

STRONG ESAGS – ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO

Fabiane Ferreira da Silva
Gabriela Lima Sarraff
Nadjla Bisi dos Santos
Patrícia Valêska Casimiro Pereira
Priscila Geanie Pozenato
Renato Vinicius Finetto

MINHA CANTINA

SANTO ANDRÉ
2018

Fabiane Ferreira da Silva
Gabriela Lima Sarraff
Nadjla Bisi dos Santos
Patrícia Valêska Casimiro Pereira
Priscila Geanie Pozenato
Renato Vinicius Finetto

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 Pinto
Villas Boas

SANTO ANDRÉ
2018

FOTO DOS AUTORES

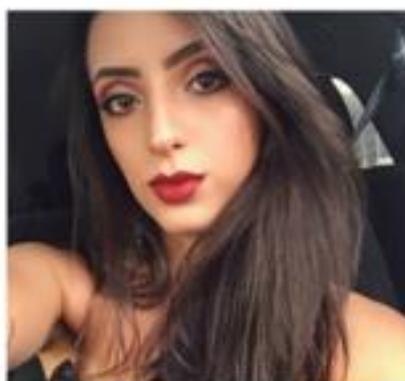
Fabiane Ferreira da Silva



Gabriela Lima Sarraff



Nadja Bisi dos Santos



Patrícia Valêska Casimiro Pereira



Priscila Geanie Pozenato



Renato Vinicius Finetto

Fabiane Ferreira da Silva
Gabriela Lima Sarraff
Nadjla Bisi dos Santos
Patrícia Valêska Casimiro Pereira
Priscila Geanie Pozenato
Renato Vinicius Finetto

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.

Aprovado em _/_/_

BANCA EXAMINADORA

Profº Eduardo Vilas Boas (Orientador)

Profº Danielle Lima (Examinador)

Profº Robinson Romão (Examinador)

Dedicamos este trabalho aos nossos familiares, amigos e professores, que foram essenciais para o desenvolvimento e conclusão deste.

AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de agradecer a todas as pessoas que colaboraram para que nós pudéssemos alcançar mais esse objetivo em nossas vidas.

Aos professores, coordenadores e, em especial ao nosso orientador, que muito acrescentou em nossa formação acadêmica e humana.

Aos amigos e colegas do curso, que de forma direta ou indireta nos ajudaram e caminharam conosco até aqui.

Gostaríamos de registrar também o nosso reconhecimento aos familiares, pois acreditamos que sem o apoio deles seria muito difícil vencermos esse desafio.

“A maior recompensa para o trabalho do homem não é o que ele ganha com isso, mas o que ele se torna com isso”

John Ruskin

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo elaborar um plano de negócios a fim de analisar a viabilidade do empreendimento Minha Cantina. Situada na região do Grande ABC, e tendo essa localidade como mercado-alvo, a empresa atuará no ramo da tecnologia, oferecendo um serviço de aplicativo para cantinas, lanchonetes e restaurantes de instituições de ensino com o objetivo de melhorar o atendimento ao cliente, tornar mais ágil e prático a realização de pedidos e reduzir o tempo de filas de espera. Para desenvolver o projeto, foram aplicadas técnicas e práticas interdisciplinares dos conceitos aprendidos durante a graduação. O plano de negócios desenvolvido abrange todas as etapas de um projeto, desde a ideia inicial, análise da viabilidade operacional, de marketing, de recursos humanos e financeiros, por meio da análise das expectativas futuras do empreendimento. É possível verificar um mercado com uma demanda ainda não explorada e um negócio com excelente potencial de sucesso.

Palavras-chave: Minha Cantina, aplicativo, plano de negócios.

ABSTRACT

The purpose of this work is to create a business plan that analyzes the viability of the enterprise Minha Cantina. It is located in the Grande ABC region, and since this is the target market, the enterprise will operate in the field of technology by providing an app for canteens, snack bars and restaurants of educational institutions, in order to make orders quicker and more practical as well as to reduce waiting time. Several interdisciplinary techniques and practices of the concepts explained during the bachelor course have been used to develop the project. This business plan comprises all steps of a project, such as the initial idea, the operational viability analysis, marketing, human resources and finance. Based on the examination of future expectations of the enterprise, it is possible to find a market with a demand that has not been explored yet and that presents excellent potential for success.

Keywords: Minha Cantina, app, business plan.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Business Model Canvas Minha Cantina	19
Figura 2: Cadeia de Valor	42
Figura 3: Balanced Scorecard (BSC)	43
Figura 4: Fluxograma	46
Figura 5: Layout Físico	47
Figura 6: Layout do aplicativo	48
Figura 7: Matriz BCG	56
Figura 8: Publicidade Minha Cantina	58
Figura 9: Logo do aplicativo Minha Cantina	59
Figura 10: Fluxograma do aplicativo	60
Figura 11: Estratégias genéricas de Michael Porter	61
Figura 12: Organograma	70
Figura 13: Análise SWOT Minha Cantina	84
Figura 14: 5W2H Minha Cantina	86

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Análise de dados das cantinas	36
Gráfico 2: Análise de receita média x quantidade de alunos	36
Gráfico 3: Frequência dos usuários as cantinas de instituições de ensino	37
Gráfico 4: Frequência de consumo	37
Gráfico 5: Produtos mais vendidos na cantina	38
Gráfico 6: Índice de cancelamento	39
Gráfico 7: Formas de pagamentos mais utilizadas	39
Gráfico 8: Adesão ao aplicativo	40
Gráfico 9: Valor adicional do aplicativo	40
Gráfico 10: Índice de utilidade do aplicativo	41

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Relação de taxa por empresa	32
Tabela 2: Estimativa de investimentos pré-operacionais	53
Tabela 3: Gastos operacionais	54
Tabela 4: Quantidade de downloads no primeiro ano	62
Tabela 5: Downloads dos 4 anos	63
Tabela 6: Faturamento do primeiro ano	64
Tabela 7: Faturamento dos próximos 4 anos	Erro! Indicador não definido.
Tabela 8: Estimativa de gastos com publicidade em 2019	67
Tabela 9: Projeção de gastos com publicidade até 2023	67
Tabela 10: Salários	73
Tabela 11: Benefícios	73
Tabela 12: Custos com folha de pagamento	74
Tabela 13: Custos Fixos	78
Tabela 14: Despesas fixas	78
Tabela 15: Demonstrativo de Resultado (DRE)	79
Tabela 16: Fluxo de caixa	80
Tabela 17: Payback simples	81
Tabela 18: VPL	81
Tabela 19: TIR	82
Tabela 20: Ponto de equilíbrio	82

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

NPS	Net Promoter Score
BSC	Balanced Score Card
KPI	Key Performance Indicator
MVP	Produto Mínimo Viável
VPL	Valor Presente Líquido
TIR	Taxa Interna de Retorno
TMA	Taxa Mínima de Atratividade
DRE	Demonstrativo do Resultado do Exercício

SUMÁRIO

1. CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO	18
1.1 Business Model Canvas.....	18
1.2 Proposta de valor.....	19
1.3 Segmento de mercado.....	20
1.4 Canais de distribuição.....	20
1.5 Relacionamento com consumidores	20
1.6 Fonte de Receita	20
1.7 Recursos principais	21
1.8 Atividades principais.....	21
1.9 Parcerias principais	21
1.10 Estrutura de custos	21
1.11 Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio.....	21
2. SUMÁRIO EXECUTIVO	23
2.1 Dados gerais do empreendimento.....	23
2.2 Dados gerais dos empreendedores.....	23
2.3 Missão da empresa e os valores organizacionais.....	23
2.4 Forma jurídica e enquadramento tributário	24
2.5 Capital social e fonte de recursos	24
3. VIABILIDADE ESTRATÉGICA	25
3.1 Estudo do mercado-alvo	25
3.1.1 Mercado Atual.....	25
3.1.2 Histórico do Mercado	26
3.1.3 Projeções Futuras	27
3.1.4 Tendências de Mercado	27
3.2 Estudo dos clientes.....	28
3.2.1 Identificação das características demográficas dos clientes.....	28
3.2.2 Descrição dos interesses e comportamentos dos clientes.....	29
3.2.3 Identificação dos motivos que levam os clientes a consumir os produtos ou serviços da empresa.....	30
3.3 Análise do ambiente geral por meio do modelo das cinco forças competitivas de Porter (2004):	31

3.3.1 Estudo dos concorrentes	31
3.3.2 Estudo dos fornecedores	32
3.3.3 Estudo da barganha dos consumidores	32
3.3.4 Estudo de novos entrantes	33
3.3.5 Estudo de substitutos	33
3.4 Pesquisa de Campo	34
3.4.1 Cantinas.....	34
3.4.2 Clientes	36
3.5 Delimitação da estratégia organizacional	42
3.5.1 Vantagem competitiva	42
3.5.2 BSC.....	42
3.5.3 KPI's:	43
3.6 Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio	44
4. VIABILIDADE OPERACIONAL.....	45
4.1 Plano Operacional	45
4.1.1 Fluxograma dos processos operacionais.....	45
4.1.2 Layout ou arranjo físico.....	47
4.1.3 Máquinas e equipamento necessários para produção	50
4.1.4 Projeção da capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços.....	50
4.1.5 Plano logístico e de distribuição.....	52
4.2 Estimativas de gastos	52
4.3 Análise e diagnóstico de viabilidade operacional	54
5. VIABILIDADE MERCADOLÓGICA	55
5.1 Plano de Marketing	55
5.1.1 Produtos e Serviços	55
5.1.3 MVP (Produto Mínimo Viável).....	56
5.1.4 Preço.....	56
5.1.5 Promoção	57
5.1.6 Gestão da marca	58
5.1.7 Fluxograma da experiência de compra dos clientes da empresa	59
5.1.8 Estratégias de fidelização de clientes:.....	60
5.1.9 Posicionamento da marca:.....	61
5.2 Previsão e mensuração da demanda	61
5.2.1 Demanda corrente e futura:.....	61

	17
5.2.1 <i>Market-share</i>	63
5.3 Estimativa de Gastos	66
5.4 Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica.....	67
6 VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO	69
6.1 Projeção de colaboradores	69
6.1.1 <i>Atividades principais</i>	69
6.1.2 <i>Atividades terceirizadas</i>	69
6.1.3 <i>Organograma</i>	69
6.1.4 <i>Headcount</i>	70
6.1.5 <i>Competências</i>	70
6.2 Plano de gestão de pessoas	72
6.2.1 <i>Recrutamento e seleção</i>	72
6.2.2 <i>Remuneração</i>	72
6.2.3 <i>Treinamento e Desenvolvimento</i>	73
6.2.4 <i>Segurança do trabalho</i>	74
6.3 Estimativa de gastos.....	74
6.4 Análise e diagnóstico da viabilidade do capital humano na organização:.....	75
7. VIABILIDADE FINANCEIRA	76
7.1 Pressupostos da análise financeira	76
7.2 Cálculo do investimento total	76
7.3 Estimativa do faturamento mensal para os próximos 5 anos.....	76
7.4 Estimativa mensal dos custos fixos e variáveis para os próximos 5 anos.....	77
7.5 Demonstração de resultado para os próximos 5 anos.....	78
7.6 Estimativa do fluxo de caixa futuro para os próximos 5 anos.....	79
7.7 Cálculo e análise dos indicadores de viabilidade	80
7.8 Análise e diagnóstico de viabilidade financeira	82
8. Viabilidade do negócio: conclusão do trabalho.....	84
8.1 Análise SWOT	84
8.2 Plano de ação	86
8.2.1 Considerações finais sobre o negócio	88
APÊNDICE A – RESUMO DO CURRÍCULO DOS SÓCIOS	90

1.0. CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO

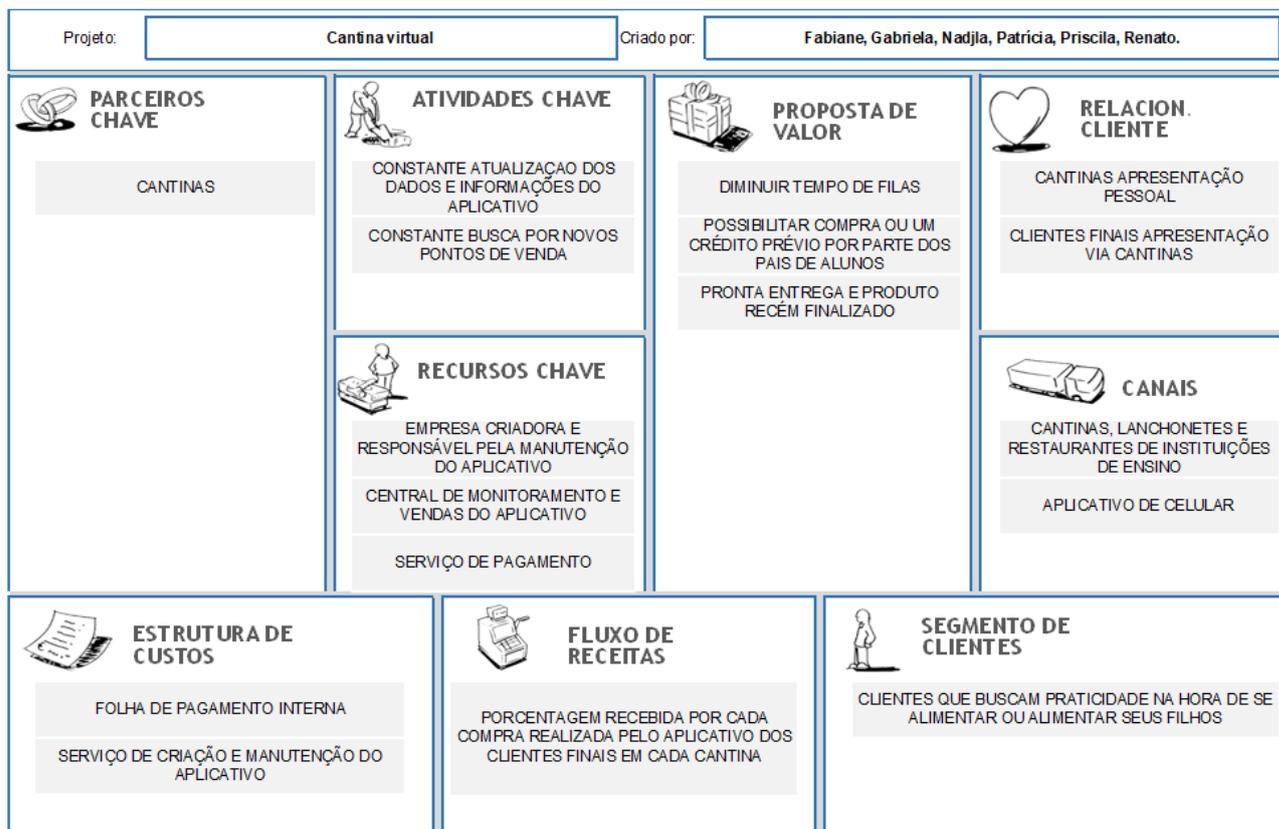
A utilização de aplicativos tem se tornado cada vez mais presente na vida das pessoas, tomando conta até mesmo de funções simples e cotidianas, tais como fazer pedidos de comida. Com a observação e estudo desse novo comportamento aliado ao desejo de fomentar este mercado, a Minha Cantina oferecerá um serviço de aplicativo que visa atender a demanda pela busca de novos serviços em plataformas digitais que facilitem as atividades do dia a dia, somado à necessidade de uma melhor gestão de atendimento e redução de filas das cantinas, lanchonetes e restaurantes das instituições de ensino, este que ainda é um nicho de mercado não explorado por concorrentes.

A principal premissa da Minha Cantina será a de intermediar e facilitar o atendimento entre estabelecimento e cliente, gerando maior agilidade, praticidade e comodidade para ambos.

1.1 Business ModelCanvas

Este trabalho busca apresentar a proposta de negócio da empresa Minha Cantina que tem como objetivo facilitar a mediação entre cliente e cantina, gerando maior praticidade e agilidade nos processos de compra, venda e retirada de alimentos nas cantinas de instituições de ensino. Foram representados, por meio do Canvas os 9 elementos que toda empresa possui: proposta de valor, parcerias chaves, atividades chaves, recursos chaves, relacionamento com clientes, segmentos de clientes, canais de distribuição, estrutura de custos e fluxo de receitas. Ele é apresentado na figura 1.

Figura 1: Business ModelCanvas Minha Cantina



Fonte: Do autor, 2018.

1.2 Proposta de valor

Devido ao grande número de filas de espera em cantinas das instituições de ensino, foi identificada a oportunidade de criar um aplicativo que minimize a aglomeração dessa demanda por meio da antecipação dos pedidos e pagamentos, de forma a otimizar o tempo dos clientes e garantir maior controle de entrada e saída dos produtos que podem ser realizados pelo o site ou aplicativo. Ressaltando que será um serviço inovador dentro do nicho de mercado, trazendo maior praticidade na hora de se alimentar.

O seu maior diferencial se dará pela facilidade do cliente em realizar seu pedido na cantina da instituição de ensino onde estuda. As possibilidades de escolha estarão disponíveis no cardápio online, disponibilizado e atualizado frequentemente pela cantina.

A forma de pagamento será de acordo com a preferência do cliente, podendo ser realizada diretamente pelo aplicativo ou no momento da retirada do pedido.

1.3 Segmento de mercado

O público alvo são os proprietários de cantinas das instituições de ensino que buscam inovação e melhorias em suas operações e atendimento, bem como os estudantes, que buscam comodidade e praticidade no dia a dia, procurando cada vez mais a otimização do tempo, por meio do uso da tecnologia.

1.4 Canais de distribuição

O aplicativo será disponibilizado nas lojas de aplicativos para celulares. A Minha Cantina atuará com intenso trabalho de marketing voltado aos consumidores das cantinas, por meio de visitas de representantes comerciais nas cantinas potenciais de negócio.

1.5 Relacionamento com consumidores

Manter constante pesquisa de satisfação (NPS) com os públicos que utilizam o aplicativo (donos de cantinas e clientes), garantir medidas de encantamento com promoções esporádicas exclusivas para compras por meio do uso do aplicativo.

1.6 Fonte de Receita

A principal fonte de receita da Minha Cantina será o percentual de 0,5% sobre o valor de faturamento mensal das cantinas conveniadas no primeiro ano. Essa porcentagem aumentará gradativamente no decorrer do período de 5 anos, sendo 0,5% no primeiro e segundo ano e 1% nos demais anos.

De acordo com as pesquisas realizadas, os proprietários das cantinas não estavam dispostos a pagar uma taxa alta sobre o faturamento; o valor, inicialmente sugerido foi de 5% e não teve boa aceitação, dessa forma, a Minha Cantina estabeleceu a estratégia inicial de oferecer uma taxa baixa e atrativa e, com o fortalecimento da marca, conseqüentemente a empresa se

consolidará no mercado conquistando a confiança de todos os potenciais parceiros.

1.7 Recursos principais

Os principais recursos utilizados pela Minha Cantina serão: Marketing, Financeiro, Tecnologia da Informação (TI), Recursos Humanos, equipamentos de tecnologia e licenças de softwares.

1.8 Atividades principais

Criação e manutenção do aplicativo e formas de pagamento online, visitas de representantes comerciais aos clientes e intenso trabalho em marketing, que será responsável pelo contato com divulgadores e ações de publicidade. Profissionais de TI para manter o aplicativo disponível nas plataformas Google Play e Apple Store. Recursos Humanos para administrar folha de pagamento, treinamentos e recrutamento de funcionários.

1.9 Parcerias principais

As principais parcerias serão com empresas de divulgação de aplicativos e tecnologia, empresas de gestão de pedidos de plataforma e pagamentos online.

1.10 Estrutura de custos

Os principais custos da Minha Cantina serão com desenvolvimento e manutenção do aplicativo, estruturação de servidor e armazenamento, tecnologia da informação, marketing e vendas. Além dos gastos com funcionários, compra de equipamentos e custo com empresas para treinamento.

1.11 Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio

Pela construção e análise do BusinessModelCanvas, entende-se que o projeto do aplicativo Minha Cantina é viável, em vista que no mercado atual ainda não há um serviço voltado para o nicho de cantinas, lanchonetes e restaurantes das instituições de ensino, tendo como foco a melhoria no atendimento e redução das filas de espera.

A Minha Cantina surge como um intermediador no atendimento entre estabelecimentos e consumidores, a fim de facilitar os processos de compra e venda de alimentos, agregando valor na combinação dos serviços do aplicativo com os produtos oferecidos.

2 SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 Dados gerais do empreendimento

A empresa atuará com a razão social “Minha Cantina LTDA”, e o seu negócio será oferecer um aplicativo que intermediará e facilitará o atendimento, compra e venda de alimentos e bebidas entre as cantinas, restaurantes e lanchonetes das instituições de ensino e seus clientes.

No aplicativo, o cliente terá acesso ao cardápio disponibilizado pelo estabelecimento e conseguirá de forma prática e ágil, realizar seu pedido antecipadamente, escolher horário para retirada e efetuar o pagamento online, desse modo, evitando filas.

O empreendimento estará incluído no setor de tecnologia, possuindo canais diretos de comunicação com seu público final. Seu escritório administrativo estará localizado na Av. Industrial, situado no bairro Campestre em Santo André.

2.2 Dados gerais dos empreendedores

A ideia do empreendimento surgiu a partir da observação de uma existente demanda comum entre os sócios, que identificaram um potencial de mercado, por não haver nenhuma outra empresa atuante nesse nicho. Tendo em vista que a utilização de aplicativos para atividades rotineiras tem se mostrado uma tendência, o intuito foi o de entender melhor tal mercado e elaborar um plano de negócios que vise suprir uma demanda ainda não explorada.

A estrutura da gestão organizacional da empresa será composta por seis sócios que atuarão diretamente no negócio. Todos possuem formação superior em Administração e contam com experiências em diversas áreas de mercado, tais como Recursos Humanos, Marketing, Vendas e Finanças. Os resumos dos currículos dos sócios constam no apêndice A deste documento.

2.3 Missão da empresa e os valores organizacionais

A seguir, serão apresentadas a Missão, Visão e os Valores da Minha Cantina:

Missão: Facilitar o dia a dia das pessoas por meio do uso da tecnologia, oferecendo maior comodidade e agilidade para melhorar a experiência de consumo e atendimento do cliente.

Visão: Ser o primeiro e melhor serviço de aplicativo para cantinas, lanchonetes e restaurantes de instituições de ensino do estado de São Paulo.

Valores: Facilidade, privacidade, respeito com usuários e parceiros, inovação, qualidade, excelência e integridade.

2.4 Forma jurídica e enquadramento tributário

A forma jurídica da Minha Cantina se dará pelo regime de Sociedade Limitada, composta por seis sócios, de responsabilidades e contribuições no Capital Social total investido igualmente.

A forma tributária escolhida para os sócios foi a do simples nacional, prevista pela lei complementar nº 123/2006¹, uma vez que o faturamento bruto anual é menor que 4,8 milhões.

2.5 Capital social e fonte de recursos

Considerando o investimento inicial de R\$ 163.377,50 a ser utilizado para estruturação do negócio e possível início das atividades, considerando, móveis, computadores, telefones, impressoras, serviços do PlayStore, criação do aplicativo, registro da empresa, veículos e serviços de contabilidade .

Os recursos para início das atividades da Minha Cantina serão de fonte própria. Desta forma, o fluxo de caixa será residual. O investimento total considerando investimento inicial e capital de giro será de R\$872.055,72, esse valor será dividido e integrado pelos 6 sócios.

¹PLANALTO. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp123.htm> Acesso em 01 de outubro de 2018.

3 VIABILIDADE ESTRATÉGICA

Nesse capítulo, estarão disponíveis dados sobre o mercado de aplicativos, para argumentação da viabilidade estratégica da Minha Cantina.

3.1 Estudo do mercado-alvo

A análise dos dados secundários disponíveis sobre o mercado de aplicativos possibilita compreender as oportunidades e ameaças, bem como o cenário atual do setor no qual o aplicativo Minha Cantina pretende ingressar.

3.1.1 Mercado Atual

Com o acelerado desenvolvimento e crescimento da tecnologia, o mercado de aplicativos se dedica em acompanhar as tendências e necessidades do consumidor, que opta na pressa do dia a dia por mais praticidade e comodidade. Nesse sentido, pesquisas constataam que o número de usuários em aplicativos cresce cada vez mais. De acordo com os dados em uma pesquisa realizada pelo AppAnie² que é umas das principais empresas de pesquisas em análise de aplicativos, o Brasil está em primeiro lugar no ranking mundial na utilização destes.

A análise da App Annie, também indica que o usuário brasileiro possui em média 83 aplicativos em seu smartphone, 41 desses são usados ativamente no cotidiano, o que representa o gastomédio diário de 200 minutos, no uso de aplicativos.

O segmento do empreendimento em questão, que se volta para cantinas de instituições de ensino está em paralelo no mercado com o crescimento de pedidos via aplicativos de delivery, girando em torno de 1 bilhão por ano, segundo dados da Exame³. Esse sucesso se deve em grande parte ao lançamento do iFood que se mantém no auge e inovou a forma de aumentar receitas em bares e restaurantes. As apurações de acordo com o site do Estadão⁴, as pessoas que utilizam o iFood, constam que 56% dos usuários realizam pedidos ao menos uma vez por semana, 14% duas vezes e 67%

² Exame. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/tendencias-para-o-mercado-de-apps-em-2018/>> Acesso em 7 de setembro de 2018.

³ Exame. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/como-os-aplicativos-de-delivery-vem-mudando-o-mercado-de-entrega-de-comida-no-brasil/>> Acesso em 7 de setembro de 2018.

⁴ Estadão. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/seu-dinheiro,pesquisa-indica-que-56-das-pessoas-fazem-pedidos-semanais-via-delivery,10000060142>>

realizam nos fins de semana. Atualmente, não há aplicativo que seja direcionado para cantinas de instituições.

3.1.2 Histórico do Mercado

Segundo informações do Iq⁵ desde que surgiram os aplicativos, em 2007, postulados pela Apple, que lançou seu primeiro iPhone com estes já instalados, foi um “salto” para o sucesso. Em 2008, eles começaram a se popularizar com o AppStore e o Android Marketing, que mais tarde seria o Google Play, lançado em 2009 e hoje se constitui como referência em aplicativo. Em 2009 ainda, o AppStore teve mais de 1 bilhão de downloads, o que para o Google play veio em 2010 com o mesmo êxito. Nesse mesmo ritmo, a crescente em números de downloads foi se estendendo de forma cada vez mais acelerada em paralelo com o sucesso do Facebook, WhatsApp e Instagram que se tornaram ícones no mercado de aplicativos.

Nesse contexto histórico, os aplicativos surgiram com a necessidade de acompanhar o acelerado crescimento em tecnologia e atualmente, existe aplicativo para inúmeras necessidades. De fato, criar um aplicativo e o tornar um software de sucesso é “o desafio” e é o que desde 2008, que segundo dados do site do Iq as empresas de tecnologia vêm tentando alcançar. No setor de restaurante, bares e lanchonetes, o iFood, com mais de 20 mil restaurantes cadastrados, é líder nesse segmento. A empresa surgiu em 2011 com a proposta de unir variedades de restaurantes, o que deu muito certo, pois o iFood teve uma grande aceitação pelo público saltando de 1,5 milhão de pedidos em 2015 para 4 milhões em 2017, que representa um crescimento de 166%, além dos estabelecimentos que foram de 11 mil para 20 mil cadastrados no período. A estratégia adotada para alcançar do sucesso, salvo o diferencial da mobilidade, locomoção e praticidade, foram as visitas comerciais que permitiam a troca de informações de forma muito mais clara e objetiva, bem como o cadastro dos futuros parceiros em meio um procedimento digital, tornou o aplicativo um case de sucesso.

⁵Iq. Disponível em: <<https://www.ig.com.br/tudo-sobre/aplicativo/>> Acesso em 7 de setembro de 2018.

3.1.3 Projeções Futuras

O mercado de aplicativos no Brasil ainda tem bastante a desenvolver-se, contudo, vem se consolidando e apresentando números significativos de receita para muitas empresas. É fato que a utilização de aplicativos já integra o dia a dia dos brasileiros, seja para comunicação, prestação de serviços ou compras.

Dessa forma, a expectativa para este mercado em ascensão é que os aplicativos estejam cada vez mais presentes na rotina e que supram praticamente todas as necessidades dos consumidores. De acordo com a empresa especialista em análises deste mercado, “*App Annie*”, a expectativa é que até 2020 o setor atinja US\$ 6,3 trilhões, um crescimento de 360% em relação ao faturamento de 2016, que teve US\$1,3 trilhão. Devido à elevação da população em todo o mundo que utiliza smartphones, o setor deve ser aquecido. Além disso, tem crescido também o tempo gasto com aplicativos. Se a estatística se confirmar, os usuários poderão gastar até 3,5 trilhões de horas com a utilização de aplicativos até 2021.

De acordo com dados de 2016, 149,3 bilhões de downloads de aplicativos móveis foram realizados no ano, em 2017, foi de 197 bilhões. A previsão é que para 2021, o mercado alcance o recorde de 352,9 bilhões.

Atualmente, o líder do mercado é a China, seguida por Estados Unidos, Índia, Brasil e Indonésia. Os países emergentes são os principais agentes desse rápido e exponencial crescimento do mercado. A previsão é de que a Índia ultrapasse os Estados Unidos e alcance a segunda posição no ranking.

Em suma, a previsão é de que os quatro primeiros países do ranking irão compor 54% de todos os downloads de aplicativos no mundo todo.

3.1.4 Tendências de Mercado

As tendências desse mercado variam e são diversas. Uma delas trata-se da inteligência artificial, que será gradativamente mais utilizada no desenvolvimento dos aplicativos. O uso dos *bots* (“robôs” criados apenas na forma digital para simular ações humanas) tende a se consolidar de maneira mais expressiva a partir de 2018 com o objetivo de aprenderem cada vez mais

sobre as preferências dos usuários, segundo pesquisas do Olhar Digital⁶. Esse tipo de tecnologia é muito utilizada para estabelecer comunicação e propaganda de produtos para com os usuários e potenciais clientes.

Outra tendência são os aplicativos baseados na nuvem. A ideia principal é utilizar a tecnologia da nuvem, que torna o uso muito mais rápido e fácil de obter dados sem afetar a memória interna do dispositivo. Dessa forma, aplicativos que ocupam toda a memória do celular estão fadados ao fim nos próximos anos. Serão os chamados *Apps ou Webapps progressivos*, que utilizam tecnologias padronizadas da web, empresas como *Google* já estão apostando nessa tecnologia.

No quesito categorias, de acordo com a revista *Fortune*, há alguns segmentos específicos que tendem a ter maior crescimento no mercado de aplicativos. O comércio *mobile*, em geral e a prestação de serviços tendem a crescer fortemente, visto que oferecem maior comodidade e agilidade aos usuários, que buscam isso frequentemente em seu dia a dia.

Com base nesses dados, percebe-se que os usuários estão cada vez mais adeptos à tecnologia de aplicativos visando sempre o comodismo e agilidade.

3.2 Estudo dos clientes

Mediante o estudo e análise das tendências de mercados foi possível identificar o perfil desejado dos clientes para o desenvolvimento deste trabalho.

3.2.1 Identificação das características demográficas dos clientes

Foi possível identificar por meio da pesquisa do site Correio Braziliense Tecnologia⁷ uma pesquisa realizada pelo portal Mobile Time a qual indica que 41% das pessoas entrevistadas realizaram pelo menos uma compra por meio de aplicativo móvel nos últimos seis meses, tal pesquisa indica que a maioria dos compradores eram homens. As pessoas que mais usam aplicativos para comprar (44% de todos os entrevistados) têm idade entre 18 e 45 anos. Foi

⁶Olhar Digital. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/noticia/mercado-de-aplicativos-pode-crescer-360-nos-proximos-5-anos/69343>> Acesso em 7 de setembro de 2018.

⁷Correio Braziliense Tecnologia. Disponível em: <https://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2015/10/06/interna_tecnologia,501535/pesquisa-mostra-que-41-dos-brasileiros-usam-aplicativos-para-fazer-co.shtml> Acesso em 7 de setembro de 2018.

identificado também por meio de pesquisa do site Meio e Mensagem⁸ que os pedidos de comida e delivery feitos por aplicativos para smartphones já representam 38% do total, revelando um aumento do uso da tecnologia pelos usuários. Dentre os motivos para a realização de pedidos via digital, está a facilidade em fazer o pedido (64%), o acesso ágil ao cardápio (55%) e não precisar falar com o atendente (51%).

Esse cenário indica que há grande potencial de mercado visto que o público alvo já possui grande aceitação de serviços similares ao da Minha Cantina, ocasionando maiores oportunidades de sucesso entre os seus usuários.

3.2.2 Descrição dos interesses e comportamentos dos clientes

A pesquisa realizada pelo Mobile Time⁹ procurou entender também a frequência com que os entrevistados utilizam aplicativos para pedirem comida e concluiu que 56% dos entrevistados consomem comida pedida em aplicativos semanalmente. Destes, 14% realizam pedidos mais de duas vezes e 18% pedem em média duas vezes na semana. A região sudeste é a que mais usa este tipo de serviço, seguida do Nordeste, Centro Oeste/Norte e Sul. A classe B é a que mais utiliza e consome esses tipos de serviços em aplicativos.

Pode-se perceber que atualmente vivemos em uma sociedade que começa a ter gerações nativas da tecnologia, logo a visão de interação entre consumidores e empresas são diferentes, desde os e-commerces, até o momento da compra da comida. A tendência é que isso evolua e que os modelos tradicionais deixem de estar no topo, dando lugar às facilidades que a tecnologia proporciona.

⁸ Meio Mensagem. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2016/07/01/pesquisa-do-ifood-revela-habitos-de-consumo-no-delivery.html>> Acesso em 7 de setembro de 2018.

⁹ Mobile Time. Disponível em: <<https://www.mobiletime.com.br/noticias/18/10/2018/92-dos-brasileiros-possuem-ou-usam-smartphones-com-frequencia>> Acesso em 7 de setembro de 2018.

3.2.3 Identificação dos motivos que levam os clientes a consumirem produtos ou serviços da empresa

Para Kotler e Keller (2006, p. 189) o modelo de cinco estágios no processo de decisão de compra serve para melhor compreensão de como os consumidores, de fato, tomam suas decisões na compra.

1º estágio – Reconhecimento do problema ou da necessidade: o primeiro impulso que pode levar as pessoas a utilizarem um aplicativo que antecipa suas compras de alimentos e bebidas em cantinas, lanchonetes e restaurantes de forma online dentro das instituições de ensino é a percepção do tempo gasto em grandes filas devido à aglomeração de pessoas durante um curto espaço de tempo como ocorre nos intervalos de aulas, tendo em vista a necessidade biológica de alimentação e, posteriormente, ao avanço das tecnologias que facilitam cada vez mais o dia-a-dia, por meio da utilização de um serviço que proporciona mais agilidade e comodidade, até mesmo no momento de se alimentar.

2º estágio – Busca de Informações: por se tratar de um serviço provindo da tecnologia, as pessoas possuem maior conhecimento e informações de modo direto e indireto. Tratando-se do consumidor interessado, que tende a buscar mais informações que os demais, visto que geralmente possui mais interesse em conhecer os serviços e benefícios prometidos. Nesse momento de pesquisa e busca por informações, os consumidores podem conhecer e avaliar serviços e produtos similares e possíveis concorrentes do aplicativo. Dessa forma, é de suma importância que a Minha Cantina direcione sua publicidade para o mercado de aplicativos e também nas divulgações nos estabelecimentos físicos, tais como as cantinas, lanchonetes e restaurantes das instituições de ensino.

3º estágio – Avaliação de alternativas: geralmente o consumidor opta por julgamentos feitos com base racional e consciente para escolher qual produto e/ou serviço comprar. Se tratando do mercado de aplicativos voltados para compra de alimentos e bebidas os consumidores prestarão mais atenção aos atributos que fornecem os benefícios buscados. Novamente, o aplicativo

Minha Cantina visa direcionar sua publicidade para que todos os seus benefícios (agilidade, comodidade, qualidade) sejam conhecidos pelo público.

4º estágio – Decisão de compra: no processo de decisão de compra, ainda que o consumidor já tenha estabelecido sua preferência de marca, podem ocorrer imprevistos que possibilitam modificar ou postergar a decisão de compra devido aos fatores situacionais. Nesse momento, é importante que o aplicativo Minha Cantina consiga transmitir seus benefícios e diferenciais, a fim de que o consumidor não tenha dúvidas na escolha, no momento da compra.

5º estágio – Comportamento pós-compra: ao utilizar os serviços e definir sua opinião e percepção sobre isto, o consumidor sente-se seguro em propagar sua experiência para outras pessoas, por meio da divulgação “boca a boca” da marca. A Minha Cantina acredita que os benefícios oferecidos pelo aplicativo serão bem reconhecidos por seus usuários que logo compartilharão com toda sua rede de amigos, gerando maior visibilidade para o negócio.

Utilizado também para identificar as principais necessidades dos clientes, a metodologia da disciplina de valor de Treacy e Wiersema (1995) afirmam que as escolhas dos consumidores devem se tornar tão únicas que gerem algum valor, pela distinção entre três proposições de valores, sendo elas: excelência operacional, liderança de produtos e intimidade com o cliente. O aplicativo Minha Cantina atuará na posição de intimidade com o cliente, visto que o objetivo do serviço é melhorar a experiência deste, trazendo mais agilidade e qualidade aos processos.

3.3 Análise do ambiente geral por meio do modelo das cinco forças competitivas de Porter (2004):

3.3.1 Estudo dos concorrentes

Os principais concorrentes da Minha Cantina são: Ifood, DeliveryMuch, UberEATS, PedidosJá e SpoonRocket, que de acordo com uma pesquisa realizada pela Wllsistemas¹⁰ estão no ranking dos cinco aplicativos de delivery mais conhecidos.

¹⁰Wllsistemas. Disponível em: <<https://www.wllsistemas.com.br/blog/confira-os-5-apps-de-delivery-que-estao-entre-os-mais-conhecidos-do-mercado>> Acesso em 10 de setembro de 2018.

A solicitação do serviço se dá por meio de localização, de forma que o aplicativo mostra os restaurantes ou lanchonetes da proximidade, buscando as opções de acordo com o perfil desejado do cliente, tais como: lanches, comida saudável, chinesa, brasileira, japonesa, entre outros. Os Aplicativos não apresentam custos para seus clientes, apenas para as empresas que associam sua marca. As formas de pagamento dos produtos comprados são: dinheiro, cartões ou cheque, tendo a opção de pagar pelo aplicativo ou na retirada.

Na tabela 1, foram descritas as taxas cobradas por cada concorrente.

Tabela 1: Relação de taxa por empresa

Empresa	Taxa por pedido
Ifood	12%
Delivery Much	4% até 10% + valor da franquia
UberEats	30%
PedidosJá	10% até 15%
SpoonRocket	27%

Fonte: Do autor, 2018.

As taxas cobradas pelas empresas de delivery acabam se tornando abusivas uma vez que as taxas menores significam um menor posicionamento nos resultados das pesquisas do aplicativo. Quanto maior o número de vendas online do estabelecimento maior será a porcentagem das vendas que irá para o aplicativo, desencorajando o crescimento do restaurante.

3.3.2 Estudo dos fornecedores

Para alcançar o objetivo desejado será necessário optar por sistemas que ofereçam integração e sincronização dos dados, garantindo um sistema apto ao uso simultâneo de vários usuários integrados para o processo de vendas. Buscando oferecer o melhor para os usuários do aplicativo, a Minha Cantina contratará empresas de confiança e com experiência no assunto, garantindo respaldo tecnológico e outras garantias.

O poder de barganha dos fornecedores ou cantinas, consistena flexibilidade sobre a taxa cobrada pelos serviços do aplicativo.

3.3.3 Estudo da barganha dos consumidores

A forma de pagamento dos serviços oferecidos pela Minha Cantina ocorrerá por meio de cobrança uma taxa sobre o valor do faturamento

mensal, que serão analisadas de acordo com a receita dos proprietários das cantinas/lanchonetes, levando o cliente a qualquer momento escolher outro recurso que traga vantagens para o negócio com custos menores. Com isso será necessário buscar estratégias diferenciadoras no serviço prestado para garantir a fidelidade do público.

3.3.4 Estudo de novos entrantes

Em vista do crescimento no mercado de tecnologia no Brasil não há barreiras para novos entrantes, trata-se de um mercado competitivo com inúmeras organizações, concorrentes diretos e indiretos, que oferece serviços diversos e personalizados e com preços e condições de muitas variedades.

Com isso a Minha Cantina focará em se destacar no nicho de cantinas garantindo excelência no serviço prestado e atendimento resistente para fortificar a marca no mercado, evitando assim, a possível entrada de novos concorrentes.

3.3.5 Estudo de substitutos

Em relação aos substitutos, é possível identificar empresas que atuam em situações similares da Minha Cantina. Abaixo foram listadas algumas empresas que atuam em restaurantes, cantinas, lanchonetes que são considerados bens substitutos caso decidam inovar e atender o mercado, que é voltado a pedidos de cantinas pelo uso do aplicativo, objetivando otimização do tempo e praticidade para o dia a dia.

Consumer: É um programa para restaurantes, lanchonetes, pizzarias e similares que por aplicativo controla mesas/comandas, pedidos delivery, cadastro de clientes, comanda mobile, cardápio digital na mesa, consumerconnect, produtos e ficha técnica. O objetivo do aplicativo é trazer um controle maior nos negócios da empresa tais como pedidos, parte financeira e estoque, facilitando o dia a dia do estabelecimento e juntamente trazendo tecnologia e comodidade para seus clientes.

Carteen: Sistema de cantinas escolares que visa controlar o estoque, compras, contas a pagar entre outros. Além de cuidar dos negócios da cantina os alunos que baixarem o aplicativo fazem recarga da conta pelo cartão de crédito realizando seus pedidos direto no balcão não precisando pegar fila de

pagamento. Outra vantagem do aplicativo é o controle que os pais têm sobre os pedidos dos alunos, consultando o saldo e os produtos consumidos.

Lanchar: Aplicativo que tem como objetivo disponibilizar junto ao colégio a entrega de um cartão de autoria da empresa, no qual os pais se cadastram pelo site e realizam a recarga para que os filhos realizem o consumo em cantinas, controlando os gastos e os alimentos consumidos pelos filhos.

3.4 Pesquisa de Campo

Para compreender as preferências e o comportamento do mercado de aplicativos e de consumo em cantinas, foi realizada uma Pesquisa de Campo entre os dias 05 e 12 de setembro com 242 pessoas, na região do ABC (potenciais clientes), sendo segmentada com diversos critérios a fim de obter informações relevantes para o plano de negócio. Foi realizada também outra pesquisa de forma individualizada com 5 proprietários de cantinas, para avaliar a percepção dos mesmos sobre a viabilidade nesse ramo de negócio.

A seguir, seguem os dados apurados e analisados da pesquisa de campo entre clientes e proprietários de cantinas.

3.4.1 Cantinas

Com base em um levantamento realizado com 5 cantinas em instituições de ensino, foi apurado que a maioria desses estabelecimentos formam grandes filas de espera em um intervalo médio de aulas de 20 minutos.

Considerando que as pesquisas foram feitas em diferentes portes de cantinas e abrangendo diferentes públicos, verificou-se que independentemente da quantidade de alunos, os donos de cantinas afirmam que a demanda é muito alta durante o período do intervalo das aulas. Dessa forma é preciso muita agilidade para conseguir atender tanto os pedidos de pronta-entrega, tais como salgados já prontos, quanto os que precisam ser preparados durante esse tempo de intervalo (como pratos feitos, lanches de chapa, cafés, sucos dentre outros).

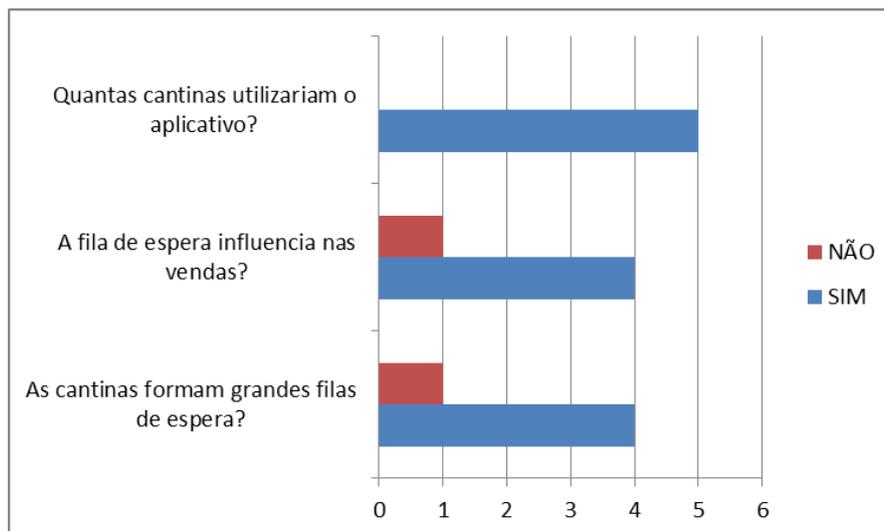
Com isso os mesmos perceberam que há desistências, ou seja, perda de vendas devido ao tamanho da fila e tempo de espera. É importante enfatizar que de acordo com os dados informados, nos lanches que exigem maior tempo de preparo, são gastos em média 5 minutos em cada pedido, o que equivale

aquatro pedidos em 20 minutos (tempo de intervalo), de forma que representa ineficiência, visto que a demanda de pedidos é maior que a capacidade produtiva.

Mediante a pesquisa, constata-se que devido ao pouco tempo de intervalo que os estudantes possuem e à alta demanda que as cantinas recebem em um curto período, a utilização do aplicativo para antecipar os pedidos é viável e teria adesão de 100% dos donos das cantinas entrevistadas, uma vez que o objetivo é otimizar o tempo dos alunos e das cantinas, aumentar demanda e receita, e aumentar a satisfação dos clientes.

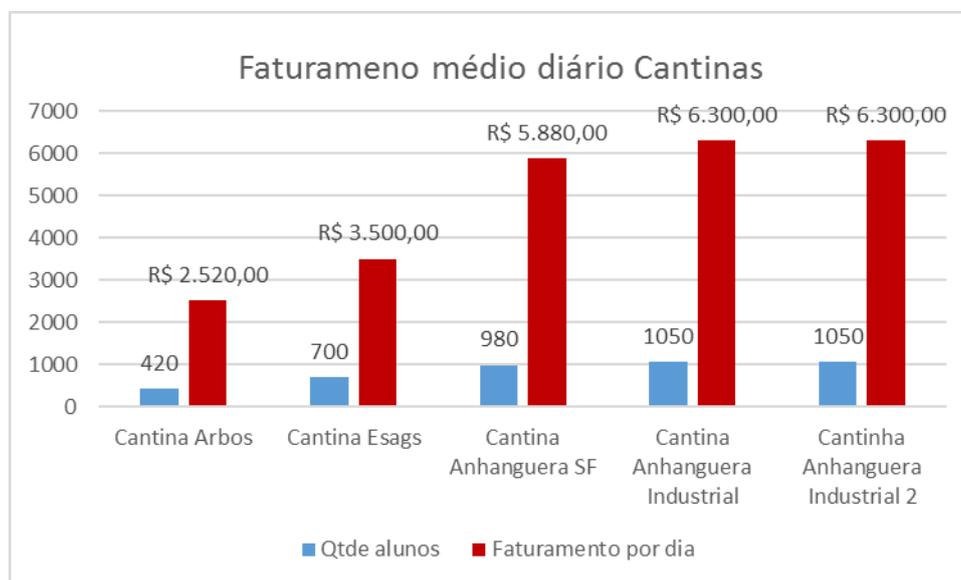
Ainda neste levantamento, questionou-se sobre o custo adicional que estariam dispostos a pagar. Foram sugeridas duas propostas distintas: o pagamento de uma mensalidade ou uma porcentagem sobre a receita gerada pelos pedidos via aplicativo. Nesse sentido foi concluído que não seria possível fixar um valor de mensalidade, uma vez que as cantinas são de portes diferentes e além disso os serviços da Minha Cantina será novidade no mercado, portanto desconhecido ainda. Nesse intuito o investimento inicial no aplicativo será agressivo já que será necessário conquistar espaço nesse segmento.

No gráfico 1 serão informadas as pesquisas realizadas com os proprietários das cantinas das instituições de ensino do Colégio Arbos, Escola Superior de Administração e Gestão Strong Esags, Faculdade Anhanguera Senador Flaquer e Faculdade Anhanguera Industrial (nessa instituição foram entrevistadas duas cantinas). Este gráfico apresenta o resultado da pesquisa de campo feita com os donos das cantinas.

Gráfico 1: Análise de dados das cantinas

Fonte: Do autor, 2018.

No gráfico 2, estão representadas as médias de alunos por período e a receita média por dia, conforme relatado pelos entrevistados.

Gráfico 2: Análise de receita média x quantidade de alunos

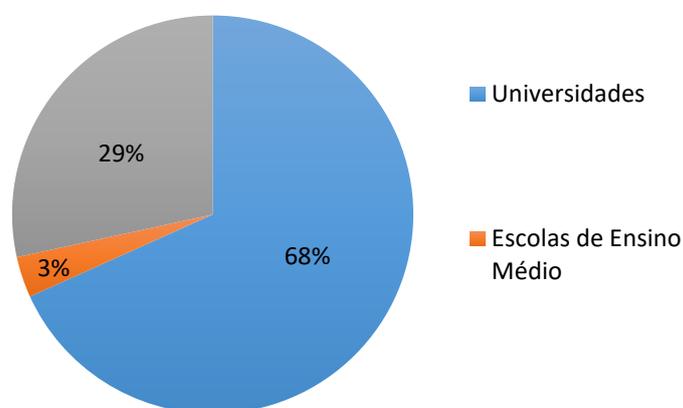
Fonte: Do autor, 2018.

3.4.2 Clientes

Os clientes são o ponto chave de qualquer negócio e para a Minha Cantina também. Através da pesquisa de mercado realizada com a amostra de 242 pessoas, foi possível identificar que a frequência do uso das cantinas é maior nas universidades, e que as cantinas oferecem poucos recursos

decomunicação digital. Foi constatada uma necessidade existente no mercado, que pode ser bastante explorada, conforme apresentado no gráfico 3.

Gráfico 3: Frequência dos usuários as cantinas de instituições de ensino

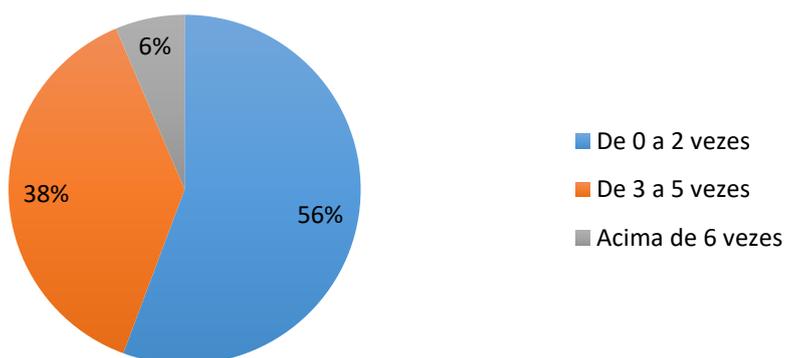


Fonte: Do autor, 2018.

Logo, os estabelecimentos alvos têm maior índice de fluxo de pessoas que conseqüentemente gerarão maiores consumos.

Em relação à quantidade de consumo semanal nas cantinas, o gráfico 4 aponta que 55% dos respondentes consomem de 0 a 2 vezes por semana.

Gráfico 4: Frequência de consumo



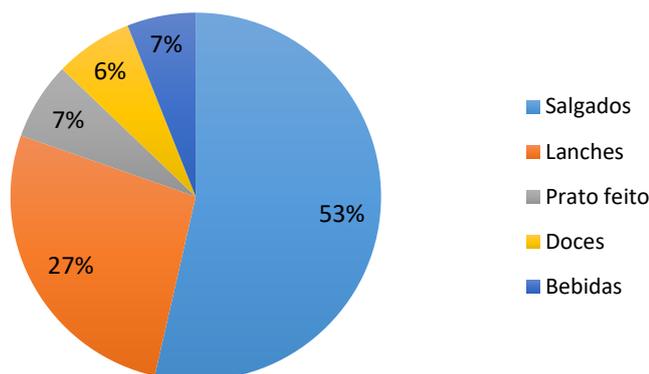
Fonte: Do autor, 2018.

Os respondentes apontaram que 56% deles costumam fazer pedidos de 0 a 2 vezes por semana na cantina/lanchonete e 38% de 3 a 5 vezes, portanto percebe-se que ao oferecer maior praticidade e comodidade para os clientes, por meio dos serviços do aplicativo, há maiores oportunidades de aumento nas

vendas e na taxa percentual dos usuários que consomem de 3 a 5 vezes por semana.

No gráfico 5 foram analisados quais os produtos mais consumidos na cantina semanalmente, um dado necessário para que haja conhecimento de quais itens serão mais lucrativos.

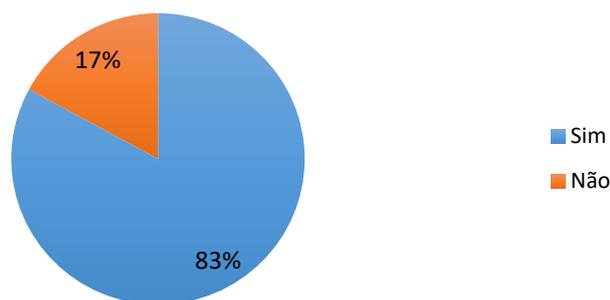
Gráfico 5: Produtos mais vendidos na cantina



Fonte: Do autor, 2018.

Baseado no resultado da pesquisa observa-se que as mercadorias mais consumidas são os salgados (53%) e lanches (27%). Logo, analisa-se que os produtos que geram maiores vendas são os salgados e lanches, que geralmente são os produtos que mais levam tempo para serem produzidos, e, portanto, com o uso do aplicativo Minha Cantina esse processo poderá ser antecipado pela compra online e apenas a retirada ser feita na cantina. Já os demais produtos, serão apresentados posteriormente como complementos.

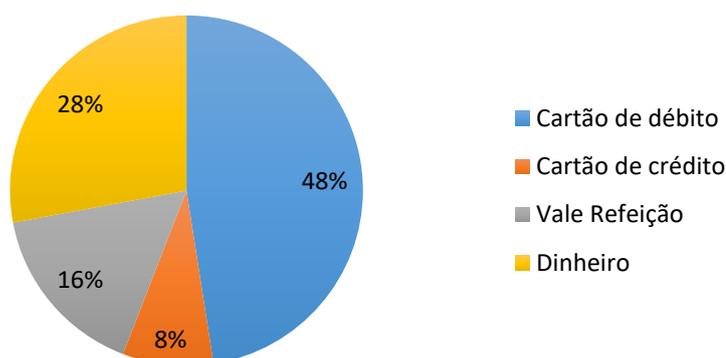
O gráfico 6 apresenta o índice de cancelamento e/ou desistência do pedido em decorrência ao tamanho e tempo de espera das filas.

Gráfico 6: Índice de cancelamento

Fonte: Do autor, 2018.

Percebe-se que 83% dos respondentes, que são aproximadamente 201 pessoas do total da amostra, deixaram de fazer pedidos ou os cancelam por conta da fila de espera, portanto observa-se a utilidade do aplicativo com relação à otimização de tempo e qualidade do serviço, diminuindo filas e gerando mais receita.

O gráfico 7 apresenta as informações sobre meios de pagamentos que os respondentes têm preferência, tornando-se um dado relevante para a Minha Cantina, pois estes meios serão oferecidos no aplicativo.

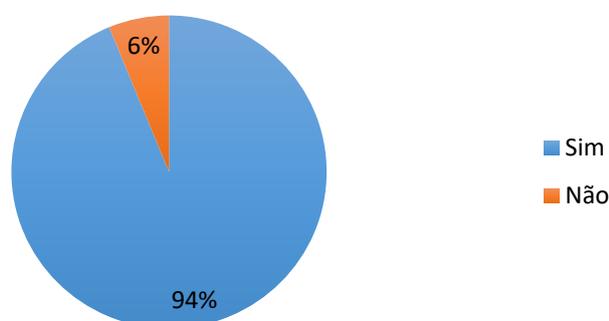
Gráfico 7: Formas de pagamentos mais utilizadas

Fonte: Do autor, 2018.

Dentre os entrevistados, nota-se que 48% utilizam o cartão de débito como forma de pagamento. Logo, um dos meios que o aplicativo disponibilizará para pagamento será o cartão de débito, que facilitará a compra para seus clientes.

Após obter informações de frequência, produtos e meios de pagamento, analisa-se o índice de pessoas que usariam o aplicativo, mostrado no gráfico 8.

Gráfico 8: Adesão ao aplicativo

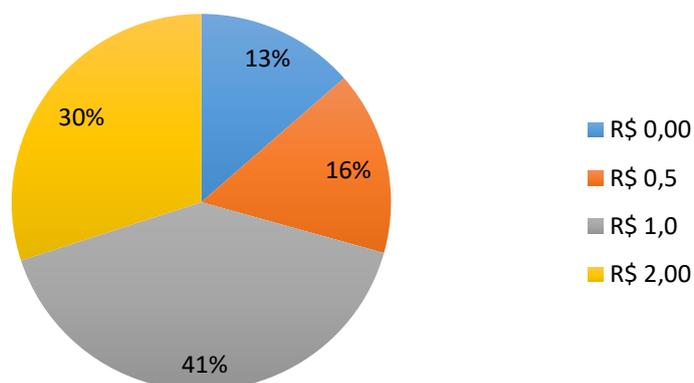


Fonte: Do autor, 2018.

O índice de adesão das pessoas que participaram da pesquisa apontou que 94% usariam o aplicativo. Pode-se observar que o mercado de aplicativos de pedidos de comida é promissor, visto que por meio de tecnologia, podem ser gerados resultados que proporcionam funcionalidades que o público aprecia, tais como: a comodidade de visualizar e fazer os pedidos pelo smartphone, pagar via online e não pegar filas.

Também há, por parte do entrevistador o questionamento acerca da sugestão dos respondentes em relação a quanto estariam dispostos a pagar a mais para usufruir dos benefícios oferecidos pelo aplicativo, essa informação é mostrada no gráfico 9.

Gráfico 9: Valor adicional do aplicativo

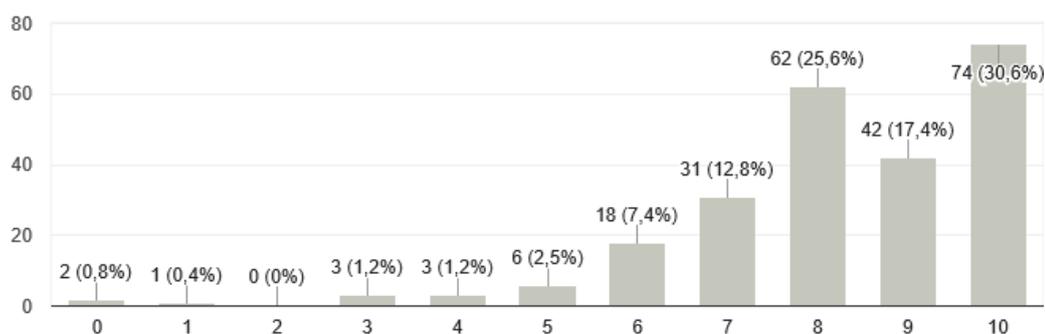


Fonte: Do autor, 2018.

Pode-se concluir que 50% dos entrevistados estariam dispostos a pagar entre R\$ 00,00 a R\$ 2,00 por produto para usufruírem dos benefícios que o aplicativo proporciona. Esse dado foi pesquisado para obter a informação de quanto os clientes pagariam a mais sobre o valor dos produtos avaliando proporcionalmente os benefícios concedidos pelo aplicativo.

Por fim, o gráfico 10 exibe o nível de utilidade do aplicativo em uma escala de 0 a 10, na visão dos respondentes a fim de detectar o índice de aprovação dos futuros usuários.

Gráfico 10: Índice de utilidade do aplicativo



Fonte: Do autor, 2018.

No quesito utilidade, 30,6% dos usuários classificaram o aplicativo com nota 10, 17,4% com nota 9 e 25,6% com nota 8.

Nota-se que 178 das pessoas que participaram da pesquisa validam a utilidade do serviço entre a nota 8 a 10, o que demonstra a proficiência do aplicativo, acreditando-se que realmente há interesse dos consumidores em aumentar a agilidade e praticidade ao realizar os seus pedidos em cantinas.

CONCLUSÃO:

Hoje o mundo acontece na internet e a ideia de criar um aplicativo que ofereça praticidade em realizar pedidos nas cantinas, lanchonetes e restaurantes das instituições de ensino é aderida por 94% das pessoas questionadas (demonstrado no gráfico 6). Portanto, torna-se uma ótima oportunidade de negócio tendo em vista a existência de uma necessidade e demanda, junto a uma ideia inovadora e perspicaz em suprir a mesma.

3.5 Delimitação da estratégia organizacional

3.5.1 Vantagem competitiva

A vantagem competitiva do aplicativo Minha cantina estará no serviço prestado (conforme item “serviço” na cadeia de valor, na figura 2), atendendo uma necessidade que nenhuma outra empresa do ramo se propôs a atender, intermediando e agilizando uma compra na cantina favorita ou de costume do cliente em questão.

Figura 2: Cadeia de Valor

ATIVIDADES DE APOIO	INFRA-ESTRUTURA DA EMPRESA					MARGEM
	Financiamento e/ou relacionamento com possíveis investidores e Planejamento e Execução					
	GERÊNCIA DE RECURSOS HUMANOS					
	Recrutamento, treinamento e compensações					
DESENVOLVIMENTO DE TECNOLOGIA						
Pesquisas para promover uma melhor experiência dos usuários (UX)						
AQUISIÇÃO						
Equipamentos eletrônicos, recursos humanos e publicidade						
ATIVIDADES PRIMÁRIAS	LOGÍSTICA INTERNA	OPERAÇÕES	LOGÍSTICA EXTERNA	MARKETING & VENDAS	SERVIÇO	
	Administração de dados recolhidos, prospecções de clientes, suporte para usuários.	Suporte para controle de estoque, vendas e para compras de itens em cantinas.	Visitas e apresentações pessoais à clientes iniciais.	Publicidade e propaganda do serviço para cantinas e clientes finais	Facilitador para compras em cantinas e serviço de administração de estoque e vendas	

Fonte: Do autor, 2018.

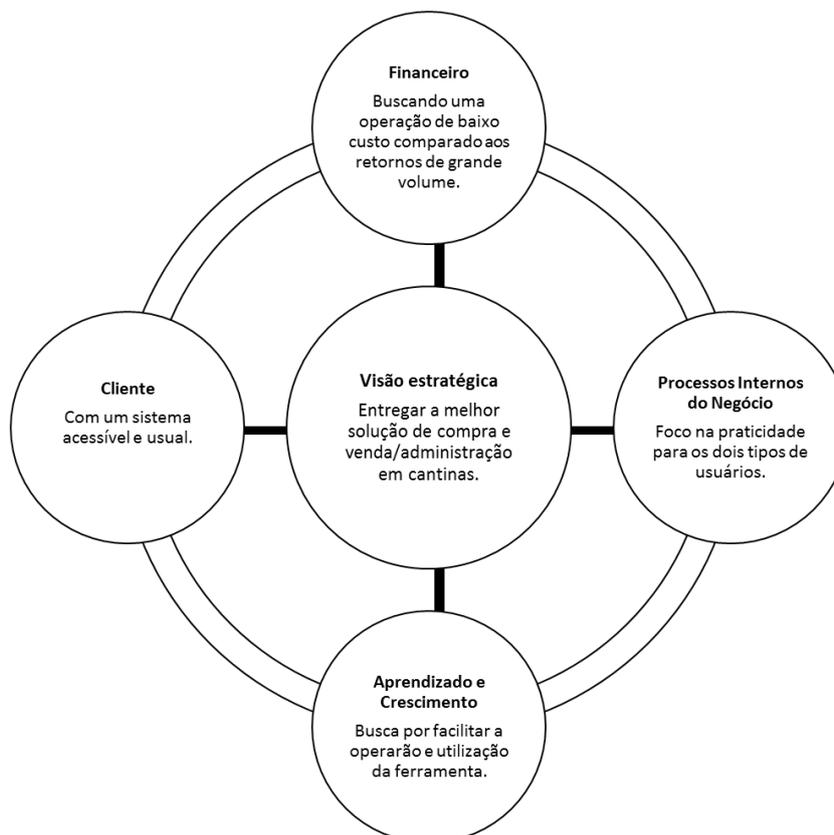
Ao retirar a barreira, proporcionada pela fila é possível dizer que as escolhas serão feitas de maneira mais tranquila, sem ter o pensamento de que outros também precisam comprar, possibilitando assim o aumento do ticket médio. A visualizar, selecionar e efetuar a compra e pagamento via celular tudo se torna mais prático para ambos os lados.

3.5.2 BSC

Para consolidar efetivamente as atividades em excelência e alcançar os objetivos de entregar o melhor e mais rápido serviço para o cliente final e para as cantinas, o aplicativo Minha Cantina deverá possuir um sistema robusto e confiável pois este será utilizado por empresas em sua única atividade. Também deverá ser prático para que o usuário não perca seu tempo

entendendo como funciona, e tudo isso deverá ser acessível para todos, por meio de um custo fixo baixo, utilizando uma equipe reduzida porém, eficiente. Na figura 3, é apresentada a matriz BSC, que resume todo o caminho que ilustra as explicações até o momento:

Figura 3: Balanced Scorecard (BSC)



Fonte: Do autor, 2018.

3.5.3 KPI's:

Os métodos para se medir e mensurar os resultados do aplicativo serão:

- Número de buscas pela empresa em sites de buscas e de download de aplicativos em relação ao investimento em marketing e divulgação, para assim analisar a efetividade do investimento em propaganda.
- Número de downloads do aplicativo em relação aos acessos e buscas, para visualização do interesse das pessoas em um nível maior.
- Tempo de navegação dentro do aplicativo, páginas acessadas em relação às compras efetuadas, para que seja possível mensurar a efetividade das vendas via aplicativo.

- Regiões de download e acesso do aplicativo em relação às cantinas parceiras, para estudar se está sendo atendida a demanda de usuários com as cantinas disponíveis.
- Análise de uso por tempo, compra e idade para verificar se o aplicativo tem sido fácil de ser utilizado em todas as faixas etárias.
- Avaliações do aplicativo via centrais de download como Play Store para observar contentamento com o funcionamento e usabilidade.
- Análise do retorno financeiro que o aplicativo tem gerado em relação ao investimento no mesmo por parte da Minha Cantina.

3.6 Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio

Por meio de todas as análises realizadas anteriormente, o aplicativo Minha Cantina identificou uma demanda de mercado que ainda não foi explorada por outras empresas, tornando-se uma oportunidade de grande aceitação e utilização dos seus potenciais consumidores e clientes.

Ao analisar todos os dados pesquisados é possível verificar a dificuldade que o mercado de cantinas, lanchonetes e restaurantes das instituições de ensino enfrentam, por não possuírem uma alternativa prática na hora de administrar suas demandas. Tendo em vista esse cenário, a principal proposta da criação do aplicativo Minha Cantina é intermediar a relação entre estabelecimento e consumidor, através da possibilidade de compras e pagamentos online de alimentos e bebidas, o que gera maior comodidade para o cliente, redução do tempo de espera no preparo dos alimentos e diminuição de filas.

A proposta de otimização do tempo e aumento da qualidade percebida pelo cliente será o grande diferencial do aplicativo Minha Cantina perante os seus concorrentes.

4 VIABILIDADE OPERACIONAL

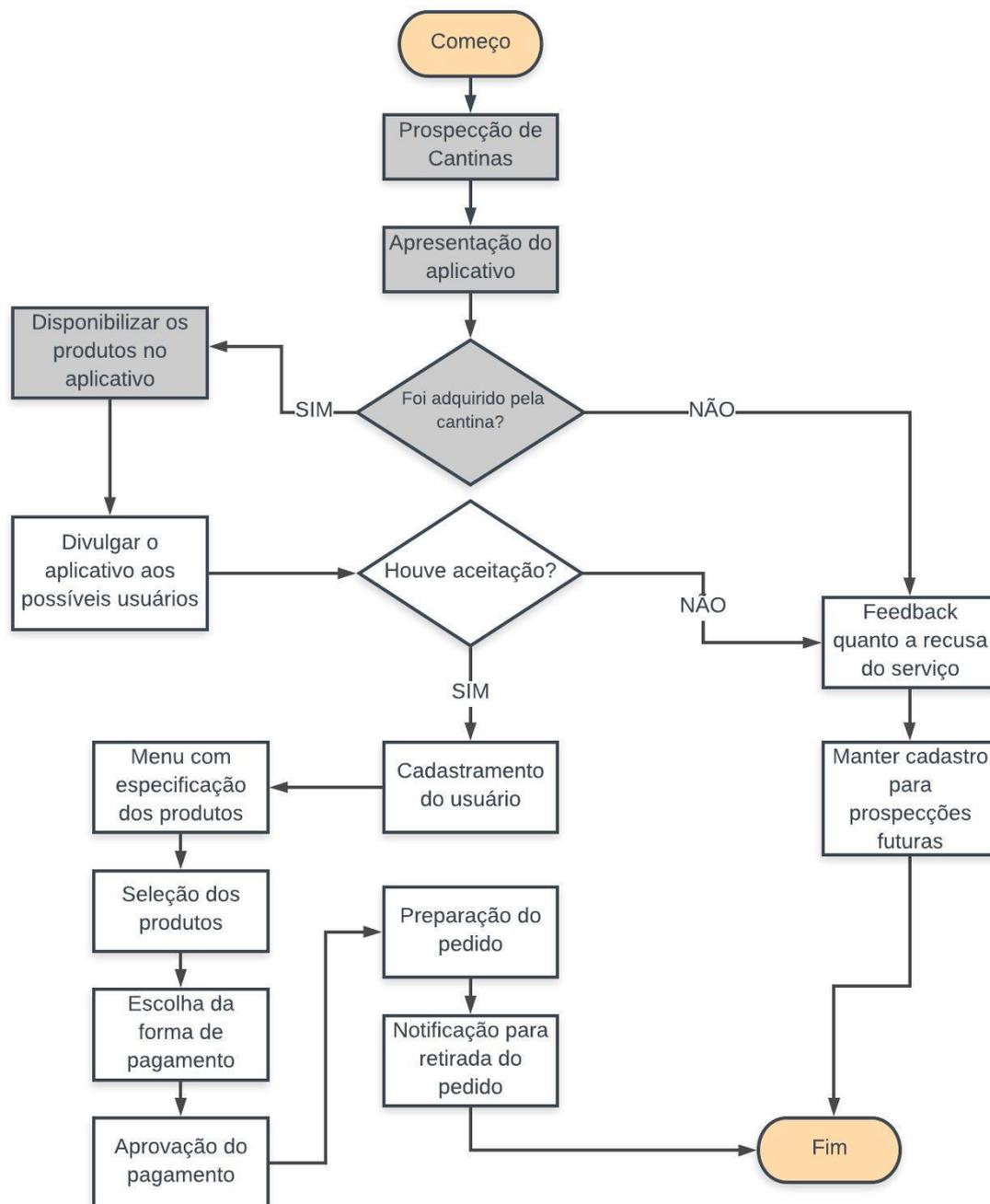
4.1 Plano Operacional

4.1.1 Fluxograma dos processos operacionais

Os processos de atividades da empresa inicialmente terão um forte trabalho da equipe de vendas que contará com representantes comerciais na prospecção de cantinas e divulgação do aplicativo. Aos parceiros que adquirirem, serão expostos os produtos de acordo com a disponibilidade da cantina no aplicativo. Em paralelo, haverá empenho da equipe de marketing, vendas, publicidade e propaganda em tornar o aplicativo conhecido do público alvo, no caso, frequentadores de cantinas. Serão trabalhados os retornos positivos e negativos, tanto por parte das cantinas quanto aos possíveis usuários. Na aceitação do aplicativo, o cliente irá fazer o cadastro com o número do seu celular, e-mail e senha. Irá localizar a instituição desejada para efetivação do pedido e então poderá realizar sua solicitação com o cardápio disponível. Ao realizar seu pedido, o mesmo poderá optar nas formas de pagamento online e presencial, além de poder recarregar o aplicativo com créditos (vale refeição, débito, crédito ou dinheiro) feitos no caixa da cantina.

Escolhendo a forma de pagamento online, será necessário aguardar a confirmação do pagamento e o comando será dado à cantina. No caso de recusa em ambas as situações, cantinas e possíveis usuários, os dados serão guardados, independentemente da resposta. A equipe irá agradecer a disponibilidade de tempo na apresentação do projeto e guardará os dados cadastrais para futuramente entrar em contato. É importante ressaltar que todos os retornos negativos serão questionados como Feedback lançando perguntas como o porquê da recusa, o que tornaria o aplicativo útil para a cantina ou como poderia melhorar, no objetivo de buscar melhorias continuamente. O fluxograma descrito acima é apresentado na figura 4.

Figura 4: Fluxograma



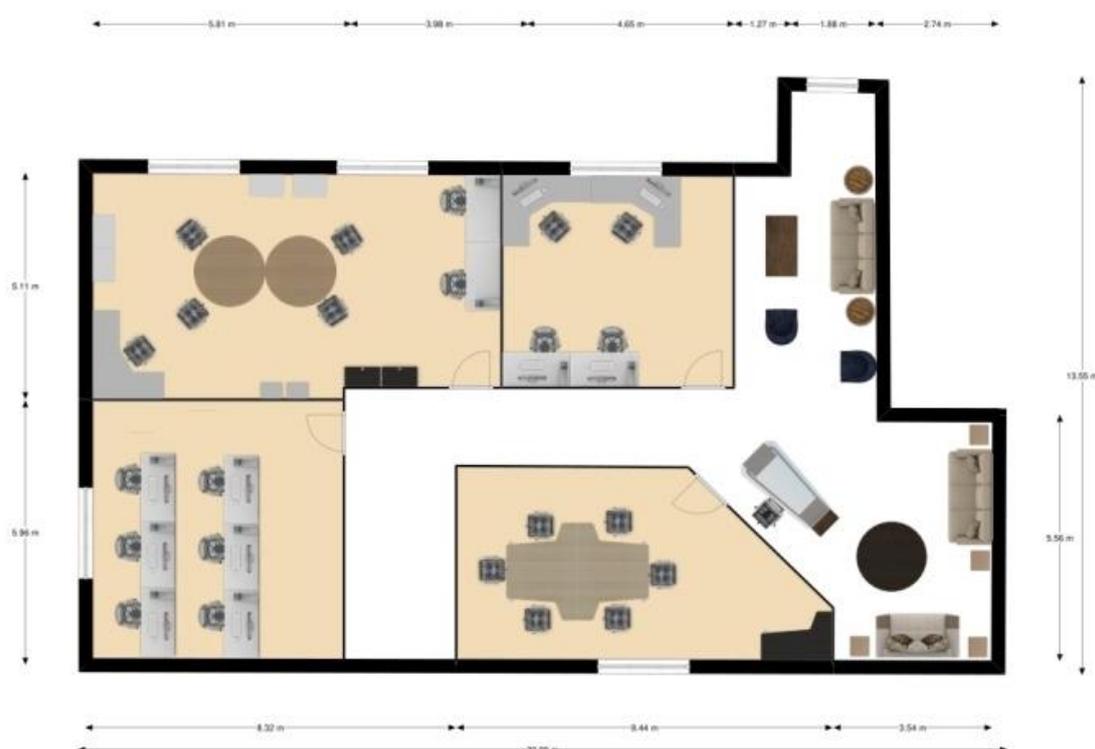
Fonte: Do autor, 2018.

4.1.2 Layout ou arranjo físico

Layout Físico (escritório)

As atividades operacionais do aplicativo Minha Cantina serão concentradas no escritório da empresa localizada em Santo André – SP, que irá dispor de uma recepção confortável para receber os clientes e internamente, será dividida por vidraças. Haverá uma sala de reuniões, banheiro e as divisões serão segmentadas de acordo com a área e com os respectivos colaboradores nos departamentos, abrangendo analistas de tecnologia da informação, equipe de marketing, vendas, publicidade e propaganda. O local possui 37m². Em primeiro momento, o local suprirá a capacidade de demanda, e é ilustrado na Figura 5.

Figura 5: Layout Físico



Fonte: Do autor, 2018.

Layout do Aplicativo

O aplicativo terá como foco a praticidade, tendo como opções o cardápio, pedidos, promoções, fidelização, os lugares, sugestões e configurações da conta para o usuário.

No cardápio, estarão postos os produtos disponíveis, em tempo real.

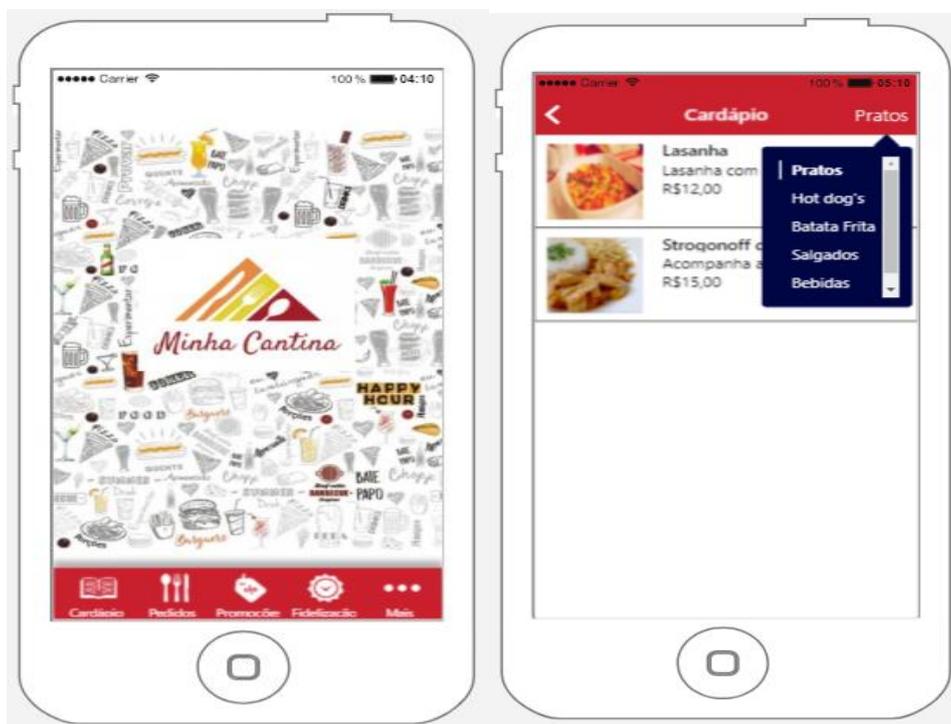
Na opção de pedidos será possível acompanhar o pedido realizado e sua estimativa de preparo para as solicitações que demandam tempo.

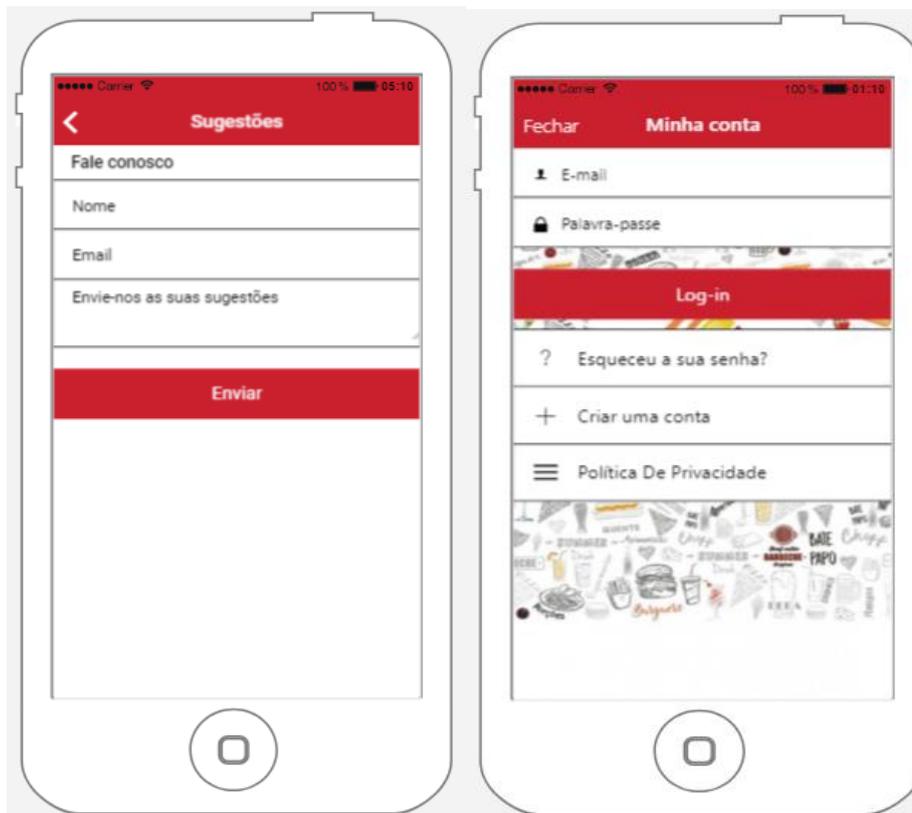
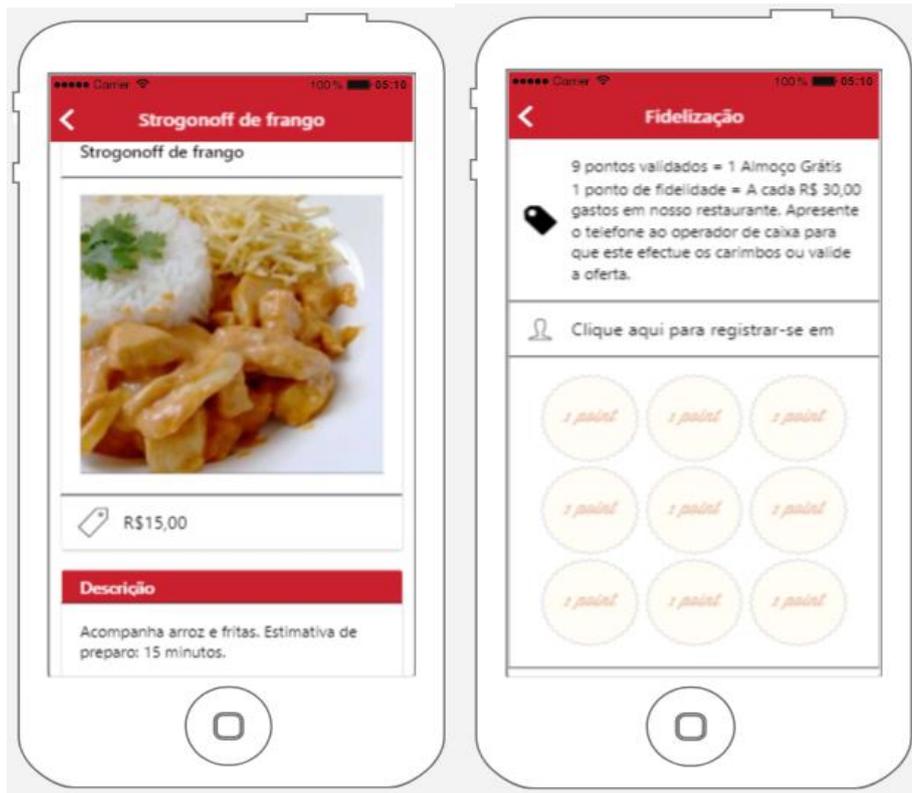
A fidelização se refere ao foco que a empresa tem em criar um vínculo com o cliente e valor na marca; inclusive, entre as sugestões de fidelização, é estabelecido um valor acumulado de compras para conseguir um “carimbo” no aplicativo, que ao ser preenchido de acordo com as regras, possibilita a troca por um brinde.

Os lugares se referem à localização da cantina, ou seja, região, cidade e a instituição de ensino. As sugestões se aplicam no trabalho intensivo de melhorias do aplicativo e na satisfação do cliente referente à utilidade e atendimento.

A Minha Conta implica nas configurações de acesso, login e senha. Como pode ser visto na figura 6.

Figura 6: Layout do aplicativo







Fonte: Do autor, 2018.

4.1.3 Máquinas e equipamento necessários para produção

Para as operações da empresa, em princípio, será contratada uma empresa terceirizada para a criação do aplicativo. Dessa forma, para dar início às operações, será necessário apenas o espaço físico, que será alugado.

Inicialmente, serão utilizados seis computadores.

Para as operações do cliente principal, no caso a cantina, será necessário um computador com sistema de gestão do aplicativo, o qual gerenciará todos os pedidos, preços e quantidades de produtos disponíveis. Também será necessário acesso à internet para manter as operações ativas e atualizadas em tempo real.

Como se trata de um serviço com gestão focada no processo operacional para se manter, inicialmente o trabalho intenso será feito com equipes comerciais/vendas e na gestão do sistema para atender a capacidade produtiva, no caso, quantidades de acessos, atualizações do aplicativo e possíveis melhorias.

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

Inicialmente, o plano estratégico de distribuição logística ocorrerá somente no Grande ABC (incluindo: Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra). Visando a máxima qualidade na utilização do aplicativo, além de rapidez e eficiência. A capacidade produtiva da Minha Cantina deve assegurar que o

software comporte o volume de dados e acessos de toda a demanda, inclusive simultaneamente.

De acordo com estimativas feitas nos capítulos anteriores, infere-se que a demanda máxima de usuários com acesso simultâneo numa projeção anual será de 25.980. Considerando-se margem de segurança de 10%, a capacidade produtiva máxima será de 28.578. Dessa forma, a Minha Cantina terá capacidade de suprir a demanda extra da margem de segurança, uma vez que, foi estimado para as operações servidor que supre até 100.000 acessos simultâneos.

Para a capacidade comercial, estima-se que os anúncios (que no caso será a publicidade das próprias cantinas), aparecerão em intervalos de cada 30 minutos durante a navegação no aplicativo, além disso, caso o usuário opte, poderá receber notificações das cantinas cadastradas com promoções mesmo com a navegação off-line do aplicativo.

Dessa forma considerando-se o período de 1 hora, aparecerão 2 anúncios. Projetando uma média mensal individual (considerando 20 dias úteis de aula dentro do mês), serão mostrados 40 anúncios para cada usuário. O produto dessa estimativa de anúncios pela projeção máxima de demanda de usuários é de 1.143.120.

4.1.5. Principais fornecedores

Pode-se contar como principais fornecedores as empresas que oferecem os seguintes serviços:

Firestore – Plataforma dedicada para hospedagem de banco de dados
Automatic – Empresa especializada em tecnologia de ponta para fornecer melhores soluções em plataformas digitais. Como a construção de aplicativos, fácil de gerenciar, segura e extensível.

SuperDominios – Promove a hospedagem dos melhores e principais sites na internet.

Oi – Telefonia e internet, oferecerá estes serviços por meio do uso da fibra ótica com velocidade de 50MG e IP dinâmico.

Google Play e AppStore – Lojas de aplicativos, onde estará disponível para download o aplicativo Minha Cantina.

4.1.5 Plano logístico e de distribuição

A Minha Cantina, em princípio, estará focada nas instituições de ensino do grande ABC abrangendo Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, São Matheus, Diadema Mauá e Ribeirão Pires.

Nesse contexto, haverá uma equipe de vendas que terá a disponibilidade de dois veículos para representar comercialmente a Minha Cantina focada no cliente principal (cantinas), com visitas, tendo como objetivo a maior aproximação e relacionamento com futuros parceiros e consequentemente, a fortificação da fidelização com suporte no atendimento na pré-venda, venda e pós-venda. O intuito é o mínimo de burocracia e formalidade, uma vez que a visita do representante comercial já leva consigo a estrutura necessária para efetivação do contrato por meio digital, ou seja, todo processo de aquisição do aplicativo por parte da cantina, dados cadastrais e documentações serão registradas e efetivadas online, o que gera mais comodidade e praticidade aos clientes. Ainda que este seja o processo opcional para contratação, a Minha Cantina terá seu escritório físico que manterá as operações ativas e também terá um ambiente para recepção dos clientes. As cantinas atualizarão em tempo real o seu estoque de mercadoria e terão gestão de controle dos produtos.

Por parte dos usuários, cada instituição terá a aplicação e empenho da equipe comercial por meio de publicidade e propaganda, que representará a Minha Cantina a fim de buscar o público potencial e agregar valor à marca. A estrutura inicial possui capacidade produtiva suficiente para suprir as projeções de demanda, considerando que a abrangência é de até 100 mil acessos pelo servidor.

Em sua distribuição, o aplicativo estará disponível na web pelo site da Minha Cantina mais o código de endereço da instituição como forma de acompanhar as tendências em tecnologia de aplicativos e também estará disponível nas plataformas Playstore para Android e Appstore, para Apple com download gratuito.

4.1 Estimativas de gastos

A partir das informações já citadas, foi possível auferir os valores dos investimentos e gastos para iniciar e manter a operação da empresa.

Na tabela 2 estão discriminados os gastos com o investimento para as operações iniciais e, na tabela 3, estão os valores de gastos mensais e anuais previstos para as atividades da empresa, os quais foram divididos em fixos, gastos que se repetem mensalmente independente do volume de produção da empresa; e em variáveis, que dependem do volume de produção.

O investimento com móveis, computadores, telefones e impressoras compõem a infraestrutura da empresa, o registro da empresa, os serviços de contabilidade e criação do aplicativo são investimentos que a empresa precisará dispor inicialmente para começar as operações. A empresa Automatic, que é especializada no segmento de criação de aplicativos fará a criação do aplicativo Minha Cantina. O investimento com o PlayStore será feito por meio do pagamento de uma única parcela. E os veículos serão disponibilizados para os representantes comerciais exercerem a prospecção de clientes já que será necessária intensa locomoção. Tais valores serão expostos na tabela 2 a seguir.

Tabela 2: Estimativa de investimentos pré-operacionais

DESCRIÇÃO	QTD	TOTAL
Móveis	5	R\$ 4.500,00
Computadores	5	R\$ 11.000,00
Telefones	4	R\$ 600,00
Impressora	1	R\$ 180,00
PlayStore	-	R\$ 97,50
Criação Aplicativo	-	R\$ 90.000,00
Registro da empresa	-	R\$ 500,00
Veículos	2	R\$ 60.000,00
Terceirização Contabilidade	-	R\$ 1.000,00
TOTAL		R\$ 167.877,50

Fonte: Do autor, 2018.

Tabela 3: Gastos operacionais

DESCRIÇÃO	Mensal	Anual
Aluguel do escritório	R\$1.547,00	R\$18.564,00
Água	R\$200,00	R\$2.400,00
Energia	R\$500,00	R\$6.000,00
Plataforma de Base de dados	R\$97,50	R\$1.170,00
Nome de domínio	R\$3,00	R\$36,00
AppStore	R\$29,40	R\$352,80
Manutenção do app	R\$15.000,00	R\$180.000,00
Telefonia e Internet	R\$150,00	R\$1.800,00
Limpeza	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Combustível para veículos	R\$1.000,00	R\$12.000,00
TOTAL		R\$225.922,80

Fonte: Do autor, 2018.

4.2 Análise e diagnóstico de viabilidade operacional

Para o êxito da Minha Cantina, é necessário que todas as etapas do planejamento estratégico operacional sejam respeitadas. Para manter o aplicativo é crucial que as atividades operacionais estejam em seu máximo desempenho, uma vez que o funcionamento do aplicativo depende totalmente da tecnologia e suas tendências. Nesse sentido, os processos postos na viabilidade operacional têm como objetivo acompanhar as imposições da atualidade para com os consumidores: a agilidade, praticidade, comodidade, utilidade e otimização do tempo, portanto, o planejamento é voltado para que a capacidade produtiva atenda à demanda, buscando a melhor excelência do serviço desde a primeira utilização do aplicativo pelo usuário que será consequência da qualidade nos processos operacionais e excelência no marketing e vendas.

Infere-se que a operação da empresa será viável uma vez que a estrutura da empresa acima exposta dará suporte suficiente para o exercício das atividades.

5 VIABILIDADE MERCADOLÓGICA

5.1 Plano de Marketing

O Composto de Marketing de Kotler e Keller (2012) é um conjunto de ferramentas utilizadas para satisfazer as necessidades e desejos dos clientes, bem como auxiliar a empresa a alcançar os objetivos estabelecidos.

5.1.1 *Produtos e Serviços*

A empresa Minha Cantina desenvolverá um aplicativo e site de mesmo nome, cuja função é intermediar o atendimento entre cantinas, lanchonetes e restaurantes cadastrados com seus clientes, em que será possível visualizar o cardápio atualizado, a disponibilidade de produtos, quantidade e preços dos mesmos, e realizar a compra e o pagamento de forma antecipada.

Por meio da análise em profundidade dos níveis de produto, identifica-se como produto básico, ou seja, os benefícios oferecidos a comodidade e praticidade de realizar pedidos em cantinas, lanchonetes e restaurantes de instituições de ensino de forma online, por meio de um dispositivo móvel, o que possibilita que seu consumidor possa realizar a compra de qualquer lugar e apenas retirá-lo no local físico desejado.

O aplicativo Minha Cantina terá um design simplificado, a fim de facilitar o uso deste, onde estarão em ordem de lista todos os itens disponíveis para compra na cantina, tal como quantidade dos produtos, agendamento do horário para retirada do pedido, preços e opções para pagamento.

5.1.2 *Matriz BCG*

A Matriz BCG é uma ferramenta para gerenciar os investimentos em um portfólio de produtos, e a empresa Minha Cantina em seus primeiros anos de atividade atuará no quadrante “Ponto de Interrogação”, por tratar-se da introdução de um novo produto no mercado, em que ainda é preciso ser entendido e acompanhado o comportamento do público alvo.

Espera-se que no prazo de 3 anos, por meio da realização de investimentos e aprimoramento da qualidade dos serviços oferecidos, a Minha Cantina ocupe o quadrante “Estrela”, pois acredita-se que nesse período a marca estará estabelecida no mercado, com ações de marketing que visam

expandir a marca, clientes satisfeitos e fidelizados e alto investimento em tecnologia para manter e melhorar o bom funcionamento de todas as plataformas. A Matriz BCG pode ser vista na figura 7.

Figura 7: Matriz BCG



Fonte: Adaptado de <https://www.treasy.com.br/blog/matriz-bcg/>, 2018.

5.1.3 MVP (Produto Mínimo Viável)

A Minha Cantina direcionará seus primeiros testes pelo do Website, que possibilitará ao usuário visualizar: os itens e produtos disponíveis no cardápio da cantina, selecionar a quantidade e simular a forma de pagamento desejada.

O MVP será aplicado na cidade de Santo André e apenas para estudantes da Escola Superior de Administração e Gestão – Strong Esags, com a expectativa de medir os principais gargalos dos serviços oferecidos, projetar atualizações e a satisfação do cliente, a fim de validar a viabilidade do negócio.

5.1.4 Preço

O valor cobrado será de 0,5% sobre o faturamento total das cantinas conveniadas com o aplicativo no primeiro e segundo anos; será 1% no terceiro, quarto e quinto anos. Estes percentuais foram definidos a partir das entrevistas com os proprietários de cantinas durante as pesquisas de mercado, e pelas das análises financeiras, com o objetivo de oferecer uma taxa atrativa, para ganhar credibilidade no mercado e a confiança das cantinas parceiras.

5.1.5 Promoção

Os principais meios de divulgação e comunicação serão os representantes comerciais que realizarão visitas nas cantinas com o foco de promover conteúdo que explique sobre o serviço e as vantagens que terão ao utilizar o aplicativo ou o sistema.

Nas mídias sociais, além do Instagram, será utilizado o FacebookAds, que se trata de um mecanismo que possibilita o anúncio de serviços, divulgação de site, promoção de conteúdo, localização de cadastros e as tradicionais campanhas de curtidas. Com esse mecanismo será possível segmentar o público por filtros que a rede social dispõe tais como: idade, sexo, escolaridade, segmentação por interesse (comida, bebida, região, entre outros.), com o intuito de alcançar o número máximo de pessoas e impulsionar a marca.

Em paralelo às estratégias citadas serão utilizadas táticas de Google AdWords para redes de pesquisa, display e comerciais de 30 segundos no Youtube. Este apanhado de ofertas em diferentes canais garantirá a cobertura geral dos principais veículos de comunicação em que os estudantes transitam, promovendo o produto de forma exponencial e viral, levando em consideração o target.

Para complementar as ações promocionais a empresa fará uso de mídia alternativa, inserindo chamadas promocionais na tela de login para utilização da internet disponibilizada pela maioria das instituições de ensino.

A figura 15 segue o exemplo de propaganda que será utilizada em banners de lona e posicionada nas instituições de ensino, para despertar a curiosidade e interesse do consumidor, levando-o a acessar o site e realizar o download do aplicativo, o que impulsionará o acesso.

Figura 8: Publicidade Minha Cantina



Fonte: Do autor, 2018.

5.1.6 Gestão da marca

O nome escolhido para a startup é, Minha Cantina, que faz referência direta com o serviço oferecido, que remete ao local destinado à alimentação, comercialização de alimentos e bebidas e que serve também de ambiente utilizado para as pausas e intervalos nas instituições de ensino.

As cores escolhidas são um dos pontos mais importantes no aspecto visual, uma vez que são o fator principal para chamar a atenção e conquistar a confiança do cliente, e conseqüentemente levá-lo a utilizar.

De acordo com a psicologia das cores¹¹, o vermelho estimula a energia e incentiva ações. Será usado para estimular o apetite e criar um senso de urgência para o consumo.

O amarelo é a cor mais estimulante, e será utilizado com o intuito de prender a atenção e mostrar clareza.

¹¹<http://www.marketingmoderno.com.br/a-influencia-das-cores-na-publicidade-e-propaganda/>

O laranja reflete calor e entusiasmo, será utilizado novamente para chamar atenção, além de representar uma marca amigável, alegre e confiante. O logo pode ser visto na figura 9.

Figura 9: Logo do aplicativo Minha Cantina



Fonte: Do autor, 2018.

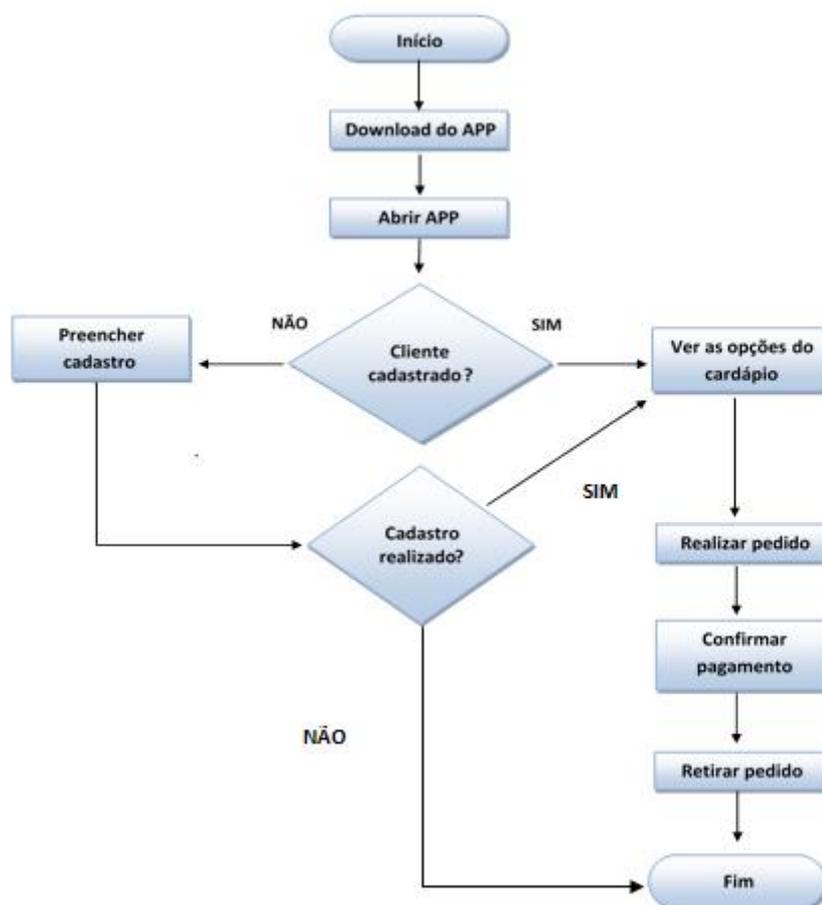
5.1.7 Fluxograma da experiência de compra dos clientes da empresa

O fluxograma, representado na Figura 17, mostra como funcionará o aplicativo na primeira vez que o cliente o usar.

Após realizar o download do aplicativo Minha Cantina, o usuário fará um cadastro informando seus dados pessoais, e em seguida inserirá a localização da cantina da sua instituição de ensino, que trará como resultado o cardápio para a realização do pedido.

Logo após a escolha do pedido desejado pelo cliente, o aplicativo trará as condições de pagamento, com a inserção dos dados e confirmação do produto escolhido. O cliente terá duas opções de retirada do pedido que funcionará com agendamento do horário escolhido pelo cliente ou para preparação imediata, ambas acompanhadas de senhas para retirada e aviso pelo aplicativo de que o pedido está disponível na cantina, conforme está determinado na figura 10: fluxograma do aplicativo.

Figura 10: Fluxograma do aplicativo



Fonte: Do autor, 2018.

5.1.8 Estratégias de fidelização de clientes:

Com o intuito de fidelizar os clientes, serão disponibilizados treinamentos constantes com conteúdo e matérias exclusivas de acordo com perfil de cada um, além de noticiais sobre o mercado de cantinas e alimentação, que serão enviados por e-mails. Haverá um espaço aberto no campo Avaliações para que os proprietários das cantinas e os clientes das mesmas exponham as experiências que foram proporcionadas devido ao serviço do aplicativo Minha Cantina.

Será dado um retorno personalizado para clientes após a instalação do aplicativo, agradecendo a escolha. Após o primeiro mês do uso será

disponibilizada uma pesquisa de satisfação para entender mais sobre a experiência de utilizar o serviço.

5.1.9 Posicionamento da marca:

A Minha Cantina terá o posicionamento estratégico competitivo de diferenciação, pois tem como objetivo promover o serviço de atendimento ao consumidor eficiente, por meio de um aplicativo mobile, onde os consumidores poderão fazer seus pedidos de refeição nas cantinas, lanchonetes e restaurantes das instituições de ensino com mais praticidade e comodidade, mantendo a excelência e qualidade do serviço e atendimento. Serão utilizados mecanismos tecnológicos inteligentes para minimizar os custos e aumentar o lucro da empresa. Na figura 11 será representado o quadro das estratégias genéricas de Porter, e o quadrante onde a Minha Cantina estará posicionada.

Figura 11: Estratégias genéricas de Michael Porter

		Vantagem estratégica	
		Unicidade observada pelo cliente	Posição de baixo custo
Alvo estratégico	No âmbito de toda a indústria	Diferenciação 	Liderança em custo
	Apenas um segmento	Foco	

Fonte: Do autor, 2018.

5.2 Previsão e mensuração da demanda

5.2.1 Demanda corrente e futura:

Para determinar a demanda corrente, foi realizada uma projeção no primeiro ano determinando a quantidade de downloads por meio de anúncios pelas Mídias Sociais, Google AdWords, Youtube e Mídia alternativa. Com o uso desses meios de comunicação foi constatado um alcance de 25.980 downloads por ano, sobre esse total será considerado que 70% das pessoas façam uso do aplicativo resultando em 18.186 usuários. Na tabela 4, será representada a

quantidade de downloads no primeiro ano de atividade do aplicativo Minha Cantina.

Tabela 4: Quantidade de downloads no primeiro ano

1º ano	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Mídias Sociais	100	400	600	800	1000	1200	700	1600	1800	2000	2200	1200	13600
Google AdWords	50	200	300	400	500	600	350	800	900	1000	1100	600	6800
Youtube	25	100	150	300	350	400	225	500	550	600	650	350	4200
Mídia alternativa	10	40	60	80	100	120	70	160	180	200	220	140	1380
Total	185	740	1110	1580	1950	2320	1345	3060	3430	3800	4170	2290	25980

Fonte: Do autor, 2018.

O maior número de investimento para downloads será pelas das Mídias Sociais, Google AdWords e Youtube. As Mídias alternativas se dividem em banners, panfletos e anúncios do aplicativo que serão mostrados em outros sites. Por se tratar de serviços oferecidos para instituições de ensino, existe o período de férias nos meses de janeiro e dezembro, diminuindo o fluxo de downloads. Com 18.186 usuários, representando 70% de utilização no primeiro ano a Minha Cantina terá a receita de R\$ 196.408,80 considerando um ticket médio de R\$6,00 por aluno, sendo esse valor a média de preço por salgados nas cantinas entrevistadas.

Considerando que 70% dos usuários utilizem o aplicativo com frequência, resultará em 92.066 usuários ao final do quinto ano, considerando a taxa cobrada de 0,5% no segundo ano e 1% para os demais, gerando uma receita de R\$ 4.492.862,64.

Na tabela 5 será representada a quantidade de downloads do aplicativo Minha Cantina nos próximos 4 anos, considerando o aumento de 50% a cada ano, tendo esse percentual definido como meta para os anos seguintes.

É possível verificar na tabela 5, a seguir:

Tabela 5: Downloads dos 4 anos

2º ano	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Mídias Sociais	150	600	900	1200	1500	1800	1050	2400	2700	3000	3300	1800	20400
Google AdWords	75	300	450	600	750	900	525	1200	1350	1500	1650	900	10200
Youtube	37,5	150	225	450	525	600	338	750	825	900	975	525	6300
Mídia alternativa	15	60	90	120	150	180	105	240	270	300	330	210	2070
Total	278	1110	1665	2370	2925	3480	2018	4590	5145	5700	6255	3435	38970

3º ano	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Mídias Sociais	225	900	1350	1800	2250	2700	1575	3600	4050	4500	4950	2700	30600
Google AdWords	113	450	675	900	1125	1350	788	1800	2025	2250	2475	1350	15300
Youtube	56,3	225	337,5	675	787,5	900	506	1125	1237,5	1350	1462,5	787,5	9450
Mídia alternativa	22,5	90	135	180	225	270	158	360	405	450	495	315	3105
Total	416	1665	2498	3555	4388	5220	3026	6885	7717,5	8550	9382,5	5152,5	58455

4º ano	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Mídias Sociais	338	1350	2025	2700	3375	4050	2363	5400	6075	6750	7425	4050	45900
Google AdWords	169	675	1013	1350	1688	2025	1181	2700	3037,5	3375	3712,5	2025	22950
Youtube	84,4	337,5	506,3	1012,5	1181	1350	759	1687,5	1856,25	2025	2193,8	1181,25	14175
Mídia alternativa	33,8	135	202,5	270	337,5	405	236	540	607,5	675	742,5	472,5	4657,5
Total	624	2497,5	3746	5332,5	6581	7830	4539	10328	11576,25	12825	14074	7728,75	87683

5º ano	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Mídias Sociais	506	2025	3038	4050	5063	6075	3544	8100	9112,5	10125	11138	6075	68850
Google AdWords	253	1012,5	1519	2025	2531	3037,5	1772	4050	4556,25	5063	5568,8	3037,5	34425
Youtube	127	506,25	759,4	1518,8	1772	2025	1139	2531,3	2784,375	3038	3290,6	1771,88	21263
Mídia alternativa	50,6	202,5	303,8	405	506,3	607,5	354	810	911,25	1013	1113,8	708,75	6986,3
Total	937	3746,3	5619	7998,8	9872	11745	6809	15491	17364,38	19238	21111	11593,1	131524

Fonte: Do autor, 2018.

5.2.1 Market-share

Segundo o site Edição do Brasil¹², o mercado delivery fechou em 2017 com faturamento acima dos R\$ 10 bilhões, logo o market-share da Minha Cantina será calculado pela divisão do faturamento anual da Minha Cantina de R\$ 296.670,96 com o faturamento anual do mercado de delivery, resultando em 0,0030%. A tabela 6 representa o faturamento no primeiro ano e a tabela 7 nos próximos 4 anos.

Na tabela 6 é exposto a projeção de faturamento ao longo do período de 5 anos. Sendo a coluna “ano” e “mês” a da competência vigente, a coluna “Quantidade de cantinas” a quantidade esperada de clientes ao total (considera-se a soma da quantidade de cantinas do mês anterior com a meta de prospecção mensal). A empresa trabalhará com um agressivo planejamento de prospecção de clientes (cantinas). No primeiro ano a meta para prospecção

¹² Edição do Brasil, acesso em 02 de outubro.

<<http://edicaodobrasil.com.br/2018/02/23/mercado-delivery-de-alimentos-fatura-mais-de-r-10-bi-no-brasil/>>

de clientes será de 10 cantinas por mês, essa prospecção assumirá o aumento percentual e gradativo de 50%, 60%, 80% e 100% de aumento em 2020, 2021, 2022 e 2023 respectivamente, conforme exposto na tabela 7. Salvo exceção, meses sazonais como época de férias em que as metas mensais cairão pela metade (Janeiro, Julho e Dezembro).

Tabela 6: Faturamento mensal dos 5 anos

Ano	Mês	Lucro sobre o faturamento médio por cantina	Quantidade de cantinas	Receita mensal	
2019	JAN	R\$ 0,00	14	R\$ 0,00	
	FEV	R\$ 454,32	24	R\$ 10.903,68	
	MAR	R\$ 454,32	34	R\$ 15.446,88	
	ABR	R\$ 454,32	44	R\$ 19.990,08	
	MAI	R\$ 454,32	54	R\$ 24.533,28	
	JUN	R\$ 454,32	64	R\$ 29.076,48	
	JUL	R\$ 0,00	69	R\$ 0,00	
	AGO	R\$ 454,32	79	R\$ 35.891,28	
	SET	R\$ 454,32	89	R\$ 40.434,48	
	OUT	R\$ 454,32	99	R\$ 44.977,68	
	NOV	R\$ 454,32	109	R\$ 49.520,88	Receita 2019
	DEZ	R\$ 227,16	114	R\$ 25.896,24	R\$ 296.670,96
2020	JAN	R\$ 0,00	122	R\$ 0,00	
	FEV	R\$ 454,32	137	R\$ 62.014,68	
	MAR	R\$ 454,32	152	R\$ 68.829,48	
	ABR	R\$ 454,32	167	R\$ 75.644,28	
	MAI	R\$ 454,32	182	R\$ 82.459,08	
	JUN	R\$ 454,32	197	R\$ 89.273,88	
	JUL	R\$ 0,00	204	R\$ 0,00	
	AGO	R\$ 454,32	219	R\$ 99.496,08	
	SET	R\$ 454,32	234	R\$ 106.310,88	
	OUT	R\$ 454,32	249	R\$ 113.125,68	
	NOV	R\$ 454,32	264	R\$ 119.940,48	Receita 2020
	DEZ	R\$ 227,16	272	R\$ 61.673,94	R\$ 878.768,46
2021	JAN	R\$ 0,00	284	R\$ 0,00	
	FEV	R\$ 908,64	308	R\$ 279.406,80	
	MAR	R\$ 908,64	332	R\$ 301.214,16	
	ABR	R\$ 908,64	356	R\$ 323.021,52	
	MAI	R\$ 908,64	380	R\$ 344.828,88	
	JUN	R\$ 908,64	404	R\$ 366.636,24	
	JUL	R\$ 0,00	416	R\$ 0,00	
	AGO	R\$ 908,64	440	R\$ 399.347,28	
	SET	R\$ 908,64	464	R\$ 421.154,64	
	OUT	R\$ 908,64	488	R\$ 442.962,00	
	NOV	R\$ 908,64	512	R\$ 464.769,36	Receita 2021
	DEZ	R\$ 454,32	524	R\$ 237.836,52	R\$ 3.581.177,40
2022	JAN	R\$ 0,00	567	R\$ 0,00	
	FEV	R\$ 908,64	610	R\$ 554.179,54	
	MAR	R\$ 908,64	653	R\$ 593.432,78	
	ABR	R\$ 908,64	696	R\$ 632.686,03	
	MAI	R\$ 908,64	740	R\$ 671.939,28	
	JUN	R\$ 908,64	783	R\$ 711.192,53	
	JUL	R\$ 0,00	804	R\$ 0,00	
	AGO	R\$ 908,64	848	R\$ 770.072,40	
	SET	R\$ 908,64	891	R\$ 809.325,65	
	OUT	R\$ 908,64	934	R\$ 848.578,90	
	NOV	R\$ 908,64	977	R\$ 887.832,14	Receita 2022
	DEZ	R\$ 454,32	999	R\$ 453.729,38	R\$ 6.932.968,63
2023	JAN	R\$ 0,00	1042	R\$ 0,00	
	FEV	R\$ 908,64	1128	R\$ 1.025.218,51	
	MAR	R\$ 908,64	1215	R\$ 1.103.725,01	
	ABR	R\$ 908,64	1301	R\$ 1.182.231,50	
	MAI	R\$ 908,64	1388	R\$ 1.260.738,00	
	JUN	R\$ 908,64	1474	R\$ 1.339.244,50	
	JUL	R\$ 0,00	1517	R\$ 0,00	
	AGO	R\$ 908,64	1604	R\$ 1.457.004,24	
	SET	R\$ 908,64	1690	R\$ 1.535.510,74	
	OUT	R\$ 908,64	1776	R\$ 1.614.017,23	
	NOV	R\$ 908,64	1863	R\$ 1.692.523,73	Receita 2023
	DEZ	R\$ 454,32	1906	R\$ 865.888,49	R\$ 13.076.101,94

Fonte: Do autor, 2018.

Tabela 7: Planejamento de metas para Prospecção de Clientes

Ano	Aumento mensal
2019	10
2020	15
2021	24
2022	43
2023	86

Fonte: Do autor, 2018.

Considerando o faturamento do mercado de delivery de 10 bilhões, ao final da projeção dos 5 anos, auferir-se que a Minha Cantina atingirá um Market-share correspondente a 0,131%.

5.3 Estimativa de Gastos

O plano de marketing da Minha cantina se baseará no crescimento de sua base de clientes e o trabalho de divulgação e promoções será realizado pela equipe interna de marketing.

Pensando no plano inicial, este será baseado em divulgação nos canais com contato mais direto com o cliente, como as redes sociais e os mecanismos de busca da web, tais como Instagram, FacebookAds e Google Adwords. As cobranças desses serviços não constam com nenhum tipo de taxa ou montante fixo exigido, o pagamento é definido sobre o número do alcance de cliques e visualizações que o anunciante deseja atingir, ou seja, a Minha Cantina definirá quanto irá gastar com anúncios nessas redes baseado em suas análises anteriores. O Google Adwords cobra apenas uma taxa de criação de conta no valor de R\$20,00.

Portanto, a empresa optará por iniciar seus investimentos em divulgação e promoção nas mídias sociais (Facebook e Instagram) e Google Adwords com os valores de R\$500,00 e R\$620,00 respectivamente, aumentando de modo gradativo e mensal de acordo com os resultados obtidos.

Como material de apoio aos representantes comerciais, serão utilizados banners e flyers com informações do aplicativo, que serão elaborados em gráficas terceiras e cobrado o valor por pacote, sendo respectivamente, 1.000

unidades de flyers por R\$89,99 e 125 unidades de banners por R\$1.589,95.

Estas quantidades foram calculadas sobre a previsão de alcance de 114 cantinas conveniadas no primeiro ano de atividade da Minha Cantina, como analisado nos itens anteriores.

Na tabela 8 é possível ver o valor estimado a ser gasto mensalmente com marketing da Minha Cantina.

Tabela 7: Estimativa de gastos com publicidade em 2019

Descrição da despesa	Mídias Sociais	Google Adwords	Flyers	Banners	Total
jan/19	R\$ 500.00	R\$ 620.00	R\$ 89.99	R\$ 1,589.95	R\$ 2,799.94
fev/19	R\$ 600.00	R\$ 650.00			R\$ 1,250.00
mar/19	R\$ 700.00	R\$ 700.00			R\$ 1,400.00
abr/19	R\$ 800.00	R\$ 750.00			R\$ 1,550.00
mai/19	R\$ 900.00	R\$ 800.00			R\$ 1,700.00
jun/19	R\$ 1,000.00	R\$ 850.00			R\$ 1,850.00
jul/19	R\$ 1,100.00	R\$ 900.00			R\$ 2,000.00
ago/19	R\$ 1,200.00	R\$ 950.00	R\$ 89.99		R\$ 2,239.99
set/19	R\$ 1,300.00	R\$ 1,000.00			R\$ 2,300.00
out/19	R\$ 1,400.00	R\$ 1,050.00			R\$ 2,450.00
nov/19	R\$ 1,500.00	R\$ 1,100.00			R\$ 2,600.00
dez/19	R\$ 1,600.00	R\$ 1,150.00			R\$ 2,750.00
Total	R\$ 12,600.00	R\$ 10,520.00	R\$ 179.98	R\$ 1,589.95	R\$ 24,889.93

Fonte: Do autor, 2018.

Para os anos seguintes, a Minha Cantina deve investir R\$6.000,00 a mais anualmente em publicidade online e materiais de apoio à divulgação, considerando este valor apropriado e alinhado com as metas estabelecidas para o crescimento do aplicativo, como pode ser visto na Tabela 9.

Tabela 8: Projeção de gastos com publicidade até 2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Investimento	R\$ 24,889.93	R\$ 30,889.93	R\$ 36,889.93	R\$ 42,889.93	R\$ 48,889.93

Fonte: Do autor, 2018.

5.4 Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica

Segundo as pesquisas e projeções realizadas, a Minha Cantina deve iniciar sua atuação com baixa participação no mercado, e é esperado que no decorrer do seu primeiro ano de atividade, por meio das ações de marketing e

publicidade, que o aplicativo alcance um número significativo de acessos e novos usuários.

A principal aposta da Minha Cantina será no marketing online, com divulgação nas principais Mídias Sociais, tais como Facebook, Instagram e Youtube. Este deve lhe trazer o retorno projetado para cobrir todos os custos operacionais e de publicidade. Pelas informações tratadas anteriormente, foi identificado que a Minha Cantina é viável mercadologicamente.

6 VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO

6.1 Projeção de colaboradores

6.1.1 Atividades principais

Marketing

- Analista de marketing: responsável por organizar as visões criadas pela empresa, trabalhar redes sociais e distribuir material para equipe comercial.

Analista de Tecnologia

- Supervisionar e trabalhar em contato com a empresa contratada de desenvolvimento e manutenção do aplicativo. Responsável também pelo contato com a empresa contratada para aluguel e manutenção do equipamento interno.

Administrativo(sócio)

- Gerente geral: gerenciamento da atividade e flutuações do negócio, supervisão e direcionamento da equipe administrativa.

- Habilidade em motivar e levar sua equipe a aceitar ideias e trabalhar em conjunto rumo a um objetivo.

Representante comercial

Realizar apresentação do produto para potenciais clientes.

6.1.2 Atividades terceirizadas

Contabilidade

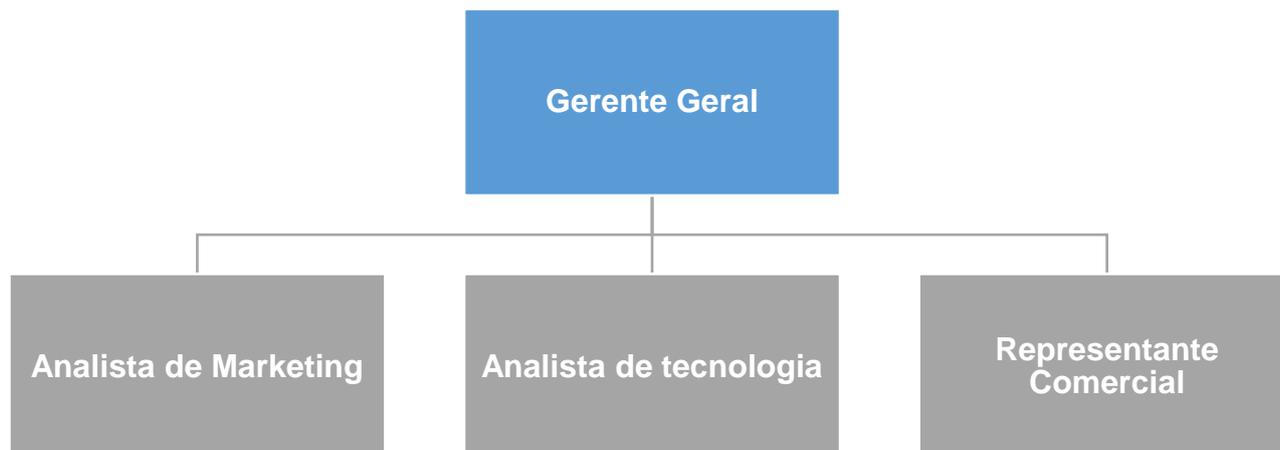
- Responsável pela folha de pagamento e por enviar as declarações fiscais e sociais para os órgãos governamentais.

6.1.3 Organograma

Na intenção de tornar as estruturas, cargos, setores e níveis hierárquicos da empresa bem definidos e alinhados, foi desenvolvido o organograma que visa facilitar o entendimento de como as atividades se relacionam dentro da instituição.

As funções gerenciais e de representantes comerciais serão exercidas por alguns dos sócios, e para os demais cargos serão contratados funcionários do mercado, como demonstra a figura 12.

Figura 12: Organograma



Fonte: Do autor, 2018.

6.1.4 Headcount

Inicialmente serão contratadas duas pessoas, contando com o Analista de Marketing e Analista de Tecnologia. Três dos sócios serão remunerados pelo Pró-Labore para exercer as funções de Gerente Geral e Representantes Comerciais.

Será contratada equipe terceirizada de contabilidade a qual não estará dentro do organograma interno da empresa.

No decorrer da necessidade serão contratados e colocados abaixo do gerente geral seus respectivos auxiliares e vendedores. Também será feita admissão de auxiliares de marketing e tecnologia conforme for surgindo a necessidade.

6.1.5 Competências

Analista de Marketing:

- Desenvolver conteúdos: profissional com habilidade em criar e editar material publicitário atraente, prendendo a atenção de qualquer pessoa durante todo ciclo de venda.
- Administrar CRM: por mais que o CRM seja uma plataforma de vendas, a área de marketing será responsável pela configuração, manutenção, personalização e gestão de vendas.
- Análise de dados: capacidade em lidar com grande volume de dados, desenvolvimento de relatórios gerais, interpretação e análise de informações.

- Mídias sociais: essencial para o aplicativo “Minha Cantina” pois é responsável pelas campanhas de mídia social, definirão estratégias de venda, desafios de negócio, criação e execução desses planos.
- Web Marketing: é o responsável pela concepção, criação e atualização do website da empresa, também se inclui medir, analisar e otimizar a eficácia on-line.

Analista de tecnologia:

- Competências técnicas: domínio do sistema operacional, conhecimento de técnicas específicas de processos e meios de organização de atividades e trabalhos da empresa.
- Visão: conseguir ter uma visão ampla que vai além da sua própria rotina e ser capaz de sugerir melhorias nos processos e redes da sua área e de outros, entendendo o impacto que causa nos resultados da organização.
- Softwares: ter conhecimentos abrangentes sobre os softwares mais utilizados para desenvolver um bom trabalho e trazer resultados diferenciados.
- Atualização: se manter atualizado sobre as tendências tecnológicas de todo setor.
- Contato direto com empresa contratada: trabalhar em contato com a empresa contratada de desenvolvimento e manutenção do aplicativo. Responsável também pelo aluguel e manutenção do equipamento interno.

Gerente Geral:

- Julgamento: Deve ter a facilidade e a capacidade de chegar a conclusões lógicas com base em evidências disponíveis.
- Liderança: habilidade do gerente em motivar e levar a sua equipe a aceitar ideias e trabalhar em conjunto rumo a um objetivo / meta em comum.
- Implementar técnicas do mercado: é preciso estar antenado a quanto à movimentação da concorrência, quanto a produtos, inovações, práticas e novidades que o cliente deseja.
- Gerenciar despesas: deve visar o controle de despesas, propor correção ao mal usos de certos recursos como o retrabalho, cumprir o orçamento desejado, evitando desperdícios e gastos desnecessários.

- Avaliar margens de lucro: necessário conhecimento sólido do mercado envolvido, previsão de venda futura, acompanhamento dos lucros obtidos e prazos.
- Estabelecimento de metas: necessário saber como executar e alcançar os objetivos da empresa acreditando sempre na empresa.
- Analisar o processo de venda: deve-se aprimorar e ajustar o processo de venda com a realidade da empresa e do mercado, visando determinar um padrão a seguir.
- Motivação: sempre motivar a sua equipe porque as maiorias das vendas se realizam através de seus funcionários.

Representante comercial:

- Demonstração do produto: realizar apresentação do produto para potenciais clientes.
- Manter a imagem da empresa: é necessário que tenha habilidade em vendas e boa comunicação com o público.

6.2 Plano de gestão de pessoas

6.2.1 Recrutamento e seleção

O recrutamento e seleção para a primeira equipe da empresa será minuciosamente realizado pelos donos e por uma equipe terceirizada, apenas neste momento para auxílio em pontos chaves e técnicos, o que contará com diversos benefícios, dentre eles: a modernização dos processos e avaliações, orientação de especialistas, foco na parte estratégica e assertividade nas contratações. Também será disponibilizado o e-mail da empresa, onde será possível receber currículos que serão armazenados no banco de dados para quando surgir novas oportunidades.

6.2.2 Remuneração

A remuneração de salários à equipe da Minha Cantina estará de acordo com a média de mercado para cada cargo contratado, com o intuito de tornar as vagas justas e atrativas para os candidatos. A Tabela 10, demonstrará os salários pagos aos funcionários da empresa.

Tabela 9: Salários¹³

Cargo	Remuneração Mensal	Jornada de trabalho Semanal
Gerente Geral	R\$ 2.906,27	43 horas
Representante comercial	R\$ 2.292,19	43 horas
Analista de tecnologia	R\$ 2.132,60	43 horas
Analista de marketing	R\$ 2.033,10	43 horas

Fonte: Do autor, 2018.

Como benefícios serão oferecidos auxílio para alimentação no valor de R\$537,00 e R\$200,00 de auxílio transporte, conforme exibido na Tabela 11, com exceção dos cargos de Gerente Geral e Representante Comercial que serão remunerados pelo Pró-Labore somente com o valor do salário até o ano de 2020.

Tabela 10: Benefícios

Tipo	Valor
Vale – refeição	R\$ 537,00
Vale transporte	R\$ 200,00

Fonte: Do autor, 2018.

6.2.3 *Treinamento e Desenvolvimento*

Será realizado eventos de integração com todos os colaboradores e com participação dos proprietários da empresa para que seja apresentados objetivos da mesma, informações gerais dos processos tecnológicos, procedimentos e departamentos.

Como medidas de treinamento e desenvolvimento serão adotadas as práticas de incentivo à autogestão, que é o processo que empondera e oferece as condições necessárias para que o colaborador decida quais as melhores formas de aprimorar o seu trabalho, e isso faz com que os processos de trabalho sejam acelerados e a proatividade se torne algo comum ao ambiente, melhorando o clima organizacional e o desempenho dos funcionários.

¹³ Valores baseados do site: <<https://www.trabalhabrasil.com.br/media-salarial>>

6.2.4 Segurança do trabalho

Por se tratar de uma empresa de tecnologia, inicialmente os requisitos para segurança no trabalho serão os de qualquer prédio comercial ou escritório de pequeno porte que envolverá o corpo de bombeiros, ações preventivas, avaliações periódicas do local, iluminação adequada, ergonomia, medidas de controle, cuidados com equipamentos e a conscientização dos funcionários para seguir todas as indicações de segurança a fim de evitar acidentes de trabalho.

6.3 Estimativa de gastos

Os custos referentes a contratação de funcionários que envolve salários, auxílios e encargos mensais estão representados na Tabela 12. Conforme a empresa for aumentando suas atividades e conseqüentemente o quadro de funcionários esses gastos aumentarão a cada ano. Devido ao intensivo planejamento de prospecção de clientes, a cada ano, será acrescentado um novo Representante de Comercial no quadro de funcionários, assim como a cada 2 anos, será contratado um novo Analista de Marketing e Analista de Tecnologia. O Pró-Labore será remunerado até o final do segundo ano de atividades (2020), a partir de 2021 o quadro de funcionários será composto apenas por contratados não havendo nenhuma remuneração pelo Pró-Labore.

Tabela 11: Custos com folha de pagamento por mês

Cargo	Analista Marketing	Analista Tecnologia	Pró-Labore
Salários	R\$ 2.033,10	R\$ 2.132,60	R\$ 7.490,65
Vale Refeição	R\$ 537,00	R\$ 537,00	N/A
Vale Transporte	R\$ 200,00	R\$ 200,00	N/A
Provisão 13º salário	R\$ 242,19	R\$ 177,72	N/A
Provisão Férias	R\$ 242,19	R\$ 177,72	N/A
Provisão 1/3 Férias	R\$ 80,73	R\$ 59,24	N/A
FGTS - (8%)	R\$ 232,50	R\$ 170,61	N/A
Provisão FGTS 13º e Férias - (8%)	R\$ 45,21	R\$ 33,17	N/A
INSS (20%)	R\$ 581,25	R\$ 426,52	N/A
Provisão INSS (13º e Férias) - (11%)	R\$ 113,02	R\$ 82,93	N/A
Custo total por funcionários	R\$ 4.307,19	R\$ 3.997,51	R\$ 7.490,65
Custo total		R\$ 25.245,24	

Fonte: Adaptado do site Calculador¹⁴.

¹⁴ Dados extraídos do site <http://www.calculador.com.br/calculo/custo-funcionario-empresa>

6.4 Análise e diagnóstico da viabilidade do capital humano na organização:

Tendo em vista que o Recursos Humanos é uma área fundamental de gestão da empresa, a Minha Cantina priorizará inicialmente um quadro de funcionários enxuto e que atenda com exatidão as necessidades demandadas do negócio, reduzindo consideravelmente seus custos com folha de pagamentos e outras despesas provindas do RH.

A proposta de negócio é viável e observa-se que a oferta de trabalhadores nesta área de desenvolvimento e supervisão de aplicativos está em alta nos dias de hoje, visto a quantidade de pessoas que têm buscado se desenvolver neste ramo. Desta forma, é válido contratar aqueles que se alinham melhor às expectativas e visões da empresa, gerando uma cultura organizacional forte e sólida desde o início.

7. VIABILIDADE FINANCEIRA

7.1 Pressupostos da análise financeira

Com base em todos os dados fornecidos pelas cantinas, possíveis usuários do aplicativo, cenário interno (recursos que a empresa dispõe) e externo (demanda de consumidores pela praticidade e de cantinas por aumento de receita) a análise financeira irá se basear numa projeção de cinco anos partindo de um investimento inicial de R\$ R\$ 163.377,50 considerando o retorno da empresa com intensivo trabalho de marketing e agregação de valor a marca, dado o levantamento das pesquisas realizadas sobre aceitação do aplicativo.

A Minha Cantina irá praticar a Sociedade Limitada e procederá com Regime Simples Nacional, uma vez que inicialmente a empresa se sustentará como de pequeno porte; nesse sentido, é um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às microempresas e empresas de pequeno porte.

7.2 Cálculo do investimento total

A Minha Cantina iniciará suas atividades no escritório com um mês de antecedência a fim de se preparar para lançamento no mercado. Considerando que o aplicativo já estará funcionando e que a empresa terá suporte na estrutura suficiente para suprir a demanda. Os gastos com o trabalho no escritório irão englobar sistemas de informação, pagamento dos funcionários, nome do domínio, telefone e internet, aluguel do escritório, água e energia. Dessa forma, o investimento inicial da empresa será de R\$ R\$ 163.377,50, o capital de giro das próximas competências representam o total de R\$ 708.678,22, dessa forma, o investimento total será de R\$ 872.055,72.

7.3 Estimativa do faturamento mensal para os próximos 5 anos

Na estimativa do faturamento mensal da Minha Cantina, considerou-se o valor de ticket médio de R\$6,00 por aluno (esse valor é o preço médio por salgado de acordo com as cantinas entrevistadas). O valor foi projetado para 20 dias úteis de cada mês e considerou-se que pelo menos 70% dos alunos consomem esse ticket médio todos os dias nas cantinas. Dessa forma,

encontrou-se aproximadamente o faturamento mensal de cada cantina e foi deduzido desse valor 0,5% nos anos 2019 e 2020 e 1% nos demais anos. Esse percentual de lucro da Minha Cantina sobre o faturamento mensal das cantinas, foi pensado em ser gradativamente aumentado, para que a empresa consiga atingir a credibilidade que espera no mercado, bem como, o volume de clientes esperado no planejamento de metas.

O planejamento de metas baseia-se num aumento de prospecção de clientes (cantinas) mensal, estima-se que através do investimento maciço em marketing, consiga-se atingir essa meta todos os meses. As metas mensais serão gradativamente aumentadas todos os anos, dessa forma, haverá crescimento de 50% das metas mensais (do ano 1 para o ano 2), 60% (do ano 2 para o ano 3), 80% (do ano 3 para o ano 4) e 100% (do ano 4 para o ano 5).

Importante ressaltar que devido à sazonalidade do negócio, os meses de janeiro e julho que são meses de férias terão faturamento nulo e em dezembro, considerou-se metade do faturamento normal. Para a prospecção de clientes, também foi considerado apenas metade da meta para estes meses, visto que as vendas serão baixíssimas.

As tabelas do faturamento mensal e anual constam no Apêndice B.

7.4 Estimativa mensal dos custos fixos e variáveis para os próximos 5 anos

Nas tabelas 13 e 14 encontram-se os custos e despesas fixas que a empresa terá para suas atividades mensalmente. Não foi considerado custos variáveis, uma vez que todos os custos são indiretamente proporcionais à quantidade de serviço prestado.

Tabela 12: Custos Fixos

Descrição	Custos Fixos				
	2019	2020	2021	2022	2023
Treinamento	R\$ 2.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 4.500,00	R\$ 6.750,00	R\$ 10.125,00
Depreciação computadores	R\$ 2.200,00	R\$ 2.640,00	R\$ 3.080,00	R\$ 3.520,00	R\$ 3.960,00
Aluguel	R\$ 18.444,00	R\$ 23.977,20	R\$ 31.170,36	R\$ 40.521,47	R\$ 52.677,91
Água	R\$ 2.400,00	R\$ 3.600,00	R\$ 5.400,00	R\$ 8.100,00	R\$ 12.150,00
Luz	R\$ 6.000,00	R\$ 7.800,00	R\$ 10.140,00	R\$ 14.196,00	R\$ 21.294,00
Telefonia + Internet	R\$ 1.800,00	R\$ 2.700,00	R\$ 4.320,00	R\$ 7.344,00	R\$ 13.219,20
Plataforma de base de dados	R\$ 10.788,00	R\$ 17.260,80	R\$ 27.617,28	R\$ 44.187,65	R\$ 70.700,24
Nome de domínio	R\$ 64,90				
Manutenção app	R\$ 120.000,00	R\$ 180.000,00	R\$ 270.000,00	R\$ 405.000,00	R\$ 607.500,00
AppStore	R\$ 1.065,38				
Depreciação veículos	R\$ 12.000,00				
Combustível p/ prospecção de clientes	R\$ 1.000,00	R\$ 1.500,00	R\$ 2.400,00	R\$ 4.080,00	R\$ 7.344,00
Limpeza	R\$ 3.600,00	R\$ 3.960,00	R\$ 4.356,00	R\$ 4.791,60	R\$ 5.270,76
TOTAL	R\$ 181.362,28	R\$ 259.568,28	R\$ 376.113,92	R\$ 551.621,00	R\$ 817.371,39

Fonte: Do autor, 2018.

Tabela 13: Despesas fixas

Descrição	Despesas Fixas				
	2019	2020	2021	2022	2023
Comercialização e Publicidade	R\$ 24.889,93	R\$ 30.889,93	R\$ 36.889,93	R\$ 42.889,93	R\$ 48.889,93
Serviços de Contabilidade	R\$ 12.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 48.000,00	R\$ 96.000,00	R\$ 192.000,00
Materiais de escritório	R\$ 1.200,00	R\$ 1.560,00	R\$ 2.028,00	R\$ 2.636,40	R\$ 3.427,32
Funcionários	R\$ 99.656,40	R\$ 99.656,40	R\$ 466.414,56	R\$ 517.648,92	R\$ 967.508,88
Pró-Labore	R\$ 89.887,80	R\$ 34.344,00	-	-	-
TOTAL	R\$ 227.634,13	R\$ 190.450,33	R\$ 553.332,49	R\$ 659.175,25	R\$ 1.211.826,13

Fonte: Do autor, 2018.

7.5 Demonstração de resultado para os próximos 5 anos

Com a análise do resultado do exercício deduz-se que no primeiro ano a empresa terá déficit de R\$ 117.435,15, mas que a partir ano de 2020 adiante, será possível fechar as competências com lucro positivo, sem prejuízos. Os valores dos resultados dos exercícios estão informados na tabela 15.

Tabela 14: Demonstrativo de Resultado (DRE)

Descrição	0	2019	2020	2021	2022	2023
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	-	R\$ 296.670,96	R\$ 878.768,46	R\$ 3.581.177,40	R\$ 6.932.968,63	R\$ 13.076.101,94
(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA ISS (5%)		R\$ 14.833,55	R\$ 43.938,42	R\$ 179.058,87	R\$ 346.648,43	R\$ 653.805,10
Total impostos		R\$ 14.833,55	R\$ 43.938,42	R\$ 179.058,87	R\$ 346.648,43	R\$ 653.805,10
LUCRO BRUTO		R\$ 281.837,41	R\$ 834.830,04	R\$ 3.402.118,53	R\$ 6.586.320,20	R\$ 12.422.296,85
(-) CUSTO PRE OPERACIONAL	R\$ 163.377,50	-	-	-	-	-
(-) DESPESAS OPERACIONAIS						
DEPRECIÇÃO		R\$ 14.200,00	R\$ 14.640,00	R\$ 15.080,00	R\$ 15.520,00	R\$ 15.960,00
DESPESAS PUBLICIDADE		R\$ 24.889,93	R\$ 30.889,93	R\$ 36.889,93	R\$ 42.889,93	R\$ 48.889,93
DESPESAS RH		R\$ 191.544,20	R\$ 192.544,20	R\$ 470.914,56	R\$ 524.398,92	R\$ 977.633,88
DESPESAS CONTABILIDADE		R\$ 12.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 48.000,00	R\$ 96.000,00	R\$ 192.000,00
(-) DESPESAS SERVIÇOS GERAIS		R\$ 177.362,28	R\$ 259.988,28	R\$ 384.961,92	R\$ 576.867,40	R\$ 875.497,71
(-) DESPESAS FINANCEIRAS						
TOTAL DESPESAS	R\$ 163.377,50	R\$ 419.996,41	R\$ 522.062,41	R\$ 955.846,41	R\$ 1.255.676,25	R\$ 2.109.981,52
RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO IMPOSTO		-R\$ 138.159,00	R\$ 312.767,63	R\$ 2.446.272,12	R\$ 5.330.643,95	R\$ 10.312.315,33
(-) ALÍQUOTA (15%)		-R\$ 20.723,85	R\$ 46.915,14	R\$ 366.940,82	R\$ 799.596,59	R\$ 1.546.847,30
LUCRO LIQUIDO		-R\$ 117.435,15	R\$ 265.852,48	R\$ 2.079.331,30	R\$ 4.531.047,36	R\$ 8.765.468,03
RESULTADO DO EXERCÍCIO	-R\$ 163.377,50	R\$ 117.435,15	R\$ 265.852,48	R\$ 2.079.331,30	R\$ 4.531.047,36	R\$ 8.765.468,03

Fonte: Do autor, 2018.

7.6 Estimativa do fluxo de caixa futuro para os próximos 5 anos

Com base no fluxo de caixa para os 5 anos seguintes, auferiu-se que a empresa terá algumas competências com déficits nos anos de 2019 e 2020, dessa forma, o capital de giro será de extrema importância, para em cada competência ser equilibrado os gastos e custos das atividades da empresa. A partir da competência novembro/2019 o fluxo de caixa passa a fechar positivo, voltando a apresentar déficits somente nos meses de baixa em vendas (dezembro, janeiro e julho). Dessa forma, todo o investimento de R\$872.055,72 será reintegrado a partir do segundo ano de exercício. Os valores estão apresentados na tabela 16.

Tabela 15: Fluxo de caixa

Descrição	CUSTO PRÉ-OPERACIONAL	2019	2020	2021	2022	2023
SALDO INICIAL						
(=) CAIXA	R\$ 0,00	-R\$ 163.377,50	-R\$ 286.702,95	R\$ 70.003,10	R\$ 1.025.849,51	R\$ 6.703.141,90
ENTRADAS						
(+) PREVISÃO DE VENDAS	R\$ 0,00	R\$ 296.670,96	R\$ 878.768,46	R\$ 3.581.177,40	R\$ 6.932.968,63	R\$ 13.076.101,94
SALDO INICIAL + ENTRADAS						
SAÍDAS OPERACIONAIS						
Água	-	R\$ 2.400,00	R\$ 3.600,00	R\$ 5.400,00	R\$ 8.100,00	R\$ 12.150,00
Aluguel	-	R\$ 18.444,00	R\$ 23.977,20	R\$ 31.170,36	R\$ 40.521,47	R\$ 52.677,91
AppStore	-	R\$ 1.065,38	R\$ 1.065,38	R\$ 1.065,38	R\$ 1.065,38	R\$ 1.065,38
Combustível p/ prospecção de clientes	-	R\$ 12.000,00	R\$ 18.000,00	R\$ 28.800,00	R\$ 48.960,00	R\$ 88.128,00
Comercialização e Publicidade	-	R\$ 24.889,93	R\$ 30.889,93	R\$ 36.889,93	R\$ 42.889,93	R\$ 48.889,93
Computadores	R\$ 11.000,00	-	-	-	-	-
Contabilidade	R\$ 1.000,00	-	-	-	-	-
Criação do aplicativo (Automatic)	R\$ 90.000,00	-	-	-	-	-
Depreciação computadores	-	R\$ 2.200,00	R\$ 2.640,00	R\$ 3.080,00	R\$ 3.520,00	R\$ 3.960,00
Depreciação veículos	-	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00
Funcionários	-	R\$ 99.656,40	R\$ 99.656,40	R\$ 466.414,56	R\$ 517.648,92	R\$ 967.508,88
Impressoras	R\$ 180,00	-	-	-	-	-
Limpeza	-	R\$ 3.600,00	R\$ 3.960,00	R\$ 4.356,00	R\$ 4.791,60	R\$ 5.270,76
Luz	-	R\$ 6.000,00	R\$ 7.800,00	R\$ 10.140,00	R\$ 14.196,00	R\$ 21.294,00
Manutenção app	-	R\$ 120.000,00	R\$ 180.000,00	R\$ 270.000,00	R\$ 405.000,00	R\$ 607.500,00
Materiais de escritório	-	R\$ 1.200,00	R\$ 1.560,00	R\$ 2.028,00	R\$ 2.636,40	R\$ 3.427,32
Nome de domínio	-	R\$ 64,90	R\$ 64,90	R\$ 64,90	R\$ 64,90	R\$ 64,90
Plataforma de base de dados	-	R\$ 10.788,00	R\$ 17.260,80	R\$ 27.617,28	R\$ 44.187,65	R\$ 70.700,24
PlayStore	R\$ 97,50	-	-	-	-	-
Pró-Labore	-	R\$ 89.887,80	R\$ 89.887,80	-	-	-
Registro da Empresa	R\$ 500,00	-	-	-	-	-
Serviços de Contabilidade	-	R\$ 12.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 48.000,00	R\$ 96.000,00	R\$ 192.000,00
Telefones	R\$ 600,00	-	-	-	-	-
Telefonia + Internet	-	R\$ 1.800,00	R\$ 2.700,00	R\$ 4.320,00	R\$ 7.344,00	R\$ 13.219,20
Treinamento	-	R\$ 2.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 4.500,00	R\$ 6.750,00	R\$ 10.125,00
Veículos	R\$ 60.000,00	-	-	-	-	-
TOTAL DAS SAÍDAS OPERACIONAIS	R\$ 163.377,50	R\$ 419.996,41	R\$ 522.062,41	R\$ 955.846,41	R\$ 1.255.676,25	R\$ 2.109.981,52
SALDO DISPONÍVEL	-R\$ 163.377,50	-R\$ 123.325,45	R\$ 356.706,05	R\$ 2.625.330,99	R\$ 5.677.292,39	R\$ 10.966.120,43

Fonte: Do autor, 2018.

As tabelas mensais do fluxo de caixa dos próximos 5 anos constam no Apêndice B.

7.7 Cálculo e análise dos indicadores de viabilidade

Os indicadores financeiros irão abranger período de Payback, Valor Presente Líquido (VPL), Taxa Interna de Retorno (TIR) e Ponto de Equilíbrio.

A análise do Payback irá medir em quanto tempo haverá o retorno do investimento aplicado o que irá incorporar o custo do capital. Tais dados serão apresentados na tabela abaixo.

Tabela 16: Payback simples

PAYBACK SIMPLES		
Ano	Fluxo	Saldo
0	-R\$ 163.377,50	-R\$ 163.377,50
2019	-R\$ 123.325,45	-R\$ 286.702,95
2020	R\$ 356.706,05	R\$ 70.003,10
2021	R\$ 2.630.730,99	R\$ 2.700.734,09
2022	R\$ 5.685.392,39	R\$ 8.386.126,48
2023	R\$ 10.978.270,43	R\$ 19.364.396,90

PAYBACK 1, 9 ano/mês

Fonte: Do autor, 2018.

Ao analisar o Payback, constata-se que o retorno do investimento se dará em um ano e onze meses na projeção do segundo ano (2020) com saldo de R\$ R\$ 70.003,10 positivo.

Outro indicador muito importante é o VPL (Valor Presente Líquido) que será calculado com uma taxa de atratividade de 15%. Nesse sentido, o valor do cálculo do valor presente líquido foi positivo. Segue tabela 18 com análise do VPL.

Tabela 17:VPL

VPL	
Ano	Fluxo
0	-R\$ 163.377,50
2019	-R\$ 220.126,15
2020	R\$ 408.359,20
2021	R\$ 2.630.730,99
2022	R\$ 5.685.392,39
2023	R\$ 10.978.270,43

TMA 15%

VPL R\$11.975.901,42

Fonte: Do autor, 2018.

A análise da Taxa Interna de retorno (TIR), será utilizada para calcular a viabilidade econômica, ou seja, a rentabilidade do projeto. Uma vez que a taxa de retorno é de 132%, afirma-se a viabilidade do projeto, já que a taxa interna de retorno superou a taxa mínima de atratividade. Dados encontrados na tabela 19.

Tabela 18: TIR

TIR	
Ano	Fluxo
0	-R\$ 163.377,50
2019	-R\$ 123.325,45
2020	R\$ 356.706,05
2021	R\$ 2.625.330,99
2022	R\$ 5.677.292,39
2023	R\$ 10.966.120,43
TIR	219,93%

Fonte: Do autor, 2018.

Em seguida, a tabela 20 apresentará o levantamento referente ao Ponto de Equilíbrio, no qual se refere ao mínimo de faturamento que a empresa deve buscar considerando margem de contribuição de 50%.

Tabela 19: Ponto de equilíbrio

	2019	2020	2021
Custo fixo/despesa	R\$ 419.996,41	R\$ 522.062,41	R\$ 955.846,41
Margem de contribuição	50%	50%	50%
Ponto de equilíbrio	R\$ 839.992,82	R\$ 1.044.124,82	R\$ 1.911.692,82

	2022	2023
Custo fixo/despesa	R\$ 1.210.796,25	R\$ 2.109.981,52
Margem de contribuição	50%	50%
Ponto de equilíbrio	R\$ 2.421.592,49	R\$ 4.219.963,03

Fonte: Do autor, 2018.

7.8 Análise e diagnóstico de viabilidade financeira

Com base no conteúdo estudado ao longo do curso, foram utilizadas todas as ferramentas fundamentais para análise da rentabilidade do negócio. Com isso, foram considerados os principais índices financeiros como VPL, TMA, TIR, Payback e Ponto de equilíbrio que constatarem retorno positivo no decurso da projeção de 5 anos.

O fluxo de caixa e DRE apresentam-se relevantes, pois demonstram a viabilidade após o primeiro ano de exercício. Observa-se que no primeiro ano, os resultados de todas as competências apresentarão déficits que deverão ser

supridos pelo capital de giro, contudo a projeção de receita tenderá ser gradativamente maior em paralelo com o lucro da empresa.

Nesse contexto, ainda que os custos sejam maiores que a nossa receita no primeiro ano, a projeção ao longo do tempo atinge relevante margem de contribuição para cobrir gasto fixos, manter o caixa positivo e gerar lucros.

Dessa forma, conclui-se que o negócio apresenta baixos custos e bom retorno financeiro desde que as metas sejam agressivas e alcançadas.

8. VIABILIDADE DO NEGÓCIO: CONCLUSÃO DO TRABALHO

8.1 Análise SWOT

Utilizando este método de análise, pode-se ter uma visão mais crítica do ambiente interno e externo em que a empresa atua, através da identificação dos pontos fracos e fortes da organização, das oportunidades e ameaças às quais o Aplicativo Minha Cantina estará exposto, conforme figura 13.

Figura 13: Análise SWOT Minha Cantina

Análise Interna	Pontos Fortes	Pontos Fracos	
	<p>Preço de serviço competitivo, de acordo com o mercado.</p> <p>Praticidade e comodidade para o cliente e para o vendedor, aumentando as chances de vendas.</p> <p>Grande número de lojas e clientes.</p> <p>Facil adaptação ao crescimento da demanda do serviço.</p>	<p>Inicial dependência de outras empresas para hospedagem e manutenção do aplicativo.</p> <p>Alto nível de exigência do público visto a quantidade de aplicativos lançados por dia.</p>	
	Oportunidades	Ameaças	Análise Externa
	<p>Atende à uma demanda que ainda não foi explorada.</p> <p>A equipe é reduzida e possui pequenos custos de operação.</p>	<p>Adaptação dos serviços semelhantes para entrar no modelo de negócios.</p> <p>Outras fontes de compras de refeições como marmitas facilmente transportadas para o ambiente de estudo.</p>	

Fonte: Do autor, 2018.

Como pontos fortes o aplicativo estará bem posicionado, com as taxas de serviço equivalentes às do mercado de serviços semelhantes. Além de agradar tanto o lojista quanto o cliente final com esta taxa acessível, o aplicativo terá uma grande rede de cantinas as quais poderão atender mais

rapidamente o cliente, evitando filas e gerando uma probabilidade maior de vendas efetivamente. Ainda como ponto forte pode-se apontar a fácil adaptação da Minha Cantina para com a demanda em crescimento, a contratação e aumento da equipe de trabalho bem como o suporte para acessos e downloads programados.

Como pontos fracos é possível verificar que a inviabilidade do aplicativo em possuir um sistema e aparato internos para hospedar o sistema de tecnologia necessário para se manter um site e aplicativo no ar, torna a empresa relativamente vulnerável e este problema deve ser eliminado assim que possível. Outro ponto é o fato de que hoje a população tem sido alvo de vários lançamentos e novidades o tempo todo, e isso se estende para os aplicativos e serviços, o que pode ser um obstáculo à se vencer com o setor de marketing da empresa, mostrar e vender a ideia e o serviço para um público tão seletivo.

Atuar em pontos do mercado que ainda não foram explorados com uma equipe enxuta são as maiores oportunidades do aplicativo, as quais visto as possibilidades de sucesso levaram à criação da empresa. Empresas que começam grandes e com um serviço novo precisam de muito mais capital para sobreviverem nos primeiros anos, o contrário deixa o negócio muito mais saudável podendo se autopromover e ao invés de gastar, investir o quanto antes com os retornos dos lucros que virão.

Justamente por ser um serviço completamente novo, existem ameaças como a adaptação do mercado para proporcionar o mesmo dentro de aplicativos já existentes, porém com nome reconhecido, e é por isso que o crescimento e autopromoção da Minha Cantina deve ser rápida e efetiva. Também como ameaça é necessário reconhecer as outras opções que estão em moda atualmente no mercado como as marmitas que podem ser levadas de um ponto ao outro sem problemas, deve-se vencer isso com a praticidade ainda maior de se comprar algum produto na hora sem ter de se programar para isso.

8.2 Plano de ação

A Minha Cantina contará com planos de ações para a implementação do Negócio no mercado. A figura 20 demonstrará por meio da metodologia 5W2H as iniciativas elaboradas a fim de colocar a empresa em prática.

Figura 14: 5W2H Minha Cantina

O que fazer (What)	Quem (Who)	Quando (When)	Onde (Where)	Porque (Why)	Como (How)	Quanto custa (How much)
Registro da Empresa na Junta comercial	Sócio	Data de início: 10/01/2019. Data de término: 20/01/2019.	Instituições legais.	Formalização da empresa.	Seguindo os procedimentos legais instituídos pelos país.	Custo do processo legal R\$ 500,00.
Entrar em contato com imobiliária como a Edmur imóveis, para locação do espaço.	Sócio	Data de início: 10/01/2019 Data de término: 20/01/2019	Dentro da empresa.	Para suprir as necessidades de ter um local que dê as condições apropriadas para realizar as operações da Minha Cantina.	Com a mão de obra do sócio que será responsável por cotar e negociar os valores.	Custo do aluguel de R\$1.200,00 e R\$347,00 do condomínio.
Comprar móveis e equipamento para mobiliar o escritório.	Sócio	Data de início: 20/01/2019. Data de término: 31/01/2019.	Lojas especializadas .	Para compor o ambiente do local alugado.	Com a mão de obra do sócio que será responsável por essa parte.	Custo de móveis e equipamento no valor de R\$4.500,00 e R\$ 11.300,00
Contratação da empresa de desenvolvimento do aplicativo.	Sócio	Data de início: 10/01/2019. Data de término: indefinido.	Dentro da empresa.	Desenvolvimento do aplicativo.	Contratando e direcionando a empresa conforme o produto desejado.	Custo do desenvolvimento do aplicativo: R\$ 90.000,00
Divulgação e desenvolvimento de relacionamento com Cantinas.	Gerente Geral.	Data de início: Diante da disponibilidade do aplicativo. Data de término: indefinido.	Cantinas de faculdades, cursos e escolas.	Divulgação e início das atividades.	Visitando e promovendo a venda do serviço.	Custos com o serviço do Gerente Geral: R\$ 13.068 mensais.

Fonte: Do autor, 2018.

8.2.1 Considerações finais sobre o negócio

Com a presença da facilidade e comodidade na contratação dos serviços prestados pela Minha Cantina unida à tendência do mercado na qual a empresa está inserida, entende-se que a proposta é viável e proporciona agilidade e praticidade nos pedidos dos clientes.

A Minha Cantina buscará sempre se manter atualizada sobre as tendências e necessidades do mercado, com intuito de aprimorar seu serviço e conseqüentemente aumentar a satisfação dos clientes se mantendo à frente dos concorrentes.

A empresa terá o foco na otimização de processos e optará por um quadro de funcionários reduzido, com atividades equilibradas e distribuídas de formas condizentes às suas respectivas competências profissionais.

A verba anual disponibilizada para investir em treinamentos tem o intuito de elevar os conhecimentos e promover uma plataforma mais moderna e com alta qualidade, além de realizar campanhas na área de marketing para promover a marca para novos clientes.

O cenário financeiro, demonstra através dos indicadores que o negócio é viável e o mesmo se sustenta, comprovando sua efetividade.

Diante dos cenários expostos e analisados acima, é comprovado que o plano de negócio Minha Cantina, além de ser viável é executável.

REFERÊNCIAS

EXAME. **Tendências para o mercado de apps**. São Paulo, 2018. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/tendencias-para-o-mercado-de-apps-em-2018/>

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle**, 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

_____; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**.12.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

_____. **Administração de Marketing**. 14.ed. São Paulo: Pearson, 2012.

OLHAR DIGITAL. **Mercado de aplicativos pode crescer nos próximos 5 anos**. São Paulo, 2019. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/noticia/mercado-de-aplicativos-pode-crescer-360-nos-proximos-5-anos/69343>

PORTER, Michael. **Estratégia Competitiva**. São Paulo: Elsevier, 2004.

APÊNDICE A – RESUMO DO CURRÍCULO DOS SÓCIOS

Fabiane Ferreira da Silva– Bacharel em Administração pela Strong ESAGS (Formação prevista: dezembro/19). Trabalha atualmente na área financeira da empresa LDC Brasil. Possui experiência de 2 anos na área de Recrutamento e Seleção da Hewlett Packard Brasil.

Gabriela Lima Sarraff– Bacharel em Administração pela Strong ESAGS (Formação prevista: julho/19). Possui experiência com vendas e setor comercial e trabalha atualmente como Gerente Pessoa Física na rede de agências do Banco Santander.

NadjaBisi dos Santos– Bacharel em Administração pela Strong ESAGS (Formação prevista: dezembro/18) e técnico em química pelo Senai (Formação: dez/13). Trabalha atualmente na área de Recursos Humanos da empresa Basf. Possui experiência de 1 ano na área administrativa do Hospital Santa Helena.

Patrícia Valêska Casimiro Pereira–Bacharel em Administração pela Strong ESAGS (Formação prevista: dezembro/19) e técnico em administração pelo Senac Santo André (Formação: set/14). Trabalha atualmente na área comercial do Banco Itaú Unibanco. Possui experiência de 2 anos na área administrativa na empresa Technical Construtora e Consultoria de Engenharia.

Priscila GeaniePozenato-Bacharel em Administração pela Strong ESAGS (Formação prevista: dezembro/19). Trabalha atualmente na área comercial do Banco Mercantil do Brasil. Possui experiência de 1 ano na área administrativa do Banco do Brasil.

Renato Vinicius Finetto-Bacharel em Administração pela Strong ESAGS (Formação prevista: dezembro/19). Trabalha atualmente na área de marketing da empresa Ford Motor Company. Possui experiência na área administrativa da empresa A.S. Sure Corretora.

APÊNDICE B – FLUXO MENSAL DOS ANOS 2019, 2020, 2021, 2022 E 2023.

Descrição	JAN/2019	FEV/2019	MAR/2019	ABR/2019	MAI/2019	JUN/2019	JUL/2019	AGO/2019	SET/2019	OUT/2019	NOV/2019	DEZ/2019
SALDO INICIAL												
(-) CAIXA	-R\$ 163.377,50	-R\$ 198.377,20	-R\$ 222.473,22	-R\$ 242.026,04	-R\$ 257.035,66	-R\$ 267.502,08	-R\$ 273.425,31	-R\$ 308.425,01	-R\$ 307.533,43	-R\$ 302.098,65	-R\$ 292.120,67	-R\$ 277.599,49
ENTRADAS												
(+) PREVISÃO DE VENDAS	R\$ 0,00	R\$ 10.903,68	R\$ 15.446,88	R\$ 19.990,08	R\$ 24.533,28	R\$ 29.076,48	R\$ 0,00	R\$ 35.891,28	R\$ 40.434,48	R\$ 44.977,68	R\$ 49.520,88	R\$ 25.896,24
SALDO INICIAL + ENTRADAS												
SAÍDAS OPERACIONAIS												
Água	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00				
Aluguel	R\$ 1.537,00	R\$ 1.537,00	R\$ 1.537,00	R\$ 1.537,00	R\$ 1.537,00	R\$ 1.537,00	R\$ 1.537,00	R\$ 1.537,00				
AppStore	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78				
Combustível p/ prospecção de clientes	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00				
Comercialização e Publicidade	R\$ 2.074,16	R\$ 2.074,16	R\$ 2.074,16	R\$ 2.074,16	R\$ 2.074,16	R\$ 2.074,16	R\$ 2.074,16	R\$ 2.074,16				
Depreciação computadores	R\$ 183,33	R\$ 183,33	R\$ 183,33	R\$ 183,33	R\$ 183,33	R\$ 183,33	R\$ 183,33	R\$ 183,33				
Depreciação veículos	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00				
Funcionários	R\$ 8.304,70	R\$ 8.304,70	R\$ 8.304,70	R\$ 8.304,70	R\$ 8.304,70	R\$ 8.304,70	R\$ 8.304,70	R\$ 8.304,70				
Limpeza	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00				
Luz	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00				
Manutenção app	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00				
Materiais de escritório	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00				
Nome de domínio	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41				
Plataforma de base de dados	R\$ 899,00	R\$ 899,00	R\$ 899,00	R\$ 899,00	R\$ 899,00	R\$ 899,00	R\$ 899,00	R\$ 899,00				
Pró-Labore	R\$ 7.490,65	R\$ 7.490,65	R\$ 7.490,65	R\$ 7.490,65	R\$ 7.490,65	R\$ 7.490,65	R\$ 7.490,65	R\$ 7.490,65				
Serviços de Contabilidade	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00				
Telefonia + Internet	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00				
Treinamento	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67				
TOTAL DAS SAÍDAS OPERACIONAIS	R\$ 34.999,70	R\$ 34.999,70	R\$ 34.999,70	R\$ 34.999,70	R\$ 34.999,70	R\$ 34.999,70	R\$ 34.999,70	R\$ 34.999,70				
SALDO DISPONÍVEL	-R\$ 34.999,70	-R\$ 24.096,02	-R\$ 19.552,82	-R\$ 15.009,62	-R\$ 10.466,42	-R\$ 5.923,22	-R\$ 34.999,70	R\$ 891,58	R\$ 5.434,78	R\$ 9.977,98	R\$ 14.521,18	-R\$ 9.103,46

Fonte: Do autor, 2018.

Descrição	jan/20	fev/20	mar/20	abr/20	mai/20	jun/20	jul/20	ago/20	set/20	out/20	nov/20	dez/20
SALDO INICIAL												
(-) CAIXA	-R\$ 286.702,95	-R\$ 330.208,15	-R\$ 311.698,67	-R\$ 286.374,39	-R\$ 254.235,31	-R\$ 215.281,43	-R\$ 169.512,76	-R\$ 213.017,96	-R\$ 157.027,08	-R\$ 94.221,40	-R\$ 24.600,92	R\$ 51.834,36
ENTRADAS												
(+) PREVISÃO DE VENDAS	R\$ 0,00	R\$ 62.014,68	R\$ 68.829,48	R\$ 75.644,28	R\$ 82.459,08	R\$ 89.273,88	R\$ 0,00	R\$ 99.496,08	R\$ 106.310,88	R\$ 113.125,68	R\$ 119.940,48	R\$ 61.673,94
SALDO INICIAL + ENTRADAS												
SAÍDAS OPERACIONAIS												
Água	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00								
Aluguel	R\$ 1.998,10	R\$ 1.998,10	R\$ 1.998,10	R\$ 1.998,10								
AppStore	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78								
Combustível p/ prospecção de clientes	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00								
Comercialização e Publicidade	R\$ 2.574,16	R\$ 2.574,16	R\$ 2.574,16	R\$ 2.574,16								
Depreciação computadores	R\$ 220,00	R\$ 220,00	R\$ 220,00	R\$ 220,00								
Depreciação veículos	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00								
Funcionários	R\$ 8.304,70	R\$ 8.304,70	R\$ 8.304,70	R\$ 8.304,70								
Limpeza	R\$ 330,00	R\$ 330,00	R\$ 330,00	R\$ 330,00								
Luz	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00								
Manutenção app	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00								
Materiais de escritório	R\$ 130,00	R\$ 130,00	R\$ 130,00	R\$ 130,00								
Nome de dominio	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41								
Plataforma de base de dados	R\$ 1.438,40	R\$ 1.438,40	R\$ 1.438,40	R\$ 1.438,40								
Pró-Labore	R\$ 7.490,65	R\$ 7.490,65	R\$ 7.490,65	R\$ 7.490,65								
Serviços de Contabilidade	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00								
Telefonia + Internet	R\$ 225,00	R\$ 225,00	R\$ 225,00	R\$ 225,00								
Treinamento	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00								
TOTAL DAS SAÍDAS OPERACIONAIS	R\$ 43.505,20	R\$ 43.505,20	R\$ 43.505,20	R\$ 43.505,20								
SALDO DISPONÍVEL	-R\$ 43.505,20	R\$ 18.509,48	R\$ 25.324,28	R\$ 32.139,08	R\$ 38.953,88	R\$ 45.768,68	-R\$ 43.505,20	R\$ 55.990,88	R\$ 62.805,68	R\$ 69.620,48	R\$ 76.435,28	R\$ 18.168,74

Fonte: Do autor, 2018.

Descrição	jan/21	fev/21	mar/21	abr/21	mai/21	jun/21	jul/21	ago/21	set/21	out/21	nov/21	dez/21
SALDO INICIAL												
(-) CAIXA	R\$ 70.003,10	-R\$ 9.650,77	R\$ 190.102,17	R\$ 411.662,46	R\$ 655.030,11	R\$ 920.205,12	R\$ 1.207.187,50	R\$ 1.127.533,63	R\$ 1.447.227,04	R\$ 1.788.727,81	R\$ 2.152.035,95	R\$ 2.537.151,44
ENTRADAS												
(+) PREVISÃO DE VENDAS	R\$ 0,00	R\$ 279.406,80	R\$ 301.214,16	R\$ 323.021,52	R\$ 344.828,88	R\$ 366.636,24	R\$ 0,00	R\$ 399.347,28	R\$ 421.154,64	R\$ 442.962,00	R\$ 464.769,36	R\$ 237.836,52
SALDO INICIAL + ENTRADAS												
SAÍDAS OPERACIONAIS												
Água	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00						
Aluguel	R\$ 2.597,53	R\$ 2.597,53	R\$ 2.597,53	R\$ 2.597,53	R\$ 2.597,53	R\$ 2.597,53						
AppStore	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78						
Combustível p/ prospecção de clientes	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00						
Comercialização e Publicidade	R\$ 3.074,16	R\$ 3.074,16	R\$ 3.074,16	R\$ 3.074,16	R\$ 3.074,16	R\$ 3.074,16						
Depreciação computadores	R\$ 256,67	R\$ 256,67	R\$ 256,67	R\$ 256,67	R\$ 256,67	R\$ 256,67						
Depreciação veículos	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00						
Funcionários	R\$ 38.867,88	R\$ 38.867,88	R\$ 38.867,88	R\$ 38.867,88	R\$ 38.867,88	R\$ 38.867,88						
Limpeza	R\$ 363,00	R\$ 363,00	R\$ 363,00	R\$ 363,00	R\$ 363,00	R\$ 363,00						
Luz	R\$ 845,00	R\$ 845,00	R\$ 845,00	R\$ 845,00	R\$ 845,00	R\$ 845,00						
Manutenção app	R\$ 22.500,00	R\$ 22.500,00	R\$ 22.500,00	R\$ 22.500,00	R\$ 22.500,00	R\$ 22.500,00						
Materiais de escritório	R\$ 169,00	R\$ 169,00	R\$ 169,00	R\$ 169,00	R\$ 169,00	R\$ 169,00						
Nome de domínio	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41						
Plataforma de base de dados	R\$ 2.301,44	R\$ 2.301,44	R\$ 2.301,44	R\$ 2.301,44	R\$ 2.301,44	R\$ 2.301,44						
Serviços de Contabilidade	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00						
Telefonia + Internet	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00						
Treinamento	R\$ 375,00	R\$ 375,00	R\$ 375,00	R\$ 375,00	R\$ 375,00	R\$ 375,00						
TOTAL DAS SAÍDAS OPERACIONAIS	R\$ 79.653,87	R\$ 79.653,87	R\$ 79.653,87	R\$ 79.653,87	R\$ 79.653,87	R\$ 79.653,87						
SALDO DISPONÍVEL	-R\$ 79.653,87	R\$ 199.752,93	R\$ 221.560,29	R\$ 243.367,65	R\$ 265.175,01	R\$ 286.982,37	-R\$ 79.653,87	R\$ 319.693,41	R\$ 341.500,77	R\$ 363.308,13	R\$ 385.115,49	R\$ 158.182,65

Fonte: Do autor, 2018.

Descrição	jan/22	fev/22	mar/22	abr/22	mai/22	jun/22	jul/22	ago/22	set/22	out/22	nov/22	dez/22
SALDO INICIAL												
(-) CAIXA	R\$ 158.182,65	R\$ 262.822,34	R\$ 367.462,03	R\$ 472.101,71	R\$ 576.741,40	R\$ 681.381,09	R\$ 786.020,78	R\$ 890.660,46	R\$ 995.300,15	R\$ 1.099.939,84	R\$ 1.204.579,52	R\$ 1.309.219,21
ENTRADAS												
(+) PREVISÃO DE VENDAS	R\$ 0,00	R\$ 554.179,54	R\$ 593.432,78	R\$ 632.686,03	R\$ 671.939,28	R\$ 711.192,53	R\$ 0,00	R\$ 770.072,40	R\$ 809.325,65	R\$ 848.578,90	R\$ 887.832,14	R\$ 453.729,38
SALDO INICIAL + ENTRADAS												
SAÍDAS OPERACIONAIS												
Água	R\$ 675,00	R\$ 675,00	R\$ 675,00	R\$ 675,00	R\$ 675,00	R\$ 675,00	R\$ 675,00	R\$ 675,00	R\$ 675,00	R\$ 675,00	R\$ 675,00	R\$ 675,00
Aluguel	R\$ 3.376,79	R\$ 3.376,79	R\$ 3.376,79	R\$ 3.376,79	R\$ 3.376,79	R\$ 3.376,79	R\$ 3.376,79	R\$ 3.376,79	R\$ 3.376,79	R\$ 3.376,79	R\$ 3.376,79	R\$ 3.376,79
AppStore	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78	R\$ 88,78
Combustível p/ prospecção de clientes	R\$ 4.080,00	R\$ 4.080,00	R\$ 4.080,00	R\$ 4.080,00	R\$ 4.080,00	R\$ 4.080,00	R\$ 4.080,00	R\$ 4.080,00	R\$ 4.080,00	R\$ 4.080,00	R\$ 4.080,00	R\$ 4.080,00
Comercialização e Publicidade	R\$ 3.574,16	R\$ 3.574,16	R\$ 3.574,16	R\$ 3.574,16	R\$ 3.574,16	R\$ 3.574,16	R\$ 3.574,16	R\$ 3.574,16	R\$ 3.574,16	R\$ 3.574,16	R\$ 3.574,16	R\$ 3.574,16
Depreciação computadores	R\$ 293,33	R\$ 293,33	R\$ 293,33	R\$ 293,33	R\$ 293,33	R\$ 293,33	R\$ 293,33	R\$ 293,33	R\$ 293,33	R\$ 293,33	R\$ 293,33	R\$ 293,33
Depreciação veículos	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Funcionários	R\$ 43.137,41	R\$ 43.137,41	R\$ 43.137,41	R\$ 43.137,41	R\$ 43.137,41	R\$ 43.137,41	R\$ 43.137,41	R\$ 43.137,41	R\$ 43.137,41	R\$ 43.137,41	R\$ 43.137,41	R\$ 43.137,41
Limpeza	R\$ 399,30	R\$ 399,30	R\$ 399,30	R\$ 399,30	R\$ 399,30	R\$ 399,30	R\$ 399,30	R\$ 399,30	R\$ 399,30	R\$ 399,30	R\$ 399,30	R\$ 399,30
Luz	R\$ 1.183,00	R\$ 1.183,00	R\$ 1.183,00	R\$ 1.183,00	R\$ 1.183,00	R\$ 1.183,00	R\$ 1.183,00	R\$ 1.183,00	R\$ 1.183,00	R\$ 1.183,00	R\$ 1.183,00	R\$ 1.183,00
Manutenção app	R\$ 33.750,00	R\$ 33.750,00	R\$ 33.750,00	R\$ 33.750,00	R\$ 33.750,00	R\$ 33.750,00	R\$ 33.750,00	R\$ 33.750,00	R\$ 33.750,00	R\$ 33.750,00	R\$ 33.750,00	R\$ 33.750,00
Materiais de escritório	R\$ 219,70	R\$ 219,70	R\$ 219,70	R\$ 219,70	R\$ 219,70	R\$ 219,70	R\$ 219,70	R\$ 219,70	R\$ 219,70	R\$ 219,70	R\$ 219,70	R\$ 219,70
Nome de domínio	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41	R\$ 5,41
Plataforma de base de dados	R\$ 3.682,30	R\$ 3.682,30	R\$ 3.682,30	R\$ 3.682,30	R\$ 3.682,30	R\$ 3.682,30	R\$ 3.682,30	R\$ 3.682,30	R\$ 3.682,30	R\$ 3.682,30	R\$ 3.682,30	R\$ 3.682,30
Serviços de Contabilidade	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00
Telefonia + Internet	R\$ 612,00	R\$ 612,00	R\$ 612,00	R\$ 612,00	R\$ 612,00	R\$ 612,00	R\$ 612,00	R\$ 612,00	R\$ 612,00	R\$ 612,00	R\$ 612,00	R\$ 612,00
Treinamento	R\$ 562,50	R\$ 562,50	R\$ 562,50	R\$ 562,50	R\$ 562,50	R\$ 562,50	R\$ 562,50	R\$ 562,50	R\$ 562,50	R\$ 562,50	R\$ 562,50	R\$ 562,50
TOTAL DAS SAÍDAS OPERACIONAIS	R\$ 104.639,69	R\$ 104.639,69	R\$ 104.639,69	R\$ 104.639,69	R\$ 104.639,69	R\$ 104.639,69	R\$ 104.639,69	R\$ 104.639,69	R\$ 104.639,69	R\$ 104.639,69	R\$ 104.639,69	R\$ 104.639,69
SALDO DISPONÍVEL	-R\$ 104.639,69	R\$ 449.539,85	R\$ 488.793,10	R\$ 528.046,34	R\$ 567.299,59	R\$ 606.552,84	-R\$ 104.639,69	R\$ 665.432,71	R\$ 704.685,96	R\$ 743.939,21	R\$ 783.192,46	R\$ 349.089,70

Fonte: Do autor, 2018.

Descrição	jan/23	fev/23	mar/23	abr/23	mai/23	jun/23	jul/23	ago/23	set/23	out/23	nov/23	dez/23
SALDO INICIAL												
(-) CAIXA	R\$ 1.658.308,91	R\$ 1.482.477,12	R\$ 2.331.863,83	R\$ 3.259.757,05	R\$ 4.266.156,76	R\$ 5.351.062,97	R\$ 6.514.475,67	R\$ 6.338.643,88	R\$ 7.619.816,32	R\$ 8.979.495,27	R\$ 10.417.680,71	R\$ 11.934.372,64
ENTRADAS												
(+) PREVISÃO DE VENDAS	R\$ 0,00	R\$ 1.025.218,51	R\$ 1.103.725,01	R\$ 1.182.231,50	R\$ 1.260.738,00	R\$ 1.339.244,50	R\$ 0,00	R\$ 1.457.004,24	R\$ 1.535.510,74	R\$ 1.614.017,23	R\$ 1.692.523,73	R\$ 865.888,49
SALDO INICIAL + ENTRADAS												
SAÍDAS OPERACIONAIS												
Água	R\$ 1.012,50	R\$ 1.012,50										
Aluguel	R\$ 4.389,83	R\$ 4.389,83										
AppStore	R\$ 88,78	R\$ 88,78										
Combustível p/ prospecção de clientes	R\$ 7.344,00	R\$ 7.344,00										
Comercialização e Publicidade	R\$ 4.074,16	R\$ 4.074,16										
Depreciação computadores	R\$ 330,00	R\$ 330,00										
Depreciação veículos	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00										
Funcionários	R\$ 80.625,74	R\$ 80.625,74										
Limpeza	R\$ 439,23	R\$ 439,23										
Luz	R\$ 1.774,50	R\$ 1.774,50										
Manutenção app	R\$ 50.625,00	R\$ 50.625,00										
Materiais de escritório	R\$ 285,61	R\$ 285,61										
Nome de domínio	R\$ 5,41	R\$ 5,41										
Plataforma de base de dados	R\$ 5.891,69	R\$ 5.891,69										
Serviços de Contabilidade	R\$ 16.000,00	R\$ 16.000,00										
Telefonia + Internet	R\$ 1.101,60	R\$ 1.101,60										
Treinamento	R\$ 843,75	R\$ 843,75										
TOTAL DAS SAÍDAS OPERACIONAIS	R\$ 175.831,79	R\$ 175.831,79										
SALDO DISPONÍVEL	-R\$ 175.831,79	R\$ 849.386,72	R\$ 927.893,22	R\$ 1.006.399,71	R\$ 1.084.906,21	R\$ 1.163.412,70	-R\$ 175.831,79	R\$ 1.281.172,45	R\$ 1.359.678,94	R\$ 1.438.185,44	R\$ 1.516.691,94	R\$ 690.056,70

Fonte: Do autor, 2018.