



# Descartes

Outro

---

Plataforma que auxilia na comunicação e interação entre empresas doadoras de resíduos sólidos e empresas coletoras de resíduos sólidos e entre empresas e artesãos.

Nossa ideia é oferecer as empresas que produzem resíduos sólidos em escala um meio sustentável para a destinação desse material e facilitando a interação entre essa empresa e outras empresas/pessoas que reaproveitam

## Informações do Plano de Negócio

**Nome do projeto**

Descartes

**Objetivo**

Outro

**Enquadramento Tributário**

MEI - Microempreendedor individual

**Período de planejamento**

1 ano

**Porte da empresa**

Pequena Empresa

**Setor de atuação**

Serviço.

**Segmento(s)**

Mercado digital.

**Cidade**

Quixadá

**Telefone**

(85) 9 9778-9027

**Sócios**

**Mateus Emanuel Andrade de Sousa**

Função: Designer

Contato: (88) 9 9812-7313

Universitário em processo de estágio.



**Samuel Gonçalves Fabian**

Função: Designer

Contato: (88) 9 8192-4851

Universitário em processo de estágio.



**Shelida Crislane Matias Monte**

Função: Designer

Contato: (85) 9 9778-9027

Universitário em processo de estágio.



**Thamires dos Santos Silva**

Função: Designer

Contato: (88) 9 9363-7159

Universitário em processo de estágio.

# Descartes

Outro

Relatório Geral

## Segmentação de Mercado

Artesão	
Variável 1	Variável 2
Reutilização	Sustentabilidade
Descarte	Desmatamento

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

<p><b>1º</b></p> <p>Arte</p> <p>Sustentabilidade</p>	<p><b>2º</b></p> <p>Arte</p> <p>Desmatamento</p>
<p><b>3º</b></p> <p>NoArte</p> <p>Sustentabilidade</p>	<p><b>4º</b></p> <p>NoArte</p> <p>Desmatamento</p>

Empresas Vendedoras	
Variável 1	Variável 2
Reaproveitamento de material descartável	Necessidade de uma fonte de renda
Desperdício de material inapropriado	Não possui compradores

### Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados



Empresa Compradoras	
Variável 1	Variável 2
Necessidade de material reaproveitável	Inserção de produtos recicláveis no mercado
Ausência de vendedores	Pouca procura

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados



Empresas Produtoras de resíduos	
Variável 1	Variável 2
<p>Produção de material reciclável</p> <p>Ausência de um ponto de descarte</p>	<p>Representatividade como empresa que preserva o ambiente</p> <p>Não consegue alcançar visibilidade no mercado</p>

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados



## Persona



André Almeida Campos

24 anos, Artesão

Estado Civil: Solteiro

Escolaridade: Ensino Médio

Renda Mensal (R\$): 500,00

Cidade: Quixadá

Artesão autônomo que trabalha na própria casa.

"Pessoa criativa e necessita de uma fonte confiável para adquirir material reaproveitável"

### Hábitos e comportamentos

Faz peças de artesanato com materiais descartáveis e vende através do boca a boca com as pessoas da região onde mora.

#Criativo

#Consciência ambiental

### Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



### Redes Sociais



### Rotina

 Manhã

Café da manhã

 Tarde

Pesquisa referencias e produz  
peças de artesanato

 Noite

Dorme

## Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Redes sociais utilizadas



Mídia tradicional



Avaliação de outros clientes



### Ganhos

- Encontrar com mais facilidade material na produção

### Desafios

- Em algum momento não ter onde adquirir o material

## Reflexões

Dúvidas ou objeções

Aborrecimentos que devem ser evitados

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Nenhuma

Impossibilitar que o artesão encontrem os recursos que necessitam na produção

O artesão conseguir se comunicar facilmente com as empresas que disponibilizam resíduos sólidos.



### Luísa Sales

34 anos, Empresária

Estado Civil: Casado

Escolaridade: Ensino Superior

Renda Mensal (R\$): 8000,00

Cidade: Quixadá

Luísa é proprietária de uma empresa de confecção de fardamento estudantil, Casa da costura. Luísa sempre produz grandes quantidades de fardas no começo de ano letivo, dessa forma a produção é bastante intensa, de forma a ter muitas sobras de tecido que vão parar no lixo. Entretanto, Luísa pôde perceber que esses retalhos podem ajudar outras pessoas.



"Luísa é uma pessoa trabalhadora, comprometida e responsável, muito dedicada ao trabalho, ela faz com que cada detalhe seja realizado da maneira mais caprichosa. Além disso, ela é bastante preocupada em como pode ajudar as pessoas, sendo assim bastante proativa, pois idealiza um ambiente onde as pessoas possam cooperar umas com as outras para um bem maior."

## Hábitos e comportamentos

Luísa é vegetariana, ama os animais, tendo dois cachorros e um gato. É casada há 5 anos e junto com seu marido, que é biólogo, eles tentam fazer a diferença para a sociedade, mantendo hábitos como não consumo de carnes, realizam a separação correta do lixo doméstico para coleta, participam de campanhas de arrecadação de alimentos para crianças carentes, etc.

#responsável  
#comprometida  
#proativa

## Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



## Redes Sociais



## Rotina

 Manhã

Sempre toma café-da-manhã ao lado do esposo, mora no mesmo ambiente onde está instalado a confecção de fardamento, então já está cedinho acordada para receber todos os trabalhadores de sua empresa. Durante a manhã verifica os e-mails, mensagens no whatsapp e no telegram, logo depois verifica a agenda do dia. Após isso, se reúne com sua equipe para falar sobre as metas do dia, semana ou mês.

 Tarde

Geralmente, o almoço são realizados com alguns dos trabalhadores da empresa, tendo uma pausa de 1h. Após, dependendo da agenda do dia, Luísa pode sair e ir ao encontro de fornecedores para compra de materiais necessários ou para realizar alguma ação dentro do banco, já que ela também regula a parte administrativa da empresa. O expediente encerra as 17h.

 Noite

Após expediente na empresa, Luísa cuida da casa, juntamente com o marido. Depois de realizar algumas tarefas domésticas, todo dia ela sai com o esposo e os pets para uma corridinha, para manter uma boa rotina de exercícios. Chegando em casa, ela e o marido revezam quem faz o jantar, nos dias que Luísa não se encarrega do jantar, ela aproveita para fazer coisas relacionadas a empresa ou para fazer coisas de seu interesse. Luísa e o marido costumam dormir no máximo meia-noite.

## Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



### Ganhos

- Destinar as sobras de tecido para ajudar pessoas
- Ajudar outras pessoas a alcançarem seus objetivos
- Ser uma pessoa sustentável
- Ter o reconhecimento de empresa sustentável

### Desafios

- Burocracia
- Gastos
- Problemas de interação
- Problemas com a negociação
- Negociar com pessoas de índole duvidosa

### Reflexões

Dúvidas ou objeções

Se poderá escolher para quem quer destinar o material.

Aborrecimentos que devem ser evitados

Ser prejudicada, pois a intenção é de ajudar, dessas forma não será nenhum pouco agradável ser prejudicada de alguma forma, de modo que pensem que não tenha comprometimento ou seriedade.

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Poder destinar as sobras para quem precisa e fazer a interação com essas pessoas de forma clara e com comprometimento, sem que precise dedicar muito tempo do seu dia para realizar tais ações.



**Felipi Holanda**

48 anos, Diretor executivo

Estado Civil: Divorciado

Escolaridade: Pós-Graduação

Renda Mensal (R\$): 15000,00

Cidade: Fortaleza

Felipi é diretor executivo de uma empresa que fabrica garrafas de vidros dos mais variados tipos e para qualquer destinação. Felipi verificou que a empresa pode lucrar com as garrafas de vidro que sofreram avarias. As garrafas, mesmo com defeitos podem ser usadas para outros fins que não seja o descarte.

"Felipi é um homem de negócio que gosta de inovar e encontrar oportunidades e soluções rápidas e eficazes para os problemas que aparecem a sua frente. Sempre em busca de novos métodos de negócios para alavancar a empresa e si a mesmo, gosta de desafios e é bem criterioso quando se trata de dinheiro e de também agradar seus parceiros e clientes."

## Hábitos e comportamentos

Felipi gosta de convencer as pessoas sobre o que acredita, então se aprofundou na arte de discursar, sempre que podendo desenvolvendo discursos instigadores e muito convincentes sobre a qualidade dos produtos da empresa de onde trabalha e mostrar o grande potencial econômico e social da empresa. Tem hábitos de cuidado com o corpo e a saúde.

#Instigante  
#Convincente  
#Inteligente  
#Racional

## Fluência Digital



## Redes Sociais



## Rotina

### Manhã

Café da manhã balanceado, corrida matinal, logo após saída para o trabalho, onde utiliza seu carro. No trabalho possui grande presença, participando de reuniões internas constantemente, opinando sobre decisões, dando autorizações de ações e buscando inovações de seus parceiros de trabalho.

### Tarde

Almoço balanceado, descanso de almoço de 30 minutos e sempre se arrumando para manter uma aparência agradável e bem alinhada. Nesse período permanece em seu escritório verificando agenda, vendo outros compromisso da empresa e verificando o desempenho da empresa em quadros específicos e gerais. Geralmente, ocorre reuniões com os setores criativos da empresa e lida com os parceiros e clientes fidelizados e de alta importância. O expediente encerra as 18 horas.

### Noite

Logo após o trabalho, Felipi encaminha-se diretamente para academia, onde treina por aproximadamente 1 hora. Terminado o treino, encontra-se com a namorada e geralmente jantam em restaurantes bem prestigiados da cidade. Após o período com sua namorada, regressa para casa, geralmente trabalha mais um pouco, acontecem algumas reuniões ou ele participa de workshop, congressos, pesquisa de serviços ou produtos inovadores no país ou no mundo. Felipi, geralmente, dorme à 1 hora da manhã.

## Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



### Ganhos

- Rentabilidade
- Rendimento
- Alternativas
- Expansão
- Viabilidade

### Desafios

- Suporte
- Rendimento baixo
- Pouca demanda
- Gastos sem retorno
- Adequação

## Reflexões

Dúvidas ou objeções

Quais são os métodos de suporte que a plataforma dará para a empresa que queira vender os materiais.

Aborrecimentos que devem ser evitados

A empresa não deve se desviar da principal função realizada por ela, pra focar na outra viabilidade de negócio com as vendas de materiais com avaria.

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Um serviço que dê todo o suporte de comunicação e de transação de pagamentos, que conceda serviços de manuseio e transporte da mercadoria.



**Natália Sampaio**

26 anos, Autônoma

Estado Civil: Solteiro

Escolaridade: Ensino Superior

Renda Mensal (R\$): 3500,00

Cidade: Fortaleza

Natália é uma mulher independente e sonhadora, idealiza que seu pequeno negócio de cosméticos naturais e acessórios sustentáveis possa expandir a ponto de poder vender seus produtos para todo o país. Seu negócio é novo, constantemente crescendo e ganhando conhecimento pelo seu público-alvo, dessa forma ela busca por insumos de preço mais acessível para o seu negócio.

"Natália é dedicada, inteligente e está sempre reaproveitando as coisas ao seu redor, assim construiu um negócio de produtos naturais e acessórios sustentáveis, com base no reaproveitamento, na redução de produção de lixo e na redução de produtos químicos nocivos a pele. Natália se inspira em pessoas que buscam melhorar a sociedade e busca sempre por alternativas econômicas."

## Hábitos e comportamentos

Natália é bastante controlada com dinheiro, sendo bastante organizada com sua renda e sempre procurando economizar, reaproveitando tudo o que pode no seu dia-a-dia. Ela acha muito importante guardar dinheiro para momentos de imprevisto ou para investir em algo que julga importante. Com base na sua renda, que não é tão alta, ela aprendeu a ver oportunidades viáveis para ela.

#Inteligente  
#Econômica  
#Prática  
#Sustentável  
#Natural

## Fluência Digital



## Redes Sociais



## Rotina

### Manhã

Geralmente acorda tarde, por volta das 10h, pois passa a noite montando sua lojinha virtual de produtos naturais e acessórios sustentáveis para o corpo e rosto ou procurando insumos para fabricação de seus produtos. Depois de acordar toma banho, logo após toma seu café-da-manhã e vai ajudar a mãe com as tarefas de casa antes de ir para a faculdade.

### Tarde

Após o almoço, vai para a faculdade onde está fazendo pós-graduação em farmácia. Sai da faculdade por volta das 15:30h e geralmente faz entregas para os clientes que compraram seus produtos ou busca comprar insumos para a fabricação de seus produtos.

### Noite

Em torno das 19h retorna para casa e faz alguns dos produtos que mais são pedidos na sua lojinha, confere os pedidos, olha as redes sociais, logo depois faz alguma atividade da faculdade e geralmente, antes de dormir, gosta de assistir algum filme ou série.

## Quem influencia

Família



Amigos



Especialistas



Avaliação de outros  
clientes



Redes sociais utilizadas



### Ganhos

- Compra de insumos baratos
- Economia
- Oportunidade
- Acesso a insumos de boa qualidade
- Assistência
- Variedade de produtos

### Desafios

- Prejuízo na compra
- Perda de dinheiro
- Insumo de qualidade baixa
- Atendimento precário
- Falta de informação e assistência
- Defasagem no suporte e atendimento

## Reflexões

Dúvidas ou objeções

Caso tenha problemas com o material adquirido, qual seria o suporte ofertado pela plataforma.

Aborrecimentos que devem ser evitados

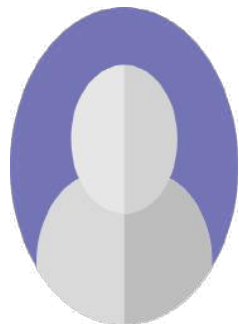
Não informar a procedência dos materiais, vender um produto cujo origem seja omitida e sem inspeção de qualidade.

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Conseguir encontrar os mais diversos materiais a preços acessíveis, que possam ser utilizados para o negócio de cosméticos. Além, de suporte para eventuais dúvidas ou problemas. Ter também várias opções de pagamento.

Jornada do Cliente

Persona do Negócio



André Almeida Campos

24 anos, Artesão

Artesão autônomo que trabalha na própria casa.


Ganhos

Encontrar com mais facilidade material na produção

Desafios

Em algum momento não ter onde adquirir o material


### Antes

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Encontrar a plataforma	Buscar ferramentas online para adquirir materiais sustentáveis	Sites ou aplicativos	 Neutro	Facilitar o contato com o cliente.

### Durante

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Uso	Encontrar um vendedor os produtos desejados	Realizar a compra do produto pela plataforma	Telefone ou e-mail	 Neutro	Disponibilizar uma equipe que leve esse material ao cliente.



Depois					
	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Avaliação	Relatar a experiência com a plataforma onde foi realizado a	Deixa seu comentário elogiando a rapidez da entrega .	Rede social vinculada ao aplicativo	 Satisfeito	

## Proposta de Valor

### Persona do Negócio



**André Almeida Campos**

24 anos, Artesão

Artesão autônomo que trabalha na própria casa.

#### Ganhos

Encontrar com mais facilidade material na produção

#### Desafios

Em algum momento não ter onde adquirir o material

### Valores Percebidos pela Persona

Valor	Formas entrega
Redução de riscos e perdas	Ter garantia de entrega do produto
Qualidade	Facilidade de uso da plataforma
Preço razoável	Garantir preços acessíveis
Economia de tempo	Facilidade de uso da plataforma
Disponibilidade e acesso	Plataforma adaptável a qualquer dispositivo

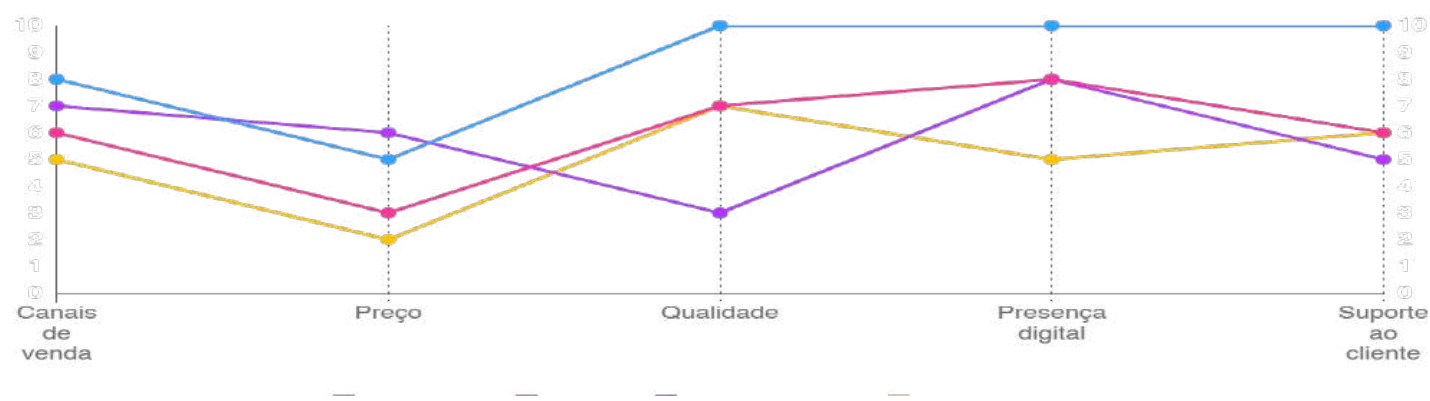
Valor	Formas entrega
Variedade	Abertura de escala da disponibilização de materiais
Redução de custos	Estabelecer um preço acessível de acordo com a venda
Expansão da rede de relacionamento	Facilitar o contato entre compradores e vendedores
Ética	Políticas de privacidade que garantam segurança dos cliente
Conexão	A plataforma é o meio de garantir essa conexão
Afiliação e pertencimento a grupos	Criar uma rede de pessoas preocupadas com a sustentabilidade
Crescimento e Desenvolvimento	Quanto maior a procura maior a demanda

Entregas Essenciais
Ter garantia de entrega do produto, Facilidade de uso da plataforma, Garantir preços acessíveis, Facilidade de uso da plataforma, Plataforma adaptável a qualquer dispositivo, Abertura de escala da disponibilização de materiais, Estabelecer um preço acessível de acordo com a venda, Facilitar o contato entre compradores e vendedores, A plataforma é o meio de garantir essa conexão e Quanto maior a procura maior a demanda.

## Análise de Concorrência

Atributos Avaliados	Descartes	Cataki	Descarte Final	Descate Rápido
Canais de venda	8	6	7	5
Preço	5	3	6	2
Presença digital	10	8	8	5
Qualidade	10	7	3	7
Suporte ao cliente	10	6	5	6
Média Geral	9	6	6	5

## Avaliação das Pontuações



## Altos e Baixos

Forças do negócio frente à concorrência

Canais de venda, Presença digital, Preço, Qualidade e Suporte ao cliente

Fraquezas do negócio frente à concorrência

## Destaque do Negócio

Atributo em que seu negócio mais se destaca

Presença digital, Qualidade e Suporte ao cliente

**Quadro de Experimentação**

## Canais de Aquisição

### Avaliação de Canais

Canal de Aquisição	Atratividade	Alcance Esperado	Cliente	Relacionamento	Viabilidade	Média Geral
Marketing Digital	9	9	9	9	9	9
Website	8	10	10	9	4	8
Acordos e Parcerias	8	10	10	8	4	8
E-mail Marketing	6	8	10	10	4	8
Publicidade em Redes Sociais	9	9	9	6	4	7
Marketing de Conteúdo	8	8	8	6	4	7

### Canais de Tração

Marketing Digital, Website, Acordos e Parcerias





# Funil de Vendas

Topo do Funil

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Consolidado		0	0		0.00

Gatilhos de passagem

## Meio do Funil

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Consolidado		0	0		0.00

Gatilhos de passagem

## Fundo do Funil

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Consolidado		0	0		0.00

Gatilhos de passagem

## Análise

Efetivaram/realizaram  
a compra:

0 pessoas

Custo Total de  
Aquisicao de Pessoas:

R\$ 0,00

Taxa Total de  
Conversão:

0.00 %

---

Percentual de Pessoas que fizeram a Conversão

Percentual de Pessoas que passaram pelas Etapas do Funil

## Investimento fixo

Descrição	Qtde	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Total				0.00

## Investimento pré-operacional

Descrição	Valor total (R\$)	%
Criação e registro da marca	1.000,00	7.69
Desenvolvimento do aplicativo	10.000,00	76.92
Treinamento da equipe	2.000,00	15.38
<b>Total</b>	<b>13.000,00</b>	<b>100.00</b>

## Estoque Inicial

Descrição	Qtde	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Total				0.00

## Capital de Giro

### Prazos Médios de Recebimento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
Total	0	

### Prazos Médios de Pagamento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
Total	0	

### Resultados

<b>Ciclo Financeiro</b>	<b>0 dia</b>
Prazo Médio de Estoque	0 dia
Prazo Médio de Recebimento	0 dia
Prazo Médio de Pagamento	0 dia

<b>Giro de Caixa Anual</b>	<b>0.00 dia</b>
----------------------------	-----------------

<b>Necessidade de Capital de Giro</b>	<b>R\$ 0,00</b>
Desembolso Anual	R\$ 64.800,00
Reserva Financeira	R\$ 0,00



## Investimento Total

### Aplicação de Recursos

#### Fontes de Recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Mateus Emanuel Andrade de Sousa	-	-
Samuel Gonçalves Fabian	-	-
Shelida Crislane Matias Monte	-	-
Thamires dos Santos Silva	-	-
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>100.00</b>

#### Total dos investimentos

Descrição	Valor (R\$)	%
Investimentos fixos	0,00	0.00
Investimentos pré-operacionais	13.000,00	100.00
Estoque inicial	0,00	0.00
Capital de giro	0,00	0.00
<b>Total</b>	<b>13.000,00</b>	<b>100.00</b>

#### Total das fontes de recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Fontes de recurso próprio	0,00	0.00
Fontes de recurso de terceiros	13.000,00	100.00
<b>Total</b>	<b>13.000,00</b>	<b>100.00</b>

## Gráficos

### Aplicação de Recursos



### Fontes de Recursos



## Produtos e Serviços

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
Anunciar empresa (3 dias)	Serviço	50,00
Anunciar empresa (5 dias)	Serviço	100,00
Anunciar empresa (7 dias)	Serviço	150,00
Impulsionar anuncio	Serviço	25,00
Impulsionar anuncio	Serviço	50,00
Impulsionar anuncio	Serviço	100,00
Pacote de benefício (1 mes)	Serviço	300,00
Pacote de benefício (12 meses)	Serviço	125,00
Pacote de benefício (3 mes)	Serviço	150,00

## Receita

Descrição	Categoria	Qtde	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Anunciar empresa (3 dias)	Serviço	5	50,00	250,00	4.76
Anunciar empresa (5 dias)	Serviço	5	100,00	500,00	9.52
Anunciar empresa (7 dias)	Serviço	5	150,00	750,00	14.29
Impulsionar anuncio	Serviço	5	25,00	125,00	2.38
Impulsionar anuncio	Serviço	5	50,00	250,00	4.76
Impulsionar anuncio	Serviço	5	100,00	500,00	9.52
Pacote de benefício (1 mes)	Serviço	5	300,00	1.500,00	28.57
Pacote de benefício (12 meses)	Serviço	5	125,00	625,00	11.90
Pacote de benefício (3 mes)	Serviço	5	150,00	750,00	14.29
<b>Total</b>			<b>-</b>	<b>5.250,00</b>	<b>100.00</b>

## Projeção da Receita

Totais mensais

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

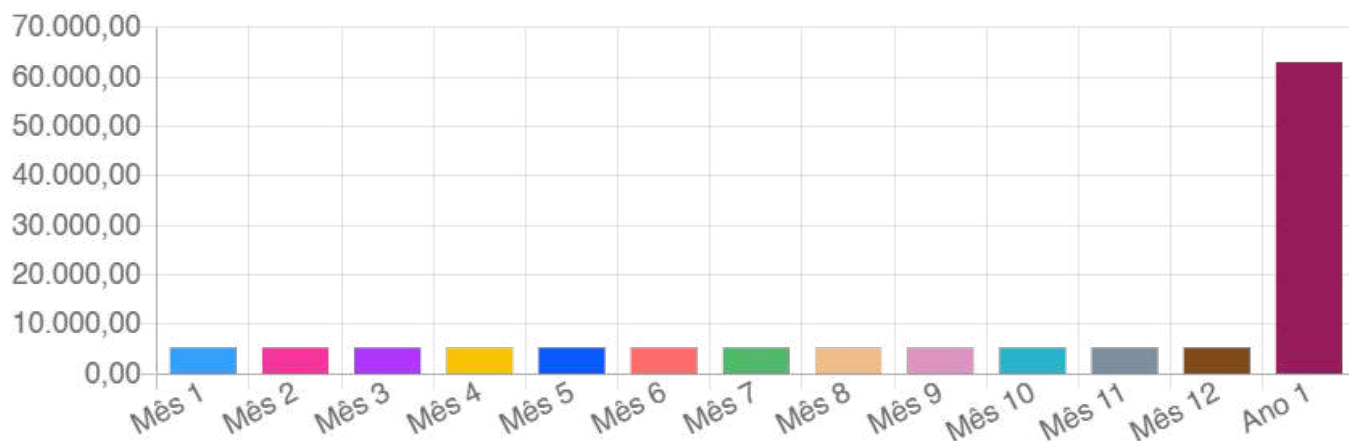
Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	5.250,00
Mês 2	5.250,00
Mês 3	5.250,00
Mês 4	5.250,00
Mês 5	5.250,00
Mês 6	5.250,00
Mês 7	5.250,00
Mês 8	5.250,00
Mês 9	5.250,00
Mês 10	5.250,00
Mês 11	5.250,00
Mês 12	5.250,00

## Totais anuais

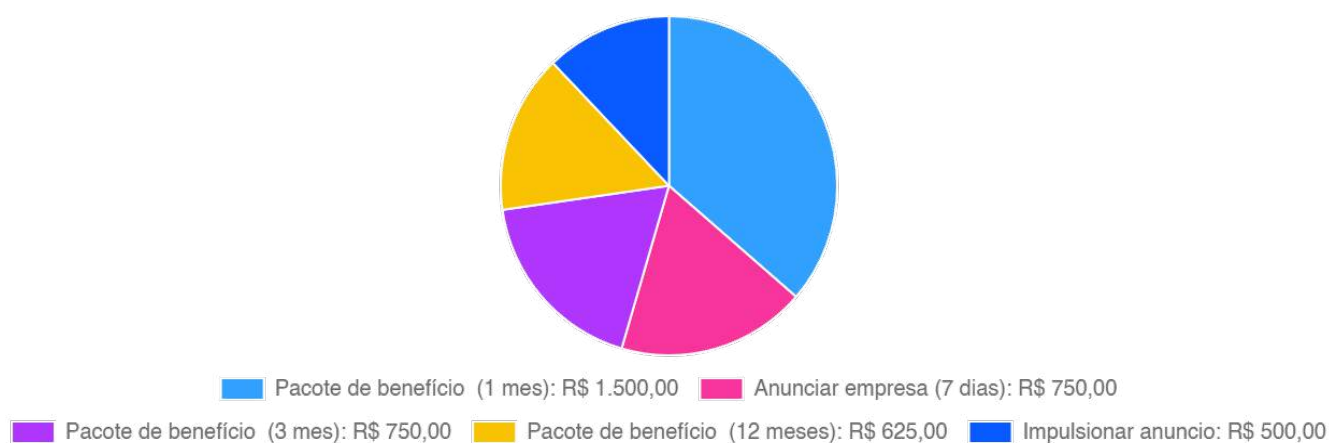
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	63.000,00

## Gráficos

### Evolução da receita



### Top 5 Geração de receita: Produtos e Serviços



**Custos dos Produtos e Serviços**

## Serviços

Anunciar empresa (3 dias)	Preço de venda: R\$ 50,00
---------------------------	---------------------------

Descrição do insumo	Quantidade	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Total					0,00

Anunciar empresa (5 dias)	Preço de venda: R\$ 100,00
---------------------------	----------------------------

Descrição do insumo	Quantidade	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Total					0,00

Anunciar empresa (7 dias)	Preço de venda: R\$ 150,00
---------------------------	----------------------------

Descrição do insumo	Quantidade	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Total					0,00

Impulsionar anuncio	Preço de venda: R\$ 25,00
---------------------	---------------------------

Descrição do insumo	Quantidade	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Total					0,00

Impulsionar anuncio	Preço de venda: R\$ 50,00
---------------------	---------------------------

Descrição do insumo	Quantidade	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Total					0,00

Impulsionar anuncio	Preço de venda: R\$ 100,00
---------------------	----------------------------

Descrição do insumo	Quantidade	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Total					0,00

Pacote de benefício (1 mes)					Preço de venda: R\$ 300,00
Descrição do insumo	Quantidade	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Total					0,00

Pacote de benefício (12 meses)					Preço de venda: R\$ 125,00
Descrição do insumo	Quantidade	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Total					0,00

Pacote de benefício (3 mes)					Preço de venda: R\$ 150,00
Descrição do insumo	Quantidade	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Total					0,00



Custo dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos

Descrição	Custo un. (R\$)	Qtde	Custo total (R\$)	%
Anunciar empresa (3 dias)		5		-
Anunciar empresa (5 dias)		5		-
Anunciar empresa (7 dias)		5		-
Impulsionar anuncio		5		-
Impulsionar anuncio		5		-
Impulsionar anuncio		5		-
Pacote de benefício (1 mes)		5		-
Pacote de benefício (12 meses)		5		-
Pacote de benefício (3 mes)		5		-
Total				100.00

Totais mensais

Tipo de projeção:

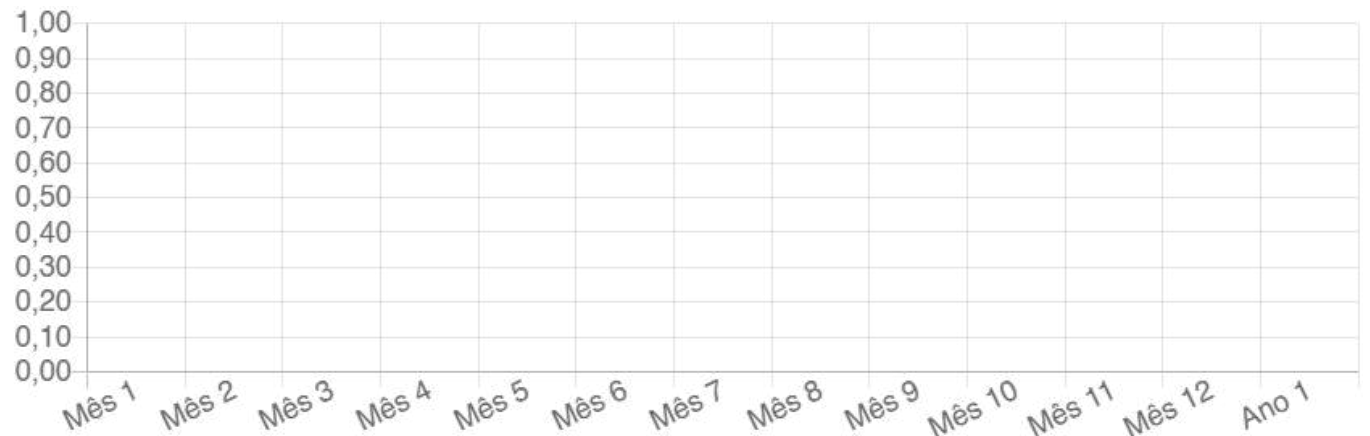
Descrição	Valor (R\$)
-----------	-------------

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	

Gráfico

Evolução do Resultado Operacional



### Custos Variáveis

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Advocacia	5.250,00	9.40	493,50
Contador	5.250,00	7.80	409,50
Diária técnica	5.250,00	4.00	210,00
Equipamentos	5.250,00	23.60	1.239,00
Fundo de despesa	5.250,00	23.60	1.239,00
Terceirização	5.250,00	31.00	1.627,50
<b>Total</b>			<b>5.218,50</b>

Totais mensais

Tipo de projeção:

Descrição	Valor (R\$)
-----------	-------------

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	

## Depreciação

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Total					

Custos com Pessoal

Cargo	Nº Emprega- dos	Salário Mensal (R\$)	Custo com Salários (R\$)	Encargo Social (%)	Custo com Encargos (R\$)	Benefícios (R\$)	Custo Total (R\$)
Total							

# Custos Fixos

Descrição	Valor total	Porcentagem
Co Working	250,00	12.20
Depreciação		
Encargos sociais sobre salários		
Manutenção do site	300,00	14.63
Marketing	1.500,00	73.17
Salários		
<b>Total</b>	<b>2.050,00</b>	<b>100.00</b>

## Projeção dos Custos Fixos

Totais mensais

Tipo de projeção: Inserir valores manualmente

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	2.050,00
Mês 2	5.400,00
Mês 3	5.400,00
Mês 4	5.400,00
Mês 5	5.400,00
Mês 6	5.400,00
Mês 7	5.400,00
Mês 8	5.400,00
Mês 9	5.400,00
Mês 10	5.400,00
Mês 11	5.400,00
Mês 12	5.400,00

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	64.800,00

## DRE

### 1. Receita Total

Descrição	Valor (R\$)	%
Vendas à Vista	0,00	0.00
Vendas à Prazo	5.250,00	100.00
<b>Total</b>	<b>5.250,00</b>	<b>100.00</b>

### 2. Custos Variáveis Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
CPR - Custos dos Produtos de Revenda	0,00	0.00
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	0,00	0.00
CSV - Custos dos Serviços Vendidos	0,00	0.00
Diária técnica	210,00	4.00
Terceirização	1.627,50	31.00
Equipamentos	1.239,00	23.60
Fundo de despesa	1.239,00	23.60
Contador	409,50	7.80
Advocacia	493,50	9.40
<b>Total</b>	<b>5.218,50</b>	<b>99.40</b>

### 3. Margem de Contribuição

	Valor (R\$)	%
<b>Total</b>	<b>31,50</b>	<b>0.60</b>

### 4. Custos Fixos Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
Salários	0,00	0.00
Encargos sociais sobre salários	0,00	0.00
Depreciação	0,00	0.00
Manutenção do site	300,00	5.71

Descrição	Valor (R\$)	%
Marketing	1.500,00	28.57
Co Working	250,00	4.76
<b>Total</b>	<b>2.050,00</b>	<b>39.05</b>

## 5. Resultado Operacional

	Valor (R\$)	%
<b>Total</b>	<b>-2.018,50</b>	<b>-38.45</b>

### Projeção da DRE

#### Totais mensais

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

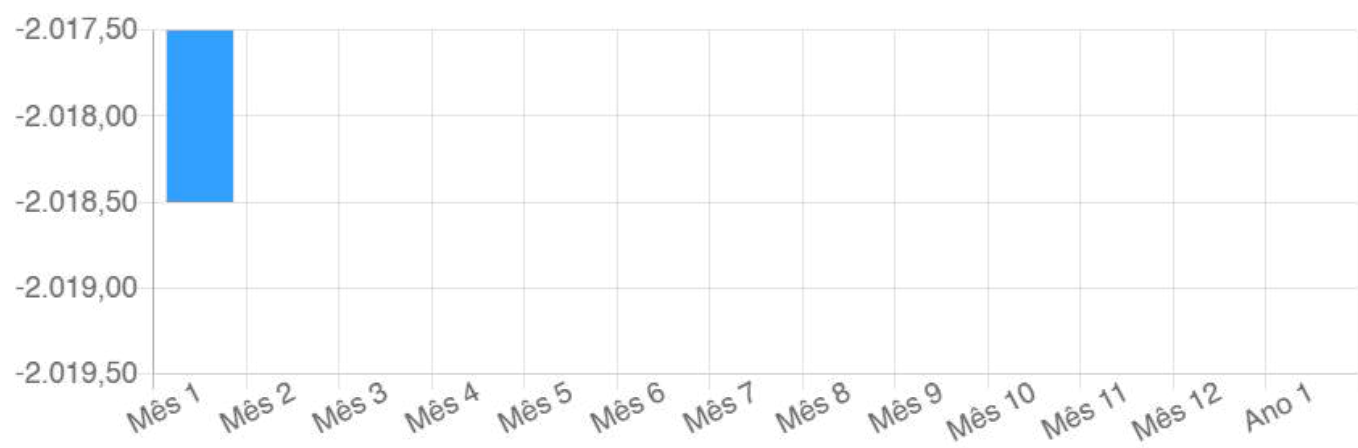
Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	-2.018,50
Mês 2	
Mês 3	
Mês 4	
Mês 5	
Mês 6	
Mês 7	
Mês 8	
Mês 9	
Mês 10	
Mês 11	
Mês 12	

#### Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	
Segundo Ano	
Terceiro Ano	

Gráficos

Evolução do Resultado Operacional





## Indicadores Financeiros

### Resumo Financeiro

Descrição
-----------

### Outros Indicadores

Descrição	
Payback Simples	2 meses
Rentabilidade Anual	-

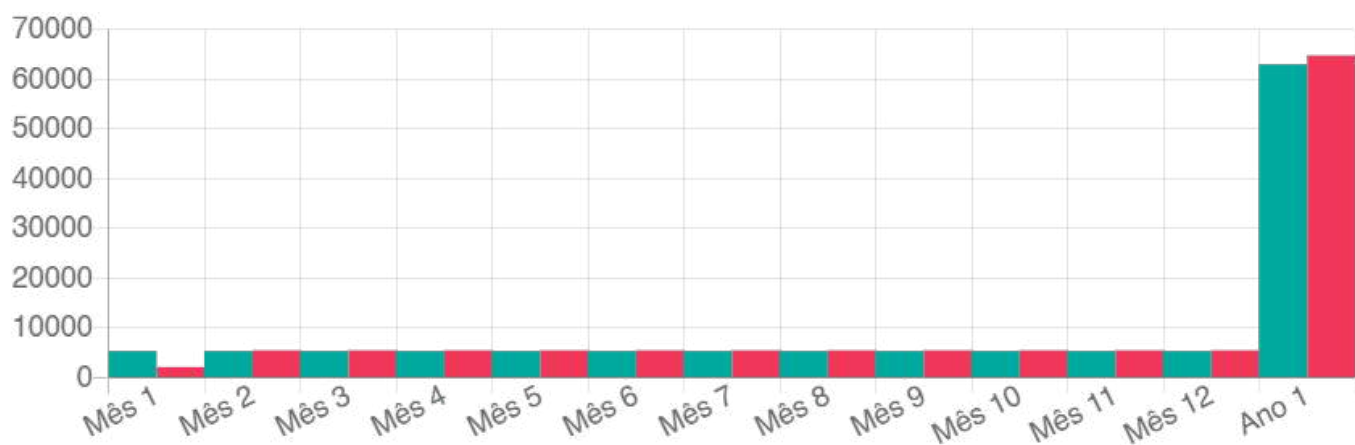
### Pontos de Equilíbrio

Lucro Desejado: R\$ 75.000,00

Descrição
PE Contabil
PE Financeiro
PE Econômico

### Gráficos

#### Receitas x Custos



## Simulador de Resultados

### Percentuais Aplicados

#### Cenário Otimista

Receita maior em: 0%

Custo menor em: 0%

Investimento menor em: 0%

#### Cenário Pessimista

Receita menor em: 0%

Custo maior em: 0%

Investimento maior em: 0%

### Resumo

Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Receita Anual	-	Não Informado	Não Informado
Custos Variáveis	-	Não Informado	Não Informado
Margem de Contribuição	-	Não Informado	Não Informado
Custos Fixos	-	Não Informado	Não Informado
Resultado	-	Não Informado	Não Informado

### Indicadores Financeiros

Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Lucratividade Anual	Não se aplica	Não Informado	Não Informado
Payback Simples	2 meses	Não Informado	Não Informado
Rentabilidade Anual	0.00 %	Não Informado	Não Informado
PE Contábil	Não Informado	Não Informado	Não Informado
PE Financeiro	Não Informado	Não Informado	Não Informado
PE Econômico	Não Informado	Não Informado	Não Informado