

Grupo: Vision

Alunos: Andreia Alaini, Guilherme Mendes, Luan Franchini, Matheus Francisco

Analise de mercado

1. Contexto e Problema Identificado

Uma empresa atua vendendo dados de seus clientes (ex.: consumidores que já realizaram cadastros ou interações) para restaurantes e lojas de alimentação.

O desafio enfrentado é que, apesar de fornecer dados, a empresa não consegue mensurar quantos novos clientes efetivamente foram gerados para os estabelecimentos compradores. Isso reduz o valor percebido do serviço e gera desconfiança sobre o retorno do investimento (ROI).

2. Proposta de Solução

A solução proposta é a criação de uma plataforma de acompanhamento de performance, onde dashboards iriam ser apresentados para os clientes (restaurantes), onde eles podem ter uma visão de pedidos que iram ser feitos e de clientes novos.

Funcionalidades-chave:

Identificação de novos clientes: cruzamento dos dados da base vendida com os cadastros/consumos realizados nas lojas parceiras.

Métricas de conversão: relatórios mensais de quantos clientes novos foram adquiridos.

ROI em tempo real: valor investido versus faturamento adicional gerado.

Dashboard personalizado: dados acessíveis em tempo real pelos restaurantes/lojas.

Com isso, a empresa deixa de ser apenas um fornecedor de leads e passa a ser um parceiro estratégico para crescimento de vendas.

3. Mercado e Oportunidade

3.1 Mercado de Food Service no Brasil

O setor de alimentação fora do lar movimentou aproximadamente R\$ 570 bilhões em 2023 (ABIA/ABF).

Existem mais de 1 milhão de estabelecimentos de alimentação no país, entre restaurantes, bares, padarias e lanchonetes.

O mercado cresce em média 6% ao ano, impulsionado por delivery e digitalização.

3.2 Mercado de Dados e CRM

O setor de big data e analytics movimenta US\$ 6 bilhões no Brasil (2024).

Estima-se que mais de 60% das PMEs não têm estrutura de CRM ou análise de clientes, sendo um público-alvo claro para soluções simples de mensuração de ROI.

3.3 Oportunidade

Se considerarmos apenas 10% dos restaurantes no Brasil como potenciais clientes da solução (100 mil estabelecimentos), e um ticket médio mensal de R\$ 500 pela assinatura do serviço:

$100.000 \times R\$ 500 = R\$ 50 \text{ milhões/mês}$
ou seja, R\$ 600 milhões/ano de mercado potencial.

4. Diferencial Competitivo

Transparência: mostrar ao cliente o impacto real dos dados comprados.

Mensuração do ROI: métrica clara e objetiva que dá segurança ao investimento.

Escalabilidade: plataforma digital, aplicável em diferentes segmentos (lojas, academias, farmácias etc.).

5. Conclusão

A oportunidade está na transformação de uma simples venda de dados em um ecossistema de geração e mensuração de novos clientes.

Esse diferencial aumenta a fidelização dos estabelecimentos e cria espaço para expansão em larga escala, tanto no setor de alimentação quanto em outros mercados de varejo.