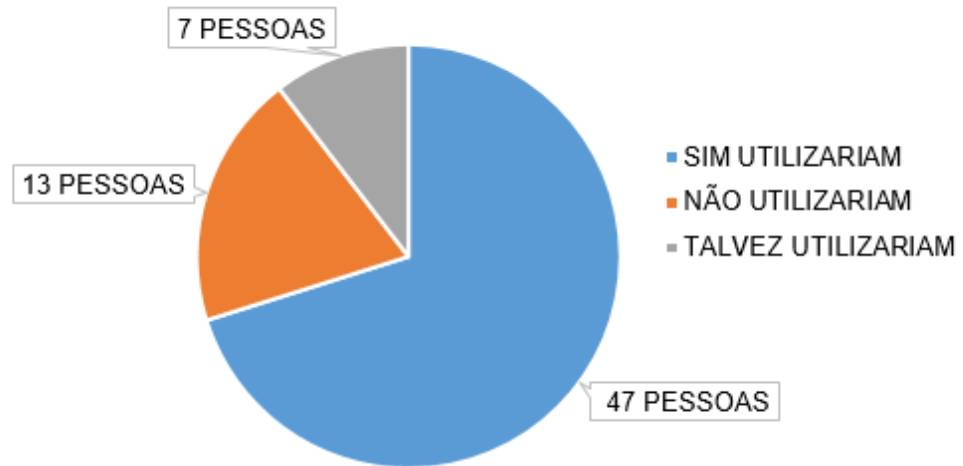
Fonte: Site Blog, Olist³³, Adaptação Cook Gourmet.

A Cook Gourmet ocupa o quadrante “em questionamento” no mercado, porque consiste em uma nova opção de serviço entrante no ramo de aplicativos de comidas programadas e customizadas. De início haverá uma baixa participação ao oferecer o serviço, pois ainda está incerto sobre a aceitação e atuação no mercado.

A Cook Gourmet, para analisar o mercado, fez uma pesquisa exploratória para saber se as pessoas gostariam de programar suas refeições por aplicativo. A pesquisa realizada identificou que 65,7% dos respondentes estão na região do ABC e 34,3% na região de São Paulo, com este resultado obteve um total de 67 respondentes, sendo que 47 dos respondentes utilizariam o aplicativo para solicitar e programar suas refeições como mostra o gráfico 8.

³³ Disponível em: <<https://blog.olist.com/matriz-bcg-gerenciando-adequadamente-o-estoque-do-e-commerce/>>. Acessado em 29 de março de 2018.

Gráfico 8: Respondentes que utilizam o aplicativo



Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Com isso, é possível compreender que há uma grande possibilidade da Cook Gourmet aumentar sua participação de mercado e se tornar estrela.

5.1.4 MVP

Para a realização do Produto Mínimo Viável da Cook Gourmet, serão realizadas divulgações em redes sociais com informações sobre o objetivo do aplicativo e os seus benefícios. O intuito é buscar profissionais de cozinha que possam ser parceiros do aplicativo, por meio de divulgação em grupos focados para cozinheiros especializados. No Facebook e Instagram haverá postagens criadas e compartilhadas.

O WhatsApp também será disponibilizado para maiores informações sobre esta parceria, pois a Cook Gourmet estará buscando profissionais neste ramo de serviço que já possua uma certa experiência no mercado, para que os cozinheiros tenham uma vasta gama de clientes juntamente com o aplicativo. Os cozinheiros passarão por uma entrevista com o gerente administrativo via Skype e um treinamento *on-line*, que funcionará mais como um bate-papo no primeiro momento, tirando dúvidas e alinhando os procedimentos básicos sobre as atividades a serem executadas.

Será inserido em uma planilha, as informações destes parceiros, tais como: dados pessoais, contato direto, especialidade na categoria das refeições e região em que atua. Depois de concluída essa etapa, de início a empresa irá atingir o público alvo na região do ABC por meio de uma página do Facebook desenvolvida gratuitamente para promover a Cook Gourmet, do qual o objetivo é atender o maior número de pessoas possíveis, com a contratação do serviço via aplicativo, oferecendo a opção de programar e customizar suas refeições. Dentro do aplicativo conterà informações como data e horário para atender as necessidades dos clientes e entender as disponibilidades dos cozinheiros, e se houver alguma exigência por parte do cliente, haverá a possibilidade também de orientar o mesmo sobre os procedimentos.

Após a conclusão do serviço oferecido pela empresa, a Cook Gourmet terá disponível no aplicativo terá um campo de avaliação dos chefes, no qual o cliente enviará as sugestões ou reclamações, para a identificação sobre as dificuldades e facilidades encontradas pelos clientes na hora de solicitar refeição programada e customizada, buscando também saber se o cliente gostou do resultado do serviço e se ainda tem alguma avaliação a ser feita.

5.1.5 Preço

O preço do serviço oferecido pelo aplicativo teve base na pesquisa de campo realizada, a qual verificou que dos 67 respondentes, foi atingido um público alvo de 53,7% que acharam justo pagar entre R\$20,00 e R\$60,00 reais por uma refeição. A Cook Gourmet então oferecerá um valor médio de R\$40,00 por um prato básico de refeição e então a cada customização será cobrado um valor a parte pelo cozinheiro.

Segundo a pesquisa de mercado feita pelo marketing de referência com os cozinheiros, eles cobram de R\$ 20,00 a R\$ 60,00 por uma refeição. Ou seja, está de acordo com o preço que a Cook Gourmet receberá por cada refeição e por cada visita realizada na residência do cliente. O cozinheiro pagará para a Cook Gourmet uma taxa de 25% para cada serviço prestado. Caso o cliente solicite a ida do cozinheiro até a sua residência. O próprio cozinheiro será responsável por suas despesas com locomoção até a residência do cliente. Se o cliente solicitar a entrega *delivery* ele pagará a taxa fixa R\$ 12,90 e a Cook Gourmet será responsável por repassar o valor da entrega para empresa Loggie pelos serviços oferecidos.

O pagamento será feito pelo aplicativo com os dados do cartão de crédito dos clientes nas bandeiras MasterCard, Visa, Elo, American Express entre outras. O cliente também poderá efetuar o pagamento pelo cartão de débito, boleto bancário ou transferências bancárias. A Cook Gourmet terá uma conta bancária para os recebimentos de todas as transações realizadas, ou seja, todos os valores pagos pelos usuários serão direcionados a empresa. A tabela 9 apresenta as taxas das principais bandeiras utilizadas pelos clientes da Cook Gourmet.

Tabela 9: Taxas do cartão

Taxas de Cartão Cielo	
DEBITO MAESTRO/ VISA ELECTRON/ELO	1,63%
DEBITO BANNES/CB CARD	2,20%
CREDITO 31 DIAS - BANNES CARD/AGIPLAN/CREDZ/	3,30%
CREDITO 31 DIAS - MASTERCARD/VISA/ELO	2,41%
CREDITO 31 DIAS - DINNERS	2,01%
CREDITO 31 DIAS - AMEX	2,56%

Fonte: Cielo, 2018.

5.1.6 Promoção

A Cook Gourmet adotará diversas estratégias promocionais para ganhar reconhecimento no mercado e a fidelização dos clientes, que é de total interesse da empresa. Serão realizadas divulgações nas redes sociais com anúncios no Facebook, Instagram, WhatsApp, Youtube e marketing de referência.

Um dos principais meios de divulgação da empresa será o marketing das redes sociais, pois tem sido um dos segmentos que mais cresce em todo o mundo é uma tendência de aproximação do consumidor, criação de laços de relacionamento e divulgação de seus produtos e serviços. Por isso a Cook Gourmet utilizará uma página no Facebook e Instagram com as informações da empresa, um vídeo demonstrando o passo a passo para ter acesso ao aplicativo, telefone do Whatsapp informações sobre o cadastro ao app, comentários dos cozinheiros sobre suas especialidades na cozinha, dicas de programação e customização dos pratos de refeições e anúncios das campanhas realizadas. As figuras 9 e 10 apresentarão uma prévia das páginas do Facebook e Instagram.

Figura 9: Tela do Facebook Cook Gourmet



Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Figura 10: Tela do Instagram Cook Gourmet



Fonte: Cook Gourmet, 2018.

A divulgação feita pelo WhatsApp será para pessoas que terão opção de adicionar ou não o contato da empresa que estará na página inicial do Facebook e Instagram com os seguintes dizeres, conforme apresentado na figura 11:

Para se inscrever, envie “Cadastre-se” via WhatsApp no número 55-11-99296-9777(em primeiro lugar o número deverá ser salvo nos seus contatos)³⁴.

Figura 11: Tela de divulgação do WhatsApp Cook Gourmet



Fonte: Cook Gourmet, 2018.

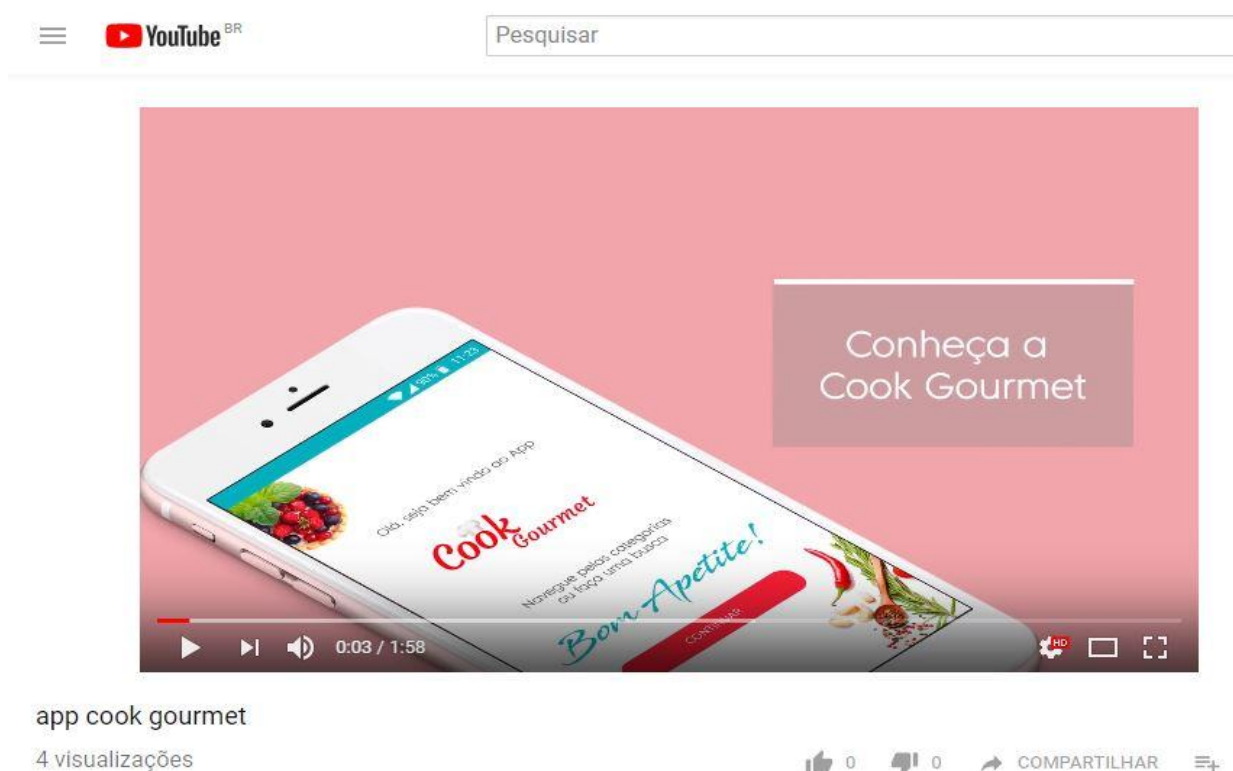
A partir de então qualquer pessoa que adicionar o contato automaticamente receberá uma mensagem com informações sobre o aplicativo Cook Gourmet e um vídeo explicando as funcionalidades do app.

Os anúncios no Youtube serão exibidos em plataformas de computadores e dispositivos móveis; onde será impossível de pular, ou seja, para que o vídeo principal seja exibido é necessário assistir todo o anúncio; poderá ser exibido antes, durante ou depois do vídeo principal e possuirão, na média, de um minuto e meio.

³⁴ Disponível em: <https://www.mandae.com.br/blog/como-vender-pelo-whatsapp-de-forma-eficaz/> Acesso em 24 de abril de 2018.

O Youtube³⁵ conta com diversas opções de segmentação que ajudam na hora de alcançar o cliente certo e o custo é controlado diariamente, de forma que o valor só é pago quando alguém interage com o anúncio. Além disso, o Youtube dispõe de um *Analytics* interno que facilita na hora de ver o desempenho e que pode fazer ajustes no anúncio. O meio de divulgação utilizado pela Cook Gourmet através do Youtube será pela ferramenta CPV, com um custo mensal onde a empresa paga para ter mais visualizações sobre o app. A figura 12 apresenta a página do Youtube.

Figura 12: Tela de anúncio no Youtube Cook Gourmet



Fonte: Cook Gourmet, 2018.

O marketing de referência é outra nomenclatura para o tão conhecido “marketing boca a boca”, que vai se expandir a partir das outras divulgações mencionadas anteriormente. Visando aumentar o alcance da marca, essa estratégia de mercado proporciona a fidelização e indicação de novos clientes, de maneira fácil e garantida. Diariamente as pessoas trocam variadas experiências em suas conversas e encontros sociais, pois uma opinião positiva de alguém confiável faz a diferença na hora de escolher uma marca ainda não experimentada.

³⁵Disponível em:< <https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=pt-BR>>. Acessado em 27 de abril de 2018.

5.1.7 Gestão da marca

A marca da Cook Gourmet foi desenvolvida tendo em vista um conceito clean e foi optado por um design simples. Na figura 13 será apresentado o logotipo da Cook Gourmet.

Figura 13: Logotipo da Cook Gourmet



Fonte: Cook Gourmet, 2018.

A Marca da empresa tem o significado de Cozinheiro com estilo de culinária customizada, este nome se dá ao aplicativo que irá oferecer serviço de refeições customizadas e programadas. Ou seja, será uma opção para o cliente montar seu prato como quiser. A cor determinada no logotipo da Cook Gourmet foi a vermelha, pois tem um especial impacto na escolha dos alimentos e também remete ao que comemos, mas também pelo que nos dá prazer a comer.

A cor, o cheiro e o sabor são fundamentais na hora de escolher uma refeição ou mesmo quando se compra uma fruta. O segredo do apetite ou da tendência para consumir determinados produtos está mais no cérebro do que no estômago. E está provado³⁶ que de uma forma geral, que existe a preferência por cores que até estimulem o apetite.

O formato da letra escolhido será associado ao cuidado que as pessoas têm em suas atividades e para as quais se dedicam ou até mesmo sobre a forma como reagem aos estímulos que recebem, o modelo de letra utilizado foram as angulares que demonstram, por seu lado, autodisciplina, rigidez, e pensamento analítico.³⁷

³⁶ Disponível em: <<http://www.tvi24.iol.pt/sociedade/videos/saiba-as-cores-que-lhe-dao-mais-fome>>. Acessado em: 8 de abril de 2018.

³⁷ Disponível: <<http://emprego.sapo.pt/guia-carreira/artigo/57/artigo.htm>>. Acessado em 08 de abril de 2018

O chapéu de cozinheiro tem origem na França³⁸ para destacar os melhores cozinheiros e significava que só eles detinham o domínio sobre as “Artes Culinárias”, também serve para distinguir uma hierarquia na cozinha e é utilizado para evitar que fios de cabelo caiam na comida e os modelos mais alto ajuda na refrigeração da cabeça do Chef.

Portanto a Cook Gourmet buscou referências para reforçar aquilo que a empresa quer passar para os clientes, pois será uma peça chave em comunicação e transmissão dos seus valores. Este símbolo simples é para se manter fiel ao reconhecimento da marca ao longo de um período determinando seu público alvo.

5.1.8 Fluxograma da experiência de compra dos clientes da empresa

O fluxograma disponibilizado na Figura 14 mostra o processo de compra do cliente, ou seja, da contratação do serviço, bem como sua experiência com a empresa.

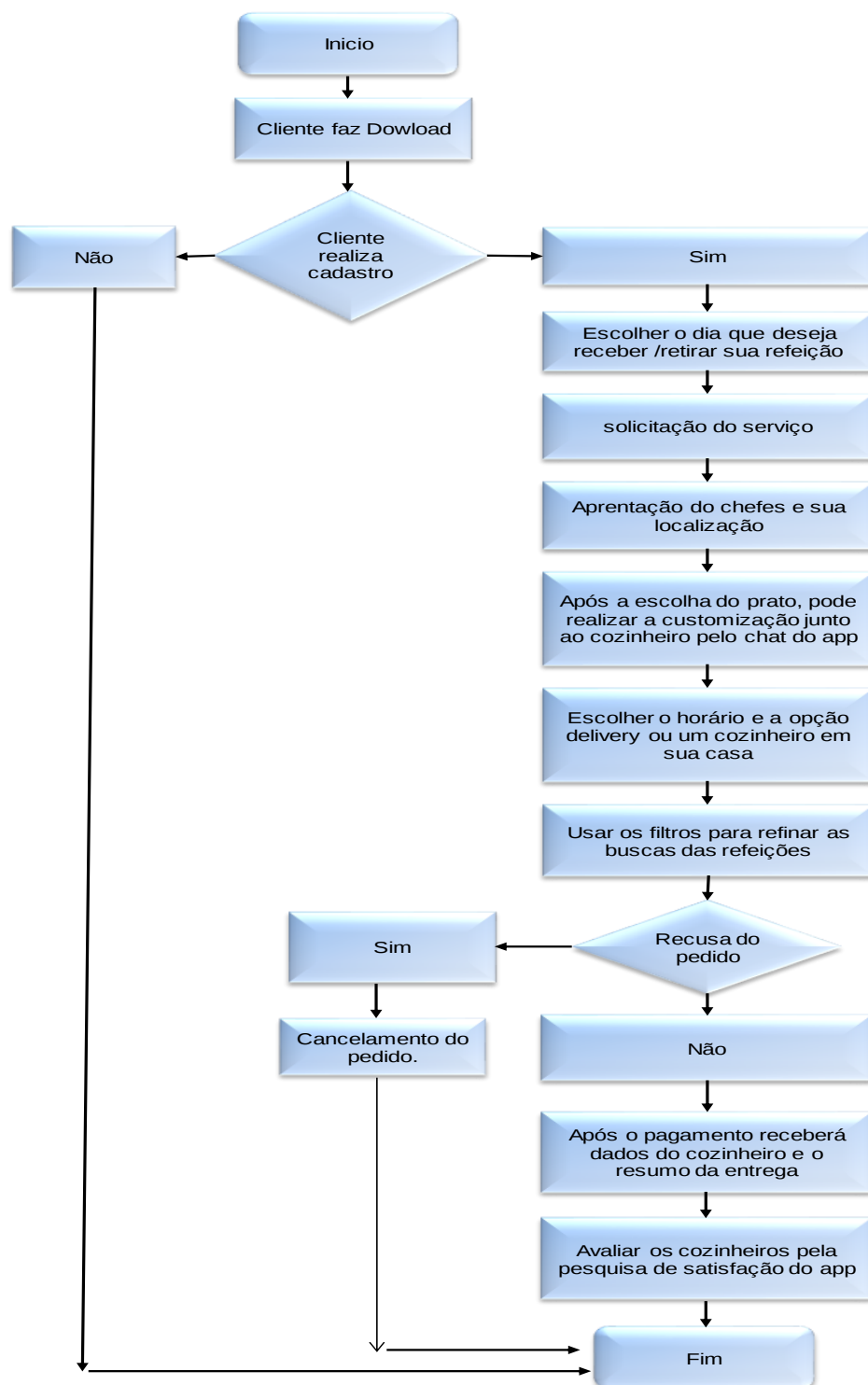
- 1- O primeiro passo é o *download* do aplicativo por meio do *play store* e *app store*, após o *download* concluído o cliente irá realizar o seu primeiro cadastro, com informações como CEP ou endereço, nome, e-mail, primeira senha e confirmação da senha, telefone, cadastro para pagamento.
- 2- Após realizado esse cadastro, que somente será necessário na primeira vez que o cliente utiliza o aplicativo, o cliente poderá realizar sua solicitação do serviço.
- 3- A Cook Gourmet irá apresenta automaticamente todos os chefs mais próximos da sua localização atual.
- 4- Já no ambiente do App é possível escolher na barra superior o dia em que deseja retirar/receber o pedido (podendo ser diário, semanal, quinzenal e mensal) e qual a sua localização do cliente. Por isso é recomendado programar-se para pedir a refeição com antecedência.
- 5- O cliente ainda pode usar filtros para refinar sua busca de refeições individuais e pacotes semanais ou mensais, além de fazer sua customização no seu prato.
- 6- Antes de fechar o pedido, o cliente escolhe o melhor horário e a opção "*delivery*" ou "retirada no local" (verifique a área de cobertura do *delivery*)

³⁸Disponível em: <http://papodecozinhadoleo.blogspot.com.br/2011/08/historia-do-chapeu-de-cozinheiro.html>. Acessado em 08 de abril de 2018.

- 7- Após escolher o prato, antes de fechar o pedido, o cliente pode solicitar informações de como será realizado sua refeição diretamente com o Chef utilizando o chat do Chefe no aplicativo.
- 8- Se o cliente recusar a solicitação do serviço na tela de confirmação à solicitação é encerrada, do contrário, o cliente aceitando, é realizado o pagamento.
- 9- Após a confirmação do pagamento o cliente recebe os dados do cozinheiro e a programação da sua entrega.
- 10- O cliente receberá seu pedido no horário e local previamente combinado. Depois, poderá avaliar o chef e a sua experiência com a Cook Gourmet.

Caso o cliente retorne a utilizar os serviços da Cook Gourmet, este iniciará o fluxograma de processo já na parte da “Solicitação de serviço”, pulando as partes de *download* e cadastro. O cliente também terá acesso a sua conta e quando precisar pode fazer alterações de endereço, assim como adicionar mais de um endereço, bem como alterar informações sobre a forma de pagamento.

Figura 14: Fluxograma para a contratação do serviço



F
o
n
t
e
:
C
o
o
k
G
o
u
r
m
e
t
,
2
0
1
8
.

5.1.9 Estratégias de fidelização de clientes

A empresa Cook Gourmet, irá utilizar um *software* extremamente útil para a fidelização do cliente no setor de serviços. De acordo com a *Desk Manager*³⁹ o *software* de CRM (*Customer Relationship Manager*) tem a função de coletar dados dos clientes, armazená-los e propiciar o cruzamento dessas informações. Esses dados compilados oferecem insumos valiosos para o planejamento de ações e interações adequadas ao perfil e às necessidades dos clientes.

O CRM é capaz de armazenar os hábitos, preferenciais, tendências de consumo e expectativas dos clientes. Assim, a empresa terá a possibilidade de entender como os clientes eles se comportam para trabalhar o relacionamento da prestação de serviços de acordo com cada necessidade. Com estes benefícios do *software* a Cook Gourmet irá buscar a satisfação do cliente no atendimento e na prestação do serviço do aplicativo, pois as informações dos chefes de cozinha e dos clientes serão automatizadas e personalizadas para que o cliente perceba o valor da empresa e do aplicativo.

A empresa poderá atender melhor e mais rápido os clientes sabendo o que eles precisam e quando precisam; as informações de preferências pessoais em suas refeições serão consideradas para satisfazer e reter os clientes atendendo de acordo com o perfil de cada um. Com a programação das refeições o cliente terá um menor tempo de espera, diminuição do tempo de entrega do pedido até o recebimento da sua refeição ou ainda na escolha do canal de atendimento. Sendo assim, o cliente fica muito mais satisfeito, percebendo a economia de tempo para ele e as vantagens, fazendo mais compras e recomendando o aplicativo para outros novos clientes.

Desta forma, a Cook Gourmet manterá um contato direto com os clientes pelos seus acessos ao aplicativo, a marca da empresa será mais forte no mercado e o *feedback* do cliente ficará mais rápido para possíveis dúvidas, sugestões e soluções.

5.1.10 Posicionamento da marca

A Cook Gourmet adotará a estratégia de diferenciação, por oferecer uma vantagem competitiva mediante a oferta do serviço prestado, com diferencial, qualidade e com características diferentes dos aplicativos já existentes no mercado e assim, conseguirá focar esforços em seu segmento. A diferenciação como estratégia estimula

³⁹ Disponível em: <https://blog.deskmanager.com.br/como-fidelizar-clientes-de-servicos/>. Acessado em 20 de maio de 2018.

a lealdade dos consumidores, neutralizando a facilidade da concorrência e a de entrada de novos concorrentes.

Foi considerado para a especificação dessa estratégia o objetivo do serviço de programação e customização de refeições, pois o serviço de compra de comida por meio de aplicativo em si já é algo comum no mundo, o foco é o de facilitar a busca desse serviço proporcionando uma redução de tempo para pessoas que procuram praticidade em fazer suas refeições diárias.

5.2 Previsão e mensuração da demanda

5.2.1 Demanda corrente e futura e Market Share

Para estimar adequadamente a demanda corrente da empresa, é preciso levar em consideração o cálculo do potencial total de mercado, ou seja, volume potencial do total de vendas em um determinado período. Pode ser estimado utilizando como base número de compradores potenciais, quantidade média adquirida por comprador e preço médio de compra.⁴⁰ O método mais prático para calcular a demanda na Cook Gourmet foi baseado nas informações coletadas do Facebook, Instagram e na pesquisa primária. O valor inicial de investimento da Cook Gourmet para a divulgação e marketing no Facebook é de R\$1.000,00 e para o Instagram também é R\$1.000,00 ao mês, de forma que a empresa estima diariamente um alcance de 34.000 a 130.000 mil pessoas e uma quantidade de cliques no *link* de 390 a 2500.00 pessoas.

O cálculo realizado é verificar a média de 34.000 a 130.000 pessoas que acessam estas duas redes sociais, resultando um valor de 82.000 de alcance mensal, para a quantidade de cliques foi utilizado o mesmo método de tirar a média entre 390 a 2500.00 cliques que dará 1445 pessoas, que terá acesso a Cook Gourmet.

Portanto, foi calculado o valor inicial de R\$2.000,00 mais a estimativa de alcance mensal de 82.000 cliques, 1445 visualizações e o interesse de 25% das pessoas comprem comida via *on-line* por mês, de acordo com a pesquisa realizada, então 25% vezes 1445 cliques, resulta de 361 pessoas com interesse em comprar pelo aplicativo. O *download* é de 64% de respondentes que têm interesse em adquirir o serviço oferecido pelo app, então 361 pessoas com interesse vezes 64% de pessoas que farão o *download*, se obtêm 231 novos usuários para a Cook Gourmet, já no primeiro mês. Para os próximos meses serão somadas a quantidade de download do mês anterior com a do mês atual.

⁴⁰ Disponível em: <<http://www.academia.edu/4775723/KOTLER-MARKETING-completo>>. Acessado em 27 de abril de 2018

Figura 15: Estimativa de resultados de alcance Facebook e Instagram

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface for a user named Flavia Larissa. The interface is divided into several sections:

- Left Sidebar:** Contains navigation options for 'Campanha' (Campaign), 'Conta de anúncios' (Ad account), 'Conjunto de anúncios' (Ad set), and 'Anúncio' (Ad).
- Top Section:** Includes a search bar and a 'Pesquisar' button.
- Dispositivos móveis e sistemas operacionais específicos:** A section for targeting mobile devices and specific operating systems, with options for 'Todos os dispositivos móveis' and 'Somente quando conectado à Wi-Fi'.
- Excluir conteúdo e publishers:** A section for excluding content and publishers, with options for 'Aplicar listas de bloqueio' and 'Excluir categorias'.
- Orçamento e programação:** A section for setting the budget and schedule. It includes a 'Programação' (Scheduling) section with a calendar and time picker, and a 'Seu anúncio será veiculado até Segunda, 18 de junho de 2018. Você gastará até R\$ 2.000,00 no total' (Your ad will be served until Monday, June 18, 2018. You will spend up to R\$ 2,000.00 in total) message.
- Tamanho do público:** A section showing the audience size, with a gauge indicating 'Específico' (Specific) and 'Ampla' (Broad) targeting. It also displays 'Potential Reach: 130.000.000 pessoas'.
- Estimativa de resultados diários:** A section showing daily performance estimates, including 'Alcance 34.000 - 130.000' and 'Cliques no link 390 - 2.500'.
- Ajuda para o Anunciante:** A section providing help and tips for advertisers, including a search bar for 'Precisa de ajuda?' and a 'Nenhum resultado' (No results) message.

Fonte: Facebook, 2018.

Para os usuários que irão comprar pelo aplicativo da Cook Gourmet foi realizado o cálculo de que o valor médio de cada refeição será de R\$40,00, utilizando esta informação será calculada a quantidade de pedidos de acordo com a frequência de consumo das pessoas que obteve o seguinte resultado de acordo com a pesquisa primária:

- **Não utilizam:** 23,9%
- **Ocasional:** 10,4% são clientes que compram 1 vez ao mês, vezes a quantidade de 231 downloads com um resultado de 24 pessoas que comprarão refeições no primeiro mês.
- **Frequente baixo:** 14,9% conforme pesquisa são clientes que compram de 2 a 4 vezes por mês, vezes a quantidade de 231 downloads com um resultado de 34 pessoas que comprarão refeições no primeiro mês.
- **Frequente alto:** 10,4% conforme pesquisa são clientes que compram de 5 a 7 vezes por mês, vezes a quantidade de 231 downloads com

um resultado de 24 pessoas que comprarão refeições no primeiro mês.

- **Viciados:** 14,9% conforme pesquisa são clientes que compram de 8 a 10 vezes por mês, vezes a quantidade de 231 downloads com um resultado de 34 pessoas que comprarão refeições no primeiro mês.
- **Totalmente viciados:** 25,4% conforme pesquisa são clientes que compram mais 10 vezes por mês, vezes a quantidade de 231 downloads com um resultado de 59 pessoas que comprarão refeições no primeiro mês.

Para verificar o custo que a empresa terá com os totais de embalagens será utilizado o seguinte cálculo: pessoas que comprarão no primeiro mês vezes a frequência inicial de compra de comida por aplicativo:

Exemplo: Na categoria Frequência alto 24 pessoas comprarão no primeiro mês x a quantidade de frequência inicial que seria 5 vezes ao mês, ou seja, o valor total de embalagens para esta categoria será de 120 embalagens iniciais para este mês nesta categoria.

Para o cálculo dos valores totais das refeições será utilizado o valor médio de R\$ 40,00 por refeição vezes a quantidade de pessoas que comprarão no mês, vezes a frequência inicial de compra de refeições por aplicativos de comida.

Exemplo: Refeição R\$ 40,00 multiplicado por um total de 59 pessoas que comprarão no primeiro mês x 10 que é a frequência da categoria totalmente viciados que compram mais de 10 vezes no mês, dando um resultado de R\$ 23.600,00 no primeiro mês.

A porcentagem que a Cook Gourmet irá ficar de 25%, portanto é retirado está porcentagem da linha de Valor total por refeições que obteve no primeiro mês.

Para o cálculo da demanda futura do segundo ano em diante é utilizado a quantidade de downloads do mês 12 referente ao ano 1, somado a quantidade de downloads do mês 1 com o ano 2. Considerando assim para os demais anos a mesma forma de cálculo do mês 1 mais a soma da quantidade de downloads do mês 12 do ano anterior.

Os cálculos exemplificados anteriormente foram baseados no primeiro mês de estimativa de demanda da empresa, os cálculos dos meses subsequentes da

demanda corrente e futura encontram-se no apêndice 2 demonstrando mensalmente os resultados que a Cook Gourmet que terá nos próximos 5 anos.

O Market Share da Cook Gourmet se baseou em dados da pesquisa primária e em pesquisas secundárias, conforme o site repórter diário⁴¹ em 2017, as sete cidades da região do ABC somam 2.753.406 moradores, 19,7 mil a mais do que há 12 meses. Essa é a estimativa do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

Segundo o site Estadão⁴² foi realizado levantamento sobre os hábitos de consumo via *delivery* mostrou que mais da metade dos usuários deste tipo de serviço, cerca de 56%, fazem pedidos semanais. Portanto o cálculo foi realizado de acordo com a quantidade de pessoas da região do ABCD 2.753.406 vezes 56% das pessoas que fazem pedidos semanais via aplicativos de comida, dando uma população total que utilizam aplicativo.

Portanto a porcentagem de Market Share será a quantidade total de clientes efetivos da Cook Gourmet 18034 no primeiro ano dividido pela população total que utilizam aplicativo ABCD, 1.541.907 mostrando um resultado de potencial na região de 1,170% conforme tabela 10 mostra os resultados para os próximos cinco anos.

Tabela 10: Market Share

População da Região ABCD	Santo André	São Bernardo do Campo	São Caetano do Sul	Diadema	Mauá	Ribeirão Pires	Rio Grande da Serra	Total ABCD
	715.231	827.437	159.608	417.869	462.005	121.848	49.408	2.753.406
	Ano 1		Ano 2		Ano 3		Ano 4	Ano 5
Total de clientes efetivos da Cook Gourmet	18034		51326		84619		117912	151205
População total que utilizam aplicativo ABCD	1.541.907		1.541.907		1.541.907		1.541.907	1.541.907
Market Share	1,170%		3,329%		5,488%		7,647%	9,806%

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

⁴¹ Disponível em: < <https://www.reporterdiario.com.br/noticia/2397711/populacao-do-abc-sobe-071-afirma-ibge/>>. Acessado em 8 de abril de 2018.

⁴² Disponível: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/seu-dinheiro, pesquisa-indica-que-56%das-pessoas-fazem-pedidos-semanais-via-delivery,10000060142>>. Acessado em 6 de março de 2018.

5.3 Estimativa de gastos

Os gastos com marketing da Cook Gourmet, apresentados na tabela 11, a seguir, abordarão estimativas das divulgações e promoções, sendo composto por anúncios e vídeos dentro da página do Facebook⁴³ com o valor de R\$1.000,00 por mês, Instagram⁴⁴ R\$1.000,00 por mês, Vídeo Youtube⁴⁵ no valor de R\$ 960,00 mensais.

Tabela 11: Gastos de Marketing

Gastos de Marketing	Valor Mensal
Facebook	R\$ 1.000,00
Instagram	R\$ 1.000,00
Vídeo no Youtube	R\$ 960,00
Total:	R\$ 2.960,00

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

5.4 Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica

A viabilidade da Cook Gourmet é verificar uma crescente disposição de pessoas no mercado que buscam mais facilidade na hora que fazer suas refeições, com isto muitas pessoas também estão adotando um estilo de vida saudável, no qual a alimentação regrada tem um peso muito importante no dia a dia. Os consumidores de hoje estão valorizando muito a qualidade dos alimentos, sendo um fator determinante para que os cozinheiros da empresa utilizem ingredientes de qualidade e ofereçam um serviço diferenciado com as suas customizações para que haja um crescente no mercado.

Outro ponto importante para empresa como viabilidade de negócio é o mercado estar em pleno crescimento para o uso de aplicativos mobile de comida no Brasil, contando também com a notoriedade das redes sociais que terá um reflexo dessa migração de confiança da Cook Gourmet, para outros consumidores, pois estes têm maior confiança na informação difundida pelos outros, do que na informação divulgada diretamente pelas empresas.

⁴³ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=Prc9QEwpFQI>>. Acessado em 31 de março de 2018.

⁴⁴ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=Prc9QEwpFQI>>. Acessado em 31 de março de 2018.

⁴⁵ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=Prc9QEwpFQI>>. Acessado em 31 de março de 2018.

Disponível em: <<https://mundoestranho.abril.com.br/cotidiano/quanto-o-youtube-paga-por-pageview/>>. Acessado em 31 de março de 2018.

Como estratégia de marketing é importante privilegiar a segmentação por comportamentos, atitudes e interesses, agrupar pelo que, de fato faz é considerado pelos consumidores: o que fazem, pensam, gostam e não gostam, e orientá-los sobre a facilidade de utilizar o aplicativo para realizar suas refeições *on-line*. Portanto, todas as pessoas que possuam tempo reduzido, para realizar suas refeições diárias, constituirão o público alvo para esta estratégia desta empresa.

De acordo com a pesquisa de campo realizada e demonstrada no gráfico 5, 40,3% dos respondentes têm interesse no aplicativo Cook Gourmet. Com este estudo a viabilidade mercadológica e econômica do serviço oferecido são incentivos para continuar a explorar as oportunidades de investimento que permitam que a empresa tenha uma grande efetividade.

CAPÍTULO 6: VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO

6.1 Projeções de colaboradores

6.1.1 Atividades

Todos os processos e atividades da empresa serão realizados pelos os sócios, os quais serão responsáveis pelas as áreas de administração geral, financeiro, marketing, recursos humanos, produção e pelo funcionário da área de TI. Segue as descrições das atividades desempenhadas.

Gerente Administrativo

Suas principais funções são: dirigir as atividades de intermediação financeira; aprovar operações; participar dos comitês de decisão, definindo políticas e diretrizes e estabelecendo estratégias operacionais; desenvolver produtos e serviços; dirigir equipes; controlar o desenvolvimento das operações financeiras, assegurando que sejam realizadas dentro das normas ditadas pelos órgãos reguladores, como também pelas políticas de controle interno da instituição.

Analista Financeiro

Dirigir o fluxo financeiro da empresa; implementar o orçamento empresarial; controlar patrimônio, suprimentos e logística e supervisionar serviços complementares; coordenar serviços de contabilidade e controladoria e elaborar planejamento da empresa.

Analista de Marketing

Atuar na definição do planejamento estratégico da empresa; definir e executar plano de marketing para alcançar grande número de usuários do aplicativo; gerir a qualidade dos anúncios e publicidade, comunicar-se primordialmente para disseminar informações ao público de interesse da empresa.

Analista de Recursos Humanos

Liderar atividades do departamento de pessoas; formular políticas de cargos, salários e benefícios; desenvolver estratégias de seleção, treinamento e desenvolvimento de pessoal, auxiliar na avaliação do perfil dos cozinheiros e

participar na formulação e execução de estratégias e planos de negócios da empresa.

Técnico em Logística

Responsável pelos processos operacionais da empresa; prestar suporte à gestão de estoques, atendimento aos clientes, a execução de procedimentos de armazenagem e transporte, acompanhar e controlar a produção.

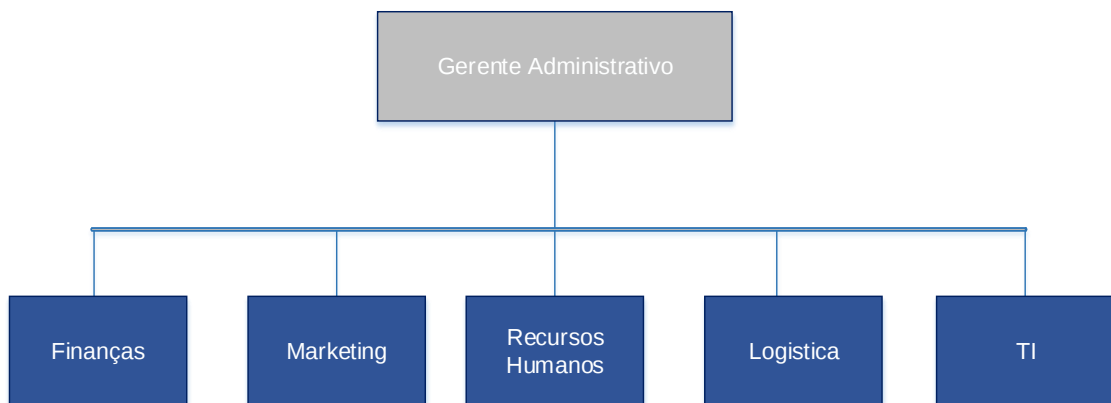
Analista de TI

Função fundamental na empresa com foco na manutenção do aplicativo; acompanhamento e controle das funcionalidades dos serviços, gerenciamento, desenvolvimento e inovação de acordo com o mercado.

6.1.2 Organograma

Com o objetivo de facilitar a comunicação e definir com mais clareza as responsabilidades de cada cargo. Será apresentado o organograma da empresa. Como pode ser observado na figura 16.

Figura 16: Organograma



Fonte: Cook gourmet, 2018.

6.1.3 Headcount

No início a Cook Gourmet contará com profissionais com conhecimento em áreas específicas e fundamentais para o negócio. Com o intuito de reduzir gastos e alavancar ganhos, criando uma estrutura para grandes mudanças e crescimento no decorrer das atividades. A ideia da empresa para os próximos cinco anos sobre novas contratações só será realizada em caso de substituição de funcionário ou

sócio, pois seu quadro já foi estruturado pensando em um possível crescimento do mercado e de demanda nesse período. Após análises operacionais foi identificado a necessidade dos seguintes profissionais listados na Tabela 12 para execução das atividades.

Tabela 12: Headcount

Área	Quantidade	Cargo
Administração Geral	1	Gerente Administrativo
Financeiro	1	Analista Financeiro
Mídia	1	Analista de Marketing
Recursos Humanos	1	Analista de Recursos Humanos
Logística	1	Técnico em logística
TI	1	Analista de TI

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

6.1.4 Competências

Estão descritos na tabela 13 as principais competências requeridas pela Cook Gourmet para cada atividade que será desempenhada na empresa.

Tabela 13: Competências dos cargos

Cargo	Competências
Gerente Administrativo	*Graduação em Administração; *Capacidade de liderança, espírito empreendedor e objetividade; *Capacidade analítica e tomada de decisão.
Analista Financeiro	*Ter um curso especializado na área; *Habilidades analíticas; *Controle gerencial.
Analista de Marketing	*Formação e experiência na área; *Capacidade de analisar dados, mostrar relatórios e resultados; * Agilidade de reação às tendências e oportunidades.
Analista de Recursos Humanos	*Graduação em Gestão de Recursos Humanos; *Capacidade analítica; *Gestão de relacionamentos.
Técnico em Logística	*Visão Sistêmica; *Conhecimento do Negócio; *Capacidade gerencial e organizacional
Analista de TI	*Formação na Área de Computação; *Conhecimentos em Tecnologia da Informação; *Capacidade de otimizar e tornar mais prático o processo de manutenção do sistema.

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

6.2 Recrutamento e seleção

A Cook Gourmet utilizará o processo de recrutamento externo para a atração dos candidatos potencialmente qualificados para a vaga.

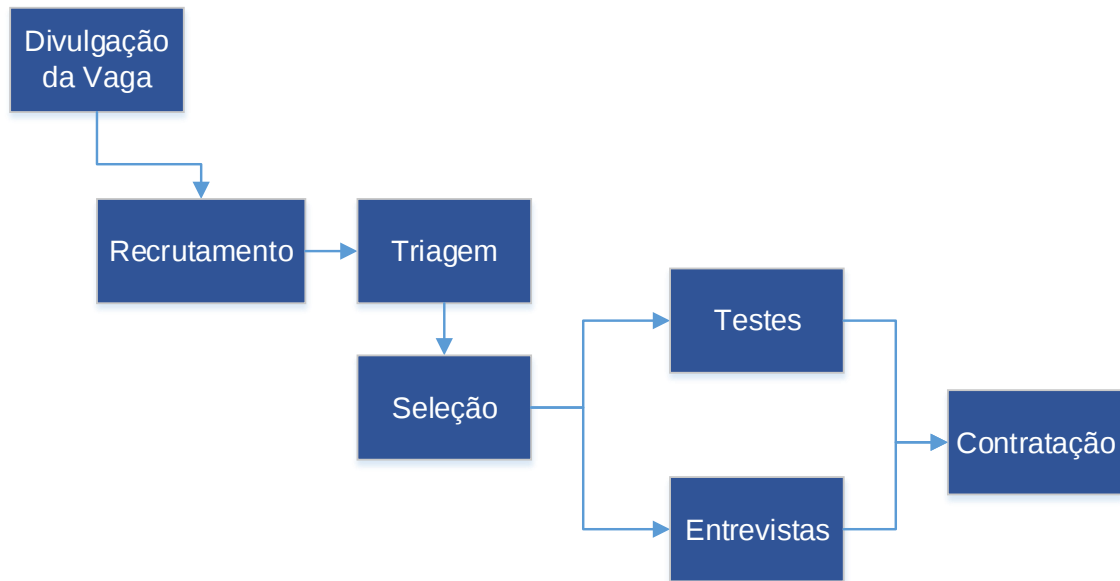
Serão utilizados os principais meios de comunicação atuais: as redes sociais da empresa, e em especial o LinkedIn, que fornece às empresas um banco de currículos atualizado de candidatos em suas mais diferentes áreas de atuação e proporciona ao recrutador a possibilidade de contato com o candidato de maneira mais rápida, direta e simplificada.

Após o processo de recrutamento de candidatos, será realizada a triagem, momento em que o recrutador fará uma pré-seleção de candidatos a fim de reduzir os custos com o processo de seleção e eliminação daqueles que não possuírem a qualificação necessária e que, portanto, não estão elegíveis aos cargos.

Concluída a fase de triagem, passa-se para a etapa da seleção, o mesmo será dividido em duas etapas, sendo a primeira delas uma prova técnica e específica da área pleiteada, aplicada dentro da própria organização e supervisionada por um representante do departamento de recursos humanos. Neste momento, reforçando os principais objetivos do cargo e dispor ao candidato a oportunidade de esclarecer suas dúvidas. Superada esta etapa, a próxima refere-se a uma entrevista técnica com o líder de área em parceria com um representante do departamento de recursos humanos. Nesta entrevista são realizadas algumas perguntas que possuem relação com o questionário preliminar, presente no processo de triagem, a fim de avaliar se, de fato as respostas dadas correspondem à realidade do candidato.

Após a conclusão de todo esse processo, é escolhido o candidato que mais atende às características e necessidades da vaga, e então dá-se início ao processo de contratação. O processo será representado por meio da Figura 17.

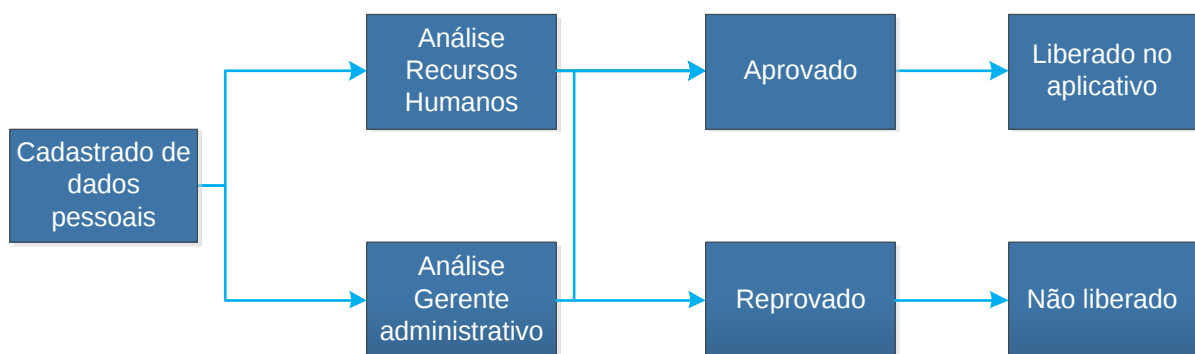
Figura 17: Processo de recrutamento e seleção



Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Já o processo de seleção dos cozinheiros/parceiros começa no cadastro das informações pessoais no aplicativo que então passarão por uma análise da área de Recursos humanos junto com o Gerente administrativo, com o objetivo de alinhar os perfis cadastrados com o da empresa. Em seguida serão liberados para fazer parte dos profissionais que utilizarão o aplicativo. Para melhor entendimento, segue a figura 18.

Figura 18: Seleção de cozinheiros



Fonte: Cook Gourmet, 2018.

6.3 Remuneração

A remuneração dos funcionários será composta pelo salário fixo correspondente ao cargo ocupado, acompanhado dos benefícios de ticket refeição e vale transporte, os quais não variam conforme o cargo.

Na tabela 14 serão apresentados os gastos mensais da empresa com benefícios, considerando 22 dias úteis de trabalho. Por mês, será gasto R\$700,00 com benefícios para cada funcionário, e R\$ 4.200,00 no total.

Tabela 14: Gasto com benefícios

Cargo	Ticket Refeição	Vale Transporte
Gerente Administrativo	R\$ 500,00	R\$ 200,00
Analista Financeiro	R\$ 500,00	R\$ 200,00
Analista de Marketing	R\$ 500,00	R\$ 200,00
Analista de Recursos Humanos	R\$ 500,00	R\$ 200,00
Técnico em Logística	R\$ 500,00	R\$ 200,00
Analista de TI	R\$ 500,00	R\$ 200,00
Total	R\$ 3.000,00	R\$ 1.200,00

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Com base no SINTHORESP⁴⁶, segundo a Cláusula 57ª- Vale alimentação, as empresas que não fornecerem refeições no local de trabalho poderão optar pela concessão de vales-alimentação a seus empregados, cujo valor mensal equivalerá à multiplicação do valor unitário de R\$ 17,90 pela quantidade de dias trabalhados. Com base no sindicato e o local de trabalho a Cook Gourmet disponibilizará para seus funcionários o valor de R\$ 22,73 (que será 22 dias uteis trabalhados dividido

⁴⁶ Disponível em: <http://www.sinthoresp.com.br/site/wp-content/uploads/2015/08/convencao_2015_2017.pdf>. Acessado em 11 de abril de 2018.

por R\$ 500,00), a empresa considera um valor justo por uma refeição na região onde a empresa está localizada.

Na tabela 15 será demonstrada a remuneração da Cook Gourmet, com base na média de salários do mercado referente a cada cargo, segundo informações do site da Catho⁴⁷.

Para a Cook Gourmet não perder seus funcionários para o mercado concorrente, será acrescido nos valores pesquisados, 10% para o Gerente Administrativo e os demais colaboradores, ou seja, 15% acima da média da Catho. O gasto mensal da empresa com salários equivalerá em R\$16.862,51.

Tabela 15: Remuneração dos funcionários

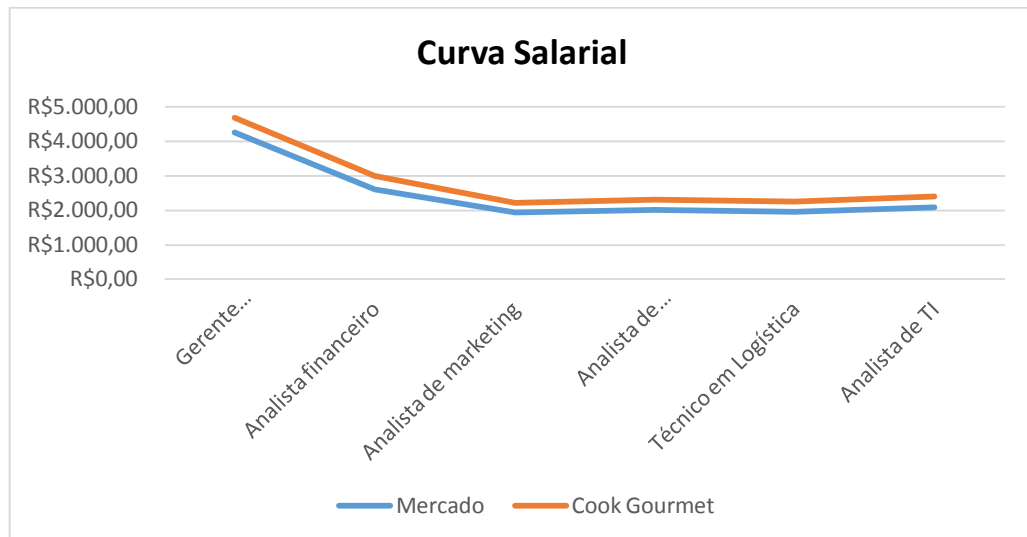
Cargo	Mercado	Cook Gourmet
Gerente administrativo	R\$ 4.256,53	R\$ 4.682,18
Analista financeiro	R\$ 2.607,38	R\$ 2.998,49
Analista de marketing	R\$ 1.930,25	R\$ 2.219,79
Analista de Recursos Humanos	R\$ 2.007,71	R\$ 2.308,87
Técnico em Logística	R\$ 1.959,91	R\$ 2.253,90
Analista de TI	R\$ 2.086,33	R\$ 2.399,28
Total	R\$ 14.848,11	R\$ 16.862,51

Fonte: Catho, 2018.

Baseado nessas informações será possível definir a curva salarial da Cook Gourmet, que terá a remuneração acima do mercado, como demonstrado na figura 19. Com o intuito de atrair e manter bons profissionais, porém tendo em vista que deverá no decorrer de sua evolução investir em mais treinamentos e especializações para os sócios e funcionários.

⁴⁷ Disponível em: <<http://www.catho.com.br/salario/action/site/>>. Acessado em 11 de abril de 2018.

Figura 19: Curva salarial da Cook Gourmet



Fonte: Cook Gourmet, 2018.

6.4 Treinamento e desenvolvimento

O treinamento é um processo de aquisição de conhecimentos e habilidades com o objetivo de proporcionar ao ocupante do cargo, a correta execução de suas tarefas, adequando o mesmo ao trabalho a ser executado. Sabendo que um dos passos mais importantes para sua execução tem início no levantamento de necessidades de treinamento, inicialmente, a Cook Gourmet proporcionará para os funcionários um treinamento de como funcionará o aplicativo, o qual será realizado pelo o técnico em TI e cursos online pertinentes as áreas que cada um irar atuar e de como agregar valor e alavancar o negócio.

Pensando no desenvolvimento de cada um, ao final de cada curso haverá uma avaliação sobre o assunto abordado, que exige no mínimo setenta por cento de acerto para aprovação. E a cada trimestre será realizado um *feedback* para mensuração das habilidades adquiridas e se há alguma necessidade de reformulação ou reforço, além de proporcionar reuniões para esclarecimento de dúvidas entre as áreas.

6.5 Rotatividade e absenteísmo

Por se tratar de uma pequena empresa e parte de seus colaboradores serem seus sócios e todos com o mesmo propósito; buscar um crescimento sólido para empresa. A Cook Gourmet não terá inicialmente despesas significativas nesses itens, porém com a intenção de contribuir para a minimização desses itens com

relação ao funcionário de TI, será fornecido uma ajuda de custo de R\$ 200,00 reais para realização de cursos na área, onde o benefício estará diretamente ligado com a ausência de faltas injustificadas e a permanência do mesmo na empresa.

6.6 Segurança do trabalho

Com o objetivo de preservar a saúde dos funcionários e garantir a segurança da empresa, evitando problemas futuros. A Cook Gourmet se responsabilizará pela a realização do exame admissional e demissional do funcionário, de forma que o mesmo recebera o ASO (atestado de saúde ocupacional), documento que comprova se estará apto a realizar a função na empresa. Da mesma forma o demissional se estará apto ao processo de desligamento.

Baseado nos valores da empresa Trabalho Med⁴⁸ o custo de cada exame no mercado de trabalho e de R\$ 35.00 por funcionário, desta forma a Cook Gourmet terá um gasto de R\$ 70.00 reais por funcionário.

6.7 Estimativa de Gastos

Os gastos com RH serão compostos pelos pagamentos dos funcionários, ajuda de custo para o funcionário de TI, com o intuito de diminuição ou inexistência de absenteísmo e pagamento da Contabilidade. Nas tabelas 16 a 21 pode-se conferir os gastos com pessoal especializado, bem como, na tabela 22 apresenta os valores gastos agrupados na visão mensal, anual e semestral.

Segundo a Lei 7.418/1985⁴⁹ do Vale-Transporte a empresa pode descontar do empregador mensalmente, o valor da parcela equivalente a 6% (seis por cento) do seu salário básico. Nas tabelas 16 a 21 seguir já está descontado o valor de 6% no salário base dos colaboradores.

⁴⁸ Disponível em:< <http://trabalhomed.com.br/tabelas-de-valores/>>. Acessado em março de 2018.

⁴⁹ Disponível em:< http://www.guiatrabalhista.com.br/tematicas/faltas_vt.htm>. Acessado em maio de 2018.

Tabela 16: Salário do Gerente Administrativo

CUSTO DO TRABALHADOR PARA A EMPRESA	
Gerente Administrativo	
SALÁRIO BASE DO FUNCIONÁRIO	R\$ 4.670,18
DESCRIÇÃO	VALORES
Salário Base	R\$ 4.670,18
Férias 1/12 avos	R\$ 389,18
13º Salário 1/12 avos	R\$ 389,18
1/3 sobre Férias	R\$ 129,73
FGTS	R\$ 446,26
Ticket Refeição	R\$ 500,00
Vale Transporte	R\$ 188,00
INSS sobre as férias	R\$ 513,72
INSS sobre 13º	R\$ 513,72
TOTAL	R\$ 7.739,97
CUSTO DE UM FUNCIONÁRIO	
Custo Mensal	R\$ 7.739,97
Custo Semestral	R\$ 46.439,83
Custo Anual	R\$ 92.879,66

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Tabela 17: Salário do Analista Financeiro

CUSTO DO TRABALHADOR PARA A EMPRESA	
Analista Financeiro	
SALÁRIO BASE DO FUNCIONÁRIO	R\$ 2.986,49
DESCRIÇÃO	VALORES
Salário Base	R\$ 2.986,49
Férias 1/12 avos	R\$ 248,87
13º Salário 1/12 avos	R\$ 248,87
1/3 sobre Férias	R\$ 82,96
FGTS	R\$ 285,38
Ticket Refeição	R\$ 500,00
Vale Transporte	R\$ 188,00
INSS sobre as férias	R\$ 328,51
INSS sobre as 13º	R\$ 328,51
TOTAL	R\$ 5.197,60
CUSTO DE UM FUNCIONÁRIO	
Custo Mensal	R\$ 5.197,60
Custo Semestral	R\$ 31.185,60
Custo Anual	R\$ 62.371,20

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Tabela 18: Salário do Analista de Marketing

CUSTO DO TRABALHADOR PARA A EMPRESA	
Analista de Marketing	
SALÁRIO BASE DO FUNCIONÁRIO	R\$ 2.207,79
DESCRIÇÃO	VALORES
Salário Base	R\$ 2.207,79
Férias 1/12 avos	R\$ 183,98
13º Salário 1/12 avos	R\$ 183,98
1/3 sobre Férias	R\$ 61,33
FGTS	R\$ 210,97
Ticket Refeição	R\$ 500,00
Vale Transporte	R\$ 188,00
INSS sobre as férias	R\$ 242,86
INSS sobre 13º	R\$ 242,86
TOTAL	R\$ 4.021,76
CUSTO DE UM FUNCIONÁRIO	
Custo Mensal	R\$ 4.021,76
Custo Semestral	R\$ 24.130,58
Custo Anual	R\$ 48.261,15

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Tabela 19: Salário do Analista de Recursos Humanos

CUSTO DO TRABALHADOR PARA A EMPRESA	
Analista de Recursos Humanos	
SALÁRIO BASE DO FUNCIONÁRIO	R\$ 2.296,87
DESCRIÇÃO	VALORES
Salário Base	R\$ 2.296,87
Férias 1/12 avos	R\$ 191,41
13º Salário 1/12 avos	R\$ 191,41
1/3 sobre Férias	R\$ 63,80
FGTS	R\$ 219,48
Ticket Refeição	R\$ 500,00
Vale Transporte	R\$ 188,00
INSS sobre as férias	R\$ 252,66
INSS sobre as 13º	R\$ 252,66
TOTAL	R\$ 4.156,27
CUSTO DE UM FUNCIONÁRIO	
Custo Mensal	R\$ 4.156,27
Custo Semestral	R\$ 24.937,64
Custo Anual	R\$ 49.875,28

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Tabela 20: Salário do Técnico de Logística

CUSTO DO TRABALHADOR PARA A EMPRESA		
Técnico em Logística		
SALÁRIO BASE DO FUNCIONÁRIO	R\$	2.241,90
DESCRIÇÃO	VALORES	
Salário Base	R\$	2.241,90
Férias 1/12 avos	R\$	186,83
13º Salário 1/12 avos	R\$	186,83
1/3 sobre Férias	R\$	62,28
FGTS	R\$	214,23
Ticket Refeição	R\$	500,00
Vale Transporte	R\$	188,00
INSS sobre as férias	R\$	246,61
INSS sobre 13º	R\$	246,61
TOTAL	R\$	4.073,27
CUSTO DE UM FUNCIONÁRIO		
Custo Mensal	R\$	4.073,27
Custo Semestral	R\$	24.439,61
Custo Anual	R\$	48.879,23

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Tabela 21: Salário analista de TI

CUSTO DO TRABALHADOR PARA A EMPRESA		
Analista de TI		
SALÁRIO BASE DO FUNCIONÁRIO	R\$	2.387,28
DESCRIÇÃO	VALORES	
Salário Base	R\$	2.387,28
Férias 1/12 avos	R\$	198,94
13º Salário 1/12 avos	R\$	198,94
1/3 sobre Férias	R\$	66,31
FGTS	R\$	228,12
Ticket Refeição	R\$	500,00
Vale Transporte	R\$	188,00
INSS sobre as férias	R\$	262,60
INSS sobre 13º	R\$	262,60
TOTAL	R\$	4.292,79
CUSTO DE UM FUNCIONÁRIO		
Custo Mensal	R\$	4.292,79
Custo Semestral	R\$	25.756,76
Custo Anual	R\$	51.513,51

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Na tabela 22 mostrará o valor anual, semestral e mensal que a Cook Gourmet terá com colaboradores e contabilidade.

Tabela 22: Gastos anuais, semestral e mensal

CUSTO	
Custo Mensal	R\$ 29.481,66
Custo Semestral	R\$ 176.890,02
Custo Anual	R\$ 353.780,03
Contabilidade-Mensal	R\$ 980,00
Contabilidade-Semestral	R\$ 5.880,00
Contabilidade-Anual	R\$ 11.760,00

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

6.8 Análise e diagnostico da viabilidade do capital humano na organização:

Baseado⁵⁰ nos conhecimentos de Dutra, (2011) o sucesso de uma empresa não está apenas no que ela faz, mas sim nas pessoas que se envolvem e tem o comprometimento de buscar ferramentas de gestão mais inovadas e tornar a empresa a cada dia que passa diferente das demais, buscando isso de forma justa e na medida do seu tempo.

A administração de recursos humanos abrange o conjunto de técnicas e instrumentos que permitem às organizações atrair, desenvolver e reter seus talentos humanos. As mesmas precisam adequar-se às necessidades humanas, de forma integrada, sejam clientes, proprietários, fornecedores, colaboradores ou dirigentes. O equilíbrio dinâmico entre todas as áreas da empresa e do ambiente passa a ser fundamental, pois as mudanças estão ocorrendo de forma rápida e ágil o que faz com que a organização busque que esteja alinhada com o mercado de trabalho.

Diante disso a área de recursos humanos será fundamental para a Cook Gourmet, visto que seu papel dentro da empresa vai além de fazer entrevistas, selecionar, contratar e demitir pessoas; pois englobará todas as práticas e políticas relacionadas à administração de comportamentos dentro da organização; bem como o gerenciamento e a análise de seleção do cozinheiro, que farão parte do aplicativo.

⁵⁰ Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rae/v33n2/a03v33n2.pdf>>. Acesso em abril de 2018.

CÁPITULO 7: VIABILIDADE FINANCEIRA

7.1 Pressupostos da análise financeira

O primeiro passo para a análise da viabilidade financeira da empresa foi estimar a demanda corrente e futura da empresa e depois disso calcular a previsão de faturamento para os primeiros cinco anos de operação.

Uma parcela de 75% é repassada aos cozinheiros e os outros 25% servem para cobrir os custos variáveis e fixo da empresa.

Para o cálculo dos impostos foi adotado o regime de lucro presumido, de forma que foi adotada uma margem de lucro de acordo com o segmento da empresa e desse lucro é calculado os impostos IRPJ e CSLL, diferente dos impostos PIS, COFINS e ISS que incidem sobre a receita bruta.

7.1.2 Cálculo do investimento pré-operacional

Para calcular o investimento pré-operacional foi necessário o levantamento de todos os gastos para a abertura da empresa, não estão inclusos os gastos que são realizados após a abertura da empresa (por exemplo; água, luz, telefone, internet, despesas com vendas e tributos), conforme a tabela 23.

Tabela 23: Investimento pré-operacional

DESCRIÇÃO	VALOR
LICENÇA DO SOFTWARE	R\$ 480,00
CRIAÇÃO DO APLICATIVO	R\$ 86.000,00
MATERIAIS PARA ESCRITÓRIO	R\$ 33.215,43
ABERTURA E FORMALIZAÇÃO DA EMPRESA	R\$ 200,00
HONORÁRIOS DA CONTABILIDADE	R\$ 100,00
SEGURANÇA DO TRABALHO	R\$ 210,00
ALUGUEL INICIAL	R\$ 2.000,00
TOTAL	R\$ 122.205,43

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

7.1.3 Necessidade de capital de giro e investimento total necessário

Para o cálculo da necessidade de capital de giro, foi levado em conta o fluxo de caixa líquido da empresa no primeiro ano, porque a partir do segundo ano esse fluxo de caixa se torna positivo e não precisa mais do investimento dos sócios.

Para o cálculo do investimento total necessário foi calculada a soma do investimento inicial para a empresa iniciar suas atividades com a necessidade do capital de giro. Na tabela 24 mostra a necessidade de capital de giro e na tabela 25 mostra o total de investimentos necessários.

Tabela 24: Necessidade de capital de giro

	1º ANO
CAPITAL DE GIRO (R\$)	-R\$ 255.209,66

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Tabela 25: Investimento total necessário

	1º ANO
INVESTIMENTO TOTAL (R\$)	-R\$ 377.415,09

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

7.1.4 Estimativa do faturamento mensal para os próximos cinco anos

Na tabela 26 foi calculada a estimativa de faturamento para os próximos cinco anos de acordo com a previsão de quantidade de refeições vendidas elaboradas pelo marketing e o ticket médio é de R\$ 40,00.

Tabela 26: Estimativa de faturamento mensal para os próximos cinco anos

ANO 01						
MÊS	1	2	3	4	5	6
QUANTIDADE DE REFEIÇÕES VENDIDAS	1076	2152	3228	4304	5380	6456
PREÇO MÉDIO POR REFEIÇÃO	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00
FATURAMENTO MENSAL	R\$ 43.040,19	R\$ 86.080,38	R\$ 129.120,58	R\$ 172.160,77	R\$ 215.200,96	R\$ 258.241,15

MÊS	7	8	9	10	11	12
QUANTIDADE DE REFEIÇÕES VENDIDAS	7532	8608	9684	10760	11836	12912
PREÇO MÉDIO POR REFEIÇÃO	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00
FATURAMENTO MENSAL	R\$ 301.281,34	R\$ 344.321,54	R\$ 387.361,73	R\$ 430.401,92	R\$ 473.442,11	R\$ 516.482,30

ANO 02						
MÊS	1	2	3	4	5	6
QUANTIDADE DE REFEIÇÕES VENDIDAS	13988	15064	16140	17216	18292	19368
PREÇO MÉDIO POR REFEIÇÃO	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00
FATURAMENTO MENSAL	R\$ 559.522,50	R\$ 602.562,69	R\$ 645.602,88	R\$ 688.643,07	R\$ 731.683,26	R\$ 774.723,46

MÊS	7	8	9	10	11	12
QUANTIDADE DE REFEIÇÕES VENDIDAS	20444	21520	22596	23672	24748	25824
PREÇO MÉDIO POR REFEIÇÃO	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00
FATURAMENTO MENSAL	R\$ 817.763,65	R\$ 860.803,84	R\$ 903.844,03	R\$ 946.884,22	R\$ 989.924,42	R\$ 1.032.964,61

ANO 03						
MÊS	1	2	3	4	5	6
QUANTIDADE DE REFEIÇÕES VENDIDAS	26900	27976	29052	30128	31204	32280
PREÇO MÉDIO POR REFEIÇÃO	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00
FATURAMENTO MENSAL	R\$ 1.076.004,80	R\$ 1.119.044,99	R\$ 1.162.085,18	R\$ 1.205.125,38	R\$ 1.248.165,57	R\$ 1.291.205,76

MÊS	7	8	9	10	11	12
QUANTIDADE DE REFEIÇÕES VENDIDAS	33356	34432	35508	36584	37660	38736
PREÇO MÉDIO POR REFEIÇÃO	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00
FATURAMENTO MENSAL	R\$ 1.334.245,95	R\$ 1.377.286,14	R\$ 1.420.326,34	R\$ 1.463.366,53	R\$ 1.506.406,72	R\$ 1.549.446,91

ANO 04						
MÊS	1	2	3	4	5	6
QUANTIDADE DE REFEIÇÕES VENDIDAS	39812	40888	41964	43040	44116	45192
PREÇO MÉDIO POR REFEIÇÃO	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00
FATURAMENTO MENSAL	R\$ 1.592.487,10	R\$ 1.635.527,30	R\$ 1.678.567,49	R\$ 1.721.607,68	R\$ 1.764.647,87	R\$ 1.807.688,06

MÊS	7	8	9	10	11	12
QUANTIDADE DE REFEIÇÕES VENDIDAS	46268	47344	48420	49496	50572	51648
PREÇO MÉDIO POR REFEIÇÃO	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00
FATURAMENTO MENSAL	R\$ 1.850.728,26	R\$ 1.893.768,45	R\$ 1.936.808,64	R\$ 1.979.848,83	R\$ 2.022.889,02	R\$ 2.065.929,22

ANO 05						
MÊS	1	2	3	4	5	6
QUANTIDADE DE REFEIÇÕES VENDIDAS	52724	53800	54876	55952	57028	58104
PREÇO MÉDIO POR REFEIÇÃO	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00
FATURAMENTO MENSAL	R\$ 2.108.969,41	R\$ 2.152.009,60	R\$ 2.195.049,79	R\$ 2.238.089,98	R\$ 2.281.130,18	R\$ 2.324.170,37

MÊS	7	8	9	10	11	12
QUANTIDADE DE REFEIÇÕES VENDIDAS	59180	60256	61332	62408	63484	64560
PREÇO MÉDIO POR REFEIÇÃO	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00
FATURAMENTO MENSAL	R\$ 2.367.210,56	R\$ 2.410.250,75	R\$ 2.453.290,94	R\$ 2.496.331,14	R\$ 2.539.371,33	R\$ 2.582.411,52

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

7.1.5 Estimativa mensal dos custos fixos e variáveis para os próximos cinco anos

O cálculo dos custos fixos e variáveis são apresentados na tabela 27 e 28, respectivamente e foram realizados por meio do levantamento de todas despesas operacionais que a empresa teria mensalmente durante os primeiros cinco anos de operação.

Tabela 27: Custos fixos

CUSTOS FIXOS (VALORES MÊS)	R\$
ALUGUEL DO ESCRITÓRIO	R\$ 2.000,00
CONTABILIDADE RAMOS DE QUEIRÓS	R\$ 980,00
SALÁRIOS DOS FUNCIONÁRIOS	R\$ 29.481,66
ÁGUA	R\$ 200,00
LUZ	R\$ 500,00
TELEFONE E INTERNET	R\$ 370,00
MARKETING (FACEBOOK, INSTAGRAM E YOUTUBE)	R\$ 2.960,00
LICENÇA DO PACOTE DO SOFTWARE	R\$ 480,00
TOTAL	R\$ 36.971,66

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Tabela 28: Custos variáveis

CUSTOS VARIÁVEIS (PREÇO MÉDIO DE R\$40,00)	R\$
REPASSE AOS COZINHEIROS (75%)	R\$ 30,00
TAXA DO CARTÃO (2,41%)	R\$ 0,96
EMBALAGEM	R\$ 1,39
TOTAL	R\$ 32,35

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

7.1.6 Demonstrativos de resultados para os próximos cinco anos

O DRE visa apurar o lucro e o prejuízo durante os cinco primeiros anos na empresa, conforme é apresentado na tabela 29.

Tabela 29: Demonstrativo de resultado do exercício

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
RECEITA BRUTA	R\$ 3.357.134,98	R\$ 9.554.922,62	R\$ 15.752.710,27	R\$ 21.950.497,92	R\$ 28.148.285,57
(CUSTO DAS VENDAS)	R\$ 2.517.851,23	R\$ 7.166.191,97	R\$ 11.814.532,70	R\$ 16.462.873,44	R\$ 21.111.214,18
(TAXA DO CARTÃO)	R\$ 80.906,95	R\$ 230.273,64	R\$ 379.640,32	R\$ 529.007,00	R\$ 678.373,68
(CUSTO DAS EMBALAGENS)	R\$ 116.660,44	R\$ 332.033,56	R\$ 547.406,68	R\$ 762.779,80	R\$ 978.152,92
(PIS)	R\$ 21.821,38	R\$ 62.107,00	R\$ 102.392,62	R\$ 142.678,24	R\$ 182.963,86
(COFINS)	R\$ 100.714,05	R\$ 286.647,68	R\$ 472.581,31	R\$ 658.514,94	R\$ 844.448,57
(ISS)	R\$ 67.142,70	R\$ 191.098,45	R\$ 315.054,21	R\$ 439.009,96	R\$ 562.965,71
RESULTADO OPERACIONAL BRUTO	R\$ 452.038,22	R\$ 1.286.570,33	R\$ 2.121.102,44	R\$ 2.955.634,54	R\$ 3.790.166,65
(DESPESAS COM VENDAS ADMINISTRATIVAS)	R\$ 89.880,00	R\$ 89.880,00	R\$ 89.880,00	R\$ 89.880,00	R\$ 89.880,00
(DESPESAS COM PESSOAL)	R\$ 353.779,92	R\$ 353.779,92	R\$ 353.779,92	R\$ 353.779,92	R\$ 353.779,92
LAIR	R\$ 8.378,30	R\$ 842.910,41	R\$ 1.677.442,52	R\$ 2.511.974,62	R\$ 3.346.506,73
(IRPJ)	R\$ 161.142,48	R\$ 458.636,29	R\$ 756.130,09	R\$ 1.053.623,90	R\$ 1.351.117,71
(CSLL)	R\$ 96.685,49	R\$ 275.181,77	R\$ 453.678,06	R\$ 632.174,34	R\$ 810.670,62
LUCRO LÍQUIDO	-R\$ 249.449,66	R\$ 109.092,35	R\$ 467.634,37	R\$ 826.176,38	R\$ 1.184.718,40

Fonte: Cook Gourmet 2018.

Para tornar mais fácil a compreensão da DRE segue uma explicação detalhada de como foi elaborada:

- **Receita bruta:** É o valor total das vendas de refeições.
- **Custo das vendas:** Repasse ao cozinheiro que equivale a 75% da receita bruta.
- **Taxa do cartão:** Taxa que é descontada quando o cliente compra no cartão que equivale a 2,41%.
- **Custo das embalagens:** Embalagem personalizada da “Cook Gourmet” que tem o custo unitário de R\$1,39.
- **PIS:** Imposto que incide sobre a receita bruta, sua alíquota é de 0,65%

- **COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social):** Alíquota de 3% que incide sobre a receita bruta.
- **ISS (imposto sobre serviço):** Imposto que incide sobre a receita bruta e que varia de acordo com o segmento da empresa e o município da empresa. Sua alíquota é de 02% para a cidade de Santo André⁵¹.
- **Despesas com vendas e administrativas:** Estão inclusos os gastos com licença de uso do *software*, escritório de contabilidade, conta de água, luz, internet, telefone, aluguel e os gastos com marketing (Facebook, Instagram e Youtube)
- **Despesas com pessoal:** Todos os gastos com a folha de pagamento.
- **IRPJ (imposto de renda sobre a pessoa jurídica):** A empresa está enquadrada no lucro presumido que incide trimestralmente na alíquota⁵² de 15% sobre a margem de lucro presumida de 32% para o nosso segmento.
- **CSLL (contribuição social sobre o lucro líquido):** Assim como o IRPJ, a CSLL é tributada trimestralmente com a alíquota de 09% sobre a margem de lucro presumida de 32%.

7.1.7 Estimativa do fluxo de caixa futuro para os próximos cinco anos

A estimativa do fluxo de caixa diferente da DRE que leva em conta o regime competência (período em que foi gerada a receita ou despesa), considerou apenas o regime de caixa (período em que o capital efetivamente saiu ou entrou no caixa). No final da tabela 30 há o saldo do período e o saldo acumulado que é a soma do saldo dos meses anteriores com o saldo do mês corrente.

Na linha “tributos” foram somados todos os tributos (PIS, COFINS, ISS, IRPJ).

⁵¹ Disponível em :< <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/lucro-presumido/>>. Acessado em abril de 2018.

⁵² Disponível em :< <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/lucro-presumido/>>. Acessado em abril de 2018.

Tabela 30: Estimativa do fluxo de caixa futuro para os próximos cinco anos

ENTRADAS	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
FATURAMENTO		R\$ 3.357.134,98	R\$ 9.554.922,62	R\$ 15.752.710,27	R\$ 21.950.497,92	R\$ 28.148.285,57
TOTAL DE ENTRADAS	R\$ -	R\$ 3.357.134,98	R\$ 9.554.922,62	R\$ 15.752.710,27	R\$ 21.950.497,92	R\$ 28.148.285,57
SAÍDAS	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
REPASSE AO COZINHEIRO	R\$ -	R\$ 2.517.851,23	R\$ 7.166.191,97	R\$ 11.814.532,70	R\$ 16.462.873,44	R\$ 21.111.214,18
DESPESAS COM PESSOAL	R\$ -	R\$ 353.779,92	R\$ 353.779,92	R\$ 353.779,92	R\$ 353.779,92	R\$ 353.779,92
DESPESAS COM VENDAS E ADMINISTRATIVAS	R\$ 2.100,00	R\$ 89.880,00	R\$ 89.880,00	R\$ 89.880,00	R\$ 89.880,00	R\$ 89.880,00
MATERIAIS DE ESCRITÓRIO E INFORMÁTICA	R\$ 33.215,43	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
criação do aplicativo	R\$ 86.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
LICENÇA DO SOFTWARE	R\$ 480,00	R\$ 5.760,00	R\$ 5.760,00	R\$ 5.760,00	R\$ 5.760,00	R\$ 5.760,00
SEGURANÇA DO TRABALHO	R\$ 210,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
TAXA DO CARTÃO	R\$ -	R\$ 80.906,95	R\$ 230.273,64	R\$ 379.640,32	R\$ 529.007,00	R\$ 678.373,68
EMBALAGENS	R\$ -	R\$ 116.660,44	R\$ 332.033,56	R\$ 547.406,68	R\$ 762.779,80	R\$ 978.152,92
ABERTURA DA EMPRESA	R\$ 200,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
TRIBUTOS	R\$ -	R\$ 447.506,09	R\$ 1.273.671,19	R\$ 2.099.836,28	R\$ 2.926.001,37	R\$ 3.752.166,47
TOTAL DE SAÍDAS	R\$ 122.205,43	R\$ 3.612.344,64	R\$ 9.451.590,27	R\$ 15.290.835,90	R\$ 21.130.081,54	R\$ 26.969.327,17
ENTRADAS - SAÍDAS	-R\$ 122.205,43	-R\$ 255.209,66	R\$ 103.332,35	R\$ 461.874,37	R\$ 820.416,38	R\$ 1.178.958,40
SALDO ACUMULADO	-R\$ 122.205,43	-R\$ 377.415,09	-R\$ 274.082,74	R\$ 187.791,63	R\$ 1.008.208,02	R\$ 2.187.166,42

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

7.1.8 Cálculo e análise dos indicadores de viabilidade financeira

Os indicadores utilizados para análise da viabilidade financeira estão descritos a seguir e são apresentados na tabela 31.

- **Payback descontado:** Indica o período de tempo que os fluxos de caixa líquido levam para igualar o investimento total do projeto. O método escolhido foi o Payback descontado que leva em conta o valor do dinheiro no tempo.
- **VPI:** Calcula a atratividade e a viabilidade do projeto através da soma do valor presente de todos os fluxos de caixa.
- **TIR:** É a taxa que iguala o valor das entradas com o das saídas.
- **Ponto de equilíbrio:** Indica a quantidade de refeições vendidas para que não se tenha mais prejuízo e passe a ter lucro na próxima unidade vendida.

Todas as taxas de descontos utilizadas foram a Selic⁵³ que equivale a 6,50% em 10/05/2018.

Tabela 31: Cálculo e análise dos indicadores de viabilidade financeira

TAXA DE DESCONTO (i) - SELIC 6,50% a.a.	6,50%
PAYBACK DESCONTADO	02 ANOS, 8 MESES E 15 DIAS
VPL	R\$ 1.609.855,03
TIR	77,28%
PONTO DE EQUILÍBRIO (UNIDADES VENDIDAS POR MÊS)	4833

⁵³ Disponível em :< <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/lucro-presumido/>>. Acessado em abril de 2018.

Fonte: Cook Gourmet 2018.

7.2 Análise e diagnóstico da viabilidade financeira

De acordo com os dados expressos no financeiro, o período de recuperação do investimento total do projeto será de dois anos, oito meses e quinze dias de operação, O valor presente líquido que é de R\$ 1.609.855,03 excede o investimento total necessário de R\$ 377.415,09 e a taxa interna de retorno de 77,28% também excede a taxa mínima de atratividade.

É possível observar que todos os nossos indicadores de análise de viabilidade financeira são positivos e o cálculo dos mesmos se baseiam nos dados obtidos em campo através de pesquisa primária e dados de demanda calculados a partir de premissas que foram apresentados pelo Facebook e Instagram.

Considerando que o ponto de equilíbrio são 4.833 refeições vendidas por mês e esse número é atingido no quinto mês do primeiro ano de operação e nossos lucros crescem de forma acelerada após o segundo ano, consideramos que a empresa é viável e atrativa para investidores.

CAPÍTULO 8: VIABILIDADE DO NEGÓCIO

8.1 Análise SWOT da empresa

A análise SWOT é uma ferramenta estratégica fundamental para o planejamento estratégico de uma organização, com ela é possível conhecer, compreender e analisar o negócio, bem como traçar qual o melhor caminho a ser seguido. A figura 20 representa a análise das forças, oportunidades, fraquezas e ameaças da Cook Gourmet, as quais serão tratadas a seguir.

Figura 20: Análise SWOT

Pontos Positivos		Pontos Negativos
Força		Fraquezas
Interno	* Customização das refeições; * Diferenciação do serviço do cozinheiro que poderá ir até a casa do cliente cozinhar. * Programação das Refeições * Trabalhar pesquisa de satisfação e sugestões dos clientes;	* Altos gastos com publicidade e marketing; * Espaço físico limitado; * Quadro de funcionários reduzido;
	Oportunidades	Ameaças
Externo	* Crescimento do mercado do uso de aplicativos para solicitações de refeições; * Atuar na falta de tempo das pessoas, nos dias atuais; * Diversidade de refeições * Qualidade dos serviços.	* Novos Concorrentes; * Pedidos por telefone; * Inovação Tecnológica; * Rotatividade dos Chefes de cozinha.

Fonte: Cook Gourmet, 2018.

Forças: As forças estão relacionadas com as aptidões da empresa. A Cook Gourmet proporcionará para seus clientes refeições customizadas que poderão ser entregues pelo motoboy. Uma das forças é disponibilizar para aqueles que desejam programar as refeições (de acordo com as necessidades do seu dia a dia), as opções de pacotes promocionais e a opção de ter os serviços de um chefe de cozinha na sua casa para preparar seu cardápio, além da atuação nas pesquisas de satisfação e sugestões dos clientes para garantir melhorias na atuação.

Oportunidades: As oportunidades se referem principalmente às possibilidades de atuação da Cook Gourmet nesse segmento e ocorrem, em geral: diante do crescimento do mercado e conforme pesquisas citadas neste trabalho, e mediante a falta de tempo das pessoas nos dias atuais, surge uma necessidade por parte das pessoas em se alimentar melhor, dispondo de mais tempo livre para vivenciar momentos diversos da vida, ou seguir uma dieta e até mesmo, pelo fato de não saber ou não gostar de cozinhar. A empresa estará preocupada em oferecer diversidade de cardápios que vai agradar diferentes paladares, servidos com cuidado, prezando a qualidade dos serviços envolvidos.

Fraquezas: Por ser uma empresa que está se integrando no mercado, incorrerão altos gastos na área de marketing e publicidade, A parte administrativa começará com espaço físico e o quadro de funcionários reduzido, mas manterá o monitoramento para que esses fatores não tragam prejuízos, tendo em vista, no decorrer dos anos, seu crescimento e estabilidade no mercado.

Ameaças: As ameaças à Cook Gourmet estão relacionadas aos concorrentes, que oferecem serviços semelhantes; à revolução da tecnologia, que proporciona várias formas de atender a mesma necessidade o que traz grandes possibilidades de novos entrantes e ao meio mais comum de fazer pedidos, que é pelo telefone e poderá dificultar o processo de pedidos, bem como a adesão e adaptação dos chefes de cozinha, que trabalharão em um diferente modelo de negócios.

8.2 Plano de Ação

Ter um plano de ação é fundamental para um melhor planejamento de trabalho e auxílio para o atingimento do resultado desejado. Após concluído todo o plano de negócios, o próximo passo da Cook Gourmet será colocá-lo em prática para atingir seu objetivo: atuar no mercado visando crescimento e estabilidade financeira. Para isso será necessário realizar as seguintes atividades:

- A formalização do negócio é o primeiro passo para o início das atividades empresariais, a qual envolve registro, inscrições, licenças e alvarás necessários;

- Programação das despesas com aluguel e honorários da contabilidade que auxiliará nos processos legais, esses são gastos que a empresa terá antes mesmo de iniciar suas atividades;
- Criação do aplicativo, realização dos testes para validação do seu funcionamento;
- Investimento em marketing, divulgação para lançamento do aplicativo em página de internet e redes sociais;
- Planejamento por parte empresa para garantir uma melhora contínua dos processos internos e relacionamento com os clientes.

Consequentemente a realização dessas atividades gerarão custos para empresa. Segundo o Sebrae⁵⁴, o custo para abrir, formalizar uma empresa pode chegar a R\$ 200,00. Com base em dados deste trabalho a Cook Gourmet incorrerá com as despesas de aluguel R\$ 2.000,00 (tabela 4), gasto com honorários da contabilidade R\$100,00, criação do aplicativo R\$86.000,00 (item 4.8) e os gastos em marketing totalizam em R\$2.960,00 que será composto por a divulgação no Facebook R\$ 1.000,00, Instagram R\$ 1.000,00 e Youtube R\$ 960,00.

Para melhor acompanhamento e entendimento do plano de ação a empresa adotará a metodologia 5W2H (disponível no Apêndice 3) que é uma ferramenta simples, porém essencial para auxiliar administradores no planejamento e execução das atividades de uma organização.

8.3 Considerações finais sobre o negócio

Em análise de conteúdo apresentado é possível identificar que a Cook Gourmet estará amplamente ligada a um segmento de mercado crescente. Tendo em vista o seu ingresso e continuidade nesse mercado se empenhará constantemente para entender como suas ações influenciarão o futuro da organização e o quanto os fatores externos impactam nos processos decisórios. Buscará continuamente compreender seu público, bem como reagir às constantes mudanças de mercado, aplicando senso crítico quanto às políticas aplicadas visando sempre a excelência.

Para isso a empresa contará com estratégias, planos de marketing, publicidade e KPI's eficientes que direcionará o negócio, a fim de garantir a viabilidade operacional. Com relação ao planejamento estratégico ficam claros os

⁵⁴ Disponível em :< <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tire-suas-duvidas-praticas-antes-de-abrir-sua-microempresa,fd881fe0c92e4510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acessado 29 de Abril de 2018.

objetivos e a definição de onde a empresa quer chegar e como quer chegar, destinando e alinhando seus colaboradores e parceiros com a proposta de valor do negócio.

O gerenciamento dessas estratégias aplicadas no contexto financeiro guiará o controle e monitoramento dos indicadores que se tornarão favoráveis ao longo do tempo, provando sua viabilidade financeira.

Para finalizar, com base em análise de toda estrutura do negócio e dados da pesquisa primária realizada em março de 2018, é possível concluir que existe mercado e grandes possibilidades de crescimento da Cook Gourmet nesse segmento, fazendo com que seu investimento seja válido.

REFERÊNCIAS

- CAXITO, Fabiano. **Produção: Fundamentos e processos**. Curitiba: IESDE Brasil S.A 2009.
- DUTRA, J. S. **Gestão de pessoas: modelos, processos, tendências e perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2011.
- GITMAN , LAWRENCE J. **Princípios de Administração Financeira**. São Paulo, SP. 10. Edição.
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- SOLOMOM, R.M. **O comportamento do consumidor**. Comprando, Possuindo e Sendo. 5. Ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2002
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.
- KRAJEWSKI, L.; RITZMAN, L.; MALHOTRA, M. **Administração da Produção e Operações**. 8. ed. São Paulo: Pearson, 2009.
- MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MANKIW, G. N. **Introdução à Economia**. 5. ed. São Paulo: Cengage, 2009.
- OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation**. Hoboken: Wiley & Sons, 2010.
- PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

ANEXO A: Pesquisa Cook Gourmet

1-Você costuma pedir comida por aplicativos?

- Não utilizo aplicativo
- 1 vez ao mês
- 2 a 4 vezes ao mês
- 5 a 7 vezes ao mês
- 8 a 10 vezes ao mês
- Mais de 10 vezes no mês

2-Em quais ocasiões abaixo você solicita o serviço de entrega de comida? Classifique de 1 a 5 a frequência de seus pedidos Delivery, sendo 1 nunca e 5 Sempre.

- Durante a semana quando estou fora de casa. (1-2-3-4-5)
- De final de semana. (1-2-3-4-5)
- Quando me reúno com os amigos. (1-2-3-4-5)
- Em feriados. (1-2-3-4-5)
- Em ocasiões especiais. (1-2-3-4-5)

3-Como são feitas suas refeições no almoço? Classifique de 1 a 5 de acordo com a frequência de suas refeições, sendo 1 nunca e 5 sempre.

- Almoço em restaurantes. (1-2-3-4-5)
- Faço minhas refeições em casa. (1-2-3-4-5)
- Preparo minhas refeições, faço marmita e levo para o trabalho/escola. (1-2-3-4-5)
- Peço comida por meio de entrega em casa. (1-2-3-4-5)
- Peço comida por meio de entrega no trabalho. (1-2-3-4-5)

4-Como são feitas suas refeições no jantar? Classifique de 1 a 5 de acordo com a frequência de suas refeições, sendo 1 nunca e 5 sempre.

- Janto em restaurantes. (1-2-3-4-5)
- Faço minhas refeições em casa. (1-2-3-4-5)
- Preparo minhas refeições, faço marmita e levo para o trabalho/escola. (1-2-3-4-5)
- Peço comida por meio de entrega em casa. (1-2-3-4-5)
- Peço comidas por meio de entrega no trabalho. (1-2-3-4-5)

5-Você costuma programar cardápios de refeições durante a semana? Classifique de 1 a 5 de acordo com a frequência de suas programações, sendo 1 Nunca e 5 Sempre.

Nunca (1-2-3-4-5) Sempre

6-Gostaria de programar suas refeições por um aplicativo? Caso negativo qual o motivo? Justifique sua resposta.

7-Você gostaria que um Chefe de cozinha fosse até sua casa preparar suas refeições semanais? (Seja para seguir uma dieta, uma alimentação saudável ou facilitar seu dia a dia). Classifique de 1 a 5 de acordo com sua opinião, sendo 1 Não e 5 Sim.

Não (1-2-3-4-5) Sim

8-Qual o valor que você acha justo pagar por uma refeição completa que seja parte de um cardápio customizado para sua necessidade e entregue onde desejar?

- Entre R\$20,00 e R\$30,00
- Entre R\$31,00 e R\$40,00
- Entre R\$41,00 a R\$50,00
- Entre R\$51,00 a R\$60,00
- Mais de R\$60,00

9-Qual é seu gênero?

- Feminino
- Masculino
- Outros

10-Em que ano que você nasceu? _____

11-Qual a cidade que você mora?

- São Paulo
- São Bernardo do Campo
- Santo André
- Outros

12-Qual a sua renda mensal, aproximadamente?

- Até R\$ 1.000,00
- De R\$ 1.000,01 até R\$ 3.000,00
- De R\$ 3.000,01 até R\$ 6.000,00
- De R\$ 6.000,01 até 9.000,00
- Mais de R\$ 9.000,00

APÊNDICE 1: Currículo completo dos sócios da Cook Gourmet

1.1 Flávia Larissa Ferreira dos Santos

FLÁVIA LARISSA FERREIRA DOS SANTOS

Brasileira, Solteira, 29 Anos.
Rua das Camélias, 138 – Vila Marina–Santo André–SP
(11) 37050406 / (11) 952995621
flavialarissa80@yahoo.com.br

FORMAÇÃO ACADÊMICA

Graduação em Administração de Empresas – conclusão em 06/2018
Escola Superior de Administração e Gestão - STRONG

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

MSX Internacional – Atual

Assistente Financeiro Junior: Atuo no setor financeiro, sou responsável pelas atividades das contas a receber focado na área de reembolso dos funcionários, recebimentos de RDV's relatórios de despesa, responsável por analisar e aprovar despesas para pagamento, suporte direto à presidência e gestores.

Castrol

Analista de Treinamento: 27/04/2015 – 27/05/2017

Era responsável em fazer logística para treinamentos da empresa Castrol e atuava como terceira na empresa HCD Consultoria.

HCD Consultoria

Estagiária de Auxiliar Administrativo: 03/11/2014 – 24/04/2015

Era responsável pelo portal de treinamento, desenvolvimento e atualizações de conteúdo, controles financeiros e auxílio nos demais departamentos.

CURSOS EXTRACURRICULARES

Comportamento e Excelência- (Ensino Superior de Administração e Gestão) – 2017;

Gestão do Tempo- (Ensino Superior de Administração e Gestão) - 2017;

Certificado de inclusão do sistema JDE- (MSX Internacional) – 2014;

Certificado de participação e treinamento de certificado digital – 2012;

Curso de Capacitação Auxiliar Administrativo – (Casa Lions da Adolescente de Santo André) – (2005)

Idiomas:

Inglês Básico e Espanhol Intermediário

Informática;

Pacote Office, Sistema Dimep, Microsiga, Oracle JDE.

1.2 Jessica Nascimento dos Santos

JESSICA NASCIMENTO SANTOS

Brasileira, solteira, 22 Anos.
Rua Alberto Ramos, 130 –São Paulo – SP, Brasil
Tel.: (11) 94010-6045
je06nascimento@gmail.com

FORMAÇÃO ACADÊMICA

Graduação em Administração de Empresas

Escola Superior de Administração e Gestão – ESAGS –FGV| conclusão: em 12/2018

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Verissimo e Santos LTDA 01/2017- Atual

Exerço a função de Assistente Administrativo sou responsável pelo fechamento de caixa e conferência de estoque. Gerenciamento de escala de funcionários. Controle e organização de estoque de produtos e materiais. Suporte a área financeira e da contabilidade, com realização de pagamento de funcionários, conferência de contas a pagar/receber e envio/ recebimento de malotes. Atualização e inclusão de informações no sistema Klip. Recebimento de chamadas telefônicas e e-mails.

Minimercado Bandeira

Assistente Administrativo: 01/2015- 07/2016

Participava de reuniões com clientes e fornecedores. Responsável pelo fechamento de caixa. Suporte a área financeira, com conferência de contas a pagar e receber, folha de pagamento de funcionários e controle de malotes da contabilidade. Conferência de estoque. Gerenciamento da escala de funcionários. Controle de mercadorias e estoque. Atualização e inclusão de informações no sistema interno, verificação de e-mails, correspondências e atendimento telefônico.

CURSOS EXTRACURRICULARES

Inglês- Intermediário (cursando na escola de Idiomas CNA)

Trabalhos voluntários: Lar Santo Antônio, 2013

Curso de Pacote Office Avançado (Impacta Treinamentos)

1.3 Marcio José da Rita

Marcio José da Rita
Brasileiro, solteiro, 34 Anos.
Rua Tóquio, 702–Santo André– SP, Brasil
Tel.: (11) 97439-3777
marciodarita@outlook.com

FORMAÇÃO ACADÊMICA

Graduação em Administração de Empresas

Escola Superior de Administração e Gestão – ESAGS –FGV| conclusão: em 12/2018

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Souza Cruz LTDA

Vendedor Externo: 06/2017-01/2018

Exercia as seguintes atividades: Venda de produtos, tais como: Clipper, Diageo, P&G, Perfetti e Red Bull em Adegas, mercados e conveniências; abastecimento, controle de validade e merchandising nos pontos de venda; fidelização e ampliação da carteira de clientes.

Itaipava - Grupo Petrópolis

Vendedor Externo: 06/2015-11/2016

Realizava as seguintes atividades: Venda de bebidas em bares, adegas, mercados e conveniências; abastecimento, controle de validade e merchandising nos pontos de venda; fidelização e ampliação da carteira de clientes.

Strong Consultoria Educacional LTDA-FGV

Auxiliar Administrativo e Assistente Comercial: 08/2005 a 01/2010

Atuava na área comercial dos cursos Pós-graduação, Pós-Graduação MBA's, módulos internacionais e cursos de curta duração; prospecção de alunos; representação para venda de cursos MBA corporativo em empresas de grande porte; implantação do sistema de gestão de provas FGV; auxílio à supervisão; atuação em atividades administrativas da secretaria acadêmica, dos cursos de Graduação e Pós Graduação; divulgação da instituição em feiras e eventos de educação além do apoio às aulas (verificação de recursos e auxílio na projeção de aulas para professores e coordenadores).

CURSOS EXTRACURRICULARES

Fundação Getúlio Vargas – CADEMP:

Conhecendo a HP 12C – 12 horas/aula;

Técnicas em Vendas – 24 horas/aula;

Negociação – 24 horas/aula.

Curso de idioma

Inglês 1º semestre / Nível Básico – ECC.

Domínio:

Windows, Pacote Office e Internet.

1.4 Solange Riselda de Souza Oliveira

SOLANGE RISELDA DE SOUSA OLIVEIRA

Brasileira, Casada, 22 Anos.

Rua Pinto Aleixo, 125 – Parque Gerassi II – Santo André – SP

(11) 4451-0981 // (11) 95300-6992

solsousa93@gmail.com

FORMAÇÃO ACADÊMICA

Graduação em Administração de Empresas

Escola Superior de Administração e Gestão – ESAGS –FGV| conclusão: em 06/2018

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Itaú Unibanco S.A 04/10/2106– Atual

Exerço a função de caixa, prestando atendimento ao público auxiliando em diversas solicitações de movimentação financeira e bancária como: processamento de títulos e cheques, realização de depósitos e transferências eletrônicas. Além de apoiar as atividades de tesouraria, procedendo conferências e controles conforme procedimentos constantes nos manuais da instituição

Tim Celular S.A

Consultora de Relacionamento Pleno: 07/01/2013- 05/02/2016

Prestava atendimento a clientes corporativos, auxiliava em alguns serviços principais como cancelamento de contrato, vendas, ativação/desativação de serviços entre outros.

Lojas Armazém Paraíba

Vendedora- 01/06/2011 – 18/06/2012

Exercia a função de atendimento ao cliente, vendas, organização de loja e auxílio na escolha das novas coleções.

CURSOS EXTRACURRICULARES

Senac

Noções de Contabilidade para não Contadores

Duração: 30 horas

Olimpíada Brasileira de Astronomia e Astronáutica

Participação por duas vezes nos anos de 2007 e 2009, onde fui classificada para a segunda fase.

Ciec – Coordenação de Integração Escola e Comunidade

Curso: Enfermagem Domiciliar, Agente de Saúde, Promotor e Técnico de Vendas, Assistente Jurídico e Balconista.

Período: setembro de 2008 à março de 2009

Projovem Adolescente Serviço Socioeducativo

Onde desenvolvi atividades nas áreas de convivência social, participação cidadã e formação técnica geral.

Período: 27/08/2010 à 01/01/2012

Informática

Conhecimento em Pacote Office e Internet.

1.5 Thiago Carvalho de Lima

THIAGO CARVALHO DE LIMA

Brasileira, Casado, 28 Anos.

Rua Tomé de Souza, 81–apto 181, centro, são Bernardo do campo– SP

(11) 97335-3288

thiagocarvalhodelima@outlook.com.br

FORMAÇÃO ACADÊMICA

Graduação em Administração de Empresas – conclusão em 06/2018

Escola Superior de Administração e Gestão - STRONG

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Confortale colchoes- Atual

Sócio administrador: sou responsável por todo o andamento do negócio, as principais atividades são: a realização de planejamento, organização, direção, gerenciamento de funcionários, acompanhamento e controle em geral

Probel / Night day colchoes

Departamento de compras e marketing: 2008-2016

Exercia as seguintes atividades: determinava que o quanto e quando comprar, Prospecção, seleção e avaliação da capacidade técnica e de preço dos fornecedores, Cotação de preços, Fechamento do Pedido, Acompanhamento, monitoramento e avaliação de todo o ciclo de compras.

CURSOS EXTRACURRICULARES

Imersão em mercado financeiro-fundação estudar.

Idioma:

Cultura inglesa: Inglês avançado

Informática:

Excel avançado-digicad

APÊNDICE 2: Previsão de Demanda para 5 anos

ANO 1

Demanda Futura Ano 1															
Custo mensal:	R\$	2.000,00	Facebook/Instagr	Total ano	R\$	24.000,00									
Mês				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Estimativa de alcance mensal				82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000
Cliques no link				1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445
Visulização/Interesse		25%		361	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361
Download		64%		231	462	694	925	1156	1387	1618	1850	2081	2312	2543	2774
Valor refeição		R\$	40,00												
Não utiliza		23,9%													
Ocasional	1 vez ao mês	10,4%		24	48	72	96	120	144	168	192	216	240	264	289
Frequente Baixo	De 2 a 4 vezes ao mês	14,9%		34	69	103	138	172	207	241	276	310	344	379	413
Frequente Alto	De 5 a 7 vezes ao mês	10,4%		24	48	72	96	120	144	168	192	216	240	264	289
Viciado	De 8 a 10 vezes no mês	14,9%		34	69	103	138	172	207	241	276	310	344	379	413
Totalmente viciado	Mais de 10 vezes	25,4%		59	117	176	235	294	352	411	470	529	587	646	705
Total de embalagens				1076	2152	3228	4304	5380	6456	7532	8608	9684	10760	11836	12912
Valor total de refeições				R\$ 43.040,19	R\$ 86.080,38	R\$ 129.120,58	R\$ 172.160,77	R\$ 215.200,96	R\$ 258.241,15	R\$ 301.281,34	R\$ 344.321,54	R\$ 387.361,73	R\$ 430.401,92	R\$ 473.442,11	R\$ 516.482,30
Ficamos com 25% do valor				R\$ 10.760,05	R\$ 21.520,10	R\$ 32.280,14	R\$ 43.040,19	R\$ 53.800,24	R\$ 64.560,29	R\$ 75.320,34	R\$ 86.080,38	R\$ 96.840,43	R\$ 107.600,48	R\$ 118.360,53	R\$ 129.120,58
Total Clientes primeiro ano				18034											
Total receita		R\$	3.357.134,98												
Receita Cook Gourmet 25%		R\$	839.283,74												
Total de embalagens			83928												

ANO 2

Demanda Futura Ano 2														
Custo mensal:	R\$	2.000,00	Total ano	R\$	24.000,00									
Mês			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Estimativa de alcance mensal			82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000
Cliques no link			1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445
Visualização/Interesse	25%		361	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361
Download	64%		3006	3237	3468	3699	3930	4162	4393	4624	4855	5086	5318	5549
Valor refeição	R\$	40,00												
Não utiliza		23,9%												
Ocasional	1 vez ao mês	10,4%	313	337	361	385	409	433	457	481	505	529	553	577
Frequente Baixo	De 2 a 4 vezes ao mês	14,9%	448	482	517	551	586	620	655	689	723	758	792	827
Frequente Alto	De 5 a 7 vezes ao mês	10,4%	313	337	361	385	409	433	457	481	505	529	553	577
Viciado	De 8 a 10 vezes no mês	14,9%	448	482	517	551	586	620	655	689	723	758	792	827
Totalmente viciado	Mais de 10 vezes	25,4%	763	822	881	940	998	1057	1116	1174	1233	1292	1351	1409
Total de embalagens			13988	15064	16140	17216	18292	19368	20444	21520	22596	23672	24748	25824
Valor total de refeições			##### R\$	602.562,69	#####	#####	R\$731.683,26	#####	R\$817.763,65	#####	#####	#####	#####	R\$ 1.032.964,61
Ficamos com 25% do valor			R\$139.880,62	R\$ 150.640,67	R\$ 161.400,72	R\$ 172.160,77	R\$182.920,82	R\$193.680,86	R\$204.440,91	R\$215.200,96	R\$ 225.961,01	R\$236.721,06	R\$ 247.481,10	R\$ 258.241,15
Total Clientes segundo ano			51326											
Total receita	R\$	9.554.922,62												
Receita Cook Gourmet 25%	R\$	2.388.730,66												
Total de embalagens		238873												

ANO 3

Demanda Futura Ano 3														
Custo mensal:	R\$	2.000,00	Total ano	R\$	24.000,00									
Mês			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Estimativa de alcance mensal			82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000	82000
Cliques no link			1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445	1445
Visualização/Interesse	25%		361	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361
Download	64%		5780	6011	6242	6474	6705	6936	7167	7398	7630	7861	8092	8323
Valor refeição	R\$	40,00												
Não utiliza		23,9%												
Ocasional	1 vez ao mês	10,4%	601	625	649	673	697	721	745	769	793	818	842	866
Frequente Baixo	De 2 a 4 vezes ao mês	14,9%	861	896	930	965	999	1033	1068	1102	1137	1171	1206	1240
Frequente Alto	De 5 a 7 vezes ao mês	10,4%	601	625	649	673	697	721	745	769	793	818	842	866
Viciado	De 8 a 10 vezes no mês	14,9%	861	896	930	965	999	1033	1068	1102	1137	1171	1206	1240
Totalmente viciado	Mais de 10 vezes	25,4%	1468	1527	1586	1644	1703	1762	1820	1879	1938	1997	2055	2114
Total de embalagens			26900	27976	29052	30128	31204	32280	33356	34432	35508	36584	37660	38736
Valor total de refeições			R\$1.076.004,80	R\$ 1.119.044,99	R\$ 1.162.085,18	R\$ 1.205.125,38	R\$ 1.248.165,57	R\$ 1.291.205,76	R\$1.334.245,95	R\$ 1.377.286,14	R\$1.420.326,34	R\$1.463.366,53	R\$1.506.406,72	R\$ 1.549.446,91
Ficamos com 25% do valor			R\$ 269.001,20	R\$ 279.761,25	R\$ 290.521,30	R\$ 301.281,34	R\$ 312.041,39	R\$ 322.801,44	R\$ 333.561,49	R\$ 344.321,54	R\$ 355.081,58	R\$ 365.841,63	R\$ 376.601,68	R\$ 387.361,73
Total Clientes terceiro ano			84619											
Total receita		R\$	15.752.710,27											
Receita Cook Gourmet 25%		R\$	3.938.177,57											
Total de embalagens			393818											

ANO 4

[illegible]

ANO 5

[illegible]

APÊNDICE 3: Ferramenta de Gerenciamento de Ação 5W2H

Ferramenta de Gerenciamento: Plano de Ação - 5W2H				
Cook Gourmet		Aplicativo que oferecerá comidas customizadas, opção de programação das refeições de acordo com a necessidade dos clientes..		
Objetivo		Descrição das atividades a serem realizadas		
Após concluído todo o plano de negócio, o próximo passo será colocá-lo em prática para atingir seu objetivo: atuar no mercado visando crescimento e estabilidade financeira.		1- A formalização do negócio é o primeiro passo para o início das atividades empresariais, a qual envolve registro, inscrições, licenças e alvarás necessários; 2- Programação das despesas com aluguel e honorários da contabilidade que auxiliará nesses processos. Esses são gastos que a empresa terá antes mesmo de iniciar suas atividades; 3- Criação do aplicativo, realização dos testes para validação do seu funcionamento; 4- Investimento em marketing, divulgação para lançamento do aplicativo em página de internet e redes sociais; 5- Planejamento contínuo por parte da empresa para garantir melhora contínua dos processos internos e relacionamento com os clientes.		
O que fazer (What)	Quem (Who)	Onde (Where)	Porque (Why)	Quanto custa (How much)
1- Providenciar documentações para dar início ao processo. 2- Sabendo desses gastos, fazer o monitoramento para não sair do controle. 3- Entrar em contato com a empresa que criará o aplicativo. 4- Após o aplicativo pronto, começar a divulgação. 5- Todas as áreas da empresa deverão seguir o plano de negócio criado, tendo em mente seus valores e objetivos.	1- A contabilidade da empresa. 2- Os sócios com o auxílio da contabilidade. 3- O gerente administrativo. 4- A área de marketing. 5- Administração, marketing, recursos humanos, logística, TI e financeiro.	A empresa terá uma estrutura física situada na cidade de Santo André SP, na qual será desenvolvido o aplicativo e todo o plano de negócio.	A Cook Gourmet deseja o quanto antes estar atuando e atendendo no mercado o qual proporcionará possibilidades e também grandes desafios. A empresa estará estruturada e pronta para transformar-se em oportunidades de melhoria e crescimento.	1- R\$200,00. 2- R\$ 2.000,00 com aluguel e R\$100,00 com honorários da contabilidade. 3- R\$86.000,00 4- R\$2960,00 5- Não gerará custo além do já contabilizado pela empresa.