

Gallery Seacrh

Compartilhar é preciso

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Rua João Tudella 243, Marília, SP, 17519-460 |  | 14988274059 |  | cavalieriapps@gmail.com |

Sumário

1. [Resumo Executivo 2](#_Toc343868294)

[Destaques](#_Toc343868295)

[Objetivos](#_Toc343868296)

[Missão da empresa](#_Toc343868297)

[Chaves para o sucesso](#_Toc343868298)

1. [Descrição do negócio 3](#_Toc343868299)

[Entidade legal/Propriedade da empresa](#_Toc343868300)

[Local](#_Toc343868301)

[Interior](#_Toc343868302)

[Horário de funcionamento](#_Toc343868303)

[Produtos e serviços](#_Toc343868304)

[Fornecedores](#_Toc343868305)

[Serviço](#_Toc343868306)

[Fabricação](#_Toc343868307)

[Gerenciamento](#_Toc343868308)

[Gerenciamento financeiro](#_Toc343868309)

[Resumo inicial/sobre aquisição](#_Toc343868310)

1. [Marketing 5](#_Toc343868311)

[Análise de mercado](#_Toc343868312)

[Segmento de mercado](#_Toc343868313)

[Concorrência](#_Toc343868314)

[Preços](#_Toc343868315)

1. [Apêndice 5](#_Toc343868316)

[Despesas iniciais](#_Toc343868317)

[Determinando o capital inicial](#_Toc343868318)

[Fluxo de caixa](#_Toc343868319)

[Declaração da projeção de renda](#_Toc343868320)

[Declaração sobre lucros e perdas](#_Toc343868321)

[Balanço](#_Toc343868322)

[Previsão de vendas](#_Toc343868323)

[Marcos](#_Toc343868324)

[Análise do ponto de equilíbrio](#_Toc343868325)

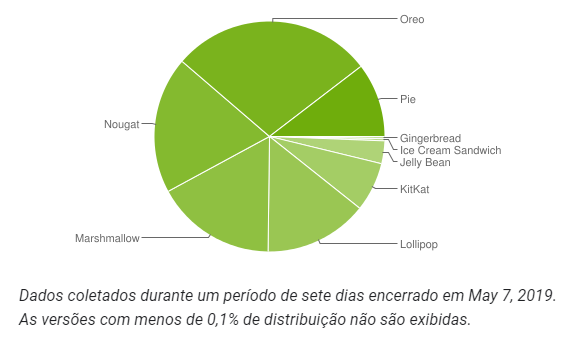
[Documentos variados](#_Toc343868326)

Resumo Executivo

|  |  |
| --- | --- |
|  | Escreva esta seção por último, para que possa resumir os pontos mais importantes de seu plano de negócios.  Forneça uma descrição concisa e positiva de sua empresa, incluindo os objetivos e as realizações. Por exemplo, se sua empresa já estiver estabelecida, considere descrever qual era seu objetivo inicial, como as metas foram realizadas até o momento e o que ocorrerá no futuro. Se for uma nova empresa, resuma suas intenções, como e quando você pretende realizar os objetivos e como você acha que conseguirá superar os principais obstáculos (como a concorrência).  Você também pode optar por usar os quatro subcabeçalhos seguintes para organizar e ajudar a apresentar as informações em seu resumo executivo.  Observação: para excluir qualquer dica, como esta, clique no texto da dica e pressione a barra de espaços. |

Destaques

O aplicativo atenderá no mínimo aproximadamente 11% a mais de dispositivos do que os concorrentes já que estes focam principalmente Androids acima do L (Lollipop). Esse número chega a 24,6% quando comparamos com aplicações que ignoram também o Android L.



Objetivos

Ampliar a divulgação do aplicativo e continuar entregando mais features ao mesmo.

Missão da empresa

Facilitar a nova forma de comunicação da sociedade, cada vez mais por imagens, agilizando o contato pessoal e profissional de seus clientes.

Chaves para o sucesso

O sucesso do aplicativo está em preencher uma lacuna que até então estava sendo ignorada. Vários dos usuários que puderam testar a aplicação disseram já ter pensado em algo parecido ou já presenciaram alguém reclamando da dificuldade de recuperar imagens antigas. O quadro se acirra mais quando este possui um aparelho um tanto mais antigo.

Descrição do negócio

Por meio de uma interface simples e intuitiva o usuário é capaz de encontrar qualquer imagem que esteja em seu smartphone que ele já tenha adicionado palavras chave. Apesar de ter sido feito visando usuários de redes sociais e mensageiros, o aplicativo é compatível com qualquer outro que tenha suporte a receber imagens: e-mails, fichários, editores de imagens etc. A solução irá funcionar em mais de 99% dos aparelhos Android ativos no mercado.

Entidade legal/Propriedade da empresa

A empresa é do tipo MEI – (Micro Empreendedor Individual) em processo de formalização, visto que não serão necessários funcionários e se enquadrada no regime de tributação [Simples](http://www.quickbooks.com.br/r/mei/coheca-impostos-micro-empresas-mei-liberais) Nacional, sendo isenta de tributos federais, como PIS, Cofins e Imposto de Renda.

Serviços

O número de usuários de smartphones e, consequentemente, de redes sociais não para de crescer, estando cada vez mais acessíveis tanto às mais diversas faixas etárias quanto às classes sociais com seus aplicativos *lite* ou *light* que conseguem manter grande parte das funcionalidades de seus aplicativos principais, mas com um tamanho de aplicação reduzido e de maneira equivalente crescem as opções de vendas e *marketing* dentro dessas redes, tanto profissionalmente para empresas consolidadas quanto para microempresas e usuários comuns que querem vender algo que está encostado em casa, como fez o Facebook em 2018 criando o Facebook Marketplace para facilitar uma prática já comum na rede que antes era restrita a os grupos de compra e venda.

Além disto, uma pesquisa executada em 2018 pela Common Sense Media, uma organização independente e não governamental norte americana que avalia a relação de crianças e adolescentes com a tecnologia, e reiterada pela Professora Sherry Turkle do MIT (Massachusetts Institute of Technology), Ph.D. em Psicologia da Personalidade e Sociologia na renomada Harvard University no seu livro "Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less From Each Other" (TURKLE, 2011.), as gerações mais novas gostam cada vez menos de conversar pelo telefone e até pessoalmente, preferindo se utilizar de outras ferramentas digitais pra isso sendo as redes sociais a principal delas seguida de perto pelos aplicativos mensageiros.

Dito isto, o Gallery Search vem para preencher uma lacuna existente nessa nova configuração de comunicação: a de se poder buscar imagens que já foram salvas no smartphone pelo usuário, sejam baixadas pela internet, recebidas de outra pessoa ou fotos feitas pelo próprio. O quadro fica pior quando nos referimos a aparelhos com sistema operacional abaixo do Android 5.0, pois são praticamente ignorados pelas grandes empresas de software.

Local

Empresa totalmente online, voltada para a entrega do aplicativo, não sendo necessário espaço físico.

Horário de funcionamento

Não possui horário de funcionamento, todos os atendimentos são feitos por e-mail.

Serviço

O serviço proposto identificou uma necessidade simples, que talvez devesse vir ao adquirir qualquer smartphone, mas que era ignorada. Os aplicativos de galeria concorrentes, que abordam os mesmos sistemas operacionais, focam na edição de imagem, quando muito, na geolocalização e ou na data da foto para tentar organizar a galeria do usuário. O Gallery Search parte do princípio que o usuário organiza a galeria a fim de conseguir encontrar essas imagens com mais facilidade no futuro e de que a maneira mais fácil e personalizável de encontrar essas imagens é por meio de palavras escolhidas pelo usuário, que façam sentido para ele.

Gerenciamento

|  |  |
| --- | --- |
|  | Como seu histórico ou experiência o ajudará a tornar este negócio um sucesso? Quão participativo você será e que áreas de gerenciamento você delegará a outras pessoas?  Descreva qualquer outra pessoa que está/estará gerenciando seu negócio, incluindo o seguinte:   * Quais são suas qualificações e histórico? (Você pode incluir os currículos no Apêndice.) * Quais são seus pontos fortes ou áreas de experiência que dão suporte ao sucesso de sua empresa? * Quais são suas responsabilidades? Elas estão definidas claramente? (Especialmente importante em casos de sociedades.) * Quais habilidades sua equipe de gerenciamento não tem e que precisa ser fornecida por fontes externas ou com novas contratações?   Se seu negócio tem funcionários, descreva a hierarquia. Qual treinamento e suporte (como um manual das políticas da empresa) você dará aos funcionários? Você oferecerá algum incentivo aos funcionários que melhorará o crescimento de sua empresa?  Se seu negócio é uma franquia, que tipo de auxílio você espera, e por quanto tempo? Inclua informações sobre os procedimentos operacionais e orientações relacionadas que tenham sido fornecidas a você pelo franqueador. |

Gerenciamento financeiro

|  |  |
| --- | --- |
|  | Ao escrever esta seção, considere que a forma como as finanças da empresa são administradas pode ser a diferença entre o sucesso e o fracasso.  Com base nos produtos ou serviços específicos que você pretende oferecer, explique como você espera fazer seu negócio lucrar e em quanto tempo. Seu negócio terá um bom fluxo de caixa ou terá que se preocupar com grandes volumes de Contas a receber e possíveis débitos não pagos?  Inclua todos os detalhes sobre os custos iniciais e operacionais no Apêndice. Entretanto, faça referência a determinadas tabelas, gráficos ou números de página para resumir brevemente a questão financeira inicial necessária e o orçamento operacional.   * Negócios que estão começando precisam incluir todas as aquisições realizadas, incluindo itens que só é preciso comprar uma vez, como grandes equipamentos ou suprimentos, entradas ou depósitos, além de taxas legais e profissionais, licenças/alvarás, seguros, renovação/design/decoração do local, custos com funcionários antes da abertura; publicidade ou promoção * Quando você estiver pronto para abrir o seu negócio, precisará de um orçamento operacional para ajudar a priorizar as despesas. Esse orçamento deve incluir o dinheiro necessário para sobreviver pelos primeiro três a seis meses em operação e indica como você pretende controlar as finanças de sua empresa. Inclua os seguintes gastos: aluguel, água e luz, seguro, folha de pagamento (incluindo impostos), pagamentos de empréstimos, suprimentos de escritório, viagens e entretenimento, valores jurídicos e financeiros, publicidade e promoção, reparos e manutenção, depreciação e qualquer outra categoria específica ao seu negócio.   Você também pode incluir informações (ou referência cruzada com outras seções deste plano de negócios, caso seja apropriado) sobre o tipo de sistema de controle de finanças e inventário que vocês estão usando, pretendem usar ou, quando aplicável, que o franqueador espera que usem. |

Resumo inicial/sobre aquisição

|  |  |
| --- | --- |
|  | Resuma os principais detalhes sobre o início ou aquisição de seu negócio. (Se isto não se aplica ao seu negócio, exclua esta seção.)  Conforme a seção anterior, inclua uma tabela de custos iniciais ou de aquisição no Apêndice. |

Marketing

|  |  |
| --- | --- |
|  | A forma como você apresenta seu plano de negócios pode ter um papel importante no sucesso ou fracasso do seu negócio. É essencial saber o máximo possível sobre os possíveis clientes: quem eles são, o que querem (e o que não querem) e as expectativas que podem ter. |

Análise de mercado

|  |  |
| --- | --- |
|  | Qual é seu mercado alvo? (Quem provavelmente adquirirá seus produtos ou usará seus serviços?) Qual é a demografia? Qual é o tamanho de sua potencial base de clientes?  Onde eles estão? Como você vai informá-los sobre quem você é e onde está, e sobre o que tem a oferecer?  Se acredita que tem algo novo ou inovador, ou algo que geralmente não está disponível: Como você sabe que há um mercado para o produto (as pessoas estão dispostas a pagar pelo que você tem a oferecer)?  Considere o mercado que está tentando atingir: Ele está crescendo, diminuindo ou está estático?  Qual é a porcentagem do mercado que você acha que conseguirá atingir? Como você aumentará sua participação no mercado?  Observação: você pode incluir um gráfico, como o mostrado a seguir, para demonstrar os principais pontos sobre a visão geral de seu possível mercado. |

Segmento de mercado

|  |  |
| --- | --- |
|  | O seu mercado alvo está segmentado? Há níveis diferentes do mesmo tipo de negócio, cada um oferecendo diferentes qualidades, preços ou conjuntos de produtos?  A segmentação do mercado é governada por área geográfica, linha de produto, preços ou outros critérios?  Em qual segmento de mercado seu negócio está? Qual porcentagem do mercado total este segmento abrange? Qual porcentagem deste segmento seu negócio obterá?  Observação: um gráfico de pizza é uma boa maneira de demonstrar relações de parte/todo, como a porcentagem do mercado alvo que cada segmento abrange. Para alterar o formato das etiquetas de dados, clique com o botão direito do mouse em, uma etiqueta e clique em Alterar formas da etiqueta de dados. |

Concorrência

|  |  |
| --- | --- |
|  | Quem mais está fazendo o que você está tentando fazer?  Descreva brevemente vários dos seus concorrentes mais próximos ou principais. Qual porcentagem do mercado eles atingem? Quais são seus pontos fortes e fracos? O que você pode aprender observando a maneira de eles fazerem negócios, como preços, publicidade e abordagem geral em relação ao marketing? Como você espera competir? Como você acha que se sairá melhor?  Que concorrente indireto você enfrenta, como vendas pela Internet, lojas de departamento ou importações?  Como você se manterá informado sobre a tecnologia e as mudanças nas tendências que podem impactar seu negócio no futuro? |

Preços

|  |  |
| --- | --- |
|  | Como você desenvolveu sua política de preços?  Qual das seguintes estratégias de preços pode ser melhor adequada ao seu negócio? Custo e preços de varejo, adequação à concorrência, preços abaixo da concorrência, preços acima da concorrência, vários modelos de preços, inflação, preços adicionados de taxas de lucro ou outras?  Quais são as políticas de preços de seus concorrentes e como elas se comparam à sua? Seus preços estão adequados às médias do mercado?  Como você monitorará os preços e os gastos para garantir que seu negócio obterá lucro?  Como você planeja ficar informado sobre as mudanças no mercado, para garantir que suas margens de lucro não sejam afetadas adversamente por inovações ou novos concorrentes? |

Publicidade e promoção

|  |  |
| --- | --- |
|  | Como você pretende anunciar o seu negócio?  Quais das seguintes opções de publicidade e promoção oferecem a você as melhores chances de fazer seu negócio crescer? Páginas amarelas, sites de redes sociais, mídias diversas (jornais, revistas, televisão, rádio), mala direta, telemarketing, seminários e outros eventos, publicidade em conjunto com outras empresas, representantes de vendas, boca a boca, etc.?  Como você determinará seu orçamento para a publicidade?  Como você acompanhará os resultados de seus esforços em publicidade e promoção?  Você fará anúncios regularmente ou realizará campanhas sazonais?  Como seus produtos serão embalados? Você pesquisou que tipo de embalagem atrais mais os seus clientes? Você fez uma análise de custo das diferentes formas de embalagem? |

Estratégia e implementação

|  |  |
| --- | --- |
|  | Agora que você descreveu os elementos importantes de seu negócio, resuma sua estratégia para a implementação. Se for um negócio novo, priorize as etapas que deve tomar para abrir as portas. Descreva seus objetivos e como pretende atingi-los, e em quanto tempo.  Planejar é uma das partes mais importantes do seu plano de negócios, e uma das mais negligenciadas, e garante que você esteja no controle (o máximo possível) dos eventos e da direção que seu negócio toma. Quais métodos de planejamento você utilizará? |

Apêndice

Despesas iniciais

|  |  |
| --- | --- |
| Licenças comerciais |  |
| Despesas de incorporação |  |
| Depósitos |  |
| Conta bancária |  |
| Aluguel |  |
| Alterações ao interior |  |
| Equipamento/Maquinário necessário: |  |
| Item 1 |  |
| Item 2 |  |
| Item 3 |  |
| *Equipamento/Maquinário total* |  |
| Seguro |  |
| Papel de carta/Cartões comerciais |  |
| Brochuras |  |
| Publicidade antes da abertura |  |
| Inventário para a abertura |  |
| Outros (lista): |  |
| Item 1 |  |
| Item 2 |  |
| Total de despesas iniciais |  |

Determinando o capital inicial

|  |  |
| --- | --- |
|  | 1. Comece preenchendo os valores para os vários tipos de despesa na tabela de fluxo de caixa na próxima página. 2. Comece o primeiro mês na tabela a seguir com o valor inicial de R$ 0,00 e consolide suas despesas de “montante de saída” a partir da tabela de fluxo de caixa abaixo dos três cabeçalhos principais de aluguel, folha de pagamento e outros (incluindo a quantidade de despesas iniciais não pagas em “outros” do mês 1). 3. Continue as projeções mensais na tabela a seguir até que o balanço final seja positivo e consistente. 4. Encontre o maior balanço negativo (o valor necessário para o capital inicial para que o negócio sobreviva até o ponto de equilíbrio, quando todas as despesas serão cobertas pelo montante de entrada). 5. Continue inserindo o valor necessário para o capital inicial na tabela de fluxo de caixa como o valor inicial para o Mês 1. |

|  | Mês 1 | Mês 2 | Mês 3 | Mês 4 | Mês 5 | Mês 6 | Mês 7 | Mês 8 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Valor inicial | R$ 0,00 |  |  |  |  |  |  |  |
| Montante de entrada: |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Vendas em dinheiro pagas |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Contas a receber |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total do montante de entrada* |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Montante de saída: |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Aluguel |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Folha de pagamento |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Outros |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total de montante de saída* |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Balanço final |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Movimento (fluxo de caixa) |  |  |  |  |  |  |  |  |

Fluxo de caixa

|  | Mês 1 | Mês 2 | Mês 3 | Mês 4 | Mês 5 | Mês 6 | Mês 7 | Mês 8 | Mês 9 | Mês 10 | Mês 11 | Mês 12 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Valor inicial |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Montante de entrada: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Vendas em dinheiro |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Contas a receber |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total de entrada de dinheiro* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Montante de saída (despesas): |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Aluguel |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Água e luz |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Folha de pagamento (incl. impostos) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Benefícios |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Pagamentos de empréstimos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Viagens |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Seguros |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Publicidade |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Taxas profissionais |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Suprimentos de escritório |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Postagem |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Telefone |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Internet |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Taxas bancárias |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total de saída de dinheiro* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Balanço final |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Declaração da projeção de renda

|  |  |
| --- | --- |
|  | A Declaração da projeção de renda é outra ferramenta de gerenciamento para visualizar a quantidade de renda gerada por mês com base em previsões razoáveis do nível de vendas mensal e dos custos e despesas. Como as projeções mensais são desenvolvidas e inseridas, esses valores servem como metas para controlar as despesas operacionais. Conforme os resultados reais acontecem, uma comparação com os valores previstos deve levantar suspeitas se os custos estiverem fora de controle, para que se possa fazer algo para corrigir os problemas.  A **Porcentagem industrial** (% ind.) é calculada multiplicando-se os custos/despesas por 100% e dividindo o resultado pelo total de vendas líquido. Esse valor indica o total de vendas padrão para determinada indústria. Você pode obter essas informações de associações comerciais, contadores, bancos ou bibliotecas de referência. Os números da indústria são uma referência útil para comparar os custos/despesas de seu próprio negócio. Compare sua porcentagem anual com os valores indicados na coluna de porcentagem da indústria.  A seguir explicamos alguns dos termos usados na tabela apresentada abaixo:  **Total de vendas líquido (renda):** Este valor é o seu total de vendas estimado por mês. Seja o mais realista possível, levando em consideração as tendências sazonais, retornos, subsídios e remarcações de preços.  **Custo das vendas:** Para ser realista, este valor deve incluir todos os custos envolvidos na realização de uma venda. Por exemplo, quando houver inventário, inclua o custo de transporte e envio e o custo de qualquer mão de obra direta.  **Lucro bruto: subtraia o custo das vendas do total de vendas líquido.**  **Margem de lucro bruta:** calculada dividindo-se o lucro bruto pelo total de vendas líquido.  **Despesas controláveis:** salários (base mais horas extras), despesas com folha de pagamento (incluindo férias pagas, afastamento por motivos de saúde, plano de saúde, seguro desemprego e impostos de previdência social), custo de serviços externos (incluindo subcontratações, trabalho temporário e serviços únicos ou especiais), suprimentos (incluindo todos os itens e serviços adquiridos para uso no negócio), utilitários (água, aquecimento, luz, coleta de lixo, etc.), reparos e manutenção (incluindo despesas regulares e periódicas, como pinturas), publicidade, viagens e veículos (incluindo uso comercial de carros pessoais, estacionamento e viagens de negócios), contabilidade e jurídico (o custo de serviços de profissionais externos).  **Despesas fixas:** Aluguel (apenas para locais usados no negócio), depreciação (a amortização dos bens capitais), seguro (incêndio, danos à propriedade ou a produtos, compensação de funcionários, furto ou roubo, etc.), pagamentos de empréstimos (incluindo as taxas de juros e os pagamentos iniciais sobre empréstimos vencidos), variadas (valores não especificados, pequenos gastos não inclusos em outras contas ou outras seções).  **Lucro/Perda líquido (antes dos impostos):** subtraia o total de despesas do lucro bruto.  **Impostos:** inventário, vendas, IPTU, federal, estadual, etc.  **Lucro/Perda líquido (após os impostos):** subtraia o valor dos impostos do lucro líquido antes dos impostos.  **Total anual:** some todos os valores mensais na tabela para cada item de vendas e de despesas.  **Porcentagem anual:** multiplique o total anual por 100% e divida o resultado pelo valor total de vendas líquido. Compare com a porcentagem da indústria na primeira coluna. |

|  | % ind. | Jan | Fev | Mar | Abr | Mai | Jun | Jul | Ago | Set | Out | Nov | Dez | Total anual | % anual |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Vendas líquidas estabelecidas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Custo das vendas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lucro bruto |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Despesas controláveis: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Salários/Pagamentos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Despesas de folha de pagamento |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jurídico/Contabilidade |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Publicidade |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Viagens/Veículos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Contribuições/Subsídios |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Utilitários |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Variadas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total de despesas controláveis* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Despesas fixas: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Aluguel |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Depreciação |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Seguro |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Alvarás/Licenças |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Pagamentos de empréstimos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Variadas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total de despesas fixas* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total de despesas* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lucro/Perda líquido antes dos impostos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Impostos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lucro/Perda líquido  depois dos impostos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Declaração sobre lucros e perdas

|  |  |
| --- | --- |
|  | Esta tabela essencialmente contém as mesmas informações básicas que a declaração de projeção de renda. Negócios estabelecidos usam este formulário de declaração para comparar um período a outro. Muitos credores podem exigir declarações de lucros e perdas para os últimos três anos de operação.  Em vez de comparar os lucros e despesas reais a uma média da indústria, este formulário de declaração de lucros e perdas compara cada item de lucro e de perda ao valor que foi orçado para ele. A maioria dos sistemas computadorizados de contabilidade pode gerar essa declaração para o(s) período(s) requerido(s), com ou sem a comparação com o orçamento. |

Lucros e perdas, Orçamento vs. real: ([Mês/Ano inicial]—[Mês/Ano final])

|  | [Mês/Ano inicial]—[Mês/Ano final] | Orçamento | Montante sobre o orçamento |
| --- | --- | --- | --- |
| Renda: |  |  |  |
| Vendas |  |  |  |
| Outros |  |  |  |
| *Total de rendas* |  |  |  |
| Despesas: |  |  |  |
| Salários/Pagamentos |  |  |  |
| Despesas com folha de pagamentos |  |  |  |
| Jurídico/Contabilidade |  |  |  |
| Publicidade |  |  |  |
| Viagens/Veículos |  |  |  |
| Contribuições/Subsídios |  |  |  |
| Utilitários |  |  |  |
| Aluguel |  |  |  |
| Depreciação |  |  |  |
| Alvarás/Licenças |  |  |  |
| Pagamentos de empréstimos |  |  |  |
| Variadas |  |  |  |
| *Total de despesas* |  |  |  |
| Lucro/Perda líquido |  |  |  |

Balanço

|  |  |
| --- | --- |
|  | A seguir apresentamos as diretrizes sobre o que incluir no balanço: (Para uso em negócios estabelecidos.)  **Bens:** qualquer coisa de valor que seja de propriedade da empresa ou à qual ela tenha direito legal. O total de bens inclui todos os valores líquidos; os valores resultantes da subtração da depreciação e da amortização do custo original quando o bem foi adquirido.  **Bens atuais:**  **Dinheiro:** no banco ou recursos que possam ser convertidos em dinheiro no período de 12 meses da data do balanço.  **Caixa para pequenas despesas:** um fundo em dinheiro para gastos pequenos e variados.  **Contas a receber:** valores devidos de clientes por mercadorias ou serviços.  **Inventário:** materiais brutos em mãos, trabalhos em progresso e todos os bens finalizados (manufaturados ou adquiridos para revenda).  **Investimentos de curto prazo:** investimentos que oferecem juros ou dividendos e que podem ser convertidos em dinheiro no período de um ano; ações, títulos, certificados de depósito e contas de poupança com depósitos a prazo. Esses devem ser mostrados de acordo com seu custo ou valor de mercado atual, o que for menor. Os investimentos a curto prazo também podem ser chamados de “investimentos temporários” ou “bens de liquidez imediata”.  **Despesas pré-pagas:** bens, benefícios ou serviços que o negócio paga ou aluga com antecedência, como suprimentos de escritório, seguro ou local de trabalho.  **Investimentos de longo prazo:** títulos que um negócio pretende manter por pelo menos um ano. Também conhecidos como bens de longo prazo, geralmente são juros ou dividendos pagos por ações, títulos ou contas de poupança.  **Bens fixos:** este termo inclui todos os recursos que um negócio possui ou adquire para uso em suas operações e que não são para revenda. Podem ser alugados ao invés de adquiridos e, dependendo do acordo de leasing, podem precisar ser inclusos como bens pelo seu valor e pela responsabilidade. Os bens fixos incluem terras (o preço de compra original deve ser listado, sem subsídios para o valor de mercado), edifícios, melhorias, equipamento, móveis, veículos.  **Obrigações:**  **Obrigações atuais:** incluem todas as dívidas, obrigações financeiras e reivindicações a serem pagas nos próximos 12 meses.  **Contas a pagar:** valores devidos a fornecedores por bens e serviços adquiridos para o negócio.  **Títulos a pagar:** o balanço do valor devido por dívidas a curto prazo, valores emprestados para o negócio. Inclui também o valor atual devido em títulos cujos termos excedem 12 meses.  **Juros a pagar:** valores acumulados devidos a curto e a longo prazos, capital emprestado e créditos estendidos ao negócio.  **Impostos a pagar:** valores incorridos durante o período contábil coberto pelo balanço.  **Competência da folha de pagamentos:** salários e pagamentos devidos durante o período abrangido pelo balanço.  **Obrigações a longo prazo:** títulos, pagamentos de contratos ou hipotecas devidos durante um período que excede 12 meses. Esses valores devem ser listados por balanço devido menos o valor atual devido.  **Patrimônio líquido:** também chamado de capital social. Este é o valor da reivindicação do(s) proprietário(s) sobre os bens do negócio. Em uma firma individual ou uma sociedade, este capital é o investimento original de cada sócio mais qualquer valor ganho após as compensações.  A maioria dos sistemas computadorizados de contabilidade pode gerar um balanço do(s) período(s) solicitado(s).  Observação: o total de bens sempre será igual ao total de obrigações mais o patrimônio líquido total. Isto é, os valores finais do total de bens e do total de obrigações sempre será o mesmo. |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| | Bens |  | | --- | --- | | Bens atuais: |  | | Dinheiro: |  | | Caixa para pequenas despesas |  | | Contas a receber |  | | Inventário |  | | Investimentos de curto prazo |  | | Despesas pré-pagas |  | | Investimentos de longo prazo |  | | Bens fixos: |  | | Terras |  | | Edifícios |  | | Melhorias |  | | Equipamento |  | | Móveis |  | | Veículos |  | | Outros bens: |  | | Item 1 |  | | Item 2 |  | | Item 3 |  | |  | | Obrigações |  | | --- | --- | | Obrigações atuais: |  | | Contas a pagar |  | | Títulos a pagar |  | | Juros a pagar |  | | Impostos a pagar: |  | | Imposto federal sobre a renda |  | | Imposto estadual sobre a renda |  | | Imposto para autônomo |  | | Imposto de vendas |  | | IPTU |  | | Competência da folha de pagamentos |  | | Obrigações de longo prazo |  | | Títulos a pagar |  | | Patrimônio líquido/Capital social/Ganhos mantidos |  | |
| |  |  | | --- | --- | | Total de bens: |  | |  | |  |  | | --- | --- | | Total de obrigações: |  | |

Previsão de vendas

|  |  |
| --- | --- |
|  | Estas informações podem ser apresentadas em um gráfico ou uma tabela, por mês, trimestre ou ano, para ilustrar o crescimento antecipado das vendas e o custo das vendas relacionado. |

Marcos

|  |  |
| --- | --- |
|  | Esta é uma lista dos objetivos que seu negócio pode querer atingir, por datas de início e fim, e por orçamento. Também pode ser apresentada como gráfico ou tabela. |

Análise do ponto de equilíbrio

|  |  |
| --- | --- |
|  | Use esta seção para avaliar a capacidade de lucro de seu negócio. Você pode examinar o quão perto está de atingir o ponto de equilíbrio, quando suas despesas são cobertas pela quantidade de vendas e você está prestes a realizar lucros.  Uma análise de ponto de equilíbrio pode lhe dizer qual volume de vendas é necessário para gerar lucro. Também pode ser usado como um guia para definir os preços.  Há três formas básicas de aumentar os lucros de seu negócio: gerar mais vendas, elevar os preços e/ou diminuir os custos. Todas podem causar impacto em seu negócio: se você elevar os preços, pode não ser competitivo o suficiente; se gerar mais vendas, pode precisar de mais funcionários para atender essas vendas, o que pode aumentar seus custos. Reduzindo os custos fixos que seu negócio precisar pagar todos os meses terá maior impacto na margem de lucro do que alterar os custos variáveis.  **Custos fixos:** aluguel, seguros, salários, etc.  **Custos variáveis:** o custo de comprar produtos, suprimentos, etc.  **Margem de contribuição:** é o preço de venda menos os custos variáveis. Mede o valor disponível para pagar os custos fixos e ainda obter lucro.  **Razão da margem de contribuição:** é o valor total de vendas menos os custos variáveis, dividido pelo total de vendas. Mede a porcentagem de cada real vendido para pagar os custos fixos e obter lucro.  **Ponto de equilíbrio:** o valor quando o total de vendas é igual ao total de despesas. Representa o valor mínimo em vendas que é preciso obter para atingir o lucro.  **Ponto de equilíbrio em unidades:** para determinados negócios, este é o total de custos fixos dividido pelo preço de venda unitário menos os custos variáveis por unidade. Informa quantas unidades é preciso vender antes de obter lucro.  **Ponto de equilíbrio em reais:** é o valor total dos custos fixos dividido pela razão da margem de contribuição. É um método de calcular o valor mínimo de vendas a atingir para obter lucro.  **Observação:** se o valor das vendas estiver abaixo do ponto de equilíbrio, seu negócio está perdendo dinheiro. |

Documentos variados

|  |  |
| --- | --- |
|  | Para apoiar as declarações feitas em seu plano de negócios, pode ser necessário incluir algum dos ou todos os seguintes documentos no Apêndice:   * Currículos pessoais * Demonstrativos financeiros pessoais * Dossiê de crédito, pessoal e de negócios * Cópias de empréstimos * Carta de referência * Contratos * Documentos legais * Imposto de renda pessoal e do negócio * Outros documentos relevantes * Fotografias |