

ExpressFood

**Elaborado por: Caio Agnes, Daiana Morás, João Paulo Alves, Luis Gustavo Bertolin,
Sandro Isaac Marusso Belchior**

Data criação: 19/05/2018 11:43

Data Modificação: 19/05/2018 16:24

Tipo Empresa: Estudantil

- 1 - Sumário Executivo
 - 1.1 - Resumo
 - 1.2 - Dados dos empreendedores
 - 1.3 - Missão da empresa
 - 1.4 - Setores de atividade
 - 1.5 - Forma jurídica
 - 1.6 - Enquadramento tributário
 - Âmbito federal
 - 1.7 - Capital social
 - 1.8 - Fonte de recursos
- 2 - Análise de mercado
 - 2.1 - Estudo dos clientes
 - 2.2 - Estudo dos concorrentes
 - 2.3 - Estudo dos fornecedores
- 3 - Plano de marketing
 - 3.1 - Produtos e serviços
 - 3.2 - Preço
 - 3.3 - Estratégias promocionais
 - 3.4 - Estrutura de comercialização
 - 3.5 - Localização do negócio
- 4 - Plano operacional
 - 4.1 - Leiaute
 - 4.2 - Capacidade instalada
 - 4.3 - Processos operacionais
 - 4.4 - Necessidade de pessoal
- 5 - Plano financeiro
 - 5.1 - Investimentos fixos
 - 5.2 - Estoque inicial
 - 5.3 - Caixa mínimo
 - 5.4 - Investimentos pré-operacionais
 - 5.5 - Investimento total
 - 5.6 - Faturamento mensal
 - 5.7 - Custo unitário
 - 5.8 - Custos de comercialização
 - 5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV
 - 5.10 - Custos de mão-de-obra
 - 5.11 - Custos com depreciação
 - 5.12 - Custos fixos operacionais mensais
 - 5.13 - Demonstrativo de resultados
 - 5.14 - Indicadores de viabilidade
- 6 - Construção de cenário
 - 6.1 - Ações preventivas e corretivas
- 7 - Avaliação estratégica
 - 7.1 - Análise da matriz F.O.F.A
- 8 - Avaliação do plano
 - 8.1 - Análise do plano

1 - Sumário Executivo

1.1 - Resumo

Após estudar por quatro anos juntos, nossa turma resolveu colocar em prática um antigo projeto de criação de uma empresa, onde resolvemos estudar e entender melhor o mercado atual para dar início à atividade da empresa.

A "ExpressFood" foi uma ideia que tivemos para tentar solucionar um problema comum para muitas pessoas hoje em dia. Com o passar dos tempos, tudo vem ficando muito corrido, fazendo com que as pessoas priorizem tudo que seja rápido. E o principal enfoque que tivemos nesta necessidade foi o horário de almoço de pessoas que trabalham.

Bom, mas o que se trata a empresa? Para suprir essa necessidade de redução de tempo nos almoços diários de qualquer trabalhador, resolvemos disponibilizar um aplicativo para empresas e restaurantes, onde o usuário (trabalhador ou cliente) consegue programar todas as refeições que necessita na semana em apenas alguns minutos.

No aplicativo eles conseguem marcar o que querem comer na segunda-feira, terça, quarta e assim em diante, utilizando uma plataforma de fácil acesso por celular, colocando informações como: opções de almoço (arroz, feijão, tipo de carne etc.), local e o horário certo em que deseja receber sua "marmitta".

O benefício deste serviço, vai além da praticidade de poder montar sua "jornada de almoço semanal" em um domingo tranquilo, por exemplo, ele melhora a qualidade de vida das pessoas, fazendo com que não seja necessário o deslocamento até suas casas naquela pouca hora de almoço em que eles têm. Reduz o tempo com transporte, além de não ter que ficar esperando na "fila do micro-ondas" que existe em toda empresa, fazendo com que possam comer sempre comida fresca de algum restaurante ou refeitório da empresa.

E onde entram os benefícios para empresas e restaurantes que adquirirem nossos serviços?

Para empresas: a partir do momento em que os funcionários não precisam se deslocar até suas casas, isso reduz o número de atrasos por trânsito em que eles têm que enfrentar neste horário de pico. Reduz também a quantidade de acidentes de trânsito, um benefício enorme para as empresas (já que nenhuma empresa gosta de funcionários afastados por acidentes, certo?!). Além de oferecer um controle total dos almoços a serem preparados por empresas que disponibilizam o almoço a seus funcionários, fazendo com que economizem com desperdícios gerados por não saber qual a quantidade certa a fazer de comida.

Para restaurantes: promove o restaurante com parceria fazendo com que pessoas possam poupar tempo em ligar no restaurante e o telefone estar sempre ocupado (cliente que não consegue pedir na hora, liga pra concorrência), também gera total controle do número de marmittas a serem feitas, dentro de um relatório com local, tipo de marmitta e horário a ser entregue. E faz com que o número de clientes aumente em mais de 100% já que hoje a velocidade e tecnologia vêm dominando o mundo.

Para início das atividades, será necessária a quantia de R\$120.262,65 de onde iremos dividir entre os cinco sócios do negócio, totalizando R\$24.052,53 para cada um. Fazendo com que a empresa possa dar um pontapé inicial.

No decorrer deste documento, iremos mostrar o quanto viável é investir nesta ideia, neste plano de negócio

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 284.767,56
Lucratividade	20,56 %
Rentabilidade	64,50 %
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 7 meses

1.2 - Dados dos empreendedores

Nome:	Sandro Isaac Marusso Belchior		
Endereço:	Rua José Roberto Ribeiro		
Cidade:	São João da Boa Vista	Estado:	São Paulo
Perfil:			
Programador			
Atribuições:			
Programa para os restaurantes			

Nome:	Luis Gustavo Bertolin		
Endereço:	Rua José Roberto Ribeiro		
Cidade:	São João da Boa Vista	Estado:	São Paulo
Perfil:			
Programador			
Atribuições:			
Programador para os restaurantes			

Nome:	João Paulo Alves		
Endereço:	Rua José Roberto Ribeiro		
Cidade:	São João da Boa Vista	Estado:	São Paulo
Perfil:			
Programador			
Atribuições:			
Programa para os restaurantes			

Nome:	Daiana Morás		
Endereço:	Rua José Roberto Ribeiro		
Cidade:	São João da Boa Vista	Estado:	São Paulo
Perfil:			
Programador			
Atribuições:			
Programa para os restaurantes			

Nome:	Caio Agnes		
Endereço:	Rua José Roberto Ribeiro		
Cidade:	São João da Boa Vista	Estado:	São Paulo

Perfil:
Programador
Atribuições:
Programa para os restaurantes

1.3 - Missão da empresa

Missão - Estar presente em todo território nacional.
Oferecer aos clientes opções diferentes de restaurantes e produtos.

Visão - Estar entre os aplicativos mais acessados da área alimentícia, se tornando referência em tecnologia e qualidade de serviço.

Valores - Prestígio pelos nossos clientes e pelos usuários do aplicativo, com melhorias contínuas e inovações no aplicativo.

1.4 - Setores de atividade

- Agropecuária
- Comércio
- Indústria
- Serviços

1.5 - Forma jurídica

- Empresário Individual
- Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- Microempreendedor Individual – MEI
- Sociedade Limitada
- Outros:

1.6 - Enquadramento tributário

Âmbito federal

Regime Simples

- Sim
- Não

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para indústria)

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS - Imposto sobre Serviços

1.7 - Capital social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Sandro Isaac Marusso Belchior	R\$ 24.052,53	20,00
2	Luis Gustavo Bertolin	R\$ 24.052,53	20,00
3	João Paulo Alves	R\$ 24.052,53	20,00
4	Daiana Morás	R\$ 24.052,53	20,00
5	Caio Agnes	R\$ 24.052,53	20,00
Total		R\$ 120.262,65	100,00

1.8 - Fonte de recursos

Por sermos cinco sócios, optamos por trabalhar com nossos próprios recursos, fazendo com que igualmente, todos arquem com a quantia de 20% do custo inicial para inicialização da atividade da empresa.

2 - Análise de mercado

2.1 - Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

Restaurantes e empresas

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

*Interessa a grandes empresas cujo qual tem muitos funcionários, para obter um controle de quanto se deve produzir de comida para os mesmos, a fim de diminuir a perda da hora do almoço dos colaboradores e desperdício de comida.

*Para restaurantes é uma solução para ampliar as vendas, devido ao avanço da tecnologia e ao fácil acesso de celular com internet.

*Para clientes de restaurantes e das empresas, é um solução para a perda de tempo no almoço, pois ela já pode deixar programado pelo aplicativo a compra ou a reserva de sua refeição.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

Estado de São Paulo, com visão de abrangência para todo território nacional.

2.2 - Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
iFood	Alta	combram 12% de cada produto vendido	Pago diretamente no app	Brasil	excelente	Vender os produtos pelos clientes

Conclusões

O concorrente oferece o serviço de vender pelos restaurantes cobrando uma taxa por número de refeições que foram vendidas. Oferecemos de diferente a interação no aplicativo pelo consumidor, além de uma taxa única de pagamento para os locais, e programação de venda seja dia, semana ou mês.

2.3 - Estudo dos fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Materiais em geral	Materiais para escritório	Por cotação	Prazo, mediante boleto bancário.	Até 2 dias após o pedido	Nosso estado
2	Serviço necessário	Prestador de serviço de manutenção de rede e hardwares	Mediante combinação entre 100 a 200 diários	Prazo de 30 dias, Efetuado via depósito bancário	No dia solicitado	Nosso estado
3	Serviço	Consultoria Financeira	Mediante combinação entre 100 a 500 reais	30 dias, mediante depósito bancário.	No dia solicitado	Nosso estado

3 - Plano de marketing

3.1 - Produtos e serviços

Divulgação de restaurantes/ Empresas, para que os mesmos possam vender suas refeições e programar suas refeições.

Nº	Produtos / Serviços
1	Divulgação

3.2 - Preço

Após pesquisa de mercado, resolvemos optar por uma mensalidade fixa a cobrar, diferenciando-nos dos demais concorrentes, que atuam por porcentagem. Isso nos dá um diferencial de garantia de taxa no final do mês para nossos clientes, o que os faz criar confiança no nosso início de atuação no mercado.

3.3 - Estratégias promocionais

*Para divulgar iremos contratar empresas de marketing.

*Para atrair clientes iremos oferecer depois de um tempo no mercado, a possibilidade da primeira mensalidade gratuita.

3.4 - Estrutura de comercialização

Teremos nosso ponto onde atenderemos os clientes, e também via telefone, WhatsApp e e-mail.

3.5 - Localização do negócio

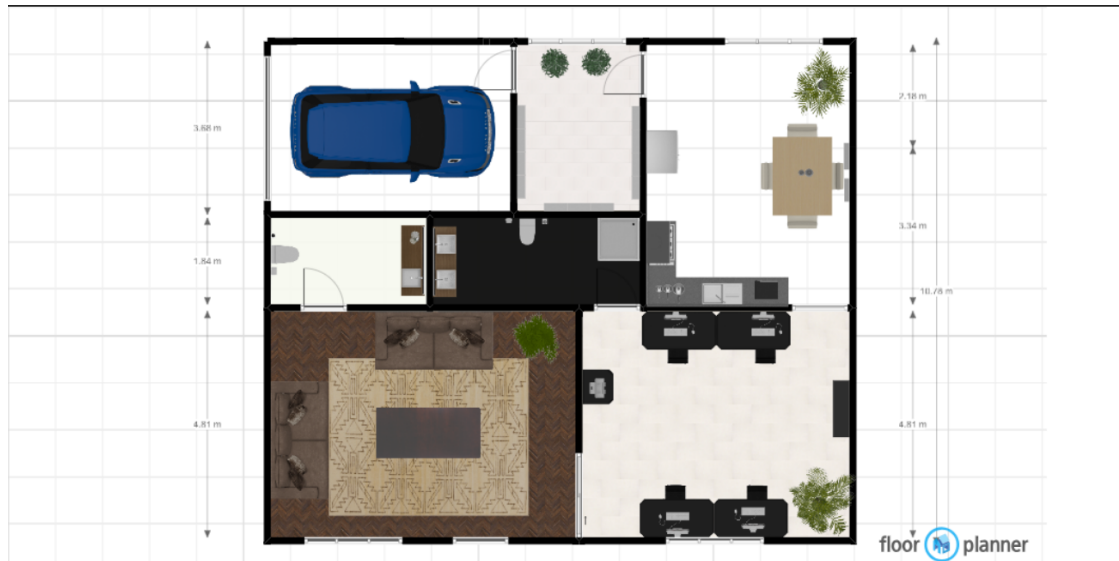
Endereço:	Rua Conselheiro Antônio Prado
Bairro:	Centro
Cidade:	São João da Boa Vista
Estado:	São Paulo
Fone 1:	(19) 9999-9999
Fone 1:	(19) 9999-9999
Fax:	() -

Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

Consideramos uma boa escolha optar por instalar nossa empresa no centro, onde boa parte da população transita diariamente, fazendo que nosso trabalho fique mais visível no início.

4 - Plano operacional

4.1 - Leiaute



4.2 - Capacidade instalada

Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?

Não colocaremos limite, pois com aumento de demanda, contrataremos mais mão de obra, porém, planejamos já iniciar o negócio após uma campanha de marketing e antes de dar início a atividade com 150 clientes, com projeção de aumento até o fim do ano de 150 para 300 clientes.

4.3 - Processos operacionais

Como prestaremos o serviço de locação do aplicativo, iremos utilizar a seguinte rotina:

Análise de estabilidade do sistema do aplicativo;

Verificação de e-mails enviados dos nossos clientes;

Atualização do aplicativo ou modificação no mesmo quando solicitado pelo cliente;

Formulação de um feedback para as empresas, a fim de demonstrar os benefícios que o aplicativo faz nas empresas.

4.4 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
----	--------------	---------------------------

5 - Plano financeiro

5.1 - Investimentos fixos

A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (A)				R\$ 0,00

B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Software	1	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00
SUB-TOTAL (B)				R\$ 30.000,00

C – Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (C)				R\$ 0,00

D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Mesas de escritório	5	R\$ 350,00	R\$ 1.750,00
2	Cadeiras	5	R\$ 180,00	R\$ 900,00
3	Outros Necessários	1	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00
SUB-TOTAL (D)				R\$ 12.650,00

E – Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Veículo necessário	1	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00
SUB-TOTAL (E)				R\$ 35.000,00

F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Computadores	5	R\$ 2.500,00	R\$ 12.500,00
2	Notebook	2	R\$ 2.500,00	R\$ 5.000,00
SUB-TOTAL (F)				R\$ 17.500,00

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):	R\$ 95.150,00
---	----------------------

5.2 - Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
TOTAL (A)				R\$ 0,00

5.3 - Caixa mínimo

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Locoção do aplicativo	100,00	30	30,00
Prazo médio total			30

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Contas Fixas	60,00	30	18,00
Contas	40,00	20	8,00
Prazo médio total			26

3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Numero de dias	1

4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	30
2. Estoques – necessidade média de estoques	1
Subtotal Recursos fora do caixa	31
Recursos de terceiros no caixa da empresa	

3. Fornecedores – prazo médio de compras	26
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	26
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	5

Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 19.848,97
2. Custo variável mensal	R\$ 3.627,00
3. Custo total da empresa	R\$ 23.475,97
4. Custo total diário	R\$ 782,53
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	5
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 3.912,66

Capital de giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 0,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 3.912,66
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 3.912,66

5.4 - Investimentos pré-operacionais

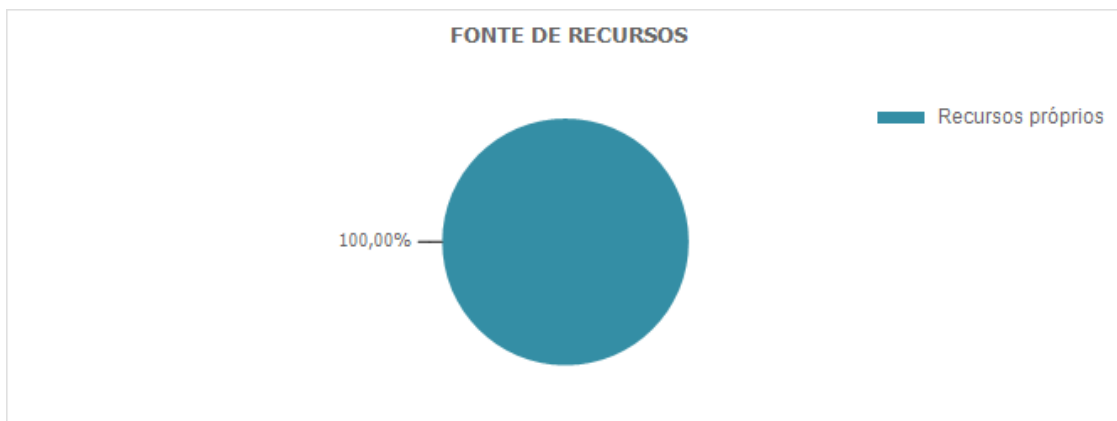
Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 1.200,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 0,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 20.000,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 21.200,00

5.5 - Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 95.150,00	79,12
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 3.912,66	3,25
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 21.200,00	17,63
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 120.262,66	100,00



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 120.262,66	100,00
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 120.262,66	100,00



5.6 - Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Divulgação	150	R\$ 150,00	R\$ 22.500,00
TOTAL				R\$ 22.500,00

Projeção das Receitas:

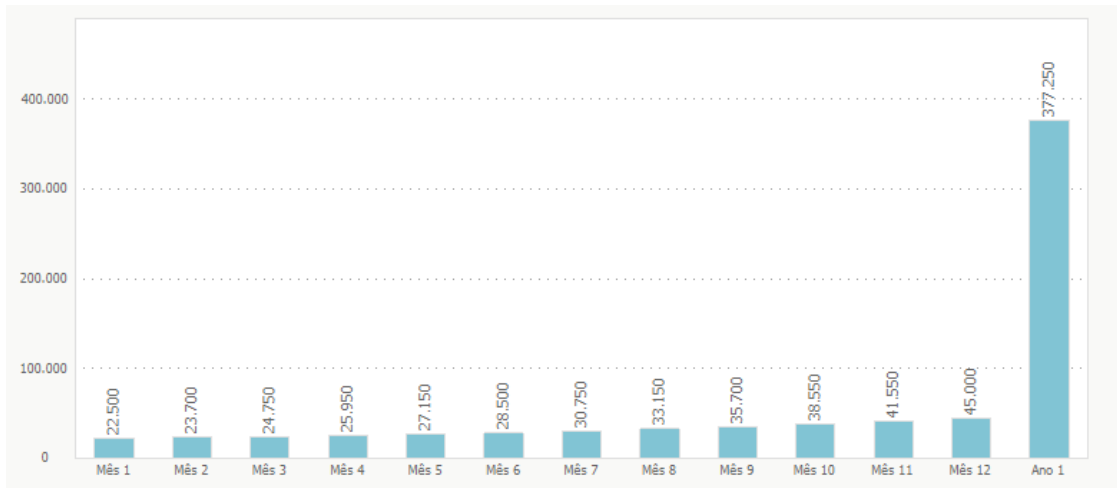
- () Sem expectativa de crescimento
 () Crescimento a uma taxa constante:

0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses

0,00 % ao ano a partir do 2º ano

(x) Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 22.500,00
Mês 2	R\$ 23.700,00
Mês 3	R\$ 24.750,00
Mês 4	R\$ 25.950,00
Mês 5	R\$ 27.150,00
Mês 6	R\$ 28.500,00
Mês 7	R\$ 30.750,00
Mês 8	R\$ 33.150,00
Mês 9	R\$ 35.700,00
Mês 10	R\$ 38.550,00
Mês 11	R\$ 41.550,00
Mês 12	R\$ 45.000,00
Ano 1	R\$ 377.250,00



5.7 - Custo unitário

Produto: Divulgação

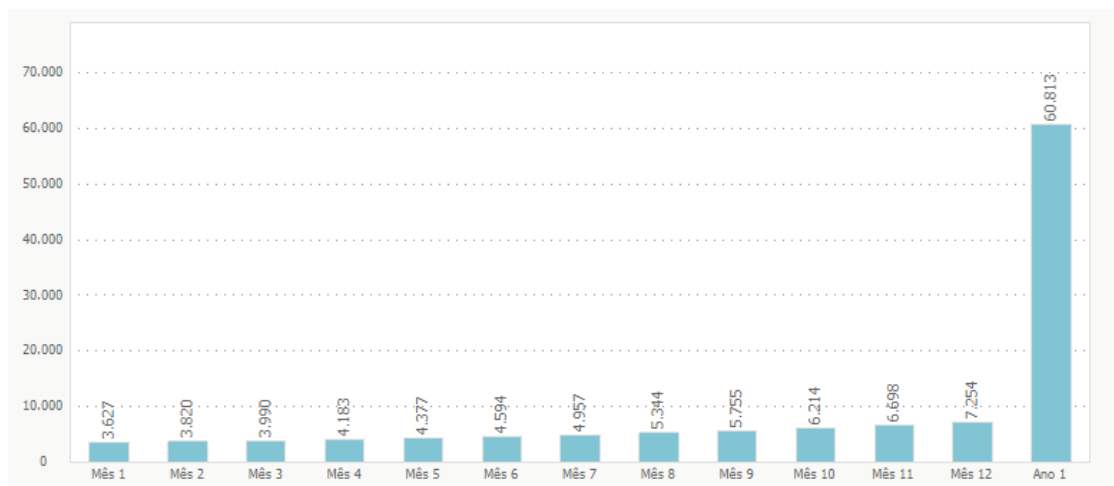
Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0,00

5.8 - Custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	8,12	R\$ 22.500,00	R\$ 1.827,00
Comissões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 22.500,00	R\$ 0,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	7,00	R\$ 22.500,00	R\$ 1.575,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	1,00	R\$ 22.500,00	R\$ 225,00

Total Impostos	R\$ 1.827,00
Total Gastos com Vendas	R\$ 1.800,00
Total Geral (Impostos + Gastos)	R\$ 3.627,00

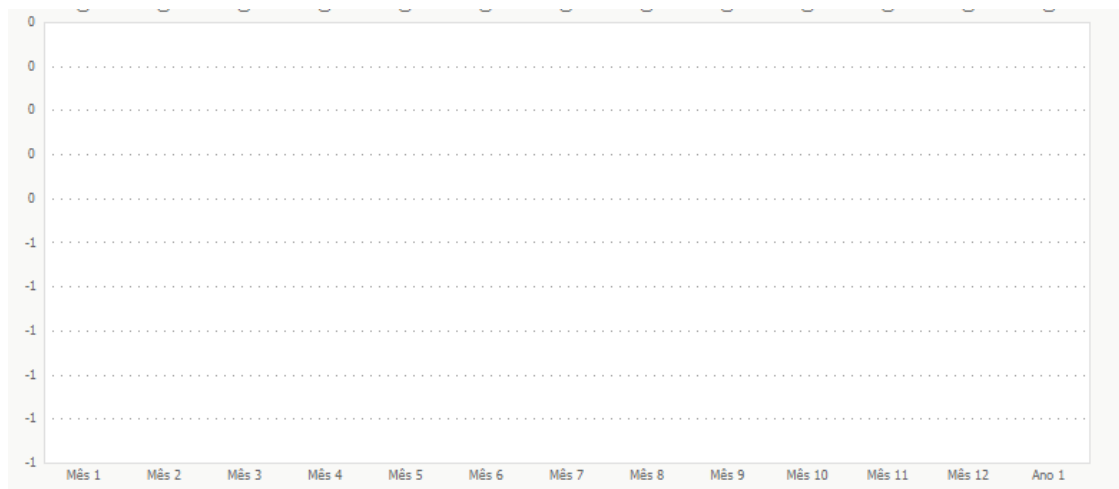
Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 3.627,00
Mês 2	R\$ 3.820,44
Mês 3	R\$ 3.989,70
Mês 4	R\$ 4.183,14
Mês 5	R\$ 4.376,58
Mês 6	R\$ 4.594,20
Mês 7	R\$ 4.956,90
Mês 8	R\$ 5.343,78
Mês 9	R\$ 5.754,84
Mês 10	R\$ 6.214,26
Mês 11	R\$ 6.697,86
Mês 12	R\$ 7.254,00
Ano 1	R\$ 60.812,70



5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Divulgação	150	R\$ 0,00	R\$ 0,00
TOTAL				R\$ 0,00

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 0,00
Mês 2	R\$ 0,00
Mês 3	R\$ 0,00
Mês 4	R\$ 0,00
Mês 5	R\$ 0,00
Mês 6	R\$ 0,00
Mês 7	R\$ 0,00
Mês 8	R\$ 0,00
Mês 9	R\$ 0,00
Mês 10	R\$ 0,00
Mês 11	R\$ 0,00
Mês 12	R\$ 0,00
Ano 1	R\$ 0,00



5.10 - Custos de mão-de-obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
TOTAL	0		0,00		R\$ 0,00	R\$ 0,00

5.11 - Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 30.000,00	10	R\$ 3.000,00	R\$ 250,00
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	R\$ 12.650,00	10	R\$ 1.265,00	R\$ 105,42
VEÍCULOS	R\$ 35.000,00	5	R\$ 7.000,00	R\$ 583,33
COMPUTADORES	R\$ 17.500,00	3,00	R\$ 5.833,33	R\$ 486,11
Total			R\$ 17.098,33	R\$ 1.424,86

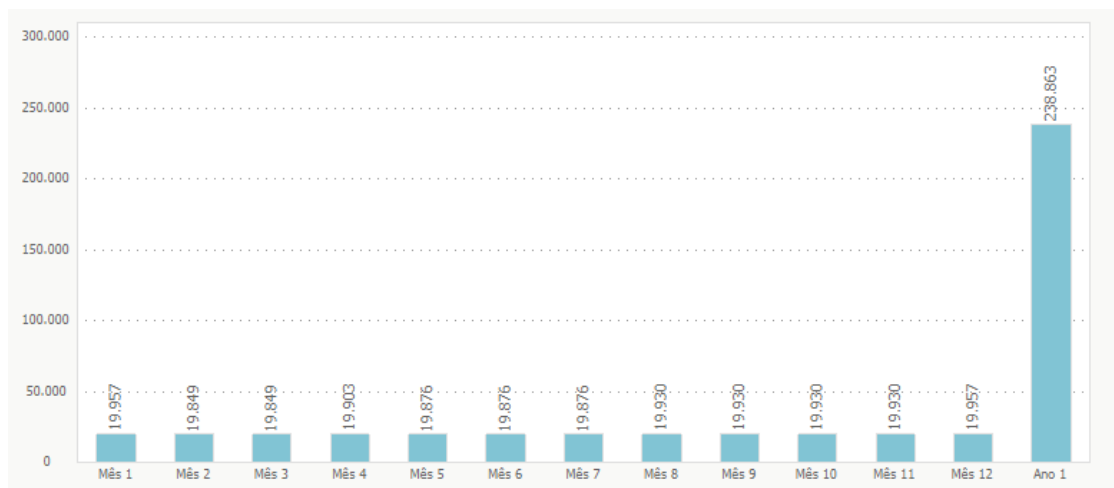
5.12 - Custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 1.500,00
Condomínio	R\$ 0,00
IPTU	R\$ 83,33
Energia elétrica	R\$ 500,00
Telefone + internet	R\$ 400,00
Honorários do contador	R\$ 200,00
Pró-labore	R\$ 13.800,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 100,00
Salários + encargos	R\$ 0,00
Material de limpeza	R\$ 100,00
Material de escritório	R\$ 100,00
Taxas diversas	R\$ 0,00
Serviços de terceiros	R\$ 200,00
Depreciação	R\$ 1.424,86
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 0,00
Outras taxas	R\$ 1.440,78
TOTAL	R\$ 19.848,97

Projeção dos Custos:

- () Sem expectativa de crescimento
 () Crescimento a uma taxa constante:
 0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses
 0,00 % ao ano a partir do 2º ano
 (x) Entradas diferenciadas por período

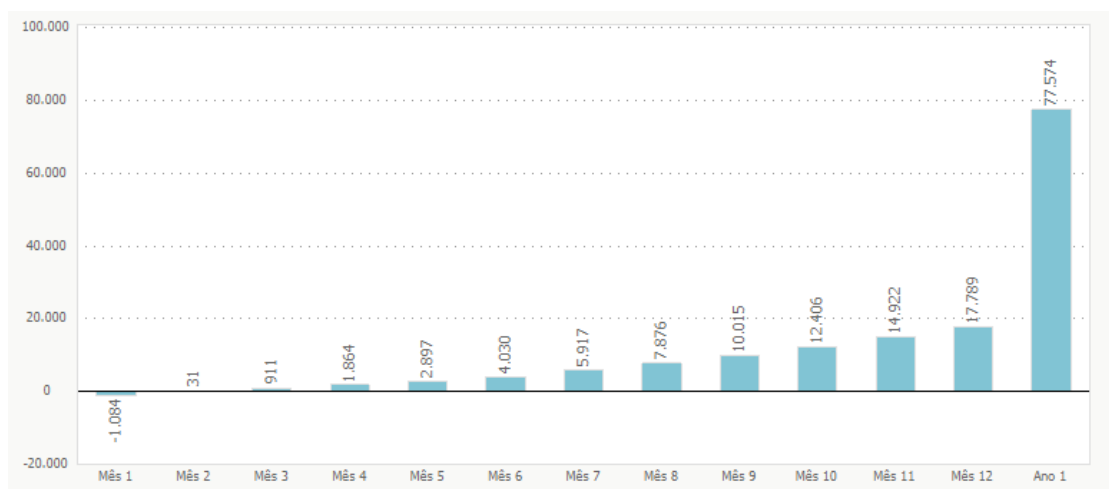
Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 19.957,36
Mês 2	R\$ 19.848,97
Mês 3	R\$ 19.848,97
Mês 4	R\$ 19.902,97
Mês 5	R\$ 19.875,97
Mês 6	R\$ 19.875,97
Mês 7	R\$ 19.875,97
Mês 8	R\$ 19.929,97
Mês 9	R\$ 19.929,97
Mês 10	R\$ 19.929,97
Mês 11	R\$ 19.929,97
Mês 12	R\$ 19.956,97
Ano 1	R\$ 238.863,03

**5.13 - Demonstrativo de resultados**

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 22.500,00	R\$ 377.250,00	100,00

2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 1.827,00	R\$ 30.632,70	8,12
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 1.800,00	R\$ 30.180,00	8,00
Total de custos Variáveis	R\$ 3.627,00	R\$ 60.812,70	16,12
3. Margem de Contribuição	R\$ 18.873,00	R\$ 316.437,30	83,88
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 19.848,97	R\$ 238.754,64	88,22
5. Resultado Operacional: PREJUÍZO	R\$ -975,97	R\$ 77.682,66	-4,34

Período	Resultado
Mês 1	R\$ -975,97
Mês 2	R\$ 30,59
Mês 3	R\$ 911,33
Mês 4	R\$ 1.863,89
Mês 5	R\$ 2.897,45
Mês 6	R\$ 4.029,83
Mês 7	R\$ 5.917,13
Mês 8	R\$ 7.876,25
Mês 9	R\$ 10.015,19
Mês 10	R\$ 12.405,77
Mês 11	R\$ 14.922,17
Mês 12	R\$ 17.789,03
Ano 1	R\$ 77.682,66



5.14 - Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 284.767,56
Lucratividade	20,56 %
Rentabilidade	64,50 %
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 7 meses

6 - Construção de cenário

6.1 - Ações preventivas e corretivas

Receita (pessimista) 20,00 %	Receita (otimista) 20,00 %
-------------------------------------	-----------------------------------

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 22.500,00	100,00	R\$ 18.000,00	100,00	R\$ 27.000,00	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 1.827,00	8,12	R\$ 1.461,60	8,12	R\$ 2.192,40	8,12
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 1.800,00	8,00	R\$ 1.440,00	8,00	R\$ 2.160,00	8,00
Total de Custos Variáveis	R\$ 3.627,00	16,12	R\$ 2.901,60	16,12	R\$ 4.352,40	16,12
3. Margem de contribuição	R\$ 18.873,00	83,88	R\$ 15.098,40	83,88	R\$ 22.647,60	83,88
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 19.848,97	88,22	R\$ 19.848,97	110,27	R\$ 19.848,97	73,51
Resultado Operacional	R\$ -975,97	-4,34	R\$ -4.750,57	-26,39	R\$ 2.798,63	10,37

Ações corretivas e preventivas:

Caso a empresa passe por um cenário de crise, onde caia o número de vendas em 20%, a única diferença seria a quantidade de meses em que haveria retorno, continuando com a empresa viável, porém com resultados um pouco mais demorados de se alcançar.

7 - Avaliação estratégica

7.1 - Análise da matriz F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	<p>FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> *Praticidade em proporcionar uma possível redução de tempo, para melhor qualidade de venda/ almoço de funcionários. *Valor acessível. *Diversidade de locais disponíveis no App. *Simplicidade de manuseio, na plataforma do App. *Aproveitamento da tecnologia. *Não precisar de estoque, nem fornecedor. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> *Alta do mercado Virtual. *Aumento de restaurantes/ empresas que queiram trabalhar de uma maneira mais tecnológica. *Solucionar o problema de atendimento aos clientes dos locais.
PONTOS FRACOS	<p>FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> *Falta de experiência. *Início das divulgações. 	<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> *Perda de clientes. *Má aceitação do aplicativo. *Concorrência já implantada no mercado. * Mudar a tendência de tecnologia.

Ações:

Como forma preventiva para a falta de experiência, iremos procurar por treinamentos, e estudo de casos para maior entendimento do ramo, fazendo com que tudo fique mais transparente e fácil de trabalhar no mercado.

O início de todas as empresas geralmente é difícil, pois não se tem um histórico para os clientes se basearem. Com isso será complicado de "estar na boca do povo", porém iremos investir boa parte de nossa receita em divulgação, e assim iremos abranger boa parte do território nacional.

Como a cada dia vem aumentando a tecnologia existe grande possibilidade de uma criação de novas empresas que irão ser nossas concorrentes, isso seria uma ameaça, porém, estaremos antenados a todas as mudanças para seguir a tendência do mercado, atingindo assim satisfação dos clientes e não ficaremos para trás de novas empresas.

8 - Avaliação do plano

8.1 - Análise do plano

Como conclusão, observamos que ao criar um Plano de Negócio bem elaborado e detalhado, de uma forma que as informações preenchidas ao longo do mesmo fossem completamente reais, nos dá a base para saber se compensa ou não a implantação no mercado.

Observamos após todas as análises necessárias, que a ExpressFood é uma empresa com auto potencial, que é uma empresa rentável, com retorno em cerca de um ano e sete meses do total de investimentos, fazendo com que após este período, a empresa possa começar realmente a crescer!

ExpressFood, trazendo a qualidade alimentar que você merece.

Termo de Aceite

SOFTWARE CEPN 3.0 - COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIO

O software tem como objetivo oferecer uma ferramenta simples e prática para a elaboração de um plano de negócios. Criar uma empresa é um desafio e o plano de negócios, enquanto instrumento de planejamento, é adotado em todo o mundo, por diversas instituições e por empresas dos mais diversos porte e setores.

Um plano de negócios tem como proposta fazer com que o empreendedor seja capaz de estimar se, a partir da sua visão de futuro, experiência e conhecimento de mercado, seu projeto é viável ou não. Apesar de não eliminar totalmente os riscos, evita que erros sejam cometidos pela falta de análise.

O sistema foi preparado para orientá-lo no preenchimento de cada seção do plano a partir das informações coletadas por você. Para ajudá-lo, a ferramenta explica as etapas do plano, apresentando dicas, alertas e recomendações. Os exemplos disponibilizados são fictícios, de natureza pedagógica e trazem informações e valores meramente ilustrativos.

Informações Gerais

- Um plano de negócios não garante por si só o sucesso de uma empresa. Fatores externos também influenciam o negócio, portanto monitore ameaças e oportunidades.
- Fatores internos também determinam a existência e o crescimento de uma empresa. Esses fatores estão sob controle do empreendedor e são relacionados à implantação de controles e à uma gestão eficiente.
- Informação é a matéria-prima para qualquer ação de planejamento e quanto mais precisa for, maior será a qualidade do plano de negócios. Portanto, leia revistas especializadas, consulte associações e entidades do seu segmento, participe de feiras e cursos, faça pesquisas na Internet, converse com outros empresários, clientes, fornecedores e especialistas (consultores, contabilistas, advogados, etc.).
- O plano de negócio deve ser revisado periodicamente, pois é flexível e está sujeito a ajustes em função das mudanças no mercado ou do ambiente interno da empresa.
- Apesar do plano ser um instrumento de gestão importante, há outras ferramentas que devem ser utilizadas por você na administração da empresa.
- O plano de negócios pode ser solicitado por uma instituição financeira ou por um investidor para a captação de recursos. Entretanto, este plano não assegura a obtenção dos recursos em si, pois cada instituição tem processos próprios, requisitos e exigências.
- Um plano de negócio pode ser utilizado para obter sócios e investidores, estabelecer parcerias com fornecedores e clientes ou mesmo buscar recursos. Porém, o usuário mais importante do plano de negócios é o próprio empreendedor.

Tenho ciência e concordo com os termos acima.

Caio Agnes, Daiana Morás, João Paulo Alves, Luis Gustavo Bertolin, Sandro Isaac Marusso Belchior