



PLANO DE NEGÓCIOS

ROTEIRO COMPLETO

PASSO A PASSO SIMPLES E
FÁCIL PARA MONTAR O SEU



Sumário

Introdução	03
Etapas do Plano de Negócios	07
Modelo de Negócio	17
Definições jurídicas e tributárias	26
Análise de Mercado.....	33
Estratégias de Marketing.....	41
Plano Operacional	50
Planejamento Financeiro	59

Introdução

Segundo pesquisas realizadas pelo SEBRAE, seis em cada 10 empresas fecham as portas em um período que varia entre três e cinco anos de existência. Além disso, oito entre cada 10 não completam 10 anos de atividades. Sabe qual o principal motivo? Falta de planejamento.

Essa é a principal razão do fechamento de empresas no país.

Para você não cair nessa estatística, vamos construir juntos o Plano de Negócios da sua empresa. Assim você reduzirá os riscos de falhas no seu negócio e será capaz de visualizar a viabilidade da sua futura empresa. Na teoria, o Plano de Negócios é o documento que descreve todas as etapas do planejamento de um negócio.

Se vamos decolar, precisamos ter um plano de voo e é isso que faremos a partir de agora. Utilizaremos essa ferramenta de gestão para guiar e nortear todas as etapas do processo de construção da sua idéia de negócio. Quando colocamos no papel, conseguimos perceber onde estão os pontos mais fracos, as dificuldades e as ações que devemos implementar e ajustar para driblar as dificuldades e tornar o negócio rentável.

Lembre-se. O sucesso depende de você. Não vai ser fácil, mas ninguém disse que seria.

Bom trabalho.



CLIQUE AQUI. TEM UM RECADO
IMPORTANTE PARA VOCÊ



PLANO DE NEGÓCIOS

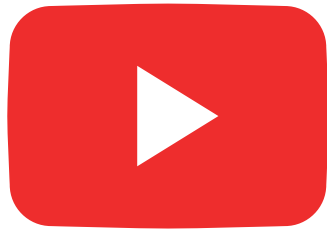
O plano de negócio é um documento que descreve os objetivos de uma empresa e quais passos devem ser dados para concretizá-los.

Através dele, torna-se possível reduzir os riscos e incertezas do negócio, além de tornar possível a análise de viabilidade econômica. Essa é a ferramenta que você irá utilizar para descrever, visualizar, avaliar com os sócios e planejar o seu negócio antes de entrar no mercado.

O plano de negócios também pode ser utilizado por empresários que desejam modificar um modelo já existente.¹



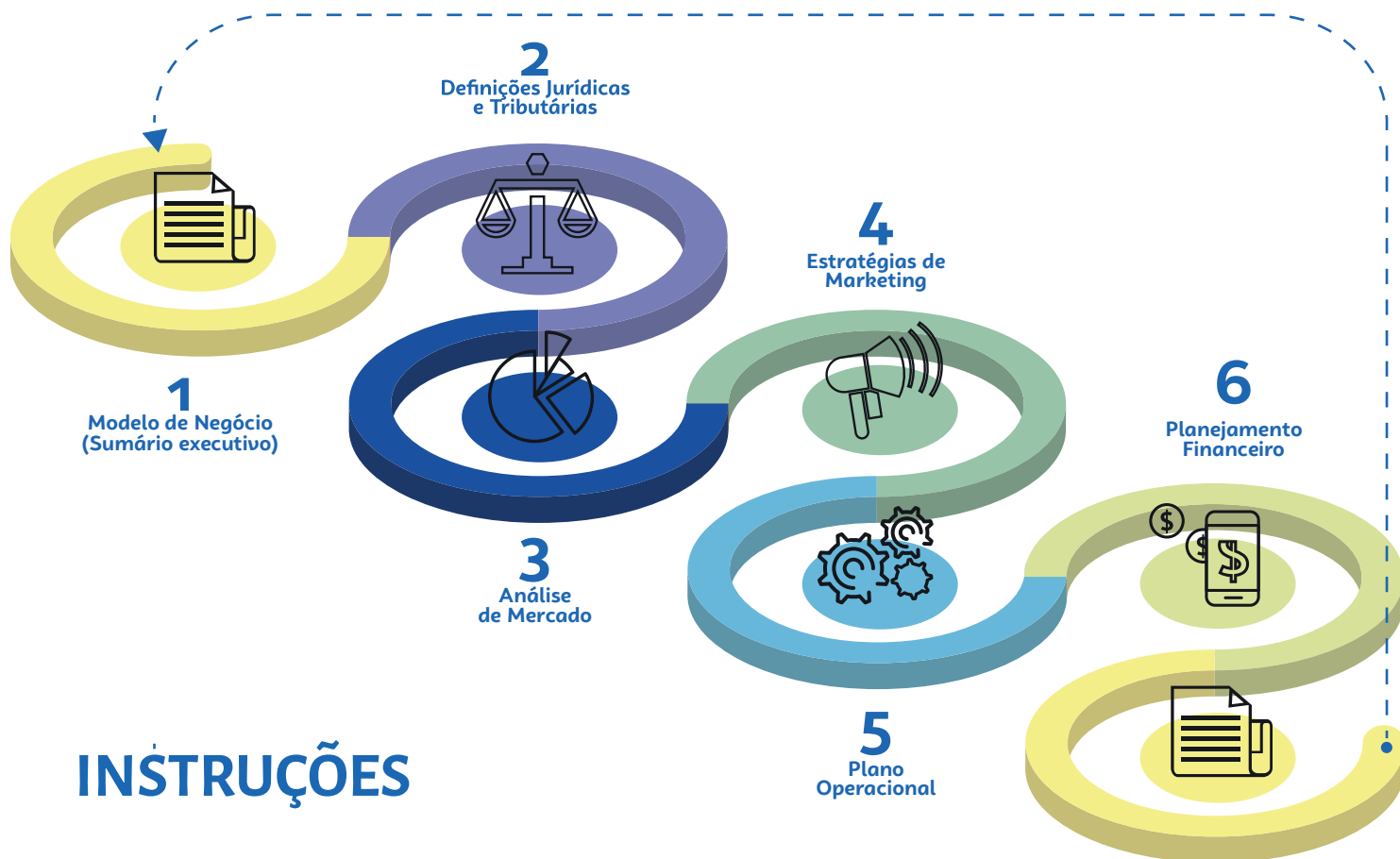
¹ Adaptado: Cláudia Pavani – Plano de Negócios: um guia para o voo da sua empresa



CLIQUE AQUI. TEM UM RECADO
IMPORTANTE PARA VOCÊ

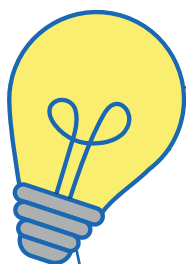


ETAPAS DO PLANO DE NEGÓCIOS



INSTRUÇÕES

- ⇒ Para iniciar, pule a primeira etapa do plano e inicie o preenchimento pelo Jurídico e Tributário. Depois você vai retornar e preencher a etapa Modelo de Negócio
- ⇒ Sempre que sentir dúvida, deixe em branco e pule para a próxima etapa. Depois, entre em contato com o Sebrae que vamos ajudar você
- ⇒ Consulte o seu contador, principalmente para as questões tributárias e de enquadramento fiscal
- ⇒ Sempre que precisar, clique no link e fale conosco



DICA

“Não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta às mudanças”.

Leon C. Megginson

Para facilitar, você pode imprimir esse roteiro para fazer o preenchimento da ferramenta. Utilize lápis, pois esse plano vai mudar algumas vezes e isso não é um problema. Perceba isso como uma oportunidade para você adaptar o seu negócio ao mercado e as mudanças no perfil de consumo do seu público. Esse plano deve ser consultado pelos sócios sempre que necessário. Seja claro e descreva tudo aquilo que você e seus sócios esperam do negócio. Essa é a melhor forma de alinhar as expectativas e planejar o futuro da sua empresa. Caso exista divergência em algum ponto, esse é o momento de avaliar, analisar e ajustar.



LEMBRE-SE. Caso tenha alguma dúvida,, entre em contato com o Sebrae que vamos ajudá-lo. [Clique Aqui.](#)

Vamos Começar?

Ficou com dúvida? Acompanhe esse exemplo.

Exemplo:

Nosso objetivo é abrir uma loja de roupas no Bairro Moinhos de Vento em Porto Alegre.

Essa loja irá trabalhar com peças desenvolvidas com tecidos sustentáveis.

Esse é o grande diferencial.

Acreditamos que o investimento inicial será em torno de R\$ 600.000,00.

Esperamos rentabilidade a partir da inauguração. Apostamos em um faturamento mensal de R\$ 150.000,00 nos primeiros meses com aumento gradativo.



AGORA É A SUA VEZ

Convidamos você a descrever, em poucas palavras, o que é o seu negócio. Qual o público-alvo da sua futura empresa? Quais produtos ou serviços serão ofertados? Quanto será o capital investido para abrir as portas? Quais as expectativas com esse novo negócio?

Antes de iniciar o Plano de Negócios propriamente dito, vamos deixar aqui um espaço para você colocar algumas idéias que são indispensáveis para você. Aquilo que você já entende que será importante para o seu negócio, ou uma particularidade que você não abre mão em cada uma das etapas de construção desse plano.

Vamos lá?



MODELO DE NEGÓCIO

Coloque aqui informações sobre o que é o seu negócio, quem faz parte do projeto, o que será comercializado e como serão os investimentos iniciais. Lembre-se que aqui vamos trabalhar com as idéias básicas. Depois iremos aprofundar tudo.

Desejos

Obstáculos

Como serão superados os obstáculos



DEFINIÇÕES JURÍDICAS E TRIBUTÁRIAS

Aqui você deve colocar como vocês imaginam que será formalizada a empresa e de onde virão os recursos para iniciar o negócio.

Desejos

Recursos

Obstáculos

Como serão superados os obstáculos



ANÁLISE DE MERCADO

Como você imagina o mercado em que a empresa irá atuar? Quem serão os concorrentes?

O cenário

Obstáculos

Como serão superados os obstáculos



ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Hora de pensar nos produtos, na comunicação e planejar as vendas.

Desejos

Cenário

Obstáculos

Como serão superados os obstáculos



PLANO OPERACIONAL

Hora de mapear o espaço físico, as pessoas envolvidas e as necessidades operacionais. O que será necessário para que o seu negócio comece a funcionar?

Desejos

Cenário

Obstáculos

Como serão superados os obstáculos



PLANEJAMENTO FINANCEIRO

Como você imagina que a empresa irá se manter? Quais serão os investimentos necessários e de onde virão?

Desejos

Cenário

Obstáculos

Como serão superados os obstáculos

Até aqui trabalhamos com idéias. Agora, vamos aprofundar cada uma das etapas para entender se o seu negócio realmente é viável.

Lembre-se que o Plano de Negócios é denso e você terá sempre alguma dúvida. Pode pular o que você ainda não sabe responder com clareza e se tiver muitas dúvidas, pode entrar em contato conosco que iremos auxiliar você.

Bom trabalho!

1 Modelo de Negócio



Esse é o momento de definir o nome da empresa, quais serão os produtos ou serviços oferecidos, quem vai ser o público-alvo e quais os concorrentes. Aqui vamos listar também a sociedade e entender o porquê do seu negócio existir. Esse ponto é muito importante. Está ligado ao posicionamento do seu negócio. Vamos passar pelo enquadramento tributário e também sobre a forma jurídica para a empresa.

Tradicionalmente o Modelo de Negócio é a primeira etapa da construção do Plano de Negócios. O fato é que quando a ideia ainda não está muito estruturada, fica complicado responder algumas questões propostas nessa etapa. Por isso, vamos sugerir que você deixe em branco tudo que ainda não estiver claro para você e retorne para completar o preenchimento no término do Plano. Acredite: vai ficar mais fácil.





CLIQUE AQUI. TEM UM RECADO
IMPORTANTE PARA VOCÊ





Esta etapa será dividida em:

- Indicadores
- Dados dos sócios
- Informações sobre o negócio
- Missão da empresa
- Setor de atividade

Indicadores

Ponto de Equilíbrio—É um indicador muito importante, pois ele mostra o quanto a sua empresa precisa vender para que a receita seja suficiente para pagar todos os custos e despesa fixas e variáveis do seu negócio.



AGORA É A SUA VEZ

Ponto de equilíbrio = Custos e despesas fixas / Margem de contribuição
Margem de Contribuição = Receita – Custos e despesas variáveis.



Lucratividade – A lucratividade é o indicador que revela o ganho que a sua empresa consegue gerar sobre o trabalho que ela desenvolve. É a margem de lucro líquida.

$$\text{Lucratividade (\%)} = \text{Lucro líquido} / \text{Receita bruta} \times 100.$$

Rentabilidade – A Rentabilidade é o indicador que revela o quanto de retorno a sua empresa é capaz de gerar para o seu negócio.

$$\text{Rentabilidade (\%)} = \text{Lucro Líquido} / \text{Investimentos} \times 100$$

Prazo de retorno do Investimento

Pode ser que nos primeiros meses o seu negócio não seja rentável, mas a lucratividade pode compensar nesse início fazendo com que a recuperação do investimento inicial aconteça a médio ou longo prazo. Para isso, vamos identificar o prazo de retorno do investimento.

$$\text{PRI} = \text{Investimento total} / \text{Lucro líquido no período}$$



AGORA É A SUA VEZ

Dados dos Sócios

Nome Sócio 1 _____

Data de nascimento _____

Endereço _____

Cidade _____

Estado _____

Telefone _____

WhatsApp _____

E-mail _____

Formação _____

Principais responsabilidades no negócio _____

Nome Sócio 2 _____

Data de nascimento _____

Endereço _____

Cidade _____

Estado _____

Telefone _____

WhatsApp _____

E-mail _____

Formação _____

Principais responsabilidades no negócio _____



Nome Sócio 3 _____

Data de nascimento _____

Endereço _____

Cidade _____

Estado _____

Telefone _____

WhatsApp _____

E-mail _____

Formação _____

Principais responsabilidades no negócio _____



INFORMAÇÕES SOBRE O NEGÓCIO

Aqui você vai informar os pontos referentes aos dados da empresa.

Nome Fantasia: _____

Razão Social: _____

CNPJ: _____

Atuação (Cnae): _____

Porte: _____

Endereço: _____

Missão da Empresa

A Missão é a razão da existência da empresa. O que o seu negócio entrega de valor para o público.

Alguns exemplos:

Missão de um restaurante:

Servir com excelência, oferecendo pratos cuidadosamente elaborados e preparados com insumos de alto padrão para superar expectativas.

Missão de um salão de beleza:

Promover a beleza respeitando a diversidade e a individualidade de cada cliente.

Missão de uma clínica de saúde:

Prestar serviços de saúde oferecendo conforto, respeito e ética através de atendimentos ambulatoriais.



Missão da Empresa

Setor de atividade

Ao definir o negócio da sua empresa o setor já estará claro para você.

Agropecuária – A principal atividade está ligada ao cultivo do solo e/ou criação e tratamento de animais – clique aqui para saber mais

Indústria – Transformam matérias-primas em um produto final – clique aqui para saber mais

Comércio – Empresas que vendem diretamente ao consumidor – clique aqui para saber mais

Prestação de serviços – Empresas em que a atividade não resulta em entrega de mercadoria e, sim, na prestação de um serviço – clique aqui para saber mais

Outros

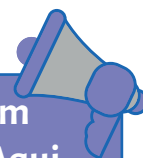
2 Definições jurídicas e tributárias



Chegou o momento de pensar no modelo jurídico e tributário do seu negócio. Será uma empresa individual ou limitada? Será MEI (Micro Empreendedor Individual) ou Empresário individual? É nessa etapa que você vai definir o objeto social da empresa e a forma jurídica adotada (Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real).

Certamente você está com muitas dúvidas. É normal. Por esse motivo, é bem importante você ter o auxílio de um contador. Ele vai ajudar você a definir o que é melhor para o seu negócio.

LEMBRE-SE. Caso tenha alguma dúvida, entre em contato com o Sebrae que vamos ajudá-lo. [Clique Aqui.](#)





CLIQUE AQUI. TEM UM RECADO
IMPORTANTE PARA VOCÊ





Forma Jurídica

Existem várias formas jurídicas para uma empresa, cada uma com obrigações e direitos diferentes, e você deve analisar a configuração do seu negócio para entender qual delas é melhor pra o seu negócio.

Alguns dos enquadramentos possíveis para uma empresa são:

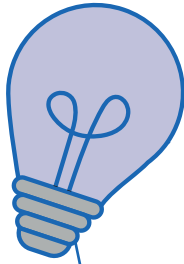
MEI – Pessoa que trabalha por conta própria e se regulariza como um pequeno negócio. A inscrição pode ser feita de forma gratuita. Importante estar atento ao faturamento máximo permitido ao MEI. Clique aqui e saiba mais.

Empresário Individual – Pessoa física que comercializa ou presta serviços de forma individual. Responde com o seu patrimônio pessoal as obrigações contraídas pela empresa.

Empresa Individual de Responsabilidade Limitada - EIRELI – Empresa constituída por uma única pessoa. A empresa responde por dívidas apenas com seu patrimônio, e não com bens pessoais do titular.

Sociedade Limitada – Composta por no mínimo dois sócios, pessoas físicas ou jurídicas. A responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor de suas cotas.

- MEI
- Empresário Individual
- Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- Sociedade Limitada
- Outra. _____



DICA

Consulte um contador sobre a forma jurídicas mais adequada para o seu negócio.

Enquadramento Tributário

O enquadramento tributário será definido a partir das atividades desenvolvidas pela empresa (objeto social), a forma jurídica adotada, expectativa de faturamento e número de funcionários do seu negócio. A melhor forma de tomar essa decisão é consultando um contador.

Simples Nacional

Esse modelo é ideal para empresas que faturam até R\$ 4,8 milhões. No Simples Nacional são pagos oito impostos em alíquotas que variam conforme o faturamento da empresa. O Simples Nacional abrange os seguintes tributos e contribuições:

IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, COFINS, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social Patronal.

Esse é o regime tributário adotado pelo MEI. No caso do Micro Empreendedor Individual o recolhimento dos impostos e contribuições é feito através de um valor fixo mensal, independente da receita bruta.



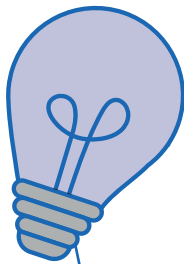
Lucro Presumido

Adotado por empresas de médio e grande porte, esse enquadramento possui o limite de R\$ 78 milhões de faturamento anual. Nesse modelo são arrecadados Imposto de Renda (IR) e Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL).

Lucro Real

Adotado por empresas com faturamento superior a R\$ 78 milhões. Tributação obrigatória do Imposto de Renda (IR) e Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL).

- Simples Nacional
- Lucro Presumido
- Lucro Real



DICA

Consulte um contador sobre a forma jurídicas mais adequada para o seu negócio.



Capital Social

Neste item você deve incluir todos os recursos necessários para montar o seu negócio e fazer com que ele se mantenha até começar a gerar lucro.

Equipamentos, móveis, ferramentas, computadores, dinheiro. No caso de sociedade, será preciso determinar o valor do capital que cada sócio investirá.

Lembre-se: No caso de você se enquadrar como MEI (Micro empresário Individual com faturamento máximo de R\$ 81 mil ao ano), você não precisa definir o capital social, pois o MEI não permite sócio.

Exemplo:

RECURSO	VALOR
3 Computadores	R\$ 12.000,00
Capital Próprio	R\$ 100.000,00
TOTAL	



AGORA É A SUA VEZ

RECURSO	VALOR
TOTAL	



AGORA É A SUA VEZ

Fonte de Recursos – Descreva como serão obtidos os recursos para que você possa viabilizar o seu negócio.

Ex:

Linhas de investimento do BNDES;

Capital Próprio sócio 1;

Investidor Anjo.

3 Análise de Mercado



Essa é uma etapa fundamental do Plano de Negócios, pois agora você vai analisar e estudar o seu cliente. Entender o mercado que você vai atuar e conhecer bem o público é vital para uma empresa se manter no mercado. Conhecendo o seu público você terá condições de entregar uma solução adequada as necessidades dele. O que leva o seu potencial cliente a fechar um negócio com você? Ele prefere preço ou qualidade? Essas são algumas perguntas que todos os empresários devem saber responder de forma clara.

Com base nas análises das respostas dessa etapa será possível entender e identificar melhores oportunidades, além do que deve ser descartado no seu futuro negócio.

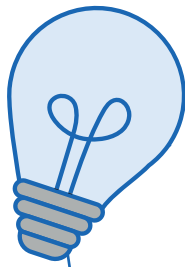
Outro ponto importante são os fornecedores. Uma compra bem feita vai impactar nos resultados do seu negócio. Possuir mais de um fornecedor é vital para as empresas. Não é saudável seu negócio depender de um único fornecedor.





CLIQUE AQUI. TEM UM RECADO
IMPORTANTE PARA VOCÊ





DICA

Apostar em nichos é uma ótima oportunidade. Se você for trabalhar com roupas, por exemplo, definir um segmento de público como plus size, infantil ou vestidos de festa, pode ser uma ótima estratégia. Resolver um problema é uma forma de tornar seu produto indispensável para o seu público.

Público-Alvo

Aqui você deve responder perguntas como: faixa-etária, gênero, grau de escolaridade, onde moram.

Se o seu público não for uma pessoa física e sim jurídica (outra empresa), descreva o tipo de negócio, quanto tempo estão no mercado, capacidade de pagamento, tipo de imagem que possuem no mercado, entre outros.

PESSOA FÍSICA

Faixa etária: 30 +

Onde mora: Moradores de Porto Alegre e grande Porto Alegre.

Gênero: Não vamos focar em gênero.

Escolaridade: Superior completo

Profissão: Empresários, profissionais liberais, médicos, jornalistas.

Interesses: Esse é um ponto relevante para nós. São pessoas preocupadas com o meio ambiente e com a saúde do planeta. Possuem consciência ecológica e fazem a diferença através de pequenas ações.

Renda: + R\$ 5.000,00



Quando essa pessoa necessita do seu produto ou serviço: _____
diariamente para estar bem vestida, confortável e ecologicamente style.

Como o seu produto ou serviço resolve o problema dessa pessoa: quando entrega
peças sustentáveis, desenvolvidas com tecidos ecológicos confortáveis, versáteis e com muito estilo.

Com que frequência essa pessoa compra o seu produto ou serviço: _____
No mínimo, duas vezes por ano nas estações de inverno/verão.

Quanto essa pessoa está disposta a pagar pelo seu produto ou serviço: Esse
público investe em produtos ecologicamente corretos. Eles entendem o valor desse tipo de investimento.

Quais pontos você entende que levam o seu público a comprar o seu produto ou serviço?

- Preço
- Qualidade
- Marca
- Atendimento
- Prazo de entrega
- Possibilidade de personalização

O seu público está onde?

- Bairro
- Cidade
- Estado
- País. Quais estados da Federação? _____
- Fora do país. Identifique os países _____

Outras informações importantes: _____



PESSOA JURÍDICA (Quando o seu cliente é uma empresa):

Ramo de atuação da empresa _____

Quais produtos eles oferecem ao mercado? _____

Quantos empregados possuem? _____

Estão no mercado há quanto tempo? _____

Como a sua empresa resolve o problema dessa empresa? _____

Frequência com que eles fazem a compra dos produtos que você pretende vender? _____

Quem é responsável pelas compras dessa empresa? _____

Qual a maior dificuldade desse comprador? _____

Essa empresa possui boa imagem no mercado? _____



Análise da concorrência

Para conhecer o mercado é fundamental conhecer a concorrência. O concorrente da sua empresa é aquele que atua no mesmo ramo de atividade e busca solucionar os mesmos problemas do seu potencial cliente.

Importante buscar entender as falhas da concorrência, os pontos fortes, padrão de atendimento e os diferenciais que eles possuem. Com base nessas informações será possível identificar oportunidades e planejar estratégias capazes de diferenciar o seu produto ou serviço.

Exemplo:

Análise da Concorrência			
	Sua Empresa:	Concorrente 1:	Concorrente 2:
Qualidade:	Altíssima qualidade	Altíssima qualidade	Baixa qualidade
Preço:	Mais caro	Mais caro	Barato
Condições de Pagamento	Parcelamento sem juros em até 3x. Após com juros	Máximo 3 x	Parcelamento em até 12x sem juros
Localização	Central. Fácil acesso. Sem estacionamento para cliente	Central. Com estacionamento para clientes em compras	Central de difícil acesso. Sem opção de estacionamento
Atendimento	Excelente	Excelente	Ruim
Serviços oferecidos	Moda sustentável com produtos produzidos com tecidos tecnológicos.	Moda com foco em grandes marcas.	Moda sem diferencial competitivo forte nos produtos.
Garantias	Sem garantia	Sem garantia	Sem garantia

Observações importantes:

Com a análise dessa planilha fica evidente que um dos “concorrentes” na verdade não é concorrente, pois o posicionamento dele está focado em um tipo de público que procura apenas preço, no caso o concorrente 2. Com relação ao concorrente 1, temos a desvantagem de não trabalharmos com marcas tradicionais, mas possuímos o grande diferencial de sermos ecologicamente corretos.



Lembre-se de anotar tudo. Todas as percepções e anotações são muito importantes. Converse com os sócios e com os potenciais clientes. Lembre-se que essa é a hora de planejar.



AGORA É A SUA VEZ

Análise da Concorrência			
	Sua Empresa:	Concorrente 1:	Concorrente 2:
Qualidade:			
Preço:			
Condições de Pagamento			
Localização			
Atendimento			
Serviços oferecidos			
Garantias			

Anotações importantes:

Análise dos Fornecedores

Nessa etapa você deve incluir todas as informações sobre os potenciais fornecedores. É o momento de analisar os valores, prazos e entender se as entregas irão satisfazer as necessidades do seu negócio. Lembre-se que é muito arriscado depender de um único fornecedor. E mais: seu negócio deve dar lucro. Observe a faça os cálculos sempre que necessário. Mantenha sempre estas informações atualizadas. Essa é uma forma de acompanhar a performance do seu negócio Se os valores, prazos e entregas irão satisfazer as necessidades do seu negócio gerando lucro e sem dependência de um único fornecedor.



Descrição dos itens a serem adquiridos	Nome do Fornecedor	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização
Camisa	Fornece RJ	180,00	15 dias	10 dias	RJ
Camiseta	Fornece SP	130,00	20 dias	10 dias	SP
Calças Confort	Fornece RJ	220,00	15 dias	10 dias	RJ
Calças Confort	Fornece SP	222,00	20 dias	10 dias	SP

Ao término dessa etapa você consegue entender se o seu produto ou serviço possui viabilidade, levando em conta o poder de compra do seu cliente, a quantidade de pessoas interessadas nesse tipo de produto ou serviço e até identificar oportunidade em outros canais.

Informações Importantes:

Buscar no mínimo mais um ou dois fornecedores para cada um dos produtos. É muito importante ter mais opções e não ficar nas mãos de um só.

4 Estratégias de Marketing



Quatro pontos merecem destaque na etapa de Estratégia de Marketing: produto, preço, praça e promoção. Com relação ao produto, pensar em detalhes como licenças, rótulos, cores e embalagens vão fazer parte desse roteiro. O preço aqui vai além do produto. É importante analisar o preço do mercado. Esse ponto será abordado de forma mais profunda no financeiro.

Quando falamos em promoção estamos nos referindo aos canais que vamos utilizar para divulgar os produtos ou serviços e a praça são os pontos de venda. Loja física? E-commerce? Marketplace? Vamos analisar e listar todos os pontos relacionados às estratégias de comercialização e promoção dos nossos produtos ou serviços.





CLIQUE AQUI. TEM UM RECADO
IMPORTANTE PARA VOCÊ



Mix de Produtos

Aqui você vai descrever quais serão os principais produtos ou serviços do seu negócio.

Vamos trabalhar com camisas, camisetas, calças, bermudas, saias, jaquetas e tênis. Não vamos trabalhar com foco em gênero. Todas as peças são produzidas com materiais sustentáveis como: borracha reciclada de pneus, tecidos feitos a partir de garrafas plásticas pet, algodão reciclável e algodão orgânico são alguns exemplos.

Preço

O preço é o que o seu consumidor está disposto a pagar pelo seu produto ou serviço. A formação do preço vai levar em consideração custos fixos, variáveis e o retorno que você quer ter sobre a venda. Lembre-se que vamos aprofundar esse ponto mais tarde.

Estratégias de Precificação que serão utilizadas

Tradicionalmente os produtos desenvolvidos com materiais politicamente corretos custam por volta de 30% a mais que os produtos desenvolvidos com materiais tradicionais. Vamos trabalhar com essa realidade de mercado. Nosso valor será maior que o preço praticado. Precisamos revisar a formação desses preços junto com um consultor do Sebrae.



AGORA É A SUA VEZ

Mix de Produtos

Aqui você vai descrever quais serão os principais produtos ou serviços do seu negócio.

Preço

O preço é o que o seu consumidor está disposto a pagar pelo seu produto ou serviço. A formação do preço vai levar em consideração custos fixos, variáveis e o retorno que você quer ter sobre a venda. Lembre-se que vamos aprofundar esse ponto mais tarde.

Estratégias de Precificação que serão utilizadas



Estratégias de Promoção

Dentro do planejamento promocional da sua empresa, uma estratégia que certamente deve estar presente, é o mapeamento das datas comemorativas do ano.

Planejar ações para essas datas vai ajudar no impulsionamento das vendas. Aqui, vamos mapear os meses iniciais do ano para servir de inspiração.

JANEIRO

11/01 – Dia do Controle da Poluição por agrotóxicos.

Ação: nos dias anteriores a essa data, trabalhar conteúdos nos canais digitais sobre o assunto. No dia 11/01, convidar empresas que trabalham com produtos orgânicos para uma degustação na loja física. Enviar convite aos clientes. E nesse tipo de ação algumas parcerias podem se manter nos dias posteriores à ação.

Vitrine: Decorar a vitrine nos dias anteriores.

MARÇO

Páscoa: Mesmo não sendo uma loja de chocolates, você pode trabalhar essa data comemorativa no seu negócio.

Decoração da loja e vitrine seria o primeiro passo.

Você pode criar uma ação com objetivo de aumentar o ticket médio. Nesse caso, criar combos de produtos com um valor especial ou condição de pagamento diferenciada.

São muitas datas comemorativas e muitas opções para serem trabalhadas. Observe o que se encaixa mais na realidade do seu negócio e do seu público. Organize o planejamento e bom trabalho.

Na planilha abaixo, você vai dar mais informações sobre as ações promocionais planejadas para cada uma das datas comemorativas. Lembre-se que você pode planejar ações utilizando canais digitais e também ações em PDV (Ponto de Venda), como degustação, entrega de brindes, faixas, entre outros. Parcerias que serão realizadas e até ações com influenciadores digitais podem e devem ser citadas aqui.

Promoção	Data	Objetivo	Canais	Necessidades	Orçamento
<i>No mês de janeiro, vamos focar em educar sobre os agrotóxicos.</i>	<i>11/01 Dia do Controle da Poluição por agrotóxicos</i>	<i>A comunicação do mês irá trabalhar essa questão. Será o foco ao longo de todo o mês.</i>	<i>Canais digitais da empresa. Vamos buscar espaço na mídia</i>	<i>Vamos promover no dia 11 uma degustação com produtos orgânicos de produtores da comunidade local.</i>	<i>Vamos buscar parceiros para os produtos e para que possamos gerar conteúdo conjunto. Precisamos de um orçamento de R\$ 1000,00 para contratar nano influenciadores locais.</i>



AGORA É A SUA VEZ

Promoção	Data	Objetivo	Canais	Necessidades	Orçamento



Formas de comercialização

Aqui você vai descrever quais serão as necessidades para que o seu produto ou serviço chegue até o consumidor (vendedores internos, representantes, e-commerce?).

Exemplo:

Produto: Peças desenvolvidas com tecidos sustentáveis.

Forma de comercialização:

- Vamos trabalhar com a loja física no bairro Moinhos de vento em Porto Alegre;
- Teremos algumas peças em marketplace. Não vamos desenvolver o nosso e-commerce nesse momento, mas é um objetivo para o futuro;
- Teremos algumas peças em marketplace. Não vamos desenvolver o nosso e-commerce nesse momento, mas é um objetivo para o futuro;



AGORA É A SUA VEZ



Localização

Neste momento você deve refletir sobre a localização da sua empresa. Se você vai ter uma unidade física para receber seus clientes, seja uma loja ou um escritório, é necessário pensar se o local é de fácil acesso e se o público que circula no entorno é adequado para o seu negócio. Antes de bater o martelo sobre a localização da sua empresa, leve em consideração, também, as condições de aluguel ou compra do imóvel, segurança, o número de concorrentes no entorno, proximidade com fornecedores e visibilidade do imóvel.

Estamos analisando três imóveis no bairro Moinhos de Vento em Porto Alegre. Os três são muito próximos. Estamos focando em imóveis com vitrine para a Padre Chagas. Preferencialmente próximo aos bares e restaurantes.

Endereço

Ainda não está definido mas estamos focando na Rua Padre Chagas.

Características da vizinhança

É um bairro de moradores da terceira idade. Ao mesmo tempo, por possuir muitas empresas, possui uma grande circulação de pessoa durante a semana. Nos finais de semana a rua também é bastante movimentada. Entendemos que nosso público circula e frequenta a região.

Segurança

Bairro relativamente seguro. Muitas empresas no local possuem seguranças contratados.



Observações sobre os diversos turnos do dia

Exemplo:

No caso da loja no Bairro Moinhos de Vento. O turno da manhã deverá apresentar um fluxo baixo de pessoas. O movimento deve aumentar no horário do meio dia e tarde. O fim da tarde poderá ser um horário de bastante movimento.
Obtive essas informações com os vizinhos da loja que esta para locação.



AGORA É A SUA VEZ

5 Plano Operacional



Esse é o momento de pensar nos setores da empresa. Como será a distribuição no caso de loja física? O que será preciso adquirir de mobiliário e também de sistemas para gestão da empresa?

Atenção para a legislação vigente para o seu tipo de negócio. Esse é o momento de listar tudo. Você também deverá pensar e destacar todos os materiais e equipamentos necessários, além de definir a equipe que deverá fazer parte do negócio.





CLIQUE AQUI. TEM UM RECADO
IMPORTANTE PARA VOCÊ

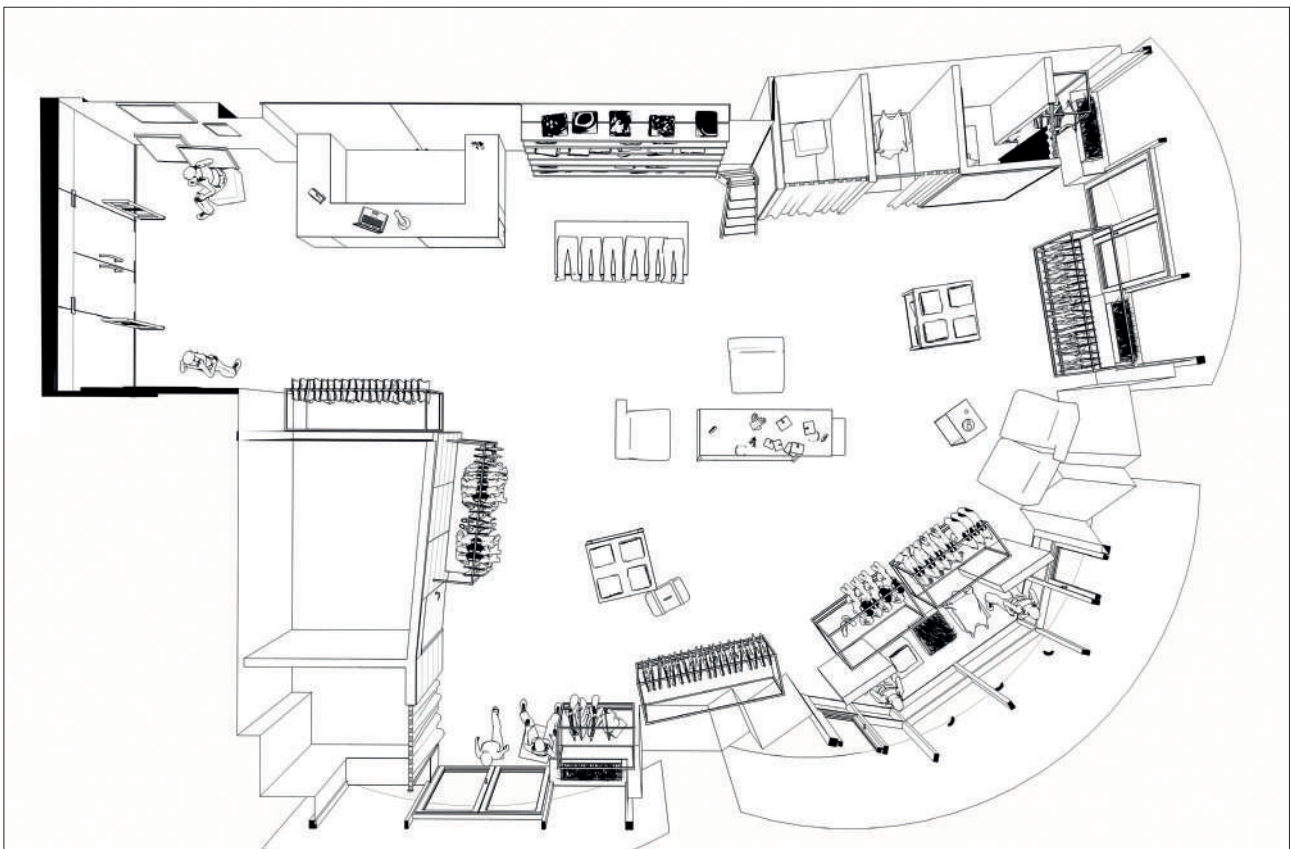




Vamos iniciar o Plano Operacional fazendo um esboço do espaço da loja.

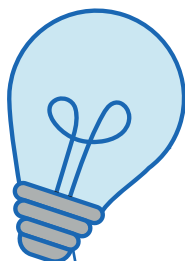
Ex:

Como não temos definido o nosso espaço, vamos desenhar aqui o que imaginamos de espaço perfeito pra a nossa loja.





AGORA É A SUA VEZ



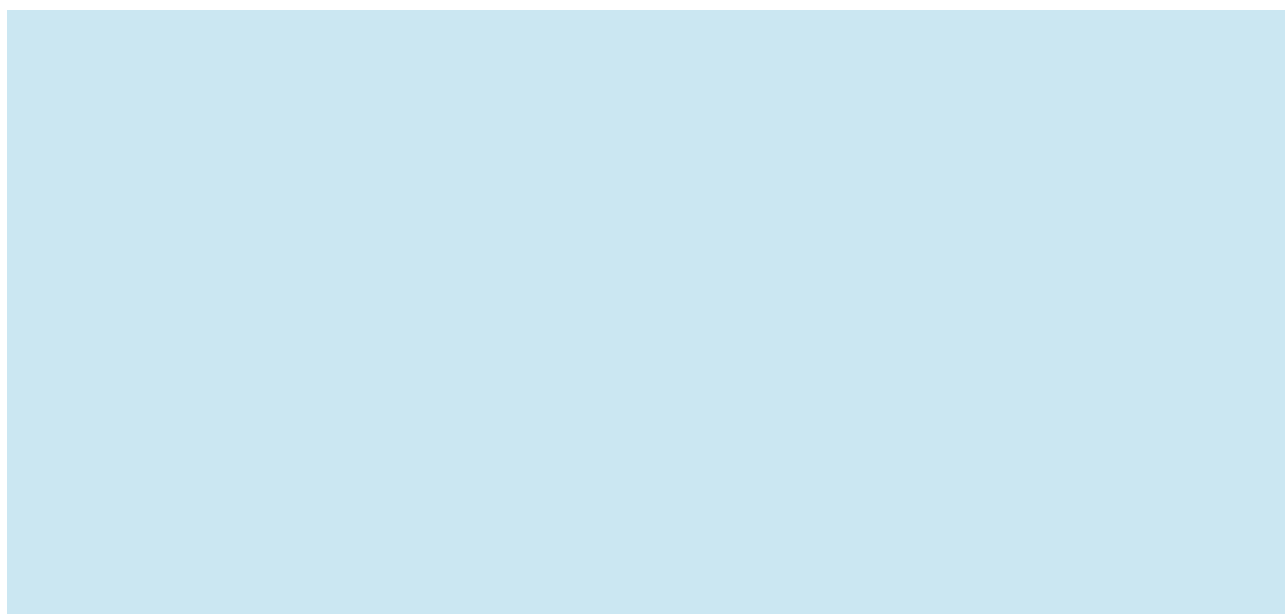
DICA

A disposição dos setores da sua empresa terá impacto direto na produtividade e no bom funcionamento dela, por isso é muito importante definir um layout físico que faça sentido na sua operação.

Não se preocupe em fazer um desenho técnico. Vamos apenas mapear os setores.

Faça o esboço da sua empresa no espaço abaixo.

Aqui você pode incluir uma planta baixa do local para ter uma visualização melhor do seu negócio. Caso tenha interesse em fazer um projeto, lembre-se que o Sebrae disponibiliza para você as consultorias de Sebraetec. Informe-se.





Abaixo, vamos listar e descrever cada um dos departamentos/setores da empresa.

Setor 1 *Loja – Espaço com puffs, araras do lado esquerdo de quem entra na loja.*

Setor 2 *Estoque. Espaço restrito.*



AGORA É A SUA VEZ

Setor 1 _____

Setor 2 _____

Setor 3 _____

Setor 4 _____



Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviços

Aqui, você irá descrever o quanto seu negócio poderá produzir, quantos clientes poderá atender e qual a capacidade produtiva levando em consideração a estrutura planejada. Importante avaliar a sazonalidade e a disponibilidade de matéria-prima ao longo do ano.

No nosso exemplo, como estamos falando de uma loja, não vai se aplicar. Vamos usar como exemplo uma produção de bolsas.

Qual será a capacidade produtiva do seu negócio?

Produto/Serviço	Capacidade Produtiva
<i>Bolsa Preta</i>	<i>Com a configuração planejada, será possível produzir 150 unidades/dia.</i>



AGORA É A SUA VEZ

Qual será a capacidade produtiva do seu negócio?

Produto/Serviço	Capacidade Produtiva

Processos Operacionais

Esse é o momento de descrever como a empresa vai funcionar na prática. Todas as etapas do processo. Desde a compra dos insumos até a venda. Importante identificar os responsáveis em cada uma das etapas e a duração de cada uma delas.

Atividade 1 Compras

Responsável Sócios 1 e 2

Etapas Necessárias:

Antes da abertura da loja devemos visitar os fornecedores, conhecer os produtos e iniciar as compras.

Atividade 2 Vendas

Responsável Sócio 1 será responsável pela contratação e treinamento das equipes de vendas

Etapas Necessárias:

Anúncio de vagas, identificação do perfil, entrevista, contratação e treinamento.

Atividade 3 Manter cafeteiras limpas.

Responsável colaborador vendas 1

Etapas Necessárias:

Atividade 4 Verificar necessidade de reposição de produto.

Responsável colaborador vendas 1

Etapas Necessárias:



AGORA É A SUA VEZ

Atividade 1 _____

Responsável _____

Etapas Necessárias:

Atividade 2 _____

Responsável _____

Etapas Necessárias:

Atividade 3 _____

Responsável _____

Etapas Necessárias:

Atividade 4 _____

Responsável _____

Etapas Necessárias:



Necessidade de Pessoal

Faça uma projeção da equipe necessária para o seu negócio funcionar. Você deve incluir aqui os sócios, familiares e todos os envolvidos. Considere também a qualificação necessária.

Cargo/Função	Principais atribuições	Qualificações necessárias	Número de funcionários necessários
<i>Vendas</i>	<i>Atender clientes no modelo presencial e via whatsapp.</i>	<i>Boa comunicação e relacionamento com as pessoas, ter bom português para escrever no whatsapp.</i>	<i>3 pessoas para vendas.</i>



AGORA É A SUA VEZ

Cargo/Função	Principais atribuições	Qualificações necessárias	Número de funcionários necessários

6 Planejamento Financeiro



Chegou a hora de pontuar os recursos necessários para tirar o seu negócio do papel. Para chegarmos ao investimento total será necessário calcular os **investimentos fixos, capital de giro e investimentos pré-operacionais**.

Muito importante destacar que as informações financeiras podem variar de acordo com a realidade de cada negócio. Nós iremos trabalhar com o exemplo de uma pequena boutique de roupas femininas. Você deve estruturar o seu plano de acordo com a realidade do seu negócio.

Vamos lá?





CLIQUE AQUI. TEM UM RECADO
IMPORTANTE PARA VOCÊ





Estimativa de Investimento Inicial

O investimento fixo inicial é o investimento feito em bens que serão adquiridos para abrir as portas do seu negócio.

Nessa etapa será necessário listar o investimento em máquinas, ferramentas, computadores, móveis e veículos.

Máquinas e Equipamentos

Produto	Quantidade Necessária	Valor Unitário	Valor Total
<i>Computador</i>	1	R\$ 3.900,00	R\$ 3.900,00
<i>Impressora</i>	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
<i>Máquina de Cartão</i>	1	R\$ 220,00	R\$ 220,00
<i>Câmeras de monitoramento</i>	1	R\$ 3.200,00	R\$ 3.200,00
TOTAL			R\$ 7.920,00

Móveis e Utensílios

Produto	Quantidade Necessária	Valor Unitário	Valor Total
<i>Armários</i>	3	R\$ 580,00	R\$ 1.740,00
<i>Estantes</i>	4	R\$ 800,00	R\$ 3.200,00
<i>Balcão de atendimento</i>	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
<i>Provador</i>	2	R\$ 600,00	R\$ 1.200,00
<i>Espelho</i>	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
<i>Manequins</i>	3	R\$ 520,00	R\$ 1.560,00
<i>Araras expositoras</i>	2	R\$ 980,00	R\$ 1.960,00
<i>Cadeira</i>	1	R\$ 380,00	R\$ 380,00
<i>Poltrona</i>	2	R\$ 350,00	R\$ 700,00
<i>Mesa pequena</i>	1	R\$ 290,00	R\$ 290,00
<i>Cabides</i>	200	R\$ 4,80	R\$ 960,00
TOTAL			R\$ 23.920,00

Capital de Giro

O capital de giro é valor que você precisa ter para que a empresa funcione. Aqui, vamos listar o caixa mínimo, estimativa de estoque inicial, financiamento das vendas e as despesas.

Em resumo, o capital de giro é o fôlego da sua empresa.

Estimativa de Estoque Inicial

Aqui você vai listar o que você precisa comprar de mercadorias e materiais. Lembre-se que estamos trabalhando com uma estimativa e que a realidade dos negócios irá variar de acordo com a localização, tamanho e necessidades.

Estimativa de Estoque Inicial

Mercadoria	Qtde	Valor Unitário	Valor Total
<i>Blazer Alfaiataria</i>	12	R\$ 160,00	R\$ 1.920,00
<i>Blusa Canelada</i>	20	R\$ 49,00	R\$ 980,00
<i>Blusa Feminina Gola V</i>	15	R\$ 80,00	R\$ 1.200,00
<i>Blusa Feminina Justa</i>	12	R\$ 90,00	R\$ 1.080,00
<i>Calça de linho</i>	6	R\$ 85,00	R\$ 510,00
<i>Calça Feminina Jeans</i>	35	R\$ 170,00	R\$ 5.950,00
<i>Camisa Social</i>	12	R\$ 110,00	R\$ 1.320,00
<i>Casaco Femino Curto</i>	12	R\$ 235,00	R\$ 2.820,00
<i>Casaco Longo</i>	6	R\$ 300,00	R\$ 1.800,00
<i>Colar</i>	4	R\$ 60,00	R\$ 240,00
<i>Colete Alfaiataria</i>	10	R\$ 98,00	R\$ 980,00
<i>Macação Feminino</i>	10	R\$ 160,00	R\$ 1.600,00
<i>Vestido Longo</i>	7	R\$ 120,00	R\$ 840,00
TOTAL			R\$ 21.240,00

Contas a Receber

Etapa 1: Determine qual a porcentagem de vendas para recebimento em cada um dos prazos listados à baixo. Lembre-se que esse é o prazo para que a sua empresa receba dos clientes. Está ligado ao prazo que seu negócio irá disponibilizar para que o cliente possa pagar.

Prazo médio de vendas	Número de dias	% das vendas	Média de retorno (dias)
<i>À vista</i>	<i>zero</i>	<i>5%</i>	<i>0</i>
<i>A prazo</i>	<i>30</i>	<i>40%</i>	<i>12</i>
<i>A prazo</i>	<i>60</i>	<i>40%</i>	<i>24</i>
<i>A prazo</i>	<i>90</i>	<i>15%</i>	<i>13.5</i>
TOTAL			49.5



AGORA É A SUA VEZ

Prazo médio de vendas	Número de dias	% das vendas	Média de retorno (dias)
TOTAL			

Para calcular:



Percentual das vendas X número de dias = média de retorno

Etapa 2: Agora vamos calcular o prazo médio que a sua empresa terá para fazer o pagamento dos seus fornecedores. Vamos usar a mesma lógica do item anterior.

Prazo médio de pagamento	Número de dias	% das compras	Média de retorno
<i>À vista</i>	<i>zero</i>	<i>25%</i>	<i>0</i>
<i>A prazo</i>	<i>30</i>	<i>20%</i>	<i>6</i>
<i>A prazo</i>	<i>60</i>	<i>20%</i>	<i>12</i>
<i>A prazo</i>	<i>90</i>	<i>20%</i>	<i>18</i>
<i>A prazo</i>	<i>120</i>	<i>15%</i>	<i>18</i>
TOTAL			54



AGORA É A SUA VEZ

Prazo médio de pagamento	Número de dias	% das compras	Média de retorno
TOTAL			

Para calcular:



Prazo médio para pagamento = Percentual do volume de compras X prazo médio

Etapa 3: Vamos calcular a necessidade mínima de estoque. Esse é o prazo médio de permanência das mercadorias no estoque da empresa. Esse cálculo leva em conta todo o processo, desde o dia que você faz o pedido ao fornecedor até a venda para o seu cliente. Quanto mais tempo uma mercadoria fica no estoque, mais capital de giro a empresa necessita.

Necessidade média de estoque

Produto	Estoque mínimo	Valor	Total	Número de dias
<i>Blusa feminina GG</i>	<i>10 peças</i>	<i>R\$ 240,00</i>	<i>R\$ 2.400,00</i>	<i>15 dias</i>
<i>Blusa feminina G</i>	<i>15 peças</i>	<i>R\$ 240,00</i>	<i>R\$ 3.600,00</i>	<i>15 dias</i>
<i>Conjunto Feminino</i>	<i>8 peças</i>	<i>R\$ 540,00</i>	<i>R\$ 4.320,00</i>	<i>15 dias</i>



AGORA É A SUA VEZ

Produto	Estoque mínimo	Número de dias	Total	Número de dias

Etapa 4: Necessidade Líquida de Capital em dias

Essa é a diferença entre os recursos da empresa que estão fora do caixa e os recursos de terceiros (fornecedores) que estão no caixa. No nosso exemplo, o prazo de 10,5 dias significa que a empresa irá necessitar durante esse período de caixa para cobrir seus gastos e financiar seus clientes.

	Capital de giro em dias
<i>Contas a receber (prazo médio de vendas)</i>	49.5
<i>Estoque (necessidade média de estoque)</i>	15 dias
SUBTOTAL 1:	64.5 dias
<i>Fornecedores (prazo médio de compras)</i>	54 dias
SUBTOTAL 2:	54 dias
Necessidade líquida de capital de giro em dias	10,5



AGORA É A SUA VEZ

	Capital de giro em dias
<i>Contas a receber (prazo médio de vendas)</i>	
<i>Estoque (necessidade média de estoque)</i>	
SUBTOTAL 1:	
<i>Fornecedores (prazo médio de compras)</i>	
SUBTOTAL 2:	
Necessidade líquida de capital de giro em dias	

Para calcular:



Necessidade líquida de capital de giro em dias =
Prazo médio de vendas (contas a receber) + Prazo médio de
estoque – prazo médio de compras (fornecedores)

Caixa Mínimo

É o capital de giro próprio que o seu negócio precisa para funcionar. É o valor que você precisa disponibilizar para cobrir os custos até que a empresa comece a faturar. Para definir esse valor será necessário definir os prazos médios das vendas, das compras e do estoque.

Para calcular:



**Caixa mínimo = Necessidade líquida de capital de giro em dias
X Custo total diário da empresa**

Investimento	Valor
Taxas	R\$ 1.200,00
Obras e reformas	R\$ 30.000,00
Treinamento de equipe	R\$ 20.000,00
Software gestão	R\$ 18.000,00
Investimento Inauguração	R\$ 20.000,00
Uniformes	15.000,00
Registro de marca	R\$ 2.300,00
TOTAL	R\$ 106.500,00



AGORA É A SUA VEZ

Investimento	Valor
TOTAL	

Capital de Giro

O capital de giro é o montante de recursos necessário para o funcionamento normal da empresa, desde a compra de matérias-primas ou mercadorias e o pagamento das despesas.

Investimentos Financeiros	Valor R\$
Estoque inicial	
Caixa mínimo	
Capital de giro total (estoque + caixa mínimo)	

Investimentos pré-operacionais

São os gastos realizados antes da empresa abrir as portas. Engloba despesas com taxas, reformas, instalações de equipamentos, treinamento de equipe, entre outros. Vamos ao exemplo prático:

Investimentos Pré-Operacionais	Valor
<i>Taxas de Abertura da Empresa</i>	<i>R\$ 1.200,00</i>
<i>Arquiteta e Reforma</i>	<i>R\$ 30.000,00</i>
<i>Treinamento da equipe</i>	<i>R\$ 3.000,00</i>
<i>Evento de Inauguração</i>	<i>R\$ 5.000,00</i>
<i>Uniformes</i>	<i>R\$ 1.000,00</i>
<i>Fachada da loja</i>	<i>R\$ 5.000,00</i>
<i>Identidade visual</i>	<i>R\$ 3.000,00</i>
<i>Divulgação</i>	<i>R\$ 2.000,00</i>
TOTAL	R\$ 50.200,00

Total de Investimentos

Tipo	Valor
<i>Máquinas e Equipamentos</i>	<i>R\$ 7.920,00</i>
<i>Moveis e Utensílios</i>	<i>R\$ 13.790,00</i>
<i>Estoque Inicial</i>	<i>R\$ 21.240,00</i>
<i>Pré-Operacionais</i>	<i>R\$ 50.200,00</i>
TOTAL	R\$ 93.150,00



AGORA É A SUA VEZ

Investimentos Pré-Operacionais	Valor
TOTAL	

Total de Investimentos

Tipo	Valor
TOTAL	

Estimativa dos custos de comercialização

Nessa etapa você vai incluir todos os custos que terá para vender o produto ou serviço. Custo de boleto, taxas, impostos, cartões, comissões, entre outros.

Para calcular:



$$\text{CMV ou CMD} = \text{Quantidade de venda} \times \text{Custo de produção}$$

Custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

Estimativa de Custo da Mercadoria Vendida (CMV) – varia de acordo com os produtos vendidos no mês.

Mercadoria	Estoque Inicial		
	Qtde	Valor Unitário	Valor Total
<i>Blazer Alfaiataria</i>	8	R\$ 160,00	R\$ 1.280,00
<i>Blusa Canelada</i>	15	R\$ 49,00	R\$ 735,00
<i>Blusa Feminina Gola V</i>	10	R\$ 80,00	R\$ 800,00
<i>Blusa Feminina Justa</i>	9	R\$ 90,00	R\$ 810,00
<i>Calça de linho</i>	4	R\$ 85,00	R\$ 340,00
<i>Calça Feminina Jeans</i>	26	R\$ 170,00	R\$ 4.420,00
<i>Camisa Social</i>	12	R\$ 110,00	R\$ 1.320,00
<i>Casaco Femino Curto</i>	9	R\$ 235,00	R\$ 2.115,00
<i>Casaco Longo</i>	5	R\$ 300,00	R\$ 1.500,00
<i>Colar</i>	2	R\$ 60,00	R\$ 120,00
<i>Colete Alfaiataria</i>	5	R\$ 98,00	R\$ 490,00
<i>Macação Feminino</i>	7	R\$ 160,00	R\$ 1.120,00
<i>Vestido Longo</i>	4	R\$ 120,00	R\$ 480,00
TOTAL			R\$ 15.530,00

Estimativa de Custos de Comercialização

Impostos: confirme a alíquota com seu contador

<i>Alíquota</i>	4%
<i>Faturamento Estimado</i>	R\$ 31.060,00
TOTAL	R\$ 1.242,40

Gastos com vendas:

Comissão: varia de acordo com a comissão paga

<i>Comissão</i>	3%
<i>Venda Comissionada</i>	R\$ 13.480,00
TOTAL	R\$ 404,40

Propaganda/Divulgação: sugerido de 1 a 5% sobre o faturamento mensal

<i>% Faturamento Estimado</i>	2%
<i>Faturamento Estimado</i>	R\$ 31.060,00
TOTAL	R\$ 621,20

Taxa de Administração de Cartão: varia de acordo com a forma de pagamento de seus clientes. Pode ser separado por cartão de débito e crédito e ainda por bandeira. Aqui estimas 70% das vendas via cartão e com taxa média de 2,50%

<i>Taxa média dos cartões*</i>	2,50%
<i>Venda via Cartão de Crédito</i>	R\$ 21.742,00
TOTAL	R\$ 543,55

(*) Se o recebimento das parcelas do cartão de crédito estão sendo antecipadas, precisa adicionar mais essa taxa.

Obs: caso realize vendas no crediário, sugerimos estimar percentual de inadimplência devido as possíveis perdas de não pagamento dos clientes.

Estimativa de Custos de Comercialização

<i>Alíquota</i>	
<i>Faturamento Estimado</i>	
TOTAL	

Gastos com vendas

<i>Comissão</i>	
<i>Venda Comissionada</i>	
TOTAL	

Propaganda/Divulgação

<i>% Faturamento Estimado</i>	
<i>Faturamento Estimado</i>	
TOTAL	

Taxa de Administração de Cartão

<i>Taxa média dos cartões</i>	
<i>Venda via Cartão de Crédito</i>	
TOTAL	

Total Estimativa de Custos de Comercialização

Descrição	Valor
<i>Impostos</i>	
<i>Comissão</i>	
<i>Propaganda/Divulgação</i>	
<i>Taxa de administração do cartão</i>	
TOTAL	

PARA INDÚSTRIA

Custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

Para indústria, você irá calcular o Custo com Materiais Diretos – CMD. Para comércio será o Custo das Mercadorias Vendidas – CMV. Esses custos representam o montante que deverá ser baixado dos estoques pela sua venda.

Produto	Quantidade de Venda	Custo de produção	CMV ou CMD
<i>Blusa GG</i>	<i>10 peças</i>	<i>R\$ 240,00</i>	<i>R\$ 2.400,00</i>

Para calcular:



$$\text{CMV ou CMD} = \text{Quantidade de venda} \times \text{Custo de produção}$$



AGORA É A SUA VEZ

Produto	Quantidade de Venda	Custo de produção	CMV ou CMD

Estimativa de custos com mão de obra

Hora de pensar na equipe. Quantas pessoas serão necessárias em cada setor e o salário de cada colaborador? Além do salário, você deve considerar todos os encargos sociais (FGTS, férias, décimo terceiro salário, horas extras, INSS, aviso prévio, entre outros).

Função	Número de funcionários	Salário Mensal	Encargos	Total
Vendedor	1	R\$ 1.780,00	40%	R\$ 2.492,00



AGORA É A SUA VEZ

Função	Número de funcionários	Salário Mensal	Encargos	Total

Para calcular:



Custo total da mão de obra = percentual relativo aos encargos sociais + salário

Estimativa de custos com depreciação

O desgaste das máquinas e equipamentos é chamado de depreciação. Nessa etapa iremos calcular esse valor. Para isso será necessário:

1. Relacionar as máquinas e equipamentos. Lembre-se que essa relação já foi feita na planilha de investimentos fixos.
2. Determine o tempo médio de vida útil desses bens.
3. Determine o valor do bem.

Para calcular:

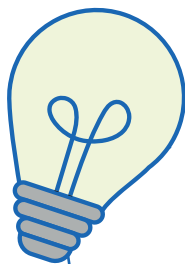


Valor anual da depreciação = valor do bem ÷ vida útil em anos



Valor da depreciação mensal = custo anual da depreciação ÷ 12

Descrição	Valor do Bem	Vida Útil (anos)	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
<i>Computador</i>	R\$ 3.900,00	5	R\$ 780,00	R\$ 65,00
<i>Impressora</i>	R\$ 600,00	5	R\$ 120,00	R\$ 10,00
<i>Máquina de Cartão</i>	R\$ 220,00	5	R\$ 44,00	R\$ 3,67
<i>Câmera de monitoramento</i>	R\$ 3.200,00	5	R\$ 640,00	R\$ 53,33
<i>Armários</i>	R\$ 580,00	10	R\$ 58,00	R\$ 4,83
<i>Estantes</i>	R\$ 800,00	10	R\$ 80,00	R\$ 6,67
<i>Balcão de atendimento</i>	R\$ 1.200,00	10	R\$ 120,00	R\$ 10,00
TOTAL				R\$ 153,50



DICA

Converse com o proprietário para ter uma ideia do valor, em média, de água, luz mensal no espaço. Orçamento em empresas prestadoras de serviço de internet para ter ideia de valores dos planos / pacotes mensais. Contador pode auxiliar na estimativa dos impostos, tributos e depreciação.

Descrição	Valor
<i>Aluguel</i>	R\$ 1.500,00
<i>Celular</i>	R\$ 100,00
<i>Condomínio</i>	R\$ 210,00
<i>Depreciação</i>	R\$ 153,30
<i>Embalagens</i>	R\$ 120,00
<i>Encargos pro labore</i>	R\$ 450,00
<i>Honorários contábeis</i>	R\$ 400,00
<i>Internet</i>	R\$ 99,00
<i>IPTU</i>	R\$ 53,00
<i>Luz</i>	R\$ 180,00
<i>Material de escritório</i>	R\$ 30,00
<i>Material de limpeza</i>	R\$ 90,00
<i>Outras taxas</i>	R\$ 80,00
<i>Pró labore</i>	R\$ 3.000,00
<i>Salários e encargos</i>	R\$ 2.492,00
<i>Segurança</i>	R\$ 100,00
<i>Seguro Prédio</i>	R\$ 90,00
<i>Serviços de terceiros</i>	R\$ 200,00
<i>Sistema</i>	R\$ 50,00
<i>Tarifas bancárias</i>	R\$ 100,00
TOTAL	R\$ 9.497,30

Demonstrativo de Resultados

Com todas as etapas do nosso Plano de Negócios preenchida é possível identificar se a empresa irá operar com lucro ou prejuízo.

Descrição	Valor (em R\$)	%
<i>Receita Total com Vendas</i>	<i>R\$ 31.060,00</i>	<i>100,00%</i>
<i>Custos Variáveis Totais</i>	<i>R\$ 19.583,95</i>	<i>63,05%</i>
<i>(-) Custos com CMD / CMV(*)</i>	<i>R\$ 15.530,00</i>	<i>50,00%</i>
<i>(-) Impostos sobre vendas</i>	<i>R\$ 1.242,40</i>	<i>4,00%</i>
<i>(-) Gastos com vendas</i>	<i>R\$ 2.811,55</i>	<i>9,05%</i>
<i>Margem de Contribuição (1-2)</i>	<i>R\$ 11.476,05</i>	<i>36,95%</i>
<i>(-) Custos Fixos Totais</i>	<i>R\$ 9.497,30</i>	<i>30,58%</i>
Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo)	R\$ 1.978,75	6,37%



AGORA É A SUA VEZ

Descrição	Valor (em R\$)	%
Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo)		

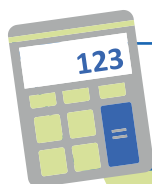
Indicadores de Viabilidade

São os indicadores que irão mostrar se o negócio é viável ou não. Vamos trabalhar com quatro indicadores:

1. Ponto de Equilíbrio
2. Lucratividade
3. Rentabilidade
4. Prazo de retorno de investimento

O ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio é o quanto a sua empresa precisa faturar para pagar todos os custos.



$$PE = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice da margem de contribuição}}$$



$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{\text{Margem de contribuição (Receita Total - Custo Variável Total)}}{\text{Receita Total}}$$

<i>Custo Fixo</i>	R\$ 9.497,30
<i>Margem de Contribuição</i>	36,95%
<i>Ponto de Equilíbrio</i>	R\$ 25.704,50



AGORA É A SUA VEZ

Ponto de Equilíbrio = _____

Lucratividade

Mede o lucro líquido em relação às vendas. É o valor que a sua empresa ganha depois de pagar todas as contas.



$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Receita Total}}$$

<i>Lucro Líquido</i>	<i>R\$ 1.978,75</i>
<i>Receita Total</i>	<i>R\$ 1.060,00</i>
Lucratividade	6,37%

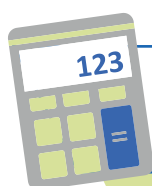


AGORA É A SUA VEZ

Lucratividade = _____

Rentabilidade

Indicador que mede o quanto a sua empresa retorna sobre o que foi investido. O resultado irá demonstrar o percentual de retorno do investimento a cada ano.



$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100$$

<i>Lucro Líquido Mensal</i>	<i>R\$ 1.978,75</i>
<i>Investimento Total</i>	<i>R\$ 93.150,00</i>
Rentabilidade	2,12%



AGORA É A SUA VEZ

Rentabilidade = _____

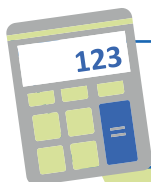
Lucro Líquido Anual

Lucro mensal X 12

<i>Lucro Líquido Mensal</i>	<i>R\$ 1.978,75</i>
<i>Qtde de Meses</i>	<i>12</i>
Lucro Líquido Anual	R\$ 23.745,00

Prazo de retorno de investimento

Esse indicador mede o tempo necessário para que você recupere o que investiu no negócio.



$$\text{Prazo de retorno de investimento} = \frac{\text{Investimento total}}{\text{Lucro Líquido}}$$

<i>Lucro Líquido Mensal</i>	<i>R\$ 1.978,75</i>
<i>Prazo de Retorno do Investimento (Meses)</i>	<i>47,08</i>
<i>Prazo de Retorno do Investimento (Anos)</i>	<i>3,92</i>



AGORA É A SUA VEZ

Prazo de retorno de investimento = _____

Estimativa de faturamento mensal

Aqui vamos estimar o quanto a empresa irá faturar por mês com base nos produtos que serão oferecidos. Difícil fazer essa estimativa, não é? Mas vamos lá! Com esse número você poderá estimar o tempo necessário para você ter o retorno do investimento.



Estimativa de faturamento mensal = Valor de venda dos produtos X preço de venda

Produto ou serviço	Qtde estimada de vendas	Preço de Venda*	Faturamento total
<i>Blazer Alfaiataria</i>	8	R\$ 320,00	R\$ 2.560,00
<i>Blusa Canelada</i>	15	R\$ 98,00	R\$ 1.470,00
<i>Blusa Feminina Gola V</i>	10	R\$ 160,00	R\$ 1.600,00
<i>Blusa Feminina Justa</i>	9	R\$ 180,00	R\$ 1.620,00
<i>Calça de linho</i>	4	R\$ 170,00	R\$ 680,00
<i>Calça Feminina Jeans</i>	26	R\$ 340,00	R\$ 8.840,00
<i>Camisa Social</i>	12	R\$ 220,00	R\$ 2.640,00
<i>Casaco Feminino Curto</i>	9	R\$ 470,00	R\$ 4.230,00
<i>Casaco Longo</i>	5	R\$ 600,00	R\$ 3.000,00
<i>Colar</i>	2	R\$ 120,00	R\$ 240,00
<i>Colete Alfaiataria</i>	5	R\$ 196,00	R\$ 980,00
<i>Macacão Feminino</i>	7	R\$ 320,00	R\$ 2.240,00
<i>Vestido Longo</i>	4	R\$ 240,00	R\$ 960,00
TOTAL			R\$ 31.060,00

(*) Preço de venda definido de acordo custo de mercadoria, custos fixos, custos variáveis de vende e lucro estimado. Neste caso usamos o Markup 2.

Para o Cálculo do Markup



$$\text{Markup} = \frac{100}{100 - (\%CF + \%CV + \%Lucro)}$$

Custo Fixo (CF)

Custo Variável (CV)

Dados para Cálculo do Markup:

<i>Markup</i>	
<i>Faturamento</i>	R\$ 31.060,00
<i>Custo Fixo</i>	R\$ 9.497,30
<i>% Custo Fixo</i>	30,58%
<i>% Custo de Vendas</i>	12,00%
<i>Impostos</i>	4,00%
<i>Comissão</i>	3,00%
<i>Propaganda/Divulgação</i>	2,00%
<i>Taxa de Cartão</i>	2,50%
<i>% Lucro Desejado</i>	9%

Caso o empreendedor queira ter lucro de 9%, qual seria o Markup?

$$\text{Markup} = 100 / 100 - (30,58 + 12 + 9)$$

$$\text{Markup} = 100 / 51,58$$

$$\text{Markup} = 2 \text{ ou } 2,07$$



AGORA É A SUA VEZ

Produto ou serviço	Qtde estimada de vendas	Preço de Venda*	Faturamento total
TOTAL			

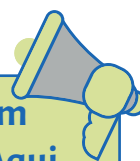
Dados para Cálculo do Markup:

<i>Markup</i>	
<i>Faturamento</i>	
<i>Custo Fixo</i>	
<i>% Custo Fixo</i>	
<i>% Custo de Vendas</i>	
<i>Impostos</i>	
<i>Comissão</i>	
<i>Propaganda/Divulgação</i>	
<i>Taxa de Cartão</i>	
<i>% Lucro Desejado</i>	

Hora de voltar para o começo do plano e concluir todo o planejamento.

Concluída a etapa de Planejamento Financeiro, devemos retornar lá no início do Plano de Negócios para completar as informações que ficaram em aberto. Agora será mais fácil você preencher os indicadores e todas as perguntas que fazem parte dessa etapa do plano.

LEMBRE-SE. Caso tenha alguma dúvida, entre em contato com o Sebrae que vamos ajudá-lo. [Clique Aqui.](#)



Parabéns

Agora que seu plano de negócios está pronto você tem mais facilidade de visualizar as oportunidades e os pontos que necessitam de ajustes imediatos. Observe todos os pontos, discuta, busque alternativas e converse com o seu potencial público. Esse plano foi desenvolvido para que você entenda se o modelo de negócio que você está pensando em abrir ou ampliar é viável. Sabemos que nada é 100% certo.

Empreender é um grande desafio. É necessário se reinventar e estar sempre atento ao mercado. E pode ter certeza que é mágico.

Desejamos muito sucesso para você, empreendedor. Se precisar, conte conosco. O Sebrae é pra ti.



CLIQUE AQUI. TEM UM RECADO
IMPORTANTE PARA VOCÊ



© 2023, **Sebrae RS**

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Rio Grande do Sul

É proibida a duplicação ou a reprodução deste volume, total ou parcialmente, por quaisquer meios, sem a autorização expressa do Sebrae RS.

Informações e contato:

Sebrae RS - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul

Rua Sete de Setembro. 555 - Bairro Centro - CEP 90010-190-Porto Alegre - RS

Telefone, 0800 570 0800 - Site, www.sebrae-rs.com.br Email: info@sebrae-rs.com.br

Entidades Integrantes do Conselho Deliberativo do Sebrae RS:

Badesul Desenvolvimento S/A - Agência de Fomento/RS

Banco do Brasil S/A

Banco do Estado do Rio Grande do Sul S/A - BANRISUL

Caixa Econômica Federal

Centro das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul - CIERGS

Federação da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul - FARSUL

Federação das Associações Comerciais e de Serviços do Rio Grande do Sul - FEDERASUL

Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Rio Grande do Sul - FCDL-RS

Federação das indústrias do Estado do Rio Grande do Sul - FIERGS

Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio Grande do Sul - FAPERGS

Federação do Comércio de Bens e de Serviços do Estado do Rio Grande do Sul - FECOMÉRCIO

Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia - SDECT

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI-RS

Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - SENAR-RS

Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae RS:

Luiz Carlos Bohn

Diretoria Executiva:

Diretor-Superintendente-André Vanoni de Godoy

Diretor Técnico:

Ayrton Pinto Ramos

Diretor de Administração e Finanças:

Marco Aurélio Paradedda

Desenvolvimento da Solução:

Tanara Souza

Equipe Técnica:

Ieda Bavaresco Machado (Financeiro)

Flávia Nagib Murr

Projeto Gráfico e Diagramação:

Cheila Pinnow

Revisão Ortográfica:

Silvana Pires



digital.sebraers.com.br
0800 570 0800