



**PLANO DE NEGÓCIO:  
SEMFILLA**

**BELO HORIZONTE**

**2021**

**AMANDA DO PRADO SILVA**

**JULIANA CARLA DE LIMA**

**SABRINA SOARES DIAS**

**PLANO DE NEGÓCIO:**

**SEMFILLA**

Trabalho apresentado à disciplina de  
Elaboração de Projetos (TCC) do Curso de  
Administração da Faculdade Minas Gerais -  
FAMIG - como requisito parcial para  
conclusão do curso de Administração.

Avaliadores

Orientador: Maximiliano F. de Oliveira

Professores: Marcelo Silva Ângelo Ferreira  
e Anderson Luiz Gomes da Silva

**BELO HORIZONTE**

**2021**

## SUMÁRIO

<b>1 - SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>5</b>
<b>1.1– PRINCIPAIS PONTOS DO NEGÓCIO .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2– EMPREENDEDORES E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 – DADOS DO EMPREENDIMENTO .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 – MISSÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5 – VISÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>1.6 – FORMA JURÍDICA .....</b>	<b>7</b>
<b>1.7 – ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO .....</b>	<b>7</b>
<b>1.8 – CAPITAL SOCIAL .....</b>	<b>7</b>
<b>1.9 – FONTE DE RECURSOS .....</b>	<b>8</b>
<b>2 – ANÁLISE DE MERCADO.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 – CLIENTES .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 – CONCORRENTES .....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 – FORNECEDORES.....</b>	<b>10</b>
<b>3 – PLANO DE MARKETING .....</b>	<b>12</b>
<b>3.1 – PRODUTOS E SERVIÇOS.....</b>	<b>12</b>
<b>3.2 – PREÇO .....</b>	<b>12</b>
<b>3.3 – DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>3.4 – DISTRIBUIÇÃO E VENDAS.....</b>	<b>14</b>
<b>3.5 – LOCALIZAÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>4 – PLANO ESTRATÉGICO.....</b>	<b>16</b>
<b>4.1 – ANÁLISE DE SWOT .....</b>	<b>16</b>
<b>5 – PLANO OPERACIONAL .....</b>	<b>18</b>
<b>5.1 – LAYOUT .....</b>	<b>18</b>
<b>5.2 – CAPACIDADE PRODUTIVA.....</b>	<b>20</b>
<b>5.3 – PROCESSOS OPERACIONAIS .....</b>	<b>20</b>
<b>5.4 – PLANO PESSOAL.....</b>	<b>18</b>

5.4.1 – ATRIBUIÇÕES DOS SÓCIOS.....	18
5.4.2 – PESSOAL.....	18
<b>6 – PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>19</b>
6.1 – INVESTIMENTO INICIAL.....	19
6.1.1 – Investimentos fixos.....	19
6.1.2 – Investimentos pré-operacionais.....	20
6.1.3 – Estoques iniciais.....	20
6.1.4 – Capital de Giro.....	20
6.1.5 – Investimento total e fontes de recursos.....	21
6.2 – GASTOS COM PESSOAL .....	21
6.3 – REMUNERAÇÃO DOS SÓCIOS .....	21
6.4 – PROJEÇÃO DE CUSTOS E DESPESAS .....	22
6.5 – CUSTOS DO PRODUTO OU SERVIÇO .....	22
6.6 – PREVISÃO DE VENDAS.....	23
6.7 – IMPOSTOS SOBRE FATURAMENTO .....	23
6.8 – PROJEÇÕES FINANCEIRAS .....	24
6.8.1 – Fluxo de caixa.....	24
6.8.2 – Projeção de resultados.....	25
6.9 – ANÁLISE DE INVESTIMENTO.....	26
6.9.1 – Valor Presente Líquido (VPL).....	26
6.9.2 – Prazo de Retorno do Investimento (Payback).....	27
6.9.3 – Taxa Interna de Retorno (TIR).....	27
6.9.4 – Ponto de Equilíbrio (PE).....	28
6.9.5 – Lucratividade (lucro líquido sobre a receita total).....	28
6.9.6 – Rentabilidade (lucro líquido sobre o investimento total).....	29
<b>7 – ELEVATOR PITCH.....</b>	<b>30</b>
<b>8 – BUSINESS MODEL CANVAS .....</b>	<b>31</b>
<b>9 – CONCLUSÃO.....</b>	<b>32</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>33</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>35</b>
<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO .....</b>	<b>35</b>
<b>APÊNDICE B – LINK DA APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>38</b>

## 1 - SUMÁRIO EXECUTIVO

### 1.1 – Principais pontos do Negócio

O projeto SemFilla consiste em um aplicativo móvel que reúne os principais serviços alimentícios disponíveis nos eventos de médio e grande porte em Belo Horizonte e regiões metropolitanas. Tem como objetivo oferecer um melhor atendimento ao cliente, minimizando o tempo de espera nas filas para realizar pedidos e pagamentos. Além disso, visa fornecer ao cliente a oportunidade de um melhor aproveitamento do evento, trazendo a comodidade e otimização do seu tempo.

A ideia do aplicativo surgiu com o intuito de atender as necessidades de eventos, contribuindo para satisfazer o cliente, minimizando o tempo de espera nas filas para realizar e efetuar o pagamento de seus pedidos, dando ao cliente a oportunidade de aproveitar mais o evento, podendo realizar seu pedido a qualquer hora e em qualquer lugar dentro do mesmo. Com o SemFilla você terá em suas mãos o cardápio online dos produtos oferecidos durante o evento, através de uma plataforma similar com as de *delivery*: você escolhe seu produto e realiza o pagamento através do próprio aplicativo, a diferença é que no SemFilla não oferecemos serviços de entrega, pois o aplicativo será utilizado pelos clientes que já estarão nos locais dos eventos.

Trata-se de uma novidade no mercado, hoje existem diversos aplicativos de entrega, porém não um exclusivo para pedidos em eventos. Acredita-se que com a criação deste aplicativo e com boa divulgação, poderemos minimizar consideravelmente o problema com as filas em eventos de grande e médio porte.

O público-alvo se divide em três segmentos: os organizadores dos eventos - Através da relação com eles será possível disseminar o aplicativo SemFilla para ser utilizado durante as festividades; os proprietários dos quiosques dos eventos - serão os principais clientes, pois a receita será gerada através das vendas realizadas em seus estabelecimentos; e o consumidor final - os participantes dos eventos que utilizarão o aplicativo para realizarem seus pedidos.

Os potenciais clientes serão atraídos para o uso do aplicativo devido a experiência que será proporcionada a eles, de realizar pedidos e pagamentos de suas refeições durante eventos sem transtornos, podendo usufruir do seu momento de lazer de forma intensa, onde a vontade de saborear algo não será mais um problema.

Para viabilizar este projeto, foi planejado o resultado financeiro no período de cinco anos, sendo possível identificar a viabilidade da empresa SemFilla em virtude de seus índices de rentabilidade, seu *payback* de 1,57 anos, valor presente líquido de R\$ 779.387,76, (setecentos e setenta e nove mil trezentos e oitenta e sete reais e setenta e seis centavos) taxa interna de retorno de 255% apresentaram-se satisfatórios, demonstrando obter lucro o suficiente para chamar a atenção de investidores para o negócio.

## **1.2 – Empreendedores e experiência profissional**

O SemFilla é composto por três sócias que serão responsáveis pela gestão do negócio, cada uma atuando em departamentos distintos para que todos os processos tenham o devido acompanhamento, visando uma boa gestão e conseqüentemente o crescimento da empresa.

Amanda do Prado Silva - Graduanda em Administração, experiência em elaboração de relatórios formais, documentos financeiros e governamentais, gerenciamento de acordos e atendimento ao cliente.

Juliana Carla de Lima - Graduanda em Administração, experiência em faturamento, gestão de pessoal, gestão de processos e qualidade, visando as oportunidades e melhorias externas e internas da empresa.

Sabrina Soares Dias - Graduanda em Administração, MBA em Marketing com ampla experiência em gestão e estratégias de mercado.

## **1.3 – Dados do empreendimento**

Razão Social: SEMFILLA LTDA

Nome Fantasia: SEMFILLA

Endereço: Rua Francisco Deslandes, 980, Anchieta, Belo Horizonte/ MG

#### 1.4 – Missão

Proporcionar aos clientes a experiência de fazer seus pedidos alimentícios com agilidade durante seus eventos, sem precisar enfrentar filas.

#### 1.5 – Visão

Ser o melhor aplicativo reconhecido nacionalmente pela inovação em se realizar pedidos durante os eventos, com qualidade, eficiência e agilidade.

#### 1.6 – Forma jurídica

A empresa SemFilla será registrada como forma jurídica LTDA (Limitada), onde os sócios possuem a participação na empresa determinada pelo valor do investimento.

#### 1.7 – Enquadramento tributário

O regime de tributação da empresa Semfilla enquadra-se no Simples Nacional instituído pela Lei complementar 123 de 14 de dezembro de 2006, criado com objetivo de simplificar o pagamento de tributos para Microempresas (ME) com o valor de arrecadação anual menor que 3,6 milhões; a empresa é composta somente pelos sócios sem quadro funcional, os impostos federais, estaduais e municipais de arrecadação (DAS) são: IRPJ, CSLL, PIS/Pasep, COFINS, IPI, ICMS e ISSQN.

#### 1.8 – Capital social

O capital social será composto pelo valor investido de cada sócio, conforme a Tabela 1.

Tabela 1 – Capital Social

	<b>Nome do Sócio</b>	<b>Valor (R\$)</b>	<b>% de participação</b>
Sócio 1	Amanda do Prado Silva	R\$ 32.000,00	33,33%
Sócio 2	Juliana Carla de Lima	R\$ 32.000,00	33,33%
Sócio 3	Sabrina Soares Dias	R\$ 32.000,00	33,33%
<b>Total</b>		<b>R\$ 96.000,00</b>	<b>100%</b>

Fonte: Autoria própria (2021)

### **1.9 – Fonte de recursos**

Os investimentos se darão pelos recursos próprios das sócias, sendo investido R\$ 32.000,00 (trinta e dois mil reais) de cada uma, gerando cotas individuais de 33,33%.

## 2 – ANÁLISE DE MERCADO

### 2.1 – Clientes

O aplicativo SemFilla possui dois tipos de clientes, os restaurantes/quiosques que estarão disponíveis nos shows, festivais musicais e gastronômicos de médio e grande porte, inicialmente abrangendo os eventos realizados em Belo Horizonte e região metropolitana. E os organizadores dos eventos, que serão a porta de entrada para a empresa oferecer e divulgar seu produto.

Considerando o resultado obtido através da pesquisa disponível no Apêndice A, em uma amostra de 58 respondentes, foi possível identificar que 62,01% fariam pedidos online por aplicativo e 89,7%, a grande maioria pesquisada, acreditam que realizar pedidos por aplicativo ajudam a poupar tempo. Acreditamos que a maior motivação para os usuários utilizarem o aplicativo é a facilidade e praticidade de se realizar pedidos durante o show na palma da sua mão, sem necessidade de se deslocarem até as filas, perdendo parte do seu evento.

Diante desses dados alcançados, é notório o potencial do aplicativo e essa pesquisa será usada como base para que os clientes apostem no quanto será benéfico o aplicativo para suas vendas durante os eventos.

Analisando o mercado mineiro de eventos nos últimos anos, percebe-se que mesmo com a crise econômica desde 2014, no qual afetou fortemente a renda da população, esse mercado, ainda que com taxas pouco altas, apresenta um nível consolidado de crescimento. Isso acontece porque o número de compradores, mais precisamente o número de pessoas que consomem esse serviço de turismo e eventos cresceu, segundo uma matéria publicada no site Mercado & Eventos (2018).

O site Goomer publicou uma matéria em 15 de março de 2019 no qual afirma que nove em cada dez clientes preferem o autoatendimento ao invés do caixa convencional e 60,4% dos brasileiros pretendem usar o autoatendimento nos próximos três anos. Diante disso, percebe-se que o autoatendimento é o caminho da evolução e a tendência é que os modelos tradicionais de se fazer um pedido em eventos seja praticamente extinto.

## 2.2 – Concorrentes

Dentro do comércio virtual e de aplicativos, a concorrência vem aumentando cada vez mais, a maior parte dos serviços de entrega está se digitalizando, os aplicativos de entrega de comidas estão conquistando um público que cresce diariamente.

Para conseguir sair na frente da concorrência é necessário ter um diferencial, e buscamos esse segmento com o intuito de se destacar no mercado. Atualmente, apesar de terem diversos aplicativos *delivery*, o SemFilla não possui nenhum concorrente direto, pois a empresa tem o diferencial de ser um aplicativo exclusivo para o serviço de bebidas e comidas em eventos, sendo assim, serão atendidos apenas os clientes pertencentes a determinado evento.

## 2.3 – Fornecedores

Será necessário a contratação de uma empresa para desenvolver o aplicativo SemFilla atendendo as demandas e necessidades. Será selecionado uma empresa que tenha experiência em desenvolvimento em plataformas *mobile* que atenda todos os sistemas operacionais, como por exemplo o Android e iOS, com o preço compatível com o mercado. Estima-se o valor aproximado de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) para a realização do projeto desejado. Além da criação do aplicativo, a empresa precisará de um apoio da equipe de TI mensalmente para possíveis manutenções ou atualizações no aplicativo, estimando um valor aproximado de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) ao mês.

O serviço de marketing também será terceirizado por uma agência que será responsável por toda a criação e divulgação da estratégia da empresa. Será cobrado o valor de R\$ 4.000,00 (quatro mil reais) mensais para esse trabalho de divulgação e promoção da marca.

Como a necessidade da empresa é apenas de um ambiente para três pessoas administrarem as demandas do aplicativo e para eventuais reuniões, será alugado um *Coworking* no bairro Anchieta, valor aproximado de R\$ 1.600,00 (um mil e seiscentos reais) mensais, já incluindo nesse valor toda a mobília necessária, internet, água e luz.

Por se tratar de um aplicativo, será necessário a contratação de um servidor para hospedar a plataforma digital, custando aproximadamente R\$ 220,00 (duzentos e vinte reais) mensais.

Visando a necessidade de ter uma equipe de suporte para a orientação quanto ao uso do aplicativo durante os eventos, será terceirizada uma equipe com trinta *promoters* para sanar possíveis dúvidas dos usuários sobre a funcionalidade do aplicativo, custando aproximadamente R\$ 5.100,00 (cinco mil e cem reais) por evento.

A empresa VIVO será responsável pelo fornecimento de telefonia e internet para os aparelhos móveis das sócias, sendo o plano mensal de R\$ 49,90 (quarenta e nove reais e noventa centavos) cada.

### **3 – PLANO DE MARKETING**

#### **3.1 – Produtos e serviços**

O serviço oferecido pelo SemFilla é a facilidade e comodidade de comprar alimentos e bebidas em eventos através de um aplicativo, ou seja, sem filas, ficando por parte do consumidor apenas pagar e retirar o produto no restaurante ou quiosque escolhido. Para isso, será disponibilizada uma plataforma online (layout disponível no item 5.1) que reúne os principais fornecedores de produtos alimentícios disponíveis nestes eventos.

O aplicativo possui um design simples, intuitivo e com sistema operacional rápido e seguro para ambos. Para os clientes a interface apresentada do aplicativo terá a área do lojista com os dados empresariais, contrato, acompanhamento de pedidos recebidos, *feedback* do consumidor e saldo da carteira.

Para os consumidores finais a interface será um pouco diferente, ela conta com opções de cadastro de dados, incluído cartões de crédito/débito, eventos disponíveis no dia, restaurantes que aceitam o serviço prestado e um cronômetro para que o consumidor acompanhe o tempo de cada etapa do seu pedido até o momento da retirada. Tudo isso para que as pessoas possam aproveitar ao máximo a festa otimizando o tempo de espera dos seus pedidos.

#### **3.2 – Preço**

A empresa utilizará da Estratégia de *Skimming* em Precificação, pois se trata de um serviço inovador e que apresenta alta demanda conforme pesquisa detalhada no item 2.1. que mostra que dos 58 respondentes, 62,01% efetuariam o pedido online pelo aplicativo durante o evento e 89,7% acreditam que realizar pedidos por aplicativo ajuda a poupar tempo.

Embora o investimento inicial seja considerado alto, as vendas iniciais irão auxiliar no financiamento do projeto, visto que o mesmo não possui concorrentes diretos ligados aos serviços de “peça e retire” como especificado no item 2.2, aumentando as chances de lucratividade e êxito no projeto.

Para os quiosques o pagamento será feito através do próprio aplicativo, onde será descontado uma taxa de 12% sobre cada transação realizada. Para o consumidor final não haverá nenhum valor a ser pago, sendo descontado do cartão de crédito ou débito somente o valor referente ao pedido.

A margem de lucro esperada pela empresa de acordo com os cálculos do plano de negócio é de aproximadamente 43,56% ao ano.

### **3.3 – Divulgação e promoção**

O SemFilla vai ter como parceiro uma equipe terceirizada de marketing para que os sócios/administradores possam dar atenção total aos clientes e além do mais, eles apresentam um conhecimento mais abrangente do mercado e serão capazes de auxiliar a empresa.

Diante da evolução tecnológica, equipes de marketing que não se atualizam para o mundo digital acabam ficando para trás. Por isso, a empresa SemFilla precisa de uma equipe que compreenda e domine o marketing digital, que faça a gestão das mídias sociais da empresa criando conteúdos exclusivos e ações promocionais através da interatividade dos clientes, que utilize tráfego de dados para gerenciar os visitantes que chegam aos seus canais digitais da empresa e segmente o público, para isso, será utilizado o tráfego de dados pago, para que haja agilidade no retorno, e que utilize o Google Ads para criação e gestão de anúncios para que a empresa apareça diretamente na página de resultado de pesquisas relacionadas, dentre outras tecnologias muito utilizadas para o impulsionamento das marcas. Mas, que ao mesmo tempo não abandone as mídias tradicionais.

O aplicativo também será divulgado dentro dos próprios eventos através de *promoters* que estarão disponíveis para sanar dúvidas dos usuários, e conseqüentemente, chamando a atenção e atraindo possíveis clientes que ainda não aderiram ao uso do SemFilla.

O objetivo é atingir a maior quantidade de pessoas de maneira assertiva, mitigando riscos e conseqüentemente obtendo bons resultados.

Diante disso, a empresa irá investir aproximadamente R\$4.000,00 (quatro mil reais) mensais para a equipe de marketing realizar o trabalho de criação de conteúdo e gerenciamento das

mídias sociais. E, aproximadamente R\$5.100 (cinco mil e cem reais) por evento para os *promoters* que ficarão disponíveis para auxiliar os usuários do aplicativo SemFilla durante os eventos.

### **3.4 – Distribuição e vendas**

Através do serviço de marketing, será utilizado as ferramentas de captação, segmentação e anúncios para que os clientes possam nos encontrar e a empresa encontrar seus potenciais clientes. Assim que o contato for efetuado, estaremos prontos para apresentar o projeto através do portfólio, os serviços e vantagens para os clientes e consumidores.

As vendas do SemFilla serão diretas e digitais, diretas porque não haverá intermédio de terceiros, serão feitas visitas presenciais ou reuniões online primeiramente com os organizadores dos eventos e posteriormente com os quiosques e totalmente digital através das lojas de aplicativos para que os clientes se sintam mais próximos da empresa, tendo a liberdade de ver as movimentações por evento e os consumidores confortáveis em fazer seu pedido de acordo com seu tempo e necessidade.

### **3.5 – Localização**

No caso da empresa SemFilla, foi observado que alugar imóveis tradicionais não seria a melhor opção para o negócio, por se tratar de uma empresa tecnológica e sem funcionários. Optamos por alugar uma sala privativa no *coworking* FOCO que fica localizado no seguinte endereço: R. Francisco Deslandes, 971 - 3º andar - Anchieta, Belo Horizonte. Foi escolhida essa localização na região centro-sul por ser mais próximo das empresas que serão contratadas para os serviços de execução da plataforma do aplicativo e a agência de publicidade e por ser de fácil acesso, favorecendo a locomoção dos possíveis clientes (organizadores dos eventos e donos dos quiosques). Além disso, possuem diversas ruas adjacentes onde se pode estacionar seu veículo com tranquilidade, pois fazem parte da Rede de Vizinhos Protegidos da PMMG.

A FOCO *Coworking* oferece o espaço da sala privativa equipada com quatro mesas e cadeiras ergonômicas, internet (*Wi-fi* e cabeamento) de alta velocidade e ar condicionado, teremos uma franquia de 6hs mensais em salas de reuniões, para eventuais encontros com clientes e/ou fornecedores. No *coworking* também tem área de cafeteria e infraestrutura de refeitório completo (consumo de café e água liberados), recepcionista, câmera de segurança nas áreas

comuns, funcionamento 24hs, além da limpeza e manutenção do local. O valor aproximado para a locação desse espaço com todos os itens descritos acima incluídos é de R\$ 1.600,00 (um mil e seiscentos reais) mensais.

## 4 – PLANO ESTRATÉGICO

### 4.1 – Análise de SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para analisar o ambiente interno (forças e fraquezas) e externo (oportunidades e ameaças) que influenciam uma organização. O quadro a seguir demonstra as principais forças, oportunidades, fraquezas e ameaças identificadas no negócio SemFilla.

Analisando as forças do aplicativo com as oportunidades do mercado é possível notar o potencial de crescimento e sucesso do negócio. No entanto, ao observar os pontos fracos do aplicativo com as ameaças do ambiente externo é possível detectar os possíveis riscos do negócio. Com isso, nosso objetivo é criar estratégias de abrangência e englobamento para minimizar a não aderência ao aplicativo, fortalecer marca SemFilla e se consolidar no mercado para que o surgimento de novos aplicativos não seja algo ameaçador, visando sempre manter o aplicativo atualizado e aderente às novas tecnologias que forem surgindo para não sermos futuramente substituídos por possíveis novas tecnologias no mercado.

Quadro1 – Matriz SWOT

<b>Fatores Internos</b>	<b>S: Forças</b> - Projeto inovador	<b>W: Fraquezas</b> - Baixa maturidade da equipe; - Baixa receita inicial.
<b>Fatores Externos</b>	<b>O: Oportunidades</b> - Demanda crescente; - Mercado de eventos em expansão; - Aumento de pessoas que aderem às compras por aplicativos. - Baixa concorrência no mercado proposto (app para eventos).	<b>T: Ameaças</b> - Clientes não aderirem ao aplicativo SemFilla; - Surgimento de aplicativos concorrentes; - Novas tecnologias no mercado.

Fonte: Autoria própria (2021)

- **Forças:**
  - Projeto inovador: O app SemFilla traz uma proposta inovadora com uma espécie de “peça e retire” para eventos.

- **Fraquezas:**

- Baixa maturidade da equipe: As fundadoras do app SemFilla não possuem experiência prévia no segmento, apresentando assim uma possível fraqueza para a empresa devido à ausência de experiência e maturidade no ramo.
- Baixa receita inicial: A receita inicial da empresa foi composta através do capital próprio das sócias, sendo o valor limitado as necessidades iniciais para a criação da empresa.

- **Oportunidades:**

- Demanda crescente, Mercado de eventos em expansão e Aumento de pessoas que aderem às compras por aplicativos: A demanda crescente se dá pelo constante crescimento do mercado de eventos, juntamente com a evolução e adaptação tecnológica da sociedade.
- Baixa concorrência no mercado proposto (app para eventos): Não foi identificado nenhum concorrente direto, que tenha o sistema de “peça e retire” para eventos.

- **Ameaças:**

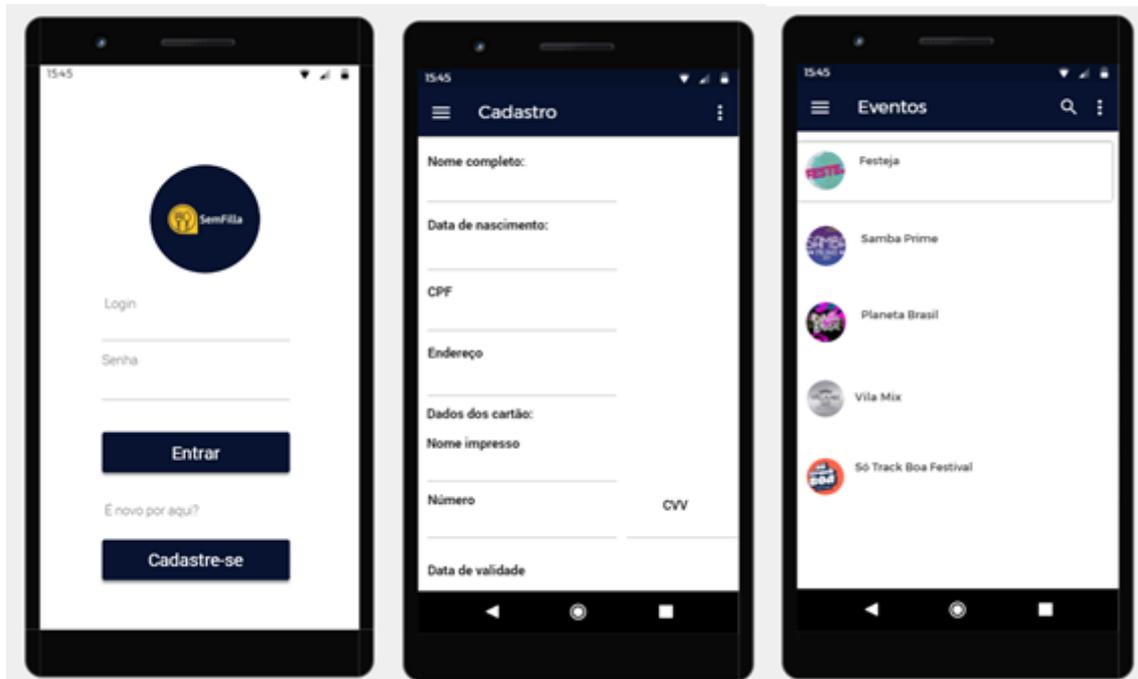
- Clientes não aderirem ao aplicativo SemFilla: Todo projeto possui riscos, a baixa de adesão ao aplicativo é um deles. Apesar do SemFilla ser um facilitador para os usuários finais, ainda assim essa ameaça não poderia ser descartada.
- Surgimento de aplicativos concorrentes: Após o lançamento do aplicativo SemFilla no mercado, poderão surgir outros empreendedores dispostos a reproduzir a mesma ideia, se tornando concorrentes diretos do aplicativo.
- Novas tecnologias no mercado: Devido ao constante avanço tecnológico, novos sistemas podem surgir, fazendo com que o aplicativo SemFilla caia em desuso.

## 5 – PLANO OPERACIONAL

### 5.1 – Layout

O *layout* que melhor se encaixa nesse perfil é de arranjo físico celular, por se tratar de uma empresa de aplicativo.

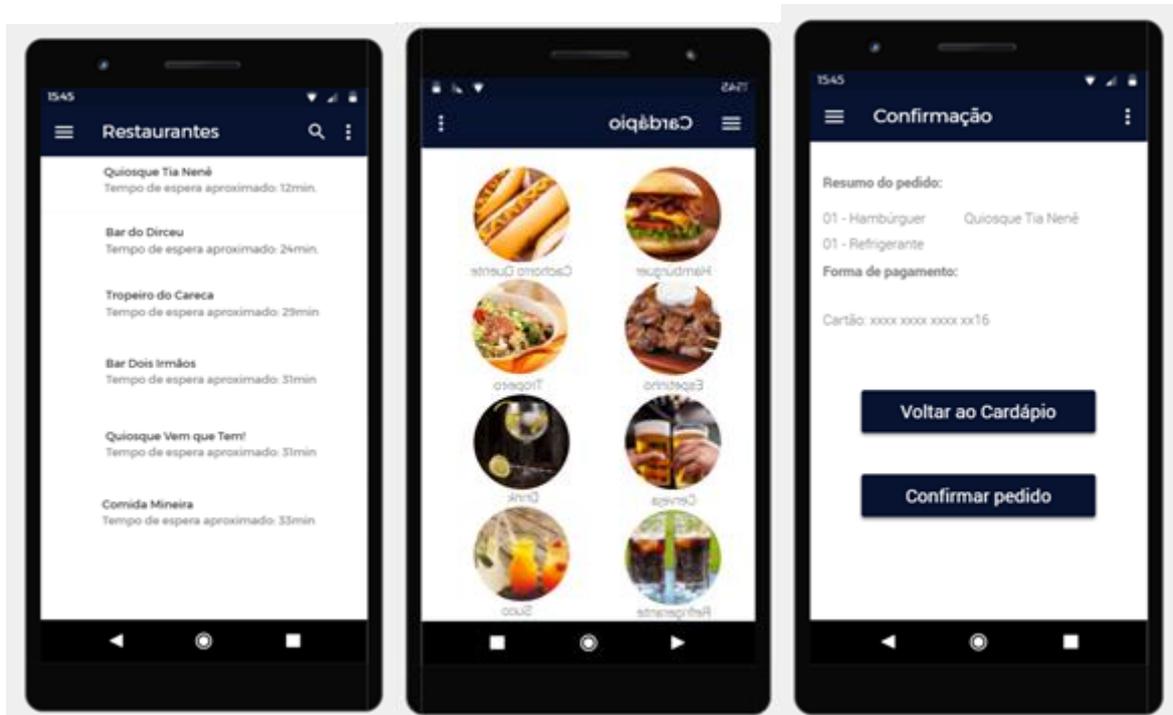
Figura 1- Telas aplicativo SemFilla



Fonte: Autoria própria (2021)

A Figura 2 demonstra as primeiras telas do aplicativo. Temos a tela inicial para fazer o *login* ou cadastrar-se no aplicativo, na tela de cadastro temos os campos a serem preenchidos como dados pessoais e dados do cartão para pagamento. A terceira tela apresenta os eventos cadastrados (o usuário deverá selecionar o evento participante).

Figura 2- Telas aplicativo SemFilla



Fonte: Autoria própria (2021)

Após a seleção do evento será direcionado para as opções de restaurantes disponíveis naquele evento, escolhido o local de preferência o usuário terá acesso ao cardápio do estabelecimento. Em seguida terá a tela de confirmação do pedido.



Figura 3- Telas aplicativo SemFilla. Fonte: Autoria própria (2021).

Por fim, a última tela onde o usuário terá acesso ao tempo de preparação do seu pedido e será avisado quando estiver disponível para retirada.

## **5.2 – Capacidade produtiva**

A capacidade produtiva do negócio SemFilla é ilimitada, pois consiste em um aplicativo móvel que reúne os principais serviços alimentícios disponíveis nos eventos, a capacidade produtiva fica vinculada a capacidade dos quiosques cadastrados em nosso sistema.

Os quiosques ficarão responsáveis por enviarem uma lista da sua capacidade de produção a cada item produzido e disponíveis, estes itens são cadastrados no aplicativo. A cada solicitação realizada, automaticamente vai decrescendo a disponibilidade do produto cadastrado.

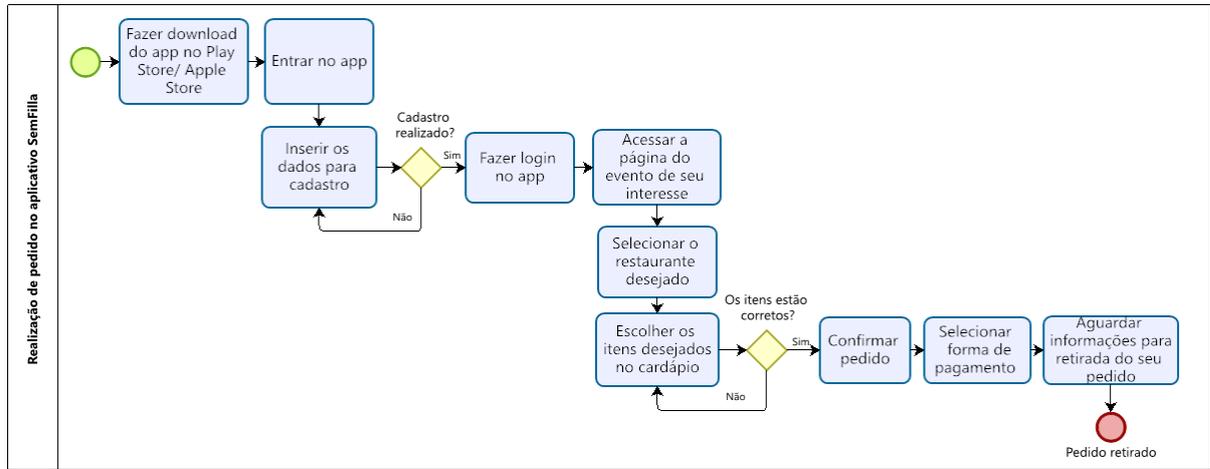
Exemplo: Item de cadastro 300 tropeiros para o quiosque 01, a cada solicitação de tropeiro específica para o quiosque 01 automaticamente este número decresce até ficar indisponível para novas solicitações.

## **5.3 – Processos operacionais**

Para ter acesso ao aplicativo *mobile* tanto para cliente como para consumidores é necessário entrar na loja de aplicativos do *smartphone*, como por exemplo, *Play Store* ou *Apple Store* e iniciar o *download*. Após baixado, será solicitado dados pessoais para cadastro e aceitar os termos de uso.

Os passos apresentados no fluxograma descrevem o processo para que o nosso cliente final inicie seu cadastro para entrar no aplicativo, o acesso ao cardápio e a conclusão do pedido de maneira simples e rápida.

Figura 4 – Fluxograma cadastro SemFilla



Fonte: Autoria própria

## **5.4 – PLANO PESSOAL**

### **5.4.1 – Atribuições dos sócios**

Amanda do Prado Silva - Responsável por administrar os contratos com as empresas terceirizadas e supervisionar as tarefas executadas, prospecção de novos clientes, gerenciamento da agenda dos eventos.

Juliana Carla de Lima - Responsável pela contabilidade da empresa, gerenciar fluxo de caixa, contas a pagar e receber, custos, despesas e lucros.

Sabrina Soares Dias - Responsável pela estratégia de marketing, mídias sociais e atendimento aos clientes (organizadores dos eventos e donos dos quiosques).

### **5.4.2 – Pessoal**

A SemFilla é uma empresa de pequeno porte e de natureza tecnológica, sendo assim, grande parte das atividades serão terceirizadas, como desenvolvimento e manutenção do aplicativo e marketing, mantendo na estrutura organizacional da empresa apenas as três sócias.

## 6 – PLANO FINANCEIRO

### 6.1 – Investimento inicial

O investimento inicial representa os valores necessários para a execução do início das atividades da empresa. O aplicativo será desenvolvido por uma empresa terceirizada pelo valor de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) valor baseado nos valores informados no site X-Apps. Para a formalização da empresa é obrigatório o pagamento de alguns documentos, como o DARE (Documento de Arrecadação de Receitas Estaduais), DARF (Documento de Arrecadação de Receitas Federais), Junta Comercial, Certificado Digital e registro da marca junto ao INPI (Instituto Nacional de Propriedade industrial). Assim, o valor para ser desembolsado para regularização da empresa será em média R\$ 1.366,59 (um mil e trezentos e sessenta e seis reais e cinquenta e nove centavos) valor baseado na simulação gerada pelo site Contabilivre. Os equipamentos de informática, como 3 *notebooks* e 1 impressora, custarão R\$ 7.300,00 (sete mil e trezentos reais). De acordo com o site NeoNexus, para disponibilizar o app na *Apple Store* é cobrado valor anual de R\$ 556,38 (quinhentos e cinquenta e seis reais e trinta e oito centavos) na cotação do dólar de 24/03/2021. Para disponibilizar na plataforma *Google Play* é cobrado uma cota única no valor de R\$ 140,50 (cento e quarenta reais e cinquenta centavos) na cotação do dólar de 24/03/2021. Será necessário o investimento em marketing/publicidade de aproximadamente R\$ 4.000,00 (quatro mil reais) mensais, valor baseado no site Especialista Digital) e R\$ 1.600,00 (um mil e seiscentos reais) para a locação do espaço *coworking*. Por fim, o investimento em um servidor para hospedar a plataforma digital, com o custo mensal de R\$ 220,00 (duzentos e vinte reais) valor baseado no site Net Horizontes.

#### 6.1.1 – Investimentos fixos

Investimentos fixos são bens necessários para infraestrutura da empresa, conforme tabela a seguir:

Tabela 2 – Investimentos fixos

Item	Descrição	Valor
1	Criação app	R\$ 60.000,00
2	Equipamentos de informática (3 <i>notebooks</i> e 1 impressora)	R\$ 7.300,00
<b>Total</b>		<b>R\$ 67.300,00</b>

Fonte: Autoria própria (2021)

### 6.1.2 – Investimentos pré-operacionais

Os investimentos a serem feitos antes do início das atividades iniciarem são:

Tabela 3 – Investimentos pré-operacionais

Item	Descrição	Valor
1	Legalização da empresa	R\$ 1.366,59
2	Material publicitário/marketing	R\$ 4.000,00
4	Apple Store	R\$ 556,38
5	Google Play	R\$ 140,50
<b>Total</b>		<b>R\$ 8.063,47</b>

Fonte: Autoria própria (2021)

### 6.1.3 – Estoques iniciais

Por se tratar de um aplicativo, não há possibilidade de definir estoque inicial.

### 6.1.4 – Capital de Giro

Para o cálculo do capital de giro foram projetados os custos fixos mensais das atividades da empresa SemFilla, sendo levantados todos os valores dos custos ligados diretamente ao dia a dia da empresa durante esse período estimado.

Tabela 4 - Custo fixo mensal

Item	Descrição	Valor
1	Pró-labore + encargos	R\$ 6.993,00
2	Equipe de manutenção TI	R\$ 2.000,00
3	Equipe de marketing	R\$ 4.000,00
4	Aluguel <i>coworking</i>	R\$ 1.600,00
5	<i>Promoters</i>	R\$ 1.700,00
6	Aluguel de hospedagem servidor	R\$ 220,00
7	Telefonia	R\$ 149,70
8	Material de escritório	R\$ 100,00
9	Deslocamento	R\$ 300,00
<b>Total</b>		<b>R\$ 17.062,70</b>

Fonte: Autoria própria (2021)

### 6.1.5 – Investimento total e fontes de recursos

O valor total dos investimentos e fontes de recursos será de R\$ 92.426,17 (noventa e dois mil e quatrocentos e vinte e seis reais e dezessete centavos), conforme tabela abaixo:

Tabela 5 – Resumo dos investimentos

Item	Descrição	Valor
1	Investimentos fixos	R\$ 67.300,00
2	Investimentos pré-operacionais	R\$ 8.063,47
3	Capital de giro	R\$ 17.062,70
<b>Total</b>		<b>R\$ 92.426,17</b>

Fonte: Autoria própria (2021)

Tabela 6 – Fontes de Recursos

Item	Fontes de Recursos	Valor	%
1	Recursos próprios	R\$ 96.000,00	100
<b>Total: R\$ 96.000,00</b>			

Fonte: Autoria própria (2021)

### 6.2 – Gastos com pessoal

Por se tratar de uma empresa de pequeno porte e de natureza tecnológica, grande parte das atividades serão terceirizadas, mantendo na estrutura organizacional da empresa apenas as três sócias.

### 6.3 – Remuneração dos sócios

A remuneração das sócias será distribuída conforme tabela abaixo:

Tabela 7 – Remuneração dos sócios

Item	Sócio	Pró-labore	Encargos 11%
1	Amanda do Prado Silva	R\$ 2.100,00	R\$ 231,00
2	Juliana Carla de Lima	R\$ 2.100,00	R\$ 231,00
3	Sabrina Soares Dias	R\$ 2.100,00	R\$ 231,00
<b>Total:</b>		<b>R\$ 6.993,00</b>	

Fonte: Autoria própria (2021)

#### 6.4 – Projeção de custos e despesas

Para a análise de custos e despesas foi projetado um aumento de 4,85% ao ano, com base na inflação.

Tabela 8 – Projeção de despesas

Item	Gastos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1	Aluguel Coworking	R\$19.200,00	R\$20.131,20	R\$21.107,56	R\$22.313,28	R\$23.204,65
2	Equipe Informática	R\$24.000,00	R\$25.164,00	R\$26.384,45	R\$27.644,10	R\$29.005,82
3	Apple Store	R\$556,00	R\$582,97	R\$611,24	R\$640,88	R\$671,97
4	Google Play	R\$140,00	-	-	-	-
5	Equipe de marketing	R\$48.000,00	R\$50.328,00	R\$52.768,91	R\$55.328,20	R\$58.011,62
6	Promoters	R\$20.400,00	R\$21.389,40	R\$22.426,79	R\$23.514,49	R\$24.654,94
7	Aluguel hospedagem servidor	R\$2.640,00	R\$2.768,04	R\$2.902,29	R\$3.043,05	R\$3.190,64
8	Material de escritório	R\$1.200,00	R\$1.258,20	R\$1.319,22	R\$1.383,21	R\$1.450,29
9	Telefonia Vivo	R\$1.796,40	R\$1.883,53	R\$1.975,88	R\$2.070,66	R\$2.171,08
10	Pró-labore e encargos	R\$83.916,00	R\$87.985,93	R\$92.253,24	R\$96.727,53	R\$101.418,81
11	Deslocamento	R\$3.600,00	R\$3.774,60	R\$3.957,67	R\$4.149,62	R\$4.350,88
	<b>Total</b>	<b>R\$205.448,40</b>	<b>R\$215.265,87</b>	<b>R\$225.707,25</b>	<b>R\$236.815,02</b>	<b>R\$248.300,53</b>

Fonte: Autoria própria (2021)

#### 6.5 – Custos do produto ou serviço

Para operar a empresa terá custos ligados à sua atividade principal, que é o aplicativo, como seu desenvolvimento, manutenção e aluguel do servidor, como apresentado na tabela abaixo:

Tabela 9 – Custos do produto ou serviço

Item	Descrição dos custos	Valor
1	Criação do aplicativo	R\$ 60.000,00
2	Equipe de manutenção	R\$ 2.000,00
3	Aluguel servidor	R\$ 220,00
	<b>Total</b>	<b>R\$ 62.220,00</b>

Fonte: Autoria própria (2021)

## 6.6 – Previsão de vendas

Para calcular a previsão de vendas anuais realizadas através do aplicativo SemFilla, foi calculada a média de pessoas participantes dos eventos de Belo Horizonte e região metropolitana (com base nos dados retirados do Google), multiplicando a quantidade média de eventos por ano, acrescido de 12% (taxa retida sobre cada transação no app) sobre o valor de R\$ 35,00 (consumo médio por pessoa previsto em pesquisa realizada pelo Jornal Folha de Londrina). Com o intuito de deixar essa previsão legítima e de forma mais conservadora, optou-se por considerar uma aceitação inicial de 50% sobre o uso do aplicativo, e não de 61% conforme foi obtido em pesquisa realizada (Apêndice A). A memória de cálculo demonstrada a seguir exemplifica essa previsão:

### Memória de cálculo

Média pessoas por evento:

60.000 Pedro Leopoldo + 60.000 Festeja + 57.000 Vila Mix + 80.000 Samba Prime

Média de pessoas por evento = 64.250 – 50% (taxa de aceitação conservadora) = **32.125**

### peessoas por evento

Consumo: R\$ 35,00-12% (taxa app) = **R\$ 4,20 por pessoa**

Quantidade pessoas por evento x eventos por ano x valor de consumo

32.125 x 4 x R\$ 4,20 = **R\$ 539.700,00 receita anual**

Diante desse cálculo, foi demonstrado que a previsão de vendas do aplicativo SemFilla é de R\$ 541.800,00 (quinhentos e quarenta e um mil e oitocentos reais).

## 6.7 – Impostos sobre faturamento

A empresa SemFilla optou pela tributação do Simples Nacional, a alíquota para prestação de serviço dentro da 3ª faixa de Receita Bruta é de 19,50%, de acordo com o Anexo V da legislação.

Desta forma, foram calculados os impostos sobre os 5 anos de faturamento projetados, conforme tabela a seguir:

Quadro 2 - Alíquotas Simples Nacional

Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)		Alíquota Nominal	Valor a Deduzir (em R\$)
1ª Faixa	Até 180.000,00	15,50%	–
2ª Faixa	De 180.000,01 a 360.000,00	18,00%	4.500,00
3ª Faixa	De 360.000,01 a 720.000,00	19,50%	9.900,00
4ª Faixa	De 720.000,01 a 1.800.000,00	20,50%	17.100,00
5ª Faixa	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	23,00%	62.100,00
6ª Faixa	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	30,50%	540.000,00

## Anexo V legislação Simples Nacional

Tabela 10 – Impostos sobre faturamento

Período	Faturamento	Alíquota	Valor	Valor a deduzir	Imposto a pagar
Ano 1	R\$ 527.520,00	19,50%	R\$ 102.866,40	R\$ 9.900,00	R\$ 92.966,40
Ano 2	R\$ 553.896,00	19,50%	R\$ 108.009,72	R\$ 9.900,00	R\$ 98.109,
Ano 3	R\$ 587.129,76	19,50%	R\$ 114.490,30	R\$ 9.900,00	R\$ 104.590,30
Ano 4	R\$ 628.228,84	19,50%	R\$ 122.504,62	R\$ 9.900,00	R\$ 112.604,62
Ano 5	R\$ 691.051,73	19,50%	R\$ 134.755,09	R\$ 9.900,00	R\$ 124.855,09

Fonte: Autoria própria (2021)

**6.8 – Projeções financeiras**

As projeções demonstradas nos tópicos abaixo, comprovam a viabilidade do investimento utilizando as principais ferramentas de análise financeira.

**6.8.1 – Fluxo de caixa**

Para montagem do fluxo de caixa utilizou-se um período de 5 anos, considerando o investimento inicial de R\$ 74.963,47 (setenta e quatro mil novecentos e sessenta e três reais e quarenta e sete centavos) e capital de giro de R\$17.062,70 (dezessete mil sessenta e dois reais e setenta centavos).

Os impostos e deduções ficaram em 19,50%, alíquota fixada pelo tipo de atividade exercida pela empresa de acordo com o Simples Nacional. O *software* do aplicativo e os *notebooks* adquiridos se depreciam em 5 anos com 20% ao ano, de acordo com a Instrução Normativa SRF N° 04/85. Dados demonstrados no quadro a seguir:

## Quadro 3 – Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa Operacional/Lucro Líquido							
item/Período		0	1	2	3	4	5
Investimento		R\$ (74.963,47)		R\$ 5,00	R\$ 6,00	R\$ 7,00	R\$ 10,00
Capital de Giro		R\$ (17.062,70)					
(=) Receita Bruta			R\$ 539.700,00	R\$ 566.685,00	R\$ 600.686,10	R\$ 642.734,13	R\$ 707.007,54
(-) Impostos Deduções, Devoluções	19,5%		R\$ 105.241,50	R\$ 110.503,58	R\$ 117.133,79	R\$ 125.333,15	R\$ 137.866,47
(-) Receita Líquida			R\$ 434.458,50	R\$ 456.181,43	R\$ 483.552,31	R\$ 517.400,97	R\$ 569.141,07
(-) CMV			R\$ -				
(=) Lucro Bruto			R\$ 434.458,50	R\$ 456.181,43	R\$ 483.552,31	R\$ 517.400,97	R\$ 569.141,07
(-) Custos Operacionais Fixos			R\$ 180.752,40	R\$ 189.790,02	R\$ 201.177,42	R\$ 215.259,84	R\$ 236.785,82
(-) Custos Operacionais Variáveis			R\$ 24.000,00	R\$ 25.200,00	R\$ 26.712,00	R\$ 28.581,84	R\$ 31.440,02
(=) Lucro Operacional = EBITDA			R\$ 229.706,10	R\$ 241.191,41	R\$ 255.662,89	R\$ 273.559,29	R\$ 300.915,23
(-) Depreciação			R\$ 13.460,00				
(=) Lucro Tributável			R\$ 216.246,10	R\$ 227.731,41	R\$ 242.202,89	R\$ 260.099,29	R\$ 287.455,23
(-) IR/CS			R\$ -				
(=) Lucro Antes da Depreciação			R\$ 216.246,10	R\$ 227.731,41	R\$ 242.202,89	R\$ 260.099,29	R\$ 287.455,23
(+) Depreciação			R\$ 13.460,00				
(+) Valor Residual							R\$ 13.460,00
(+) Recuperação de Capital de Giro							R\$ 17.062,70
(=) Fluxo de Caixa Operacional/Lucro Líquido		R\$ (92.026,17)	R\$ 229.706,10	R\$ 241.191,41	R\$ 255.662,89	R\$ 273.559,29	R\$ 331.437,93

Fonte: Autoria própria (2021)

## 6.8.2 – Projeção de resultados

A projeção de resultados foi obtida através da divisão da lucratividade total dos 5 períodos pelo faturamento total dos anos e a Rentabilidade foi dividido o lucro total pelo investimento inicial total, conforme a tabela a seguir:

Tabela 12 – Projeção de resultados

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Vendas brutas	539.700,00	566.685,00	600.686,10	642.734,13	707.007,54
(-) deduções e abatimentos	105.241,50	110.503,58	117.133,79	125.333,15	137.866,47
(-) Comissão sobre vendas	-	-	-	-	-
(=) <b>Vendas líquidas</b>	434.458,50	456.181,43	483.552,31	517.400,97	569.141,07
(-) Custo de mercadorias vendidas	-	-	-	-	-
(=) <b>Lucro bruto operacional</b>	434.458,50	456.181,43	483.552,31	517.400,97	569.141,07
(-) despesas administrativas	24.000,00	25.200,00	26.712,00	28.581,84	31.440,02
(-) depreciação	13.460,00	13.460,00	13.460,00	13.460,00	13.460,00
(=) <b>Lucro líquido operacional</b>	229.706,10	241.191,41	255.662,89	273.559,29	331.437,93
<b>Lucratividade (%)</b>	<b>43,56</b>				
<b>Rentabilidade (%)</b>	<b>1446,93</b>				

Fonte: Autoria própria (2021)

## 6.9 – Análise de Investimento

Ao abrir mão do capital próprio e correr riscos para investir em uma nova ideia de negócio, os sócios tiveram um custo de oportunidade. Antes de realizar os investimentos, foi importante verificar junto aos indicadores financeiros a seguir, se o negócio é viável ou não.

### 6.9.1 – Valor Presente Líquido (VPL)

O VPL (Valor Presente Líquido) é utilizado para calcular o valor presente dos pagamentos futuros e no projeto SemFilla foi utilizada a métrica apresentado no Quadro 4. A empresa utilizou o valor de Investimento Inicial de R\$ 74.963,47 (setenta e quatro mil novecentos e sessenta e três reais e quarenta e sete centavos), o capital de giro de R\$ 17.062,70 (dezessete mil sessenta e dois reais e setenta centavos) e a dedução da taxa de 15% referente ao custo de capital, totalizando um montante de R\$ 92.023,17 (noventa e dois mil vinte e três reais e dezessete centavos). Para atingir o valor do Lucro Líquido do primeiro ano, de acordo com as projeções, obteve-se uma receita bruta de R\$ 539.700,00 (quinhentos e trinta e nove mil e setecentos reais) e nos demais anos foram inseridos perspectivas de crescimentos de 5%, 6%, 7% e 10% respectivamente, e com os descontos aplicados a DRE incluindo a taxa requerida, chegamos ao valor presente do investimento somado ao montante inicial investido.

Quadro 4 – Cálculo do VPL

Período	Investimento	Taxa Requerida
0	<b>-R\$ 92.026,17</b>	15%
1	R\$ 229.706,10	
2	R\$ 241.191,41	
3	R\$ 255.662,89	
4	R\$ 273.559,29	
5	R\$ 331.437,93	
<b>VPL (pela fórmula de excel =VPL(C2;B3:B7)+B2)</b>	<b>R\$ 779.387,76</b>	

Fonte: Autoria própria (2021)

### 6.9.2 – Prazo de Retorno do Investimento (*Payback*)

Na análise do *Payback*, o momento em que a empresa obtém retorno do seu investimento é com 4 meses e meio. Esse resultado foi encontrado dividindo o valor recebido no primeiro ano da empresa pelo investimento inicial.

Quadro 5 – Cálculo *Payback*

0	1	2	3	4	5
-R\$ 92.026,17	R\$ 229.706,10	R\$ 241.191,41	R\$ 255.662,89	R\$ 273.559,29	R\$ 331.437,93
-R\$ 92.026,17	R\$ 137.679,93	R\$ 378.871,34	R\$ 634.534,23	R\$ 908.093,52	R\$ 1.239.531,44
Pay-Back (pela fórmula do excel=B13/C13)	0,401				

Fonte: Autoria própria (2021)

### 6.9.3 – Taxa Interna de Retorno (TIR)

A Taxa Interna de Retorno do projeto foi de 255% a.a., este valor foi encontrado através de cálculos representado na figura abaixo, superando a TMA (Taxa Mínima de Atratividade) esperada que foi de 15%. Para atingir esse valor foi levado em conta as principais taxas de juros aplicadas pelo mercado, custo de oportunidade e liquidez.

Quadro 6 – Cálculo TIR

Período	Investimento
0	-R\$ 92.026,17
1	R\$ 229.706,10
2	R\$ 241.191,41
3	R\$ 255.662,89
4	R\$ 273.559,29
5	R\$ 331.437,93
<b>Taxa Interna de Retorno (pela fórmula do excel =TIR(C19:C24))</b>	<b>255%</b>

Fonte: Autoria própria (2021)

#### 6.9.4 – Ponto de Equilíbrio (PE)

Com os resultados dos Pontos de Equilíbrio Financeiro e Econômico da empresa, obteve a certeza de um investimento seguro e promissor. Para isso foi utilizado na parte financeira a receita bruta menos as despesas e custos variáveis e com o resultado obteve-se a margem de contribuição percentual. Logo após foi necessário efetuar o cálculo das despesas fixas e dividi-las pela margem de contribuição percentual, que trouxe um resultado de R\$1.066.422,40 (um milhão sessenta e seis mil quatrocentos e vinte e dois reais e quarenta centavos).

Já no âmbito econômico, foi subtraído a receita bruta pelas despesas variáveis e o valor resultante dividido pela quantidade estipulada de número de participantes disponível em eventos como consta no item 6.6. Diante disso, obteve-se um resultado de 90,92 unidades.

Quadro 7 – Cálculo Ponto de Equilíbrio Financeiro

$MC = \text{Receita Bruta} - \text{Custos e Despesas Variáveis}$ $MC = R\$ 3.056.812,77 - R\$ 135.933,86 = R\$ 2.920.878,91$ $MC\% = R\$ 2.920.878,91 / 3.056.812,77 = 0,96 \text{ OU } 96\%$ <p><b>Ponto de Equilíbrio Financeiro (C+DF / MC%)</b></p> $R\$ R\$ 1.023.765,50 / 0,96 = R\$ 1.066.422,40$
--

Fonte: Autoria própria (2021)

Quadro 8 – Cálculo Ponto de Equilíbrio Econômico

$PEE = \text{Receita Bruta} - \text{Custos e Despesas Variáveis} / \text{Quantidade}$ $PEE = R\$ 3.056.812,77 - R\$ 135.933,86 = R\$ 2.920.878,91$ $PEE = R\$ 2.920.878,91 / 32.125 = R\$ 90,92$ <p><b>Ponto de Equilíbrio Econômico</b></p> <p><b>90,92 Unidades</b></p>
---

Fonte: Autoria própria (2021)

#### 6.9.5 – Lucratividade (lucro líquido sobre a receita total)

Neste tópico é possível verificar que a empresa está conseguindo obter lucro de 43,56%, baseando-se no seu lucro total dividido pelo faturamento.

Quadro 9 – Cálculo Lucratividade

Período	Lucro	Faturamento
1	R\$ 229.706,10	R\$ 539.700,00
2	R\$ 241.191,41	R\$ 566.685,00
3	R\$ 255.662,89	R\$ 600.686,10
4	R\$ 273.559,29	R\$ 642.734,13
5	R\$ 331.437,93	R\$ 707.007,54
Total	R\$ 1.331.557,62	R\$ 3.056.812,77
<b>Lucratividade (Lucro/Fat. x100)</b>	<b>43,56%</b>	

Fonte: Autoria própria (2021)

### 6.9.6 – Rentabilidade (lucro líquido sobre o investimento total)

Na rentabilidade, é notória a capacidade da empresa de gerar renda e se sustentar diante das métricas e cálculos aplicados, mostrando um total de 1.446,93%.

Quadro 10 – Cálculo de Rentabilidade

Período	Lucro	Investimento Total
1	R\$ 229.706,10	<b>R\$ 92.026,17</b>
2	R\$ 241.191,41	
3	R\$ 255.662,89	
4	R\$ 273.559,29	
5	R\$ 331.437,93	
<b>Total</b>	<b>R\$ 1.331.557,62</b>	
<b>Rentabilidade (Lucro/Invest. x100)</b>	<b>1446,93%</b>	

Fonte: Autoria própria (2021)

Diante da exposição dos indicadores demonstrados no quadro acima, percebe-se o quão importante é uma análise financeira para a empresa e foi através dela a comprovação de um projeto viável, pois apresenta um VPL maior que 0 (R\$ 779.387,76), TIR (252%) maior que a taxa mínima de atratividade (15%) e *Payback* com menor tempo de retorno abaixo do esperado.

## 7 – ELEVATOR PITCH

Através do avanço da tecnologia se abriu um horizonte de oportunidades, o que antes era um processo demorado e estressante, agora pode ser feito com apenas alguns cliques na tela de um *smartphone*.

Observando as necessidades dos participantes de eventos de médio e grande porte surgiu a ideia do aplicativo SemFilla, com ele você poderá fazer seu pedido de alimentos e bebidas de forma simples e rápida através do seu celular, evitando assim o desperdício do seu tempo em filas de quiosques.

Quer saber como?

O SemFilla disponibilizará os cardápios dos quiosques disponíveis nos eventos para compras de alimentos e bebidas, o pagamento será realizado através do próprio aplicativo, e quando seu pedido estiver pronto você receberá uma mensagem avisando que já está disponível para retirada, tudo isso na palma da sua mão com praticidade e agilidade, sem perder nada do seu evento.

Viu como é simples?

Você aproveitará seus eventos favoritos com amigos e familiares sem perder tempo em filas, porque para nós do SemFilla seu tempo importa.

O tempo de retorno para futuros investidores é de 1,57 anos, cujo investimento inicial gira em torno de R\$ 92.026,17 (noventa e dois mil vinte e seis reais e dezessete centavos) com perspectiva de 43,56% de lucratividade sobre a receita, tornando o SemFilla um negócio viável.

Não fique de fora desse negócio promissor e seja um investidor!

## 8 – BUSINESS MODEL CANVAS

Os tópicos apresentados no Canvas (Figura 5) auxiliam a empresa com informações que são de fundamental importância para melhorias, tomadas de decisões e serem assertivos nas estratégias da empresa.

Figura 5 – Canvas SemFilla

<b>PARCERIA CHAVE</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Organizadores dos eventos</li> </ul>			
<b>ATIVIDADE CHAVE</b>	<b>OFERTA DE VALOR</b>	<b>CANAIS</b>	<b>SEGMENTO DE CLIENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Manutenção da plataforma;</li> <li>Estratégia de marketing;</li> <li>Suporte contínuo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Minimizar o tempo gasto em filas de tal forma que o cliente final possa desfrutar dos melhores momentos dos eventos de forma simples e prazerosa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apple Store;</li> <li>Google Play;</li> <li>Facebook;</li> <li>Instagram;</li> <li>Site.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Donos dos quiosques;</li> <li>Usuários participantes dos eventos;</li> <li>Organizadores dos eventos.</li> </ul>
<b>ESTRUTURA DE CUSTOS</b>		<b>FONTES DE RECEITA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desenvolvimento do aplicativo;</li> <li>Manutenção da plataforma;</li> <li>Marketing;</li> <li>Manutenção da hospedagem do servidor;</li> <li>Infraestrutura.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Taxa de 12% sobre cada transação realizada no aplicativo.</li> </ul>	
<b>RECURSOS CHAVE</b>		<b>RELACIONAMENTO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipes de TI e marketing terceirizada;</li> <li>Internet;</li> <li>Servidor para hospedagem.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Plano de fidelização dos clientes através de descontos exclusivos no app.</li> </ul>	
		 <b>SemFilla</b>	

Fonte: Autoria própria (2021)

## 9 – CONCLUSÃO

Durante o presente trabalho foi desenvolvido o aplicativo SemFilla, que visa focar no conforto dos clientes participantes dos eventos de médio e grande porte, que desejam aproveitá-lo da melhor maneira possível sem a necessidade de ocupar seu tempo em grandes filas de espera, tendo a comodidade de fazer seu pedido de forma online.

Através da análise SWOT ficou evidenciado o potencial do aplicativo SemFilla, visto que as forças e oportunidades apontadas são relevantes e favoráveis ao negócio.

A pesquisa do perfil do cliente nos apontou números surpreendentes, não só em relação ao perfil do público, mas também em nível de aceitação da ideia e a adesão a utilização do aplicativo durante eventos.

A análise de viabilidade do negócio também trouxe resultados positivos, o valor de investimento inicial é de R\$ 74.963,47 (setenta e quatro mil novecentos e sessenta e três reais e quarenta e sete centavos), com um *Payback* de 1,57 anos, a TIR (taxa interna de retorno) de 255% e o VPL do projeto é de R\$ 779.387,76 (setecentos e setenta e nove mil trezentos e oitenta e sete reais e setenta e seis centavos). Como premissa para aceite ou não do projeto é possuir um valor presente líquido maior do que zero, os cálculos apontam o quão favorável é o desenvolvimento da empresa

Mediante o exposto, percebe-se que a viabilidade do negócio é positiva, podendo alcançar muitos clientes e usuários para o aplicativo, sendo um negócio altamente atrativo aos investidores.

## REFERÊNCIAS

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de Mercado**. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/publicacoes/focus/16042021>>. Acesso em 05 de Maio de 2021.

CONTABILIVRE. Simule os valores para abrir sua empresa. Disponível em: <<https://www.contabilivre.com.br/abrir-empresa.php>> Acesso em 12 de Março de 2021.

CONTABILIZEI BLOG. **Como calcular o Pró Labore?** Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/calcular-pro-labore/>>. Acesso em 04 de Maio de 2021.

CONTABILIZEI BLOG. **Quanto custa abrir uma empresa no Brasil? Confira os custos e taxas em 2021**. Disponível em: < <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/quanto-custa-abrir-empresa-no-brasil-descubra-tudo/>> Acesso em 12 de Março de 2021.

CONTABILIZEI BLOG. **Quanto custa registrar uma marca? Taxas, Prazo, INPI**. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/quanto-custa-registrar-uma-marca/#:~:text=Quanto%20custa%20para%20registrar%20a,%E2%80%93%20%C3%A9%20de%20R%24%20355>>. Acesso em: 12 de Março de 2021.

CONUBE. **O que é a sociedade limitada e quais suas principais características?** Disponível em: <<https://conube.com.br/blog/o-que-e-sociedade-limitada/>>. Acesso em: 28 de Março de 2021.

ESPECIALISTA DIGITAL. **Quanto custa o marketing digital?** Disponível em <<https://especialistadigital.com.br/quanto-custa-marketing-digital/>> Acesso em: 05 de Maio de 2021.

FOCO COWORKING E ESPAÇOS DE ESTUDOS. **Estrutura**. Disponível em: <<https://www.fococoworking.com.br/estrutura>>. Acesso em: 23 de Março de 2021.

FOLHA DE LONDRINA. **Gastos com bebida puxam a conta na balada**. Disponível em: <<https://www.folhadelondrina.com.br/economia/gastos-com-bebida-puxam-a-conta-na-balada->>. Acesso em: 30 de Abril de 2021.

INFOPRICE. **8 Estratégia de preço que toda empresa deve conhecer.** Disponível em: <<https://www.infoprice.co/2019/09/19/8-estrategias-de-preco-que-toda-empresa-deve-conhecer/>> Acesso em: 26 de Março 2021.

MERCADO E EVENTOS. **Minas Gerais se destaca no turismo de eventos e negócios.** Disponível em: <<https://www.mercadoeventos.com.br/noticias/destinos/minas-gerais-se-destaca-no-turismo-de-eventos-e-negocios/>> Acesso em 05 de Maio de 2021.

NANINI, Alessandro. **Autoatendimento: 5 Razões para essa ser a principal tendência para bares e restaurantes em 2019.** Disponível em: <<https://blog.goomer.com.br/autoatendimento-tendencia-restaurantes/>>. Acesso em: 25 de Março de 2021.

NETHORIZONTES. **Servidor VPS.** Disponível em: <<https://www.nethorizontes.com.br/produtos/hospedagem/vps#>>. Acesso em 02 de Maio de 2021.

RECEITA DA FAZENDA. **ANEXO V Alíquotas e Partilha do Simples Nacional.** Disponível em: <<http://normas.receita.fazenda.gov.br>>. Acesso em 05 de Maio de 2021.

RECEITA DA FAZENDA. **IN SRF Nº 4 - 1985.** Disponível em: <[http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=original&idAto=12810#:~:text=%22Fixa%20o%20prazo%20de%20vida,\(%22%20software%22%20\).%22](http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=original&idAto=12810#:~:text=%22Fixa%20o%20prazo%20de%20vida,(%22%20software%22%20).%22)> Acesso em 01 de Maio de 2021.

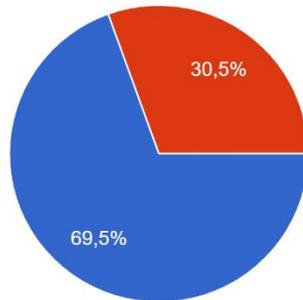
X APPS. **Quanto custa criar um app para sua Startup?** Disponível em: <<https://www.x-apps.com.br/quanto-custa-criar-um-app-para-sua-startup>> Acesso em 18 de Março de 2021.

## APÊNDICE

### APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Qual o seu gênero?

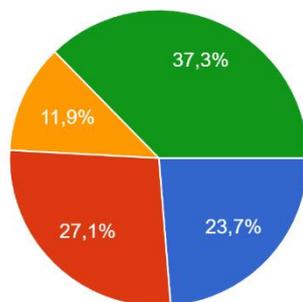
59 respostas



- Feminino
- Masculino

Qual a sua faixa etária?

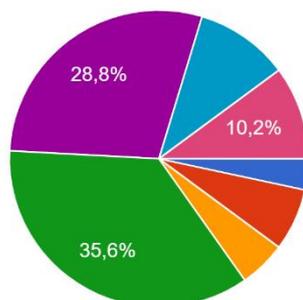
59 respostas



- Até 20 anos
- De 21 a 30 anos
- De 31 a 40 anos
- De 41 a 50 anos

Qual é seu nível de escolaridade?

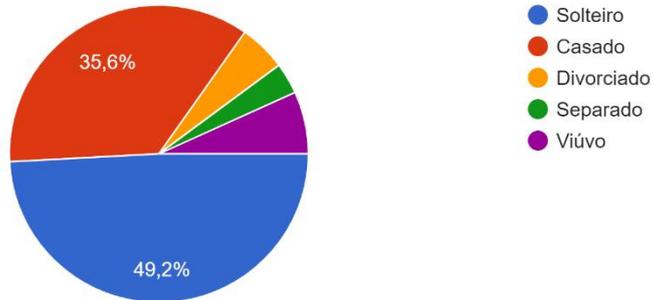
59 respostas



- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós graduação (ou superior a esse)

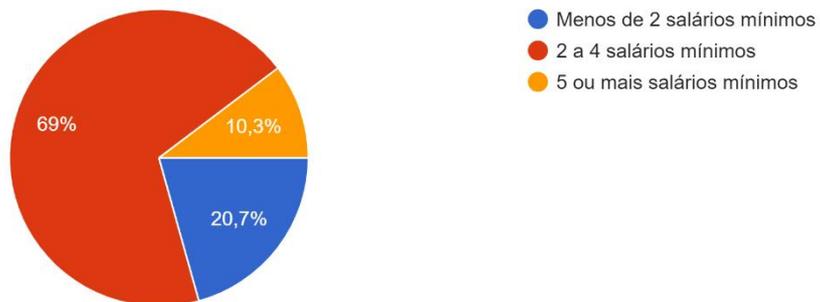
## Qual seu Estado Civil?

59 respostas



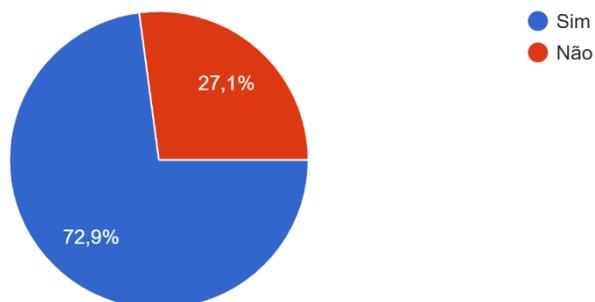
## Qual a faixa de renda mensal da família, em salários mínimos.

58 respostas



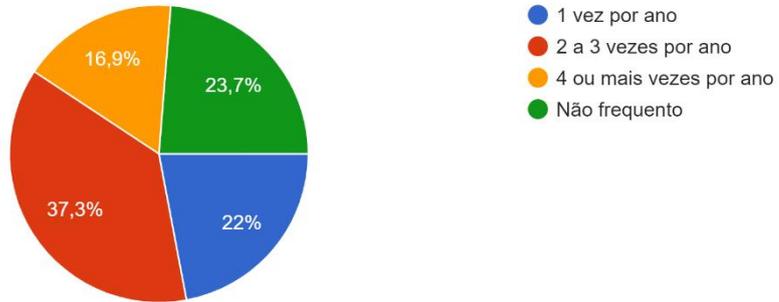
## Você Frequenta eventos de médio/ grande porte?

59 respostas



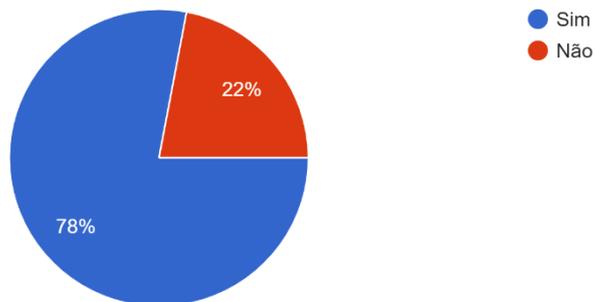
Com qual frequência?

59 respostas



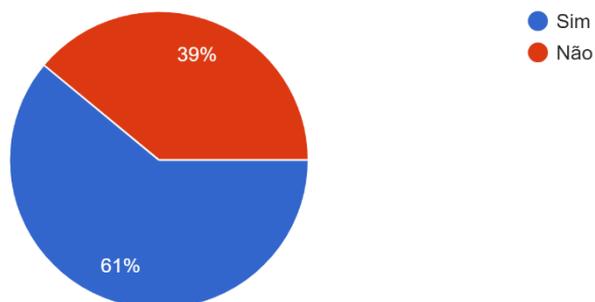
Você consome alimentos/ bebidas durante esses eventos?

59 respostas



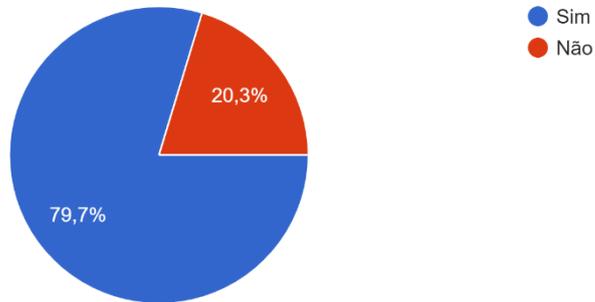
Em um evento de médio/grande porte, faria o pedido do seu alimento por um aplicativo online?

59 respostas



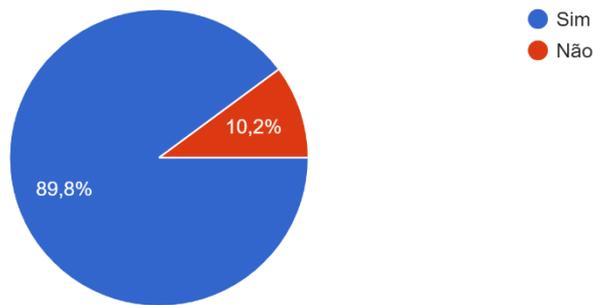
Você acha interessante a ideia da praticidade de se pedir algo por um aplicativo online em eventos, evitando filas?

59 respostas



Você acredita que o delivery ajuda a poupar seu tempo?

59 respostas



## APÊNDICE B – LINK DA APRESENTAÇÃO

<https://www.youtube.com/watch?v=koKfdJpOrJk>