



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS MATEMÁTICAS E DE COMPUTAÇÃO

BRUNA MARIN GARCIA
CAROLINA SOTÉRIO
FLÁVIA SACCHI
MARIA EDUARDA VIZOTTO



Easy Market

SÃO CARLOS

2019

Bruna Garcia **11377280**

Carolina Sotério **9284571**

Flávia Sacchi **11040743**

Maria Eduarda Vizotto **7563512**

Aplicativo Easy Market

Plano de Negócios apresentado ao Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo como requisito parcial para obtenção de menção na disciplina de Empreendedorismo – MAI5027

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Simone do Rocio Senger de Souza

São Carlos

2019

SUMÁRIO

1 SUMÁRIO EXECUTIVO	5
2 O CONCEITO DO NEGÓCIO	6
2.1 A empresa: aplicativo Easy Market	6
2.1.1 <i>Missão</i>	7
2.1.2 <i>Visão</i>	7
2.1.3 <i>Valores</i>	7
2.2 O produto	7
3 EQUIPE DE GESTÃO	9
4 MERCADO E COMPETIDORES	12
4.1 Análise setorial	12
4.2 Segmento de mercado	15
4.3 Necessidades do cliente	15
4.4 Benefícios do Easy Market	19
4.5 Análise da concorrência	20
4.6 Vantagem competitiva	21
4.7 Análise SWOT/FOFA	24
5 MARKETING E VENDAS	25
5.1 Produto	25
5.2 Preço	25
5.3 Praça	26
5.4 Promoção	26
5.5 Estratégia de vendas	27
6 PLANO FINANCEIRO	27
6.1 Investimentos necessários	27

6.2 Receitas	28
6.3 Projeções financeiras	28
6.4 Análise estratégica	31
7 CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO	33
REFERÊNCIAS	33

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

O conceito do negócio e a oportunidade

O Easy Market é um aplicativo direcionado à moradores de São Carlos, que busca catalogar e vender produtos online de diferentes estabelecimentos de supermercados e hipermercados.

O aplicativo será disponibilizado gratuitamente para os moradores, de modo a atrair o maior número de usuários possíveis.

Mercado e competidores

No geral, o mercado tem se diversificando nos serviços oferecidos a seus clientes, focando na comodidade do processo de compra e uso de tais serviços, mas ainda assim é incipiente na internet. Deste modo, nosso mercado foca os supermercados e hipermercados, interessados em minimizar as superlotações em lojas físicas e otimizar as vendas dinamizando produtos em estoque. Os principais concorrentes são o Cart Deliver, SuperON e o Zaply, sendo que apenas o Cart Deliver atua na cidade de São Carlos, mas não o prioriza. Neste sentido, o diferencial da Easy Market é o fato de estar voltado apenas para a região de São Carlos, garantindo extrema qualidade no oferecimento dos serviços à moradores dessa região.

Equipe de gestão

O negócio possui quatro sócios que atuarão como CEO, CIO, CMO e CTO. Além dos sócios, haverá analistas e estagiários para cada diretoria, a fim de executar as ações necessárias.

Vantagens competitivas

O Easy Market não é apenas um aplicativo que cataloga os produtos dos supermercados e os disponibiliza para compra, mas dialoga com o usuário na medida em que fornece um simulador que permite que o mesmo planeje suas compras, criando sua Lista de Desejo e confrontando o custo dos mesmos itens em diferentes estabelecimentos. Para os supermercados e hipermercados, o aplicativo fornecerá informações aos clientes em relação aos números de pedidos, de qual área vem o maior número de pedidos e possibilidades de promoções para aumentar as vendas, além de fornecer ferramentas que permitem acompanhar e avaliar o desempenho do seu supermercado ou hipermercado.

Estrutura e operações

A empresa irá contar com uma sede em São Carlos, ou seja, um local físico para uso como escritório e hospedagem de nosso aplicativo em um local que possa garantir total funcionalidade.

Marketing e vendas

No primeiro ano o negócio buscará consolidar-se como um aplicativo de referência, sendo de fácil utilização e gratuito para os usuários. Assim exigirá grande capacidade de investimento em marketing para propagar o aplicativo. As projeções indicam em dois anos uma receita bruta de R\$ 33.482,00 e um saldo positivo de fluxo de caixa de R\$ 87.461,12.

Finanças

O investimento inicial necessário é de aproximadamente R\$ 13.000,00, essa estimativa considera custos iniciais e essenciais para a empresa começar a atuar no mercado, englobando custos com colaboradores, despesas prediais, impostos e custos para o desenvolvimento do produto no modelo MVP (Mínimo Produto Viável).

2 O CONCEITO DO NEGÓCIO

2.1 A empresa: aplicativo Easy Market

Tendo em vista o ritmo de vida acelerado das pessoas em nosso cotidiano, o que mais acontece em nossas rotinas é a falta de dedicação de parte do tempo para realizar tarefas domésticas que demandem um trabalho considerável. Sendo assim, a ideia que vem se estabelecendo nos lares é a de terceirizar todos os serviços que possam implicar em ganho de tempo no dia-a-dia da maioria.

No entanto, muito desses serviços ainda empregam mão de obra humana, o que naturalmente possibilita o aparecimento de falhas durante a execução da tarefa em questão. Nesse sentido, a demanda por automação das atividades tem um papel fundamental, fornecendo resultados mais confiáveis e com um custo mais acessível.

Ainda, dentre os serviços que já se encontram disponíveis nas plataformas digitais, pouco deles oferece algo relacionado à atividade mais básica de todos os lares: o fazer compras em supermercados. Nesse contexto, nasce o aplicativo Easy Market, uma interface que visa aproximar o consumidor de seus estabelecimentos favoritos sem sair de casa.

2.1.1 Missão

Nós economizamos o tempo e dinheiro dos consumidores de supermercados.

2.1.2 Visão

Reinventar a forma de se fazer compras *online*, favorecendo o comércio e seus clientes com soluções inovadoras.

2.1.3 Valores

O bem-estar e praticidade dos consumidores acima de tudo.

2.2 O produto

O *software* estará disponível para os sistemas operacionais Android, iOS, MIUI e Windows phone, além da possibilidade de acesso pela web. O Easy Market contará com um catálogo de produtos de acordo com a sua busca, incluindo o uso de filtros para a marca, nome, o preço e o estabelecimento e, além disso, te permitindo comparar preços entre estabelecimentos, visando a praticidade por parte do usuário (Figuras 1 a 3). Ainda, o programa conta com a possibilidade de compra *online* e entrega via *delivery* ou retirada no local, de acordo com o estabelecimento escolhido.

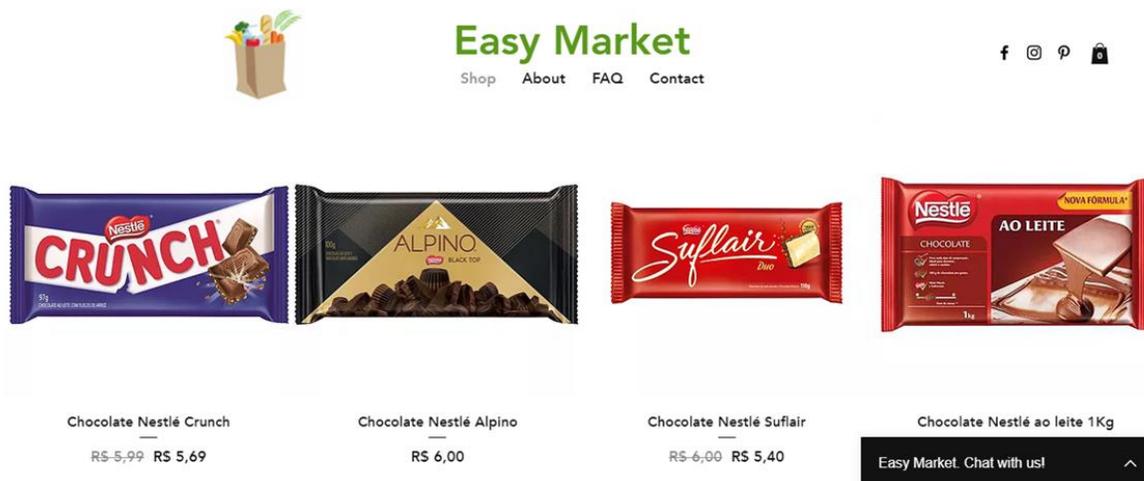


Figura 1. Template do Easy Market web.



Figura 2. Template do aplicativo Easy Market.



Figura 3. Template do carrinho de compras do aplicativo Easy Market.

3 EQUIPE DE GESTÃO

A equipe idealizadora e gestora do aplicativo Easy Market é composta por:

Bruna Garcia

Cargo: CEO

Breve biografia: Bruna Garcia adquiriu paixão pelo empreendedorismo aos 11 anos ao acompanhar a trajetória dos pais ao adquirir e consolidar um empreendimento na cidade de São Carlos-SP. Em 2015, ingressou na graduação de Gestão Empresarial da Faculdade de

Tecnologia de São Carlos (FATEC), na qual teve a oportunidade de liderar uma equipe do projeto COIL & Principles of Management Collaborative Online International Learning in 2017, junto de alunos da Amsterdam University of Applied Sciences — AUAS, na análise de desenvolvimento de produtos comercializáveis na Holanda e no Brasil. Atua no mercado de trabalho a mais de 04 anos, onde adquiriu experiência no gerenciamento de uma empresa. Após concluir a graduação, optou por seguir a carreira financeira, e atualmente, em consonância aos estudos, atua no mercado trabalhando em uma Fintech .

Carolina Sotério

Cargo: CIO

Breve biografia: Carolina Sotério iniciou sua carreira química aos 15 anos. Formou-se técnica pela ETECAP e foi premiada pela UNICAMP e a empresa 3M com sua monografia sobre a aplicação de catalisadores naturais a partir de resíduos do chimarrão em reações orgânicas, que a garantiu o primeiro lugar de melhor Trabalho de Conclusão de Curso. Em seguida, ingressou na graduação no Bacharelado em Química na Universidade de São Paulo (USP) com opção Fundamental, tendo sido a primeira estudante internacional a receber o Prêmio de Liderança do Comitê de Jovens Químicos da American Chemical Society (ACS) e o Prêmio de Cultura e Extensão do IQSC/USP na categoria discente. Na literatura, tornou-se campeã regional de poesia aos 13 anos e publicou sua primeira obra internacionalmente aos 17 pela Chiado Editora, Portugal. Foi Fundadora e Presidente do American Chemical Society (ACS) USP Student Chapter e, atualmente, é pesquisadora na área de Divulgação Científica no programa de pós-graduação do IQSC/USP.

Flávia Sacchi

Cargo: CMO

Breve biografia: Flávia Sacchi trabalhou como balconista de sorveteria por 1 ano, onde adquiriu sua experiência de atendimento ao cliente. Em 2013, ingressou no curso de Licenciatura em Química na Universidade Federal de São Carlos (UFScar). Durante a graduação, participou do Programa de Educação Tutorial (PET) por 2 anos, agregando experiências de organização de eventos voltados para o público da cidade, organização de seminários e workshops, contato com empresas e formulação de projetos. Realizou duas iniciações científicas, uma no Grupo de Análise Instrumental Aplicada (GAIA) e uma na Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). Em seguida, integrou-se ao grupo de monitores do Curso e Colégio Interativo, atuando como assistente de laboratório por 6 meses. Atualmente é pesquisadora na área de Educação em Ciências no programa de pós-graduação do Instituto de Química de São Carlos/Universidade de São Paulo (IQSC/USP) e cursa Especialização em Metodologia do Ensino em Ciências Naturais no Centro de Divulgação Científica e Cultural (CDCC/USP).

Maria Eduarda Vizotto

Cargo: CTO

Breve biografia: Maria Eduarda Vizotto participou do Programa de Pré-Iniciação Científica da USP em 2008, desenvolvendo o projeto intitulado *Avaliação Qualitativa da Biodegradação de Amido Termoplástico*, sob orientação no Grupo de Físico-Química Orgânica (IQSC-USP). Ingressou no curso de Ciências Físicas e Biomoleculares em 2011 (IFSC-USP), com posterior transferência interna para o curso de Licenciatura em Ciências Exatas (habilitação em Química) em 2014 (IFSC-USP). No mesmo ano, teve a oportunidade de participar como tutora-bolsista no projeto O Clube de Ciências (EIC), o qual foi Destaque na 2ª etapa do 22º SIICUSP. O Clube possibilitou experiência com metodologias ativas de ensino-aprendizagem, planejamento e trabalho em equipe. Em 2015, atuou como professora de biologia no Cursinho Popular CPCEX. No ano seguinte, como tutora-bolsista do Museu do EIC, atendeu inúmeras visitas e oficinas, com público diverso, dedicadas à educação e divulgação científica. Em 2017, realizou o Curso Livre *Concierge: o diferencial no atendimento ao cliente* no SENAC. Trabalha desde 2013 como Técnica em Idioma em escola de treinamentos, onde passou a atuar desde 2018 em coordenação pedagógica (ensino de

inglês). Atualmente é pesquisadora na área de Formação de Professores no programa de pós-graduação do IQSC.

4 MERCADO E COMPETIDORES

4.1 Análise setorial

A Associação Brasileira de Supermercados, ABRAS, entidade criada em 1968 e responsável por desenvolver o setor supermercadista do Brasil, projeta perspectiva otimista para o setor em 2019. O mesmo deve-se ao cenário político favorável, com vistas a medidas econômicas, como controle de gastos e simplificação de impostos, o que fortalece a confiança dos empresários diante de uma projeção de 3% das vendas neste ano. (MERCADO&CONSUMO, 2019).

Embora o comércio varejista venha enfrentando um período de desaceleração e a retomada de seu poder máximo de vendas, como em 2014, aconteça apenas em fevereiro de 2020, o varejo supermercadista terá influência propulsora na resultante dessa projeção, uma vez que o consumo de bens essenciais possui demanda sempre em movimento. Segundo Fábio Bentes, chefe da Divisão Econômica da CNC: _____

"Quando a situação financeira está ruim, as famílias destinam a renda para o consumo de itens básicos. Quando a situação começa a melhorar, aí o cenário se inverte. As famílias não vão almoçar duas vezes, então talvez troquem de carro".

A trajetória otimista se projeta para os próximos anos, ainda que episódios como a Greve dos Caminhoneiros em 2018 e a desaceleração da economia chinesa tenham contribuído para a frustração das projeções para 2018. Segundo um artigo da revista EXAME (2018), a esperança por um cenário de recuperação no mercado de trabalho, mercado de crédito e inflação controlada permitem considerar aumentos significativos até 2022 no setor, haja vista também uma nova oportunidade de venda, a pedido da ABRAS, sobre a possibilidade de venda de medicamentos isentos de prescrição médica em supermercados.

É importante compreender que o setor do varejo possui um papel muito importante na sociedade, já que ações que dialoguem com lojistas-fabricantes e clientes desempenham

função não apenas econômica, como também social. O varejo representa a sociedade moderna, que de pequenos empórios e armazéns nas ruas, evoluiu atualmente para grandes conglomerados de vendas que integram variados serviços e atendem milhares de pessoas por dia em suas imediações (SENHORAS, 2003).

No tocante aos supermercados, Senhoras (2003) ressalta sua consolidação como peça-chave do setor de distribuição varejista de alimento na década de 70 devido a mudanças organizacionais promovidas, bem como a introdução da tecnologia da informação, que garantiram maior satisfação do cliente e controle no gerenciamento do negócio. Com respeito a TI, a pesquisadora também afirma que:

“A troca automática de dados entre o varejo e os consumidores, permite a atualização online de banco de dados sobre o comportamento das vendas. Viabiliza, assim, acompanhar historicamente a demanda pelos produtos, facilitando a identificação de pontos de sazonalidade, efeito das promoções concorrentes ou de campanhas de propaganda que embasam os pedidos de suprimento. O banco de dados pode, também, ser usado para gerenciamento do cadastro de clientes, permitindo a análise individual do perfil de compra, fundamentando a promoção de serviços especiais para retenção do cliente.” (SENHORAS; 2003, p.10).

Nesse ínterim, o mercado de varejo supermercadista se mostra muito promissor no contexto do uso de tecnologia nos processos de Supply Chain, em ECR (Efficient Consumer Response, ou Resposta Eficiente ao Consumidor) e no Comércio Eletrônico (SEGRE; WERNER, p. 9).

A seguir, serão apresentados, em linhas gerais, conceitos de Supply Chain, ECR e Comércio Eletrônico. De acordo com Segre e Werner (p.9):

- O Supply Chain “tem a função de tornar a cadeia de suprimento eficiente, reduzir perdas, evitar a burocracia, garantir o abastecimento e diminuir o preço final do produto”.
- O ECR objetiva identificar o perfil dos clientes e suas necessidades, coletando informações do *checkout* do consumidor, o que por sua vez impacta o Supply Chain, a medida que as mesmas oportunizam as seguintes estratégias: a) introdução eficiente de produtos; b) sortimento eficiente da loja, otimiza prateleiras e espaço físico, proporcionando o *mix* ideal de mercadoria; c) promoção eficiente, supermercado-fabricante-cliente, e d) reposição eficiente (p.10). As ferramentas que suportam o ECR

são as que se relacionam às categorias de produtos nas prateleiras para maximização da lucratividade (custo e rentabilidade), metodologia *just in time* de reposição, Benchmark das melhores práticas e automação do pedido por computador e movimentação de mercadorias (p.11).

- O Comércio Eletrônico proporciona novos canais de venda e gera dados em relação ao mercado, bem como apresenta ameaças, como “resistência do cliente em comprar o produto sem vê-lo; lentidão nos procedimentos de compra (“navegação” lenta); equipamentos não compatíveis dos usuários; credibilidade e segurança; e a dificuldade de se atender 100% da compra” (p.12).

Perspectivas futuras vislumbram um cenário em que a tecnologia ultrapasse as fronteiras das ferramentas que hoje auxiliam os estabelecimentos a decodificar dados e interpretá-los, e contribua para que, além de revolucionar a experiência do cliente a partir de ações estratégicas providas pelo bancos de dados, revolucione o banco de dados por meio da experiência tecnológica. Gradualmente, novos estilos de compra e venda oportunizam um consumidor mais autônomo em situações de *self-checkout*, mais satisfeito com a precisão dos preços e informações dos produtos em etiquetas eletrônicas, mais assessorado com mapeamento *indoor* de produtos na loja física por meio de Tecnologia Aumentada e/ou aplicativos e sites inovadores que otimizem a compra assistida.

4.2 Segmento de mercado: O varejo supermercadista

O Easy Market é um aplicativo que busca catalogar e vender produtos online de diferentes estabelecimentos de supermercados e hipermercados da cidade de São Carlos-SP, bem como promover Marketing segundo dados de acessos anteriores do usuário do aplicativo.

Buscamos aumentar a competitividade do segmento, atendendo o estabelecimento em demanda por ferramenta com vistas a estratégias de ECR e Comércio Eletrônico, favorecendo a rentabilidade de seu negócio.

Uma vez que nosso cliente (estabelecimento de supermercados e hipermercados) entende que grande parte de seus consumidores, usuário do Easy Market, possuem estilo de vida agitado, cada vez mais atento às conveniências que a tecnologia possa oferecer, não apenas durante,

mas na pré e pós-compra, o aplicativo apresenta grande potencial de penetração no segmento e sucesso entre estabelecimentos e usuários.

4.3 Necessidades do cliente

Objetiva-se adequar os estabelecimentos supermercadistas às tendências atuais de compra e venda, enquadrando-os em canais de venda online. O referido app compõe a categoria *marketplace* de aplicativos, ou seja, ele facilita a (pré/pós) compra a partir de diferentes fontes de busca, cujos dados são referentes a diferentes estabelecimentos supermercadistas. Adicionalmente, entendemos que a atuação dos varejistas em outra modalidade de venda mantém nosso cliente visível e, portanto, mais competitivo. Assim, deseja-se, por meio das vendas online: a) estreitar o marketing de relacionamento dos nossos clientes e usuários ao estabelecer contato entre loja física e consumidor, satisfazendo-o a medida que este passa a ter acesso a informações de maneiras rápida e descomplicada, podendo comprar com comodidade e segurança em um só click, e b) atender o ECR ao extrair informações do usuário, mapeando seus acessos anteriores (buscas mais recorrentes, número de vezes que clicou em anúncios no aplicativo para ler mais, preferências por estabelecimento...) e compras efetuadas, de maneira a direcionar estratégias de ações futuras.

4.3.1 Perfil dos Usuários: Survey

De modo a entendermos a demanda pelo Easy Market em São Carlos, um survey online foi realizado, utilizando a plataforma do Google (Google Formulários) e enviado em grupos do WhatsApp e Facebook. Coletamos um total de 58 respostas e, considerando uma população de mais de 100.000 usuários em potencial, e nível de confiança em 95%, a margem de erro das mesmas está em 13%.

Os dados pessoais dos respondentes correspondem a uma maioria de 48,3% cuja idade varia de 18 a 29 anos, seguido da porcentagem de 36,2 indivíduos com idade entre 30 e 39 anos. Menos de 2% tem menos de 18 anos. Em relação a região onde moram, mais de 77% mora em bairros urbanos.

As perguntas que exploram a experiência do respondente em compras online revelam 39 respostas para frequências de moderada a alta, sendo artigos para casa, eletrônicos e calçados, roupas e bolsas, produtos líderes de compra, respectivamente. Os sites mais citados foi o Mercado Livre, seguido do Submarino.

Quanto à segurança relativa às compras online, cerca de 34% mostra confiança contra 25% que não se sente à vontade em comprar online. Esse resultado, no entanto, contrasta com 2% de respondentes que citam não sentir segurança ao comprar em lojas novas.

Considerando as pessoas que se interessam pela experiência de compra em supermercados (loja física), numa escala de 1-5, 22 pessoas responderam positivamente, contra 12 respostas negativas e 15 indivíduos indecisos.

A frequência com que os respondentes vão ao supermercado é alta, sendo cerca de 52% indivíduos que vão ao supermercado de 1-3 vezes na semana e 33% que vão quinzenalmente, o que, comparativamente aos dados da Nielsen Shopper Solutions (2015), revela-se a cultura de compras em supermercado dos consumidores em São Carlos ser similar à média brasileira, concentrando-se em reposição de produtos na dispensa.

Os fatores: a) deslocamento de ida e volta; b) demora no caixa e c) pouca variedade de preços lideram a pesquisa como situações que mais incomodam o consumidor na experiência de compra na loja física, como pode ser percebido na Figura 4, os respondentes indicaram vários outros fatores:

Quais situações mais incomodam ao comprar produtos direto no estabelecimento?

58 respostas

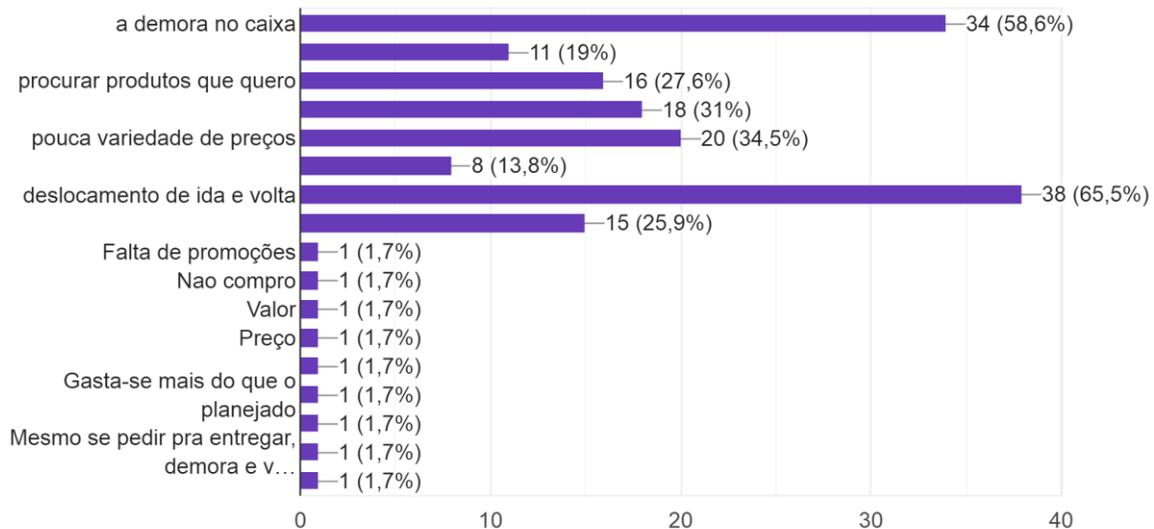


Figura 4: Gráfico gerado no survey “Modelo de Comportamento - Compras Online”.

A maioria dos respondentes procuram ofertas, seja nas imediações de suas casas, ou outros estabelecimentos da cidade, e compara preços em diferentes estabelecimentos. Porém, em relação à comparação de preços, o número de respondentes que citaram fazê-lo mas com frequência 3 em escala de 1-5 (nunca e sempre) foi expressivo: 25% do total.

O número de pessoas que buscam produtos em oferta independentemente da distância confere 7% dos resultados, contra cerca de 24% que não o fazem, e cerca de 69% dos que fazem às vezes. Percebe-se que a maioria tende a relativizar compra e distância. Mas, quando perguntado diretamente sobre a alta dos combustíveis, vê-se pela Figura 5 que os resultados se dividem, sendo uma maioria preocupada com a relação custo-benefício de compra e deslocamento que contrasta com um número um pouco menor de consumidores que nunca estabelecem essa relação:

A alta dos combustíveis já impediu que fosse a um supermercado que gostaria de ter ido?

58 respostas

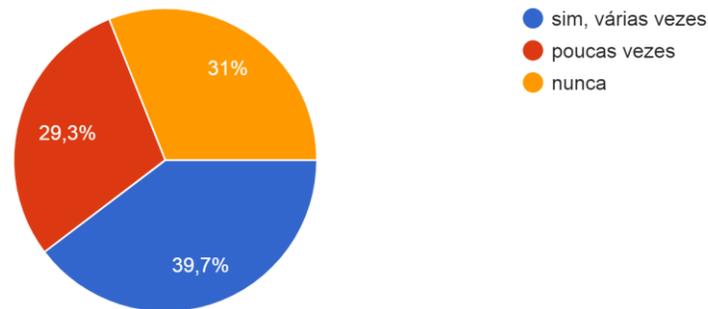


Figura 5 : Gráfico gerado no survey “Modelo de Comportamento - Compras Online”.

Na Figura 6, é interessante perceber o interesse pelos respondentes a um aplicativo de compras de supermercado online, mas que o uso efetivo do mesmo ainda não é eloquente e a na Figura 7 a maioria continua obtendo informações dos supermercados de maneira, ainda, tradicional.

Conhece algum aplicativo para compra online de produtos de supermercado?

58 respostas



Figura 6: Gráfico gerado no survey “Modelo de Comportamento - Compras Online”.

Onde normalmente encontra informações sobre valores de produtos de supermercados?

58 respostas

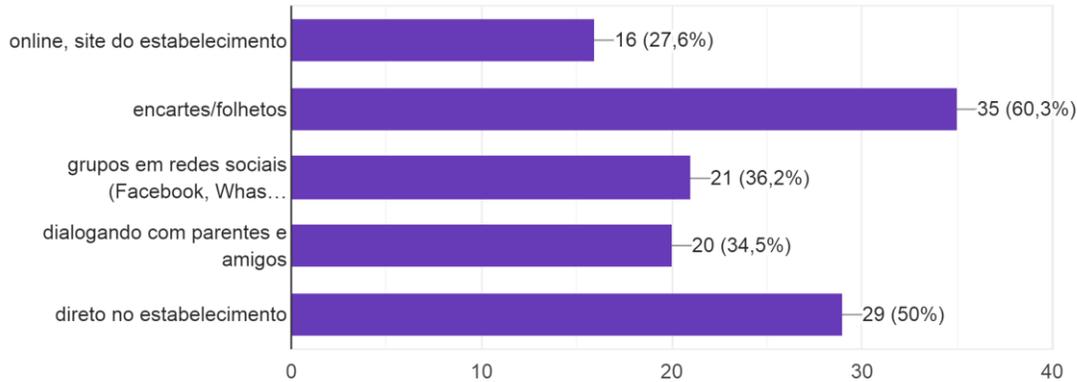


Figura 7: Gráfico gerado no survey “Modelo de Comportamento - Compras Online”.

4.4 Benefícios do Easy Market

Um dos grandes benefícios do aplicativo é disponibilizar um canal de venda online aos supermercadistas, na modalidade *marketplace*, garantindo sua visibilidade no mercado digital. Ainda, ele personaliza as buscas atuais do usuário, levando em consideração as anteriores, ao passo que sugere: produtos, adesão à determinado programa de fidelidade da loja, descontos especiais, ofertas exclusivas, e/ou outras informações que o cliente deseja divulgar como *anúncios*.

Por ser um canal de vendas online, minimizam-se superlotações em lojas físicas, a espera nos caixas, preços de prateleira diferentes aos do sistema, otimiza as vendas dinamizando produtos em estoque (já que um indivíduo pode decidir abandonar a loja ao perceber que determinado produto não está na prateleira), promove maior competitividade entre os lojistas e, oferecendo maior autonomia ao usuário para melhor planejamento e controle de seus gastos, a confiança usuário-aplicativo aumenta, porque os usuários confiam que o aplicativo o beneficia diretamente, o que contribui para a adesão de usuários no aplicativo.

4.5 Análise da concorrência

O Quadro 1 a seguir ilustra os principais fatores que provêm dados para que o Easy Market mantenha-se competitivo e apto à se posicionar no mercado com relação a exigências:

Quadro 1: Análise da concorrência dos competidores, selecionados a critério de similaridade de serviços prestados. Baseada em FONTE: DORNELAS, J. “Empreendedorismo: transformando ideias em negócios”. 5a ed. p. 152.

Atributos	Nossos Diferenciais	Diferenciais do SiteMercado	Diferenciais do Cart Deliver	Diferenciais do SuperON
Produto/serviço	Venda online. Lista de Desejos (lista de compras em loja física e/ou filtro para outras lojas). Entrega opcional.	Venda online. Listas (Prateleira, Favoritos e Alerta). Entrega opcional.	Venda online. Frete R\$ 6, compras abaixo de R\$100 e grátis acima para localidades que não moradia.	Venda online. Entrega opcional.
Participação de mercado em vendas (%)	0,5	0,5	0,5	0,5
Canais de venda utilizados	App e website	App e website	Website	App
Preço	Sem valor mínimo para compra.	Sem valor mínimo para compra	Sem valor mínimo para compra.	Valor mínimo de compra conforme a loja.
Performance	4,0-4,5	4,5	--	4,0

Atendimento da demanda de São Carlos	Prioridade	Atende diversas localidades	Atende	não atende
---	------------	-----------------------------	--------	------------

4.6 Vantagem competitiva

O aplicativo Easy Market não é apenas um aplicativo que cataloga os produtos dos supermercados e os disponibiliza para compra, personalizando as sugestões de compra conforme acessos anteriores do cliente.

O aplicativo pretende dialogar com o usuário ao fornecer-lhe um simulador que permita que o mesmo planeje suas compras, criando sua Lista de Desejo, que funciona como:

- Uma lista de compras digital, onde o usuário seleciona os produtos de interesse e pode pagá-los no aplicativo. Nesse sentido, ela não tem a mesma função do Carrinho em outros apps, pois a Lista mantém as informações armazenadas ainda que a compra seja efetivada para facilitar futuras compras.
- O usuário pode utilizá-la no estabelecimento físico, *tickando* aqueles produtos que já foram adicionados no carrinho, como na Figura 8:



Figura 8: Template da Lista de Desejo (uso na loja física).

- A Lista de Desejos pode confrontar o custo dos mesmos itens em diferentes estabelecimentos. Dessa forma, o usuário decide se vale a pena comprar no estabelecimento A ou B consoante preço final.

Se a Lista de Desejo não for atendida em algum estabelecimento, seja por indisponibilidade do produto no estoque, variedade ou marca pretendida indisponível, ou algum outro fator mais específico da descrição do item escolhido no ato da criação da Lista, o usuário saberá de imediato que o valor final desconsidera os itens não encontrados no estabelecimento em questão.

Dadas as informações anteriores, o usuário pode reavaliar sua prioridade, seguindo para um estabelecimento cujo preço final seja maior, mas que ofereça precisamente os itens estipulados na lista, ou outro estabelecimento cujo preço final menor relativiza para produtos de outras marcas, por exemplo.

Se não houve criação de Lista de Desejo, mas apenas seleção de itens de uma determinada loja, o usuário pode a partir do carrinho filtrá-los em outros lojas, como na Figura 9:

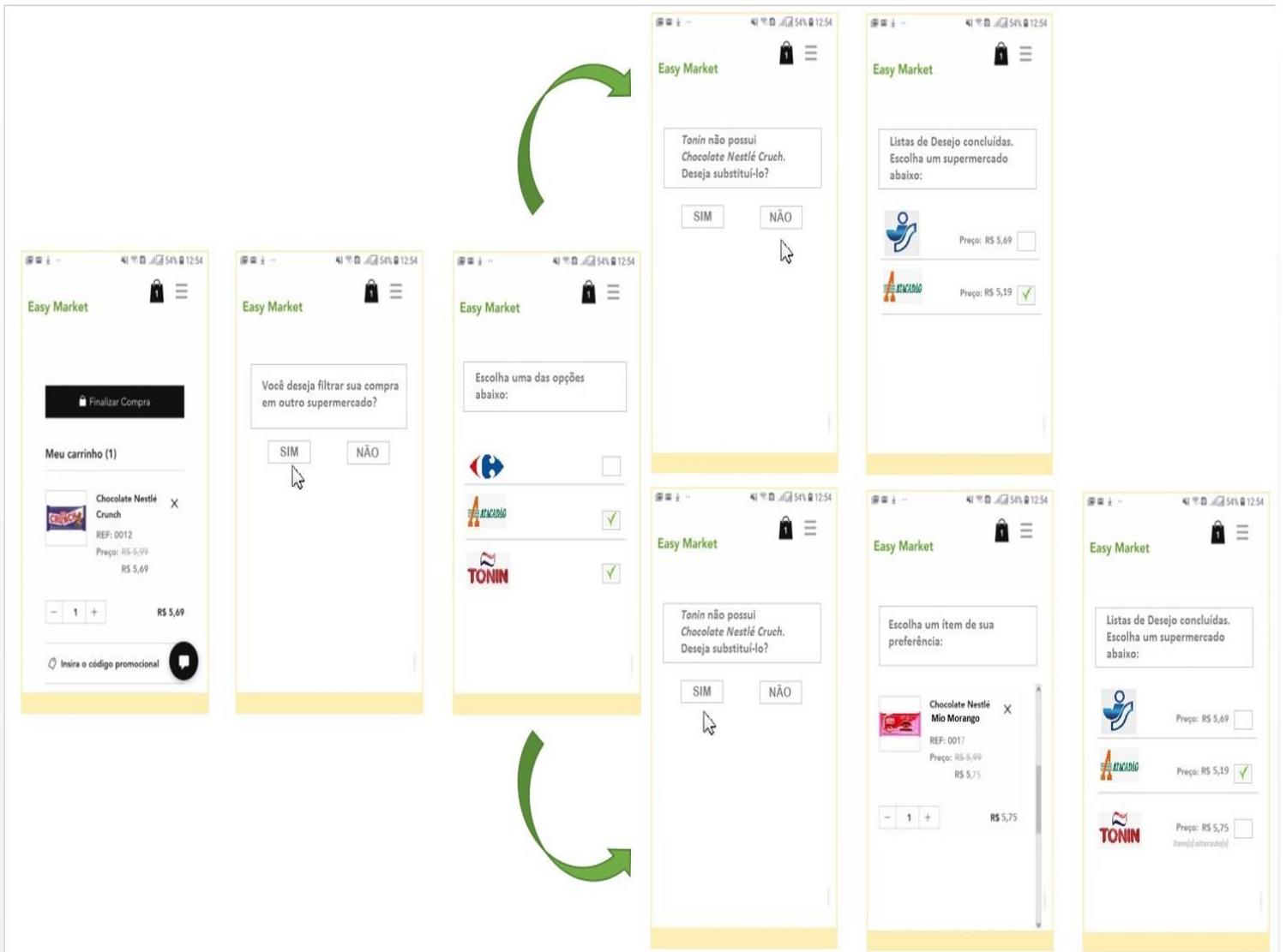


Figura 9: Mecanismo de criação de Lista de Desejo a partir de Carrinho.

Partindo do pressuposto que se o usuário possui estímulos para que gerencie seus gastos, chances são que ele tome menos decisões no “piloto automático” e, conforme a Nielsen Shopper Solutions (2015) destaca:

“Entender profundamente suas motivações, percepções, demandas, opiniões e comportamentos ao longo de todo o “caminho da compra”, cada vez menos linear e cada vez mais personalizado, torna-se um fator crítico de sucesso diante da grande competitividade de mercado.” (p 4).

Logo, a Lista de Desejos opera no sentido de não apenas auxiliar o usuário na compra, mas tem função de suma relevância também na coleta de informações do usuário. Com um cenário econômico de incertezas, investir na obtenção de informações mais precisas dos consumidores favorece nossos clientes, posto que as mesmas sinalizam uma trajetória para que os mesmos estudem estratégias de marketing eficientes (ECR) para os clientes dele.

4.7 Análise SWOT/FOFA

O Quadro a seguir representa alguns fatores de natureza interna e externa que impactam diretamente a performance do aplicativo Easy Market:

Quadro 2: Análise baseada nas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do negócio.

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> ● Inovação ● Facilidade de utilização ● Sistema Online ● Serviço gratuito para o usuário ● Experiência administrativa 	<ul style="list-style-type: none"> ● Falta de controle da matéria-prima ● Falta de comunicação e infraestrutura ● Falta de experiência na área ● Falta de capital de giro ● Qualidade da matéria-prima
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> ● Otimização de vendas ao público que opta por compra online ● Concorrentes principiantes (2016) ● Disponibilidade de informação escassa no mercado ● Localização: capital da tecnologia 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pirataria ● Complexidade do Aplicativo ● Apps similares

5 MARKETING E VENDAS

5.1 Produto

O Easy Market é um aplicativo desenvolvido na cidade de São Carlos que busca catalogar e vender produtos online de diferentes estabelecimentos de supermercados e hipermercados da cidade de São Carlos-SP, bem como promover Marketing segundo dados de acessos anteriores do usuário do aplicativo. O aplicativo pretende dialogar com o usuário ao fornecer-lhe um simulador que permita que o mesmo planeje suas compras, criando sua lista de desejos (de determinado estabelecimento) e confrontá-la com o custo com deslocamento até a loja física.

O aplicativo possui também o serviço de *delivery*, sendo que a entrega é organizada pela própria rede de supermercados. Neste sentido, a equipe do supermercado e do hipermercado possui a função de separar os produtos, colocar em embalagens apropriadas e assegurar que as compras cheguem aos usuários.

O uso plataforma do Easy Market gera a maior visibilidade de marca para a sua empresa e o fortalecimento do nome do supermercado, além de garantir uma grande economia com publicidade e divulgação.

5.2 Preço

O software terá uma mensalidade, paga pelos supermercados e hipermercados para adquirirem o direito de utilização da plataforma permissão para usufruir das ferramentas e facilidades que a plataforma oferece como é o caso das ferramentas de inteligência de negócio, que permitem acompanhar e avaliar o desempenho do seu supermercado.

. Os supermercados também serão cobrados caso o usuário solicitar entrega dos produtos. O valor cobrado será de 10% do valor de cada pedido, o que acarreta em duas possibilidades de resultado para os supermercados: ou mantém o produto final com valor encarecido para o cliente ou perde-se um pouco no faturamento por quantidade.

Também é válido lembrar que a taxa só é cobrada em cima dos pedidos realizados pelo aplicativo, mas a visibilidade que a parceria dá aos clientes pode impulsionar as vendas físicas.

5.3 Praça

O canal de distribuição para chegar até os supermercados será o site do aplicativo. A princípio ocorreram também ações presenciais nos supermercados.

Com o intuito melhorar as vendas e qualidade do serviço, o Easy Market fornecerá informações aos clientes em relação aos números de pedidos e de qual área vem o maior número de pedidos. O aplicativo ainda oferece um canal de venda online aos supermercadistas, na modalidade *marketplace*, garantindo sua visibilidade no mercado digital.

5.4 Promoção

Inicialmente, prevê-se um grande investimento de marketing no primeiro ano comercial. A ideia é garantir uma boa frequência de anúncios, procurando assim firmar a marca perante os consumidores. Neste sentido, será realizado o Outbound marketing e o Inbound Marketing. O Outbound marketing é a estratégia tradicional de marketing, onde a ideia é ir atrás do cliente ativamente. O Inbound Marketing é o conjunto de estratégias de marketing que visam atrair e converter clientes usando conteúdo relevante. Diferente do marketing tradicional, no Inbound Marketing a empresa não vai atrás de clientes, mas explora canais como mecanismos de busca, blogs e redes sociais para ser encontrada.

O maior investimento em marketing será feito por meio da criação de cupons de desconto em casos da solicitação da entrega dos produtos.

A divulgação será realizada também pelo site do aplicativo e pelas mídias sociais, ou seja, será mantida a presença em várias redes sociais com postagens de artigos, fotos e vídeos relevantes.

5.5 Estratégia de vendas

Os objetivos principais da empresa são possibilitar aos usuários de São Carlos o acesso às informações dos supermercados da cidade e ser a empresa mais inovadora na visão do cliente. Dessa forma, no primeiro ano o negócio buscará consolidar-se como um aplicativo de referência, sendo de fácil utilização e gratuito para os usuários.

A estratégia de crescimento foi definida em função de um componente pertinente ao negócio: a capacidade de investimento em marketing para propagar o aplicativo.

6 . PLANO FINANCEIRO

6.1 Investimentos necessários

O capital necessário para os primeiros anos do empreendimento deve-se considerar despesas iniciais, despesas de gestão, organização, recursos humanos, equipamentos, as despesas operacionais e o fluxo de fundos, sendo assim, estimou-se um investimento mínimo necessário de aproximadamente R\$ 15.000,00, para suprir os seguintes custos :

- Aluguel de mesa em Co-working (incluso : internet, água, luz, faxineira, mesas, cadeiras)
- Contador
- Software de emissão de nota fiscal
- Plataforma para hospedagem do site e aplicativo.
- Plano de celular
- Advogado
- Quadro de colaboradores
- Pró labores.
- Impostos
- Custos do produto.

6.2 Receitas

A principal fonte de renda será a mensalidade do software, pago pelos supermercados e hipermercados, para adquirirem o direito de utilização da plataforma. Outras formas serão anúncios patrocinados de promoções, e venda das informações armazenadas nos bancos de dados. As informações poderão ser vendidas ao varejo supermercadista, onde será possível mapear o perfil dos clientes e analisar a sazonalidade de saída dos produtos. Para a indústria supermercadista, desse banco de dados poderemos extrair e vender informações chaves para o desenvolvimento de produtos, relacionando os perfis dos clientes finais com a relação de compra entre produtos iguais, mas de marcas diferentes.

6.3 Projeções financeiras

As projeções financeiras têm por objetivo final calcular o fluxo de caixa líquido (superávits e déficits) durante o número de anos necessário para atingir a fase de estabilidade. Sendo necessário levar em consideração importantes informações, como por exemplo:

- Estimativa de vendas : Quantidade de vendas estimada por produto.
- Estimativa de custos de matérias primas utilizadas :
- Estimativa de outros custos de produção: Os custos de mercadorias vendidas (CMV) incluem,matérias primas, mão de obra diretamente utilizada na produção
- Estimativa de custos de administração e vendas
- Estimativa de impostos
- Estimativa de investimento
- Estimativa de capital circulante

Para a análise de fluxo de caixa da Easy Market, estimou-se um cenário de custos e de projeções de vendas, sem realizar nenhum tipo de empréstimo, estruturado da seguinte forma:

	CATEGORIA	DESCRIÇÃO	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	
CUSTOS FIXOS	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	Mesa em Co-working (Incluso : Internet, água, luz, faxineira, mesas, cadeiras)	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	CONTADOR	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	COMPUTADOR 1 (Valor da parcela)	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	COMPUTADOR 2 (Valor da parcela)	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	COMPUTADOR 3 (Valor da parcela)	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	GOOGLE ADWORDS	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	COMPUTADOR 4 (Valor da parcela)	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	COMPUTADOR 5 (Valor da parcela)	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33	R\$208,33
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	SOFTWARE EMISSÃO NOTA FISCAL	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	HOSPEDAGEM HOSTGATOR (+ e-mails)	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	SOFTPHONE (NVOIP) - celular online -	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	MENSALIDADE ADVOGADO	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00
	C.F. COLABORADORES	DESENVOLVEDOR BACKEND (P.J)	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00
	C.F. COLABORADORES	DESENVOLVEDOR FRONTEND (P.J)	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00
	C.F. COLABORADORES	PRÓ LABORE BRUNA - VENDAS	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	R\$1.000,00
	C.F. COLABORADORES	PRÓ LABORE FLAVIA - VENDAS	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	R\$1.000,00
	C.F. COLABORADORES	PRÓ LABORE MARIA EDUARDA - VENDAS	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	R\$1.000,00
	C.F. COLABORADORES	PRÓ LABORA CAROLINA - ADMINISTRAÇÃO	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	R\$1.000,00
	CUSTOS VARIÁVEIS	C.V. IMPOSTOS	FGTS	R\$622,00	R\$622,00										
		C.V. IMPOSTOS	DAS (Simples Nacional)	R\$80,00	R\$80,00	R\$80,00	R\$80,00	R\$80,00	R\$80,00	R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00
C.V. IMPOSTOS		DARF - IRR-	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	
FONTES RECEITAS	MENSALIDADE	R\$80,00	R\$480,00	R\$960,00	R\$1.440,00	R\$1.920,00	R\$2.400,00	R\$2.880,00	R\$3.360,00	R\$3.840,00	R\$4.320,00	R\$4.800,00	R\$5.280,00	R\$5.760,00	
	MENSALIDADE	R\$90,00	R\$180,00	R\$360,00	R\$540,00	R\$810,00	R\$1.080,00	R\$1.350,00	R\$1.620,00	R\$1.890,00	R\$2.160,00	R\$2.430,00	R\$2.700,00	R\$2.970,00	
	MENSALIDADE	R\$100,00	R\$200,00	R\$400,00	R\$600,00	R\$800,00	R\$1.000,00	R\$1.200,00	R\$1.400,00	R\$1.600,00	R\$1.800,00	R\$2.000,00	R\$2.200,00	R\$2.400,00	
	% SOBRE AS VENDAS ANÚNCIOS	Meta mínima = 10 vendas de R\$100,00/mês Sem definição	R\$70,00	R\$70,00	R\$70,00	R\$70,00	R\$70,00	R\$70,00	R\$70,00	R\$70,00	R\$70,00	R\$70,00	R\$70,00	R\$70,00	
		SALDO MÊS ANTERIOR		-R\$12.013,64	-R\$23.167,28	-R\$32.880,92	-R\$41.154,56	-R\$47.988,20	-R\$53.381,84	-R\$57.375,48	-R\$59.929,12	-R\$61.042,76	-R\$60.716,40	-R\$58.950,04	
		VALOR TOTAL DA RECEITA/ MÊS	R\$930,00	R\$1.790,00	R\$3.230,00	R\$4.670,00	R\$6.110,00	R\$7.550,00	R\$8.990,00	R\$10.430,00	R\$11.870,00	R\$13.310,00	R\$14.750,00	R\$16.190,00	
		VALOR TOTAL DOS CUSTOS	R\$12.943,64	R\$12.943,64	R\$12.943,64	R\$12.943,64	R\$12.943,64	R\$12.943,64	R\$12.983,64	R\$12.983,64	R\$12.983,64	R\$12.983,64	R\$12.983,64	R\$12.983,64	
			-R\$12.013,64	-R\$23.167,28	-R\$32.880,92	-R\$41.154,56	-R\$47.988,20	-R\$53.381,84	-R\$57.375,48	-R\$59.929,12	-R\$61.042,76	-R\$60.716,40	-R\$58.950,04	-R\$55.743,68	

	CATEGORIA	DESCRIÇÃO	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	
CUSTOS FIXOS	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	Mesa em Co-working (Incluso : internet, água, luz, faxineira, mesas, cadeiras)	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	R\$1.800,00	
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	CONTADOR	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	R\$565,00	
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	COMPUTADOR 1 (Valor da parcela)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	COMPUTADOR 2 (Valor da parcela)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	COMPUTADOR 3 (Valor da parcela)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	COMPUTADOR 4 (Valor da parcela)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	COMPUTADOR 5 (Valor da parcela)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	GOOGLE ADWORDS	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	SOFTWARE EMISSÃO NOTA FISCAL	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00	R\$260,00
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	HOSPEDAGEM HOSTGATOR (+ e-mails)	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99	R\$49,99
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	SOFTPHONE (NVOIP) - celular online -	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00	R\$75,00
	C.F. ESTRUTURA FÍSICA	MENSALIDADE ADOVADO	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00
	C.F. COLABORADORES	DESENVOLVEDOR BACKEND (P.J)	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00
	C.F. COLABORADORES	DESENVOLVEDOR FRONTEND (P.J)	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00	R\$2.000,00
	C.F. COLABORADORES	PRÓ LABORE BRUNA - VENDAS	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	R\$1.000,00
	C.F. COLABORADORES	PRÓ LABORE FLAVIA - VENDAS	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	R\$1.000,00
	C.F. COLABORADORES	PRÓ LABORE MARIA EDUARDA - VENDAS	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	R\$1.000,00
	C.F. COLABORADORES	PRÓ LABORA CAROLINA - ADMINISTRAÇÃO	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	R\$1.000,00
	CUSTOS VARIÁVEIS	C.V. IMPOSTOS FGTS		R\$622,00	R\$622,00	R\$622,00	R\$622,00	R\$622,00	R\$622,00	R\$622,00	R\$622,00	R\$622,00	R\$622,00	R\$622,00	R\$622,00
		C.V. IMPOSTOS DAS (Simples Nacional)		R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00	R\$120,00
C.V. IMPOSTOS DAREF - IRR -			R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	R\$150,00	
FONTES RECEITAS	MENSALIDADE R\$80,00		R\$6.240,00	R\$6.720,00	R\$7.200,00	R\$7.680,00	R\$8.160,00	R\$8.640,00	R\$9.120,00	R\$9.600,00	R\$10.080,00	R\$10.560,00	R\$11.040,00	R\$11.520,00	
	MENSALIDADE R\$90,00		R\$5.640,00	R\$6.120,00	R\$6.600,00	R\$7.080,00	R\$7.560,00	R\$8.040,00	R\$8.520,00	R\$9.000,00	R\$9.480,00	R\$9.960,00	R\$10.440,00	R\$10.920,00	
	MENSALIDADE R\$100,00		R\$5.680,00	R\$6.160,00	R\$6.640,00	R\$7.120,00	R\$7.600,00	R\$8.080,00	R\$8.560,00	R\$9.040,00	R\$9.520,00	R\$10.000,00	R\$10.480,00	R\$10.960,00	
	% SOBRE AS VENDAS ANÚNCIOS	Meta mínima = 10 vendas de R\$100,00/mês Sem definição	R\$71,00	R\$72,00	R\$73,00	R\$74,00	R\$75,00	R\$76,00	R\$77,00	R\$78,00	R\$79,00	R\$80,00	R\$81,00	R\$82,00	
	SALDO MÊS ANTERIOR		-R\$55.743,68	-R\$50.054,67	-R\$42.924,66	-R\$34.353,65	-R\$24.341,64	-R\$12.888,63	R\$5,38	R\$14.340,39	R\$30.116,40	R\$47.333,41	R\$65.991,42	R\$86.090,43	
	VALOR TOTAL DA RECEITA/ MÊS		R\$17.631,00	R\$19.072,00	R\$20.513,00	R\$21.954,00	R\$23.395,00	R\$24.836,00	R\$26.277,00	R\$27.718,00	R\$29.159,00	R\$30.600,00	R\$32.041,00	R\$33.482,00	
	VALOR TOTAL DOS CUSTOS		R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	
			-R\$50.054,67	-R\$42.924,66	-R\$34.353,65	-R\$24.341,64	-R\$12.888,63	R\$5,38	R\$14.340,39	R\$30.116,40	R\$47.333,41	R\$65.991,42	R\$86.090,43	R\$107.630,44	

Como fonte de receitas foi considerado o fechamento de 10 contratos por mês, durante dois anos, sem analisar o índice de evasão dos clientes, sendo:

- 06 contratos de R\$ 80,00/mês
- 02 contratos de R\$ 90,00/mês
- 02 contratos de R\$ 100,00/mês.

Sobre cada venda que o supermercado realiza, a Easy Market irá arrecadar 7% do valor total, e nessa projeção foi considerado que em todos os meses ocorresse R\$ 1.000,00 em vendas, portanto o valor arrecadado seria de R\$ 70,00 mensalmente. Outra fonte de renda seriam os anúncios patrocinados, os quais não foram projetados.

De acordo com as projeções, pode-se analisar o seguinte cenário:

- Ao completar o 1º ano de empresa :
- Saldo Caixa : - R\$ 55.743,68

- Total de clientes pagantes : 120 estabelecimentos

- Ao completar o 2º anos de empresa:
- Saldo Caixa : R\$ 107.630,44
- Total de clientes pagantes : 240 estabelecimentos.

Representado pelo fluxo de caixa à seguir.

1º ANO												
	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
SALDO MÊS ANTERIOR		-R\$12.013,64	-R\$23.167,28	-R\$32.880,92	-R\$41.154,56	-R\$47.988,20	-R\$53.381,84	-R\$57.375,48	-R\$59.929,12	-R\$61.042,76	-R\$60.716,40	-R\$58.950,04
VALOR TOTAL DA RECEITA/ MÊS	R\$930,00	R\$1.790,00	R\$3.230,00	R\$4.670,00	R\$6.110,00	R\$7.550,00	R\$8.990,00	R\$10.430,00	R\$11.870,00	R\$13.310,00	R\$14.750,00	R\$16.190,00
VALOR TOTAL DOS CUSTOS	R\$12.943,64	R\$12.943,64	R\$12.943,64	R\$12.943,64	R\$12.943,64	R\$12.943,64	R\$12.983,64	R\$12.983,64	R\$12.983,64	R\$12.983,64	R\$12.983,64	R\$12.983,64
		-R\$12.013,64	-R\$23.167,28	-R\$32.880,92	-R\$41.154,56	-R\$47.988,20	-R\$53.381,84	-R\$57.375,48	-R\$59.929,12	-R\$61.042,76	-R\$60.716,40	-R\$58.950,04

2º ANO												
	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
SALDO MÊS ANTERIOR	-R\$55.743,68	-R\$50.054,67	-R\$42.924,66	-R\$34.353,65	-R\$24.341,64	-R\$12.888,63	R\$5,38	R\$14.340,39	R\$30.116,40	R\$47.333,41	R\$65.991,42	R\$86.090,43
VALOR TOTAL DA RECEITA/ MÊS	R\$17.631,00	R\$19.072,00	R\$20.513,00	R\$21.954,00	R\$23.395,00	R\$24.836,00	R\$26.277,00	R\$27.718,00	R\$29.159,00	R\$30.600,00	R\$32.041,00	R\$33.482,00
VALOR TOTAL DOS CUSTOS	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99	R\$11.941,99
	-R\$50.054,67	-R\$42.924,66	-R\$34.353,65	-R\$24.341,64	-R\$12.888,63	R\$5,38	R\$14.340,39	R\$30.116,40	R\$47.333,41	R\$65.991,42	R\$86.090,43	R\$107.630,44

6.4 Análise estratégica

Para iniciar o empreendimento é imprescindível que os sócios disponham de capital de giro, no caso da EasyMrket, seria necessário realizar um empréstimo, e para melhor tomada de decisão considerou-se três opções de empréstimo, sendo eles os seguintes valores:

- R\$ 20,000,00 parcelado em 24 meses, a uma taxa de juros de 3,02% ao mês, com parcelas fixas de R\$1.183,49, aplicado ao fluxo de caixa de 02 anos :

SALDO MÊS ANTERIOR		R\$6.802,87	-R\$4.954,26	-R\$15.271,39	-R\$24.148,52	-R\$31.585,65	-R\$37.582,78	-R\$42.179,91	-R\$45.337,04	-R\$47.054,17	-R\$47.331,30	-R\$46.168,43
VALOR TOTAL DA RECEITA/ MÊS	R\$20.930,00	R\$2.370,00	R\$3.810,00	R\$5.250,00	R\$6.690,00	R\$8.130,00	R\$9.570,00	R\$11.010,00	R\$12.450,00	R\$13.890,00	R\$15.330,00	R\$16.770,00
VALOR TOTAL DOS CUSTOS	R\$14.127,13	R\$14.127,13	R\$14.127,13	R\$14.127,13	R\$14.127,13	R\$14.127,13	R\$14.167,13	R\$14.167,13	R\$14.167,13	R\$14.167,13	R\$14.167,13	R\$14.167,13
		R\$6.802,87	-R\$4.954,26	-R\$15.271,39	-R\$24.148,52	-R\$31.585,65	-R\$37.582,78	-R\$42.179,91	-R\$45.337,04	-R\$47.054,17	-R\$47.331,30	-R\$46.168,43
SALDO MÊS ANTERIOR	-R\$43.565,56	-R\$39.521,69	-R\$34.036,82	-R\$27.110,95	-R\$18.744,08	-R\$8.936,21	R\$2.312,66	R\$15.002,53	R\$29.133,40	R\$44.705,27	R\$61.718,14	R\$80.172,01
VALOR TOTAL DA RECEITA/ MÊS	R\$18.211,00	R\$19.652,00	R\$21.093,00	R\$22.534,00	R\$23.975,00	R\$25.416,00	R\$26.857,00	R\$28.298,00	R\$29.739,00	R\$31.180,00	R\$32.621,00	R\$34.062,00
VALOR TOTAL DOS CUSTOS	R\$14.167,13											
	-R\$39.521,69	-R\$34.036,82	-R\$27.110,95	-R\$18.744,08	-R\$8.936,21	R\$2.312,66	R\$15.002,53	R\$29.133,40	R\$44.705,27	R\$61.718,14	R\$80.172,01	R\$100.066,88

- R\$ 35,000,00 parcelado em 24 meses, a uma taxa de juros de 3,02% ao mês, com parcelas fixas de R\$2.071,11, aplicado ao fluxo de caixa de 02 anos :

SALDO MÊS ANTERIOR		R\$20.915,25	R\$8.270,50	-R\$2.934,25	-R\$12.699,00	-R\$21.023,75	-R\$27.908,50	-R\$33.393,25	-R\$37.438,00	-R\$40.042,75	-R\$41.207,50	-R\$40.932,25
VALOR TOTAL DA RECEITA/ MÊS	R\$35.930,00	R\$2.370,00	R\$3.810,00	R\$5.250,00	R\$6.690,00	R\$8.130,00	R\$9.570,00	R\$11.010,00	R\$12.450,00	R\$13.890,00	R\$15.330,00	R\$16.770,00
VALOR TOTAL DOS CUSTOS	R\$15.014,75	R\$15.014,75	R\$15.014,75	R\$15.014,75	R\$15.014,75	R\$15.014,75	R\$15.054,75	R\$15.054,75	R\$15.054,75	R\$15.054,75	R\$15.054,75	R\$15.054,75
		R\$20.915,25	R\$8.270,50	-R\$2.934,25	-R\$12.699,00	-R\$21.023,75	-R\$27.908,50	-R\$33.393,25	-R\$37.438,00	-R\$40.042,75	-R\$41.207,50	-R\$40.932,25
SALDO MÊS ANTERIOR	-R\$39.217,00	-R\$36.060,75	-R\$31.463,50	-R\$25.425,25	-R\$17.946,00	-R\$9.025,75	R\$1.335,50	R\$13.137,75	R\$26.381,00	R\$41.065,25	R\$57.190,50	R\$74.756,75
VALOR TOTAL DA RECEITA/ MÊS	R\$18.211,00	R\$19.652,00	R\$21.093,00	R\$22.534,00	R\$23.975,00	R\$25.416,00	R\$26.857,00	R\$28.298,00	R\$29.739,00	R\$31.180,00	R\$32.621,00	R\$34.062,00
VALOR TOTAL DOS CUSTOS	R\$15.054,75											
	-R\$36.060,75	-R\$31.463,50	-R\$25.425,25	-R\$17.946,00	-R\$9.025,75	R\$1.335,50	R\$13.137,75	R\$26.381,00	R\$41.065,25	R\$57.190,50	R\$74.756,75	R\$93.764,00

- R\$ 50,000,00 parcelado em 24 meses, a uma taxa de juros de 3,02% ao mês, com parcelas fixas de R\$ 2.958,73, aplicado ao fluxo de caixa de 02 anos :

SALDO MÊS ANTERIOR		R\$35.027,63	R\$21.495,26	R\$9.402,89	-R\$1.249,48	-R\$10.461,85	-R\$18.234,22	-R\$24.606,59	-R\$29.538,96	-R\$33.031,33	-R\$35.083,70	-R\$35.696,07
VALOR TOTAL DA RECEITA/ MÊS	R\$50.930,00	R\$2.370,00	R\$3.810,00	R\$5.250,00	R\$6.690,00	R\$8.130,00	R\$9.570,00	R\$11.010,00	R\$12.450,00	R\$13.890,00	R\$15.330,00	R\$16.770,00
VALOR TOTAL DOS CUSTOS	R\$15.902,37	R\$15.902,37	R\$15.902,37	R\$15.902,37	R\$15.902,37	R\$15.902,37	R\$15.942,37	R\$15.942,37	R\$15.942,37	R\$15.942,37	R\$15.942,37	R\$15.942,37
	R\$35.027,63	R\$21.495,26	R\$9.402,89	-R\$1.249,48	-R\$10.461,85	-R\$18.234,22	-R\$24.606,59	-R\$29.538,96	-R\$33.031,33	-R\$35.083,70	-R\$35.696,07	-R\$34.868,44
SALDO MÊS ANTERIOR	-R\$34.868,44	-R\$32.599,81	-R\$28.890,18	-R\$23.739,55	-R\$17.147,92	-R\$9.115,29	R\$358,34	R\$11.272,97	R\$23.628,60	R\$37.425,23	R\$52.662,86	R\$69.341,49
VALOR TOTAL DA RECEITA/ MÊS	R\$18.211,00	R\$19.652,00	R\$21.093,00	R\$22.534,00	R\$23.975,00	R\$25.416,00	R\$26.857,00	R\$28.298,00	R\$29.739,00	R\$31.180,00	R\$32.621,00	R\$34.062,00
VALOR TOTAL DOS CUSTOS	R\$15.942,37											
	-R\$32.599,81	-R\$28.890,18	-R\$23.739,55	-R\$17.147,92	-R\$9.115,29	R\$358,34	R\$11.272,97	R\$23.628,60	R\$37.425,23	R\$52.662,86	R\$69.341,49	R\$87.461,12

A partir das informações apresentadas, analisando que os primeiros meses de atuação no mercado são considerados mais difíceis, por dispor de altos custos em comparação a um baixo faturamento, o ideal seria optar pelo empréstimo de R\$50,000, o que permitiria um saldo positivo nos 03 primeiros meses, e ao final de dois anos um saldo positivo de R\$87.461,12 no caixa da empresa, considerando a projeção de custos e faturamento pré estabelecido anteriormente.

7 CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO

Cronograma	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Ano 2
Mapeamento das oportunidades na cidade escolhida	x	x											
Escolha dos estabelecimentos potenciais		x	x										
Definição do escritório e implantação	x	x											
Compra de recursos para iniciar a operação			x										
Recrutamento de time para a operação			x										
Treinamentos de novos funcionários			x	x									
Divulgação do aplicativo	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Sistema de fidelização dos clientes						x	x						

REFERÊNCIAS

- [1] DORNELAS, J. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 5a ed. Rio de Janeiro.
- [2] Fonte Online: Missão, visão e valores: ferramenta gratuita para definir a identidade de seu negócio. Endeavor. Disponível em <https://endeavor.org.br/pessoas/missao-visao-e-valores/?gclid=EAIaIQobChMIhLDLvKrS4gIVT4GRCh1WeQYDEAAYASAAEgINVvD_BwE>, acesso em jun de 2019.
- [3] Fonte Online: Quem paga a taxa ifood o restaurante ou o cliente? Saipos. Disponível em <<https://blog.saipos.com/quem-paga-a-taxa-ifood-o-restaurante-ou-o-cliente/>>, acesso em jun 2019.
- [4] SENHORAS, E. M. O varejo supermercadista sob perspectiva. REAd – Edição 33 Vol. 9 No. 3, mai-jun 2003.
- [5] WERNER, A.; SEGRE, L. M.; Segre Estratégias, Competências e Crescimento: Uma visão sobre o segmento de supermercados. p.1-14. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2001-eso-839.pdf>>
- [6] Fonte online: Setor de supermercados cresce menos que o esperado. Disponível em: <<https://www.mercadoeconsumo.com.br/2019/02/07/setor-de-supermercados-cresce-menos-que-o-esperado/>>
- [7] Fonte online: Comércio varejista e empregabilidade: panorama setorial para o ultimo quarter de 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/comercio-varejista-e-empregabilidade-panorama-setorial-para-o-ultimo-quarter-de-2018/>>
- [8] Nielsen Shopper Solutions. NIELSEN SERIES: A HORA CERTA DE ATIVAR O SHOPPER. JANEIRO DE 2015.