UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL - CTDR
DEPARTAMENTO DE GASTRONOMIA – DG
CURSO DE BACHARELADO EM GASTRONOMIA

JOÃO ALVES DA COSTA FILHO

PLANO DE NEGÓCIO PARA O DESENVOLVIMENTO DE UM APLICATIVO MÓVEL CONSUMER TO CONSUMER DE SERVIÇOS GASTRONÔMICOS

JOÃO PESSOA
2020

JOÃO ALVES DA COSTA FILHO

PLANO DE NEGÓCIO PARA O DESENVOLVIMENTO DE UM APLICATIVO MÓVEL CONSUMER TO CONSUMER DE SERVIÇOS GASTRONÔMICOS

Trabalho de conclusão de curso que apresentado à Coordenação do Bacharelado em Gastronomia do Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Orientador(a): Profa. Dra. Valéria Saturnino

JOÃO PESSOA

2020

Catalogação na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

F481p Filho, Joao Alves da Costa.
PLANO DE NEGÓCIO PARA O DESENVOLVIMENTO DE UM APLICATIVO MÓVEL CONSUMER TO CONSUMER DE SERVIÇOS GASTRONÔMICOS / Joao Alves da Costa Filho. - João Pessoa, 2020.
48 f.

Orientação: Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva.
Monografia (Graduação) - UFPB/CTDR.

1. Aplicativos mobile, Serviços Gastronômicos. I. Silva, Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino. II. Título.

UFPB/BC

JOÃO ALVES DA COSTA FILHO

PLANO DE NEGÓCIO PARA O DESENVOLVIMENTO DE UM APLICATIVO MÓVEL CONSUMER TO CONSUMER DE SERVIÇOS GASTRONÔMICOS

Trabalho de conclusão de curso que apresentado à Coordenação do Bacharelado em Gastronomia do Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Data: 26/03/2020

Resultado: Aprovado

Banca Examinadora

Valéria Saturnino

Profa. Dra. Valéria Louise de A. M. Saturnino Silva (orientadora)

Profa. Dra. Maria dos Remédios Antunes Magalhães (examinador)

Prof. Msc. Karlla Karinne Gomes de Oliveira (examinador)

JOÃO PESSOA

2020

RESUMO

O plano de negócio pode ser considerado uma ferramenta utilizada pelo empreendedor em diversas finalidades. O presente estudo busca utilizar a ferramenta de plano de negócios como um auxílio para observar a viabilidade de criação de um aplicativo C2C (Consumer to Consumer) voltado para o mercado de serviços gastronômicos, testando sua viabilidade econômica e a opinião dos futuros usuários do aplicativo. Para atingir os objetivos propostos, foi feita uma pesquisa considerada exploratória e descritiva. Quanto aos procedimentos técnicos, utilizou-se de pesquisa bibliográfica e levantamento. O estudo buscou identificar todos os fatores envolvidos na aplicação do projeto no mercado. Os resultados apontam para a viabilidade financeira e mercadológica do projeto.

Palavras-chave: Plano de negócio, Empreendedorismo, Serviços Gastronômicos, Aplicativos Mobile.

ABSTRACT

The business plan can be considered a tool used by the entrepreneur in various purposes. This study seeks to use the business plan tool as an aid to observe the feasibility of creating a C2C (Consumer to Consumer) application aimed at the food service market, testing its economic viability and the opinion of future application users. To achieve the proposed objectives, an exploratory and descriptive survey was conducted. As for the technical procedures, bibliographic research and survey were used. The study sought to identify all factors involved in the application of the project in the market. The results point to the financial and market viability of the project.

Keywords: The Business Model Canvas, Gastronomy Services, App Mobile, E-Commerce.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO..... 7
2. SUMÁRIO EXECUTIVO..... 9
2.1 RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO..... 9
2.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL..... 9
2.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO..... 9
2.4 SETORES DE ATIVIDADES..... 10
2.5 FORMA JURÍDICA 10
2.6 FORMA JURÍDICA..... 10
2.7 CAPITAL SOCIAL 10
2.8 FONTE DE RECURSOS..... 11
3. ANÁLISE DE MERCADO..... 12
3.1 IDENTIFICAÇÃO DAS NECESSIDADES DOS CLIENTES..... 12
3.2 SEGMENTAÇÃO DE MERCADO..... 13
3.3 PESQUISA DE MERCADO..... 14
3.4 PERFIL DOS CLIENTES (PF E PJ)..... 22
3.5 ESTUDO DOS CONCORRENTES..... 23
3.6 ESTUDO DOS FORNECEDORES..... 24
4. ANÁLISE DA MATRIZ FOFA E AÇÕES..... 25
5. PLANO DE MARKETING..... 26
5.1 ESTRATÉGIA DE PRODUTO E VALOR..... 26
5.2 ESTRATÉGIA DE PREÇO..... 28
5.3 ESTRATÉGIA DE PROMOÇÃO..... 28
5.4 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO..... 29
5.5 ESTRATÉGIA DE DISTRIBUIÇÃO..... 30
5.6 FORÇA DE VENDAS..... 30
5.7 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO..... 30
6. LAYOUT E PROCESSOS OPERACIONAIS..... 31
7. PLANO FINANCEIRO..... 32
7.1 INVESTIMENTO FIXO..... 32
7.2 ESTIMATIVA DE FATURAMENTO..... 32
7.3 ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA..... 33
7.4 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS..... 33
7.5 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS..... 35
7.6 INDICADORES DE VIABILIDADE..... 36
7.7 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS..... 37
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 39
REFERÊNCIAS..... 40
APÊNDICES..... 42

1. INTRODUÇÃO

O mercado gastronômico vem evoluindo durante os anos, ganhando mais notoriedade e valorização no mercado. A *gourmetização* das preparações é algo que chama a atenção e atrai a curiosidade das pessoas, sendo significativa a quantidade de programas voltados a gastronomia, com variados ingredientes e culturas exploradas. Segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação - ABIA (2019), o mercado de *foodservice* cresceu 4,8% em 2018 em relação ao ano anterior, tendo um crescimento médio de 11,5% ao ano em um período de 10 anos, chegando a faturar R$ 172 bilhões em 2018. Ainda segundo a ABIA, um dos fatores que contribuíram para esse crescimento foi a chegada à era da *conectividade total*, com o uso massivo das tecnologias da informação mudando a forma de consumir, distribuir e produzir.

Sendo assim, o modo de consumir do brasileiro vem mudando: ele está cada vez mais utilizando meios de informação. Segundo a FGV (2020) em sua 30ª Pesquisa Anual do Uso de TI nas Empresas, o Brasil tem 235 milhões de smartphones ativos, mais de um aparelho por pessoa, e com o uso de smartphones vem o de aplicativos ligados ao mercado de *foodservice*, como os aplicativos de entrega, os aplicativos dos próprios estabelecimentos e aqueles operacionais, como aqueles utilizados para fazer pedido por meio de um cardápio digital.

O mercado de *foodservice* e o de aplicativos vem se tornando cada vez mais conectados, pois é notório o quanto vem se tornando comum o uso dos aplicativos de entrega de alimentos. Por exemplo, segundo o site empreendedores.com (2016), o uso de smartphones ultrapassou o uso de computadores nas residências e o mercado de aplicativos já ocupa 10% da fatia do *foodservice*. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2019), sua Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílios (PNAD) retratou que 17% dos trabalhadores autônomos declararam como os aplicativos sua principal fonte de renda, um total de 3,8 milhões de pessoas.

Portanto, considerando um mercado em constante expansão e de grande valorização, este estudo busca elaborar um plano de negócios para desenvolver um aplicativo móvel no mercado de serviços gastronômicos, que reúna e facilite o acesso aos serviços por aqueles que desejam utilizá-los. E uma oportunidade maior de visibilidade para aqueles que desejam ofertar os seus serviços, além de criar uma plataforma onde será desenvolvida uma maior confiança nas contratações e facilitação no pagamento e recebimento dos serviços.

Para a criação deste projeto, foi utilizada a Planilha de Plano de Negócios do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná (SEBRAE/PR), sendo necessário

adaptá-la em alguns tópicos para adequá-la ao formato do mercado de aplicativos mobile. Além disso, foi feita uma pesquisa de mercado com potenciais clientes e a pesquisa de preços, para a montagem do plano financeiro, foi realizada em sites de cotações.

Este estudo é composto por oito capítulos sendo iniciado pelo sumário executivo descrevendo etapas importantes do planejamento do plano, seguido pela análise de mercado onde está a pesquisa de mercado indicando as necessidades e observações dos consumidores, logo após a análise da matriz F.O.F.A, plano de marketing e processos operacionais descrevendo como irá funcionar a plataforma e finalizando o plano financeiro com as considerações finais com seu demonstrativo de faturamento, analise e o parecer final.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio

Este plano de negócios tem como objetivo analisar a viabilidade de implantação de um negócio de desenvolvimento de um aplicativo na área de gastronomia. Sendo assim, a plataforma a ser criada tem como principal função a facilitação na contratação de profissionais de gastronomia e áreas afins, simplificando o processo burocrático e exaustivo de pesquisa dos contratantes. Aliado a isso, busca-se promover um aumento na visibilidade do profissional que estará em uma plataforma disponível para aqueles que tenham interesse direto em suas atividades oferecidas como profissional.

Mesmo sendo um mercado valorizado e procurado, a contração de profissionais na área é de certo modo dificultosa, os horários não batem, não tem os requisitos para a contratação ou até mesmo encontrar esses profissionais é difícil. O mercado necessita de um banco de dados específicos para profissionais de gastronomia, de forma exclusiva, pois profissionais já consolidados no mercado detêm grande parcela das contratações, o que torna o preço delas elevado, o que não é atrativo aos contratantes, impedindo que novos profissionais entrem no mercado. Portanto, a aplicação mobile web vem como forma de intermédio entre o contratante, aumentado sua visibilidade perante o mercado e confiabilidade no pagamento e recebimento pelos serviços.

2.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

O projeto terá um sócio fundador, e este será encarregado de prover o investimento necessário a parcela de capital próprio. Com interesse em novas tecnologias e no mercado de aplicativos, tem facilidade em lidar com o mercado. Possui formação acadêmica em Gastronomia e é atuante como gastrônomo prestando serviços de *Personal Chef*.

2.3 Dados do empreendimento

A empresa Fouet Agência de Serviços Gastronômicos será localizada na cidade de João Pessoa, capital da Paraíba, cidade com o aporte tecnológico necessário para seu

desenvolvimento. Com estrutura de rede que suporte a estrutura física a ser criada de auxílio ao aplicativo.

2.4 Missão da empresa

A missão do aplicativo é ***facilitar a relação entre contratantes e profissionais de gastronomia e afins***. Desta forma, aumenta-se a visibilidade de profissionais ao mercado, tornando mais simples e rápida a sua contratação, além de tornar mais simples a contratação de profissionais para fins de eventos, jantares e realizações festivas em geral com uso de suas ferramentas.

2.5 Setores de atividades

A empresa atuará no setor de comércio, na comercialização de serviços ligados a plataforma em desenvolvimento.

2.6 Forma Jurídica

O empreendimento se trata de uma Empresa Individual de Responsabilidade Limitada - EIRELI.

2.7 Enquadramento tributário

Devido ao seu faturamento anual optou-se por utilizar o regime de lucro presumido.

2.8 Capital Social

O único sócio da empresa será responsável pelo aporte do capital próprio completo, no valor de treze mil e sem reais.

2.9 Fonte de recursos

Será utilizado como capital inicial da empresa uma forma mista, onde treze mil e sem reais advêm de recursos próprios e a outra parcela de noventa e nove mil e oitocentos reais de financiamento através de Bancos de Desenvolvimento, como o Banco do Nordeste, valor este necessário a aquisição do CNPJ para EIRELI.

Tabela – 01 Fonte de Recursos

Origem do capital	Valor em reais	
Próprio	R$	13.100,00
Financiamento (Banco do Nordeste)	R$	99.800,00

Fonte: Elaboração Própria.

3. ANÁLISE DE MERCADO

O mercado gastronómico está em constante elevação, segundo dados do IBGE (2019) o brasileiro gasta em media 25 por cento de sua renda familiar em alimentação fora do lar, sendo este um indicativo do interesse do brasileiro no mercado de alimentos, logo nesta seção serão levantados dados e informações sobre a atuação da plataforma perante o mercado gastronómico, nele será possível definir a identificação dos clientes, suas peculiaridades e como o aplicativo será inserido para suprir suas necessidades.

3.1 Identificação das Necessidades dos Clientes

O projeto está no estágio inicial de sua vida, sendo sua introdução no mercado, momento em que o aplicativo busca ser conhecido por todos e possui um ritmo lento de vendas e margens altas, buscando assim seu crescimento e maturidade perante o mercado.

A aplicação possui duas vertentes de clientes em potencial: aqueles profissionais que buscam uma maior visibilidade do seu trabalho (com objetivo de novas contratações) e aqueles que buscam os serviços ofertados pelos profissionais. O número de profissionais na área gastronômica aumenta a cada ano, e o mercado em si tem ganhado muita visibilidade, consequência de uma maior valorização da gastronomia e uma maior divulgação na mídia televisiva, aumentando assim a procura por profissionais do ramo e seus serviços. Entretanto, o mercado não é visível a todos, pois profissionais consolidados no mercado acabam ficando com a maior parcela de serviços ofertados, o que dificulta a contratação de novos profissionais.

O projeto se trata de um E-commmerce, ou seja, comércio eletrônico num modelo CONSUMER-TO-CONSUMER (C2C), de consumidor para consumidor, onde a plataforma será um facilitador na negociação dos serviços em um sistema similar a corretagem, onde duas partes negociam o valor de um produto, esse sendo o serviço, e a plataforma fica com uma percentagem da transação como forma de taxa, sem vínculo empregatício ou contratual.

O aplicativo será desenvolvido de forma híbrida, com interação web, numa junção entre desenvolvimento nativo e web responsivo, utilizando uma linguagem comum a desenvolvedores padrão web, como *CSS#*, *javascript e HTML5*, tendo uma melhor adaptação do aplicativo a todos os aparelhos na maioria das resoluções disponíveis. E terá disponibilidade nos sistemas operacionais IOS e Android. Será usada como ferramenta de confecção a plataforma de desenvolvimento da Adobe chamada *Phomegap*, que é aberta e sem custos, pois

ela permite que um só desenvolvedor construa o aplicativo para os dois sistemas operacionais de forma simultânea e com interação web, minimizando o custo com aparelhos, produção, codificação e testes.

Como descrito, o aplicativo estará disponível na App Store e Play Store, nomeado como “FOUET”, inspirado no objeto utilizado na cozinha, fazendo uma menção ao ramo o qual o projeto é dedicado. Nele os clientes poderão encontrar os profissionais classificados por categorias do ramo gastronômico, tais como: Chefes, Subchefes, Auxiliar de Cozinha, Cozinheiro, *Garde Manger*, e incluindo também aqueles relacionados com a gastronomia e a realização de eventos como mestres de cerimônias, garçons, decoradores e outros.

Aqueles que buscam os serviços, os contratantes, encontrarão na página inicial uma barra de busca facilitada, onde poderá filtrar por local, serviço, número de “FOUET´S” (estrelas), preço, forma de pagamento, menos relevantes, mais relevantes, novas estrelas, horário disponível, área de atuação, maior preço e menor preço. com a intenção de facilitar a busca por profissionais em ocasiões de eventos, o aplicativo contém a função "EVENTO': tomando como base o número de convidados e o tipo de comida fornecido pelo contratante, o aplicativo fornece uma página de criação de eventos, onde indicará quantos e quais profissionais deverão ser contratados.

Exemplificando, o cliente clica na função "EVENTO', uma página irá abrir com as seguintes opções; "número de convidados" e "tipo de comida". Iremos supor que ele sele selecione "entre 10 e 20" em número de convidados e "clássica francesa" em tipo de comida; logo o aplicativo recomenda a contratação de um Chefe e um Auxiliar e já sugere quem com base em sua localização e número de "FOUET´S".

3.2 Segmentação de Mercado

O projeto tem como objetivo de forma inicial a abrangência nacional e futuramente mundial, se tratando de um mercado disponível no mundo todo e de fácil acesso devido as plataformas de vendas de aplicativos terem o alcance global, logo todos os profissionais do ramo gastronômico podem fazer parte do aplicativo, sendo necessário apenas acesso à internet e um aparelho contendo umas das duas lojas de aplicativos mais usadas atualmente, a App Store e Play Store, essas onde o aplicativo estará disponível.

A plataforma irá atingir em sua maioria um público entre 18 à 65 anos, homens e mulheres, classe média à alta com poder aquisitivo e interesse necessário a organização de pequenos eventos e empresas que desejam contratar profissionais por um dia.

O aplicativo será voltado a profissionais gastronômicos e afins e aqueles que procuram estes profissionais, ou seja, todos aqueles que se relacionam de forma direta a serviços de gastronomia, como chefes de cozinha, garçons, sommeliers ou até mesmo mestres de cerimônias e decoradores.

A aplicação será direcionada a duas vertentes de clientes, os contratantes e os contratados; se tratando dos contratantes, buscam a plataforma como forma de encontrar profissionais de forma facilitada aliado a uma forma simples e facilitada de pagamento, tornando mais segura e eficaz a prestação do serviço. A outra vertente, os que oferecem os serviços no aplicativo, buscam mais visibilidade perante o mercado, mais credibilidade, e uma forma segura de receber o pagamento por seus serviços.

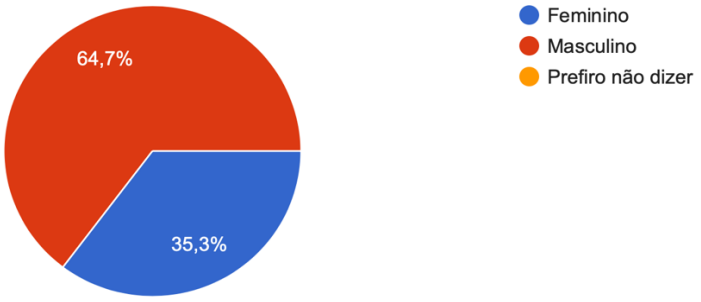
Os clientes estão inseridos no mercado de comércio de serviços voltados a área gastronômica com ênfase em elaboração de eventos, jantares e comemorações em geral. São prestadores de serviços autônomos que buscam um meio de chegar até seus clientes.

3.3 Pesquisa de Mercado

Foi realizada uma pesquisa de mercado com o objetivo de analisar tendências e possíveis melhorias no aplicativo a ser desenvolvido. A pesquisa foi feita através do Google Forms, sistema de formulários gratuitos do Google, obtido um total de 17 respostas.

Mais da metade dos entrevistados eram homens, conforme gráfico 01, e do total dos entrevistados, 60% deles tinha entre 18 e 26 anos.

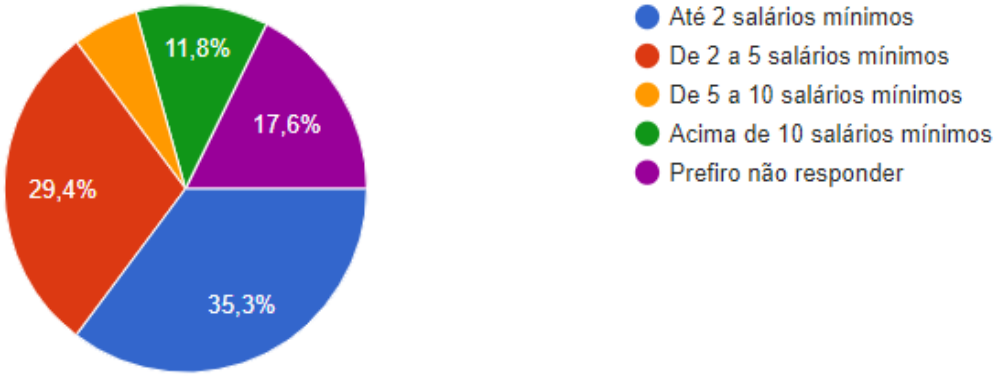
Gráfico 01 – Gênero dos entrevistados



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

Um terço dos entrevistados possui até dois salários mínimos e mais da metade dos entrevistados possui renda de dois a cinco salários mínimos

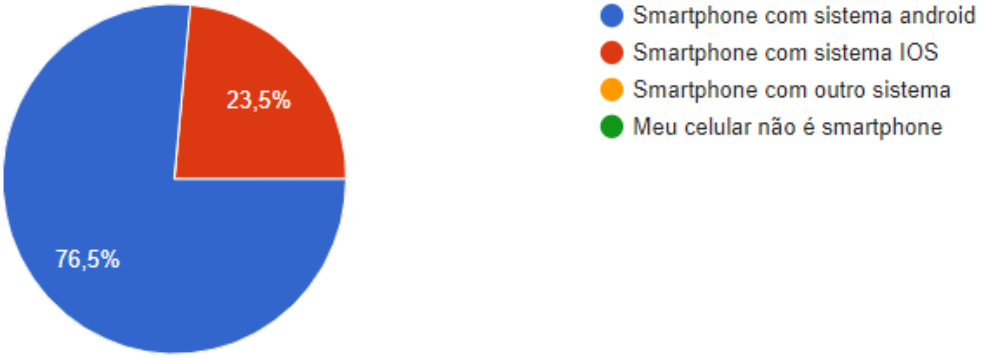
Gráfico 02 – Renda familiar mensal dos entrevistados



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

A maioria dos participantes possui smartfones com sistema Android, seguido do IOS. Sistemas esses pertencentes a Google e a Apple, e segundo o G1 (2019) noventa e cinco por cento dos smathphones do país possuem o sistema Android, sugerindo assim a veiculação da plataforma através das suas lojas de aplicativos.

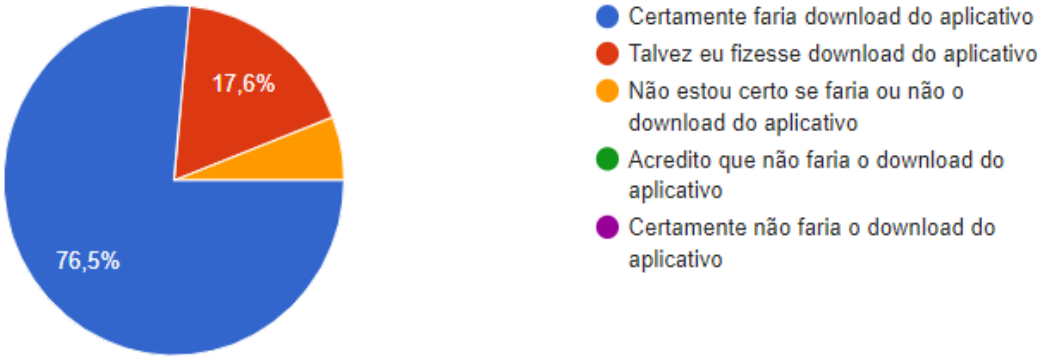
Gráfico 03 – Tipo de celular dos entrevistados



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

É notável a aceitação que a plataforma obteve, a maioria dos entrevistados certamente fariam o download sendo um dado muito positivo onde 7 a cada 10 entrevistados iriam participar da plataforma.

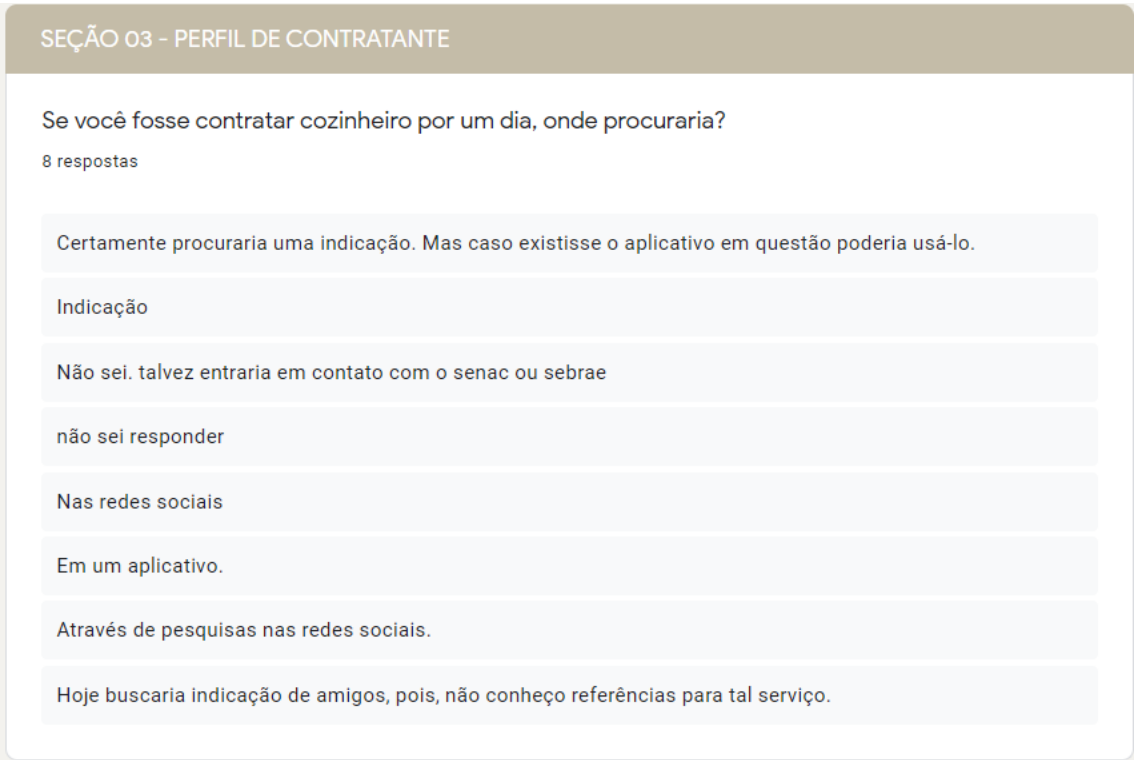
Gráfico 04 – Reação dos entrevistados em relação à descrição do aplicativo



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

Quando questionados como procurariam os profissionais para a contratação, grande parte dos entrevistados citou a indicação e outra redes sociais, indicando a falta de um banco de dados.

Figura 01 – Onde os entrevistados procurariam serviços gastronômicos



SEÇÃO 03 - PERFIL DE CONTRATANTE

Se você fosse contratar cozinheiro por um dia, onde procuraria?

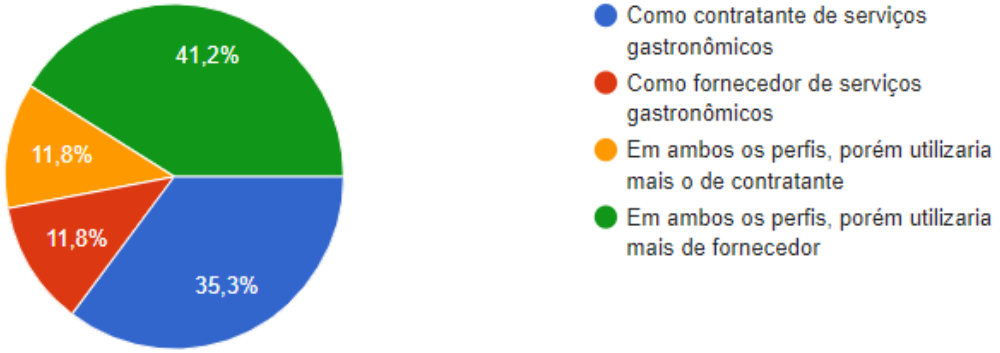
8 respostas

- Certamente procuraria uma indicação. Mas caso existisse o aplicativo em questão poderia usá-lo.
- Indicação
- Não sei. talvez entraria em contato com o senac ou sebrae
- não sei responder
- Nas redes sociais
- Em um aplicativo.
- Através de pesquisas nas redes sociais.
- Hoje buscaria indicação de amigos, pois, não conheço referências para tal serviço.

Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

Um terço dos entrevistados optaram por usar a plataforma como contratante, e quarenta por cento deles usaria os dois perfis porem atuaria mais oferecendo os serviços.

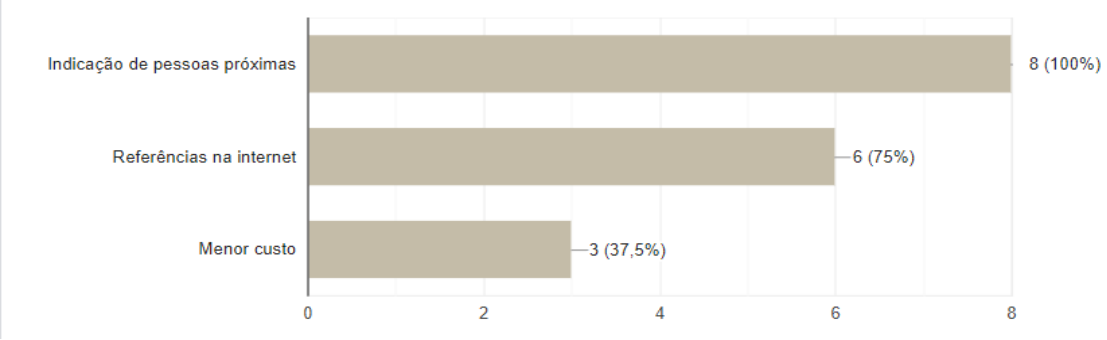
Gráfico 05 – Tipos de cadastro dos entrevistados



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

No gráfico seis é possível notar que todos os entrevistados se importam com a opinião das pessoas perante o serviço prestado, e que também buscam na internet opiniões para possível contratação.

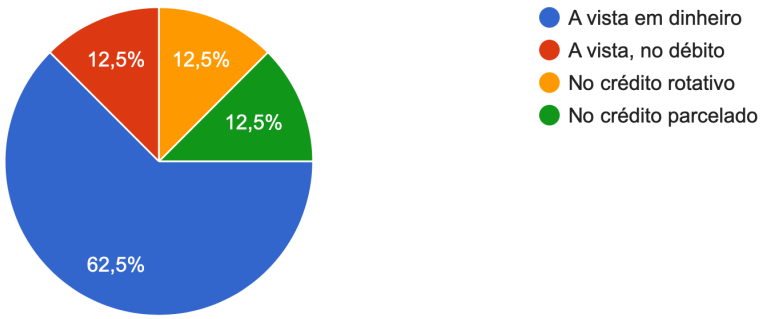
Gráfico 06 – Escolha de serviços gastronômicos pelos entrevistados



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

Quando questionados sobre a forma de pagamento a maioria escolheu a, *à vista em dinheiro*, e um terço dos entrevistados optaram por debito, crédito rotativo e crédito parcelado.

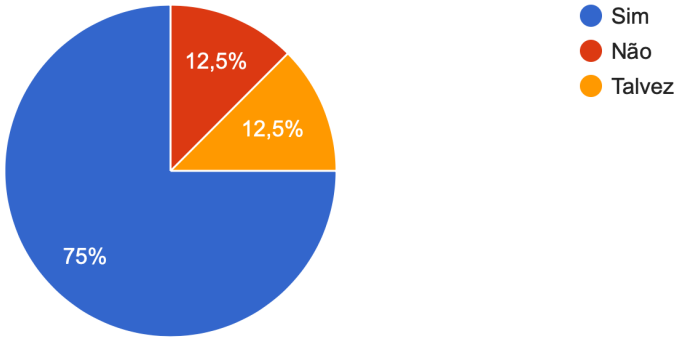
Gráfico 07 – Opções de pagamento dos serviços gastronômicos pelos entrevistados



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

A maioria dos entrevistados julgou que pagar pelo aplicativo pode ser atrativo, sendo mais conveniente, demostrando uma necessidade real de uma plataforma de pagamentos pelos serviços.

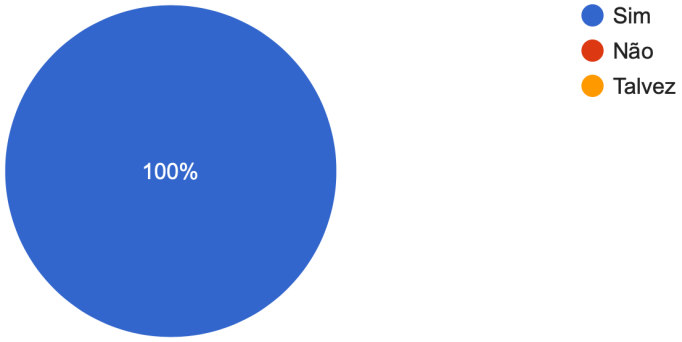
Gráfico 08 – Se a possibilidade de pagar pelo aplicativo é atrativa para o entrevistado



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

Todos os entrevistados escolheram que ter imagens dos serviços anteriores ajudaria na escolha do serviço contratado.

Gráfico 09 – Se imagens de serviços anteriores ajudaria a escolher o fornecedor



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

Os entrevistados consideram indispensáveis no aplicativo o feedback com imagens, comentários e possível comunicação com o fornecedor do serviço, foi citado também o custo dos serviços, ou seja, que fosse possível ver o quanto será pago antes do serviço ser prestado e que esta forma de pagamento seja pratica. Além disso depois de o serviço seria interessante a avaliação com estrelas.

Figura 02 – O que considera indispensável no aplicativo

Que tivesse como termos uma noção dos serviços oferecidos através de imagens, feedback de quem já teve a experiência e uma seleção que garantisse bons profissionais.

Custo dos serviços

Fotos, opiniões e avaliação de contratantes anteriores, uma boa organizada e bonita separação dos setores de serviço

Uma forma de comunicação com a empresa

Ver a avaliação dos contratantes dos serviços, um chat para conversas com o contratado

Sistema de avaliação por estrelas para cada contratante

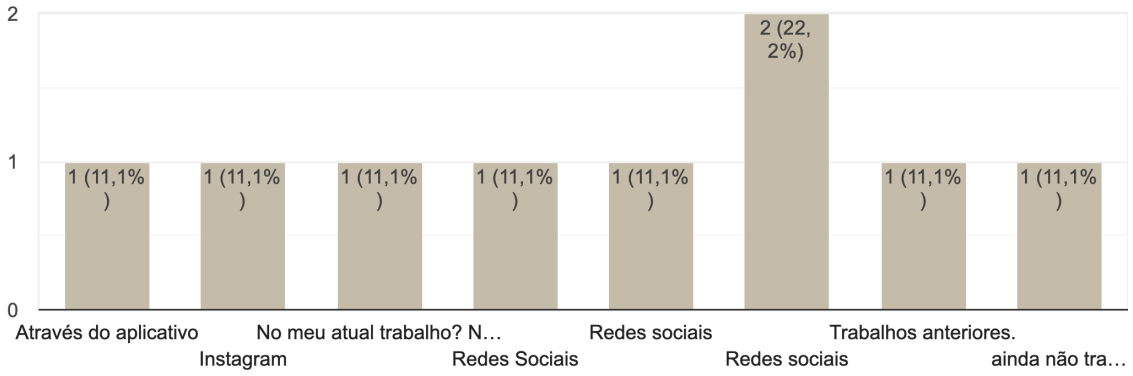
Boa acessibilidade para comunicação com o fornecedor, e forma de pagamento prática.

Facilidade para escolher o produto, um app com otimo facelift.

Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

Os contratantes chegam até os fornecedores de serviços através de redes sociais e trabalhos anteriores na maioria dos casos.

Gráfico 10 – Perfil de Fornecedor: como os clientes chegam até ele



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

A maior dificuldade levantada na negociação de preços foram os descontos, que podem influenciar de forma negativa na qualidade dos insumos e também na prestação dos serviços consequentemente.

Figura 03 – Perfil de Fornecedor: principais dificuldades na negociação de preços

Não

ainda não trabalho

Sim, desconto em grandes pedidos

Não costumo.

Não

Sim, mas os descontos seriam mínimos ou refletiriam não qualidade dos insumos utilizados.

Sim, insumos de qualidade

Prazo de entrega

Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

Alguns dos motivos de insatisfação dos clientes são, preço, má qualidade da prestação do serviço; e que pode vir a ocorrer a falta de confiança na contratação de novos profissionais.

Figura 04 – Perfil de Fornecedor: Motivos de Insatisfação dos Clientes

má qualidade do produto e serviço

Ahn?

Não trabalhar de graça

Preço, geralmente nosso trabalho não é devidamente reconhecido.

Problemas de taxas do app

Um dos principais motivos de insatisfação que pode vim a ocorrer, é o receio dos contratantes para com os novos fornecedores. Mas, isso pode ser quebrado conforme as contratações feitas pelo aplicativo, que em caso de satisfação, gerará boas recomendações.

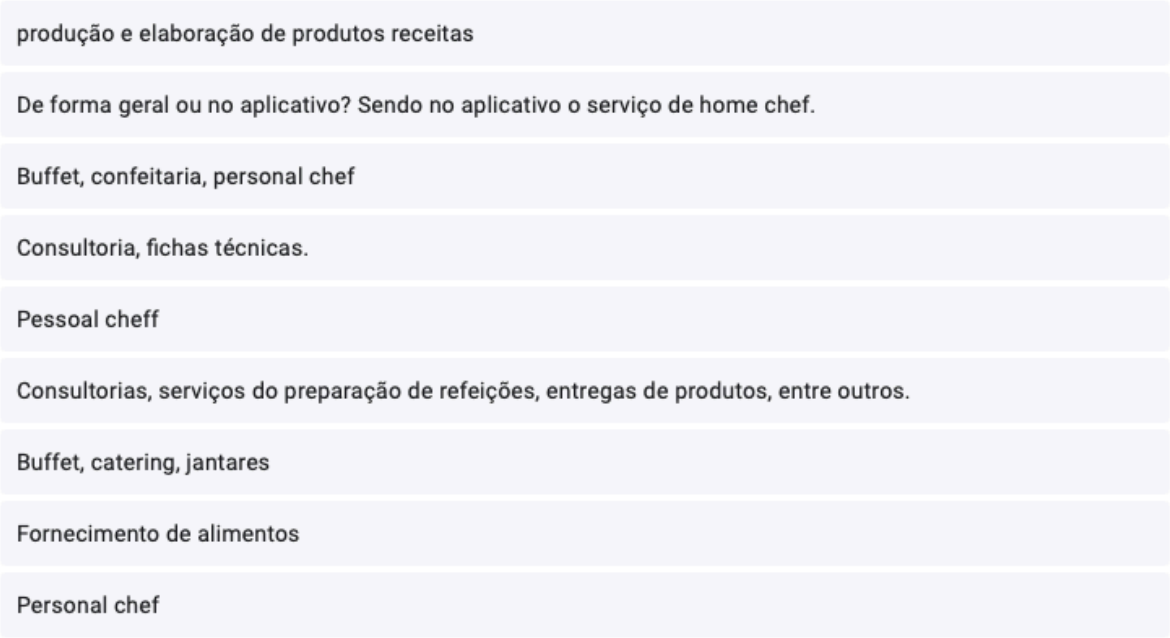
Falta de adaptação de receitas

Nenhum

Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

O serviço que mais é ofertado no aplicativo é o de preparação de receitas, ou seja, o de *personal chef*, aquele ao qual o profissional vai até a casa do contratante e prepara a alimentação ao qual foi contratado.

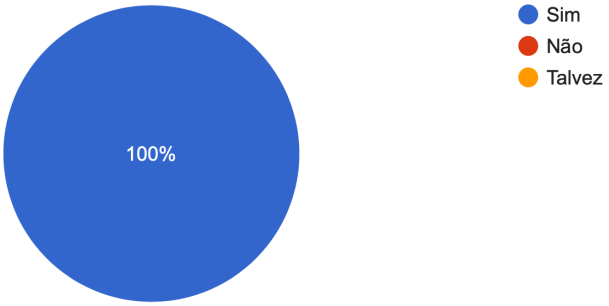
Figura 05 – Perfil de Fornecedor: quais serviços poderiam oferecer pelo aplicativo



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

Todos os possíveis fornecedores julgaram que participar na plataforma ajudaria na divulgação do seu trabalho.

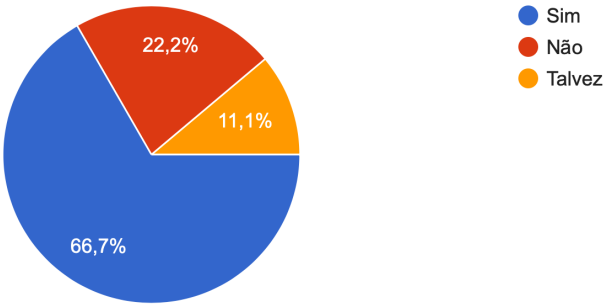
Gráfico 11 – Perfil de Fornecedor: se participar do app ajudaria na divulgação



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

Mais da metade dos entrevistados acharam interessante receber pelo aplicativo sendo de vinte e dois porcento aqueles que não receberiam pela plataforma.

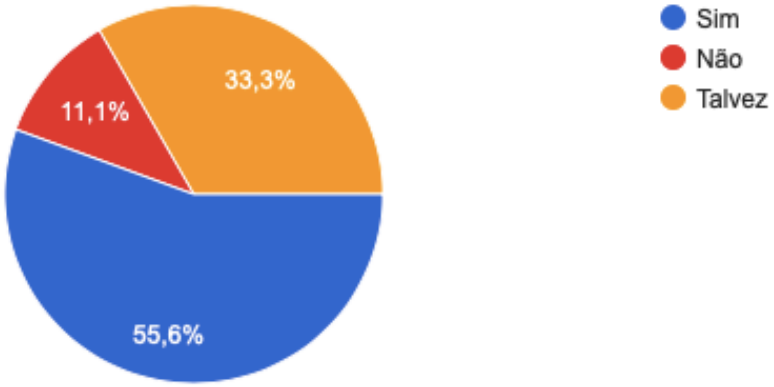
Gráfico 12 – Perfil de Fornecedor: se receber pelo app seria atrativo



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

Mais da metade dos entrevistados achou interessante pagar vinte reais pelo pacote FOUET PREMIUM, para obter uma maior visibilidade na plataforma e ganhar descontos exclusivos.

Gráfico 13 – Perfil de Fornecedor: se pagaria a assinatura de R$ 20 do app



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada pelo Google Forms

3.4 Perfil dos Clientes (PF e PJ)

Os clientes Pessoa Física que o aplicativo busca atender possuem idade entre 18 e 65 anos, que sejam atuantes no mercado de serviços gastronômicos ou que desejem atuar. Outra vertente de clientes pessoas físicas são aqueles com poder aquisitivo suficiente a aquisição de pequenos eventos, classe média a alta, que irão buscar na plataforma um meio para contratação de profissionais.

Os clientes pessoa jurídica são empresas de todos os portes, atuantes no mercado gastronômico de eventos, jantares, shows e comemorações em geral. Essas empresas buscam

uma redução no custo com contratações de funcionários e, sempre que necessário, irão utilizar o aplicativo para suprir faltas, férias de funcionários, folgas, contingente insuficiente para o dia, dias de grande volume de produção e entre outros motivos. A decisão das contratações serão tomadas por proprietários ou responsáveis pelos estabelecimentos que virão a necessidade de contratação, buscando assim facilidade e praticidade na contratação, rapidez na busca e segurança no pagamento tudo isso aliado ao fato da empresa não possuir vínculo empregatício, a garantia da prestação do serviço e a possibilidade de escolha do profissional mediante banco de dados e sistema de avaliação.

3.5 Estudo dos Concorrentes

A plataforma não possui nenhum concorrente direto, ou seja, não existe ainda aplicativos que ofereçam uma plataforma para contratação de serviços gastronômicos, e que permita o pagamento desses serviços através da plataforma. No mercado existem plataformas de publicação de anúncios de classificados, que apenas divulgam os serviços, similar a anúncios de jornais, mas não possuem banco de dados específicos, muito menos a classificação, essa que a plataforma propõe implementar.

Tabela 02 – Estudo dos Concorrentes

Nome	Tipo	Produtos/Serviços	Pontos fortes	Pontos Fracos
OLX	Indireto	Plataforma de publicação de anúncios classificados onde estão disponíveis informações de contato, fotos adicionadas pelo anunciante e um espaço para descrição, preço e localização.	Consolidado no mercado; gratuito; alcance global;	Não oferece meios de pagamento; não a garantia na execução do serviço; nem sempre a identidade está disponível; não possui banco de dados específico;
linkedin Corporation	Indireto	Rede social de negócios, utilizada por profissionais com intuito de apresentar suas aptidões, com o objetivo de criar uma rede de relacionamento a fim de facilitar seu conhecimento.	Possui abrangência mundial; interação com outros profissionais; gratuito; rede de contatos;	Não oferece meios de pagamento; não há banco de dados para áreas de gastronomia; não oferece contratação de serviços;
IFOOD	Indireto	Se trata de um aplicativo de entregas de alimentos, delivery.	Um dos apps mais baixados do mundo; plataforma simples e de fácil uso; eficácia no que oferece; facilidade no pagamento;	não possui alcance global; não oferece serviços.
Getninjas .com serviços domésticos	Direto	Site web que oferece serviços de contratação de cozinheiros.	O acesso é fácil e rápido; possui banco de dados próprio; tem vários cozinheiros em seu cadastro; oferece meio de pagamento;	Não oferece outros profissionais; não possui aplicativo; contratação de apenas um profissional; não possui menu para escolha dos profissionais;

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

3.6 Estudo dos Fornecedores

Para a elaboração do projeto é necessário a aquisição de algumas ferramentas digitais como plataforma para criação de aplicativos, ferramenta para a escrita de códigos de programação. E também a aquisição de ferramentas físicas para dar suporte a sua criação como: computadores, smartphones e materiais suplementares.

Tabela 03 – Estudo dos Fornecedores

Produto/Insumo	Fornecedores	Periodicidade de compra	Volumes Mínimos	Condições de Pagamento e Entregas
Adobe PhoneGap Build	Adobe corporation	única vez	1	Em dinheiro via boleto ou cartão de crédito internacional
Cadastro desenvolvedor	Google	única vez	1	Em dinheiro via boleto ou cartão de crédito internacional
Cadastro desenvolvedor	Apple	anual	1	Em dinheiro via boleto ou cartão de crédito internacional
Construção do código	Desenvolvedor Web	mensal	1	Em dinheiro mediante contrato.
Imóvel	locadora de imóveis	mensal	1	Em dinheiro mediante contrato.
mesa de computador	Carajás	única vez	1	Em dinheiro, ou à prazo via cartão de crédito.
mesa de reuniões com 6 lugares	madeiramadeira.com	única vez	1	Em dinheiro, ou à prazo via cartão de crédito.
Celulares para teste	magazineluiza.com	única vez	1	Em dinheiro, ou à prazo via cartão de crédito.
brakest	Adobe corporation	única vez	1	Em dinheiro via boleto ou cartão de crédito internacional
computadores	pichau.com	única vez	1	Em dinheiro, ou à prazo via cartão de crédito.
material de escritório	tilibraexpress.com	mensal	1	Em dinheiro, ou à prazo via cartão de crédito.
hospedagem de sites	HostGator	mensal	1	Em dinheiro, ou à prazo via cartão de crédito.

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

4. ANÁLISE DA MATRIZ FOFA E AÇÕES

A matriz F.O.F.A é uma ferramenta simples e pratica para analisar projetos, segundo o Sebrae (2020) a matriz é um sistema valioso e nos fornece um meio de analisar os pontos fortes e os fracos, sendo assim mais fácil corrigir suas deficiências tornando a empresa mais competitiva e eficiente, isso analisando suas forças, franquezas, as oportunidades e ameaças.

Figura 06 – Matriz FOFA

Forças	Oportunidades
Uma motivação em realização do projeto; Projeto inovador e com poucos concorrentes diretos; Estar inserido no mercado global; Mercado de serviços com grande variedade;	Mercado promissor de serviços; Expandir para outras áreas de prestação de serviços; Aplicativos se tornam mais populares a cada dia; O uso de aplicativos para serviços se toram mais comum;
Baixa receita inicial; Dificuldade em angariar fundos; Numero incerto de publico alvo; Pouca experiência com o mercado de app;	Publico não aderirem ao aplicativo; Contratados não realizarem os serviços oferecidos; contratantes não pagarem pelos serviços; Surgimento de concorrência de grandes corporações;
Fraquezas	Ameaças

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

Ao confrontar os pontos fortes e fracos da aplicação, é notável que se trata de uma oportunidade promissora, mas que depende da adesão dos clientes ao aplicativo para funcionar, logo como contramedida serão intensificadas as campanhas de marketing, e a firmação de acordos com parceiros chave com o objetivo de atingir um número máximo de pessoas, tornando o aplicativo cada vez mais conhecido.

Caso os contratados não ofereçam com eficácia os serviços ofertados na plataforma, ela irá se responsabilizar pela contratação de um novo profissional. O aplicativo terá o acompanhamento de seus fornecedores de serviços a fim de evitar inadimplências dos serviços, bem como a falta de pagamento dos serviços, para isso será criado um conjunto de normas a serem seguidas em comum acordo entre as partes.

O mercado de serviços tem uma variação enorme, caso o surgimento de uma concorrência abale o funcionamento da plataforma serão adicionados outros serviços a plataforma, aumentando sua atuação no mercado, angariando novos clientes e consequentemente aumentando o faturamento.

5. PLANO DE MARKETING

Segundo Adam (2003) temos quatro tipos de segmentos no mercado e-commerce os B2B, B2C, C2C e C2B, no b2b a venda é feita para outros negócios, na b2c estão as lojas de varejo ou seja empresa para consumidor direto, na c2c acontece o comércio entre consumidor e consumidor, sendo característico no mercado de leilões e a c2b acontece o oposto do leilão onde o consumidor informa oque quer e as empresas ofertam o melhor valor, o nosso projeto se trata de um C2C onde contratantes e contratados firmaram contratos de serviços sendo a plataforma o meio para a contratação acontecer.

5.1 Estratégia de Produto e Valor

Qualidade

O projeto se trata de um E-commerce, ou seja, comercio eletrônico num modelo C2C CONSUMER-TO-CONSUMER, de consumidor para consumidor, onde a plataforma será um meio ao qual o contratante e o contratado terão mais segurança na negociação de seus serviços, o contratado receberá a garantia de pagamento por seus serviços e o contratante a eficácia na prestação do serviço.

Imagem

O projeto será nomeado como FOUET, objeto usado na gastronomia para diversas preparações, sendo sua característica a versatilidade, assim como a plataforma que será versátil e simples. Inspirados em aplicativos de sucesso atuais, o Fouet tem um nome curto e marcante, de alcance mundial e de fácil pronúncia.

Inovação

A plataforma se trata de um banco de dados específico no ramo de gastronomia e afins, com possibilidade de contratação e pagamento pelo aplicativo, simplificando o processo de contratação, o que não ocorre no mercado atual onde só dispõe de banco de dados de caráter geral e não específico, o que torna a busca difícil e confusa.

Informação

O aplicativo será distribuído e comercializado de forma gratuita através das lojas de aplicativos App Store e Play Store, disponíveis para os sistemas operacionais IOS, Android e Windows Phone, além de total interação com web sites.

Garantia

As plataformas de compra dispõem de uma segurança própria, com criptografia nas transações garantindo a segurança na aquisição dos aplicativos sem extravios de dados.

Conveniência

O aplicativo será desenvolvido de forma híbrida, com interação web uma junção entre desenvolvimento nativo e web responsivo, utilizando uma linguagem comum a desenvolvedores padrão web, como *CSS#, javascript e HTML5*, tendo uma melhor adaptação do aplicativo a todos os aparelhos na maioria das resoluções disponíveis e terá disponibilidade nos sistemas operacionais IOS, Android e Windows phone.

Serviços

Como descrito o aplicativo estará disponível na Apple Store e Play Store, nomeado como 'FOUET", nele poderão encontrar separados por categorias profissionais do ramo gastronômico, como Chefes, Subchefes, Auxiliar de Cozinha, Cozinheiro, Garde Manger e incluindo também aqueles relacionados com a gastronomia e a realização de evento como Mestres de cerimónias, garçons, decoradores e outros.

Aqueles que buscam os serviços, encontrarão na página inicial uma barra de busca facilitada, onde poderá filtrar por local, serviço, número de "FOUET´S", preço, forma de pagamento, menos relevantes, mais relevantes, novas estrelas, horário disponível, área de atuação, maior preço e menor preço. Com a intenção de facilitar a busca por profissionais em ocasiões de evento, o aplicativo contém a função "EVENTO', tomando como base o número de convidados e o tipo de comida fornecido pelo contratante o aplicativo fornece uma página de criação de eventos, onde indicará quantos e quais profissionais deverão ser contratados. Para um maior entendimento exemplificamos, o cliente clica na função "EVENTO', uma página irá abrir com as seguintes opções; "número de convidados" e "tipo de comida". imaginamos que ele selecione "entre 10 e 20" em número de convidados e "clássica francesa" em tipo de comida e logo o aplicativo recomenda a contratação de um Chefe e um Auxiliar e já sugere quem com base em sua localização e número de "FOUET´S".

5.2 Estratégia de Preço

Natureza

Quanto a sua natureza, será praticado a estratégia de preços de Alto Valor, ou seja, uma alta qualidade do produto a um preço mediano. O Preço foi calculado conforme média de valores pagos por planos de música pagos, que segundo Olhar Digital (2019) vária de R$ 16,90 à R$ 29,70 nos planos individuais.

Condições de pagamento

Pagamento à vista em dinheiro ou cartões de crédito e débito.

Prazos de pagamento

Taxa zero nas Vendas no Débito e Crédito, e a prazo em 6 parcelas, mediante cobrança de taxas e encargos decorrentes do parcelamento.

Dados necessários

Nome, endereço completo, dados bancários em caso de depósitos, dados de cartão de crédito em caso de contratação, em conjunto do CPF do titular.

5.3 Estratégia de Promoção

Brindes e Presentes

Aqueles que prestam serviços usando o aplicativo terão a oportunidade de participar de sorteios exclusivos de insumos e equipamentos promovidos pelos parceiros.

Eventos

Evento anual dos Fouet´s, uma vez ao ano a plataforma irá promover um evento ao qual premiará e divulgará os melhores e mais bem qualificados profissionais em suas devidas áreas.

Parcerias

O aplicativo buscará parceria com supermercados e lojas de equipamentos de cozinha e aqueles que se relacionam ao mercado, como parte do acordo será feita a divulgação destas marcas no aplicativo de forma que não atrapalhe a navegação no mesmo.

FOUET PREMIUM

Aqueles que desejam uma maior notoriedade no aplicativo podem pagar um valor mensal e ter vantagens que outros não possuem, como descontos em lojas parceiras, participação em sorteios, maior visibilidade por tempo limitado, menor taxa cobrada por transação de 3% para 1%.

Contratante PREMIUM

Aqueles contratantes que desejam a possibilidade de negociar o valor do serviço, ganhar desconto nas contratações dos serviços, acesso a assinantes FOUET´S PREMIUM e descontos nas lojas parceiras devem utilizar o aplicativo muitas vezes, acumulando qualificações e ganhando mais pontuação.

Novas estrelas

Quando um novo contratado presta seu serviço com excelência pela primeira vez e recebe 10 Fouet´s ,ele terá por tempo limitado uma maior visibilidade nas buscas da plataforma aumentando suas chances de conseguir novos contratos, incentivando a excelência do serviço prestado com o intermédio do aplicativo.

5.4 Estratégia de Comunicação

Qual o objetivo da mensagem?

Prestar o serviço com eficácia, recebendo de forma segura e ganhando visibilidade no mercado, no FOUET tem banco de dados específico com maior variedade nos serviços e com forma de pagamento facilitada.

Para quem se destina a mensagem?

Para prestadores de serviços gastronômicos e afins e pessoas interessadas em contratar esses serviços.

Que veículo de mídia utilizar?

Redes sociais com ênfase no Instagram, na internet, estandes em eventos gastronômicos e panfletos. Grande parte da propaganda será feita através do YouTube ADS, plataforma de divulgação pertencente ao Google.

5.5 Estratégia de Distribuição

A plataforma será comercializada através de lojas virtuais de aplicativos, de forma exclusiva pela internet, a um pagamento mensal de taxa de desenvolvedor, valor este pago para manter o aplicativo na loja, sendo apenas necessário que esteja conectado a internet e tenha um smartphone para baixar o aplicativo. O aplicativo estará disponível para Android, IOS e Windows Phone.

5.6 Força de Vendas

A plataforma será divulgada na internet, utilizando vídeos curtos no Youtube. Esses vídeos serão apresentados por pessoas atuantes, ou seja, gastrônomos que falarão sobre a agilidade, facilidade e viabilidade da plataforma, terão também vídeos de supostos usuários da plataforma falando como foi fácil e rápida a contratação.

O aplicativo usará da plataforma do Google de divulgação, com palavras-chaves, tendo uma maior visibilidade em buscas na internet e também a plataforma buscará parceiras com fornecedores-chave, como empresas de eventos, jantares, para divulgação dos seus serviços, ganhando espaço de divulgação na plataforma.

O aplicativo buscará parcerias com atuantes no mercado para divulgação da plataforma, para divulgação do aplicativo em suas redes sociais. Parceiros-chave, sendo fornecedores, ganharão espaço para divulgação de seus produtos na plataforma; profissionais parceiros ganharão status de FOUET PREMIUM e suas vantagens.

Aqueles que irão divulgar o aplicativo passarão aos clientes a ideia de facilidade na contratação, e este será o foco da divulgação; a plataforma estará disponível nas lojas App Store, Google Play de forma gratuita como nome de Fouet, e aqueles que que fazem parte da plataforma terão mais visibilidade e mais possibilidades de contratação.

5.7 Localização do Negócio

A empresa será localizada na cidade de João Pessoa, no estado da Paraíba.

6. LAYOUT E PROCESSOS OPERACIONAIS

O projeto não necessita de um layout físico fixo, não sendo necessário a criação do layout da base de operações da Fouet, sendo mais relevante sua localização e o aporte tecnológico da região, sendo assim será localizado em uma capital do Nordeste com capacidade de rede e dados suficientes para a sua criação.

a. Layout ou Arranjo Físico

O projeto terá sua sede em um escritório padrão alugado, ou seja, não possuindo um layout físico pois seus processos de criação serão feitos em computadores, não sendo necessário um layout específico e sim uma estrutura de rede que suporte sua criação.

b. Capacidade Produtiva

O aplicativo será construído utilizando a plataforma de desenvolvimento Phonegap da Adobe, sendo um desenvolvedor e dois estagiários auxiliares, e será feito em 4 fases:

Fase 1 - estudo de análise financeira e econômica. Elaboração do plano de negócios.
Fase 2 - busca por investimento e levantamento de capital.
Fase 3 - compra de equipamentos e instalação da equipe.
Fase 4 - elaboração da arquitetura e finalização do código do aplicativo híbrido.

c. Tempo de produção

Em 60 dias de desenvolvimento a plataforma estará disponível nas lojas de aplicativos.

d. Estoque

O aplicativo estará armazenado no banco de dados da Adobe na nuvem.

e. Necessidade de pessoal

O CEO será responsável pela equipe de desenvolvimento, irá firmar parcerias e será o representante oficial do aplicativo. O Desenvolvedor será o responsável pela escrita e desenvolvimento dos aplicativos. O auxiliar de desenvolvimento irá assessorar os desenvolvedores na criação do aplicativo.

7. PLANO FINANCEIRO

O mercado de serviços gastronômicos é amplo. Considerando apenas o mercado nacional, temos uma variedade de profissionais considerável e o potencial empregatício é alto. Tendo em vista o valor gasto por brasileiros no setor, segundo pesquisa do IBGE, 25% de sua renda é gasta com alimentação fora de casa, tendo um montante anual de 172 bilhões segundo a ABIA, sendo um indicativo de um mercado promissor, com possibilidades de contratações variadas.

O aplicativo intermediará o serviço de profissionais que já atuam na área, que pretendem atuar e aqueles que se relacionam com os serviços de eventos, jantares, coquetéis e entre outros. Nesse total estão Cozinheiros, Churrasqueiros, Barmans, Seguranças, Cerimonialistas e entre outros profissionais. Naqueles que pretendem atuar no mercado incluem os recém-formados em cursos relacionados com mercado gastronômico.

Tendo em vista a variabilidade de profissionais e a ausência de dados que o quantifiquem, usaremos o valor gasto anual para calculo dos clientes em potencial, logo, como foi citado, R$ 172 bilhões são gastos anualmente com foodservice, ou seja, R$ 172 bilhões pagos por preparações, e de acordo com o site Administradores.com, os aplicativos facilitam o mercado da gastronomia no Brasil e 10% deste mercado acontece através de aplicativos, ou seja, um faturamento anual de 17,2 bilhões de reais por ano, considerando um ticket medio por serviço de 80 reais, chegamos ao total de 215 milhões de serviços por ano ou aproximadamente 17 milhões por mês .

Portanto para fins de cálculo de cenários consideraremos que 0,1% destes serviços sejam prestados através do aplicativo e destes 0,1% uma parcela de 10% optem pela assinatura anual do FOUET PREMIUM.

7.1 Investimento fixo

Para iniciar a empresa serão necessários a compra de maquinários, a aquisição softwares, alem da reforma de ambientes. Para o funcionamento inicial do cronograma de desenvolvimento serão necessários pagamentos de taxas de desenvolvedor, esses essenciais ao desenvolvimento em IOS e Android.

Tabela 04 – Investimento Fixo

DISCRIMINAÇÃO	VALOR (R$)	%*
Construções	**R$ 1.000,00**	7,60%
reforma e instalação dos equipamentos	R$ 1.000,00	
Máquinas e Equipamentos	**R$ 3.250,00**	24,80%
celular para testes	R$ 1.500,00	
celular para testes	R$ 1.500,00	
Impressora	R$ 250,00	
Móveis e Utensílios	**R$ 1.750,00**	13,30%
Mesa de reunião 6 cadeiras	R$ 400,00	
Mesa de computador	R$ 250,00	
Mesa de computador	R$ 250,00	
Mesa de computador	R$ 250,00	
Cadeiras 3 unidades	R$ 500,00	
Material de escritório em geral	R$ 100,00	
Computadores	**R$ 6.000,00**	45,80%
Computador utilizado para desenvolvimento	R$ 2.000,00	
Computador utilizado para desenvolvimento	R$ 2.000,00	
Computador utilizado para desenvolvimento	R$ 2.000,00	
Outros	**R$ 1.100,00**	8,30%
Hospedagem de dados	R$ 800,00	
Software que permita a edição de códigos HTML5 e CSS	R$ 300,00	
Total Investimento Fixo	**R$ 13.100,00**	**100,00%**

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

7.2 Estimativa de Faturamento

Com o objetivo de 215.000 atendimentos por ano no aplicativo a um ticket de R$ 80 e 21.500 assinaturas FOUET PREMIUM por ano, obtivemos os seguintes valores: R$ 17,2 milhões de faturamento do aplicativo, sendo de 3 % a taxa de negociação da plataforma chegamos a 516 mil reais anual, e 21500 assinaturas a 20 reais temos 430 mil reais, um faturamento anual de 946 mil reais.

Figura 07 - Faturamento

Descrição do Produto	Estimativa de Custos			Estimativa de Vendas	
	Vendas Unitárias	Custo Unit.	Custo da Mercadoria	Preço de Venda Unitário	Faturamento
assinatura FOUET PREMIUM	1.791	2	3582	20	35.820,00
taxa de negociação da plataforma	17.916	0,24	4299,84	2,4	42.998,40
			0		-
	CMV	7.881,84	TOTAL DE PRODUTOS		78.818,40

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

7.3 Estimativa dos custos com mão de obra

Para a elaboração da plataforma é necessário a contratação de um profissional que tenha domínio na programação CCS, HTML5 e Java script além de uma equipe para auxiliar o profissional durante o desenvolvimento e sua manutenção.

Figura 08 - Mão de Obra

CUSTOS COM MÃO DE OBRA					
Cargo/Função	i	Salário	%*	Encargos	Total
estagiário	≠	600,00	66,34%	398,04	998,04
auxiliar de desenvolvimento	≠	998,00	66,34%	662,0732	1660,0732
desenvolvedor app	≠	4.500,00	66,34%	2985,3	7485,3
			66,34%	0	0
TOTAL	**≠**	**6098**		**4045,4132**	**10143,4132**

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

7.4 Estimativa de custos fixos operacionais mensais

O valor mais expressivo dentre os custos fixos é com mão de obra. A necessidade de pessoal está ligada a atividade em questão, o desenvolvimento de um aplicativo necessita de pessoas para sua escrita e manutenção, assim como a criação de melhorias e suporte técnico.

Figura 09 - Custo Fixo

CUSTOS FIXOS	
Discriminação	Valor R$
Mão-de-Obra + Encargos	10143,4132
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	2220
Água	65
Luz	150
Telefone	
Contador	1050
Despesas com Veículos	
Material de Expediente e Consumo	100
Aluguel	2000
Seguros	
Propaganda e Publicidade	1500
Depreciação Mensal	145
Manutenção	
Condomínio	
Despesas de Viagem	
Serviços de Terceiros	150
Ônibus, Táxis e Selos	
Outros	50
Cadastro App Store e Google play	50
TOTAL	**17573,4132**

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

7.5 Demonstrativo de Resultados

O faturamento mensal estimado se mostrou bastante otimista, mesmo com o alto custo em mão de obra, aluguel e impostos, chegando a pouco mais que setenta e oito mil reais de faturamento mensal, com custos variáveis aproximados de vinte e quatro mil e dezessete mil de custos fixos mensais, nos fornecendo um total de trinta e três mil de resultado líquido, tendo uma rentabilidade de 42% do faturamento, o que resulta em R$ 396 mil de resultado por ano.

Tabela 5 - Demonstrativo de resultados

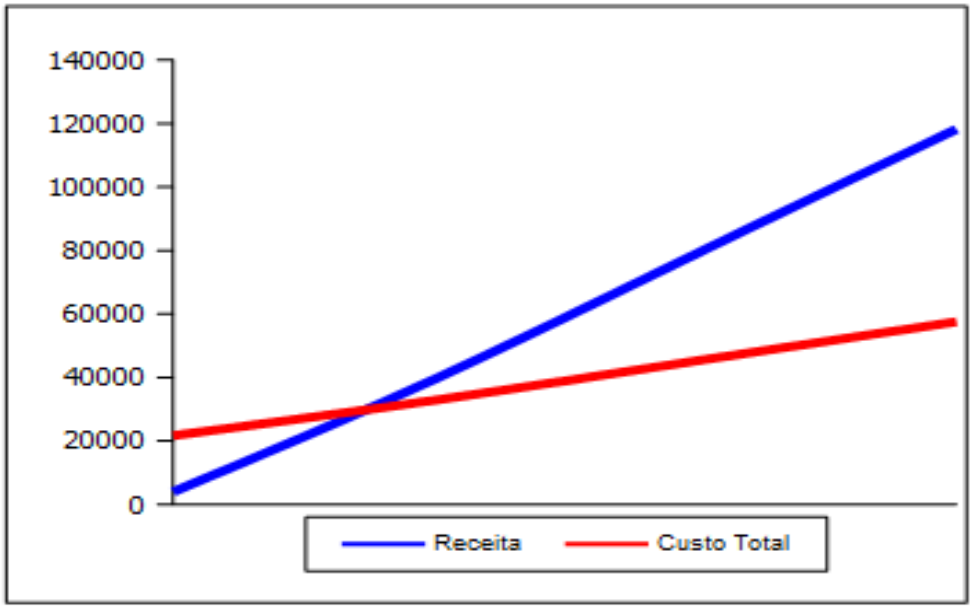
DISCRIMINAÇÃO	VALOR (R$)	%
1. Receita Total	**78.818,40**	**100,00%**
Vendas (à vista)	0,00	0,00%
Vendas (a prazo)	78.818,40	100,00%
2. Custos Variáveis Totais	**24.709,57**	**31,35%**
Previsão de Custos	7.881,84	10,00%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)	2.876,87	3,65%
Impostos Estaduais (ICMS)	8.039,48	10,20%
Imposto Municipal (ISS)	3.940,92	5,00%
Previsão de Inadimplência	1.182,28	1,50%
Cartões de Crédito e Débito	788,18	1,00%
3. Margem de Contribuição	**58.270,44**	**73,93%**
4. Custos Fixos Totais	**17.573,41**	**22,30%**
Mão-de-Obra + Encargos	10.143,41	12,87%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	2.220,00	2,82%
Água	65,00	0,08%
Luz	150,00	0,19%
Contador	1.050,00	1,33%
Material de Expediente e Consumo	100,00	0,13%
Aluguel	2.000,00	2,54%
Propaganda e Publicidade	1.500,00	1,90%
Depreciação Mensal	145,00	0,18%
Serviços de Terceiros	150,00	0,19%
Outros Custos Fixos	50,00	0,06%
5. Resultado Operacional	**40.697,03**	**51,63%**
6. Investimentos	**2.876,60**	**3,65%**
Financiamento	2.876,60	3,65%
7. Imposto Renda Pessoa Jurídica e Contribuição Social	**4.161,61**	**5,28%**
Imposto de Renda Pessoa Jurídica - IRPJ	1.891,64	2,40%
Contribuição Social - CS	2.269,97	2,88%
8. Resultado Líquido Financeiro	**33.658,81**	**42,70%**

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

7.6 Indicadores de Viabilidade

Assim como a pesquisa de mercado o plano financeiro se mostrou favorável financeiramente, como podemos notar no Gráfico 14 a curva azul que representa a receita está bem acima da curva vermelha indicando o ponto de equilíbrio entre vinte e quarenta mil reais de receita.

Gráfico 14 – Indicador financeiro



Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

Como se observa na Tabela 5, a plataforma obteve 42,70% de lucro mensal, aproximadamente trinta e três mil reais, retornando seu investimento no prazo cinco meses, tendo uma taxa interna de retorno de quase trezentos e oitenta por cento, indicando sua viabilidade econômica.

Figura 10 - Indicador de lucratividade

INDICADORES FINANCEIROS		
Faturamento	78818,4	
Custos Variáveis	24709,5684	31,35%
Custos Fixos	17573,4132	22,30%
Resultado Operacional	40697,02992	51,63%
Investimentos	2876,6034627929	3,65%
Resultado	33658,8149372071	42,70%

Lucratividade	
Média Mensal	41,40%

Prazo de Retorno do Investimento	
Resultado Operacional	5 meses
Resultado Final	5 meses

Taxa de Retorno	
TMA - Taxa Mínima de Atratividade	**11,35%**
TIR - Taxa Interna de Retorno	379,95%
VPL - Valor Presente Líquido	1287661,67816527

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

7.7 Construção de cenários

Com a intenção de testar a plataforma a possíveis momentos críticos, como resseção, queda na economia, queda no volume de transações, consideramos uma alta de vinte e cinco por cento no custo unitário dos produtos aliada uma queda de vinte por cento nas movimentações do aplicativo.

Figura 11 - Indicador Financeiro pessimista

INDICADORES FINANCEIROS		
Resumo Financeiro		
Faturamento	63036,8	
Custos Variáveis	21054,2912	33,40%
Custos Fixos	17573,4132	27,88%
Resultado Operacional	27737,43864	44,00%
Investimentos	2876,6034627929	4,56%
Resultado	21532,4921372071	34,16%

Lucratividade	
Média Mensal	32,53%

Prazo de Retorno do Investimento	
Resultado Operacional	6 meses
Resultado Final	7 meses

Taxa de Retorno	
TMA - Taxa Mínima de Atratividade	11,35%
TIR - Taxa Interna de Retorno	288,07%
VPL - Valor Presente Líquido	794979,990444449

Ponto de equilibrio	Financeiro
Mensal	28450,2179504631
Diário	1138,0087180185

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

A plataforma obteve um bom resultado mesmo em momentos de crise, tendo seu ponto de equilíbrio em vinte e oito mil reais e uma taxa interna de retorno de duzentos e oitenta e oito por cento, retornando o investimento em sete meses se mantendo então lucrativa mesmo em momentos críticos com lucro de trinta e quatro por cento quase vinte e dois mil reais ao mês ou duzentos e cinquenta e oito mil reais ao ano.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os resultados obtidos desse projeto, foi possível propor o desenvolvimento de um aplicativo consumer-to-consumer voltado para o mercado de serviços gastronômicos e também mostrar o quanto o mercado de aplicativos voltados a gastronomia pode ser viável economicamente, pois de acordo com dados mostrados no projeto, o seu faturamento anual ultrapassa os R$ 170 bilhões e com crescimento constante chegando a 4,8% de crescimento no ano de 2018.

A plataforma se propôs a atuar em 1% do mercado de aplicativos voltados ao *foodservice* que chegam a marca de 10% do total de 172 bilhões anual, e mesmo atuando em uma pequena parcela do mercado o aplicativo se mostrou altamente rentável, recuperando seu investimento em um prazo de quatro meses. Contudo este valor poderia ser maior ou menor devido a dificuldade em contabilizar o mercado de serviços gastronômicos, se trata de um mercado com poucos dados estatísticos o que dificulta a contabilização dos profissionais atuantes na área, logo para uma maior exatidão seria necessário uma pesquisa de mercado voltada a contabilizar o numero de profissionais atuantes no mercado de serviços gastronômicos.

Segundo pesquisa de mercado própria, na fase de especificações do produto, o projeto teve boa aceitabilidade sendo proposto por 76% dos entrevistados que fariam o download do aplicativo, sendo mais da metade dos entrevistados homens, com idade 18 à 38 anos e que em 76% deles possuem um smartphone com sistema Android.

Quanto a forma de atuação no aplicativo, 41% dos entrevistados optou por ser tanto contratante como contratado, mas usaria mais o perfil de fornecedor de serviços. Quando questionado como eles escolhem os fornecedores desses serviços, a maioria informou que por indicação, ou seja, a opinião de outros importa para futuras contratações, dado esse confirmado, pois ter imagens e avaliações de serviços anteriores no aplicativo foi aprovado pela maioria, bem como foi sugerido a avaliação por estrelas do contratante e do contratado.

Quando questionado sobre receber pagamentos através do aplicativo, sendo cobrado uma taxa mínima, 66% concordaram e 55% dos entrevistados aceitariam pagar R$ 20 pelo FOUET PREMIUM, tendo uma boa aceitabilidade perante o mercado. Tanto o projeto como a aceitabilidade do aplicativo se mostraram favoráveis, tornando interessante sua aplicação mediante uma pesquisa de mercado mais robusta e voltada ao publico específico de serviços gastronômicos, e mesmo com um público incerto o projeto é viável e aplicável.

REFERÊNCIAS

ABIA - Associação Brasileira da Indústria de Alimentos. **12° Congresso internacional de Food Service.** 2019. Disponível em: https://www.abia.org.br/cfs2019/mercado.html. Acesso em: 10 mar. 2020.

ANDAM, Z. R. **E-Commerce and e-Business**. Asia and Pacific Training Centre for Information and Communication Technology for Development, 2003.

CHAUDHARY, S.; SHARMA, G. **A Study on Mobile-Commerce**. Advances in Computer Science and Information Technology (ACSIT), nº 3; Vol. 2, 2015.

CORRÊA, M**. Dicionário de Gastronomia**. 1ª edição. Editora Matrix, São Paulo. 2016.

DORNELAS J.C.A**. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 6. ed – Rio de Janeiro: Atlas, 2016.

LASTRUCCI, D. **Aplicativos facilitam o mercado da gastronomia no Brasil.** 2016. Disponível em: https://administradores.com.br/noticias/aplicativos-facilitam-o-mercado-da-gastronomia-no-brasil. Acesso em: 11 mar. 2020.

FGV - Fundação Getúlio Vargas. **TI - Tecnologia de Informação: 30ª Pesquisa Anual do Uso de TI nas Empresas**. 2019. Disponível em: https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2019fgvciappt_2019.pdf. Acesso em: 11 mar. 2020.

FREIXA, D. CHAVES, G. **Gastronomia no Brasil e no mundo.** 1ª edição. Editora Senac, São Paulo. 2008.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Características adicionais do mercado de trabalho**. Rio de Janeiro. 2018.

MORETTI, I. **Metodologia de Pesquisa do TCC.** Via Carreira, 2018. Disponível em: <https://viacarreira.com/metodologia-de-pesquisa-do-tcc-110040/> Acesso em: 12 de Agosto 2018.

LAUREIRO, R. **Spotify, Deezer, Apple Music, YouTube, Amazon e Tidal: qual é melhor?**: Comparamos os principais planos de música paga para você escolher o que se encaixa melhor nas suas necessidades. 2019. Disponível em: https://olhardigital.com.br/noticia/guia-simples-mostra-as-diferencas-entre-spotify-deezer-e-apple-music/66801. Acesso em: 11 mar. 2020.

BNB-Banco do Nordeste. **Simulador de Financiamento:** FNE GIRO. 2020. Disponível em:<https://www.bnb.gov.br/simuladores/fnegiro#_48_INSTANCE_Xk1sJo4PBU6P_%3Dht

tps%253A%252F%252Fwww.bnb.gov.br%252Fsimuladoresweb%252Ffnegiro>. Acesso em: 12 mar. 2020.

G1 (São Paulo). **Em 10 anos no Brasil, Android foi de 2 smartphones para sistema operacional dominante do mercado:** Sistema do Google está presente em 95% dos smartphones do país e evoluiu para funcionar em carros, TVs e outros dispositivos.. 2019. Disponível em: https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/11/26/ha-10-anos-no-brasil-android-foi-de-2-smartphones-para-sistema-operacional-dominante-do-mercado.ghtml. Acesso em: 11 mar. 2020.

SEBRAE. **Use a matriz F.O.F.A. para corrigir deficiências e melhorar a empresa:** Ao conhecer as forças, oportunidades, fraquezas e ameaças que influem nos negócios é possível planejar-se e projetar soluções competitivas mais eficientes.. 2019. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/use-a-matriz-fofa-para-corrigir-deficiencias-e-melhorar-a-empresa,9cd2798be83ea410VgnVCM2000003c74010aRCRD. Acesso em: 12 mar. 2020.

APÊNDICES

APÊNDICE 1

Pesquisa de Mercado - Aplicativo Fouet

Prezado(a) entrevistado(a):

_____

Este questionário foi desenvolvido com o objetivo de analisar o mercado potencial de clientes de um aplicativo de oferta de serviços gastronômicos. Garantimos que os dados resultantes deste questionário serão tratados de forma sigilosa e utilizados exclusivamente para fins acadêmicos, sendo parte integrante de Trabalho de Conclusão do Bacharelado em Gastronomia na Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Atenciosamente, João Alves (Estudante Concluinte do Bacharelado em Gastronomia da UFPB) Valéria Saturnino (Professora Orientadora)

*Obrigatório

1. Endereço de e-mail ?

_____

2. Gênero ?

Masculino ( )

Feminino ( )

Prefiro não responder ( )

3. Idade ?

_____

4. Renda Familiar mensal ?

Até 2 salários mínimos

De 2 a 5 salários mínimos

De 5 a 10 salários mínimos

Acima de 10 salários mínimos

Prefiro não responder

5. Qual o seu celular ?

Smartphone com sistema android

Smartphone com sistema IOS

Smartphone com outro sistema

Meu celular não é smartphone

SEÇÃO 02 - SOBRE O APLICATIVO FOUET O aplicativo trata-se de uma plataforma de pesquisa e contratação de serviços gastronômicos. O consumidor poderá se cadastrar tanto como contratante (cliente) como como fornecedor de serviços gastronômicos. O download do aplicativo é gratuito, mas terão opções de planos premium para obter descontos em serviços, e no caso dos fornecedores, para obter descontos nas taxas pagas em cima dos valores recebidos. A pessoa poderá escolher um serviço gastronômico (como churrasco, coquetel volante, almoço, buffet), reservar uma data e um serviço e pagar pelo próprio aplicativo. Asssemelha-se a um Airbnb, só que de serviços gastronômicos. Após o serviço, os fornecedores serão avaliados pelos consumidores com estrelas e comentários, disponíveis a todo o público.

6. Com base na descrição do aplicativo, o que você faria?

Certamente faria download do aplicativo

Talvez eu fizesse download do aplicativo

Não estou certo se faria ou não o download do aplicativo

Acredito que não faria o download do aplicativo

Certamente não faria o download do aplicativo

7. Se você fizesse o download do aplicativo, como você faria o seu cadastro?

Como contratante de serviços gastronômicos

Como fornecedor de serviços gastronômicos

Em ambos os perfis, porém utilizaria mais o de contratante

Em ambos os perfis, porém utilizaria mais de fornecedor

SEÇÃO 03 - PERFIL DE CONTRATANTE

8. Se você fosse contratar cozinheiro por um dia, onde procuraria?

_____

9. Como você geralmente escolhe serviços gastronômicos? (pode selecionar mais de uma)

Indicação de pessoas próximas

Referências na internet

Menor custo

Outros: _____

10. Quando você contrata serviços gastronômicos, opta por pagar a vista ou a prazo?

A vista em dinheiro

A vista, no débito

No crédito rotativo

No crédito parcelado

11. A possibilidade de pagar pelo aplicativo é atrativa para você?

Sim

Não

Talvez

12. Ter imagens de serviços prestados anteriormente te ajudaria a escolher determinado fornecedor?

Sim

Não

Talvez

13. O que você consideraria indispensável no aplicativo?

_____

14. Como os clientes chegam até você?

_____

15. Você faz negociação de preços? Caso sim, cite as principais dificuldades

_____

16. Qual o maior motivo de insatisfação dos clientes e o que poderia ser feito para reverter?

_____

17. Quais serviços você poderia oferecer em uma plataforma para internet e smartphone?

_____

18. Participar de uma plataforma que divulgue seus serviços, ser avaliado com estrelas e receber comentários ajudaria a divulgar seus serviços?

Sim

Não

Talvez

19. Receber pagamentos através de uma plataforma segura, pagando uma taxa mínima, é interessante para você?

Sim

Não

Talvez

20. Você pagaria R$ 20 por mês na plataforma para receber mais visibilidade no aplicativo e receber descontos exclusivos?

Sim

Não

Talvez

SEÇÃO 05 - NÃO BAIXARIA O APP

21. Por qual(ais) motivos você não faria download do app?

_____

APÊNDICE 2

Relatório de simulação de empréstimo BANCO DO NORDESTE

Banco do Nordeste

Simulador de Financiamento

Data da Simulação: 15/03/2020

Programa:	FNE Giro
Valor a Contratar:	R$ 99.800,00
Tarifa de Contratação:	R$ 1.996,00
Tarifa de Cadastro:	R$ 0,00
IOF - Previsão:	R$ 0,00
Custos totais:	R$ 1.996,00
Valor Líquido da Operação a Contratar: (Valor do crédito a conceder, deduzido dos custos)	R$ 97.804,00
Número de Prestações de Principal a Pagar:	33
Carência (meses):	3
Data Estimada para Contratação:	15/03/2020
Previsão de Pagamento da 1ª Parcela de Principal:	15/07/2020
Taxa Juro para Crédito (% a.a):	1,4476%
Taxa Juro para Crédito (% a.m): Juros Básicos Variáveis (JBV) = Fator de Atualização Monetária (FAM) - IPCA	0,1198%
Taxa de Juros projetada do IPCA (% a.m):**	0,2667%
Bônus de Adimplência:	15,0000%
Taxa de Juros FNE ao Ano, com bônus de adimplência:	1,2305%
Taxa de Juros FNE ao Mês, com bônus de adimplência:	0,1020%
***Custo Efetivo Total (CET) ao ano (%):**	1,4403%
***Custo Efetivo Total (CET) ao mês (%):**	0,1192%
***CET ao ano, com bônus de adimplência (%):**	1,4403%
***CET ao mês, com bônus de adimplência (%):**	0,1192%