

Gallery Seacrh

Compartilhar é preciso

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

d

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)

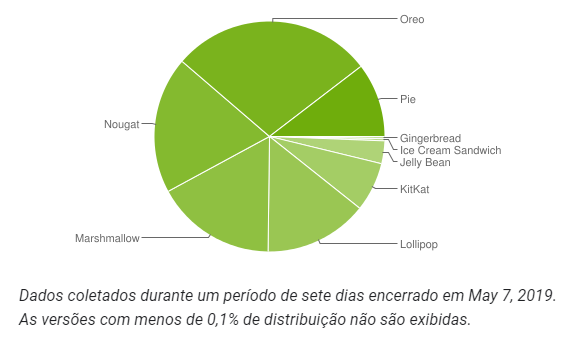
[Documentos variados](#_Toc343868326)

Resumo Executivo

Com o crescimento contínuo do uso de redes sociais e aplicativos mensageiros cresce também a necessidade de se agilizar a forma como se dá esse tipo de interação. O uso de imagens nesses meios nunca esteve tão em alta, sejam fotos pessoais ou posts reflexivos a comunicação por imagens parece que veio para ficar. Nesse sentido, para melhorar este tipo de interação surge Gallery Search, um aplicativo de empresa homônima com o objetivo de facilitar e agilizar a forma como as pessoas recuperam imagens para compartilhamento. O usuário escolhe qual palavra chave faz mas sentido para ela para aquelas imagens e posteriormente compartilha onde desejar.

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.

Produtos

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.

Produto

O produto proposto identificou uma necessidade simples, que talvez devesse vir junto 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

Inicialmente toda a administração será feita, pelo autor e dono da ideia; O mesmo possui 5 anos como desenvolvedor de softwares e sites; trabalhou 2 anos em cargo de auxílio administrativo em empresa pública. Pretende-se futuramente investir na terceirização do marketing.

Gerenciamento financeiro

Por ser uma microempresa de baixíssimo custo, os únicos custos iniciais foram o de certificação da conta na Google Play Store para lançar o aplicativo e o custo de tradução do mesmo. Somado a isto há o custo mensal de manutenção da empresa aberta. A empresa não necessita de localização física nem de fornecimento rotineiro. Então no primeiro mês os gastos do empreendimento ficaram em R$229,90, após isto o gasto se dará com o valor pago pela manutenção do tipo de empresa, totalizando R$49,90 mensais. O autor no momento encontra-se empregado e pretende manter o emprego juntamente com a empresa até que a mesma cubra suficientemente os gastos cotidianos do mesmo. Neste sentido, a empresa precisa manter um lucro superior a R$49,90 por mês para sustentar-se de maneira saudável. O aplicativo motivo da empresa tem abordagem freemium, ou seja, o app é limitado e há propagandas dentro do app que geram receita e o usuário pode pagar para receber mais funcionalidades e remover as propagandas. Em pesquisa prévia, 25% do público alvo da aplicação esta disposta a pagar pelo aplicativo ao invés de usar uma versão com propagandas. No início da operação a empresa não contará com o valor pago por propagandas, ficará dependente dos usuários que comprarem o aplicativo. Considerando que o mesmo será vendido por R$0,99 será necessário garantir 201 downloads mensais para manter a empresa autossustentável. Ainda assim, o valor de propagandas pagas que comporá receitas seguindo como métrica os valores de propaganda médios pagos a cada 1000 interações nos EUA e no Brasil pelo Google AdMob são de, respectivamente, $1,00 e $0,44. Assim a cada 1000 visualizações com propagandas o valor pago pode variar de aproximadamente R$1,76 a R$4,00.

Marketing

O marketing da solução se dará neste primeiro momento exclusivamente pode meio de redes sociais, inicialmente de maneira orgânica, focando primeiramente no público jovem brasileiro e norte americano, com linguagem simples e direta. Planeja-se posteriormente agregar também os públicos falantes de espanhol e italiano e ampliar a rede de marketing.

Análise de mercado

A empresa tem seu foco principal no público jovem, que vive conectado, levando em conta também pequenos empresários que focam nesse público e se utilizam dos meios virtuais de convivência desse público para fazer seus anúncios ou os utilizam como canal de contato com seus clientes.

O Google photos recentemente alcançou a marca de 1bilhão de usuários. Somente no Instagam são subidas mais de 60.000.000 de imagens diariamente; somente em setembro de 2019 o Facebook teve mais de 1,63 bilhões de usuários diários; em 2017 o Whatsapp já contava com 1,5 bilhões de usuários ativos. Essas formas de comunicação e compartilhamento tornaram-se estilos de vida para muitos de seus usuários. Neste mercado é valorizado o ganho de agilidade na interação, e isso é o que preconiza o aplicativo motivo da empresa, agilizar a forma como estas pessoas compartilham imagens entre si.

Concorrência

Os concorrentes diretos são os aplicativos de galeria que possuem alguma atividade além da visualização de fotos e neste quesito desponta o Google Photos, que consegue classificar fotos principalmente conforme as pessoas que nela aparecem; hoje o Google Photos possui mais de 1bilhão de usuários. Ainda assim, ele ignora aparelhos que usem Android menor do que o Lollipop (Android 5), não trabalha com recuperação a partir de palavras chave do usuário e o mesmo admite que algumas de suas funcionalidades são restritas a algumas regiões.

Também podemos citar os aplicativos de galeria pré instalados nos aparelhos, que são diferentes conforme a marca do aparelho, mas estes focam em embelezamento e filtros como diferencial, tornando o Gallery Search um complemento, pois o usuário usaria o Gallery Search para encontrar as imagens a serem abertas nesses demais aplicativos de filtro.

O Gallery Search vem para complementar, seu escopo é preciso: encontre suas imagens com as palavras que você achar melhor e as utilize como quiser depois.

Preços

A precificação foi baseada no valor médio dos aplicativos de categoria similar que são pagos ou freemium. Espera-se manter um preço baixo (R$0,99) para garantir o interesse daqueles que aceitam pagar pelo aplicativo e fazer o uso de propagandas dentro o app para gerar receita também no volume de downloads.

Publicidade e promoção

A divulgação é realizada por meio de redes sociais, inicialmente de maneira orgânica. Planeja-se utilizar futuramente parte dos lucros para o marketing pago também por meio dessas redes sociais.

Estratégia e implementação

A implementação se dará atacando primeiramente o marketing direto, dentro de grupos de fotografia e “memes” do Facebook e em páginas que permitam este tipo de interação, ressaltando o valor baixo em comparação com os concorrentes, principalmente quando analisamos o público norte americano que está acostumado a pagar um pouco a mais, e pelo baixo valor do real frente ao dóllar. Pretende-se seguir a margem de interesse da pesquisa prévia, de conversão de 25% do público em pagantes, então espera-se que a solução se pague e passe a ser rentável ainda no seu primeiro ano de atividade.

Apêndice

Despesas iniciais

|  |  |
| --- | --- |
| Licenças comerciais | R$49,90 |
| Tradução aplicativo | R$80,00 |
| Inscrição na Play Store | R$100,00 |
| Total de despesas iniciais | R$229,90 |

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 | 0 |  |  |  |  |  |  |  |
| 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. |