

Target Company Blind Profile DISCLAIMER

O presente documento foi elaborado por sendo confidencial e para seu uso exclusivo.

O relatório baseia-se em informações de carácter económico-financeiro e operacional disponibilizados pela empresa, não tendo procedido à verificação ou confirmação independente da precisão, abrangência e não omissão de factos materialmente relevantes.

Todas as opiniões, projeções e estimativas incluídas neste documento sintetizam os principais aspetos da presente análise na data da sua realização, podendo estar sujeitas a alterações posteriores.

CORPORATE SCORECARD

Propósito: Angariar investimento até 500.000€, sendo um mínimo de 370.000€;

Enterprise Value: 1.550.121,00€;

Atividade: Encomendas de refeições e bebidas;

Localização: Distrito : Lisboa; Concelho :

Exportação: Portugal, Espanha;

Internacionalização: Não;

Número de Colaboradores(2017): 6;

Volume de Negócios (2018): 1.600.000€;

EBITDA (2018): 220.000;

Interest Coverage Ratio (2016): 3,45;

QUEM SOMOS?

Em 2009, o modelo da **Target Company** é criado, como franchise da empresa Rotina Perfeita, **sendo uma nova maneira de distribuição de pequeno-almoço.**

O grupo **Madre investe** na Target Company, com um maior **ênfoque no produto**, em 2013.

Introdução dos Quiosques da Target Company, adicionando um aspecto físico e permanente da empresa



No ano de 2012, a **Target Company** se torna independente, com objetivo de **fazer entregas de todas opções de refeição.**

Com uma nova gestão e a **consolidação do produto e infraestrutura.**

Também há um **outsourcing do processo de Confecção**

Em março de 2017, **Outsourcing do processo de picking e armazenamento**

ONDE ESTAMOS?

Atualmente, com efetiva atuação em **Lisboa**, tendo como clientes tanto **consumidores finais, intermediadores e empresas.**

A Target Company está **processo de expansão** de um modelo similar ao Uber Eats para as **idades de Madrid e Barcelona**, em Espanha



INVESTIMENTOS

MODERNIZAÇÃO DAS TI

Aquisição e Implementação de um novo sistema de ERP e criação de um App móvel

Custo:
50.000 em Portugal
20.000 para Internacionalização

MARKETING E COMUNICAÇÃO

Crescimento da força de vendas, visando a captação de novos clientes, em destaque para o segmento B2B

Custo:
150.000 em Portugal
150.000 para Internacionalização

CHEF PRÓPRIO

Contratação de um Chef de reconhecimento para assinar receitas e comunicação de lançamentos

Custo:
80.000 para Internacionalização

NOVAS MARCAS

Desenvolvimento de marcas e campanhas de lançamento

Custo:
50.000 em Portugal

INVESTIMENTO TOTAL:


500.000 €

Mínimo 370.000 para Modernização das TI e Marketing e Comunicação

ANÁLISE ESTRATÉGICA do SETOR e da CONCORRÊNCIA

NOME					
Produto	Opções de alimentação saudável, incluindo pratos vegetarianos, sem glúten ou lactose	Para vegans, vegetarianos e adeptos de dietas equilibradas	Opções de sumos naturais, saladas e sandes	Especializado em gastronomia portuguesa	Pratos de carne, peixe, hambúrgers e pizzas
Preço	5,9€ (se encomendar 4 refeições, 5,2€) + 1€ para complemento	Prato 4,9€ +1€ pela taxa de entrega.	8 menus de 5,90 € a 9,90 €. Sandes a 3,50 €	Ronda os 8€	Por volta dos 7€, mais 3€ de entrega

ANÁLISE ESTRATÉGICA do SETOR e da CONCORRÊNCIA

NOME					
Produto	Alimentação Saudável e equilibrada, com pratos quentes e frescos	Cria marmitas para os clientes, com 10 pratos diferentes, se adequando as preferências do cliente	Opções de carne, peixe e vegetariano. Também tem opções de snacks	Produtos em geral biológicos. Há opções de sobremesas e lanches. Feitos sem glúten e lactose	Marmitas adaptadas para os clientes. 10 pratos e opções para lanches
Preço	Varia de 6€ a 12€.	35€ a 55€ semanais, dependendo do pacote. Sopa a 1,90€	Refeições em torno de 5€	Preços em volta dos 6€	Preços de 40€ a 58€ semanais

ANÁLISE ESTRATÉGICA do SETOR e da CONCORRÊNCIA

	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Análise Interna	<ul style="list-style-type: none">- Variado leque de opções, entre os quais há alternativas saudáveis/vegetarianas- Preços mais baratos do mercado- Recente otimização do modelo de negócios- Utilização de outsources em áreas não-essenciais do negócio- Possuidor de um canal do mercado único, o Business to Business- Superávit financeiro em 2017, com fortes tendências de crescimento	<ul style="list-style-type: none">- Uma ausência de notoriedade, implicando numa necessidade de exposição- Presença de outras alternativas para o produto- Condicionado as ofertas resistentes- Não há uma grande presença territorial

Análise Competitiva

ANÁLISE ESTRATÉGICA do SETOR e da CONCORRÊNCIA

	Oportunidades	Ameaças
Análise Externa	<ul style="list-style-type: none">- Área de crescimento contínuo, com contínua oportunidade de aumento de vendas- Possibilidade de expansão para mercados internacionais- Opções de outsourcing para outras funções non-core do negócio- Oportunidade de absorver segmentos diferentes do Mercado Consumidor	<ul style="list-style-type: none">- Mercado de fácil entrada para concorrentes- Dificuldade na entrada em mercados já consolidados- Alternativas tangencias ao produto

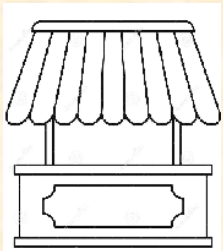
Análise Competitiva

ANÁLISE DOS CLIENTES E DA PROCURA

Utilização de múltiplos canais de distribuição, com ênfase nos diferentes mercados consumidores:

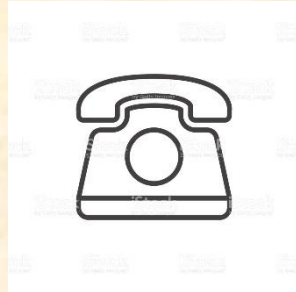
Business To Clients

Quiosque de venda

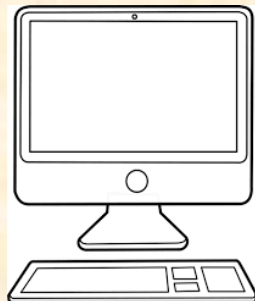


Business to Business

Acção Comercial



Site próprio



Para os clientes pessoais, a existência de **um variado leque de opções**, incluindo alternativas vegetarianas.

Com a tradição de almoçar em restaurantes e cafés em diminuição, **alternativas mais baratas estão em crescimento. Tendo os preços mais baratos do mercado**, a Target Company aparece na dianteira do crescimento dessa nova área.

O segmento B2B, inclui-se aqui também B2B2C, é um trunfo da empresa, com cafés que não possuem cozinha própria e empresas que preferem comprar refeições prontas para seus empregados utilizando esse serviços cada vez mais.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

➤ Lançamento de 2 gamas de produto

Um segmento Premium e um segmento Low-Cost

➤ Optimização da estratégia de Preço

Utilização do preço acessível de 3,99 para o segmento Low-Cost e o lançamento da marca Premium, para angariar o mercado consumidor com maior poder de compra, a 5,99

➤ Internacionalização

Planejamento de expansão para Espanha, com a conversão de um modelo de negócios onde se torna intermediário entre vários restaurantes e consumidores, fazendo outsourcing de funções non-core

➤ Aquisição de uma Carrinha Showroom

Utilização de uma carrinha para uma distribuição otimizada em horários diversos e em lugares estratégicos

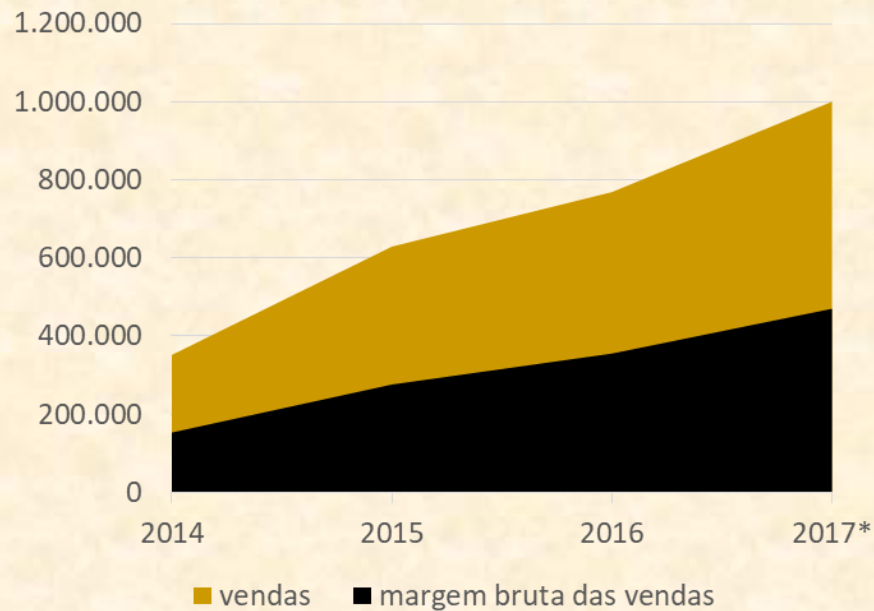
➤ Aquisição de um segmento maior do Mercado Consumidor

Com a criação dos segmentos múltiplos, além do reforço de acção comercial, da carrinha e aumento do setor B2B, espera-se um crescimento do número de clientes, exponenciando o crescimento já existente

➤ Criação de 2 novos sites

Um para cada segmento do mercado

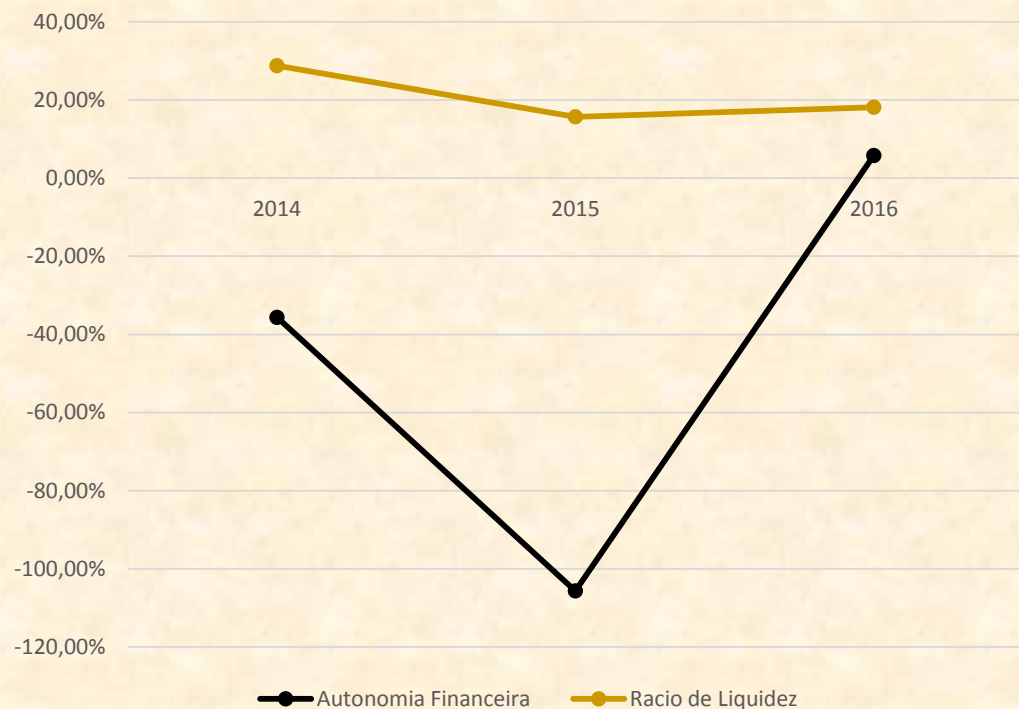
VOLUME DE NEGÓCIOS e INDICADORES FINANCEIROS



*Valores provisórios de 2017

As margens de lucro bruto da empresa variam **entre os 36% e os 50%**.

Na **expansão futura** da empresa para Madrid e Barcelona, implementada a estratégia de outsource de funções non-core, espera-se uma **margem bruta entre 63% a 72%**.



ROI(2017 – estimado): -8,29%

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Rubricas	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Activos	126.189	368.019	668.301	710.201	1.506.909	1.447.263
Capital Próprio	44.146	78.991	-238.221	-750.356	87.393	10.000
Passivo Não- Circulante	0	132.500	323.750	320.000	320.000*	320.000*
Passivo Circulante	82.043	156.528	582.772	1.140.557	1.099.516	1.099.277

* Valores previsionais

DEMONSTRAÇÕES de RESULTADOS

Rendimentos e gastos	2016	2015	2014
Vendas e serviços prestados	768.822	629.082	351.744
Subsídios à exploração	0	984	0
Trabalhos para a própria entidade	0	0	142.257
Custo das mercadorias vendidas e das matérias consumidas	-413.517	-353.965	-198.592
Fornecimentos e serviços externos	-306.937	-460.021	-376.801
Gastos com o pessoal	-252.323	-242.531	-234.169
Outros rendimentos e ganhos	27.551	2.097	1.850
Outros gastos e perdas	-17.736	-44.708	-38.440
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos	-194,141	-469.062	-352.151
Gastos / reversões de depreciação e de amortização	-38,613	-14.670	-11.902
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)	-232,754	-483.732	-364.053
Juros e gastos similares suportados	-67,395	-27.748	-27.390
Resultado antes de impostos	-300,150	-511.480	-391.443
Imposto sobre o rendimento do período	0	-655	-74.231
Resultado líquido do período	-300,150	-512.134	-317.212

MÉTODO DISCOUNTED CASH-FLOW

	2017	2018	2019	2020	Perpetuidade
NOPLAT	196.320	289.536	327.069	346.920	
Amortizações	21.728	21.728	21.728	21.728	
Cash Flow Operacional	218.048	311.265	348.798	368.649	
Investimento em CAPEX	150.000	0	0	0	
FREE CASH FLOW	68.048	311.265	348.798	368.649	2.233.578
CF Atualizados	56.707	216.156	201.851	177.782	897.625
VAL	1.550.121				

Taxa de actualização: 20%

Taxa de crescimento utilizada na projecção dos CF a partir de 2020: 3%

Taxa de Impostos: 20%