**FATEC – PROFESSOR JESSEN VIDAL**

MARCOS OLIVEIRA

ARTHUR BRAGA REIS

ADAN PORTES

BRENO GABRIEL

MANRIQUE SILVA

**HOPE**

Planejamento Estratégico

São José dos Campos-SP

2019

Sumário

[Informações: 3](#_Toc499824553)

[Sócio 1 4](#_Toc499824554)

[Sócio 2 5](#_Toc499824555)

[Dados de preenchimento: 5](#_Toc499824556)

[Missão da empresa: 5](#_Toc499824557)

[Setores de atividade: 6](#_Toc499824558)

[Forma jurídica: 6](#_Toc499824559)

[Enquadramento tributário: 6](#_Toc499824560)

[Capital social: 6](#_Toc499824561)

[Fonte de recursos: 6](#_Toc499824562)

[Público – alvo (perfil dos clientes) 7](#_Toc499824563)

[Principais produtos (a serem fabricados, revendidos ou serviços prestados) 8](#_Toc499824564)

[Descreva as estratégias de promoção e divulgação que irá utilizar 9](#_Toc499824565)

[Formas de comercialização e distribuição (descreva abaixo quais serão utilizadas). 9](#_Toc499824566)

[Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha: 9](#_Toc499824567)

[Desenhe abaixo um esquema de como ficarão as principais áreas e como serão alocadas máquinas, equipamentos, móveis, etc. 10](#_Toc499824568)

[**Qual será a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?** 10](#_Toc499824569)

[Qual será o volume de produção (ou serviços) e comercialização iniciais? 10](#_Toc499824570)

[Descreva como serão feitas as principais atividades do negócio. 11](#_Toc499824571)

[Capital de giro (resumo) 13](#_Toc499824572)

[Estimativa do faturamento mensal da empresa: 17](#_Toc499824573)

[Estimativa dos custos de comercialização: 19](#_Toc499824574)

[Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas: 20](#_Toc499824575)

[Estimativa dos custos com mão de obra: 21](#_Toc499824576)

# 

# Informações:

Empresa: Smarketing

• o que é o negócio;

Smarketing é uma empresa no foco da propaganda com o marketing digital e físico.

• quais os principais produtos e/ou serviços;

Sites, Outdoors, Folders, TV e outros se o cliente quiser.

• quem serão seus principais clientes;

Empresas de pequeno/médio/grande porte.

• onde será localizada a empresa;

Caçapava,SP

• o montante de capital a ser investido;

R$10.000,00

• qual será o faturamento mensal;

R$15.000,00

• que lucro espera obter do negócio;

R$50.000,00

• em quanto tempo espera que o capital investido retorne.

6 meses

|  |  |
| --- | --- |
| Indicadores de viabilidade | Valor |
| Lucratividade | R$50.000,00 |
| Rentabilidade | R$30.000,00 |
| Prazo de retorno do investimento | 6 meses |
| Ponto de Equilíbrio (PE) | R$20.000,00 |

# Sócio 1

Nome: Carlos Samproni

Endereço: Rua Nações Unidas, 253, Jd. Santo Antônio

Cidade: Caçapava

Estado: SP

Telefone 1: 12 965482315

Telefone 2: 12 965487324

Perfil(breve currículo):

Professor, Coordenador na Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza ( Governo do Estado de São Paulo ).

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza ( Governo do Estado de São Paulo ) em Taubaté e Região, Brasil

Atribuições do sócio 1(papel a ser desempenhado na sociedade):

Ser um educador, transferindo aos alunos todo o meu conhecimento sobre computadores, e conforme o decorrer disto, ensiná-los a se comportar empresarialmente.

# Sócio 2

Nome: Robson Miguel

Endereço: Rua Nações Unidas, 253, Jd. Santo Antônio

Cidade: Caçapava

Estado: SP

Telefone 1: 12 985326477

Telefone 2: 12 935463213

Perfil(breve currículo):

Professor em uma rede de escolas particulares, atuando na área da informática há mais de 20 anos.

Atribuições do sócio 2(papel a ser desempenhado na sociedade):

Ensinar a meus alunos como ser um profissional técnico em informática de sucesso, garantindo o futuro sucesso a eles.

# Dados de preenchimento:

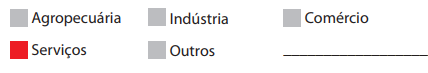
Nome da empresa: Smarketing

CPF: 173.766.290-04

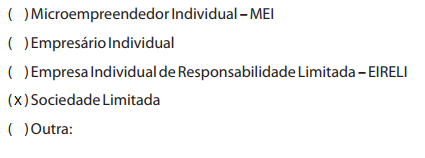
# Missão da empresa:

A Smarketing, é um startup cujo objetivo é o auxílio a empresas em ascensão com relação a parte de marketing físico/digital e divulgação. Prezamos pelo que seja o melhor para o consumidor, podendo este até personalizar seu pacote. A eficiência e qualidade no atendimento, o bom serviço de marketing utilizando todos os conhecimentos e habilidades de nossos funcionários e a divulgação de nossos pontos positivos para a comunidade são as principais ações a destacar.

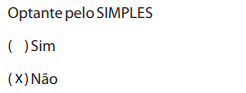
# Setores de atividade:



# Forma jurídica:



# Enquadramento tributário:



# Capital social:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Nome do Sócio | Valor (R$) | % de participação |
| Sócio 1 | Carlos Samproni | R$ 5.500,00 | 55,00 |
| Sócio 2 | Robson Miguel | R$ 4.500,00 | 45,00 |
| Total |  | R$ 10.000,00 | 100,00 |

# Fonte de recursos:

A origem principal de nossos recursos proveio dos nossos sócios, que investiram cerca de 50% na criação da empresa. O resto do capital veio do investimento dos quatro fundadores principais, inicialmente projetando desenvolver um startup.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Qualidade | Preço | Condições de pagamento | Localização | Atendimento | Serviços aos clientes | Garantias oferecidas |
| Sua Empresa | alta | 5.000 | Dinheiro,  cartão de credito e debito | Caçapava | Excelente com um feedback invejável | Marketing digital e físico | 2 meses |
| Concorrente 1 (nome) | baixa | 4.800 | Dinheiro | Jambeiro | Bom, porem com um feedback lento | Marketing físico | 1 mês |
| Concorrente 2 (nome) | alta | 9.900 | Cartão de credito e debito | Paraibuna | Excelente , com feedback lento e impreciso | Marketing  digital e físico | 1 mês |
| Conclusões: concluímos que nossa empresa mesmo não tendo o menor preço, tem o melhor custo benefício, com o preço justo, várias condições de pagamento e um atendimento excelente. | | | | | | | |

# Público – alvo (perfil dos clientes)

Pessoa Física

Faixa etária: de 20 a 40 anos

Gênero: 70%homens e 30%mulheres

Família: pequena e tradicional

Trabalho: empresário

Salário: de 2.000 reais a 100.000 reais

Escolaridade: ensino médio e/ou superior

Onde residem: cidades do estado de SP

Pessoa Jurídica

Ramo: diversificado

Tipo de produto/serviço: variado

Número de empregados: de 0 a 50

Tempo no mercado: desde novas empresas até as já consolidadas no mercado

Filial: algumas têm, no estado de SP

Capacidade de pagamento: desde pagamentos à vista até pequenas parcelas

Imagem no mercado: sem imagem ou geralmente boa

Quantidade e frequência de requerimento: o quanto e quando for necessário para o sucesso de sua empresa

Onde buscam: em empresas de marketing aleatórias

Valor pago pelo serviço: de 4.800 a 9.900 reais

O que leva a buscar por esse suporte: a marca, e os prazos de entrega e pagamento

Extensão da área de atuação: nível nacional

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ordem | Descrição dos Itens a Serem Adquiridos (Matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços) | Nome do Fornecedor | Preço | Condições de pagamento | Prazo de entrega | Localização (estado e/ou município) |
| 1 | lona | [Quadros Design](https://www.quadrosdesign.com.br/marca/quadros-design.html) | R$ 12,00 reais por unidade | Cartão | 12 dias | São Paulo - SP |
| 2 | tinta | Suvinil | R$ 104,00 por unidade | Cartão | 4 dias | São José dos Campos - SP |
| 3 | Suporte pra banner | Porte banner | R$ 48,50 por unidade | Cartão | 5 dias | São Paulo - SP |
| 4 | Papel | Chamex | R$ 41,50 por 500 unidade | Cartão | 1 dia | Caçapava - SP |
| 5 | Publicidade em websites | Embratel | R$ 20,00 por mês | Cartão | NULO | São Paulo - SP |
| 6 | Publicidade em TV | Globo | R$82.800 | Cartão | NULO | São Paulo - SP |
| 7 | Internet | NET | R$ 62,00 | Cartão | 1 dia | Caçapava-SP |

# Principais produtos (a serem fabricados, revendidos ou serviços prestados)

Banners, panfletos, comercial em TV e anúncios em sites.

# Descreva as estratégias de promoção e divulgação que irá utilizar

Nós, como toda empresa em ascensão, decidimos que seria conveniente a divulgação em sites empresariais e de financiamento para microempreendedores.

Quanto a promoção de nossos serviços, investimos na inteligência publicitária para expor a qualidade da Smarketing.

# Formas de comercialização e distribuição (descreva abaixo quais serão utilizadas).

Como estratégia de comercialização, temos o meio digital, além de nossa sede que atende com hora marcada. Nestes dois meios, acontecem a personalização do pacote e o fechamento do preço.

Já na distribuição, somente é decidido quando os panfletos e banners deverão ser entregues (automóveis da empresa); quanto aos outdoors, propagandas na internet e na TV, em cerca de 3 dias entramos em contato com os domínios desejados pelo cliente para ver a viabilidade de propaganda.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Endereço | | |
| Bairro: Vl. Santa Isabel | Cidade: Caçapava | Estado: SP |
| Fone1: 12 97402-9221 | Fone2: 12 98164-9000 | Fax: --- |

# Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

Por ser um bairro próximo à rodovia Dutra, e por ser uma cidade no centro de uma das áreas com mais empreendedores precisando de um trabalho de marketing de qualidade: o Vale do Paraíba.

# Desenhe abaixo um esquema de como ficarão as principais áreas e como serão alocadas máquinas, equipamentos, móveis, etc.



# **Qual será a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?**

Atendemos 4 empresas simultaneamente.

# Qual será o volume de produção (ou serviços) e comercialização iniciais?

No começo nós iremos atender em média 1 a 2 empresas, depois de um período de 6 meses poderemos expandir para 3 ou 4 empresas.

# Descreva como serão feitas as principais atividades do negócio.

As atividades de marketing serão desenvolvidas a partir das exigências de nossos clientes, partindo da reunião, passando para o estudo de viabilidade, e, depois, colocando o serviço em prática.

|  |  |
| --- | --- |
| Cargo/função | Qualificações necessárias |
| Diretor | Curso de administração de empresas |
| Publicitário | Curso de publicidade |
| Secretário | Domínio de gestão de informações |
| Gerente | Domínio em gestão de pessoas |
| Coordenador de marketing físico | Curso de marketing físico |
| Coordenador de marketing televisivo | Curso de marketing televisivo |
| Coordenador de marketing digital | Curso de marketing digital |
| Faxineiro | Curso de auxiliar de limpeza e/ou de faxineiro |

A – Máquinas e equipamentos

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Descrição | Qtde. | Valor Unitário | Total |
| 1 | Impressora | 5 | R$300,00 | R$1500,00 |
| 2 | Copiadora | 5 | R$300,00 | R$1500,00 |
| 3 | Computador | 8 | R$1500,00 | R$12000,00 |
| 4 | Roteador | 3 | R$80,00 | R$240,00 |
| 5 | Telefone empresarial | 5 | R$50,00 | R$250,00 |
| 6 | Projetor | 1 | R$300,00 | R$300,00 |
| 7 | Tela para projeção | 1 | R$300,00 | R$300,00 |
| Subtotal(a) | | | | R$16.090,00 |

B – Móveis e utensílios

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Descrição | Qtde. | Valor Unitário | Total |
| 1 | Mesa de reunião | 1 | R$500,00 | R$500,00 |
| 2 | Cadeira de espera | 8 | R$50,00 | R$400,00 |
| 3 | Cadeira de executivo | 5 | R$300,00 | R$1500,00 |
| 4 | Mesa de computador | 6 | R$300,00 | R$1800,00 |
| 5 | Fragmentadora de papel | 1 | R$500,00 | R$500,00 |
| Subtotal(a) | | | | R$4.700,00 |

C - Veículos

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Descrição | Qtde. | Valor Unitário | Total |
| 1 | Van utilitária | 2 | R$100000,00 | R$200000,00 |
| 2 | Carro de atendimento | 1 | R$40000,00 | R$40000,00 |
| Subtotal(a) | | | | R$240.000,00 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Total dos investimentos fixos | 240.000 + 4.700,00 + 16.090,00 | R$260.790,00 |

A – Estimativa do estoque inicial

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Descrição | Qtde. | Valor Unitário | Total |
| 1 | Banner | 20 | R$30,00 | R$600,00 |
| 2 | Panfleto | 200 | R$0,20 | R$40,00 |
| 3 | Cartão de visita | 200 | R$0,50 | R$100,00 |
| 4 | Tinta de impressora | 20 | R$70,00 | R$1400,00 |
| Total de A | | | | $2.140,00 |

# Capital de giro (resumo)

|  |  |
| --- | --- |
| Investimentos financeiros | R$ |
| A – Estoque inicial | 2.140 |
| B – Caixa mínimo | 5.000 |
| Total do capital de giro (A +B) |  |

1º passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Prazo médio de vendas | (%) | Número de dias | Média Ponderada em dias |
| a vista | 10 | 4 | 0,4 |
| a prazo (1) | 20 | 10 | 2 |
| a prazo (2) | 30 | 10 | 3 |
| a prazo (3) | 40 | 20 | 8 |
|  |  | Prazo médio total | 3,35 |

2º passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Prazo médio de vendas | (%) | Número de dias | Média Ponderada em dias |
| a vista | 50 | 7 | 3,5 |
| a prazo (1) | 10 | 7 | 0,7 |
| a prazo (2) | 10 | 7 | 0,7 |
| a prazo (3) | 20 | 7 | 1,4 |
| a prazo (4) | 10 | 7 | 0,7 |
|  |  | Prazo médio total | 1,4 |

3º passo: Estoques – Cálculo da necessidade média de estoques

|  |  |
| --- | --- |
|  | Número de dias |
| Necessidade média de estoques | 2,375 |

4º passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

|  |  |
| --- | --- |
|  | Número de dias |
| Recursos da empresa fora do seu caixa | |
| 1. Contas a Receber – prazo médio de vendas | 11 |
| 2. Estoques – necessidade média de estoques | 1 |
| Subtotal 1 (item 1 + 2) | 12 |
| Recursos de terceiros no caixa da empresa | |
| 3. Fornecedores – prazo médio de compras | 7 |
| Subtotal 2 | 7 |
| Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (Subtotal 1 – Subtotal 2) | 5 |

|  |  |
| --- | --- |
| Investimentos pré-operacionais | R$ |
| Despesas de legalização | 5.000 |
| Obras civis e/ou reformas | 20.000 |
| Divulgação | 500 |
| Cursos e treinamentos | 3.000 |
| Outras despesas | 5.500 |
| Total | 34.000 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Descrição dos investimentos | Valor(R$) | % |
| 1. Investimentos Fixos – Quadro 5.1 | 10.000 | 50 |
| 2. Capital de Giro – Quadro 5.2 | 5.000 | 25 |
| 3. Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3 | 5.000 | 25 |
| Total (1 + 2 + 3) | 20.000 | 100 |

Investimento total:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Fontes de recursos | Valor(R$) | % |
| 1. Recursos próprios | 12.000 | 60 |
| 2. Recursos de terceiros | 2.000 | 10 |
| 3. Outros | 6.000 | 30 |
| Total (1 + 2 + 3) | 20.000 | 100 |

# Estimativa do faturamento mensal da empresa:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Produto/ Serviço | Quantidade (Estimativa de Vendas) | Preço de Venda Unitário (em R$) | Faturamento Total (em R$) |
| 1 | 500 por mês | 5 | 2.500 |
| 2 | 500 por mês | 10 | 5.000 |
| 3 | 4 por mês | 1.500 | 6.000 |
| 4 | 2 por mês | 6.000 | 12.000 |
| 5 | 1 por mês | 50.000 | 50.000 |
| 6 | 5 por mês | 30 | 150 |
| Total | 1.012 | 57.545 | 75.650 |

Cartão de visita:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Material/insumos usados | Quantidade | Custo Unitário (R$) | Total (R$) |
| Papel cartão | 50 | 10 | 500 |
| Tinta de impressora | 30 | 50 | 1.500 |
| Total | 80 | 60 | 2.000 |

Banner:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Material/insumos usados | Quantidade | Custo Unitário (R$) | Total (R$) |
| Papel para banner | 50 | 10 | 500 |
| Tinta de impressora | 30 | 50 | 1.500 |
| Total | 80 | 60 | 2.000 |

Outdoor:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Material/insumos usados | Quantidade | Custo Unitário (R$) | Total (R$) |
| Placa 5m x 2m | 1 | 500 | 500 |
| Papel para fachada | 2 | 100 | 200 |
| Tinta de impressora | 30 | 50 | 1.500 |
| Total | 33 | 650 | 2.200 |

Propaganda televisiva:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Material/insumos usados | Quantidade | Custo Unitário (R$) | Total (R$) |
| Atores | 2 | 50.000 | 100.000 |
| Câmeras | 3 | 500 | 1.500 |
| Estúdio | 1 | 1.500 | 1.500 |
| Total | 6 | 57.000 | 103.000 |

Propaganda na web:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Material/insumos usados | Quantidade | Custo Unitário (R$) | Total (R$) |
| Página da web | 2 | 800 | 1.600 |
| Editor | 1 | 900 | 900 |
| Total | 3 | 1.700 | 2.500 |

Propaganda em rede social:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Material/insumos usados | Quantidade | Custo Unitário (R$) | Total (R$) |
| Rede social | 3 | 30 | 90 |
| Editor | 2 | 900 | 1.800 |
| Total | 5 | 930 | 1.890 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# Estimativa dos custos de comercialização:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Descrição | % | Faturamento Estimado (quadro 5.5) | Custo Total (R$) |
| 1. Impostos | | | |
| Impostos Federais | | | |
| SIMPLES | 4 | 75.650 | 3.026 |
| IRPJ | 1,2 | 75.650 | 907,8 |
| PIS | 0.65 | 75.650 | 491,76 |
| COFINS | 3 | 75.650 | 2.269,5 |
| CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido | 1,08 | 75.650 | 817 |
| Impostos Estaduais | | | |
| ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços | 1,25 | 75.650 | 945,63 |
| Impostos Municipais | | | |
| ISS – Imposto sobre Serviços | 3 | 75.650 | 2.269,5 |
| Subtotal 1 | 14,18 | 75.650 | 10.727,17 |
| 2. Gastos com vendas | | | |
| Comissões | 5 | 75.650 | 3.782,5 |
| Propaganda | 5 | 75.650 | 3.782,5 |
| Taxa de administração do cartão de crédito | 5 | 75.650 | 3.782,5 |
| Subtotal 2 | 15 | 75.650 | 11.347,5 |
| TOTAL (Subtotal 1 + 2) | 29,18 | 75.650 | 22.074,67 |

# Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Produto/ Serviço | Estimativa de Vendas (em unidades) | Custo Unitário de Materiais/ Aquisição (R$) | CMD/CMV (R$) |
| 1 | 500 | 5 | 0.01 |
| 2 | 500 | 10 | 0.02 |
| 3 | 4 | 1.500 | 325 |
| 4 | 2 | 6.000 | 3.000 |
| 5 | 1 | 50.000 | 50.000 |
| 6 | 5 | 30 | 6 |
| Total | 1012 | 57.545 | 59.325,03 |

# Estimativa dos custos com mão de obra:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Função | Nº de Empregados | Salário Mensal (R$) | (%) de encargos sociais | Encargos sociais (R$) | Total (R$) |
| Secretário | 2 | 900 | 35 | 315 | 1.215 |
| Editor | 4 | 2.000 | 10 | 200 | 2.200 |
| Faxineiro | 4 | 850 | 15 | 127.5 | 977.5 |
| Especialista em marketing digital | 2 | 3.000 | 20 | 600 | 3.600 |
| Especialista em marketing físico | 2 | 3.000 | 20 | 600 | 3.600 |
| Total | 14 | 9.750 | 100 |  | 11.592,5 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Ativos Fixos | Valor do Bem (R$) | Vida útil em Anos | Depreciação Anual (R$) | Depreciação Mensal (R$) |
| 5.2.1 – Obras civis/reformas | R$ 17.000,00 | 12 | R$ 1.416,00 | R$ 118,00 |
| 5.2.2 – Máquinas e equipamentos | R$16.090,00 | 5 | R$ 3.218,00 | R$ 268,00 |
| 5.2.3 – Móveis e máquinas | R$4.700,00 | 8 | R$ 587,50 | R$ 49,25 |
| 5.2.4 – Veículos | R$240.000,00 | 10 | R$ 24.000,00 | R$ 2.000,00 |
| 5.2.5 – Outros | R$ 1.000,00 | 4 | R$ 250,00 | R$ 20,00 |
| Total | **R$ 278.790,00** | **39** | **R$ 29.471,50** | **R$ 2.455,25** |

|  |  |
| --- | --- |
| Descrição | Custo Total Mensal (em R$) |
| Aluguel | R$ 1.200,00 |
| Condomínio | R$ 0,00 |
| IPTU | R$ 300,00 |
| Água | R$ 100,00 |
| Energia elétrica | R$ 212,00 |
| Telefone | R$ 50,00 |
| Honorários do contador | R$ 900,00 |
| Pró-labore | R$ 4.000,00 |
| Manutenção dos equipamentos | R$ 260,00 |
| Salários + encargos – quadro 5.9 | R$ 11.592,00 |
| Material de limpeza | R$ 90,00 |
| Material de escritório | R$ 300,00 |
| Combustível | R$ 400,00 |
| Taxas diversas | R$ 700,00 |
| Serviços de terceiros | R$ 500,00 |
| Depreciação – quadro 5.10 | R$ 2.455,25 |
| Outras despesas | R$ 1.300,00 |
| Total | **R$ 24.359,00** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Quadro | Descrição | (R$) | % |
| 5.5. | 1. Receita Total com Vendas | R$ 75.650 | 76 |
|  | 2. Custos Variáveis Totais | R$ 25.545 | 24 |
| 5.8. | (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(\*) | R$ 59.325,03 | 100 |
| 5.7. (Subtotal 1) | (-) Impostos sobre vendas | R$ 10.727,17 | 100 |
| 5.7. (Subtotal 2) | (-) Gastos com vendas | R$ 11.347,50 | 11 |
|  | Subtotal de 2 | R$ 22.074,67 | 28 |
|  | 3. Margem de Contribuição (1 - 2) | R$ 50.105,00 | 61 |
| 5.11. | 4. (-) Custos Fixos Totais | R$ 28.767,25 | 100 |
|  | 5. Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (3 - 4) | R$ 21.337,75 | 100 |

**Ponto de equilíbrio**

No primeiro ano, por não possuir muitos clientes, nossa empresa irá faturar somente o suficiente para cobrir os custos, porem com o aumento da influência da mesma no mercado passaremos a gerar lucros cada vez maiores.

**Lucratividade**

Sempre buscamos disponibilizar um valor que possa gerar lucro, mas também nos coloque em uma boa posição de disputa no mercado, em média, atingiremos uma lucratividade de 15%

**Rentabilidade**

Por ser uma empresa de marketing não temos gastos tão elevados em matéria prima, nossos principais gastos estão ligados a domínios como de sites e comerciais de televisão, com tudo visamos uma rentabilidade de 20% em um pouco mais de 1 ano.

**Prazo de retorno do investimento**

Buscamos ter o retorno total de nosso investimento em um prazo médio de 2 a 3 anos por meio do crescimento dos lucros e maior influência no mercado.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Cenário provável | | Cenário pessimista | | Cenário otimista | |
| Quadro | **Descrição** | **Valor (R$)** | **(%)** | **Valor (R$)** | **(%)** | **Valor (R$)** | **(%)** |
| 5.5. | 1. Receita total com vendas | R$ 75.650,00 | 76 | R$ 70.000,00 | 70 | R$ 80.000,00 | 80 |
|  | 2. Custos variáveis totais | R$ 25.545,00 | 24 | R$ 30.000,00 | 30 | 20.000,00 | 20 |
| 5.8. | (-) Custos com materiais diretos e ou CMV | R$ 59.325,03 | 100 | R$  63.382,00 | 100 |  | 100 |
| 5.7. (Subtotal 1) | (-) Impostos sobre vendas | R$ 10.727,17 | 100 | R$ 10.970,57 | 100 | R$ 10.727,17 | 100 |
| 5.7. (Subtotal 2) | (-) Gastos com vendas | R$ 11.347,50 | 11 | R$ 16.000,00 | 20 | R$  8.000,00 | 10 |
|  | Subtotal 2 | R$ 22.074,67 | 28 | R$ 24.000,00 | 30 | R$  20.000,00 | 25 |
|  | 3. Margem de contribuição (1 – 2) | R$ 50.105,00 | 61 | R$ 40.000,00 | 50 | R$  52.000,00 | 65 |
| 5.11. | 4. (-) Custos fixos totais | R$ 28.767,25 | 100 | R$ 32,000,00 | 100 | R$  22.549,00 | 100 |
|  | 5. Lucro/Prejuízo Operacional (3 – 4) | R$ 21.337,75 | 100 | R$  8.000,00 | 100 | R$  29.451,00 | 100 |

**Ações corretivas e preventivas**

Buscaremos ter um plano de emergências caso ocorra imprevistos, faremos um relatório de identificação de perigos e de avaliação e controle de riscos, além disso caso ocorra algum tipo de problema, ele será resolvido e feito um relatório sobre o mesmo para evitar que ele reapareça no futuro, também haverá o maior cuidado e atenção possível para manutenção do equipamento de nossa empresa

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Fatores internos | Fatores externos  (incontroláveis) |
| Pontos Fortes | * Atendimento rápido * Variedades de preços * Democracia de líderes | * Poucos concorrentes na região |
| Pontos fracos | * Falta de experiência * Indisponibilidade de recursos financeiros | * Impostos * Matéria-prima cara |

“Vale a pena abrir, manter ou ampliar o meu negócio ?”

Sim, pois o mercado onde estamos atuando é sempre inovado com ideias, técnicas de marketing e seu público é sempre agradado com isso.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1-Súmario Executivo | | | | |
| O que  (atividade) | Onde  (Local) | Como  (método) | Quando  (prazo) | Quem  (responsável) |
| 1-Contratar profissionais | Centros de treinamento | Contratando | 2 meses | Líderes da empresa |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2-Análise de Mercado | | | | |
| O que  (atividade) | Onde  (Local) | Como  (método) | Quando  (prazo) | Quem  (responsável) |
| 1-Estudar concorrentes | Empresas concorrentes | Pesquisar preços, técnicas e etc | 2 anos | Empresa |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 3- Plano de Marketing | | | | |
| O que  (atividade) | Onde  (Local) | Como  (método) | Quando  (prazo) | Quem  (responsável) |
| 1-Divulgação dos produtos | Cidades grandes | Catálogos, anúncios | 5 meses | Marketing da empresa |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 4- Plano Operacional | | | | |
| O que  (atividade) | Onde  (Local) | Como  (método) | Quando  (prazo) | Quem  (responsável) |
| 1-Adquirir recursos, bens materiais | Empresas parceiras ou terceiros | Comprando, alugando | 10 meses | RH da empresa |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 5-Plano Financeiro | | | | |
| O que  (atividade) | Onde  (Local) | Como  (método) | Quando  (prazo) | Quem  (responsável) |
| Fazer a venda do trabalho, valendo muito com poucos recursos que agrade o cliente | Smarketing | Estudos de venda | Ilimitado | Direção de vendas e Direção Financeira da empresa |