

BARBARA RAMOS ALVES
DIEGO HENRIQUE MARTINS DINIZ
ERIK ALVES VILAR
LAIS DANIELLE SANTOS VIEIRA
MILENA ARANTES BERTOLINI

APLICATIVO FARM2TOWN

Modelo Canvas

UBERLÂNDIA

2023

Sumário

1. PRODUTO	2
2. SEGMENTO DE CLIENTES	3
3. PROPOSTA DE VALOR	4
4. CANAIS	5
5. RELACIONAMENTO COM CLIENTES	10
6. FONTES DE RECEITA	13
7. RECURSOS-CHAVE/PRINCIPAIS	15
8. ATIVIDADES-CHAVE	20
9. PARCERIAS-CHAVE	22
10. ESTRUTURA DE CUSTO	24

1. PRODUTO

O aplicativo é um serviço de entrega em domicílio de produtos orgânicos diretamente de produtores rurais de confiança. Além disso, destaca-se pelo fator personalidade, em que os consumidores terão acesso a um perfil com fotos e informações relevantes sobre os produtores de quem estão comprando. Isso ajuda a construir a confiança dos clientes e promover um senso de conexão entre os consumidores e os produtores rurais.

O aplicativo farm2town conectará produtores rurais que cultivam produtos orgânicos (hortaliças, frutas, entre outros) e pessoas e/ou estabelecimentos que procuram por alimentos sem agrotóxicos. O diferencial estará na comodidade de sempre ter disponíveis produtos frescos, de qualidade e com procedência conhecida, diretamente de produtores rurais de confiança.

O aplicativo funcionará da seguinte maneira:

- 1º. O produtor rural se cadastra no aplicativo e informa quais produtos tem disponíveis para venda;
- 2º. O consumidor ou restaurante acessa o aplicativo, pesquisa por produtos orgânicos e seleciona o que deseja comprar;
- 3º. O aplicativo informa qual produtor rural possui os produtos escolhidos e apresenta as informações do perfil do produtor;
- 4º. O consumidor ou restaurante faz o pedido e escolhe a forma de pagamento;
- 5º. O aplicativo se encarrega da entrega, conectando o produtor rural ao consumidor ou restaurante que realizou o pedido e informando o local de entrega.

2. PRIMEIRO COMPONENTE: SEGMENTO DE CLIENTES

O nosso produto conta com 2 grandes segmentos de clientes, restaurantes e pessoas físicas.

2.1. RESTAURANTES

Os restaurantes com perfil de clientes de médio a alto padrão que buscam produtos orgânicos frescos e de alta qualidade para oferecer aos seus clientes pratos mais saudáveis e atrativos são um dos principais segmentos de clientes do aplicativo. Eles valorizam a comodidade da entrega no estabelecimento, a qualidade dos produtos e a procedência conhecida dos alimentos. Além disso, os restaurantes podem aproveitar a oportunidade de agregar valor aos seus pratos e se destacar no mercado como uma opção mais saudável e sustentável.

2.2. PESSOAS FÍSICAS

As pessoas físicas que buscam um estilo de vida mais saudável e sustentável valorizam a qualidade dos alimentos, a conveniência da entrega em domicílio e que possuam um maior poder aquisitivo. Com o aplicativo, elas têm acesso a produtos orgânicos frescos e de alta qualidade, diretamente de produtores rurais de confiança. O fator pessoalidade, em que os consumidores têm acesso às informações do perfil do produtor e sua procedência, cria um vínculo de confiança e transparência entre o produtor e o consumidor.

3. PROPOSTA DE VALOR

A empresa farm2town dedica-se a oferecer aos consumidores produtos frescos e saudáveis provenientes diretamente dos produtores rurais, sem a presença de agrotóxicos e outros químicos nocivos à saúde. Seu principal objetivo é apoiar os produtores locais e incentivar práticas agrícolas mais sustentáveis, promovendo um sistema alimentar mais justo e equilibrado.

Com uma ampla variedade de produtos sazonais e especiais, a farm2town fornece informações detalhadas sobre os processos de produção e as características e sabores dos alimentos, permitindo que os clientes conheçam melhor o que estão consumindo. Além disso, a empresa oferece um serviço de entrega eficiente e conveniente, permitindo que os consumidores recebam seus produtos em suas residências e estabelecimentos.

A empresa farm2town promove experiências sensoriais diferenciadas para seus clientes, incluindo degustações e eventos culinários e culturais que envolvem a culinária local, para que os clientes possam experimentar os produtos de maneira mais completa e interativa. Além disso, a empresa colabora com chefs renomados e especialistas em alimentação saudável para criar receitas e combinações exclusivas com seus produtos.

Acreditando que a alimentação saudável deve ser acessível e inclusiva para todos, a farm2town mantém preços justos e procura atender a todas as necessidades dos consumidores. Com a empresa farm2town, os clientes podem desfrutar de alimentos frescos, saudáveis e sustentáveis, enquanto apoiam produtores locais e práticas agrícolas mais responsáveis.

4. CANAIS

O aplicativo permitirá que os clientes façam seus pedidos diretamente pelo celular, visualizem a variedade de produtos orgânicos disponíveis, selecionem o produtor rural de sua preferência, e acompanhem a entrega dos produtos.

Além disso, o aplicativo pode ser usado para enviar notificações aos clientes sobre novos produtos, promoções e informações importantes sobre a empresa, além de eventos e feiras e outras interações direcionadas para cada nicho:

4.1. B2B

No contexto B2B (Business-to-Business), o aplicativo da empresa proporciona uma série de oportunidades para estabelecer parcerias e colaborações com outras empresas, como restaurantes e estabelecimentos comerciais. Por meio de estratégias de marketing de conteúdo, demonstração de produtos e parcerias com o setor de alimentos, a empresa pode destacar os benefícios dos produtos orgânicos para esses negócios. Ao oferecer conteúdo informativo e demonstrações de produtos, a empresa pode atrair chefs de cozinha e responsáveis pelas compras, conquistando potenciais compradores regulares. Além disso, estabelecer parcerias com restaurantes e empresas reconhecidas por utilizarem produtos orgânicos em seus pratos aumenta a visibilidade e o reconhecimento da empresa no mercado B2B.

4.1.1. Marketing de conteúdo para empresas

Criação de conteúdo de blog e infográficos que falem sobre os benefícios dos produtos orgânicos para restaurantes e empresas.

Explicando como os alimentos orgânicos podem melhorar a qualidade dos pratos e aumentar a satisfação dos clientes.

4.1.2. Demonstração do produto

Oferecer amostras dos produtos orgânicos para os chefs de cozinha e responsáveis pelas compras dos restaurantes e empresas. Essa é uma ótima maneira de apresentar os produtos orgânicos e de conquistar clientes que possam se tornar compradores regulares.

4.1.3. Parcerias com restaurantes e empresas

Estabelecer parcerias com restaurantes e empresas que sejam conhecidos por utilizar produtos orgânicos em seus pratos. Com essa parceria, a empresa pode ter mais visibilidade e reconhecimento no mercado.

4.2. B2C

No âmbito B2C (Business-to-Consumer), o aplicativo da empresa é uma ferramenta valiosa para atrair e engajar famílias e consumidores individuais interessados em alimentos orgânicos e uma alimentação saudável. Por meio do marketing de conteúdo, promoções e parcerias com influenciadores digitais, a empresa pode direcionar suas mensagens para as necessidades e preferências do público-alvo. Ao criar conteúdo informativo sobre os benefícios dos produtos orgânicos para a saúde das famílias, compartilhar receitas e oferecer descontos exclusivos para novos clientes, a empresa pode atrair consumidores em potencial. Além disso, um programa de fidelidade incentiva a compra recorrente e a construção de relacionamentos duradouros com os clientes. Participar de eventos e feiras voltados para o público-alvo também é uma estratégia eficaz para aumentar a visibilidade e atrair novos consumidores interessados em produtos orgânicos e

alimentação saudável.

4.2.1. Marketing de conteúdo para famílias

Criar conteúdo de blog e redes sociais que falem sobre os benefícios dos produtos orgânicos para a saúde das famílias. Vamos dar dicas de receitas e de como preparar alimentos saudáveis utilizando os produtos orgânicos.

4.2.2. Promoções e descontos para novos clientes

Oferecer descontos e promoções para os novos clientes que se cadastrarem no aplicativo da empresa, isso pode ajudar a atrair novos consumidores.

4.2.3. Programa de fidelidade

Oferecer um programa de fidelidade para os clientes fiéis que comprem regularmente. Isso pode incentivar a fidelização dos clientes e a compra recorrente.

4.2.4. Parcerias com influenciadores digitais:

Estabelecer parcerias com influenciadores digitais que sejam conhecidos por falar sobre produtos orgânicos e alimentação saudável. Eles podem divulgar a empresa para seu público e ajudar a atrair novos clientes.

É importante que a empresa esteja presente em eventos e feiras que sejam direcionados para o público-alvo, como feiras de produtos orgânicos ou de

alimentação saudável. Com isso, a empresa pode aumentar a visibilidade do negócio e atrair mais clientes em potencial.

Além disso, é fundamental estabelecer uma comunicação direta e orientada aos produtores que serão nossos parceiros, a fim de garantir que o serviço seja realizado, assim definimos algumas estratégias:

4.3. COMUNICAÇÃO PESSOAL

Inicialmente, será realizada uma abordagem pessoalmente, em vez de depender exclusivamente de comunicação digital. Isso permite estabelecer uma conexão mais próxima e personalizada para entender melhor as necessidades e expectativas do produtor.

4.3.1. Explicação clara e simplificada

Introduzir a ideia do aplicativo de entrega ou outros aspectos tecnológicos, os representantes precisam explicar de forma clara e simplificada, evitando jargões técnicos para que os produtores possam entender facilmente como a tecnologia pode beneficiá-los.

4.3.2. Treinamento e suporte

Oferecer treinamento prático e suporte para os produtores rurais que estejam menos familiarizados com tecnologia. Isso pode incluir tutoriais, guias impressos ou vídeos explicativos que mostram passo a passo como utilizar o aplicativo ou outras ferramentas digitais.

4.3.3. Visitas presenciais

Para fornecer suporte adicional e responder a quaisquer dúvidas ou preocupações que possam ter. Essa abordagem presencial pode ajudar a construir confiança e estreitar a relação com o parceiro produtor.

4.3.4. Relação de parceria

Mostrar ao produtor rural que nós valorizamos o trabalho dele e que desejamos estabelecer uma relação de parceria duradoura. Vamos entender suas necessidades e oferecer feedback construtivo para atender às nossas demandas.

Será essencial adaptar a abordagem e as soluções tecnológicas às necessidades específicas de cada parceiro produtor, sempre levando em consideração seu nível de familiaridade com a tecnologia.

5. RELACIONAMENTO COM CLIENTES

Como forma de aproximarmos mais dos clientes de ambos os segmentos, algumas estratégias serão adotadas.

5.1. PESQUISA DE SATISFAÇÃO

Para entender as necessidades e expectativas dos clientes, o farm2town realizará pesquisas de satisfação. Que será feito por meio de quantidade de estrelas de 1 à 5, 1 sendo ruim e 5 sendo excelente. Os clientes poderão avaliar tanto os produtores quanto a agilidade na entrega.

5.2. PROGRAMAS DE FIDELIDADE

O empreendimento farm2town terá implementados programas de fidelidade com o intuito de estimular os clientes a realizarem compras frequentes e recompensar aqueles que mantiverem um vínculo duradouro com a empresa. Tais programas poderão contemplar, por exemplo, concessão de descontos em compras recorrentes ou volumosas, bem como a adoção de um sistema de pontos que os clientes poderão acumular e resgatar por outros produtos. Essa iniciativa visa fortalecer a relação entre as partes envolvidas, potencializando a satisfação do cliente e a fidelização.

5.3. CONTEÚDO INFORMATIVO

Conforme exposto anteriormente, o empreendimento farm2town estabelecerá uma interação constante nas redes sociais e no aplicativo da empresa, com o propósito de fornecer informações pertinentes e relevantes aos clientes. Ademais, será disponibilizado conteúdo informativo acerca de receitas, dicas de preparo de alimentos e informações nutricionais, visando à conscientização dos clientes quanto

aos benefícios dos produtos orgânicos e à promoção da aquisição de produtos complementares.

Com o intuito de divulgar nossos ingredientes orgânicos, almejamos incentivar os chefs de cozinha a criarem receitas especiais, bem como a compartilharem a origem desses alimentos com os frequentadores dos restaurantes. Nesse sentido, objetivamos ampliar a visibilidade de nosso negócio, atraindo a atenção de um público cada vez mais amplo.

5.4. SUPORTE AO CLIENTE

Serão implementadas diversas estratégias com o propósito de prover um suporte eficiente aos clientes, a saber: disponibilização de distintos canais de comunicação, tais como telefone, chat, e-mail, redes sociais, dentre outros, a fim de que os clientes possam selecionar aquele que melhor atenda às suas necessidades e preferências. Ademais, será assegurada a disponibilidade do suporte durante as 24 horas do dia, nos 7 dias da semana.

Será oferecido ainda um suporte personalizado, que considere as necessidades específicas de cada cliente, por meio da personalização do atendimento ou da oferta de produtos e serviços.

5.5. TRANSPARÊNCIA

A empresa poderá realizar visitas aos produtores rurais para avaliar suas práticas de produção e garantir que seus produtos atendam aos padrões de qualidade estabelecidos pela empresa.

5.6. EVENTOS PRESENCIAIS

Conforme delineado previamente, o farm2town implementará ações com o intuito de participar ou até mesmo promover eventos presenciais, tais como

degustações ou feiras de produtos orgânicos, como forma de estabelecer uma conexão pessoal com seus clientes e proporcionar uma experiência singular. Além disso, tais eventos possibilitarão a atração de novos produtores/parceiros e clientes.

Apesar dos elevados custos envolvidos na organização de eventos desta magnitude, a visibilidade gerada por eles, em conjunto com a dinâmica singular de encontros entre produtores e clientes, despertará a curiosidade de potenciais clientes, restaurantes e produtores interessados em participar, ampliando, assim, as oportunidades de angariar novos clientes e parceiros.

5.7. PERSONALIZAÇÃO

Com o propósito de despertar um maior interesse por parte de nossos clientes pertencentes ao segmento de restaurantes, estamos desenvolvendo uma funcionalidade exclusiva do aplicativo que permitirá a esses estabelecimentos programarem a recorrência de suas compras. Por meio dessa funcionalidade, os restaurantes poderão agendar a quantidade de itens e produtos que desejam adquirir, bem como estabelecer uma frequência para as entregas, evitando, assim, a necessidade de fazer pedidos diários. Dessa forma, o processo de aquisição de produtos tornar-se-á mais conveniente e eficiente para nossos clientes, proporcionando-lhes maior comodidade e economia de tempo.

6. FONTES DE RECEITA

As fontes de receitas do farm2town serão realizadas através da venda de recursos e da taxa de corretagem.

6.1. VENDA DE RECURSOS

Nossos clientes estão dispostos a investir em alimentos frescos, saudáveis e livres de agrotóxicos, especialmente aqueles que valorizam sua saúde, bem-estar e confiam na procedência dos produtos. Reconhecemos a importância de oferecer uma variedade de opções de pagamento para atender às preferências de nossos clientes, como cartões de crédito, débito e transferências bancárias.

Além disso, disponibilizamos a conveniência de fazer pedidos por meio do aplicativo, e oferecemos a opção de compra recorrente para restaurantes, permitindo que eles recebam regularmente nossos produtos frescos em intervalos personalizados, garantindo um suprimento constante para seus menus. Nossa equipe utiliza veículos adaptados para garantir a integridade dos produtos durante a entrega.

Reconhecemos que nossos clientes também valorizam experiências culinárias únicas, como degustações, workshops e eventos culturais que envolvem a culinária local. Por meio de parcerias com chefs renomados e especialistas, oferecemos conhecimento especializado e inovações, agregando valor à nossa marca e atraindo clientes que buscam qualidade e diferenciação.

Embora essas parcerias em eventos não sejam as principais em nosso modelo de negócio, elas desempenham um papel importante no fortalecimento da marca e na construção de relacionamentos duradouros com nossos clientes.

Acreditamos que a diversificação de nossas ofertas nos permite atender às diferentes necessidades e preferências de nossos clientes, contribuindo para o crescimento e sucesso da nossa empresa.

6.2. TAXA DE CORRETAGEM

Para cada fonte de receita, será aplicada uma taxa de corretagem por transação, levando em consideração o segmento específico e a quantidade de produtos adquiridos. Essas taxas podem variar para cada segmento, garantindo uma estrutura de preços justa e alinhada às necessidades e demandas de nossos clientes. A transparência na aplicação dessas taxas é fundamental para estabelecer relações comerciais sólidas e duradouras, promovendo um ambiente de negócios confiável e satisfatório para todas as partes envolvidas.

7. RECURSOS-CHAVE/PRINCIPAIS

Os recursos-chave são elementos essenciais para o sucesso da farm2town. Eles garantem uma operação eficiente, produtos de qualidade e valor consistente para os clientes. Ao identificar e utilizar corretamente esses recursos, é possível atender às demandas do público-alvo e garantir a sustentabilidade do negócio.

7.1. PLATAFORMA DIGITAL INTUITIVA:

Através da plataforma online e do aplicativo móvel intuitivo da farm2town, agricultores e produtores orgânicos têm a oportunidade de cadastrar seus produtos, criar perfis e gerenciar pedidos com facilidade. Os clientes, por sua vez, desfrutam de uma experiência de compra simplificada e conveniente, tendo acesso direto a um amplo catálogo de produtos orgânicos provenientes diretamente das fazendas. Com apenas alguns cliques, é possível explorar uma variedade de alimentos frescos, saudáveis e certificados, cultivados de maneira sustentável e livre de produtos químicos. A plataforma farm2town foi projetada com foco na praticidade, permitindo que agricultores, produtores e consumidores se conectem de forma direta e transparente, promovendo relações confiáveis e benéficas para todas as partes envolvidas.

7.2. REDE SÓLIDA DE AGRICULTORES E PRODUTORES:

A farm2town estabeleceu parcerias estratégicas com uma ampla rede de agricultores e produtores orgânicos altamente qualificados. Essas parcerias asseguram um suprimento constante de produtos frescos e de alta qualidade, diretamente das fazendas para a plataforma. Com o objetivo de promover relações transparentes e confiáveis, a farm2town conecta diretamente os consumidores aos produtores, permitindo que os clientes tenham acesso direto aos responsáveis pela produção dos alimentos que consomem. Essa conexão direta fortalece a confiança

dos consumidores, pois eles podem conhecer melhor as práticas de cultivo e origem dos produtos, garantindo uma experiência de compra sustentável e saudável. Através dessa rede estabelecida, a farm2town se torna a ponte entre os produtores orgânicos e os consumidores conscientes, proporcionando um canal de comunicação direto e facilitando a oferta de produtos frescos e de alta qualidade para os clientes da plataforma.

7.3. INFRAESTRUTURA LOGÍSTICA EFICIENTE:

A farm2town implementou um sistema logístico altamente eficiente, garantindo a gestão adequada da coleta dos produtos nas fazendas e sua entrega aos clientes. A plataforma conta com uma frota de veículos refrigerados de última geração, o que permite manter a temperatura ideal para preservar a frescura e a qualidade dos produtos orgânicos durante todo o processo de transporte.

Além disso, foram estabelecidas rotas otimizadas, levando em consideração a localização dos agricultores e a região dos clientes, de forma a agilizar o processo de entrega.

Equipes de entrega dedicadas e profissionais treinados são responsáveis por garantir que os produtos sejam manipulados com o devido cuidado e entregues pontualmente aos clientes. Dessa forma, a farm2town se compromete a preservar a integridade e a qualidade dos produtos orgânicos, desde o momento da coleta nas fazendas até a chegada às mãos dos consumidores, proporcionando uma experiência de compra confiável e satisfatória.

7.4. MARKETPLACE E CATÁLOGO DE PRODUTOS ABRANGENTES:

A farm2town se dedicou ao desenvolvimento de uma interface amigável e intuitiva, visando proporcionar aos usuários uma experiência de navegação agradável. A plataforma apresenta um catálogo abrangente de produtos orgânicos

disponíveis para compra, oferecendo aos clientes uma ampla variedade de opções saudáveis e sustentáveis. Os consumidores têm a possibilidade de explorar descrições detalhadas dos produtos, visualizar fotos e obter informações relevantes sobre os agricultores e suas práticas de cultivo orgânico. Isso permite que os clientes façam escolhas informadas e conscientes, conhecendo a origem dos alimentos que estão adquirindo e valorizando as práticas agrícolas sustentáveis adotadas pelos produtores. A farm2town acredita que a transparência é fundamental para estabelecer uma relação de confiança com os consumidores, capacitando-os a fazerem escolhas conscientes em relação aos produtos orgânicos que desejam adquirir.

7.5. SISTEMA DE PAGAMENTO SEGURO E CONFIÁVEL:

A farm2town implantou um sistema de pagamento online seguro e confiável em sua plataforma. Com a preocupação de garantir a segurança das transações e a proteção dos dados dos clientes, a plataforma oferece integração com diversos métodos de pagamento confiáveis, como cartões de crédito, transferências bancárias e carteiras digitais. Essa variedade de opções permite aos clientes escolherem a forma de pagamento mais conveniente para eles, ao mesmo tempo em que têm a tranquilidade de saber que suas informações pessoais e financeiras estão devidamente protegidas. A farm2town está comprometida em proporcionar uma experiência de compra segura e confiável, garantindo a privacidade dos dados dos clientes em todas as etapas do processo de pagamento.

7.6. ESTRATÉGIAS DE MARKETING E DIVULGAÇÃO:

A farm2town utiliza estratégias de marketing inovadoras para promover sua plataforma e conscientizar os consumidores sobre os benefícios dos produtos orgânicos direto da fazenda. Por meio de campanhas publicitárias impactantes, marketing digital abrangente, parcerias estratégicas com influenciadores e

participação em eventos relacionados, eles conseguem alcançar um público amplo e consolidar a marca farm2town como referência em produtos orgânicos de qualidade. Além disso, a empresa adota ferramentas avançadas de marketing, como análise de dados e automação de marketing, para obter melhores resultados e aprimorar a eficiência de suas ações.

7.7. SUPORTE AO CLIENTE EFICIENTE:

A plataforma oferece um sistema de suporte ao cliente altamente eficiente, com uma variedade de opções de atendimento para melhor atender às necessidades dos usuários. Nossos clientes têm acesso a um chat online em tempo real, atendimento telefônico ágil e suporte por e-mail, garantindo um canal de comunicação conveniente e eficaz. Além disso, implementamos softwares de suporte de última geração, amplamente utilizados por empresas atualmente, para aprimorar ainda mais a experiência do cliente.

Nossa equipe altamente capacitada da farm2town está pronta para responder a quaisquer dúvidas, resolver problemas e atender solicitações dos clientes de forma rápida e eficiente. Com o auxílio desses softwares de suporte avançados, podemos oferecer um atendimento personalizado, proporcionando uma experiência positiva e satisfatória aos nossos clientes.

7.8. CONHECIMENTO EM REGULAMENTAÇÕES ORGÂNICAS:

A Farm2Town vai além ao promover produtos orgânicos de alta qualidade. Nós respeitamos e seguimos rigorosamente as regulamentações brasileiras para a venda desses produtos, contando com o certificado OAC (Orgânico Brasil) em conformidade com as normas estabelecidas pelo MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento). Essa certificação garante aos nossos clientes que os alimentos comercializados em nossa plataforma são cultivados e processados de

acordo com os mais altos padrões orgânicos, sem o uso de pesticidas, adubos químicos ou organismos geneticamente modificados.

Acreditamos na importância da confiança mútua entre nós, nossos clientes e fornecedores. Por isso, buscamos constantemente a qualidade e a veracidade em tudo o que fazemos. Trabalhamos em estreita colaboração com nossos fornecedores, garantindo que todos os produtos oferecidos em nossa plataforma sejam autenticamente orgânicos, provenientes de fazendas certificadas e com rastreabilidade garantida. Dessa forma, tanto nossos clientes quanto nossos fornecedores podem confiar plenamente em nossos serviços e na procedência dos alimentos que comercializamos.

8. ATIVIDADES-CHAVE

8.1. NEGOCIAÇÃO E FORMAÇÃO DE PARCERIAS COM PRODUTORES

Envolve identificar e estabelecer parcerias com produtores orgânicos para garantir o suprimento constante de produtos frescos e de qualidade. Isso abrange visitas às fazendas, certificações orgânicas, negociação de termos contratuais e estabelecimento de acordos de fornecimento.

8.2. CONTROLE DE QUALIDADE

O controle de qualidade envolve a inspeção dos produtos recebidos dos produtores, a verificação do cumprimento de regulamentos orgânicos, a realização de testes laboratoriais quando necessário, entre outras atividades.

8.3. CAPTAÇÃO DE RESTAURANTES

A captação de restaurantes é um processo estratégico contínuo para atrair e conquistar novos clientes para a plataforma. Envolve atividades como pesquisa, abordagem persuasiva e negociação de contratos. É importante oferecer suporte técnico e destacar os benefícios do software. O objetivo é aumentar a base de clientes e expandir sua utilização.

8.4. DESENVOLVIMENTO E MANUTENÇÃO DO APLICATIVO

Será necessário realizar atividades relacionadas ao desenvolvimento do aplicativo, incluindo a criação da interface, funcionalidades, recursos de busca e filtros, sistema de pagamento, avaliação de produtores, entre outros. Além disso, será importante manter o aplicativo atualizado e realizar melhorias contínuas.

8.5. GERENCIAMENTO DE LOGÍSTICA

Uma outra atividade-chave será o gerenciamento dos pedidos feitos pelos usuários e a coordenação da logística para a entrega dos produtos. Isso inclui a organização das rotas de entrega, a embalagem dos produtos e a garantia da qualidade e frescor durante o transporte.

8.6. SUPORTE AO CLIENTE E RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS

Uma atividade-chave de extrema importância para o farm2town será o suporte ao cliente. Como mencionado anteriormente, nos empenharemos em fornecer suporte através de diversos canais, como telefone, chat, email e redes sociais, entre outros, com o objetivo de nos aproximarmos ao máximo dos nossos clientes. Esse suporte estará disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana, visando atender às necessidades individuais de cada um de nossos clientes e proporcionar uma experiência personalizada.

9. PARCERIAS-CHAVE

As parcerias-chave desempenham um papel fundamental no sucesso da farm2town, especialmente quando o público-alvo são clientes das classes A, B, restaurantes e mercados. Estabelecer parcerias sólidas com os atores-chave do setor é essencial para garantir um suprimento confiável de produtos orgânicos frescos e aumentar a visibilidade e a distribuição desses produtos. Neste contexto, destacam-se as seguintes parcerias estratégicas:

9.1. FORNECEDORES DE PRODUTOS ORGÂNICOS

Colaborar com fornecedores de produtos orgânicos, como agricultores locais, cooperativas agrícolas e outros produtores especializados, garantirá um suprimento consistente e de alta qualidade dos produtos orgânicos. Essas parcerias são essenciais para fornecer ingredientes frescos e saudáveis que atendam às demandas dos consumidores conscientes da importância de uma alimentação sustentável e saudável.

9.2. REDES DE RESTAURANTES RENOMADOS

Estabelecer parcerias com redes de restaurantes renomados que valorizam ingredientes de alta qualidade e têm uma ênfase na culinária orgânica é uma estratégia eficaz para aumentar a visibilidade e a demanda pelos produtos orgânicos. Colaborar com chefs renomados nesses restaurantes permite que os produtos orgânicos sejam utilizados em pratos exclusivos, proporcionando uma experiência gastronômica diferenciada para os clientes.

9.3. MERCADOS GOURMET E MERCEARIAS ESPECIALIZADAS

A parceria com mercados gourmet e mercearias especializadas em produtos orgânicos é fundamental para disponibilizar os produtos diretamente aos consumidores. Esses estabelecimentos oferecem um espaço dedicado aos produtos orgânicos, aumentando a exposição e facilitando o acesso dos clientes a esses produtos saudáveis e de qualidade.

9.4. SERVIÇOS DE ENTREGA PREMIUM

Colaborar com serviços de entrega premium, como entregas expressas ou serviços de entrega de alimentos frescos, agiliza a distribuição dos produtos orgânicos aos clientes. Esses serviços garantem a conveniência e a eficiência na entrega, permitindo que os clientes recebam os produtos frescos em suas residências ou locais de trabalho.

Parcerias estratégicas com fornecedores, redes de restaurantes, mercados gourmet e serviços de entrega são fundamentais para o sucesso da farm2town. Elas garantem suprimentos confiáveis, ampliam a visibilidade da marca e facilitam o acesso dos clientes a alimentos saudáveis. Essas parcerias, combinadas com atividades-chave como gestão da cadeia de suprimentos e estratégias de marketing direcionadas, asseguram o crescimento e a sustentabilidade do negócio.

10. ESTRUTURA DE CUSTO

Projetamos a estrutura de custos para o primeiro ano de atividade da empresa. Para esse período, estimamos uma média mensal de receita total de R\$7.038.171,51, sendo R\$1.220.492,17 provenientes de Pessoas Físicas e R\$5.817.679,34 de Pessoas Jurídicas.

Quanto aos custos fixos, a média mensal é de R\$2.247.264,43. Nesse cálculo, consideramos os custos diretos, como Software Principal e Mão de Obra fixa do Consultor, além dos custos com imobilizado, como Escritório - Matriz, Computadores e Outros Imobilizados. Também incluímos custos administrativos, como Mão de Obra do pessoal que atuará no escritório, despesas com Ferramentas e licenças de software, Honorários contábeis e Taxas de Funcionamento.

Já os custos variáveis têm uma média mensal de R\$2.442.416,67. Nesse aspecto, consideramos os custos diretos relacionados aos repasses para os produtores, com média de R\$549.221,48 para compras realizadas por Pessoas Físicas e R \$3.282.581,50 para compras por Pessoas Jurídicas. Além disso, temos as comissões de vendas de 3% para os consultores de vendas, totalizando uma média de R\$765.439,47. Outros custos variáveis incluem capacitação e treinamentos, manutenção de veículos, participação em feiras e parcerias, assistências jurídicas, confraternizações e marketing.

Os impostos também são considerados como custo variável, com uma média mensal de R\$622.324,91.

No primeiro ano, a média mensal de lucro líquido é de R\$1.726.070,97. Nesse período, não haverá distribuição de lucros, pois o objetivo é reinvestir o lucro

e utilizar parte do valor como reserva para possíveis eventualidades, visando à expansão do negócio no segundo ano.

DRE:

DRE 2023 farm2town	Acumulado	Média Mensal
Receitas Diretas	R\$ 82,609,886.64	R\$ 7,038,171.51
Pessoas Físicas	R\$ 14,325,413.87	R\$ 1,220,492.17
Pessoas Jurídicas	R\$ 68,284,472.77	R\$ 5,817,679.34
Receita Total	R\$ 82,609,886.64	R\$ 7,038,171.51
Custos Fixos	R\$ 27,762,325.41	R\$ 2,247,264.43
Diretos	R\$ 4,703,325.41	R\$ 391,211.40
Imobilizado	R\$ 9,350,000.00	R\$ 713,636.36
Administrativo	R\$ 13,709,000.00	R\$ 1,142,416.67
People ADM	R\$ 11,705,000.00	R\$ 975,416.67
Outras Despesas	R\$ 2,004,000.00	R\$ 167,000.00
Lucro Bruto	R\$ 54,847,561.23	R\$ 4,790,907.08
Custos Variáveis	R\$ 32,802,583.33	R\$ 2,442,416.67
Custos Diretos	R\$ 53,823,966.88	R\$ 4,597,242.44
Repasse dos produtores	R\$ 44,975,432.70	R\$ 3,831,802.97
Pessoas Físicas	R\$ 6,446,436.24	R\$ 549,221.48
Pessoas Jurídicas	R\$ 38,528,996.46	R\$ 3,282,581.50
Consultor de vendas	R\$ 8,848,534.18	R\$ 765,439.47
Outros Custos Diretos	R\$ 8,290,000.00	R\$ 676,363.64
Marketing	R\$ 15,600,000.00	R\$ 1,300,000.00
Administrativo	R\$ 1,896,000.00	R\$ 163,000.00
Lucro operacional	R\$ 22,044,977.90	R\$ 2,348,490.42
Margem Operacional	R\$ 0.27	R\$ 0.31
Resultado Financeiro	-R\$ 1,132.98	-R\$ 94.53
Saldo	R\$ 22,043,844.92	R\$ 2,348,395.88
Lucro antes do IR	R\$ 22,043,844.92	R\$ 2,348,395.88
Impostos	R\$ 6,845,573.99	R\$ 622,324.91
Lucro depois do IR	R\$ 15,198,270.93	R\$ 1,726,070.97

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DO TRIÂNGULO MINEIRO

DRE 2023 farm2town	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês	7º mês	8º mês	9º mês	10º mês	11º mês	12º mês	Acumulado	Média Mensal
Receitas Diretas	R\$ 5,190,000.00	R\$ 5,449,500.00	R\$ 5,721,975.00	R\$ 6,008,073.75	R\$ 6,308,477.44	R\$ 6,623,901.31	R\$ 6,955,096.37	R\$ 7,302,851.19	R\$ 7,667,993.75	R\$ 8,051,393.44	R\$ 8,453,963.11	R\$ 8,876,661.27	R\$ 82,609,886.64	R\$ 7,038,171.51
Pessoas Físicas	R\$ 900,000.00	R\$ 945,000.00	R\$ 992,250.00	R\$ 1,041,862.50	R\$ 1,093,955.63	R\$ 1,148,653.41	R\$ 1,206,086.08	R\$ 1,266,390.38	R\$ 1,329,709.90	R\$ 1,396,195.39	R\$ 1,466,005.16	R\$ 1,539,305.42	R\$ 14,325,413.87	R\$ 1,220,492.17
Pessoas Jurídicas	R\$ 4,290,000.00	R\$ 4,504,500.00	R\$ 4,729,725.00	R\$ 4,966,211.25	R\$ 5,214,521.81	R\$ 5,475,247.90	R\$ 5,749,010.30	R\$ 6,036,460.81	R\$ 6,338,283.85	R\$ 6,655,198.05	R\$ 6,987,957.95	R\$ 7,337,355.85	R\$ 68,284,472.77	R\$ 5,817,679.34
Receita Total	R\$ 5,190,000.00	R\$ 5,449,500.00	R\$ 5,721,975.00	R\$ 6,008,073.75	R\$ 6,308,477.44	R\$ 6,623,901.31	R\$ 6,955,096.37	R\$ 7,302,851.19	R\$ 7,667,993.75	R\$ 8,051,393.44	R\$ 8,453,963.11	R\$ 8,876,661.27	R\$ 82,609,886.64	R\$ 7,038,171.51
Custos Fixos	R\$ 3,042,416.67	R\$ 2,542,416.67	R\$ 2,542,416.67	R\$ 2,392,416.67	R\$ 2,392,416.67	R\$ 2,392,416.67	R\$ 2,087,416.67	R\$ 2,082,666.67	R\$ 2,078,154.17	R\$ 2,073,867.29	R\$ 2,069,794.76	R\$ 2,065,925.86	R\$ 27,762,325.41	R\$ 2,247,264.43
Diretos	R\$ 400,000.00	R\$ 400,000.00	R\$ 400,000.00	R\$ 400,000.00	R\$ 400,000.00	R\$ 400,000.00	R\$ 395,000.00	R\$ 390,250.00	R\$ 385,737.50	R\$ 381,450.63	R\$ 377,378.09	R\$ 373,509.19	R\$ 4,703,325.41	R\$ 391,211.40
Imobilizado	R\$ 1,500,000.00	R\$ 1,000,000.00	R\$ 1,000,000.00	R\$ 850,000.00	R\$ 850,000.00	R\$ 850,000.00	R\$ 550,000.00	R\$ 550,000.00	R\$ 550,000.00	R\$ 550,000.00	R\$ 550,000.00	R\$ 550,000.00	R\$ 9,350,000.00	R\$ 713,636.36
Administrativo	R\$ 1,142,416.67	R\$ 1,142,416.67	R\$ 1,142,416.67	R\$ 1,142,416.67	R\$ 1,142,416.67	R\$ 1,142,416.67	R\$ 1,142,416.67	R\$ 1,142,416.67	R\$ 1,142,416.67	R\$ 1,142,416.67	R\$ 1,142,416.67	R\$ 1,142,416.67	R\$ 13,709,000.00	R\$ 1,142,416.67
People ADM	R\$ 975,416.67	R\$ 975,416.67	R\$ 975,416.67	R\$ 975,416.67	R\$ 975,416.67	R\$ 975,416.67	R\$ 975,416.67	R\$ 975,416.67	R\$ 975,416.67	R\$ 975,416.67	R\$ 975,416.67	R\$ 975,416.67	R\$ 11,705,000.00	R\$ 975,416.67
Outras Despesas	R\$ 167,000.00	R\$ 167,000.00	R\$ 167,000.00	R\$ 167,000.00	R\$ 167,000.00	R\$ 167,000.00	R\$ 167,000.00	R\$ 167,000.00	R\$ 167,000.00	R\$ 167,000.00	R\$ 167,000.00	R\$ 167,000.00	R\$ 2,004,000.00	R\$ 167,000.00
Lucro Bruto	R\$ 2,147,583.33	R\$ 2,907,083.33	R\$ 3,179,558.33	R\$ 3,615,657.08	R\$ 3,916,060.77	R\$ 4,231,484.64	R\$ 4,867,679.71	R\$ 5,220,184.53	R\$ 5,589,839.59	R\$ 5,977,526.15	R\$ 6,384,168.35	R\$ 6,810,735.41	R\$ 54,847,561.23	R\$ 4,790,907.08
Custos Variáveis	R\$ 5,936,000.00	R\$ 2,442,416.67	R\$ 2,442,416.67	R\$ 2,442,416.67	R\$ 2,442,416.67	R\$ 2,442,416.67	R\$ 2,442,416.67	R\$ 2,442,416.67	R\$ 2,442,416.67	R\$ 2,442,416.67	R\$ 2,442,416.67	R\$ 2,442,416.67	R\$ 32,802,583.33	R\$ 2,442,416.67
Custos Diretos	R\$ 3,254,300.00	R\$ 3,402,015.00	R\$ 3,557,115.75	R\$ 3,719,971.54	R\$ 4,290,970.11	R\$ 4,470,518.62	R\$ 4,659,044.55	R\$ 4,856,996.78	R\$ 5,064,846.62	R\$ 5,283,088.95	R\$ 5,512,243.40	R\$ 5,752,855.57	R\$ 53,823,966.88	R\$ 4,597,242.44
Repasse dos produtores	R\$ 2,825,600.00	R\$ 2,966,880.00	R\$ 3,115,224.00	R\$ 3,270,985.20	R\$ 3,434,534.46	R\$ 3,606,261.18	R\$ 3,786,574.24	R\$ 3,975,902.95	R\$ 4,174,698.10	R\$ 4,383,433.01	R\$ 4,602,604.66	R\$ 4,832,734.89	R\$ 44,975,432.70	R\$ 3,831,802.97
Pessoas Físicas	R\$ 405,000.00	R\$ 425,250.00	R\$ 446,512.50	R\$ 468,838.13	R\$ 492,280.03	R\$ 516,894.03	R\$ 542,738.73	R\$ 569,875.67	R\$ 598,369.45	R\$ 628,287.93	R\$ 659,702.32	R\$ 692,687.44	R\$ 6,446,436.24	R\$ 549,221.48
Pessoas Jurídicas	R\$ 2,420,600.00	R\$ 2,541,630.00	R\$ 2,668,711.50	R\$ 2,802,147.08	R\$ 2,942,254.43	R\$ 3,089,367.15	R\$ 3,243,835.51	R\$ 3,406,027.28	R\$ 3,576,328.65	R\$ 3,755,145.08	R\$ 3,942,902.33	R\$ 4,140,047.45	R\$ 38,528,996.46	R\$ 3,282,581.50
Consultor de vendas	R\$ 428,700.00	R\$ 435,135.00	R\$ 441,891.75	R\$ 448,986.34	R\$ 456,435.65	R\$ 464,257.44	R\$ 472,470.31	R\$ 481,093.82	R\$ 490,148.52	R\$ 499,655.94	R\$ 509,638.74	R\$ 520,120.68	R\$ 8,848,534.18	R\$ 765,439.47
Outros Custos Diretos	R\$ 850,000.00	R\$ 850,000.00	R\$ 850,000.00	R\$ 650,000.00	R\$ 650,000.00	R\$ 640,000.00	R\$ 640,000.00	R\$ 640,000.00	R\$ 630,000.00	R\$ 630,000.00	R\$ 630,000.00	R\$ 630,000.00	R\$ 8,290,000.00	R\$ 676,363.64
Marketing	R\$ 1,300,000.00	R\$ 1,300,000.00	R\$ 1,300,000.00	R\$ 1,300,000.00	R\$ 1,300,000.00	R\$ 1,300,000.00	R\$ 1,300,000.00	R\$ 1,300,000.00	R\$ 1,300,000.00	R\$ 1,300,000.00	R\$ 1,300,000.00	R\$ 1,300,000.00	R\$ 15,600,000.00	R\$ 1,300,000.00
Administrativo	R\$ 103,000.00	R\$ 163,000.00	R\$ 163,000.00	R\$ 163,000.00	R\$ 163,000.00	R\$ 163,000.00	R\$ 163,000.00	R\$ 163,000.00	R\$ 163,000.00	R\$ 163,000.00	R\$ 163,000.00	R\$ 163,000.00	R\$ 1,896,000.00	R\$ 163,000.00
Resultado Financeiro	-R\$ 93.10	-R\$ 93.34	-R\$ 93.57	-R\$ 93.81	-R\$ 94.05	-R\$ 94.29	-R\$ 94.53	-R\$ 94.77	-R\$ 95.01	-R\$ 95.26	-R\$ 95.50	-R\$ 95.74	-R\$ 1,132.98	-R\$ 94.53
Saldo	-R\$ 3,788,509.77	R\$ 464,573.33	R\$ 737,048.09	R\$ 1,173,146.60	R\$ 1,473,550.05	R\$ 1,788,973.68	R\$ 2,425,168.51	R\$ 2,777,673.09	R\$ 3,147,327.91	R\$ 3,535,014.23	R\$ 3,941,656.19	R\$ 4,368,223.01	R\$ 22,043,844.92	R\$ 2,348,395.88
Lucro antes do IR	-R\$ 3,788,509.77	R\$ 464,573.33	R\$ 737,048.09	R\$ 1,173,146.60	R\$ 1,473,550.05	R\$ 1,788,973.68	R\$ 2,425,168.51	R\$ 2,777,673.09	R\$ 3,147,327.91	R\$ 3,535,014.23	R\$ 3,941,656.19	R\$ 4,368,223.01	R\$ 22,043,844.92	R\$ 2,348,395.88
Impostos	R\$ -	R\$ 123,111.93	R\$ 195,317.74	R\$ 310,883.85	R\$ 390,490.76	R\$ 474,078.03	R\$ 642,669.66	R\$ 736,083.37	R\$ 834,041.90	R\$ 936,778.77	R\$ 1,044,538.89	R\$ 1,157,579.10	R\$ 6,845,573.99	R\$ 622,324.91
Lucro depois do IR	-R\$ 3,788,509.77	R\$ 341,461.40	R\$ 541,730.35	R\$ 862,262.75	R\$ 1,083,059.29	R\$ 1,314,895.66	R\$ 1,782,498.86	R\$ 2,041,589.72	R\$ 2,313,286.01	R\$ 2,598,235.46	R\$ 2,897,117.30	R\$ 3,210,643.91	R\$ 15,198,270.93	R\$ 1,726,070.97
Margem Líquida	-73.00%	6.27%	9.47%	14.35%	17.17%	19.85%	25.63%	27.96%	30.17%	32.27%	34.27%	36.17%	18.40%	24.52%

Para alcançar nossos objetivos, é essencial compreender e justificar os principais custos fixos e variáveis envolvidos na operação da Farm2Town. Isso nos permite tomar decisões estratégicas fundamentadas, otimizar nossos recursos e garantir a eficiência operacional em todas as etapas do processo.

Ao analisar esses custos de maneira detalhada e fundamentada, poderemos estabelecer uma base sólida para o planejamento financeiro, definir nossas estratégias de precificação e buscar oportunidades de redução de despesas, sem comprometer a qualidade dos nossos serviços.

10.1 CUSTOS FIXOS

Mão de Obra - Consultor: O valor anual destinado aos salários fixos dos consultores é de R\$3,600,000.00. Esse montante é utilizado para remunerar aproximadamente 115 consultores em todo o país, com um salário médio de R\$ 2.600 mensais.

Escritório - Matriz: O custo anual para aquisição de uma sala comercial na Bela Vista, Avenida Paulista, 1636, Paulista Corporate, composta por 4 salas, 2 banheiros, 1 copa e 3 vagas, totalizando 150 m², é de R\$2.400,000.00.

Computadores: Para atender as necessidades da equipe de desenvolvimento interno, executivos, especialistas e parte dos consultores, será realizada a aquisição de 100 unidades do Macbook Apple modelo Pro, 14 Polegadas, Chip M2 Pro, 2022 10c, CPU/16c GPU/16GB/512GB, totalizando um valor de R\$ 4,700,000.00. Além disso, serão adquiridas 100 unidades do Notebook modelo Inspiron 15 3000, no valor de R\$4.347,00 cada, destinadas à equipe administrativa e demais consultores. Também serão considerados os custos de aquisição de servidores, seus componentes e periféricos para os

Mão de Obra - Equipe Administrativa: O custo anual para a equipe administrativa é de R\$4,200,000.00. Conforme dados da plataforma Glassdoor, a média salarial de

Analista Programador em São Paulo é de R\$6.314 por mês. A projeção inclui a contratação de 20 desenvolvedores internos, com um custo total de R\$1.529.760,00. O valor restante de R\$ 2.670.240,00 é destinado a aproximadamente 55 posições em departamentos administrativos, SAC, especialistas e outros. Todas essas projeções foram calculadas para um período de 12 meses.

Executivos: O custo anual para remuneração fixa de 10 executivos é de R\$6,000,000.00, sendo que cada um receberá um salário de R\$50,000.00.

10.2 CUSTOS VARIÁVEIS

Repasses dos produtores: O valor de R\$44.975,432.70 corresponde ao maior custo variável da empresa. Esses repasses são essenciais, uma vez que correspondem a uma parcela do valor de compra dos clientes e devem ser repassados aos produtores. Estabelecemos percentuais específicos para cada segmento e classificação, com o objetivo de garantir uma distribuição justa e sustentável. Os percentuais definidos são os seguintes:

- Classe A (45%)
- Classe B (45%)
- Supermercados - Compra Única (50%)
- Supermercados Recorrência (55%)
- Restaurantes - Compra Única (57%)
- Restaurantes Recorrência (60%)

Visitas aos produtores: O custo anual de R\$6,800,000.00 engloba despesas relacionadas a visitas aos produtores. Esse investimento é necessário para estabelecer e manter um relacionamento próximo com nossos fornecedores. Ele inclui passagens, hospedagem, alimentação, locomoção, aluguel de carros e

combustíveis, garantindo uma colaboração efetiva e o fornecimento de produtos frescos e de qualidade.

Feiras e parcerias: Com um valor anual de R\$6,000,000.00, os custos relacionados a feiras e parcerias são fundamentais para expandir nossa presença no mercado. Participar de feiras e estabelecer parcerias com grandes restaurantes nos permite promover nossa marca, ampliar nossa rede de contatos e aumentar a demanda pelos produtos da Farm2Town.

Agência de Marketing: Com um investimento de R\$9,600,000.00 no primeiro ano, nossa agência de marketing desempenha um papel estratégico na promoção e no crescimento da Farm2Town. Esse valor mais elevado é atribuído às várias campanhas de marketing planejadas, incluindo parcerias com influenciadores e grandes marcas. Essas ações têm como objetivo aumentar o reconhecimento da nossa marca, conquistar novos clientes e impulsionar o crescimento do negócio.

Impulsioneamento de mídias: O custo anual de R\$6,000,000.00 está relacionado ao impulsioneamento das campanhas de marketing em mídias digitais. Esse valor também inclui uma porcentagem destinada aos parceiros que trouxerem clientes por meio de códigos promocionais ou campanhas específicas. Essa estratégia visa alcançar um público mais amplo e aumentar a visibilidade da Farm2Town, ao mesmo tempo em que recompensa aqueles que contribuem para nosso crescimento.

Esses custos são fundamentais para o crescimento e sucesso da Farm2Town. Eles refletem nosso compromisso em fornecer produtos de qualidade, estabelecer parcerias sólidas e alcançar um público mais amplo por meio de estratégias de marketing eficazes. Ao justificar esses custos, buscamos garantir a transparência e o entendimento dos recursos financeiros necessários para impulsionar nossa empresa rumo ao sucesso.



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DO TRIÂNGULO MINEIRO**