

**SUA CAFETERIA**

**PLANO DE NEGÓCIOS**

Criar um extenso plano de negócios é desnecessário para a maioria das empresas começarem. Seja breve ao começar. Você não tem tempo para escrever um documento de 50 páginas e ninguém quer lê-lo também. No entanto, o exercício de criar um plano de negócios oferece vários benefícios que superam em muito o investimento de tempo:

* O processo de pensar e escrever o plano fornece clareza ao seu negócio
* Se for necessário um capital que ultrapasse suas economias, os investidores vão querer ver um plano que demonstre um sólido conhecimento e visão para o seu negócio.
* O plano ajudará você a priorizar as tarefas mais importantes
* Com crescimento, o plano oferece um entendimento comum da visão para novos líderes
* É algo que você deve analisar e atualizar continuamente ao longo do tempo

Um plano de negócios simples para uma empresa de produtos ou serviços que está se formando agora pode ser concluído rapidamente. Escreva-o simplesmente tendo o público-alvo em mente. Ele precisa ser fácil de entender, legível e realista.

Este modelo é organizado em sete subplanos ou seções a serem concluídas. Recomenda-se concluir o Resumo Executivo por último, assim que as outras seções tiverem sido concluídas. Ao passar da Visão Geral da Empresa para o Plano Financeiro, a redação deve contar a história de sua motivação, sua visão, por que você será bem-sucedido, como você alcançará o sucesso e como você o medirá.

Será importante manter seu plano atualizado para que você possa ver seu progresso, comemorar seu sucesso e ajustar os pontos onde você se perdeu. Isso é feito melhor trimestralmente, se não mensalmente.

SUMÁRIO EXECUTIVO

**O resumo executivo deve ser escrito por último**, depois de ter concluído o restante do plano. É uma visão geral (não mais do que uma página) do seu negócio, incluindo o problema que você acha que pretende solucionar, por que sua solução é diferente, o seu cliente ideal e os resultados esperados. Você deve fornecer uma descrição de alto nível e otimista da sua empresa.

Se você estiver buscando investimento, inclua o quanto você quer, para quê vai usar o montante e como ele tornará o negócio mais lucrativo.

Pense nisso como a primeira coisa que um potencial investidor lê, por isso deve ganhar seu interesse nos primeiros cinco minutos.

Você pode optar por organizá-lo usando alguns dos títulos abaixo.

* **Oportunidade:** Que problema você vai resolver?
* **Missão:** Identifique o que a empresa pretende fazer para clientes, funcionários e proprietários.
* **Sua Solução:** Como o seu produto ou serviço resolverá de forma única o problema identificado?
* **Foco no Mercado:** Qual mercado e clientes ideais você atingirá?
* **Rendimentos Esperados:** Quais são os principais marcos para receita, lucros e clientes?

VISÃO GERAL DA EMPRESA

Forneça um breve resumo da sua empresa ou negócio pretendido, incluindo o que ele oferece de forma exclusiva, como você começou e sua missão e objetivos, bem como a equipe de gerenciamento e sua estrutura legal e propriedade, e informações sobre quaisquer locais ou instalações. Depois de analisar esta seção, o leitor deve ter um amplo entendimento do que sua empresa está planejando fazer e como ela é organizada.

Dependendo do tipo de negócio que você está operando, você poderá ou não precisar das seguintes seções. Inclua apenas o que você precisa e remova tudo mais.

* **Resumo da Empresa:** Esta é a seção introdutória da empresa. Pense nisso como um discurso de elevador do que sua empresa representa e está planejando fazer. Inclua os objetivos da empresa e alguns dos objetivos de curto prazo.
* **Declaração de Missão:** Uma declaração concisa sobre os princípios orientadores de sua empresa e o que a empresa pretende fazer para clientes, funcionários e proprietários.
* **História da Empresa:** Conte a história de fundação, especialmente a história pessoal de por que a empresa foi fundada. Atualize o leitor sobre onde a empresa se encontra em relação a vendas, lucros, produtos-chave e clientes.
* **Mercados e Produtos:** Descreva o mercado e as necessidades que sua empresa abordará. Inclua breves descrições de produtos e serviços que você oferecerá e quais mercados e tipos de clientes você abordará. Você fornecerá mais detalhes sobre isso em uma seção posterior deste plano.
* **Equipe de Gerenciamento:** Forneça alguns detalhes sobre quem dirige a empresa (se houver mais alguém além do fundador) e outros cargos importantes, incluindo uma pequena biografia de cada um deles. Inclua um organograma, se relevante nesta etapa.
* **Estrutura Legal e Propriedade:** Descreva como você estruturou sua empresa e quem tem participação no capital.
* **Locais e Instalações:** Descreva todos os detalhes do seu local de trabalho ou os seus planos futuros para adquirir algum. Estes podem incluir escritórios domésticos arrendados ou próprios, escritórios comerciais, armazéns, lojas de varejo ou locais de fabricação, entre outros. espaços de trabalho ou planos para adquiri-los.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Esta seção vai primeiro definir a oportunidade de negócio. Ela deve responder a pergunta: que problema você está tentando resolver? Potencialmente, use um exemplo de caso para descrever o ponto problemático dos clientes e como eles o resolvem hoje. Se seu produto ou serviço abordar algo que o mercado não identificou como um problema (por exemplo, um novo aplicativo para dispositivos móveis ou uma nova linha de roupas), descreva também como sua solução reduz o estresse, economiza dinheiro ou traz alegria para o cliente.

Depois de enquadrar a oportunidade, descreva em detalhes sua solução (produto ou serviço) e como ela resolve esse problema e beneficia seus clientes. Essa parte também deve descrever com mais detalhes o produto ou serviço, como ele será produzido ou fornecido, o preço e se haverá uma atualização ou extensão para ele no futuro. Se houver outros participantes importantes no mercado, como fornecedores, distribuidores ou outros, descreva-os nesta seção.

Dependendo do tipo de negócio que você está operando, você poderá ou não precisar das seguintes seções. Inclua apenas o que você precisa e remova tudo mais.

* **Oportunidade:** Descreva como você vê o mercado para o seu produto ou solução. Em um nível elevado, qual é o mercado e quem são seus participantes; são clientes ou consumidores empresariais, ou uma localização geográfica específica, etc.? Mais detalhes sobre o mercado serão fornecidos na próxima seção do plano. Em seguida, descreva o estado atual dos produtos ou serviços disponíveis e como sua oferta será melhor.
* **Visão Geral do Produto:** Descreva com mais detalhes, conforme necessário, suas ofertas de produtos ou serviços. Se ajudar incluir algumas fotos, este seria um bom lugar.
* **Principais Participantes:** Em algumas empresas, os produtos são feitos sob medida e qualquer quebra no suprimento afetará os negócios. Pode haver contribuidores importantes para um serviço que você oferece, por isso é importante identificá-los. Identifique quaisquer parceiros estratégicos em sua empresa, como fornecedores, distribuidores, parceiros de referência ou quaisquer outros.
* **Preços:** Informe os preços, as projeções de margem bruta e os caminhos de melhorias previstas para o seu produto ou serviço. Se a sua empresa for uma loja de varejo, descreva por que seu preço será atraente para o seu mercado alvo.

ANÁLISE DE MERCADO

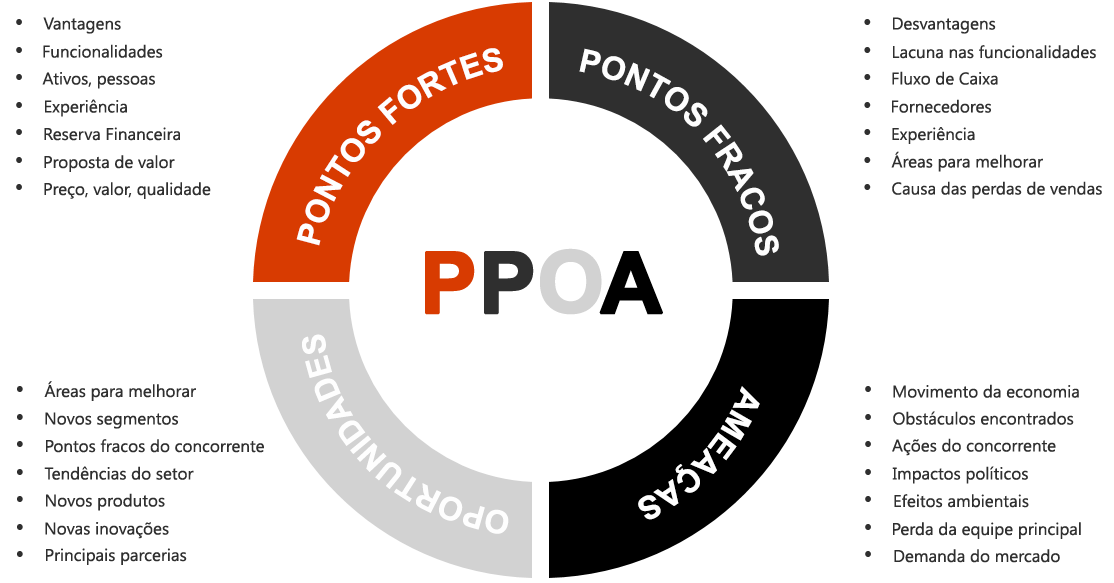
A análise de mercado fornece ao leitor uma compreensão de quão bem você conhece seu mercado, e se ele é grande o suficiente para dar suporte aos seus objetivos de negócios. A seção oferece uma visão geral do setor no qual sua empresa participará. Ao restringir esse setor ao cliente ideal com base em sua estratégia de negócios, você definirá seu mercado-alvo. Uma descrição detalhada e o dimensionamento do mercado-alvo ajudará o leitor a entender o valor de mercado que você está buscando (o número de clientes em potencial multiplicado pela receita média de seu produto ou serviço).

Ao definir o mercado-alvo, você identificará elementos-chave, como localização geográfica, dados demográficos, características do comprador, necessidades do seu mercado-alvo e como essas necessidades estão sendo atendidas atualmente. Se houver algum concorrente direto, isso deve ser comparado a como sua oferta irá resolver isso no futuro.

Esta seção também pode incluir uma análise SWOT (Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças), conforme necessário, para avaliar melhor a posição da sua empresa em relação à concorrência.

Dependendo do tipo de negócio que você está operando, você poderá ou não precisar das seguintes seções. Inclua apenas o que você precisa e remova tudo mais.

* **Tipo de Indústria:** Comece com as descrições mais amplas de sua oportunidade de mercado. Por exemplo, se você planeja abrir uma joalheria, o tipo de indústria seria vendas no varejo, mas apenas localmente, em comparação com se você vendesse online. Dentro do setor de varejo de joias, globalmente, as receitas devem ultrapassar US$ 250 bilhões até 2020, mas sua joalheria local terá um mercado muito menor. Identifique o número de famílias ou clientes em sua região geográfica que podem se encaixar em seu grupo-alvo demográfico.
* **Segmentação de Mercado:** Esta seção é onde você define os principais segmentos de mercado e para onde você está direcionado agora. Um segmento de mercado é um grupo de pessoas (ou outras empresas). Dentro da indústria, identifique segmentos menores, como joias finas ou alianças de casamento, ou joias casuais. Você também pode segmentar o mercado por critérios como qualidade, preço, variedade de produtos, localização geográfica, etnia, faixa etária ou outros. Alguns outros elementos a serem considerados implicariam responder perguntas como: Seu segmento está crescendo, encolhendo ou desaparecerá nos próximos anos? Qual porcentagem do mercado você acha que conseguirá alcançar? Que participação no mercado você espera ter nos próximos 2 ou 3 anos? Os gráficos são melhor usados em uma seção como esta para mostrar crescimento (gráfico de linhas) ou porcentagens de mercados ou grupos (gráfico de pizza).
* **Concorrência:** Todas as empresas competem de uma forma ou de outra. Pode ser com concorrentes diretos e específicos ou pode ser com a maneira como os clientes fazem as coisas há muito tempo. Elas resolvem seu problema de uma maneira diferente. Ao identificar a concorrência, você deve identificar quem mais está fornecendo produtos ou serviços para resolver o mesmo problema que você está abordando? Quais são as vantagens da sua empresa em relação a esses concorrentes? Como sua voz será ouvida em meio ao barulho da concorrência? Às vezes, um plano de negócios inclui uma matriz de recursos e compara como cada empresa oferece ou não esses recursos. Esta seção deve refletir sobre como sua solução é diferente e mais adequada para o mercado-alvo que você identificou do que a concorrência.
* **Análise PPOA:** Você pode incluir uma análise PPOA preenchendo as caixas abaixo para avaliar sua empresa no ambiente atual em termos de pontos fortes e fracos (interno) e oportunidades e ameaças (externo). Este é um bom exercício para realizar todo ano. Depois de concluir sua análise, forneça suas ideias: como seus pontos fortes podem ajudá-lo a maximizar as oportunidades e minimizar as ameaças; como suas fraquezas podem diminuir sua capacidade de capitalizar as oportunidades; e como suas fraquezas poderiam expor seu negócio a ameaças?



PLANO OPERACIONAL

Além disso, você precisa descrever como você desenvolve e mantém uma base de clientes fiéis no presente e continuará a fazê-lo no futuro. Isso incluirá responsabilidades de gerenciamento, com datas e orçamentos, e garantir que os resultados possam ser rastreados. Quais são as fases previstas para o crescimento futuro e as capacidades que precisam ser implantadas para realizar o crescimento?

O plano operacional descreve como o seu negócio funciona. Dependendo do tipo de negócio que você possui, elementos importantes deste plano devem incluir como você leva produtos ou serviços ao mercado e como você dá suporte aos clientes. É a logística, a tecnologia e as qualidades básicas da sua empresa. Dependendo do tipo de empresa que você está iniciando, você pode ou não precisar das seções a seguir. Inclua apenas o que você precisa e remova tudo mais. Lembre-se, tente manter seu plano de negócios o mais breve possível; portanto, muitos detalhes aqui podem tornar seu plano muito longo facilmente.

* **Fornecimento e Atendimento de Pedidos:** Com base no tipo de negócio que você opera, descreva se você está comprando produtos acabados ou componentes de fornecedores e inclua detalhes sobre como eles são entregues e os contratos em vigor para adquiri-los. Além disso, descreva os procedimentos da sua empresa para fornecer produtos ou serviços a seus clientes. Se o inventário de mercadorias for uma parte importante para o sucesso de sua empresa, inclua uma análise de como você armazena, gerencia e controla itens-chave.
* **Pagamento:** Descreva seus termos de pagamento padrão e as formas de pagamento aceitas. Descreva os planos de preços (fixo único, recorrente, combinação ou outro) e qualquer impacto no fluxo de caixa.
* **Tecnologia:** Se a tecnologia é fundamental para o seu negócio, se faz parte da oferta do produto ou se é fundamental para a entrega de um produto ou serviço, descreva o uso das principais tecnologias que são proprietárias. Se os seus dados de negócios (da empresa ou clientes) estiverem em risco, descreva o plano de segurança de dados em vigor, bem como qualquer backup ou recuperação no caso de um desastre ou interrupção.
* **Clientes-chave:** Identifique todos os clientes importantes para o sucesso do seu negócio, independentemente da causa, que pode ser uma parceria, um volume ou uma via para um novo mercado. Também pode ser importante identificar clientes com mais de 10% das receitas da sua empresa.
* **Funcionários e Organização Importantes:** Descreva todas as habilidades ou experiências exclusivas exigidas de sua equipe atual. Se for importante, descreva quaisquer processos de recrutamento ou treinamento proprietários em vigor. Liste todos os funcionários-chave para o sucesso. Inclua quaisquer organogramas que deem suporte a essa seção.
* **Instalações:** Dependendo do tipo de negócio, você pode ter instalações comerciais arrendadas, próprias ou compartilhadas. Forneça uma lista destas, incluindo a finalidade e os planos futuros para instalações.

PLANO DE MARKETING E VENDAS

Promover sua empresa, seja gerando oportunidades de vendas, seja gerando tráfego para um site ou loja, é uma das funções mais importantes de qualquer empresa. Nesta seção do plano, forneça os detalhes de como comercializar seu negócio. Descreva as principais mensagens e canais que você usa para gerar oportunidades de vendas e promover o negócio. Esta seção também deve descrever sua estratégia de vendas. Dependendo do tipo da sua empresa, você pode ou não precisar das seguintes seções. Inclua apenas o que você precisa e remova tudo mais.

* **Mensagens-chave:** Descreva as principais mensagens que elevarão seus produtos ou serviços aos olhos de seus clientes-alvo. Se você tiver exemplos de imagens colaterais ou gráficas de algumas mensagens, inclua-as.
* **Atividades de Marketing:** Qual das seguintes opções de promoção oferece à sua empresa a melhor chance de reconhecimento de produto, geração de oportunidades de vendas qualificadas, tráfego de loja ou compromissos?
* Publicidade na mídia (jornal, revista, televisão, rádio)
* Mala direta
* Telemarketing
* Seminários ou conferências de negócios
* Publicidade conjunta com outras empresas
* Palavra de boca em boca ou anúncios fixos
* Marketing digital, como mídias sociais, marketing por email ou SEO
* **Estratégia de Vendas:** Se necessário, qual será a sua abordagem de vendas? Haverá equipe de vendas contratada em tempo integral, contrato de vendas ou outra abordagem?

PLANO FINANCEIRO

A criação do plano financeiro é onde todo o planejamento de negócios começa a fazer sentido. Até este ponto, você identificou o mercado-alvo e os clientes-alvo, juntamente com os preços. Esses itens, juntamente com suas suposições, ajudarão você a estimar sua previsão de vendas. O outro lado do negócio será quais despesas você espera incorrer. Isso é importante em uma base contínua para ver quando você é rentável. Também é importante que você inicie o seu negócio, saiba quais despesas você precisará financiar antes que as vendas ao cliente ou o dinheiro que elas geram sejam recebidos.

No mínimo, esta seção deve incluir seus custos iniciais estimados e os lucros e perdas projetados, juntamente com um resumo das suposições que você está fazendo com essas projeções. As suposições devem incluir as vendas iniciais e contínuas, juntamente com o tempo destas em fluxos.

* **Custos Iniciais Projetados:** A tabela abaixo mostra um exemplo de itens de custo contínuos e únicos que você pode precisar para abrir sua empresa. Muitas empresas recebem um crédito fornecido a prazo, e não recebem dinheiro imediatamente. É importante estimar quando o caixa começará a fluir para a empresa, fazendo uma suposição sobre quantos meses de itens recorrentes, além da despesa única, você terá que financiar com economias ou um investimento inicial. Há uma tabela em branco no Apêndice para você completar suas próprias projeções de custos iniciais.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **CUSTOS DE CRIAÇÃO DA EMPRESA** | | | | |
| **Sua Cafeteria** | **1 de janeiro de 2018** | | | |
|  | | | | |
| **ITENS DE CUSTO** | **MESES** | **CUSTO/MÊS** | **CUSTO ISOLADO** | **CUSTO TOTAL** |
|  | | | | |
| **Publicidade/Marketing** | 3 | R$ 300 | R$ 2.000 | R$ 2.900 |
| **Salários de Funcionários** | 4 | R$ 3.500 | R$ 2 | R$ 14.002 |
| **Impostos sobre os Salários dos Funcionários** | 4 | R$ 500 | R$ 2.000 | R$ 4.000 |
| **Pagamentos/Utilitários do Aluguel/Locação** | 4 | R$ 750 | R$ 3.000 | R$ 6.000 |
| **Postagem/Envio** | 1 | R$ 25 | R$ 25 | R$ 50 |
| **Comunicação/Telefonia** | 4 | R$ 70 | R$ 280 | R$ 560 |
| **Equipamentos de Computador** |  | R$ 0 | R$ 1.500 | R$ 1.500 |
| **Software de Computador** |  | R$ 0 | R$ 300 | R$ 300 |
| **Seguro** |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Despesa de Juros** |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Custos de Serviço Bancário** |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Suprimentos** |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Viagens e Entretenimento** |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Equipamentos** |  | R$ 0 | R$ 5.000 | R$ 5.000 |
| **Mobília e Equipamentos** |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Melhorias de Arrendamento** |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Depósito(s) de Garantia** |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Licenças/Permissões/Taxas de Negócios** |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Serviços Profissionais - Jurídico, Contabilidade** |  | R$ 0 | R$ 1.500 | R$ 1.500 |
| **Consultor(es)** |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Inventário** |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Dinheiro em Caixa (Capital de Giro)** |  | R$ 0 | R$ 4.000 | R$ 4.000 |
| **Diversos** |  | R$ 0 | R$ 1.000 | R$ 1.000 |
| **ORÇAMENTO ESTIMADO DE CRIAÇÃO DA EMPRESA** |  |  |  | **R$ 40.812** |

* **Modelo de Lucros e Perdas Projetados:** O modelo abaixo mostra um exemplo das projeções que uma pequena empresa está realizando para seus primeiros 12 meses de operação. A parte superior da tabela mostra as vendas projetadas e o lucro bruto. Este é um bom lugar para começar a criar sua previsão de vendas. A próxima seção relaciona as despesas recorrentes que você está projetando para os mesmos meses. Estas devem ser consistentes com os custos iniciais estimados que você preencheu na seção anterior. Na parte inferior deste modelo, você começará a ver quando está se tornando lucrativo e quais itens de despesa têm maior impacto em sua lucratividade. Há uma tabela em branco no Apêndice para você completar suas próprias projeções de custos iniciais.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CUSTOS DE CRIAÇÃO DA EMPRESA** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Sua Cafeteria** | | | | | | | | | | **1 de janeiro de 2018** | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | | |
| **RECEITA** | **JAN** | **FEV** | **MAR** | **ABR** | **MAIO** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SET** | | **OUT** | **NOV** | **DEZ** | **AAD** |
|  | | | | | | | | | | | | | | |
| Vendas Estimadas de Produtos | R$ 5.000 | R$ 13.000 | R$ 16.000 | R$ 7.000 | R$ 14.500 | R$ 16.400 | R$ 22.500 | R$ 23.125 | R$ 24.549 | | R$ 22.000 | R$ 25.000 | R$ 27.349 | R$ 216.423 |
| Menos Devoluções e Descontos de Vendas | R$ 0 | (R$ 350) | R$ 0 | (R$ 206) | (R$ 234) | R$ 0 | R$ 0 | (R$ 280) | (R$ 1.200) | | (R$ 1.600) | R$ 0 | (R$ 2.400) | (R$ 6.270) |
| Receita de Serviço | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 250 | R$ 350 | R$ 100 | R$ 0 | | R$ 0 | R$ 1.245 | R$ 1.360 | R$ 3.305 |
| Outras Receitas | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 1.500 | R$ 0 | | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 1.500 |
| **Vendas Líquidas** | **R$ 5.000** | **R$ 12.650** | **R$ 16.000** | **R$ 6.794** | **R$ 14.266** | **R$ 16.650** | **R$ 22.850** | **R$ 24.445** | **R$ 23.349** | | **R$ 20.400** | **R$ 26.245** | **R$ 26.309** | **R$ 214.958** |
| **Custo das Mercadorias Vendidas** | **R$ 2.000** | **R$ 5.200** | **R$ 6.400** | **R$ 2.800** | **R$ 5.800** | **R$ 6.560** | **R$ 9.000** | **R$ 9.250** | **R$ 9.820** | | **R$ 8.800** | **R$ 10.000** | **R$ 10.940** | **R$ 86.569** |
| **Lucro Bruto** | **R$ 3.000** | **R$ 7.450** | **R$ 9.600** | **R$ 3.994** | **R$ 8.466** | **R$ 10.090** | **R$ 13.850** | **R$ 15.195** | **R$ 13.529** | | **R$ 11.600** | **R$ 16.245** | **R$ 15.369** | **R$ 128.389** |
|  | | | | | | | | | | | | | | |
| **DESPESAS** | **JAN** | **FEV** | **MAR** | **ABR** | **MAIO** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SET** | | **OUT** | **NOV** | **DEZ** | **AAD** |
|  | | | | | | | | | | | | | | |
| Salários e Remunerações | R$ 2.500 | R$ 2.500 | R$ 3.500 | R$ 5.000 | R$ 5.000 | R$ 5.000 | R$ 8.000 | R$ 9.000 | R$ 9.000 | | R$ 9.000 | R$ 9.000 | R$ 9.000 | R$ 76.500 |
| Marketing/Publicidade | R$ 400 | R$ 450 | R$ 450 | R$ 450 | R$ 900 | R$ 900 | R$ 900 | R$ 900 | R$ 900 | | R$ 900 | R$ 1.200 | R$ 1.200 | R$ 9.550 |
| Comissões de Vendas | R$ 250 | R$ 650 | R$ 800 | R$ 350 | R$ 725 | R$ 820 | R$ 1.125 | R$ 1.156 | R$ 1.227 | | R$ 1.100 | R$ 1.250 | R$ 1.367 | R$ 10.821 |
| Aluguel | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 15.000 |
| Utilitários | R$ 250 | R$ 150 | R$ 200 | R$ 200 | R$ 200 | R$ 250 | R$ 250 | R$ 250 | R$ 200 | | R$ 200 | R$ 250 | R$ 250 | R$ 2.650 |
| Despesas do Site | R$ 175 | R$ 175 | R$ 175 | R$ 175 | R$ 175 | R$ 175 | R$ 175 | R$ 175 | R$ 175 | | R$ 175 | R$ 225 | R$ 225 | R$ 2.200 |
| Internet/Telefone | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 1.320 |
| Seguro | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 1.980 |
| Viagem | R$ 100 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 250 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 675 | | R$ 800 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 1.825 |
| Jurídico/Contabilidade | R$ 1.200 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 450 | R$ 0 | R$ 500 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | | R$ 0 | R$ 0 | R$ 250 | R$ 2.400 |
| Material de Escritório | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 1.500 |
| Despesa de Juros | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Outros 1 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Despesas Totais** | **R$ 6.525** | **R$ 5.575** | **R$ 6.775** | **R$ 8.525** | **R$ 8.650** | **R$ 9.295** | **R$ 12.100** | **R$ 13.131** | **R$ 13.827** | | **R$ 13.825** | **R$ 13.575** | **R$ 13.942** | **R$ 125.746** |
| **Renda Antes dos Impostos** | **(R$ 3.525)** | **R$ 1.875** | **R$ 2.825** | **(R$ 4.531)** | **(R$ 184)** | **R$ 795** | **R$ 1.750** | **R$ 2.064** | **(R$ 298)** | | **(R$ 2.225)** | **R$ 2.670** | **R$ 1.427** | **R$ 2.643** |
| **Despesa de Imposto de Renda** | **(R$ 529)** | **R$ 281** | **R$ 424** | **(R$ 680)** | **(R$ 28)** | **R$ 119** | **R$ 263** | **R$ 310** | **(R$ 45)** | | **(R$ 334)** | **R$ 401** | **R$ 214** | **R$ 396** |
|  | | | | | | | | | | | | | | |
| **LUCRO LÍQUIDO** | **(R$ 2.996)** | **R$ 1.594** | **R$ 2.401** | **(R$ 3.851)** | **(R$ 156)** | **R$ 676** | **R$ 1.488** | **R$ 1.754** | **(R$ 253)** | | **(R$ 1.891)** | **R$ 2.270** | **R$ 1.213** | **R$ 2.246** |
|  | | | | | | | | | | | | | | |

APÊNDICE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **CUSTOS DE CRIAÇÃO DA EMPRESA** | | | | |
| **Sua Cafeteria** | **1 de janeiro de 2018** | | | |
|  | | | | |
| **ITENS DE CUSTO** | **MESES** | **CUSTO/MÊS** | **CUSTO ISOLADO** | **CUSTO TOTAL** |
|  | | | | |
| **Publicidade/Marketing** |  |  |  | R$ 0 |
| **Salários de Funcionários** |  |  |  | R$ 0 |
| **Impostos sobre os Salários dos Funcionários** |  |  |  | R$ 0 |
| **Pagamentos/Utilitários do Aluguel/Locação** |  |  |  | R$ 0 |
| **Postagem/Envio** |  |  |  | R$ 0 |
| **Comunicação/Telefonia** |  |  |  | R$ 0 |
| **Equipamentos de Computador** |  |  |  | R$ 0 |
| **Software de Computador** |  |  |  | R$ 0 |
| **Seguro** |  |  |  | R$ 0 |
| **Despesa de Juros** |  |  |  | R$ 0 |
| **Custos de Serviço Bancário** |  |  |  | R$ 0 |
| **Suprimentos** |  |  |  | R$ 0 |
| **Viagens e Entretenimento** |  |  |  | R$ 0 |
| **Equipamentos** |  |  |  | R$ 0 |
| **Mobília e Equipamentos** |  |  |  | R$ 0 |
| **Melhorias de Arrendamento** |  |  |  | R$ 0 |
| **Depósito(s) de Garantia** |  |  |  | R$ 0 |
| **Licenças/Permissões/Taxas de Negócios** |  |  |  | R$ 0 |
| **Serviços Profissionais - Jurídico, Contabilidade** |  |  |  | R$ 0 |
| **Consultor(es)** |  |  |  | R$ 0 |
| **Inventário** |  |  |  | R$ 0 |
| **Dinheiro em Caixa (Capital de Giro)** |  |  |  | R$ 0 |
| **Diversos** |  |  |  | R$ 0 |
| **ORÇAMENTO ESTIMADO DE CRIAÇÃO DA EMPRESA** |  |  |  | **R$ 0** |

INSTRUÇÕES PARA COMEÇAR COM CUSTOS INICIAIS ESTIMADOS

Determinar os custos iniciais de uma empresa é fundamental para garantir que haja caixa suficiente para iniciar as operações de negócios dentro do prazo orçado, bem como dentro do orçamento de custos. Os custos iniciais geralmente estão dentro de duas categorias, custos mensais e custos únicos. Os custos mensais cobrem os custos que ocorrem a cada mês durante o período de inicialização, e os custos únicos são custos que serão incorridos uma vez durante o período de inicialização.

**Passos para a Preparação:**

**Etapa 1:** Digite o Nome da Empresa e a Data em que você está preparando esta estimativa.

**Etapa 2:** Insira o número de meses e o custo mensal de cada item de custo recorrente. Para custos únicos, pule os custos mensais. Se houver itens de custo com montantes recorrentes e únicos, você poderá inseri-los também. O custo total será calculado automaticamente na coluna da extremidade direita.

**Etapa 3:** Depois de concluir a inserção de todos os custos, revise os itens individuais e o valor total para ver onde você pode fazer ajustes ou mover algo para o futuro quando tiver mais receita.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CUSTOS DE CRIAÇÃO DA EMPRESA** | | | | | | | | | | | | | |
| **Sua Cafeteria** | **1 de janeiro de 2018** | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| **RECEITA** | **JAN** | **FEV** | **MAR** | **ABR** | **MAIO** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SET** | **OUT** | **NOV** | **DEZ** | **AAD** |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| Vendas Estimadas de Produtos | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Menos Devoluções e Descontos de Vendas | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Receita de serviço | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Outras receitas | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Vendas Líquidas** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** |
| **Custo das Mercadorias Vendidas** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** |
| **Lucro Bruto** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** | **R$ 0** |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| **DESPESAS** | **JAN** | **FEV** | **MAR** | **ABR** | **MAIO** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SET** | **OUT** | **NOV** | **DEZ** | **AAD** |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| Salários e Remunerações | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Marketing/Publicidade | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Comissões de Vendas | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Aluguel | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Utilitários | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Despesas do Site | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Internet/Telefone | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Seguro | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Viagem | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Jurídico/Contabilidade | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Material de Escritório | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Despesa de Juros | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Outros 1 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| **Despesas Totais** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **R$ 0** |
| **Renda Antes dos Impostos** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **R$ 0** |
| **Despesa de Imposto de Renda** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| **LUCRO LÍQUIDO** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** | **#Valor!** |
|  | | | | | | | | | | | | | |

INSTRUÇÕES PARA COMEÇAR A FAZER PROJEÇÕES DE LUCROS E PERDAS

Completar as projeções de lucros e perdas de uma nova empresa é um bom exercício para entender e comunicar quando a empresa começará a atingir o ponto de equilíbrio e ver como as vendas e os lucros crescerão. A parte superior do modelo à esquerda, Receita, é uma boa maneira de prever as vendas, mês a mês, no primeiro ano. A parte inferior aplica as despesas estimadas pelo mesmo período de tempo para obter a lucratividade do negócio.

**Passos para a Preparação:**

**Etapa 1:** Digite o Nome da Empresa e a Data em que você está preparando esta projeção.

**Etapa 2:** Insira, para cada mês, iniciando em janeiro ou onde sua estimativa começar, o que você esperava para as vendas. Isso pode ser para produtos ou serviços, ou para vários produtos. Você pode adicionar linhas a este modelo para incluir mais ofertas. A partir disso, você deve subtrair as devoluções de produtos ou descontos que deseja acompanhar (esses números devem ser mostrados como números negativos, por exemplo -10). Abaixo das vendas líquidas, você deve inserir o custo dos bens vendidos. Estes são os custos diretos na venda de um determinado produto; por exemplo, os custos de materiais e mão de obra de montagem, ou se você comprou o produto e o revendeu, seria o custo de atacado.

**Etapa 3:** Digite, para cada mês, a projeção para os salários, marketing, utilitários e outros itens que você está estimando.

**Etapa 4:** Depois de concluir a inserção de todos os custos, revise os itens individuais e o valor total para ver onde você pode fazer ajustes ou mover algo para o futuro quando tiver mais receita. O objetivo é obter lucratividade e fluxo de caixa positivo o mais rápido possível.