

**CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO JOSÉ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

Ruth de Souza Rodrigues
Sara Alves da Silva

FAST MARKET

Rio de Janeiro
2020

Ruth de Souza Rodrigues
Sara Alves da Silva

FAST MARKET

Projeto de pesquisa apresentado para a
Disciplina de TCC I, Plano de Negócio sob
a orientação do prof. Eduardo Bezerra de
Sousa.

Rio de Janeiro
2020

SUMÁRIO

	Página
1. INTRODUÇÃO	4
2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	5
3. ANÁLISE DE MERCADO.....	7
4. PLANO DE MARKETING.....	
10	
5. PLANO OPERACIONAL.....	
6. PLANO FINANCEIRO.....	
7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS.....	
8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	
9. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	
10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	

1. INTRODUÇÃO.

Fast Market é um aplicativo que visa informar de forma rápida e objetiva os preços do produto de forma rápida e objetiva, e a localização mais próxima ao consumidor. Facilitando assim a urgência da necessidade da compra do cliente e otimizando tempo e dinheiro. É um aplicativo que reuni as melhores promoções dos supermercados.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 – Resumo dos principais pontos do plano de negócio

Fast Market é um aplicativo que tem como prioridade de agilizar a vida do consumidor, procurando as melhores condições de acordo com o local em que a pessoa está localizada, com os melhores preços e promoções de supermercados.

2.2 – Logomarca



2.3 – Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

Sócio 1

Nome: Ruth de Souza Rodrigues

Endereço: Av. Canal, 565, Realengo.

Cidade: Rio de Janeiro

Estado: RJ

Telefone: 986947119

Breve currículo:

- Cursando o 7º período em Administração na UNISÃOJOSÉ.
- Trabalha na ONG CIEDS.

Sócio 2

Nome: Sara Alves da Silva

Endereço: Rua Regência, 120, fundos-Realengo.

Cidade: Rio de Janeiro

Estado: RJ

Telefone: 987951110

Breve Currículo:

- cursando o 7º período em Administração na UNISÃOJOSÉ.
- Desempregada.

2.4 – Dados do empreendimento

Nome da empresa: Fast Market

CNPJ/CPF: 12.365.648/0001-23

2.5. – Missão, Visão e Valores da empresa

Missão: Atender e informar toda a população promoções e preços dos produtos através do aplicativo de forma rápida e segura.

Visão: Ser o maior aplicativo de promoções na área de supermercado no estado.

Valores: Empenho para com os clientes, parceiros e colaboradores; credibilidade; inovação; respeito e privacidade.

2.6 – Setores de atividade

Serviços

2.7 – Forma jurídica

Sociedade limitada

2.8 – Enquadramento tributário

Simplex Nacional

2.9 – Capital social

	Nome do Sócio	Valor(R\$)	% de participação
Sócio 1	Ruth Rodrigues	R\$ 17.500,00	50%
Sócio 2	Sara Alves	R\$ 17.500,00	50%

3.0. – Fonte de recursos

Os sócios descritos acima tiraram seu capital pessoal e juntaram para o Investimento da empresa através de herança, poupança, entre outros meios.

3. ANÁLISE DE MERCADO

3.1 –Estudo dos clientes

Esta é uma das etapas mais importantes da elaboração do seu plano. Afinal, sem clientes não há negócios. Os clientes não compram apenas produtos, mas soluções para algo que precisam ou desejam e precisam otimizar o tempo e dinheiro. Então pesquisamos um público de todas as classes a importância de oferecer este serviço. Identificando os interesses comportamentos dos clientes durante a grande alta nos valores dos produtos durante a pandemia.

3.2 O mercado

É imprescindível para o bom funcionamento e gerenciamento de um negócio, análises estratégicas e de mercado, a fim de obter vantagens competitivas frente aos concorrentes dos supermercados. A Fast Market discorre sobre as vantagens

estratégicas e a tecnologia da informação, identificando como tais os Sistemas de Informação Estratégicos e capazes de modificar significativamente a condução dos negócios, como produtos, processos e objetivos, para ganhar vantagens competitivas. O mercado de aplicativos de preços é diferenciado e abrangente, sendo necessário para acessar o mesmo apenas conexão com a Internet através de todos tipos de telefones. Dessa forma, o limite de alcance de mercado seria imposto apenas pelas questões de marketing e interesses pessoais.

3.3 Pesquisa de mercado

Para analisar o mercado específico alvo do aplicativo a ser desenvolvido, foi realizada uma pesquisa online 1 difundida através de redes sociais entre pessoas de diferentes idades e classes sociais, com maior respaldo de respostas obtido na Rede social nos WhatsApp. A pesquisa ocorreu nos meses de maio e junho de 2020, onde foram obtidas 200 respostas das 800 previstas, representando cerca de 25%, onde se pode ter uma noção quanto à realidade dos compradores e o uso de Smartphones por eles. Como a pesquisa foi realizada apenas entre pessoas de renda inferior a R\$.3000,00 procurou-se distinguir sexo, idade e sua necessidade, para verificar se havia relação entre estes e as respostas conseguintes.

3.3 O público alvo

São clientes e pessoas de todas as classes sociais que utilizam Smartphones com os sistemas operacionais IOS e Android. Nesse sentido por falta de tempo procuram ofertas e promoção em tempo real e local próximo ao cliente. A área do setor digital é pouco explorada e regional. Aplicativos criados com enfoque para estudos referem-se a informação de divulgação de preços e promoções, Com objetivo de informar as promoções em tempo real e o local mais próximo do cliente etc. Verificou-se através de pesquisa nas lojas de aplicativos online disponibilizadas aos sistemas operacionais Android e iOS, a inexistência de possíveis concorrentes ao aplicativo ofertado. A singularidade do Fast Market está na possibilidade de uso por todos os consumidores da região da zona Oeste.

3.4 Concorrentes

O Fast Marketing não possui concorrentes que atuem na mesma área que ele, visto que se trata de um aplicativo, algo inovador na área de ofertas e promoções. Mas tem sua exceção, pois se parar para analisar as grandes redes de supermercados do tipo: Carrefour, Guanabara, Prezunic, dentre outros, possuem encartes com suas próprias promoções, o que os torna concorrentes indiretos.

4. PLANO DE MARKETING

O Fast Market é um aplicativo que busca oferecer economia para a população do RJ. A publicidade será feita através de parcerias com plataformas digitais, visando a divulgação das melhores ofertas e promoções. Para acessá-las os clientes terão que baixar o aplicativo na loja dos telefones. Tem como objetivo de negócio o intuito de passar a informação de preço pelo aplicativo com um diferencial competitivo utilizando a estratégia de produto em diferenciação baseada na imagem que irá propor uma marca com a visão de impactar e chamar atenção do cliente. Na busca de atender à necessidade e desejo do consumidor que busca se identificar com a oferta e disponibilidade oferecida para ele. Toda a gestão operacional e de serviços estará em conformidade a estratégia de negócio. Os preços serão competitivos, pois trarão uma grande concorrência entre as maiores redes de supermercados. O Fast Market tem sua parcela na sustentabilidade, a partir do momento em que não utiliza encartes impressos.

O **FAST MARKETING** tem como objetivo um crescimento esperado de 05 meses a 01 ano. As prospecções do aplicativo, serão feitas através de mídias sociais, criação de uma página na internet divulgando o aplicativo, anúncio em outdoor.

5. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

AMBIENTE INTERNO	Análise Swot
FORÇAS	FRAQUEZA
VALOR DA MARCA COM SEGMENTO	BAIXO CAPITAL DE INVESTIMENTO
PREÇOS COMPETITIVOS	POUCA EXPERIÊNCIA NO SEGMENTO DO APLICATIVO
COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	MENOR ACESSO NO APLICATIVO
AMBIENTE EXTERNO	Análise Swot
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
DIVULGAÇÃO E INTERAÇÃO	CONCORRÊNCIAS
CONHECIMENTO DE NOVAS EMPRESAS	NOVAS TECNOLOGIAS
MAIOR ACESSO A INERNET	FALHAS NA REDE

6- PLANO OPERACIONAL

PLANO FINANCEIRO

7.1 Estimativas dos Investimentos Totais

7.1.1- Estimativas dos Investimentos Fixos

A) Máquinas e Equipamentos

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	LEP TOP	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
2	CELULARES	2	R\$ 1.200,00	R\$ 2.400,00
3				R\$ -
4				R\$ -
5				R\$ -
6				R\$ -
			Subtotal (A)	R\$ 5.400,00

B) Despesas Pré operacionais

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	<u>Software avançado</u>	1	R\$ 290,00	R\$ 290,00
2	cadastro do desenvolvedor do aplicativo	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
3	despesa internet	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
4	outras despesas Luz, acessórios		R\$ 200,00	R\$ 200,00
5				R\$ -
6				R\$ -
			Subtotal (B)	R\$ 780,00

Os valores dos softwares, geralmente, são dados em dólar. O valor usado na conversão foi baseado no valor do dólar no dia 18/03/2021, R\$ 5,12.

A inscrição na Apple store custa US\$ 99/ano e na Google play US\$ 40,00/ano. O valor usado na conversão foi baseado no valor do dólar no dia 18/03/2021, R\$ 5,12.

Acreditamos que muitos Brasileiros devido a pandemia e crise econômica procurem os menores preços, produto e qualidade através do nosso aplicativo.

Fluxo de Caixa Fast Market.

A - Estimativa do Faturamento Anual

	Entradas	Ano o	ano 1	ano 2 Total	ano 3 Total	ano 4 Total
1	INVESTIMENTO INICIAL	6.880,00		R\$ -	R\$ -	R\$ -
2	TRANSAÇÕES NA PLATAFORMA		R\$ 12.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 36.000,00	R\$ 45.000,00
3	DOWNLOADS PAGOS DO APP		R\$ 15.000,00	R\$ 18.000,00	R\$ 28.000,00	R\$ 35.000,00
4	NUMERO DE PACOTES ASSINADOS		R\$ 30.000,00	R\$ 43.000,00	R\$ 75.000,00	R\$ 89.000,00
5	DEPRECIÇÃO		R\$ 640,00	R\$ 512,00	R\$ 537,60	R\$ 532,48
				R\$ -	R\$ -	R\$ -
7	SAIDAS			R\$ -	R\$ -	R\$ -
8	DESPESAS E CUSTOS FIXOS			R\$ -	R\$ -	R\$ -
9	DESPESAS E CUSTOS VARIÁVEIS		R\$ 117.000,00	R\$ 117.000,00	R\$ 117.000,00	R\$ 117.000,00
10				R\$ -	R\$ -	R\$ -
11	LAIR			R\$ -	R\$ -	R\$ -
12	IR			R\$ -	R\$ -	R\$ -
13	DEPRECIÇÃO			R\$ -	R\$ -	R\$ -
14	FLUXO DE CAIXA	6.880,00		R\$ -	R\$ -	R\$ -
15	FLUXO DE CAIXA ACUMULADO	6.880,00		R\$ -	R\$ -	R\$ -
16				R\$ -	R\$ -	R\$ -
17				R\$ -	R\$ -	R\$ -
26				R\$ -	R\$ -	R\$ -

Total	R\$ 202.512,00	R\$ 256.537,60	R\$ 286.532,48
--------------	----------------	----------------	----------------

6. CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Secção normalmente situada ao final de um trabalho científico, que lista as fontes documentais utilizadas, individualmente identificadas através de uma referência.

- **Com um autor:**

ÚLTIMO SOBRENOME, Prenomes. **Título da obra.** Número da edição. Local de publicação: Nome da editora, ano da publicação.

Ex: **SANTOS, R.** Comércio exterior. **3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.**

- **Com dois autores:**

ÚLTIMO SOBRENOME, Prenomes; ÚLTIMO SOBRENOME, Prenomes. **Título da obra.** Número da edição. Local de publicação: Nome da editora, ano da publicação.

Ex: MARTINS, C.; CALDAS, J.F. **Administração geral.** 4. ed. Rio de Janeiro: Saraiva, 1992.

- **Parte de obras:**

ÚLTIMO SOBRENOME, Nome do autor da parte. Título da Parte. In: Sobrenome do autor, Prenomes. **Título da obra.** Número da edição. Local de publicação: Nome da editora, ano da publicação.

Ex: CORDEIRO, J.C. O Conflito nas Organizações. In: Saraiva, José Francisco. **Mudança organizacional.** 4. ed. Rio de Janeiro: Saraiva, 1992.

- **Artigos de jornal:**

- Com o nome do autor: ÚLTIMO SOBRENOME, Prenomes. Título do Artigo, **Título do jornal**, Local de publicação, dia, mês abreviado, ano, seção, caderno ou parte do jornal e a paginação correspondente. Quando não houver seção, caderno ou parte, a paginação do artigo ou matéria precede a data.

Ex: SANTOS, A.F. As empresas virtuais. **Jornal Diário**, São Paulo, 18 ago 1997. Encarte Técnico, p. 8.

- Sem o nome do autor: **TÍTULO DO JORNAL**. Título do artigo. Local de publicação, dia, mês abreviado, ano.

Ex: ZERO HORA. As empresas virtuais. Porto Alegre, 15 set 1997.

- **Artigos de periódicos (revistas):**

ÚLTIMO SOBRENOME, Prenomes. Título do Artigo. **Título do periódico**, Local de publicação, número de volumes, número do fascículo, página inicial-final do artigo, dia, mês abreviado, ano.

EX: CARVALHO, Antônio José. O fim dos empregos. **Revista de Administração**, São Paulo, 58, n.14, p.170-182, ago-set, 1997.

- **Textos completos de pesquisas eletrônicas:**

ÚLTIMO SOBRENOME, Prenomes. **Título**. Data. Endereço eletrônico: endereço.

Ex: WEBBER, S. Bussiness sources on the internet. 2003. Disponível em:<
<http://www.dis.strach.ac.uk/ftp/pub/interasac/>> Acesso em : 7ago. 2003

- **Leis:**

LOCAL DE JURISDIÇÃO. Órgão competente. Título e número da lei, partes envolvidas (se houver), relator, local, data e dados da publicação.

Ex: BRASIL. Decreto-lei nº 2423, 7 de abril de 1988. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, v.126, n.66, p.6009, 8 abr. 1988.

OBS: Demais referências que não estejam incluídas nos exemplos acima devem ser pesquisadas nas normas da ABNT.

REGRAS GERAIS DE APRESENTAÇÃO

As regras de apresentação representam um item fundamental na produção dos trabalhos acadêmicos. É imprescindível destacar algumas considerações quanto à numeração de páginas, aspectos referentes à digitação, maneira de redação, seqüência de figuras, formatação de tópicos e estrutura de apresentação, seguindo normas da ABNT:

▪ **FORMATO:**

- ✓ Papel branco, formato A4 (21cm X 29,7cm);
- ✓ Modelo de fonte Times New Roman ou Arial;
- ✓ Tamanho de fonte 12 e tamanho menor (10) para citações de mais de três linhas, notas de rodapé, paginação e legendas das ilustrações e tabelas (título = 16 e subtítulo = 14)
- ✓ No caso das citações com mais de três linhas, deve-se observar o recuo de 4 cm da margem esquerda.

▪ **MARGENS:**

- ✓ Direita e inferior de 2 cm; esquerda e superior de 3 cm;
- ✓ Marca de parágrafo a 1,5cm da margem (geralmente um Tab nos teclados).

▪ **ESPACEJAMENTO:**

- ✓ O texto deve ser digitado com espaço 1,5;
- ✓ As citações de mais de três linhas, as notas, as referências, as legendas das ilustrações e tabelas, a ficha catalográfica e a natureza do trabalho (da folha de rosto) devem ser digitados em espaços simples;
- ✓ As referências, ao final do trabalho, devem ser separadas entre si com por espaço duplo;
- ✓ Os títulos das subseções devem ser separados do texto que os precede ou que os sucede por dois espaços duplos.

▪ **PAGINAÇÃO**

- ✓ Todas as folhas do trabalho, a partir da folha de rosto devem ser contadas seqüencialmente, mas não numeradas. A numeração é colocada a partir da

primeira folha da parte textual, em algarismos arábicos, no canto superior direito da folha, a 2 cm da borda superior;

✓ Havendo apêndice ou anexo as suas folhas também são contadas e numeradas de forma contínua.