**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC**

**CURSO DE \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**NOME DOS AUTORES**

**EM ORDEM ALFABÉTICA**

**TÍTULO DO TRABALHO**

**CRICÍUMA**

**2020**

**NOME DOS AUTORES**

**EM ORDEM ALFABÉTICA**

**TÍTULO DO TRABALHO**

Plano de Negócios solicitado pelos professores \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, na disciplina de Empreendedorismo.

**CRICÍUMA**

**2020**

**SUMÁRIO**

[1 INTRODUÇÃO 4](#_Toc51939575)

[1.1 OBJETIVOS 4](#_Toc51939576)

[1.1.1 Objetivo Geral 4](#_Toc51939577)

[1.1.2 Objetivos Específicos 4](#_Toc51939578)

[2 RESUMO EXECUTIVO 5](#_Toc51939579)

[3 A EMPRESA 6](#_Toc51939580)

[3.1 IDENTIFICAÇÃO E LOCALIZAÇÃO 6](#_Toc51939581)

[3.2 PARTICIPAÇÃO SOCIETÁRIA 6](#_Toc51939582)

[3.3 ENQUADRAMENTO FISCAL 6](#_Toc51939583)

[3.4 MODELO DE NEGÓCIOS 7](#_Toc51939584)

[3.4.1 Resumo do Negócio 7](#_Toc51939585)

[3.4.2 Apresentação do modelo de negócios 8](#_Toc51939586)

[4 PLANO ESTRATÉGICO 10](#_Toc51939587)

[4.1 DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO 10](#_Toc51939588)

[4.2 MISSÃO 10](#_Toc51939589)

[4.3 VISÃO DE FUTURO 10](#_Toc51939590)

[4.4 PRINCÍPIOS E VALORES 10](#_Toc51939591)

[4.5 ANÁLISES ESTRATÉGICAS 10](#_Toc51939592)

[4.5.1 Pontos Fortes e Pontos Fracos 11](#_Toc51939593)

[4.5.2 Ameaças e Oportunidade 12](#_Toc51939594)

[5 PLANO OPERACIONAL 13](#_Toc51939595)

[5.1 PRINCIPIAS PROCESSOS E ATIVIDADES DO NEGÓCIO 13](#_Toc51939596)

[5.2 LICENÇAS E/OU REGISTROS NECESSÁRIOS 13](#_Toc51939597)

[5.3 LAYOUT E/OU FLUXO DE PRODUÇÃO 14](#_Toc51939598)

[5.4 LOCALIZAÇÃO – ESPECIFICAÇÕES E ANÁLISE 14](#_Toc51939599)

[5.5 PRINCIPAIS INSUMOS E/OU MATERIAS-PRIMAS 14](#_Toc51939600)

[5.6 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL 16](#_Toc51939601)

[5.6.1 Descrição dos Cargos 16](#_Toc51939602)

[6. O PLANO DE MARKETING 17](#_Toc51939603)

[6.1 DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS E PREÇOS 17](#_Toc51939604)

[6.2 DIFERENCIAIS COMPETITIVOS 17](#_Toc51939605)

[6.3 ANÁLISE DO MERCADO POTENCIAL, PERSPECTIVAS E TENDÊNCIAS 18](#_Toc51939606)

[6.4 ANÁLISE DA CLIENTELA 18](#_Toc51939607)

[6.5 ANÁLISE DA CONCORRENCIA 18](#_Toc51939608)

[6.6 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS 19](#_Toc51939609)

[7 O PLANO FINANCEIRO 20](#_Toc51939610)

[7.1 VENDAS 20](#_Toc51939611)

[7.2 Impostos sobre as vendas 21](#_Toc51939612)

[7.3 Mão de Obra 22](#_Toc51939613)

[7.3.1 Encargos sobre salários 23](#_Toc51939614)

[7.4 Investimentos 24](#_Toc51939615)

[7.4.1 Depreciação e Manutenção 25](#_Toc51939616)

[7.5 Custo Fixo 26](#_Toc51939617)

[7.6 Custo Variável 27](#_Toc51939618)

[7.7 Capital de Giro 30](#_Toc51939619)

[7.8 Demonstrativo de Resultado do Exercício - DRE 30](#_Toc51939620)

[Referências 34](#_Toc51939621)

[ANEXO 35](#_Toc51939622)

[APÊNDICE 36](#_Toc51939623)

# 1 INTRODUÇÃO

A introdução deste trabalho deverá demonstrar o potencial de mercado para o negócio em estudo.

É importante sustentar suas informações com dados do potencial do mercado. Sugere-se buscar estas informações em revistas e sites. Os dados podem ser internacionais, nacionais, estaduais, ou de sua região. Os dados, quanto mais próximo ao local de implantação do negócio, mais interessantes fica essa introdução.

O texto deve ser interessante e cativante e conter em média 1 página.

## 1.1 OBJETIVOS

Faça um texto apresentando os objetivos.

### 1.1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral desde trabalho é a elaboração do Plano de Negócios, desta forma deve ser escrito levando em consideração a seguinte questão “Elaborar/Construir/Desenvolver um Plano de Negócios para a avaliação da viabilidade de um empreendimento ........... localizada em .........”

### 1.1.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos para este tipo de documento estão associados a definição dos seguintes temas:

* Modelo de negócio;
* Estratégias empresariais;
* Questões operacionais;
* Estratégias mercadológicas;
* Projeções econômicas/financeiras.

# 2 RESUMO EXECUTIVO

Mas embora seja a última parte a ser desenvolvida no plano de negócios, na elaboração da atividade da Semana 03, **os acadêmicos devem elaborar um texto inicial, considerando os principais pontos do negócio.**

O resumo ou sumário executivo deve ser o último capítulo a ser escrito de um plano de negócios, pois tem como base os demais capítulos desenvolvidos. É um dos principais capítulos de um plano de negócios, pois, é por meio da leitura do resumo executivo que o leitor decidirá se continua ou não a ler o plano de negócios em estudo. Explica o modelo de negócios que está sendo desenvolvido, demonstrando os fundamentos e justificativas gerais das [estratégia](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Plano_estrat%C3%A9gico&action=edit&redlink=1) pensadas para o negócio objeto do plano. (Apresentar o modelo CANVAS). Deve conter as principais informações do plano de negócios desenvolvido e escrito com bastante cuidado para, apesar de ser um resumo, ser cativante para o público alvo do mesmo.

E no final do Plano de Negócios, **devem voltar no sumário e atualizar os dados.**

# 3 A EMPRESA

Faça um texto breve apresentando o capítulo.

## 3.1 IDENTIFICAÇÃO E LOCALIZAÇÃO

Este item refere-se aos dados da empresa. Caso a empresa ainda não exista, crie dados sobre a localização desejada para o negócio e os dados cadastrais.

Quadro X: Apresentação da Empresa

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Razão Social: | | |
| Nome Fantasia: | | |
| Endereço: | | Bairro: |
| Cidade: | Estado: | CEP: |
| Telefone: | Fax: | E-mail: |
| CNPJ: | Insc. Estadual: | Insc. Municipal: |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Empresa Individual |  |  | Sociedade Limitada |  |  | Sociedade Anônima |  |  | Associação ou Cooperativa |  |

Fonte:

## 3.2 PARTICIPAÇÃO SOCIETÁRIA

Neste item a equipe deve colocar os nomes dos sócios que farão parte da sociedade, o valor estimado para a abertura do negócio e o percentual de participação de cada sócio.

Este item deve ser ajustado no final do plano de negócios, quando já tivermos o valor final do investimento.

Quadro X: Participação Societária

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nomes Sócios** | **Capital Social**  **(R$)** | **Participação (%)** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Total** |  |  |

Fonte:

## 3.3 ENQUADRAMENTO FISCAL

Neste campo você deverá definir o enquadramento fiscal que a empresa terá e justifique o porquê deste enquadramento.

## 3.4 MODELO DE NEGÓCIOS

Neste item você deve apresentar brevemente os itens que virão na sequência.

### 3.4.1 Resumo do Negócio

Neste campo você deverá apresentar resumidamente o negócio em estudo, contendo:

* O segmento de atuação;
* O público alvo;
* Os principais produtos e serviços;
* Os principais diferenciais;
* A forma de distribuição de produtos ou serviços.

### 3.4.2 Apresentação do modelo de negócios

|  |  |
| --- | --- |
| Fundo preto com letras brancas  Descrição gerada automaticamente | Tela de computador com texto preto sobre fundo branco  Descrição gerada automaticamente |
| * . * . * . * . * . * . * . | * . * . * . * . * . * . * . |

|  |  |
| --- | --- |
| Fundo preto com letras brancas  Descrição gerada automaticamente | Imagem em preto e branco  Descrição gerada automaticamente |
| * . * . * . * . * . * . * . | * . * . * . * . * . * . * . |

|  |
| --- |
| Uma imagem contendo grande, pessoas, grupo  Descrição gerada automaticamente |
| * . * . * . * . * . * . * . |

|  |  |
| --- | --- |
| Uma imagem contendo grande, pessoas  Descrição gerada automaticamente | Uma imagem contendo faca, mesa  Descrição gerada automaticamente |
| * . * . * . * . * . * . * . | * . * . * . * . * . * . * . |

|  |  |
| --- | --- |
| Uma imagem contendo computador, mesa  Descrição gerada automaticamente | Tela de computador com texto preto sobre fundo branco  Descrição gerada automaticamente |
| * . * . * . * . * . * . * . | * . * . * . * . * . * . * . |

# 4 PLANO ESTRATÉGICO

Faça uma breve apresentação do capítulo e contextualize teoricamente os conteúdos do capítulo, ou seja, um conceito de plano estratégico.

## 4.1 DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO

Neste item será necessário apresentar fundamentação teórica sobre negócio e assinale abaixo, de acordo com a tipificação da empresa.

Quadro X: Definição do Negócio

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Agropecuária |  |  | Indústria / Artesanato |  |  | Comércio |  |  | Serviço |  |

Fonte:

## 4.2 MISSÃO

Neste item será necessário apresentar fundamentação teórica sobre missão e construir aqui a missão da empresa.

## 4.3 VISÃO DE FUTURO

Neste item será necessário apresentar fundamentação teórica sobre visão e construir aqui a visão de futuro da empresa.

## 4.4 PRINCÍPIOS E VALORES

Neste item será necessário apresentar fundamentação teórica sobre Princípios e Valores e Identificar aqui os Princípios e Valores da empresa.

## 4.5 ANÁLISES ESTRATÉGICAS

Faça uma breve apresentação dos itens que serão desenvolvidos na sequência e contextualize teoricamente, ou seja, um conceito de estratégias.

### 4.5.1 Pontos Fortes e Pontos Fracos

Fundamente Pontos Fortes e Pontos Fracos. E apresente no quadro os pontos fortes e fracos do negócio.

Na parte inferior do quadro, você deve elencar algumas possibilidades de ações para fortalecer o que já é ponto forte e para minimizar os pontos fracos.

Caso existam mais itens do que as linhas no quadro abaixo, insira novas linhas.

Quadro X: Pontos Fortes e Fracos

|  |  |
| --- | --- |
| **Pontos Fortes** | **Pontos Fracos** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| Principais Ações para Pontos Fracos e Pontes Fortes | |
|  | |

Fonte:

### 4.5.2 Ameaças e Oportunidade

Fundamente Ameaças e Oportunidades. E apresente no quadro as ameaças e oportunidade do negócio.

Na parte inferior do quadro, você deve elencar algumas possibilidades de ações possíveis para aproveitar as oportunidades disponíveis no ambiente externo e para salvaguardar a empresa das ameaças.

Caso existam mais itens do que as linhas no quadro abaixo, insira novas linhas.

Quadro X: Oportunidades e Ameaças

|  |  |
| --- | --- |
| **Oportunidades** | **Ameaças** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| Principais Ações para Oportunidades e Ameaças | |
|  | |

Fonte:

# 5 PLANO OPERACIONAL

Faça uma breve apresentação do capítulo e contextualize teoricamente os conteúdos do capítulo, ou seja, o conceito de plano operacional.

## 5.1 PRINCIPIAS PROCESSOS E ATIVIDADES DO NEGÓCIO

Apresente os principais processos e tecnologias necessárias e/ou utilizadas no modelo de negócio em estudo.

Elabore o fluxo do processo que compreende desde a captação do cliente até a entrega o produto ou serviço.

## LICENÇAS E/OU REGISTROS NECESSÁRIOS

Identificar no quadro abaixo as licenças necessárias ao funcionamento do empreendimento, com os respectivos tempos e valores para obtenção. Esta atividade vai exigir um pouco de pesquisa, então busque informações nos órgãos reguladores, como prefeituras, corpo de bombeiros, etc.

Você pode incluir licenças específicas no quadro, quando for o caso.

Quadro X: Licenças e Registros

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tipo** | **Órgão** | **Quem necessita** | **Tempo obtenção** | **Taxa - R$** |
| Licença ou Alvará de Funcionamento | Prefeitura Municipal | Todas as empresas |  |  |
| Licença Bombeiro | Corpo de Bombeiros | Todas as empresas |  |  |
| Licença Sanitária | Vigilância Sanitária Municipal | Atividades com Alimentos, Saúde, Farmácias, Circos, Parques de Diversões, Feiras e Exposições. |  |  |
| Licença Sanitária | Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) | Produzir, manipular, embalar, importar, exportar, armazenar, expedir, distribuir correlacionadas a Produtos Saneantes, Produtos para a Saúde (Correlatos), Produtos de Higiene, Cosméticos e Perfumes. |  |  |
| Licença Ambiental | Órgãos municipais e estaduais de meio ambiente e Ibama. | Atividades utilizadoras de recursos ambientais, considerados efetiva e potencialmente poluidores, e capazes, sob qualquer forma, de causar degradação ambiental, dependerão de prévio licenciamento de órgão estadual competente e do IBAMA, |  |  |
| Outras |  |  |  |  |

Fonte:

## 5.3 LAYOUT E/OU FLUXO DE PRODUÇÃO

Apresente aqui o layout (planta baixa) do empreendimento, considere os espaços físicos necessários para a execução do processo.

Caso não seja possível incluir no desenho os nomes dos setores e áreas da empresa, crie uma legenda.

## 5.4 LOCALIZAÇÃO – ESPECIFICAÇÕES E ANÁLISE

Aqui você deve indicar a localização do estabelecimento e fazer uma análise justificando a escolha do local.

Você pode usar imagens do local pretendido, com o auxílio do Google maps, ou outra fonte.

## 5.5 PRINCIPAIS INSUMOS E/OU MATERIAS-PRIMAS

Relacione as principais matérias primas e/ou insumos utilizados na industrialização e seus respectivos fornecedores.

Caso necessário, inclua mais linhas.

Quadro X: Quadro dos Insumos

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Insumos e/ou Matérias Primas** | **Fornecedor** | **Localização** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Fonte:

## 5.6 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Neste item você precisará elaborar o desenho do organograma da empresa contendo todos os cargos e setores.

Reflita, mesmo que uma empresa contém apenas com os sócios, sem funcionários, existe uma estrutura hierárquica que é composta pelas funções desempenhadas, e não pelas pessoas que ocupam os cargos.

Esta figura pode ser alterada de acordo com a necessidade a empresa.

Figura X: Organograma da Empresa

Fonte:

### Descrição dos Cargos

Neste item você deve descrever todos os cargos da empresa, com as suas atribuições e exigências. Pense no perfil desejado para os colaboradores da empresa.

Caso seja necessário, inclua mais linhas no quadro.

Quadro X: Descrição de Cargos

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nome do Cargo** | **Atribuições do Cargo** | **Formação e/ou Experiência** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Fonte:

# 6. O PLANO DE MARKETING

Faça uma breve apresentação do capítulo e contextualize teoricamente os conteúdos do capítulo, ou seja, o conceito de plano marketing.

## 6.1 DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS E PREÇOS

Neste ponto, você deve especificar aqui os produtos e/ou serviços que serão comercializados pela empresa e a relação dos preços que serão praticados.

Caso a empresa apresente uma lista de produtos com número significativo de produtos, você pode organizar por grupos de produtos, exemplo: produtos faixa 01 (barato), produto faixa 02 (médio preço) e produto faixa 03 (caro).

A forma de apresentação da lista de produtos e preços é livre, ou seja, não precisa seguir o padrão da tabela a baixo. Fique livre para apresentar da melhor forma os produtos e serviços da empresa, ou seja, pode inclusive conter imagens e outras especificações.

Quadro X: Quadro dos Produtos e Serviços

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Produto** | **Características do Produto** | **Preço de Venda** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Fonte:

## 6.2 DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

Apresente aqui os diferenciais competitivos que o empreendimento terá em relação à concorrência.

## 6.3 ANÁLISE DO MERCADO POTENCIAL, PERSPECTIVAS E TENDÊNCIAS

Apresente aqui uma análise consistente do potencial do mercado em que a empresa irá atuar, bem como as perspectiva e tendência deste mercado para o futuro. Você precisa demonstrar que e se o mercado pretendido tem potencial para a implantação e crescimento da futura empresa.

Pense em como está este mercado, a quantidade de clientes potenciais, a quantidade, tempo e experiência de concorrentes. Reflita como está o mercado, se é um mercado em crescimento, maduro ou em declínio.

Busque dados secundários de fontes setoriais para fundamentar o potencial de mercado. Como por exemplo: SEBRAE, FIESC, Sindicatos, etc.

## 6.4 ANÁLISE DA CLIENTELA

Neste item, você deve se basear na pesquisa do potencial de mercado e em suas pretensões para fazer uma análise detalhada sobre a possível clientela do empreendimento, seu perfil e caraterística.

Pense no comportamento de compras de seus possíveis clientes, tente definir como compram, porque compram, com que frequência, quanto gastam, o que procuram, etc.

Defina claramente quem será o cliente. E lembre-se que tentar atender a todos os públicos, nem sempre é uma estratégia vantajosa, considere atender a nichos de mercados.

## 6.5 ANÁLISE DA CONCORRENCIA

Agora é o momento de analisarmos nossos concorrentes. Quem são aqueles que já estão no mercado atendendo aos cientes pretendidos por sua empresa.

Você precisará apresentar os principais concorrentes do negócio, sejam eles concorrentes diretos, que concorrem com os mesmos produtos e serviços para o mesmo grupo de clientes ou concorrentes indiretos, que brigam pelos mesmos públicos ou ofertam produtos complementares.

Identifique os pontos fortes e fracos destes concorrentes. E lembre-se que os pontos fracos dos concorrentes podem reforçar as estratégias de negócio da empresa nascente.

A tabela abaixo é uma sugestão, você pode adaptá-la conforme a necessidade.

Quadro X: Análise da Concorrência

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Concorrente /Localização** | **Pontos Fortes** | **Pontos Fracos** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Fonte:

## 6.6 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Neste ponto será necessário determinar de que maneira você irá divulgar seus produtos e serviços. Lembre-se que quase todas as formas de divulgação implicam custos e estes devem ser levados em consideração na escolha dos meios de divulgação e promoção da empresa e seus produtos.

Você precisa considerar também o público alvo, e qual a melhor forma de como se comunicar com o cliente pretendido. Leve em conta o retorno dessa estratégia, seja na imagem do negócio, no aumento do número de clientes ou no acréscimo da receita.

Para reforçar o conceito de estratégias promocionais, lembre-se que promoção é toda ação que tem como objetivo apresentar, informar, convencer ou lembrar os clientes de comprar os seus produtos ou serviços e não os dos concorrentes.

Segundo Kotler (1998) as principais ferramentas de promoção são:

* Propaganda
* Promoção de vendas
* Relações públicas
* Venda pessoal
* Marketing direto
* Online Marketing

# 7 O PLANO FINANCEIRO

Faça uma breve apresentação do capítulo e contextualize teoricamente os conteúdos do capítulo, ou seja, o conceito de plano financeiro.

O Plano Financeiro será desenvolvido utilizando a Planilha de Excel disponível no Moodle. Está planilha está configurada para realizar os cálculos básicos de um PLANO FINANCEIRO SIMPLIFICADO. Você deverá preencher as informações solicitadas, nos campos em amarelo e os totais serão gerados automaticamente.

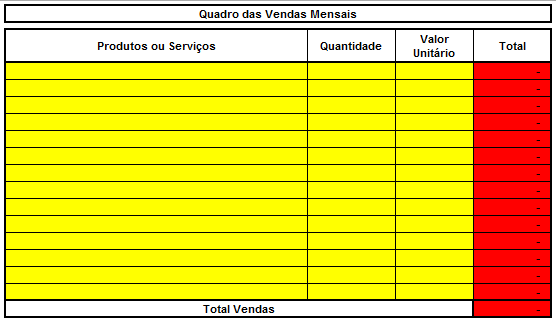
Após concluir os cálculos, basta copiar os quadros e colar como “figura”, para não desconfigurar as tabelas.

## 7.1 VENDAS

Nesta parte você deve informar as vendas projetadas referentes a um mês do empreendimento. Para isto é necessário informar: os produtos/serviços a serem comercializado, a quantidade a ser vendida e o respectivo preço de venda, individualmente, com base no que foi estabelecido no plano de marketing.

O total do faturamento do mês corresponde a soma das vendas projetadas para cada produto/serviços. É importante explicar a lógica de como você chegou às quantidades projetadas dos produtos e serviços a serem vendidas, ou seja, no que se baseou para chegar ao volume de vendas apresentado.

Quadro X: Quadro das Vendas Mensais



Fonte:

## 7.2 Impostos sobre as vendas

A incidência dos impostos sobre a venda depende do ramo de atividade da empresa e da opção tributária feita pelo empreendedor.

Esta opção deve ser feita com o auxílio de um profissional especializado, no caso, um contador, verificando as opções e as consequências de cada uma delas. A planilha está parametrizada para as seguintes opções: Lucro Real, Lucro Presumido e Simples Nacional incluindo o MEI.



Para auxiliar na escolha da melhor opção para o caso em estudo, há informações adicionais das atividades econômicas e seu enquadramento do simples, na pasta “8.1. Ativ\_Simples”. A opção tributária está sendo tratada no cálculo dos impostos sobre faturamento em virtude de o Simples Nacional ter sua alíquota aplicada diretamente sobre o faturamento da empresa.

No quadro abaixo pode-se observar a célula aonde de ser informada o número da opção tributária (círculo vermelho) e a dinâmica da planilha com relação aos impostos incidentes sobre a venda.

Quadro X: Quadro Impostos sobre vendas mensais



Fonte:

Para que a planilha faça o cálculo adequado, basta que seja informado a opção de enquadramento fiscal no campo apropriado.

Quando a opção for o Lucro Real ou Presumido, deve ser informado a distribuição do faturamento para fins de ICMS entre o Estado de SC e as regiões Norte/Nordeste e Sul/Sudeste (Círculo verde).

## 7.3 Mão de Obra

O pessoal necessário para o empreendimento deve ser definido na planilha “2.MOB”. Esta planilha contempla o quadro de pessoal com o respectivo encargo sobre a folha de pagamento.

No quadro custo de pessoal devem ser informados os cargos, os salários e as respectivas quantidades necessárias para o empreendimento. Estas informações foram apresentadas no Plano Operacional, agora é hora de trazer para a planilha.

Quadro X: Quadro Custo de Pessoal



Fonte:

### 7.3.1 Encargos sobre salários

Os encargos incidentes sobre a folha de pagamento devem representar o custo sobre os salários do negócio em estudos.

Quando a empresa é optante pelo simples nacional, há a necessidade de se fazer ajustes nos percentuais desta tabela, levando em consideração a opção fiscal da empresa. Por exemplo: se a empresa é optante pelo simples nacional, não há os encargos “INSS + Terceiros” e “SAT- Seguro Acidente Trabalho” uma vez que a Contribuições Previdenciária Patronal (CPP) já está incluída na alíquota desse imposto.

Na pasta “2.MOB” há a tabela dos encargos incidentes sobre a folha de pagamento, que devem ser revisados por especialistas da área de recursos humanos.

Estes percentuais de encargos sobre a folha de pagamento, que estão na área amarela da planilha, podem e devem ser alterados para representar da melhor forma possível o encargo sobre a folha.

Quadro X: Encargos da Folha de Pagamento



Fonte:

## 7.4 Investimentos

Todos os investimentos necessários para o projeto devem ser relacionados na pasta “3.Investimentos”.

Você deve preencher o quadro respeitando a segmentação dos itens, como: Máquinas e Equipamentos, Veículo, Móveis e Utensílios, em função do cálculo da depreciação.

Os dados necessários correspondem a descrição do item, a quantidade e o valor unitário do mesmo, que devem ser preenchidos na área amarela da planilha.

Considere todos os itens necessários para a abertura e início do funcionamento da empresa.

Quadro X: Quadro de Investimentos



Fonte:

### 7.4.1 Depreciação e Manutenção

A depreciação referente aos itens do quadro de investimento deve ser calculada com base nos percentuais estabelecidos pela legislação brasileira e que estão presentes no quadro específico da planilha abaixo. Estes percentuais devem ser sempre revisados, uma vez que pode haver mudança na legislação.

A taxa de manutenção a ser considerada deve também ser informada para que seu valor seja considerado nas projeções dos custos do negócio.

Quadro X: Quadro de depreciação



Fonte:

## 7.5 Custo Fixo

Os valores relativos aos custos e despesas fixas do projeto devem ser relacionados na pasta de “4.Custo Fixo” da planilha financeira. A planilha já traz os valores, previamente projetados, do “Custo MOB com encargos”, “Depreciação” e “Manutenção”.

Conforme quadro abaixo, a planilha vem preenchida com alguns itens de custos fixos, porém eles podem ser alterados. É possível a inclusões de outros custos e despesas fixas nas linhas em branco da planilha.

Os valores de Pró-labore (valores recebidos pelos sócios referentes ao seu trabalho na empresa) e o respectivos encargos (INSS) devem ser informados no local apropriado (círculo verde), uma vez que estes são considerados no cálculo do Simples Nacional nas atividades que envolvem prestação de serviços.

Quadro X: Custos Fixos



Fonte:

## 7.6 Custo Variável

Os Custos Variáveis Unitários referentes as matérias primas ou a outros custos que tem sua variação determinada pela variação do volume de venda, devem ser informados de forma unitária nesta pasta. A planilha já identifica os itens e as respectivas quantidade, definidas anteriormente no quadro de vendas, precisando apenas o preenchimento do valor equivalente ao custo variável de cada item.

É importante observar que na definição deste valor deve ser considerado o segmento que está sendo projeto, ou seja:

* **Comércio** – Neste caso, corresponde ao valor pago pelo produto comprado para ser revendido. Exemplo: Camisa social
* Valor de venda – R$ 98,00
* Valor da compra junto ao fornecedor – R$ 57,90 + Frete de R$ 5,20
* Valor do custo variável ser informado na planilha para este item – R$ 63,10

**Industria** – Para as atividades classificadas como industriais, o valor a ser considerado é a soma dos valores das matérias-primas ou insumos que compõe o produto, geralmente identificados na “ficha técnica do produto”, conforme pode-se observar no exemplo a seguir:



O custo variável do sanduiche a ser lançado na planilha é de R$ 1,28, corresponde aos insumos da filha técnica:



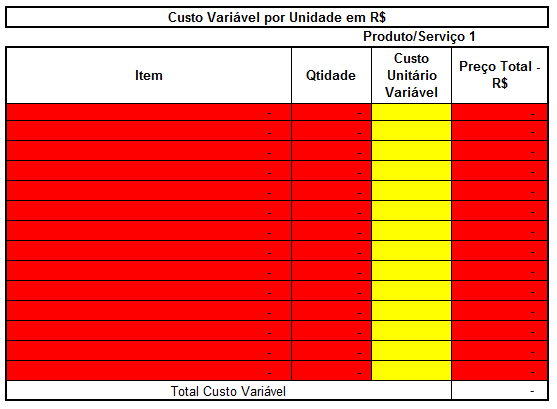
**Prestação de Serviços** – Na prestação de serviços, os custos mais significativos estão associados a Mão de Obra e já foram informados na pasta do custo fixo do projeto. Porém podem haver custos que estão associados diretamente ao volume de venda do serviço, como por exemplo, no caso do custo variável referente aos produtos utilizados por uma pedicure no serviço de hidratação dos pés:



Neste caso, cada vez que a manicure executa um serviço de Hidratação dos Pés de um cliente, ele gasta R$ 0,15 de material e este valor deve ser informado na pasta de custo variável referente a este serviço especificamente.

Partindo dessas reflexões apresenta o quadro dos custos variáveis de sua empresa. Os itens e as quantidades vendidas são preenchidos automaticamente, você deverá apenas incluir o custo variável dos produtos.

Quadro X: Custos Variáveis



Fonte:

## 7.7 Capital de Giro

O capital de giro é o recurso financeiro necessário para financiar a continuidade das operações da empresa, para financiamento os clientes nos casos de vendas a prazo, para manter os estoques, bem como, para pagamento aos fornecedores quando das compras de matéria-prima ou mercadorias de revenda, além dos pagamentos dos salários, impostos e demais custos e despesas operacionais. O capital de giro deve ser previsto no investimento necessário para a abertura de um novo negócio para garantir a continuidade das operações e a saúde financeira do empreendimento.

A planilha compõe o capital de giro com o custo fixo de um mês somado a necessidade de estoque equivalente as matérias primas previstas para o negócio. Poderão ser acrescidos outros itens identificados pelos investidores na parte amarela da planilha.

Quadro X: Capital de Giro



Fonte:

## 7.8 Demonstrativo de Resultado do Exercício - DRE

Este item apresenta o Demonstrativo de Resultado do empreendimento em estudo, resultantes das informações prestadas nas demais pastas da planilha.

Também são apresentados os seguintes indicadores para a análise financeira da viabilidade do investimento: Lucratividade, Rentabilidade, Período de Retorno do Investimento e Ponto de Equilíbrio.

Quadro X: DRE



Fonte:

8 ANÁLISE DA VIABILIDADE DO PROJETO

Aqui deve ser realizada a análise da viabilidade do projeto, onde deve ser emitido uma opinião crítica sobre o mesmo.

A análise deve abranger todos os índices ou indicadores da viabilidade econômica do projeto, apontados pela planilha de cálculo. Destacando se o projeto é viável ou não.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apresentar em linhas gerais os resultados obtidos com relação aos objetivos propostos, além das experiências adquiridas no processo de desenvolvimento do trabalho.

Finalize apresentando as dificuldades encontradas para a realização deste trabalho.

Elaborar no mínimo 1 (página) completa de conclusão.

Referências

* Organizar as referências utilizadas no trabalho de acordo com as normas da ABNT – NBR 6023:2003. E em ordem alfabética.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

**[livro 1 autor]**RAUEN, Fábio José. **Elementos de iniciação à pesquisa***.* Rio do Sul, SC: Nova Era, 1999.

**[livro mais de três autores**] URANI, A. et al. **Constituição de uma matriz de contabilidade social para o Brasil**. Brasília, DF: IPEA, 1994.

**[Monografia]** AMARAL, Beatriz Canto Gastaldon. **As dificuldades no processo de aprendizagem de cálculo diferencial e integral I, na modalidade de educação a distância, na UNESC.**  Monografia - Pós-graduação em Educação Matemática - UNESC, Criciúma, 2004.

**[Parte de uma obra com autor específico]** MARCONI, Marina de Andrade. Cultura e sociedade. In: LAKATOS, Eva Maria. **Sociologia***.* 6. ed. São Paulo: Atlas, 1991

**[Artigo de uma revista com autor definido]** ESPÓSITO, I. et al. Repercussões da fadiga psíquica no trabalho e na empresa. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional,** São Paulo, v. 8, n. 32, p. 37-45, out./dez. 1979.

**[Artigo de periódico *on-line*]** CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, Brasília, v. 26. n.3, 1997. Disponível em: <<http://www.ibict.br/cionline>>. Acesso em: 19 maio 1998.

# ANEXO

Documentos de terceiros que são necessários para apreciação do presente trabalho.

Este item é opcional.

# APÊNDICE

Registros elaborados pelos autores do trabalho. Ex. questionários, formulários, etc.

Este item é opcional.