

Projeto Empreendedor

Modelo do Negócio

[Aplicativo de Supermercado Flash Compras]

Marília
2022

MODELO DE NEGÓCIOS | Técnico em Administração

Relatório Final

[Aplicativo Flash Compras]

Ana Carolina da Silva
Beatriz Silva de Oliveira
Kathleen Pâmela dos Santos
Luciano Henrique da Silva

Professor(a) Orientador(a): Elisângela Domingues Vaz e Thais Yuri Matsumoto.

Marília
2022

MODELO DE NEGÓCIOS

APRESENTAÇÃO

A pandemia Covid-19 fez com que as compras online em supermercados no Brasil aumentasse 29% em 2020, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm). Isso se deu devido as questões de restrições e isolamentos para contenção do vírus.

A comida por delivery e as compras de supermercado pela internet foram as categorias que obtiveram maior crescimento em relação ao número de consumidores no comércio eletrônico, segundo pesquisa da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil).

A tecnologia vem se tornando algo essencial para o crescimento do negócio, um mundo com diversas possibilidades onde a conexão entre empresas, fornecedores e consumidores finais se dá de forma mais rápida e eficiente.

Nesse sentido, será elaborado um plano de negócios com o intuito de desenvolver um aplicativo móvel, onde reúna alguns dos principais serviços necessários no delivery.

O aplicativo se justifica pelo aumento da correria do dia a dia e a questão pandêmica que nos afeta diretamente e indiretamente, e nos faz procurar alternativas mais rápidas e eficazes.

Mediante este estudo onde se deu devido ao isolamento da pandemia, contudo fez com que as pessoas se acostumassem com a ideia de utilizar a tecnologia para continuarem conectados com o mundo, faz do aplicativo uma forma prática e rápida de descomplicar a vida dos consumidores. O que trará como resultado, ganho de tempo para as pessoas e uma lucratividade maior aos donos de supermercados.

De acordo com as questões abordadas para a criação do aplicativo, foi pensando no seguinte slogan para a empresa: “Flash Compras – Velocidade e confiança em suas mãos”, essa é a mensagem que será passada ao público pois o bem-estar, a segurança e a rapidez são indispensáveis nos dias de hoje.

A pesquisa se baseia na análise mercadológica com o intuito de identificar a real necessidade do público-alvo em relação a questões de familiarização e utilização de aplicativos móveis para realização de compras.

O time do projeto é composto pelos alunos Ana Carolina da Silva, Beatriz Silva de Oliveira, Kathleen Pâmela dos Santos e Luciano Henrique da Silva, do Curso Técnico em Administração da Etec Antônio Devisate de Marília.

SUMÁRIO

SUMÁRIO	4
SUMÁRIO EXECUTIVO	5
Tópico 1 MOTIVAÇÃO	7
1.1 Problema	7
1.2 Solução Potencial	7
1.3 Valor para o cliente	7
1.4 Fator de inovação e ou diferenciação	7
1.5 Time de projetos	8
Tópico 2 MODELO DO NEGÓCIO	9
2.1 Identidade da Empresa	9
2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO	11
2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR	14
2.4 Formalização do Negócio	15
Tópico 3 PRODUTO	17
3.1 Escopo do Produto	17
Tópico 4 MERCADO	18
4.1 Análise Setorial	18
4.2 Pesquisa de Campo	21
4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo	21
4.2.2 Análise de Dados	23
4.3 Fatores chaves de sucesso da empresa	29
4.3.1 Competidores	30
4.3.2 Ambiente Interno e Externo	31
4.4 Marketing e Vendas	32
4.4.1 Composto de Marketing	32
4.4.2 Projeção de Vendas	33
Tópico 5 FINANÇAS	35

SUMÁRIO EXECUTIVO

A empresa Flash Compras surge de uma mudança de comportamento na rotina das pessoas. Com a chegada da pandemia Covid-19, alternativas para se evitar o contágio precisaram ser pensadas e repensadas diversas vezes para diminuir a propagação do vírus.

Com as pessoas mais tempo dentro de suas casas, com medo de saírem para as ruas até mesmo para realizar compras, viu-se a necessidade de criar uma forma de ponte entre consumidores e supermercados.

Mediante ao isolamento da pandemia a tecnologia se tornou mais presente na vida das pessoas, vendo essa oportunidade surge o aplicativo para trazer maior comodidade no dia a dia dos consumidores, descomplicando a maneira como realizam suas compras em supermercados.

Contudo fez com que as pessoas se acostumassem com a ideia de usar a tecnologia a seu favor para maior comodidade no dia a dia e também realização de suas tarefas, o aplicativo acaba se tornando uma forma de descomplicar a vida dos consumidores, trazendo praticidade e uma alternativa onde ele se sinta confortável para realizar uma compra rápida e segura.

A Flash compras será um aplicativo móvel habilitado para operar no ramo varejista com foco em supermercados no primeiro momento. A empresa pretende atender pessoas que necessitam realizar compras em supermercado de forma prática.

Para utilização do aplicativo os consumidores necessitaram de um aparelho móvel com acesso à internet para realizar as compras de qualquer lugar. O aplicativo será a intermediação entre o consumidor e supermercados, com intuito de agilizar todo o processo de compras desde a escolha do produto até a entrega do mesmo, em um curto prazo de tempo, proporcionando um crescimento na lucratividade dos supermercados, já que com o uso da tecnologia na palma das mãos muito mais pessoas poderão fazer uso do app.

O time desse projeto é composto pelos alunos Ana Carolina da Silva, Beatriz Silva de Oliveira, Kathleen Pâmela dos Santos e Luciano Henrique da Silva, do Curso Técnico em Administração da Etec Antônio Devisate de Marília. O grupo como um todo consegue se expor um para o outro de forma muito clara, sempre escutando e se

ajudando no que for preciso, todos os processos para a formalização da ideia foi discutida com cordialidade e respeito. O time é harmonioso, dedicado e organizado.

O sistema do app será capaz de fornecer informações de promoções e descontos, consulta de preços através da leitura de código de barras ou nome do produto, lista completa dos produtos disponíveis, rastreamento do pedido em tempo real e opção de drive-thru. Sendo apresentado um aplicativo delivery com funcionalidades e interface simples de serem usados por todos.

A empresa Flash Compras será na cidade de Marília, com atuação municipal podendo se estender para nível estadual futuramente.

A Segmentação a ser analisada nesse trabalho baseia-se em demográfica, onde será analisado o real público-alvo para o desenvolvimento do aplicativo e geográfica para entender onde se concentra o público e assim ver o melhor local estratégico para a instalação da empresa Flash Compras e fim de obter parcerias com supermercados próximos.

O público-alvo que se pretende atender será pessoas que necessitam de agilidade para realizar a compra de alimentos. Elas têm entre 18 e 50 anos, tem ensino médio e algumas superior completo e a grande parte pertencem a classe social média e baixa. De acordo com uma pesquisa realizada, foi identificado que esses consumidores costumam ir até ao supermercado com uma média de 3 a 4 vezes por mês para realizar as suas compras, muitas das vezes sem promoções ou cupons de desconto significativos.

De acordo com os aplicativos disponíveis no mercado voltados para compras em supermercado, existem dois que se aproximam do aplicativo a ser criado, o Rappi e o Supermercado Now.

1.1 Problema

A empresa Flash Compras foi pensada devido as restrições na contenção do vírus da Covid-19 onde se deu o início do isolamento social, e acabou por fazer com que as pessoas utilizasse mais do uso da tecnologia para permanecer conectados com o mundo. Diante de tanta preocupação ao ter que sair de casa e se expor ao vírus, as pessoas começaram a procurar alternativas para evitar o contágio, levantando a questão de sair ou não de suas casas para realizar compra de mantimentos.

1.2 Solução Potencial

Será criado um aplicativo móvel com o intuito de facilitar e agilizar o processo de compras, reduzindo o tempo gasto de deslocamento até o local para o consumidor, pensando também na segurança de todos e contribuindo com o aumento de lucro de vendas dos supermercados.

1.3 Valor para o cliente

Ao utilizar do aplicativo apresentado, o consumidor ganhará maior facilidade em sua vida, além de ganho de tempo hábil para poder realizar outras tarefas ou descansar.

1.4 Fator de inovação e ou diferenciação

A empresa Flash Compras pretende unir o útil ao agradável trazendo o cliente para mais perto, com o intuito de facilitar o ato de comprar por aplicativo.

Será desenvolvido além das promoções dos produtos, algo que leve ao consumidor a sensação de ter realizado uma ótima compra. Haverá alguns mecanismos de compensação como distribuição de brindes por fidelidade, deixando

claro que não importa o período em que ele faça a compra e sim a preferência por comprar pelo aplicativo.

1.5 Time de projetos

Quadro 01 - Composição do time de projetos.

Integrantes	Habilidades Competências
Ana Carolina da Silva	<ol style="list-style-type: none">1. Empatia2. Capacidade de se adaptar3. Autoconhecimento
Beatriz Silva de Oliveira	<ol style="list-style-type: none">1. Pensamento Crítico2. Empatia3. Aprendizado Contínuo
Kathleen Pâmela dos Santos	<ol style="list-style-type: none">1. Organizada2. Pontual3. Resiliente
Luciano Henrique da Silva	<ol style="list-style-type: none">1. Organizado2. Prestativo3. Comprometido

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

2.1 Identidade da Empresa

O logotipo da empresa foi feito diversas vezes para chegar à conclusão final. As cores foram escolhidas minuciosamente para que o aplicativo fosse apresentado com uma aparência sofisticada, simples e objetiva como é demonstrado abaixo:

Figura 01 – Logotipo da empresa Flash Compras.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

A empresa Flash Compras foi pensada como uma maneira de tornar a vida do consumidor mais prática e ágil.

As diretrizes estratégicas são compostas através da:

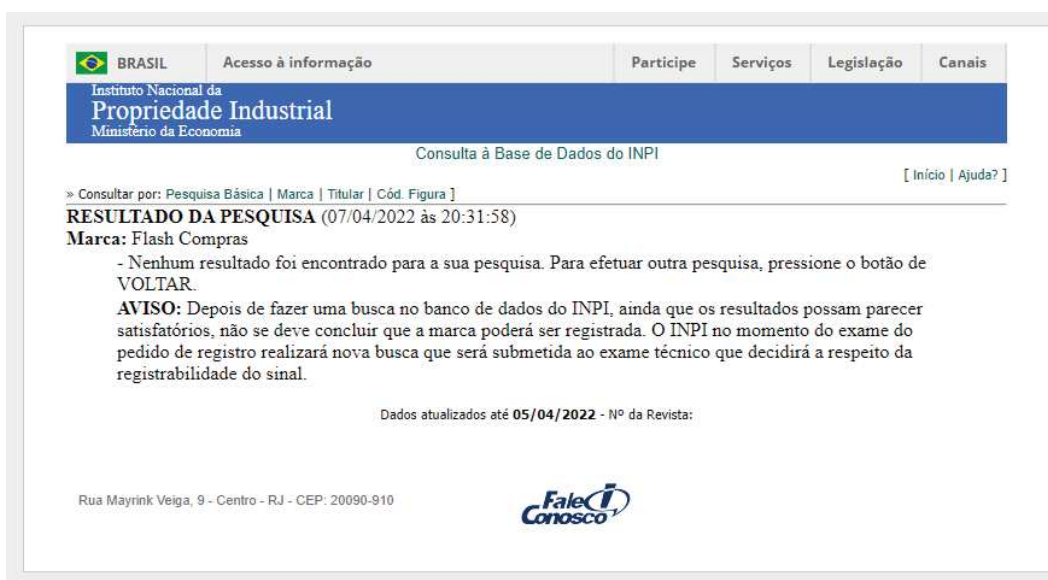
- Missão: garantir a integridade e bem-estar dos clientes, proporcionando a eles, uma excelente experiência no aplicativo de compras, superando suas expectativas com agilidade, qualidade e serviços.
- Visão: ser reconhecida como uma empresa que se importa com a qualidade do serviço que é entregue, buscando superar as expectativas dos clientes.
- Valores: praticidade, funcionalidade, simplicidade, agilidade, comodidade, segurança de dados e qualidade.
- Objetivo: auxiliar no dia a dia corrido, como forma de economia de tempo.

INPI

Criado em 1970, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Economia, responsável pelo aperfeiçoamento, disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria.

De acordo com o resultado obtido pela pesquisa da marca do aplicativo Flash Compras, mostra-se disponível para registro como é demonstrado na imagem a seguir:

Figura 02 – INPI da empresa Flash Compras.



Fonte: (INPI, 2022).

Registro.Br

O Registro.br é o departamento do NIC.br (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR) responsável pelas atividades de registro e manutenção dos nomes de domínios que usam o .br. Quando se registra um domínio .br, contribui para melhoria da Internet no Brasil.

Cada domínio que usa o .br é registrado pelo NIC.br. O domínio a ser utilizado para o site Flash Compras se encontra disponível para registro como mostra a imagem abaixo:

Figura 03 – Registro de domínio da empresa Flash Compras.



Fonte: (Registro.br, 2022).

2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO

A fim de desenvolver e esboçar o modelo de negócio deste estudo, foi utilizado o Business Model Canvas ou mais conhecido como Canvas, que constitui em uma ferramenta de planejamento estratégico tanto para modelos de negócio novos ou já existentes.

Ele é um mapa visual pré-formatado contendo nove blocos, são eles:

- Proposta de Valor: O que sua empresa vai oferecer ao mercado que realmente terá valor para os clientes;
- Segmento de clientes: Quais segmentos de clientes serão o foco da sua empresa;
- Os canais: Como o cliente compra e recebe seu produto e serviço;
- Relacionamento com clientes: Como a sua empresa se relacionará com cada segmento de cliente;
- Atividade-Chave: Quais são as atividades essenciais para que seja possível entregar a Proposta de Valor;
- Recursos Principais: Os recursos necessários para realizar as atividades-chaves;
- Parcerias Principais: Atividades-Chaves realizadas de maneira terceirizada e os recursos principais adquiridos fora da empresa;

- Fontes de Receita: As formas de obter receita por meio de propostas de valor;
- Estrutura de Custos: Custos relevantes necessários para que a estrutura proposta possa funcionar.

As ideias representadas nos nove blocos formam a conceitualização do seu negócio, ou seja, a forma como irá operar e gerar valor ao mercado, definindo seus principais fluxos e processos, permitindo uma análise e visualização do seu modelo de atuação no mercado.

Na imagem a seguir é demonstrado a estruturação do Canvas para o aplicativo Flash Compras:

Figura 04 – Modelo Canvas para a empresa Flash Compras.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

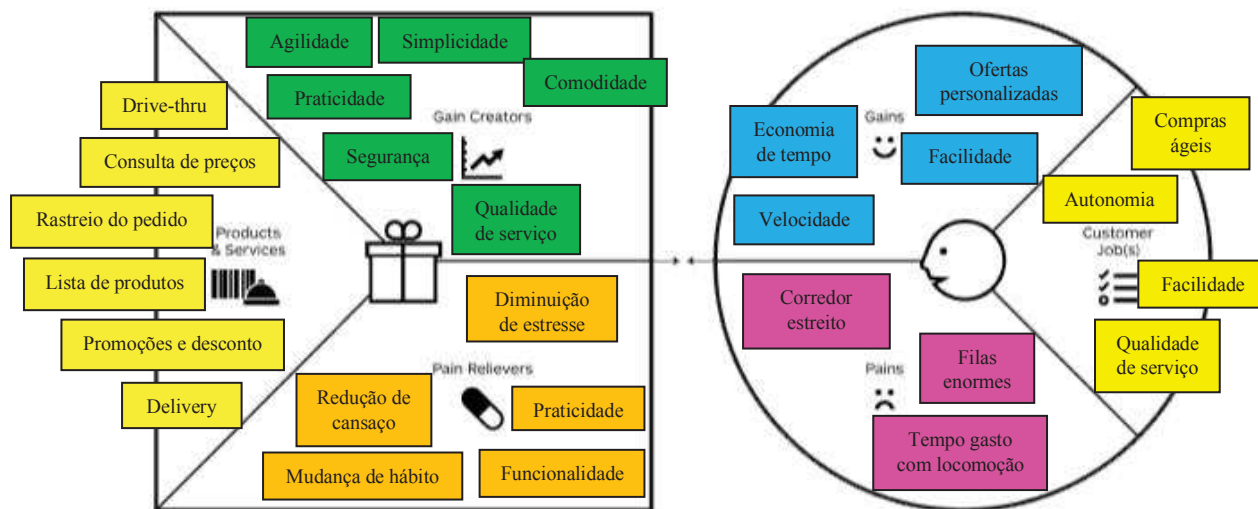
- Segmento de Mercado: A empresa define como segmentos de mercado as pessoas que necessitam de agilidade no dia a dia e as que necessitam de abastecimento.
- Proposta de Valor: A empresa procura gerar praticidade, funcionalidade, simplicidade, agilidade, comodidade por realizar as compras de onde

estiver até mesmo no conforto de sua casa, segurança com os dados fornecidos para o aplicativo seja dos consumidores ou parceiros e preza pela qualidade do serviço oferecido.

- Canais: Será utilizada as plataformas digitais para que consigam entrar em contato de forma descomplicada.
- Relacionamento com o Cliente: As principais formas de obter um relacionamento com os clientes será através de assistência pessoal por e-mail, contato através da ouvidoria no próprio aplicativo, assistente virtual no aplicativo, notificações via SMS e SAC com atendimento pelo WhatsApp. Todos os recursos disponíveis 24 horas por semana.
- Fontes de Renda: A Flash Compras contará com um plano mensal aos estabelecimentos que optarem por contratar o app. Haverá também uma taxa a ser cobrada por cada pedido formalizado dentro do aplicativo (cerca de 2% a 3%) e por último, a cada entrega realizada com os entregadores parceiros será cobrada cerca de 20% do valor total da taxa de entrega.
- Recursos Chaves: Os recursos utilizados serão os smartphones como ferramenta principal, os desenvolvedores de softwares e a utilização do 4G para navegação no aplicativo.
- Atividades Chave: As principais atividades chaves da empresa será a venda através do aplicativo e a fomentação do marketing na divulgação e ampliação do negócio.
- Parceiros Chaves: Será trabalhado em parceria com os supermercados como forma de captação de consumidores para ambos os lados.
- Estrutura de Custos: A estrutura de custos será feita através do desenvolvimento e manutenção do aplicativo, custos com internet e com recursos tecnológicos para utilização do mesmo.

2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR

Figura 05 – Proposta de Valor desenvolvida para o aplicativo.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

- Tarefas dos clientes: necessita de compras mais ágeis e automatizadas, um serviço que seja capaz de facilitar sua vida, na esperança de manter uma boa qualidade de serviço.
- Dores: filas enormes de espera, corredores muitas das vezes estreitos para se andar, tempo gasto ao se locomover até o local.
- Ganhos: economia de tempo, facilidade, velocidade de compra, ofertas personalizadas.
- Produto e serviços: consulta de preços pelo código de barras/nome do produto, lista completa dos produtos disponíveis, promoções e descontos, rastreamento do pedido em tempo real, retirada drive-thru ou delivery.
- Aliviam as dores: mudam o hábito de se deslocar até a loja para comprar mantimentos, mostra uma forma mais funcional e prática, onde permite ao cliente efetuar a compra de qualquer lugar, evitando nervosismo ou cansaço com as filas de supermercado.
- Criadores de ganho: traz agilidade, praticidade, simplicidade, segurança, comodidade, não deixando de lado a qualidade de serviço.

2.4 Formalização do Negócio

Quadro 02 – Dados da Empresa.

Razão Social:	Flash Compras Varejo Ltda.
Nome Fantasia:	Flash Compras
Ramo de Atividade:	Varejista
Site:	www.flashcompras.seg.br
Endereço	(home office)
Prédio Próprio/Alugado	(home office)
Enquadramento Tributário:	Simples Nacional
CNAE:	6619-3/99 (Outras Atividades Auxiliares Dos Serviços Financeiros Não Especificadas Anteriormente)
Forma Jurídica:	Sociedade Empresária Limitada

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

2.4.1 Capital Social

Capital Social é o valor investido que será colocado à disposição da empresa por cada um dos sócios, seja bens financeiros ou bens materiais.

A sociedade possui um capital social de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), dividido em quatro quotas no valor nominal de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) cada uma, em moeda corrente do país, pelos sócios, da seguinte forma:

Tabela 01 – Divisão de Capital.

Sócio	Quotas	Valor
Ana Carolina da Silva	25%	R\$ 50.000,00
Beatriz Silva de Oliveira	25%	R\$ 50.000,00
Kathleen Pâmela dos Santos	25%	R\$ 50.000,00
Luciano Henrique dos Santos	25%	R\$ 50.000,00
Total	100	R\$ 200.00,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

4.2.2 Registros Necessários

No estado de São Paulo, o processo de abertura de empresa foi facilitado por meio do Integrador Estadual VRE/REDESIM.

Esse sistema é responsável pela integração dos dados da consulta de viabilidade do local, registro, inscrições e licenciamento das empresas. É por meio dele que é feita a troca de informações com os órgãos e entidades federais, estaduais e municipais que são responsáveis pelo processo de registro e legalização de todas as empresas do Estado de São Paulo.

Com o Integrador Estadual todas as informações são prestadas em um único lugar. Não sendo mais necessários inúmeros comparecimentos presenciais à Prefeitura, Receita Federal, Corpo de Bombeiros, CETESB entre outros.

O processo de registro da empresa passa por 5 fases:

- Viabilidade;
- Preenchimento do Coletor Nacional;
- Emissão da Inscrição Municipal;
- Registro no órgão competente;
- Licenciamento das atividades.

Tudo isso pode ser feito online através do Portal da REDESIM.

3.1 Escopo do Produto

Flash Compras se trata de um aplicativo mobile onde se realiza compras de supermercado em um prazo menor de tempo. Através dele é possível se obter uma comunicação mais efetiva entre consumidores e estabelecimento.

O aplicativo possui funcionalidades práticas para uma boa compra, dentre elas estão rastreio do pedido em tempo real, pesquisa de preços por leitura de código de barras ou nome do produto, listagem completa dos produtos disponíveis, carrinho de compras detalhado, opção de entrega ou drive-thru.

Para que se possa usufruir dos benefícios se faz necessário que o cliente tenha um smartphone com acesso à internet 4G ou 5G, dessa forma estará por dentro das novidades e promoções no app, além de conseguir resgatar cupons de desconto quando disponível.

O aplicativo estará disponível no google play para sistema operacional Android e posteriormente será incrementado a versão para IOS de acordo com a demanda de usuários.

Todo o funcionamento do app é muito bem pensando para que não haja funções e dados desnecessários dificultando assim o processamento das informações dentro dele. Ao baixar o app e se cadastrar o cliente já terá acesso a cupons, consulta de produtos simplificado e se desejar maiores detalhes basta clicar em “mais informações”, logo após de adicionar os itens no carrinho é mostrada um resumo da compra que após concluída é enviada ao supermercado, lá será feito uma triagem e separação dos produtos para que seja entregue na residência ou através do sistema de drive-thru onde o supermercado tem a opção de disponibilizar caso tenha esse espaço.

A Flash Compras se compromete a entregar um serviço rápido com qualidade, deixando o cliente confortável ao realizar uma compra de onde estiver.

4.1 Análise Setorial

Em 2020, o setor supermercadista brasileiro vivenciou mais um período de crescimento, conforme revelam os números da 44ª edição do Ranking ABRAS, com base no estudo Estrutura do Varejo, realizado pela NielsenIQ exclusivamente para a Revista SuperHiper (2021), que traz os dados oficiais do autosserviço nacional.

O setor alcançou um faturamento de R\$ 554 bilhões, por meio da operação de todos os seus formatos e canais de distribuição (mercado de vizinhança, supermercado, hipermercado, atacarejo e e-commerce). O resultado registrado em 2020 pelo setor representa 7,5% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional.

Este desempenho foi obtido a partir da operação de um universo de estabelecimentos que também cresceu, chegando a um total de 91.351 lojas, demonstrando a força de um setor que, mesmo em meio a um cenário tão delicado, conseguiu ampliar, ainda mais, a sua capilaridade.

Segundo João Galassi (2021), “um crescimento assim, em meio a um ano tão difícil, demonstra a força do setor e a credibilidade que possui junto aos 28 milhões de consumidores que passam, diariamente, pelos supermercados de todo o País”.

O setor de supermercados também avançou em outros importantes indicadores de desempenho, como o de geração de empregos, por exemplo. Sendo, reconhecidamente, um dos maiores empregadores do País, em 2020, o autosserviço contabilizou um efetivo profissional de 3 milhões de colaboradores diretos e indiretos.

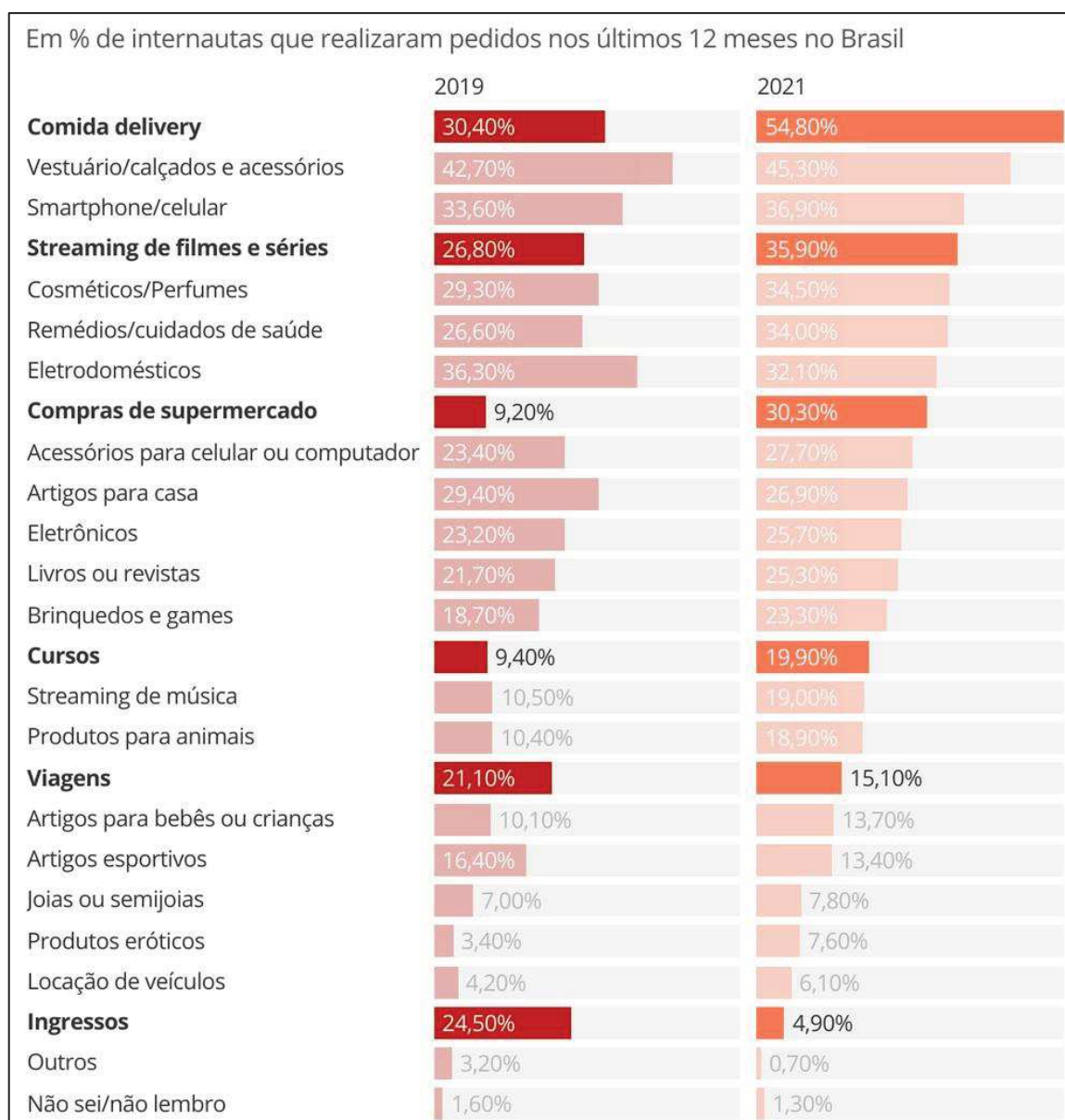
O mercado de delivery se tornou necessidade com a chegada da pandemia em 2020, estimulando o consumo e influenciando hábitos da população, seja pelo aumento de pedidos de um mesmo usuário, seja pela adesão de novos às plataformas de entrega de comida. Dados do setor mostram salto de 155% no número de usuários de março a abril do ano passado, quando o estimado para o período era de 30%. O crescimento de pedidos também acompanhou o crescimento de usuários, atingindo expressivos 975% de aumento.

Levantamento da Statista – empresa especializada em dados de mercado e consumidores – mostra o Brasil como destaque no segmento de delivery na América

Latina em 2020. O País foi responsável por quase metade dos números do delivery, 48,77%. Em seguida estão México e Argentina, com 27,07% e 11,85%, respectivamente. As previsões para 2021 são de mais crescimento e estimam um movimento de aproximadamente US\$ 6,3 trilhões do delivery em todo o mundo até dezembro.

De acordo com o levantamento, feito para o G1, diversos produtos e serviços passaram a ser adquiridos com mais frequência pela internet no Brasil.

Gráfico 01 – Produtos e serviços com mais compras pela internet em %.



Fonte: (G1,2021).

Segundo o gráfico 01 – Os setores com maior crescimento de compras online foram o de comida delivery onde foi de 30,40% para 54,80% contendo um aumento de 24,40% e compras em supermercado que foi de 9,20% para 30,30% com um aumento de 21,10%. Todo esse aumento se deu devido ao isolamento e algumas restrições para diminuir o avanço da pandemia.

O varejo brasileiro já vinha se adaptando a essa nova realidade do consumo online, mas a pandemia da Covid-19 representou uma verdadeira revolução no setor. Até mesmo aquele pequeno comércio teve que se adequar e passou a vender por meio das redes sociais e WhatsApp. Enquanto isso, as grandes lojas investiram em sites mais rápidos e em aplicativos. (COSTA, 2021).

A pesquisa, feita em parceria com a Offer Wise, foi realizada entre os dias 30 de março e 7 de abril, somente com internautas. Ao todo, foram entrevistados 958 consumidores, com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas.

No ano passado, a participação do e-commerce no faturamento total do varejo saltou para um patamar acima de 10%, a expectativa é que as vendas pela internet continuem ganhando ainda maior relevância. Segundo dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), as vendas online atingiram R\$ 35,2 bilhões no 1º trimestre de 2021, o que representa um crescimento de 72,2% na comparação com o mesmo período do ano passado.

Ainda de acordo com a pesquisa, foi revelado que dispositivo mais utilizado para compras on-line é o celular smartphone (87%), seguido por notebook (40%) e desktop (28%). Entre as formas de pagamento mais utilizadas ficou cartão de crédito (62%), boleto bancário (33%), cartão de débito (27%) e o PIX (24%); já na forma de receber o produto ficou casa ou local combinado (92%) e retirada nas lojas (8%); entre os entrevistados uma taxa de 38% costumam pagar um maior valor de frete para receber as compras mais rápido.

De acordo com a pesquisa o consumidor está atento a promoções e melhores condições de compra. Com base no levantamento, a loja oferecer a opção de frete grátis é o fator mais citado para a escolha de uma loja online, com 45% das menções. Preços baixos (44%) e promoções (39%) fecham os fatores mais relevantes para a escolha.

Os fatores que mais contribuem para o estímulo às compras on-line de acordo com o estudo feito são: frete grátis (61%), preços mais atrativos que nas lojas físicas (50%) e reduzir o risco de pegar Covid (36%). As principais vantagens do e-commerce apontadas são a comodidade de comprar sem sair de casa (41%), preço mais baixo

(39%) e flexibilidade de horário (33%). Já as principais desvantagens são o pagamento de frete (54%), não poder ver/experimentar o produto (52%) e não poder levar o produto na hora da compra (41%).

Mesmo com a pandemia e as dificuldades que veio com ela São Paulo foi um dos estados que acumulou o maior índice de abertura de supermercados no primeiro semestre de 2021, indica reportagem da Super Varejo. Em números absolutos foram abertas mais de 6.973 lojas no primeiro semestre deste ano.

A pesquisa compara o primeiro semestre de 2021, que registrou uma alta de 56,5% de inaugurações, com o mesmo período de 2019, antes da pandemia, que apresentava um aumento de 39,3% de inaugurações. Essencial para abastecer a população, e fortemente demandado em 2020, o setor supermercadista vem apresentando uma tendência de expansão desde 2015. O aumento do consumo de alimentos nos domicílios durante a pandemia, o pagamento do auxílio emergencial e as mudanças de consumo foram alguns dos motivos apontados para a expansão dos supermercados. A pesquisa ressalta ainda que muitas unidades que estavam programadas para inaugurar em 2020 foram adiadas para 2021 devido as flexibilizações do período.

4.2 Pesquisa de Campo

4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo

Questionário aos usuários:

1. Com que frequência costuma realizar compras de supermercado?

- 1 a 2 vezes por mês
- 3 a 4 vezes por mês
- 5 vezes por mês
- Mais que 5 vezes por mês

2. Você utiliza aplicativos no celular para montar lista de compras ou realizar compras?

- Frequentemente

- Às vezes
- Raramente
- Nunca

3. O que você leva em consideração na hora de efetuar uma compra em supermercado? Selecione até 04 opções.

- Agilidade no atendimento
- Bom atendimento
- Localização
- Qualidade dos produtos
- Preços acessíveis
- Promoções
- Variedade
- Outros...

4. Em quanto tempo você realiza as suas compras em um supermercado?

- Menos de 30 minutos
- Aproximadamente 1 hora
- Aproximadamente 1 hora e meia
- Aproximadamente 2 horas
- Mais que 2 horas
- Outros...

5. Caso existisse um aplicativo que lhe auxiliasse a montar sua lista de compras, agendasse a entrega das compras em sua casa ou tivesse o drive thru (retirar no supermercado), você utilizaria?

- Sim, pois economizaria tempo
- Não, pois gosto de passear no supermercado
- Não, pois tenho dificuldade de usar aplicativos no celular
- Talvez
- Outro...

Questionário aos estabelecimentos:

1. Existem estratégias claras e bem definidas na fidelização de seus clientes?

Sim

Não

2. Costuma utilizar meios digitais para promover o negócio ?

Sim

Não

3. Utilizaria um aplicativo para compras e entregas no seu estabelecimento?

Sim

Não

Talvez

4. Quanto estaria disposto a pagar de mensalidade pelo serviço do aplicativo ?

Até 180,00

De 181,00 a 400,00

De 401,00 a 800,00

+ 800,00

4.2.2 Análise de Dados

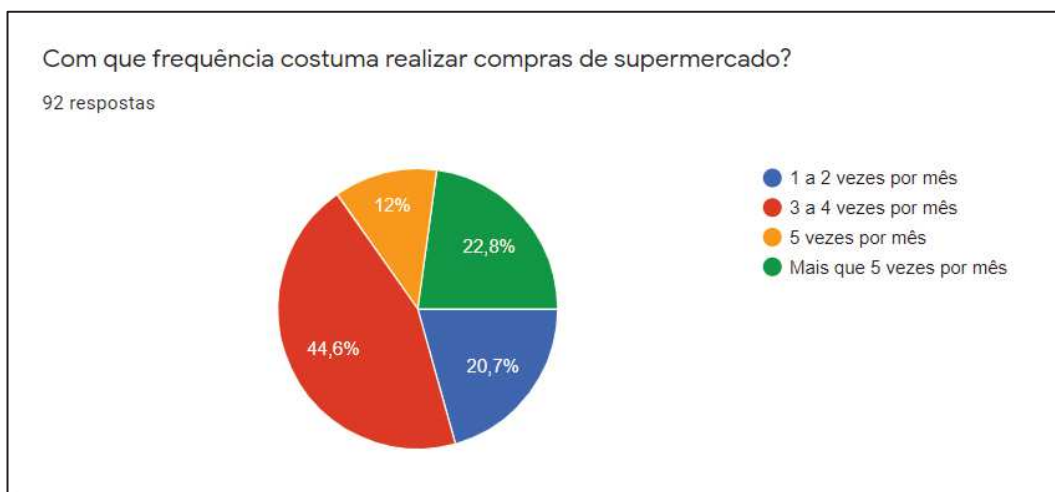
Pesquisa ao consumidor:

Com o intuito de conhecer mais a respeito do ramo de aplicativos de entrega de supermercado, a empresa Flash Compras realizou uma pesquisa de mercado de forma totalmente anônima a 92 (noventa e dois) entrevistados através do compartilhamento do link via WhatsApp aos contatos pessoais já existentes.

A pesquisa foi realizada no mês de novembro de 2021 com o seguinte link: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSciU2TE6PdEZnQhTSO6ADwn9SGPyXZVzThNIPm681tdbik7iw/viewform?usp=sf_link.

Os resultados obtidos são demonstrados abaixo:

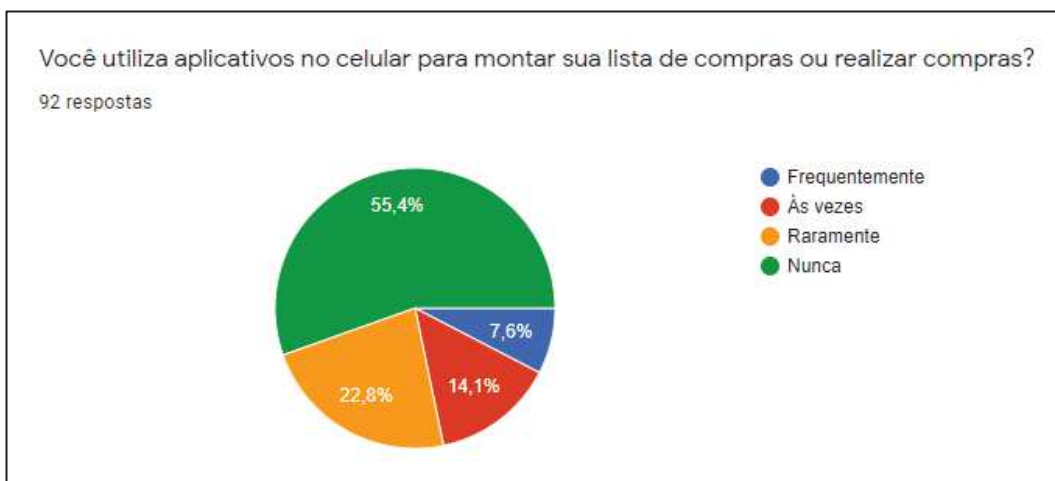
GRÁFICO 02 – Frequência de compras.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

De acordo com os resultados obtidos no gráfico 02 a frequência de compras de supermercado em 44,6% dos entrevistados gera em torno de três a quatro vezes por mês de ida ao estabelecimento. Enquanto apenas 12% têm o costume de ir cinco vezes por mês.

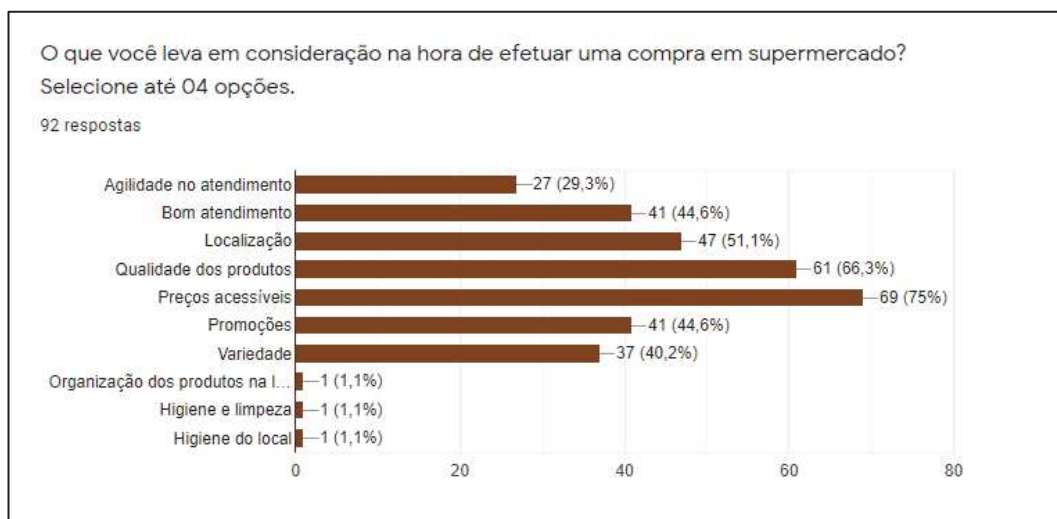
GRÁFICO 03 – Utilização de aplicativos para montar lista ou realizar compras.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Segundo o gráfico 03 um pouco mais da metade dos entrevistados 55,4% não tem o hábito de utilizar aplicativos na hora de elaborar sua lista de compras ou até mesmo realizá-las através deles. E somente 7,6% dizem utilizar aplicativos no celular frequentemente para montar lista ou realizar compras no supermercado.

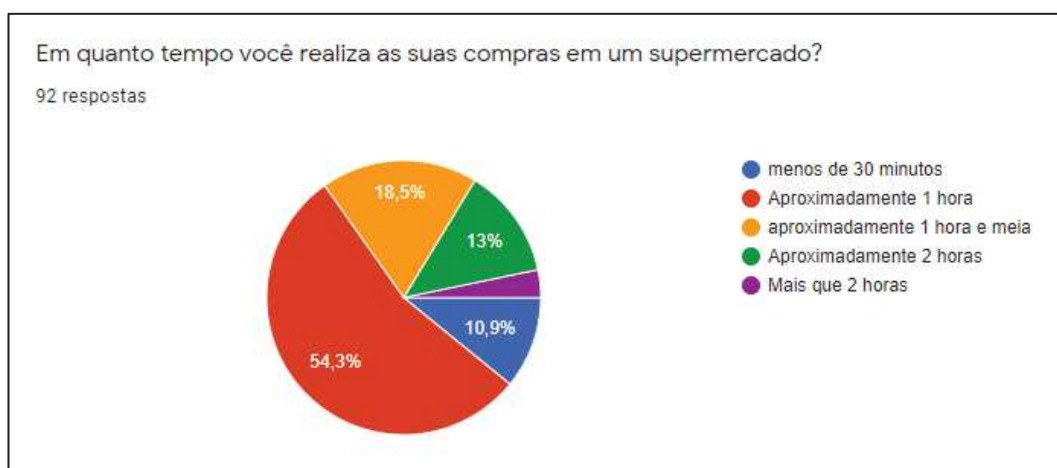
GRÁFICO 04 – Requisitos essenciais na hora de comprar.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

No gráfico 04 foi identificado os requisitos que mais atraem os entrevistados na hora de realizar uma compra em supermercado entre os três mais sinalizados estão: preços acessíveis (75%); qualidade dos produtos (66,3%) e a localização (51,1%). Logo em seguida o bom atendimento (44,6%) e as promoções (44,6%) com percentuais empatados onde também podem ser considerados essenciais por se tratar de um conjunto para melhor satisfazer o cliente.

GRÁFICO 05 – Tempo médio na realização de compras.

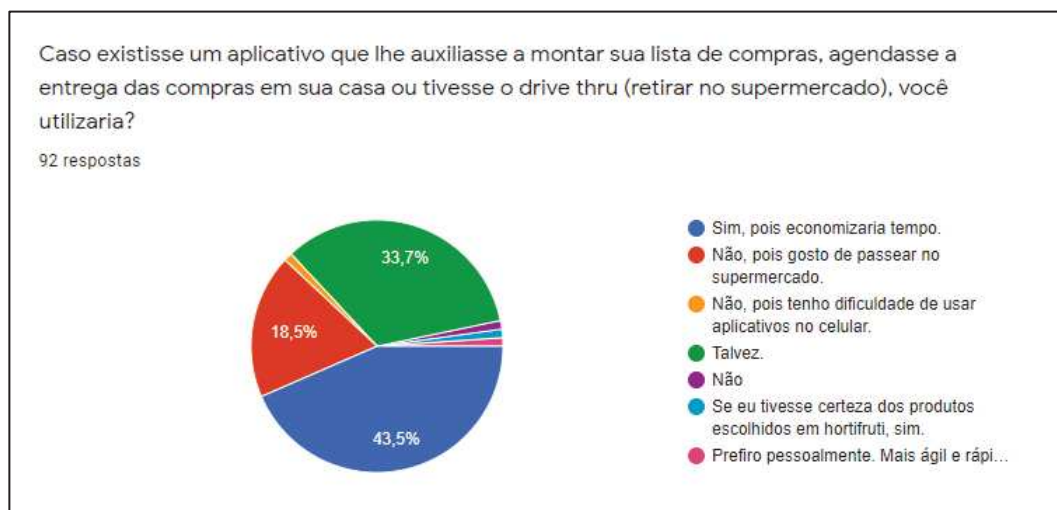


Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Analisando os resultados obtidos no gráfico 05 do total de entrevistados 54,3% realizam suas compras em um supermercado no prazo de aproximadamente uma hora. Enquanto somente 3,3% fazem em mais que duas horas. Diante dos resultados se

entende que há uma necessidade de realizar as compras no menor tempo possível para se ganhar tempo hábil com outros afazeres ou até mesmo para descansar.

GRÁFICO 06 – Aceitação de um aplicativo auxiliar de compras.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

No gráfico 06 através dos resultados 43,5% dos entrevistados dizem que utilizariam o aplicativo que auxiliasse na montagem da lista, no agendamento e na entrega das compras ou retirada no local como forma de economizar o tempo gasto indo até o estabelecimento.

Mediante essa pesquisa foi comprovada que as pessoas sentem a necessidade de agilidade no seu dia a dia com qualidade e segurança. Um aplicativo que as auxiliasse na hora de efetuar suas compras ajudaria a conquistar uma boa economia de tempo, além de ser uma forma mais flexível e simples de ser usado a qualquer hora estando conectado a uma rede de internet.

Pesquisa aos estabelecimentos:

Com o intuito de obter informações acerca de pontos de vista dos estabelecimentos da cidade de Marília em relação ao ramo de aplicativos de entrega de supermercado, a empresa Flash Compras realizou uma pesquisa de mercado com 3 (três) supermercados grandes através de um questionário via forms apresentado a eles.

A pesquisa foi realizada no mês de abril de 2022 com o seguinte link:
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe35tcbv-HOZ7OD2QvOTDW9Jj0WjDoevou7grVwBIR9UnHn8w/viewform?usp=sf_link.

Os resultados obtidos são demonstrados abaixo:

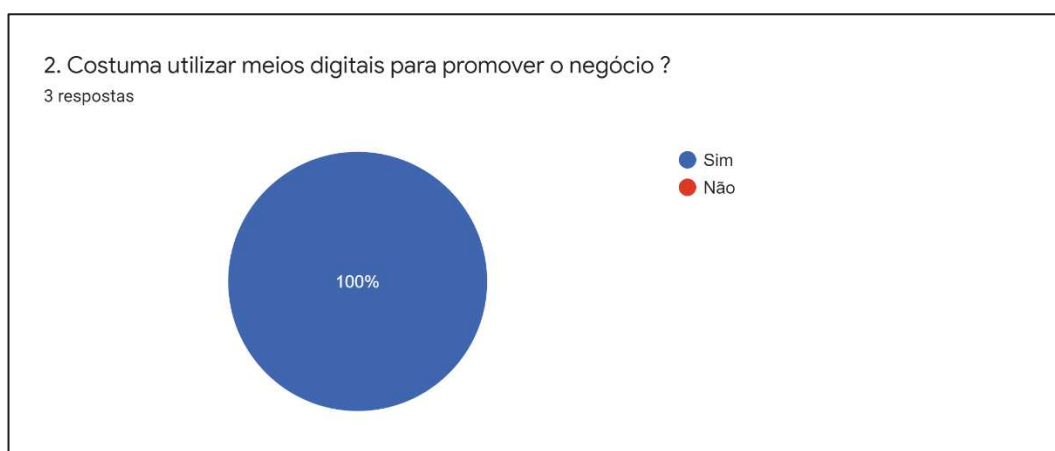
GRÁFICO 07 – Estratégias na fidelização de clientes.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

De acordo com os dados obtidos no gráfico 07, dentre os 03 estabelecimentos da pesquisa 66,7% correspondem a 2 supermercados dizem possuir estratégias claras na fidelização de seus clientes e 33,3% correspondente a 1 estabelecimento diz não ter estratégias bem definidas.

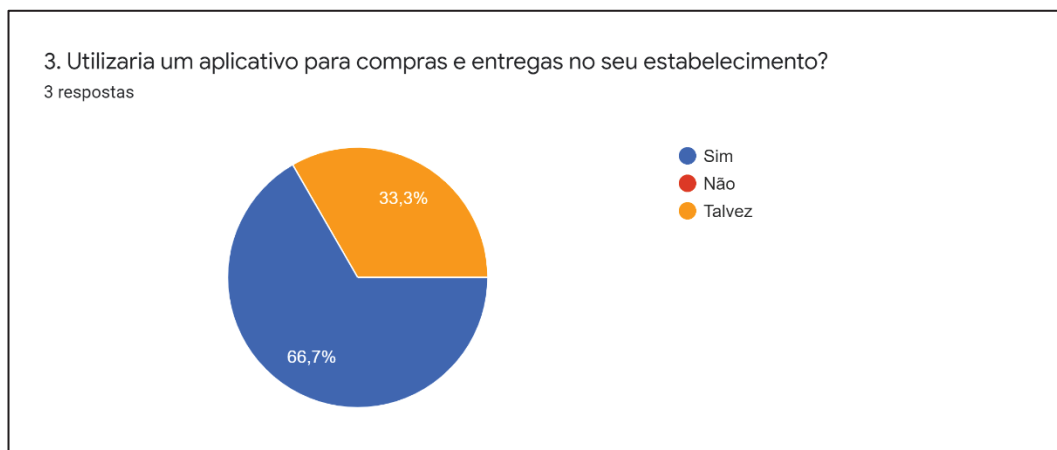
GRÁFICO 08 – Meios digitais para promoção do negócio.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Analisando o gráfico 08, obteve resultados positivos em relação a utilização dos meios digitais como objeto para promover o negócio. A pesquisa mostrou 100% em aceitação dos supermercados.

GRÁFICO 09 – Utilização de aplicativo para o negócio.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

No gráfico 09, houve resultados diferentes 66,7% correspondente a 02 estabelecimentos mostram que utilizariam um aplicativo para compras e entregas, enquanto 33,3% ainda não tem certeza quanto a utilização.

GRÁFICO 10 – Investimento.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Diante do gráfico 10, mostra que 66,7% dos estabelecimentos entrevistados estariam dispostos a investir em mensalidades até 180,00 reais, enquanto 33,3% se dispõem a pagar um pouco mais pelo serviço com valores de 181,00 a 400,00 reais.

4.3 Fatores chaves de sucesso da empresa

É necessário averiguar quais os pontos cruciais para o desenvolvimento e crescimento do negócio. Mediante isso a empresa Flash Compras através de pesquisa já realizada anteriormente pelos autores do presente estudo, fez um levantamento dos fatores mais relevantes e importantes para o sucesso do aplicativo apresentados abaixo:

Preços Acessíveis: Através de pesquisas constante de custos, mercado, consumidor e concorrência, será ofertado um preço justo na prestação de serviços pensando sempre na melhor forma de contribuir positivamente e dando oportunidade de muitas pessoas ter acesso a utilização do aplicativo.

Qualidade dos Produtos/Serviços: A Flash Compras busca superar as expectativas dos consumidores e parceiros a fim de trabalhar com um controle de qualidade excepcional e prestativo na escolha dos produtos oferecidos pelos supermercados e conjuntamente no serviço que será prestado sem perder a excelência e confiabilidade.

Localização: Será trabalhado com uma quantidade expressiva de supermercados em vários pontos da cidade de Marília para que permita ao cliente final escolher onde realizar suas compras, isso ajudará aqueles que optarem por retirar as compras no local como os que escolherem a entrega agendada, já que quanto mais perto o estabelecimento mais rápido será feita a entrega.

Atendimento ao Cliente: Investir em um atendimento de qualidade e efetivo, contendo diversos canais para contato e trabalhar com respostas ágeis e prestativas a fim de solucionar qualquer eventual problema e sanar dúvidas rapidamente. Investindo também constantemente em treinamentos com o intuito de capacitar cada vez mais a equipe para melhor atender ao público.

Promoções Diferenciadas: Será criado promoções acessíveis mantendo um equilíbrio com os supermercados para que não haja prejuízos nas margens de lucro de ambos os lados. Dessa forma se buscará a melhor opção de ofertas em datas específicas para atrair o consumidor final tanto para a promoção do aplicativo quanto para aumentar o número de clientes do estabelecimento.

4.3.1 Competidores

De acordo com os aplicativos disponíveis no mercado voltados para compras em supermercado, nenhum deles possui uma intermediação de serviços completa entre consumidor final e os supermercados em si.

Mediante isso o aplicativo Flash Compras tem grandes possibilidades de crescimento no mercado, visto que ele possui por finalidade não apenas oferecer uma lista de compras, mas também auxiliar de modo geral no processo da compra e criar uma comunicação efetiva entre os consumidores finais e os supermercados de forma rápida e objetiva.

Abaixo com o intuito de identificar um possível concorrente substituto, a empresa Flash Compras realizou uma pesquisa com 10 (dez) entrevistados de diferentes idades que possuem conhecimento ou utilizam os aplicativos citados. Foi atribuído um peso de 0 a 10 para os fatores chaves de sucesso da empresa. A pesquisa foi realizada no mês de novembro de 2021 através do compartilhamento da tabela em formato de documento word via WhatsApp:

Tabela 02 – Fatores Chaves de Sucesso Concorrência.

Item Valorizado	Flash Compras	Supermercado Now	Rappi
Preços Acessíveis	80	82	81
Qualidade dos produtos/serviços	84	71	79
Localização	89	85	91
Atendimento ao Cliente	85	79	90
Promoções Diferenciadas	76	78	84
TOTAL	414	395	425

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Conforme os resultados obtidos na comparação da tabela 01 o aplicativo Rappi é um forte concorrente em potencial para a empresa Flash Compras, sua identidade no

mercado é notável e os consumidores o conhecem bem. Já o aplicativo Supermercado Now por mais que nas buscas na internet ele apareça em evidência suas notas não são consideravelmente boas. Por outro lado o aplicativo Flash Compras tem grandes chances de ampliar seus produtos e serviços e por se tratar de uma startup as pessoas têm boas expectativas nele, esperam que os serviços prestados sejam eficientes e de qualidade.

4.3.2 Ambiente Interno e Externo

A seguir através da análise SWOT onde se trata de uma ferramenta utilizada para analisar o ambiente interno e externo que influenciam uma organização, são apresentados os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças para o desenvolvimento do aplicativo.

Quadro 03 – Análise SWOT.

	Forças	Fraquezas
Internas	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidade no gerenciamento de compras; • Economia de tempo; • Promoções atrativas; • Designer e interface simples e de fácil manuseio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baixo conhecimento tecnológico da 3ª idade para manusear o aplicativo; • Falta de experiência; • Empresa entrante no mercado - desconhecida pelo público; • Dependência aos parceiros varejistas.
	Oportunidades	Ameaças
Externas	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de ampliação no mercado; • Baixo custo de empreendimento; • Crescimento ao e-commerce. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alta concorrência de apps similares; • Ataque cibernético.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Analisando-se as forças do aplicativo com as oportunidades do mercado é possível verificar as situações com maior potencial e que contribuem para favorecer o sucesso do negócio, ajudando a elaborar ações de impacto na obtenção de melhorias e crescimento contínuo. Já quando se compara os pontos fracos com as ameaças identifica-se os maiores riscos para a evolução do negócio e assim é possível elaborar estratégias para melhor ajudar na intenção de defender a empresa desses riscos.

4.4 Marketing e Vendas

4.4.1 Composto de Marketing

O composto de marketing bem-posicionado orienta uma empresa em um mercado competitivo, visto que os elementos do respectivo composto podem ser trabalhados um a um, estrategicamente.

Figura 06 – Mix de Marketing.



Fonte: (Kotler e Keller, 2006).

A partir desse modelo, no quadro a seguir são apontadas as estratégias que serão adotadas quanto a produto, preço, praça e promoção.

Quadro 04 – Os 4Ps da empresa.

Produto	A Flash Compras busca superar as expectativas dos consumidores e parceiros a fim de trabalhar com um controle de qualidade excepcional e prestativo na escolha dos produtos oferecidos pelos supermercados e, conjuntamente no serviço que será prestado sem perder a excelência e confiabilidade.
Preço	O aplicativo trabalhará a percepção de que oferece um produto diferenciado, com funcionalidades úteis, além de qualidade, agilidade e total segurança de dados.
Praça	Será trabalhado com uma quantidade expressiva de supermercados em vários pontos da cidade de Marília para que permita ao consumidor escolher onde realizar suas compras, isso ajudará aqueles que optarem por retirar as compras no local tanto aos que escolherem a entrega agendada.

Promoção	O aplicativo será divulgado nas principais redes sociais: Facebook, Instagram e Twitter, anúncios de TV e haverá um investimento em folhetos para divulgar e incentivar o público a conhecer e fazer uso do aplicativo no início. Esses folhetos serão distribuídos nos próprios supermercados e também mediante uma estratégia de panfletagem na região para apresentar o serviço a todos.
-----------------	---

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

4.4.2 Projeção de Vendas

A Projeção de vendas é uma ação importante para tomar decisões de esforços em seu processo comercial. Uma boa projeção de vendas pode ser a justificativa para um aumento de investimento. Ela também servirá para o gestor ter um farol sobre o faturamento da área e definir ações para chegar lá.

Projeção em vendas funciona como uma base de todo planejamento de negócio, a partir dela é possível analisar o que é preciso nos próximos tempos, meses, semanas, desde funcionários até orçamento para cada despesa dos times.

E com essa projeção realiza-se todo planejamento que a empresa precisa para todas as suas áreas, de acordo com aquilo que está previsto para ser gerado de resultado.

Existem diversas maneiras e metodologias para calcular e estruturar uma projeção de vendas, tudo varia de acordo com o funcionamento e organização da sua empresa.

A projeção será estimada com base na pesquisa de mercado realizada previamente, onde foi levantado uma possível intenção de compra por parte dos pesquisados.

Diferentemente de outros tipos de negócios, num dado momento, uma startup apresenta um crescimento relativamente grande. Via de regra este momento está relacionado ao amadurecimento da solução oferecida, por meio de exaustivos testes e correções.

Abaixo é demonstrado a projeção de vendas para a startup Flash Compras:

Tabela 03 – Projeção de vendas.

PRODUTO	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Plano mensal + Adesão	R\$ 9.432,00	R\$ 18.864,00	R\$ 37.728,00	R\$ 75.456,00	R\$ 150.912,00
Plano anual + Adesão	R\$ 27.072,00	R\$ 54.144,00	R\$ 108.288,00	R\$ 216.576,00	R\$ 433.152,00
TOTAL	R\$ 36.504,00	R\$ 73.008,00	R\$ 146.016,00	R\$ 292.032,00	R\$ 584.064,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Na tabela 03, está demonstrado uma estimativa em 5 anos da quantidade de demandas dos planos ofertados pela Flash Compras. Nota-se que referente ao plano mensal e anual no primeiro ano obteve um total de vendas de 36.504,00.

Ao observar os demais anos, houve o dobro do crescimento de contratação dos planos por parte dos supermercados. Esse aumento de vendas se dá devido a alta visibilidade que o aplicativo pode ofertar ao estabelecimento, fazendo-o ser mais reconhecido e utilizado pelos consumidores através de seus próprios smartphones, além da agilidade e segurança em todos os processos de compra e entrega.

Tópico 5 | FINANÇAS

Tabela 04 – Investimento.

	investimento inicial	preço	unidade	total
mobiliário	cadeiras ergonômicas	R\$ 249,00	4	R\$ 996,00
	apoio para os pés regulável mdf	R\$ 53,91	4	R\$ 215,64
	mesa de escritório	R\$ 299,89	4	R\$ 1.199,56
	kit 3 prateleiras nichos em U	R\$ 99,95	4	R\$ 399,80
	subtotal	R\$ 702,75		R\$ 2.411,20
itens de escritório	envelopes personalizados (24x34cm) 100 un.	R\$ 180,00	1	R\$ 180,00
	etiquetas primaco (25 un.)	R\$ 25,30	4	R\$ 101,20
	grampeador galvanizado 26/6	R\$ 15,95	4	R\$ 63,80
	grampos para grampeador 26/6 (5.000 un.)	R\$ 7,59	4	R\$ 30,36
	papel A4 (pacote 500 folhas)	R\$ 18,40	4	R\$ 73,60
	caixa arquivo para pastas suspensas	R\$ 53,20	2	R\$ 106,40
	pastas suspensa kraft 50 un. (35,5x23,5cm)	R\$ 102,00	2	R\$ 204,00
	cartuchos (impressora colorido e preto e branco) kit	R\$ 111,36	4	R\$ 445,44
	subtotal	R\$ 513,80		R\$ 1.204,80
eletro eletrônicos	notebooks	R\$ 5.150,00	4	R\$ 20.600,00
	nobreak	R\$ 479,60	4	R\$ 1.918,40
	impressora multifuncional HP DeskJet Ink Advantage 2774	R\$ 341,91	4	R\$ 1.367,64
	teclado e mouse	R\$ 73,37	4	R\$ 293,48
	subtotal	R\$ 6.044,88		R\$ 24.179,52
uniformes	camiseta polo personalizada (2 un. por pessoa)	R\$ 52,00	8	R\$ 416,00
	subtotal	R\$ 52,00		R\$ 416,00
comunicação visual	gráfica (planfletos) (1.000 un.) (mês)	R\$ 351,00	1	R\$ 351,00
	site na internet	R\$ 1.500,00	1	R\$ 1.500,00
	subtotal	R\$ 1.851,00		R\$ 1.851,00
despesas de funcionamento	álvaras da prefeitura (caso de multa)			R\$ -
	vistoria dos bombeiros (caso de multa)			R\$ -
	programa de gestão (software) (depende) (mês)	R\$ 399,90	1	R\$ 399,90
	wi fi (750 mega fibra óptica way) (mês)	R\$ 189,90	4	R\$ 759,60
	luz (média) (mês)	R\$ 90,00	4	R\$ 360,00
	água (média) (mês)	R\$ 40,00	4	R\$ 160,00
subtotal	R\$ 719,80		R\$ 1.679,50	
outros itens	suporte para notebook ergonômico regulável	R\$ 40,00	4	R\$ 160,00
	apoio ergonômico para digitação	R\$ 33,89	4	R\$ 135,56
	mouse pad ergonômico para punho	R\$ 25,44	4	R\$ 101,76
	subtotal	R\$ 99,33		R\$ 397,32
outros serviços	programador/ desenvolvedor (à hora)	R\$ 75,00	1	R\$ 75,00
	subtotal	R\$ 75,00		R\$ 75,00
TOTAL INVESTIDO (Aplicativo FLASH COMPRAS)		R\$ 10.058,56		R\$ 32.214,34

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Tabela 05 – Despesas.

despesas gerais	custo (média)	tipo	aplicativo (referente ao mês em média)		
programa de gestão (software) (média)	R\$ 399,90	fixo	preço de venda	100%	R\$ 584,00
wi fi (750 mega fibra óptica way)	R\$ 759,60	fixo	ICMS	18%	R\$ 105,12
luz (média)	R\$ 360,00	fixo	PIS	1,65%	R\$ 9,64
água (média)	R\$ 160,00	fixo	CONFINS	7,60%	R\$ 44,38
salário e encargos	R\$ 19.000,00	fixo	despesas fixas	15%	R\$ 87,60
sistema (manter o sistema)	R\$ 300,00	fixo	margem de lucro	35%	R\$ 204,40
marketing	R\$ 1.100,00	fixo	mark up divisor	22,75%	R\$ 132,86
material de escritório	R\$ 250,00	variável	mark up multiplicador	8,791209	
total de despesas	R\$ 22.329,50				
cálculo total			aplicativo (referente ao ano em média)		
lucro bruto	R\$ 32.514,36		preço de venda	100%	R\$ 2.406,00
despesas	R\$ 22.329,50		ICMS	18%	R\$ 433,08
lucro líquido	R\$ 10.184,86		PIS	1,65%	R\$ 39,70
			CONFINS	7,60%	R\$ 182,86
			despesas fixas	15%	R\$ 360,90
			margem de lucro	35%	R\$ 842,10
			mark up divisor	22,75%	R\$ 547,37
			mark up multiplicador	8,791209	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente plano de negócio possibilitou uma análise de como um aplicativo de compras feito sob encomenda pode melhorar em muito a vida cotidiana do consumidor trazendo maior ganho de tempo, comodidade e segurança na realização de suas compras.

Através de pesquisas realizadas obteve-se dados consistentes sobre a mudança de comportamento dos consumidores no período pandêmico e pós pandêmico, aonde muitos tiveram que se readaptar para realizar suas atividades. Mediante isso, fica notável a importância da utilização tecnológica como forma de melhorar processos já existentes.

Os questionários serviram para pensar em cada funcionalidade a ser inserida dentro do aplicativo, a fim elaborar uma plataforma útil e de fácil manuseio.

Após concluído o trabalho as expectativas do grupo foram alcançadas com sucesso, já que foi possível constatar que o uso da tecnologia traz grandes possibilidades aos estabelecimentos por permitir maior visibilidade as empresas e aumento de suas vendas garantindo ganho de lucro e, aos consumidores por terem a facilidade de efetuar suas compras através do smartphone com poucos cliques, sem perder a qualidade dos produtos e a segurança do serviço, além de tempo hábil para realização de outras atividades.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Darlan. G1, 2021. **Comércio eletrônico: comida por delivery e supermercados são categorias que mais crescem na pandemia.** Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/05/26/comercio-eletronico-comida-por-delivery-e-supermercados-sao-categorias-que-mais-crescem-na-pandemia.ghtml>. Acesso em: 11 set. 2021.

APAS, 2021. **Em 2021, supermercados de São Paulo registram alta de 56,5% de inaugurações.** Disponível em: <https://portalapas.org.br/em-2021-supermercados-de-sao-paulo-registram-alta-de-565-de-inauguracoes/>. Acesso em: 25 nov. 2021.

BOTELHO, Laís Vargas; CARDOSO, Leticia de Oliveira; CANELLA, Daniela Silva. **COVID-19 e ambiente alimentar digital no Brasil: reflexões sobre a influência da pandemia no uso de aplicativos de delivery de comida.** Cadernos de Saúde Pública, Rio de Janeiro, v. 36, n. 11, p. 1-5, jun./ago. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/pX8fFSjkVQXLLwFwbhWPYJd/?lang=pt>. Acesso em: 16 set. 2021.

Como definir o capital social de uma empresa. **SEBRAE**, 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-definir-o-capital-social-de-uma-empresa.328a3a3a410ef510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 30 maio 2022.

COSTA, José. CNDL Brasil, 2021. **91% dos internautas realizaram compras pela internet nos últimos 12 meses aponta pesquisa CNDL/SPC Brasil.** Disponível em: <https://cdls.org.br/91-dos-internautas-realizaram-compras-pela-internet-nos-ultimos-12-meses-aponta-pesquisa-cndlspc-brasil/>. Acesso em: 24 nov. 2021.

FILHO, Roberto. O notável ano de um setor essencial. **Autosserviço**, São Paulo, n. 537, p. 50-54, jun. 2021. Disponível em: <https://www.abras.com.br/economia-e-pesquisa/ranking-abras/dados-gerais>. Acesso em: 24 nov. 2021.

GONÇALVES, Adriana. Sebrae, 2019. **Canvas: Como estruturar seu modelo de negócios.** Disponível em: <https://www.sebraepr.com.br/canvas-como-estruturar-seu-modelo-de-negocios/>. Acesso em: 06 out. 2021.

JÚNIOR, France. Jornal da USP, 2021. **Delivery transformou tendência em necessidade e continua em crescimento.** Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/delivery-transformou-tendencia-em-necessidade-e-continua-em-crescimento/>. Acesso em: 21 nov. 2021.

JUNIOR, Ricardo. Jornal Contábil, 2017. **O que significa MVP e para que ele serve?** Disponível em: <https://www.jornalcontabil.com.br/o-que-significa-mvp-e-para-que-serve/>. Acesso em: 01 maio 2022.

LOPES, Júlia. Reev, 2021. **Projeção de vendas, o que é e como executar ela dentro da sua empresa.** Disponível em: <https://reev.co/projecao-de-vendas/>. Acesso em: 10 jun. 2022.

MARTINS, Humberto. Supremo Tribunal da Justiça, 2020. **Um marco na regulamentação sobre dados pessoais no Brasil.** Disponível em: <https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Leis-e-normas/lei-geral-de-protecao-de-dados-pessoais-lgpd>. Acesso em: 20 nov. 2021.

PEREIRA, Daniel. O analista de modelo de negócios, 2019. **Canvas da Proposta de Valor.** Disponível em: <https://analistamodelosdenegocios.com.br/canvas-da-proposta-de-valor/>. Acesso em: 20 abril 2022.

PINHO, Flávia. Folha de São Paulo, 2021. **Delivery de mercado entra de vez na rotina dos paulistanos.** Disponível em: <https://saopaulo.folha.uol.com.br/o-melhor-de-saopaulo/2021/servicos/04/delivery-de-mercado-entra-de-vez-na-rotina-dos-paulistanos.shtml>. Acesso em: 11 set. 2021.

RIBEIRO, Jéssica. NDM Advogados, 2020. **Delivery e Estabelecimento Físico: valor mínimo de consumação é uma exigência legal?** Disponível em: <https://ndmadvogados.com.br/artigos/delivery-e-estabelecimento-fisico-valor-minimo-de-consumacao-e-uma-exigencia-legal>. Acesso em: 18 nov. 2021.

SHIMADA, Sheila. Âmbito Jurídico, 2020. **Criação e comercialização de aplicativos: conheça as principais leis que regem esse mercado.** Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/noticias/criacao-e-comercializacao-de-aplicativos-conheca-as-principais-leis-que-regem-esse-mercado/>. Acesso em: 18 nov. 2021.

VIEIRA, Tatiane. Terra, 2020. **O que é mockup?.** Disponível em: https://www.terra.com.br/noticias/tecnologia/o-que-e-mockup_c0e6f33e9722146f3287e77db33e7fcf99bycv42.html. Acesso em: 16 maio 2022.