



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

PRISCILLA FIALHO DURANTI KJELLIN

**VIABILIDADE DE EMPREENDEDORISMO DE EMPRESA SUSTENTÁVEL
ANALISAR A VIABILIDADE PARA EMPREENDER COM UMA EMPRESA QUE IRÁ
COMERCIALIZA PRODUTOS SUSTENTÁVEIS NO ESTADO DO RIO GRANDE DO
SUL**

Palhoça

2020

PRISCILLA FIALHO DURANTI KJELLIN

**VIABILIDADE DE EMPREENDEDORISMO DE EMPRESA SUSTENTÁVEL
ANALISAR A VIABILIDADE PARA EMPREENDER COM UMA CONSULTORIA DE
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel.

Orientadora: Prof.^a Sidenir Niehuns

Palhoça
2020

PRISCILLA FIALHO DURANTI KJELLIN

**VIABILIDADE DE EMPREENDEDORISMO DE EMPRESA SUSTENTÁVEL
ANALISAR A VIABILIDADE PARA EMPREENDER COM UMA CONSULTORIA DE
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado à obtenção do título de grau de Bacharel em Administração e aprovado em sua forma final pelo Curso superior de Administração da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Palhoça, 17 de 11 de 2020.

Professora e orientadora Sidenir Niehuns.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Expresso minha gratidão a todos os professores do curso de Administração da Universidade Unisul durante o período de graduação, assim como todo o apoio que me deram mesmo a distância para chegar e conquistar mais esta a realização de me tornar Bacharel.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela oportunidade de estar aqui realizando mais um objetivo de vida, assim como de me dar forças para ultrapassar todas as barreiras postas em meu caminho durante esta jornada.

Agradeço ao meu esposo Emanuel Neumann Kjellin, que me incentivou e me deu coragem para me formar e me tornar uma Bacharel em Administração.

Agradeço aos meus filhos Bernardo Duranti Kjellin e Isabelli Duranti Kjellin, por me darem força e compreenderem a minha ausência durante os dias e finais de semana que me dedicava aos estudos.

Agradeço a mim, por nunca deixar meus objetivos para trás e me encorajar sempre que o desânimo e a falta de tempo apareciam como obstáculos e mesmo assim eu os vencia, sempre imaginando este dia chegando e a felicidade de ter um canudo na mão me traria.

Simplesmente agradeço ao Deus, ao Universo e a todas as pessoas e professores que me auxiliaram a distância, como anjos orientadores.

Eu sou grata, eu sou grata, eu sou grata. Amém.

“Semear ideias ecológicas e plantar sustentabilidade é ter a garantia de colhermos um futuro fértil e consciente” (Sivaldo Filho, ano desconhecido).

RESUMO

Iremos tratar neste estudo a viabilidade de empreender em uma empresa no ramo de venda de produtos visando a sustentabilidade no estado do Rio Grande do Sul. Durante este estudo iremos vermos que existe entrada no mercado para empresas neste segmento, empresa de pequeno porte com baixo custo de abertura e manutenção e com retorno rápido.

Desta forma queremos mostrar que uma empresa com baixo custo, que trará uma causa sustentável e que incentiva a mão de obra terceirizada aumentando a empregabilidade externa, será uma referência em oportunidade para quem busca uma empresa sustentável e com retorno imediato de custo x investimento.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Sustentabilidade. Consumo consciente.

ABSTRACT

In this study we will address the feasibility of undertaking a company in the business of selling products aimed at sustainability in the state of Rio Grande do Sul. During this study we will see that there is entry into the market for companies in this segment, a small company with low cost. opening and maintenance and quick return.

In this way we want to show that a company with a low cost, which will bring a sustainable cause and which encourages outsourced labor by increasing external employability, will be a reference in opportunity for those looking for a sustainable company with an immediate return on cost x investment.

Keywords: Entrepreneurship. Sustainability. Conscious consumption.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –Fluxograma de compra junto ao fornecedor:.....	31
----------------------------------------------------------	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Ponto de Equilíbrio.....	47
--------------------------------------	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
1.1	TEMA E PROBLEMA	12
1.2	OBJETIVO	12
1.2.1	Objetivo geral:	12
1.2.2	Objetivo específicos:.....	12
1.3	JUSTIFICATIVA	13
1.4	METODOLOGIA	13
1.4.1	Forma de tratar os objetivos da pesquisa:	13
1.4.2	Procedimento de coleta de dados:.....	13
1.4.3	Unidade de análise:	13
1.4.4	Instrumento de coleta de dados:	14
1.5	FICHA TÉCNICA	14
2	REVISÃO DE LITERATURA	15
3	DESCRIÇÃO DE NEGÓCIO	16
3.1	NOME DA EMPRESA:	16
3.2	CONSTITUIÇÃO LEGAL:.....	16
3.3	PROPRIETÁRIO DA EMPRESA:.....	16
3.4	OBJETIVO DA EMPRESA:	16
4	PLANO ESTRATÉGICO	17
4.1	ANÁLISE DO MACRO-AMBIENTE:.....	17
4.2	ANÁLISE DO SETOR:	17
4.3	ANÁLISE INTERNA DO EMPREENDIMENTO:.....	21
5	ASPECTOS ANALISADOS	21
4.4	A MATRIZ SWOT:	22
4.5	OBJETIVO ESTRATÉGICO:.....	22
4.6	POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO:	23
5. PLANO ESTRATÉGICO	24	
5.1	ANÁLISE DE MERCADO:	24
5.1.1	Descrição do produto:	24
5.1.2	Análise do mercado consumidor:.....	24
5.1.3	Análise dos fornecedores:	25
5.1.4	Análise detalhada dos concorrentes:	26

5.2	SEGMENTAÇÃO DO MERCADO:	27
5.3	OBJETIVOS E ESTRATÉGIA DE MERCADO:.....	28
5.3.1	Objetivo de Marketing:	28
5.3.2	Estratégia de Marketing:.....	28
6.	PLANO DE OPERAÇÃO:.....	30
6.1	TAMANHO (CAPACIDADE DE INSTALADA):	30
6.2	TECNOLOGIA E OPERAÇÃO:.....	30
6.3	LOCALIZAÇÃO:	32
7.	PLANO FINANCEIRO:	33
7.1	INVESTIMENTO INICIAL:.....	33
7.2	FORMAS DE FINANCIAMENTO:	34
7.3	RECEITAS:	35
7.4	CUSTOS:	37
7.5	PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA:.....	39
7.6	PROJEÇÃO DO DEMOSTRATIVO DE RESULTADOS (DRE):.....	40
8.	AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO:	42
8.1	AVALIAÇÃO ECONÔMICA:	42
8.1.1	Ponto de Equilíbrio:	42
8.1.2	Taxa de Lucratividade:.....	46
8.1.3	Taxa do retorno do investimento:.....	47
8.1.4	Prazo de retorno do investimento (payback):.....	48
8.1.5	Taxa Interna de retorno:	49
8.1.6	Valor Presente Líquido:.....	50
8.2	ANÁLISE DE SENSIBILIDADE:	51
8.3	AVALIAÇÃO SOCIAL:	52
9.	CONCLUSÃO:	53
	REFERÊNCIAS	54
	APÊNDICES	55

1 INTRODUÇÃO

1.1 TEMA E PROBLEMA

O Será proposto um novo negócio com ênfase na utilização de materiais de uso pessoal que vem ao encontro da sustentabilidade, esta empresa vai fazer vendas de kits ou produtos avulsos voltados a objetos utilizados para realizar refeições, ao qual as pessoas poderão transportar na bolsa, mochila ou mala e ainda ajudar a preservar o meio ambiente.

O nome da organização: go.echo

A empresa inicialmente será em formato MEI, para redução de custos e por não ter necessidades de funcionários e ter mão de obra terceirizada.

Proprietário (s) da organização: Priscilla Fialho Duranti Kjellin.

Minha empresa irá desenvolver e vender produtos sustentáveis portáteis, aonde as pessoas de forma prática irão carregar seus Kits como copos, talheres e canudos dentro de um nécessaire para realizar suas refeições dentro ou fora de casa. Estes kits ecológicos poderão ser utilizados por crianças ou adultos.

A ideia é que tudo que pertença ao Kit venha de um jeito sustentável e ecologicamente feitos, preservando o meio em que vivemos.

1.2 OBJETIVO

1.2.1 Objetivo geral:

Analisar a viabilidade para empreender no ramo de produtos sustentáveis no estado do Rio Grande do Sul.

1.2.2 Objetivo específicos:

- Viabilizar uma empresa no segmento de produtos Sustentáveis;
- Coletar informações sobre o segmento (Varejo de produtos sustentáveis);
- Identificar e fortalecer as condições para sucesso do empreendimento;
- Identificar os fatores que podem dificultar o êxito do empreendimento;
- Atestar a viabilidade econômica do empreendimento confeccionando um Plano de Negócio.

1.3 JUSTIFICATIVA

Atuei durante 18 anos como consultora financeira de pequenas e médias empresas, por todo o conhecimento como Gerente de Empresa de uma instituição financeira, aprendi muito com meus clientes de como iniciar um negócio assim como manter uma empresa saudável.

Irei atuar no segmento ao qual durante meus anos de consultora vi a possibilidade de um ramo pouco explorado ao qual o investimento seria baixo com um retorno rápido de capital investido.

1.4 METODOLOGIA

Minha pesquisa será de forma qualitativa; buscarei ideias de projetos e produtos ao qual vão ajudar a minha empresa buscando um diferencial de mercado, visando atingir um público que visa a sustentabilidade e preservar nosso meio ambiente.

1.4.1 Forma de tratar os objetivos da pesquisa:

Descritiva: Vou descrever como meu novo negócios vai funcionar e como vou fazer para que tudo que seja ofertado seja produtos sustentáveis e que gere um benefício ao meio ambiente de forma positiva.

1.4.2 Procedimento de coleta de dados:

Bibliográfica: Vou fazer pesquisas e coletas de dados via internet e livros para me aprofundando mais nos conceitos de uma empresa eco sustentável, quais os produtos que utilizamos no nosso dia a dia que mais afetam o nosso meio ambiente e como transformar esses produtos em algo reutilizável de forma a trazer benefícios a todos.

1.4.3 Unidade de análise:

Será utilizado Análise Documental, ao qual irei buscar informações na Internet e livros de artigos já disponíveis de estudos sobre empresas sustentáveis e como fazer isto na prática.

1.4.4 Instrumento de coleta de dados:

Internet, revistas, livros e documentos.

1.5 FICHA TÉCNICA

- Denominação: go.echo
- Porte: MEI
- Localização: Porto Alegre/RS
- Ramo de atividade: Varejo – Venda de produtos sustentáveis
- Área de atuação: Brasil
- Produtos: Venda de produtos de uso pessoal
- Investimento inicial: 64.100,00
- Receita operacional mensal prevista: R\$8.750 (média)
- Ponto de Equilíbrio: 64%
- Taxa anual de retorno do investimento: 57% a.a
- Situação de mercado: Crescendo
- Parecer final de viabilidade do empreendedorismo: Viável

2 REVISÃO DE LITERATURA

Conforme material de referência do Sebrae e do site SuperVarejo, verificamos que nosso ramo que busca a conscientização de produtos Sustentáveis, do período de 2007 a 2020 cresceu 198% e a quantidade de produtos voltados para este fim cresceu 322%, ou seja, os consumidores tem buscado fazer aquisição de produtos que tem por traz uma consciência ambiental.

Podemos observar na reportagem abaixo do site: www.supervarejo.com.br

“Categoria ganha força em meio à pandemia

A seção de produtos sustentáveis ganhou ainda mais fôlego diante do cenário imposto pelo coronavírus. O levantamento revelou que o total de usuários que visitaram a seção de produtos sustentáveis no Brasil duplicou no mês de maio, na comparação com o resultado de março de 2020, e que o número de compradores totais da categoria cresceu 100%, enquanto o de novos compradores avançou 130% no País.

“O aumento percentual de novos compradores na vertical superou inclusive o avanço do site como um todo, o que pode ser um indicativo de que o brasileiro está mais maduro e consciente nas suas escolhas de consumo”, comenta Julia Rueff, diretora de marketplace do Mercado Livre no Brasil.

Entre as linhas de produtos que mais se destacaram no período, estão os itens classificados como reutilizáveis e o lixo zero, como: desodorantes sem plástico, copos menstruais e sacolas ecológicas; energia renovável, como painéis solares fotovoltaicos; e mobilidade sem emissões, como bicicletas tradicionais e elétricas. Já os produtos de maior crescimento estão relacionados aos cuidados pessoais e do lar.”

Conforme vemos na reportagem, nosso ramo de produtos que visam a consciência ambiental já está na lista de itens de prioridade de compra, as pessoas se preocupam em fazer aquisição de produtos sustentáveis visando proteger o meio ambiente, é um ramo de crescimento constante e com mercado com viabilidade de negócio.

3 DESCRIÇÃO DE NEGÓCIO

3.1 NOME DA EMPRESA:

go.echo

3.2 CONSTITUIÇÃO LEGAL:

Empresa inicialmente será em formato MEI, para redução de custos e por não ter necessidades de funcionários e ter mão de obra terceirizada.

Mei-Microempreendedor Individual

3.3 PROPRIETÁRIO DA EMPRESA:

Sra. Priscilla Fialho Duranti Kjellin

3.4 OBJETIVO DA EMPRESA:

Minha empresa irá desenvolver e vender produtos sustentáveis portáteis, aonde as pessoas de forma prática irão carregar seus Kits como copos, talheres e canudos dentro de um nécessaire para realizar suas refeições dentro ou fora de casa. Estes kits ecológicos poderão ser utilizados por crianças ou adultos.

A ideia é que tudo que pertença ao Kit venha de um jeito sustentável e ecologicamente feitos, preservando o meio em que vivemos.

4 PLANO ESTRATÉGICO

4.1 ANÁLISE DO MACRO-AMBIENTE:

Fatores	Aspectos analisados
Econômicos	<p>1) Estarei procurando empresas de comunidades que desenvolvem produtos através de materiais reutilizáveis para elaborar as embalagens de meus produtos, fazendo assim a economia em bairros de baixo poder aquisitivo desenvolver e ganhar forças;</p> <p>2) Hoje o número de pessoas que buscam produtos sustentáveis cresce cada vez mais, isto faz com que a economia abra mais um nicho de Mercado ao qual não era valorizado antes, gerando mais rendas, empresas e possibilidades de negócios.</p> <p>3) Uma empresa sustentável, utilizando mão de obra de baixo custo tende a ter um benefício fiscal e custos mais baixos de produção.</p>
Político-legais	<p>Atualmente vivemos em um país que renasce para a Política, ao qual após uma crise política, tivemos que nos reinventar e criar novas possibilidades de negócios, e com isto tudo esta empresa vai colaborar com cooperativas para que elas cresçam e desenvolvam.</p>
Socioculturais	<p>Hoje temos uma preocupação de como preservar o meio ambiente em que vivemos e com isto fazendo a redução de lixo orgânicos que produzimos trazendo redução de resíduos e gerando ganhos mercadológicos e sustentável.</p>
Tecnológicos	<p>Através de ideias sustentáveis, foi possível desenvolver produtos sustentáveis e reutilizáveis para gerar benefícios ao meio ambiente, e cada vez mais através da tecnologia são desenvolvidas máquinas que permitem a reciclagem e criação de produtos biodegradáveis.</p>

4.2 ANÁLISE DO SETOR:

FORÇA 1- POSSIBILIDADE DE ENTRADA DE NOVOS CONCORRENTES

FATORES	NOTA
A	É possível ser pequeno para entrar no negócio 5
B	Empresas concorrentes têm marcas desconhecidas, ou os clientes não são fiéis 3

C	É necessário baixo investimento em infra-estrutura, bens de capital e outras despesas para implantar o negócio	5
D	Os clientes terão baixo custos para trocarem seus atuais fornecedores	2
E	Tecnologia dos concorrentes não é patenteada. Não é necessário investir em pesquisa.	3
F	O loca, compatível com a concorrência, exigirá baixo investimento.	5
G	Não há exigência do governo que beneficiam empresas existentes ou limitam a entrada de novas empresas.	2
H	Empresas estabelecidas têm poucas experiências no negócio ou custo altos.	1
I	É provável uma guerra com o novos concorrentes.	1
J	o mercado não está saturado.	5
TOTAL		32

Intensidade da FORÇA 1=[Total-10/40]x100

$$F1=[32-10/40]X100 = 55$$

FORÇA 2 - RIVALIDADE ENTRE AS EMPRESAS EXIXTENTES NO SETOR

FATORES		NOTA
A	Existe grande número de concorrentes, com relativo equilíbrio em termos de tamanho e recursos	3
B	O setor em que se situa o negócio mostra um lento crescimento. Uns prosperam em detrimento de outros.	4
C	Custos fixos altos e pressão no sentido do vender o máximo para cobrir estes custos.	1
D	Acirrada disputa de preços entre os concorrentes.	3
E	Não há diferenciação entre os concorrentes.	3
F	É muito dispendioso para as empresas já estabelecidas sairem do negócio.	2
TOTAL		16

Intensidade da FORÇA 2=[Total-6/24]x100

$$F2=[16-6/24]X100 = 41,66$$

FORÇA 3 - AMEAÇA DE PRODUTO SUBSTITUTOS

FATORES		NOTA
A	verifica-se uma enorme quantidade de produtos substitutos.	2
B	Produtos substituto têm custos mais baixos que os das empresas existentes no negócio.	3
C	Empresas existentes não costumam utilizar publicidade para promover sua imagem e dos produtos.	1
D	Setores de atuação dos produto substitutos estão em expansão, aumentando a concorrência.	3
TOTAL		9

$$\text{Intensidade da FORÇA 3} = [\text{Total}-4/16] \times 100$$

$$F3 = [9-4/16] \times 100 = 31,25$$

FORÇA 4 - PODER DE NEGOCIAÇÃO DOS COMPRADORES

FATORES		NOTA
A	Clientes compram em grandes quantidades e sempre fazem forte pressão por preços menores.	2
B	Produtos vendido pelas empresas do setor representa muito nos custos do comprador.	2
C	Produtos que os clientes compram das empresas do setor são padronizados.	2
D	Clientes não têm custos adicionais significativos, se mudarem de fornecedores.	4
E	Há sempre uma ameaça dos clientes virem a produzir os produtos adquiridos no setor.	4
F	Produtos vendidos pelas empresas do setor não é essencial para melhorar os produtos do comprador.	3
G	Clientes são muito bem informados sobre preços, e custos do setor.	3
H	Clientes trabalham com margens de lucro achatadas.	1
TOTAL		21

$$\text{Intensidade da FORÇA 4} = [\text{Total}-8/32] \times 100$$

$$F4 = [21-8/32] \times 100 = 61,90$$

FORÇA 5 - PODER DE NEGOCIAÇÃO DOS FORNECEDORES

FATORES		NOTA
A	O fornecimento de produtos, insumos e serviços necessários é concentrado em poucas empresas fornecedoras.	4
B	Produtos adquiridos pelas empresas do setor não são facilmente substituídos por outros.	4
C	Empresas existentes no setor não são clientes importantes para os fornecedores.	2
D	Materiais / serviços adquiridos dos fornecedores são importantes para o sucesso dos negócios no setor.	5
E	Os produtos comprados dos fornecedores são diferenciados.	5
F	Existem custos significativos para se mudar e fornecedores.	3
G	Ameaças permanente dos fornecedores entrarem no negócio do setor.	2
TOTAL		25

<p>Intensidade da FORÇA 5=[Total-7/28]x100 F5=[25-7/28]X100 = 64,28</p>

Da análise de intensidade de força podemos verificar as seguintes situações:

- 1) FORÇA 1, apresenta uma intensidade média força, visto estar em um segmento específico ainda não explorado pelas empresas ou novos empreendedores, o risco de novos entrantes é mediano, pois trata-se de um segmento não tão interessante para as empresas investirem por se tratar de objetos adquiridos apenas uma vez e com tempo de duração maior, fazendo com que o consumo seja mais específico.
- 2) FORÇA 2, apresenta baixa intensidade de força, conforme a FORÇA 1, este setor é um nicho pouco explorado ainda por empresas e novos empreendedores, por se tratar de um setor que visa a reutilização de produtos recicláveis e reutilizáveis que gera a sustentabilidade aonde prevê benefícios ao meio ambiente, sendo assim poucas empresas investem neste setor tendo pouca rivalidade e concorrências.
- 3) FORÇA 3, apresenta baixa intensidade, esta força foi a que ficou abaixo de todas, pois aqui não há ameaças de produtos substitutos, visto que é um segmento que ainda está em desenvolvimentos e poucas industrias e empresas lançam produtos

sustentáveis, não tendo ameaça de substituição, porém o inverso é verdadeiro, este segmento sustentável está ameaçando os produtos descartáveis não reutilizáveis.

5) FORÇA 4, apresenta alta intensidade, esta força não é a que mais representa, porém tem uma força com grande intensidade, pois por se tratar de um produto específico que chama a atenção dos compradores, sempre há ameaça de através de nossas ideias surgirem novos negócios, ainda mais em um negócio que ainda está sendo explorado, despertando assim curiosidade e interesse pelos compradores.

6) FORÇA 5, apresenta alta intensidade, nossa maior força, pois o produto por não ter muitos fornecedores, ficamos à mercê dos que produzem não tendo muita margem de negociação.

4.3 ANÁLISE INTERNA DO EMPREENDIMENTO:

Áreas	5 ASPECTOS ANALISADOS
Produção	A produção será feita totalmente fora, não teremos mão de obra com produção, buscaremos fornecedores e associações que utilizam materiais reciclados para produção dos nossos produtos, reduzindo assim custos. Minha ideia é trabalhar a parte artística e de embalagem junto as Comunidade que fazem artesanato de produtos reutilizáveis e recicláveis, dando sentido a sustentabilidade e ao interesse da empresa; Já parte do produtos iremos contratar empresa que produzem produtos feitos de bambu e inox para fazer a criação dos nossos itens que serão comercializados, sempre buscando empresas de pequeno porte para incentivar e ajudar no desenvolvimento do pequeno empreendedor.
Recursos Humanos	Será utilizada mão de obra terceirizada, focando em empresas que utilizem recursos sustentáveis e/ou produtos que favoreçam a ideia de preservação do meio ambiente, através de produtos reutilizáveis.
Finanças	O investimento inicial é de 5mil reais, visto custos com registro de domínio, hospedagem do site, aquisição de estoque, formulação de imagem, etiquetas e embalagens.
Marketing	Será utilizado ferramentas de divulgação social, como Instagran, Facebook e sites de venda coletivas.

4.4 A MATRIZ SWOT:

Ambiente interno	
Pontos fortes	Pontos fracos
Trata-se de uma empresa que se importa com o futuro do meio ambiente, tendo isto como base trabalharei com produtos diferenciados e que o mercado está crescendo e tendo procura.	Por se tratar de uma empresa nova e somente 1 pessoa cuidando de todos os preparativos, tenho que otimizar ao máximo do meu tempo para colocar a empresa na ativa e assim começar a faturar.
Ambiente externo	
Oportunidades	Ameaças
<i>Buscar fornecedores dentro de centro comunitários que façam artesanatos com materiais reutilizáveis, dando oportunidades para pequenos empresários e baixo custo de aquisição.</i>	<i>Novos concorrentes que entrem no mercado após visualização e divulgação dos produtos.</i>

4.5 OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Os objetivos estratégicos para o empreendimento serão os seguintes:

- 1) Disponibilizar um site com as linhas de produtos, para que os clientes possam visualizar e assim já comecem a divulgação das linhas.
- 2) Realizar cadastros de fornecedores dos produtos vendidos para que não haja contratempos e disponibilidades no estoque, por se tratar de um produto mais específico e não tão fácil de achar a fabricação.
- 3) Focar em nosso principal objetivo que é produtos que podem ser reutilizados e sustentável;
- 4) Buscar lucro nos até o 6 mês, visto que o capital investido não é tão alto;
- 5) Buscar 90% de satisfação dos clientes que estão utilizando nossos produtos;
- 6) Fazer buscas de novas ideias, colocando um novo produto na prateleira a cada ano;

4.6 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO:

O posicionamento estratégico da minha empresa está em atingir um público mais específico que se preocupa com nosso meio ambiente e com o que podemos fazer para minimizar os danos causados a naturezas, com isto nossos Kits de uso pessoal e reutilizáveis vem com o intuito facilitar o dia a dia dos clientes e junto trazer uma maneira sustentável de preservar nosso mundo.

Iremos trabalhar com os seguintes produtos: Kits de refeição ao qual terão canudos de bambu, inox ou vidro, talheres de inox dobrável e copos de retração sendo fácil de carregar; teremos os produtos através de venda avulsas ou através de 2 tipos de kits (Básico e Completo) conforme a necessidade do cliente, e o mesmo poderá escolher qual a necessária e o tipo de item que irá dentro;

Nosso objetivo é mostrar como ser práticos nosso dia a dia e ainda ajudar o meio ambiente, provando que é possível carregar nossos próprios utensílios de uso pessoal de maneira confortável, personalizada e divertida, e ainda sem prejudicar o meio em que vivemos de forma sustentável.

Queremos atingir vários perfis de clientes, não tendo idade e nem classe social, pois o importante aqui são os valores morais e cívicos junto ao meio ambiente.

5. PLANO ESTRATÉGICO

5.1 ANÁLISE DE MERCADO:

5.1.1 Descrição do produto:

Meu produto é diferenciado, buscando trazer uma forma sustentável de fazer suas refeições e higiene pessoal sem agredir o meio em que vivemos, um produto que ainda está em desenvolvimento e que ainda tem espaço no mercado devido à pouca demanda e não ter incentivo devido as grandes empresas não terem ganhos expressivos ao investirem neste ramo.

Eles têm como principais diferenciais em relação ao concorrente:

- Produto totalmente sustentável;
- Produto reutilizável;
- Produto biodegradável;
- Produto totalmente reciclável;
- Produto com inovação comercial;
- Produto com crescimento de demanda;

Substituem as linhas descartáveis como copos, pratos, canudos e talhares altamente tóxicos e não recicláveis. Toda nossa linha é voltada para proteção do meio ambiente pensando em produtos reutilizáveis e que incentivem a sustentabilidade.

5.1.2 Análise do mercado consumidor:

Hoje os consumidores estão procurando adquirir produtos voltados a sustentabilidades, tantos que nos últimos 6 anos o crescimento da demanda por estes produtos foi de 48%, tendo o povo brasileiro uma consciência dos benefícios que estes produtos trazem para nós e nosso meio ambiente.

O cliente que procura hoje os produtos sustentáveis, são ambientalistas ou pessoas que idealizam um futuro sustentável para nosso meio ambiente, ou seja, não existe um perfil certo, basta ter uma orientação e conhecimento no assunto que já desperta o interesse e a vontade de participar e contribuir para um mundo melhor.

Este é um mercado que vem crescendo constantemente ano após anos existem pessoas investindo e se preocupando em como podemos reutilizar produtos para salvar o meio ambiente, e com esses produtos reutilizáveis os clientes poderão colaborar com esta luta e fazer sua parte.

No primeiro momento meu foco é atender demandas do RS e após um ano fazer divulgação para SC, minha demanda prevista é de vender uns 100kits mês, estarei divulgando meus produtos em escolas, faculdades e em casas de produtos naturais ao qual tem foco em produtos sustentáveis e natural.

Esta área é promissora no crescimento, porém o único impasse é o valor investido na reutilização de resíduo, devido ao custo alto para reaproveitar e transformar em uma nova matéria prima, dando um valor agregado acima de um produto comum.

5.1.3 Análise dos fornecedores:

Meus fornecedores estão localizados em Porto Alegre/RS, sede da empresa ao qual não terei os custos de frete para confecção dos talheres e canudos de inox, já para os produtos de bambu e vidro meus fornecedores serão de São Paulo/SP, Mercado Livre e Ali Express ao qual possui um custo inferior na aquisição de alguns itens não localizados no Brasil, já na parte de confecção das necessárias irei contratar a Associação do Bairro local para confeccionar com produtos reutilizáveis e sustentável com um custo inferior na produção e com foco da missão da empresa.

Avaliação dos Fornecedores

Crítérios	Peso	Fornecedor 1 BORTONAGGIO	Fornecedor 2 ALIEXPRESS	Fornecedor 3 MERCADO LIVRE	Fornecedor 4 ASSOCIAÇÃO
PREÇO	3	10	9	9	10
LOCALIZAÇÃO	2	10	3	5	10
PRAZO DE ENTREGA	2	8	3	5	9
FORMAS DE PAGAMENTO	1	3	3	6	3
CAPACIDADE DE INOVAÇÃO	1	6	8	6	10
QUALIDADE DO PRODUTO	1	9	7	7	9
AVALIAÇÃO PONDERADA	10	46	33	38	51

Verificando nosso quadro podemos avaliar que nossos fornecedores locais Bortonaggio e Associação nos trazem mais benefícios quanto a prazo, localização e qualidade, nos trazendo também custos mais baixos, visto que nossa empresa depende 100% de mão de obra terceirizada não podemos depender de remessas de fora do nosso estado pelo prazo de entrega, a não ser produtos mais específicos não confeccionados na região ao qual ficamos à mercê.

5.1.4 Análise detalhada dos concorrentes:

Item	go.ecko	Pazemgaia	B.live	Mercado Livre
Produto	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Participação do mercado (em vendas)	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Atendimento	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Atendimento pós-venda	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Localização	Ponto Fraco	Ponto Fraco	Ponto Fraco	Ponto Fraco
Divulgação	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Garantias oferecidas	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Política de crédito	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Preços	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Qualidade dos produtos	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Reputação	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte

Tempo de entrega	Ponto Fraco	Ponto Fraco	Ponto Fraco	Ponto Fraco
Canais de venda utilizados	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Capacidade de produção	Ponto Fraco	Ponto Fraco	Ponto Fraco	Ponto Fraco
Recursos humanos	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Métodos gerenciais	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Métodos de produção	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Estrutura econômico-financeira	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Flexibilidade	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Formas de competição	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte

Após analisar os pontos fortes e fracos, percebemos que os concorrentes e minha empresa possuem a mesma forma de atuar e trabalhar, todas dependem de mão de obra terceirizada e temos pontos fracos quanto a localização da empresa, conseguindo atingir nosso raio de circulação e estados próximos, mas não seja um empecilho, pois entregamos a nível Brasil, mas o frete é o que pode encarecer nossa entrega, e tendo lojas virtuais em outras localizações e mais próximo do cliente isto acaba sendo uma concorrência maior entre nós.

5.2 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO:

Os Brasileiros estão cada vez mais voltados com seu bem-estar, saúde e preservar o meio ambiente, e com isto abre-se um nicho de mercado favorável aos produtos ecológicos, reutilizáveis e sustentável.

Vendo este crescimento constante em demanda por estes produtos e pouca oferta de mercado devido ao custo alto das empresas para investir neste ramo, vejo um amplo mercado e valorização nos produtos ofertados.

Estamos falando de um mercado inovador com amplas possibilidades e públicos para atingir, tendo ainda poucos concorrentes e uma procura que cresce mais de 15% no Brasil todos os anos.

5.3 OBJETIVOS E ESTRATÉGIA DE MERCADO:

5.3.1 Objetivo de Marketing:

Meu objetivo é divulgar uma linha ecologicamente correta e sempre trazer inovações e ideias sustentáveis de produtos inovadores e diferenciados e com propósito de ajudar o meio em que vivemos, trazendo benefícios a todos.

Estratégia de produto: Buscar sempre uma inovação no ramo de atuação; produtos diferenciados e inovadores
Estratégia de preço: buscar um valor diferenciado junto aos fornecedores para ter um preço mais atrativo clientes e divulgação da marca.
Estratégia de distribuição: buscar parceiros para distribuição e divulgação do produto / marca.
Estratégia de promoção: promover através de feiras em bairros, escolas e faculdades, buscando um público mais jovem e suscetíveis a ideias inovadoras.

5.3.2 Estratégia de Marketing:

Objetivo de Marketing	Estratégia de Marketing	Ações de marketing	Responsável	Prazo de execução	Mecanismo de controle
Garantir que a empresa consiga em 1 ano se pagar e atingir o equilíbrio financeiro	Estratégia de produto: Buscar sempre uma inovação no ramo de atuação; produtos diferenciados e inovadores	Divulgação de novas ideias e produtos diferenciados.	Proprietário.	6 meses	Acompanhamento de mercado e controle de vendas.

	<p>Estratégia de preço: buscar um valor diferenciado junto aos fornecedores para ter um preço mais atrativo clientes e divulgação da marca.</p>	<p>Ter um produto competitivo em relações aos concorrentes, buscando um diferencial.</p>	<p>Proprietário.</p>	<p>Controle Mensal</p>	<p>Acompanhamento de mercado e controle de vendas.</p>
	<p>Estratégia de distribuição: buscar parceiros para distribuição e divulgação do produto / marca.</p>	<p>Avaliação de novos meios de distribuição e lojas físicas.</p>	<p>Proprietário.</p>	<p>Diário</p>	<p>Mapeamento de bairros e estabelecimentos.</p>
	<p>Estratégia de promoção: promover através de feiras em bairros, escolas e faculdades, buscando um público mais jovem e suscetíveis a ideias inovadoras.</p>	<p>Envio de e-mail marketing e atualização de redes sociais</p>	<p>Proprietário.</p>	<p>Diário</p>	<p>Através de compra de cadastro via empresas de provedores.</p>

6. PLANO DE OPERAÇÃO:

6.1 TAMANHO (CAPACIDADE DE INSTALADA):

Para a estruturação da empresa teremos um espaço de 10m² para armazenamento de estoque e escritório que se dará no local residencial.

Os produtos da empresa go.echo são de pequeno porte não necessitando de um espaço grande de acomodação, e nosso estoque será reabastecido conforme sairemos fazer as montagens conforme a demanda dos pedidos, e nossa intenção não será de atendimento no local, os pedidos serão feitos de forma online e o envio será por correio e motoboy para clientes que residem em Porto Alegre e na região da grande Porto Alegre.

6.2 TECNOLOGIA E OPERAÇÃO:

Nossa operação irá necessitar de um notebook e um celular, ambos com boa capacidade de armazenamento e rotação de sistema operacional da empresa, com uma tecnologia de ponta para divulgação dos produtos e com uma câmera com alta resolução divulgação nas redes sociais.

Processos	Principais atividades	Equipamentos utilizados	Pessoas envolvidas
Processo administrativo	gerenciamento de compra e vendas e pagamento de fornecedores e despesas.	notebook, telefone e calculadora HP.	Gerente Administrativo (proprietário da empresa)
Processo de compras	negociação com empresas parceiras para produção dos itens, fechamento de compra e controle de estoque	notebook, telefone e calculadora HP.	Gerente Administrativo (proprietário da empresa)
Processo de limpeza, organização e manutenção	Manter estoque/escritório limpos e manter organizado para melhor controle	Diversos, relacionados à limpeza e manutenção.	Gerente Administrativo (proprietário da empresa)
Processo de embalagem e postagens	Fazer retirada do estoque, embalagem e postagens dos itens vendidos.	Diversos materiais, relacionados à empacotamento e embalagens para postagem.	Gerente Administrativo (proprietário da empresa)

Nossa empresa não irá fazer a produção de nenhum dos itens que serão ofertados, todas as mercadorias serão feitas por empresas parceiras, tendo a mão de obra terceirizada. A produção dos canudos, talheres e copos se dará por uma metalúrgica ao qual iremos cotar melhor benefício e qualidade e um dos itens que irá fazer a diferença, será por uma empresa que se preocupe com o meio ambiente para produção dos produtos; e nossos kits de envios (nécessaire, bolsa térmica, estojos e sacolas) serão feitos de produtos reciclados por uma associação de artesãs que produzem os itens com tecidos reutilizáveis.

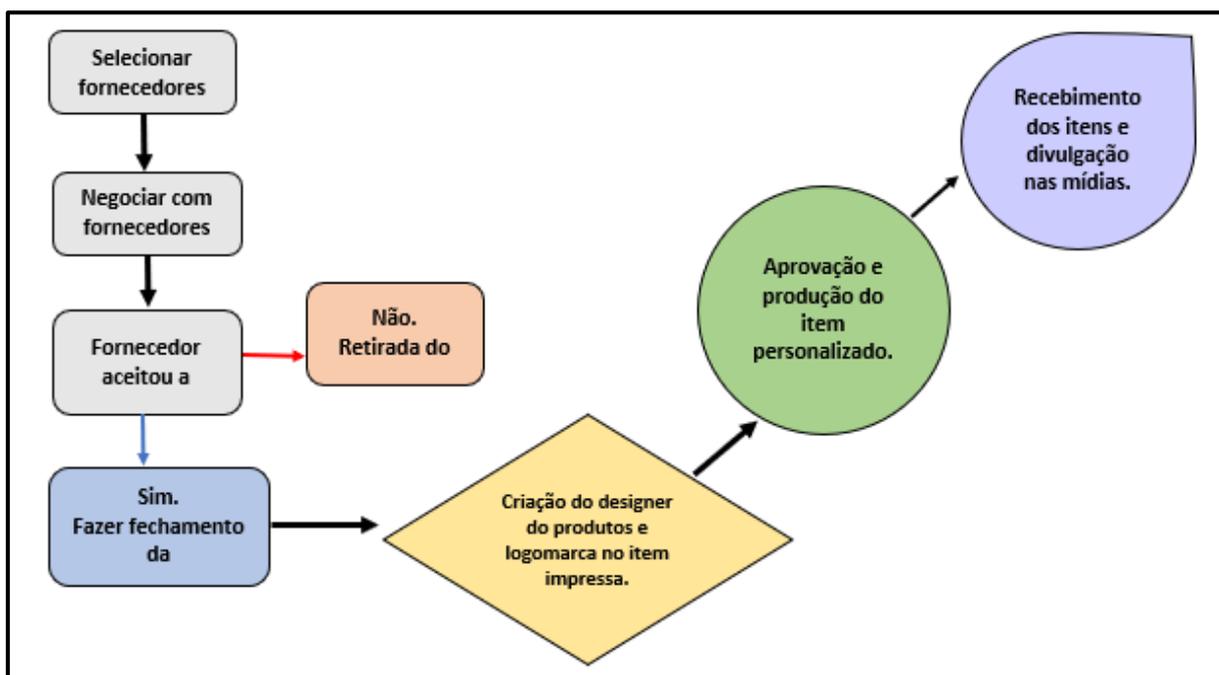
Nosso custo operacional de produção será baixo, pois como utilizaremos mão de obra terceirizada, nosso investimento em maquinário não existirá, não tendo custo e depreciação de bens.

Primeiramente minha empresa por ser de pequeno porte, se enquadrando em MEI, não terá funcionário, estarei tocando toda a operação, não tendo despesas com funcionários.

Nessa operação go. echo estarei contratando uma prestadora de serviço na área de mídia social, marketing e plataforma de hospedagem do site.

Com capital social próprio e sem custo de locação de imóvel, a empresa terá despesas de luz, água, internet, prestadora de serviços de marketing e domínio de hospedagem. Referente a estoque dos produtos iremos iniciar com um estoque com 1.000 unidades de cada item ao qual iremos repor conforme demanda, sempre controlando estoque x saída do item, para que não haja desperdícios e alocação errônea de recurso.

Figura 1 – Fluxograma de compra junto ao fornecedor:



A empresa go.echo será, por se tratar de uma empresa MEI, não terá funcionários, toda a operação será tocada pelo proprietário da empresa, não havendo um organograma de a ser apresentado de áreas e cargos.

6.3 LOCALIZAÇÃO:

A empresa será alocada inicialmente na residência do proprietário da empresa, devido aos seguintes fatores:

Custo: por se tratar de uma empresa MEI, ao qual os produtos ofertados são itens de pequeno porte e ocuparem pouco espaço, e pela empresa trabalhar com estoque em cima de demanda, não há de início a necessidade de locação de um escritório/estoque para alocar a empresa;

Localização: a residência está próxima de diversas transportadoras e base do correio o que facilita a postagem dos itens vendidos e barateia o custo de deslocamento e recolhimento dos itens vendidos (Frete mais em conta).

Por se tratar de uma empresa que faz toda a divulgação via rede sociais, não há uma necessidade de ter custos com uma base de recebimento de clientes ou que tenha estratégia de venda. Nosso negócio é tocar tudo de maneira online/digital e focar nossos esforços/orçamento com marketing digital.

7. PLANO FINANCEIRO:

7.1 INVESTIMENTO INICIAL:

Investimento Inicial				
----------------------	--	--	--	--

1. Obra

	Descrição	Quantidade	Valor	Total
1.	Estruturação da área de estoque	x	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
				R\$ 1.500,00

2. Instalações

	Descrição	Quantidade	Valor	Total
1.	Instalações de prateleiras	10	R\$ 800,00	R\$ 800,00
2.	Instalações de tomada	4	R\$ 100,00	R\$ 150,00
3.	Instalação de rede (internet)	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
4.	Instalação de telefone	1	R\$ 180,00	R\$ 180,00
				R\$ 1.380,00

3.

Equipamentos

	Descrição	Quantidade	Valor	Total
1.	Roteador Wifi	1	R\$ 320,00	R\$ 320,00
2.	Telefone	1	R\$ 182,00	R\$ 180,00
3.	Notebook	1	R\$ 3.700,00	R\$ 3.700,00
4.	Impressora	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
5.	Celular	1	R\$ 1.350,00	R\$ 1.350,00
				R\$ 6.750,00

4. Móveis e utensílios

	Descrição	Quantidade	Valor	Total
1.	Mesa de escritório	1	R\$ 320,00	R\$ 320,00
2.	Cadeira	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
3.	Estantes	3	R\$ 750,00	R\$ 750,00
4.	materiais de escritório (diversos)	x	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
				R\$ 3.370,00

4. Decoração

	Descrição	Quantidade	Valor	Total
--	-----------	------------	-------	-------

1.	decoreção (diversos itens)	x	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
				R\$ 2.000,00

4. Estoque

	Descrição	Quantidade	Valor	Total
1.	Canudos	1000	R\$ 300,00	R\$ 300,00
2.	Kit Talheres	1000	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
3.	Necessarie	1000	R\$ 10.400,00	R\$ 10.400,00
3.	Caixa de envio	1000	R\$ 600,00	R\$ 600,00
				R\$ 17.300,00

5. Capital Inicial

	Descrição	Quantidade	Valor	Total
1.	Capital	x	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00
				R\$ 30.000,00

6. Despesas pré-operacionais

	Descrição	Quantidade	Valor	Total
1.	água	x	R\$ 100,00	R\$ 100,00
2.	luz	x	R\$ 200,00	R\$ 200,00
3.	Combo Celular/Telefone/Internet	x	R\$ 150,00	R\$ 1.500,00
				R\$ 1.800,00

TOTAIS DOS INVESTIMENTOS INICIAIS

R\$ 64.100,00

O investimento inicial será de R\$ 64.100,00 para ser utilizado em compra de tecnologia, estoque, investimento tecnológico, recursos e materiais de escritório para início da atividade.

7.2 FORMAS DE FINANCIAMENTO:

Nossa empresa será provida de capital próprio, ao qual os recursos colocados na mesma vêm de reservas pessoal. De primeiro momento, por se tratar de uma empresa de pequeno porte, e ao qual estamos iniciando as atividades, nossa empresa não irá contar com recursos de

terceiros ou empréstimos bancários, diminuindo assim custos desnecessários e mantendo a empresa sadia financeiramente

7.3 RECEITAS:

Nossa empresa é voltada para um público que se preocupa com meio ambiente e possui conscientização de o quanto é importante preservar a natureza, por este motivo, inicialmente pretendemos ter uma venda 1º trimestre de 300 e tendo aumento gradativos de 50 unidades por trimestre, facilitando o acompanhamento das projeções. Em 1 anos minha projeção deverá chegar em 2 mil unidades/ano.

Estimativa de Vendas - Qtd	
Mês	Unidades
Janeiro	100
Fevereiro	100
Março	100
Abril	150
Maio	150
Junho	150
Julho	200
Agosto	200
Setembro	200
Outubro	250
Novembro	250
Dezembro	250
Total de venda	2100

Nossos produtos são todos de mão de obra terceirizada, sendo assim, nossa função é receber a mercadoria, embalar e postar para o consumidor final após a encomenda via internet. Nossa hora trabalho está dentro do custo de venda, pois nosso maior envolvimento com a mercadoria é na divulgação e preparo para envio.

Preço unitário Kit		
Produto	Preço custo	Preço de venda
Canudo	R\$ 0,40	R\$ 7,80
Talheres	R\$ 6,00	R\$ 11,00
Necessarie	R\$ 5,00	R\$ 15,00

Etiqueta	R\$ 0,10	R\$ 0,20
Embalagem	R\$ 0,50	R\$ 1,00
hora trabalhada	R\$ 15,00	R\$ 15,00
Total	R\$ 27,00	R\$ 50,00

Nossa empresa está em processo de estruturação para ter início das atividades em Janeiro do ano de 2021, então nossa receita está sendo baseada no preço unitário levantados para serem vendidos em janeiro conforme contrato junto aos fornecedores do primeiro LOTE de nosso estoque, estes valores poderão sofrer alteração futuras no pedido dos próximos lotes, contudo, levantamos uma previsão de faturamento mensal para a empresa ter uma base de custo x receita e assim estimativa de retorno de capital investido durante o processo de estruturação, para que vejamos se teremos que alterar preço de venda ou adequar o mesmo.

Receita mensal/anual					
Mês	Qtd	Valor unitário	Valor total mensal	20% Venda a vista	80% Venda a prazo
Janeiro	100	R\$ 50,00	R\$ 5.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 4.000,00
Fevereiro	100	R\$ 50,00	R\$ 5.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 4.000,00
Março	100	R\$ 50,00	R\$ 5.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 4.000,00
Abril	150	R\$ 50,00	R\$ 7.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 6.000,00
Mai	150	R\$ 50,00	R\$ 7.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 6.000,00
Junho	150	R\$ 50,00	R\$ 7.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 6.000,00
Julho	200	R\$ 50,00	R\$ 10.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 8.000,00
Agosto	200	R\$ 50,00	R\$ 10.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 8.000,00
Setembro	200	R\$ 50,00	R\$ 10.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 8.000,00
Outubro	250	R\$ 50,00	R\$ 12.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 10.000,00
Novembro	250	R\$ 50,00	R\$ 12.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 10.000,00
Dezembro	250	R\$ 50,00	R\$ 12.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 10.000,00
Total de venda	2100	R\$ 54,00	R\$ 105.000,00	R\$ 21.000,00	R\$ 84.000,00
					R\$ 105.000,00

7.4 CUSTOS:

A empresa terá mais custos operacionais voltados para área administrativa e de operacional, pois nossos produtos são feitos por empresas terceirizadas e nossa parte é com a divulgação via mídias sociais e vendas feitas pelo site. Todo nosso custo está relacionado a manter a empresa funcionando e sempre atualizada, assim como o cuidado para manter nossa marca protegida e não causar danos aos nossos clientes por eventuais situações de plágio.

Custo Operacional Mensais		
Item de custo operacional	Tipo de custo (fabricação, administração, vendas ou financeiros?)	Valor mensal (R\$)
Empresa MEI	Tributo IR anual 572,40	R\$ 50,00
Registro de Marca	Taxa Federal por 1 anos 142,00	R\$ 12,00
Registro de domínio	Taxa de registro 5 anos R\$ 184,00	R\$ 16,00
Energia Elétrica	Estimativa de gasto mensal	R\$ 180,00
Água	Estimativa de gasto mensal	R\$ 50,00
Combo (Tel Fixo+Tel Móvel+Banda larga)	Estimativa de Plano mensal	R\$ 190,00
Terra	Plano de E-mail	R\$ 14,00
Página Web + mídias sociais	Contrato de página virtual, mídias sociais e recebimento via site - Plano Anual 2000,00	R\$ 167,00
Salário	Estimativa de 15% da receita mensal	R\$ 1.620,00
Custo de postagem	Convênio junto transportadora - Sedex	R\$ 150,00
Fornecedores diversos	Compra de estoque mensal - 200unid ou *cfe demanda	R\$ 2.400,00
Portifólio da marca	Cartão, Tags, Adesivos e diversos *cfe demanda	R\$ 350,00
Embalagens	material para empacotamento	R\$ 300,00
Depreciação de computador	Notebook R\$3700,00 - 20% aa = R\$740,00 aa	R\$ 62,00
Produtos de limpeza	manutenção do escritório *cfe demanda	R\$ 100,00
Total custos operacionais - mensais		R\$ 5.661,00
Total custos operacionais - anual		R\$ 67.932,00

Custos operacionais mensais/ anuais em fixos e variáveis. Exemplo:

Custo Fixo - Mensal		
Item de custo	Tipo de custo	Valor mensal (R\$)
Empresa MEI	Tributo IR anual 572,40	R\$ 50,00
Registro de Marca	Taxa Federal por 1 anos 142,00	R\$ 12,00

Registro de domínio	Taxa de registro 5 anos R\$ 184,00	R\$ 16,00
Energia Elétrica	Estimativa de gasto mensal	R\$ 180,00
Depreciação de computador	Notebook R\$3700,00 - 20% aa = R\$740,00 aa	R\$ 62,00
Água	Estimativa de gasto mensal	R\$ 50,00
Combo (Tel Fixo+Tel Móvel+Banda larga)	Estimativa de Plano mensal	R\$ 190,00
Terra	Plano de E-mail	R\$ 14,00
Salário	Estimativa de 15% da receita mensal	R\$ 1.620,00
Página Web + mídias sociais	Contrato de página virtual, mídias sociais e recebimento via site - Plano Anual 2000,00	R\$ 167,00
Total custos fixos mensais		R\$ 2.361,00
Total custos fixos - anual		R\$ 28.332,00

Custo variável - Mensal		
Item de custo	Tipo de custo	Valor mensal (R\$)
Produto de limpeza	Compra de produtos *cfe demanda	R\$ 100,00
Custo de postagem	Convênio junto transportadora - Sedex	R\$ 150,00
Fornecedores diversos	Compra de estoque mensal - 200unid ou *cfe demanda	R\$ 2.400,00
Portifólio da marca	Cartão, Tags, Adesivos e diversos *cfe demanda	R\$ 350,00
Embalagens	material para empacotamento	R\$ 300,00
Total custos variáveis mensais		R\$ 3.300,00
Total custos variáveis - estimativa anual		R\$ 39.600,00

7.5 PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA:

Projeção de Fluxo de Caixa					
x	Jan.	Fev.	Mar.	Outros meses	Total
Recebimentos					
Receitas à vista 20% do faturamento mensal	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.500,00	R\$ 18.500,00	R\$ 22.000,00
Receitas a prazo 80% do faturamento mensal - 30D	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 74.000,00	R\$ 88.000,00
(a) Receita total (vendas)	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 7.500,00	R\$ 92.500,00	R\$ 110.000,00
Pagamentos					
Custos operacionais Variáveis					
Compras à vista	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00	R\$ 21.600,00	R\$ 28.800,00
Compras a prazo	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 5.850,00	R\$ 7.800,00
Comissão de vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Tributos (PIS, ISS, etc.) - MEI	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Atividades terceirizadas	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 1.350,00	R\$ 1.800,00
Outros custos variáveis	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 900,00	R\$ 1.200,00
Total de custos operacionais variáveis	R\$ 3.300,00	R\$ 3.300,00	R\$ 3.300,00	R\$ 53.100,00	R\$ 63.000,00
Custos operacionais Fixos					
Aluguel	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Pró-labore	R\$ 1.620,00	R\$ 1.620,00	R\$ 1.620,00	R\$ 14.580,00	R\$ 19.440,00
Tributos (IPVA, IPTU, etc.)	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 450,00	R\$ 600,00
Despesas bancárias	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Mensalidade internet	R\$ 190,00	R\$ 190,00	R\$ 190,00	R\$ 1.710,00	R\$ 2.280,00
Salários	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Outros custos fixos	R\$ 501,00	R\$ 501,00	R\$ 501,00	R\$ 4.509,00	R\$ 6.012,00
Total de custos operacionais fixos	R\$ 2.361,00	R\$ 2.361,00	R\$ 2.361,00	R\$ 21.249,00	R\$ 28.332,00
(b) Custo Total (CF + CV)	R\$ 5.661,00	R\$ 5.661,00	R\$ 5.661,00	R\$ 50.949,00	R\$ 67.932,00

(c) Investimentos	R\$ 64.100,00	R\$ 64.100,00	R\$ 64.100,00	R\$ 576.900,00	R\$ 769.200,00
Saldo de caixa (a-b-c)	-R\$ 64.761,00	-R\$ 64.761,00	-R\$ 62.261,00	-R\$ 535.349,00	-R\$727.132,00

7.6 PROJEÇÃO DO DEMOSTRATIVO DE RESULTADOS (DRE):

Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) - 1º Trimestre	
Receita Total (RT)	R\$ 15.000,00
(-) Custo Variável (CV)	R\$ 9.900,00
(=) Lucro Bruto (LB)	R\$ 5.100,00
(-) Custo Fixo (CF)	R\$ 7.083,00
(=) Lucro Operacional (LO)	-R\$ 1.983,00
(-) Imposto de Renda (IR) - MEI	R\$ -
(-) Contribuição Social (CS)	R\$ -
(=) Lucro Líquido	-R\$ 1.983,00

Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) - 2º Trimestre	
Receita Total (RT)	R\$ 22.500,00
(-) Custo Variável (CV)	R\$ 9.900,00
(=) Lucro Bruto (LB)	R\$ 12.600,00
(-) Custo Fixo (CF)	R\$ 7.083,00
(=) Lucro Operacional (LO)	R\$ 5.517,00
(-) Imposto de Renda (IR) - MEI	R\$ -
(-) Contribuição Social (CS)	R\$ -
(=) Lucro Líquido	R\$ 5.517,00

Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) - 3º Trimestre	
Receita Total (RT)	R\$ 30.000,00
(-) Custo Variável (CV)	R\$ 9.900,00
(=) Lucro Bruto (LB)	R\$ 20.100,00
(-) Custo Fixo (CF)	R\$ 7.083,00
(=) Lucro Operacional (LO)	R\$ 13.017,00
(-) Imposto de Renda (IR) - MEI	R\$ -
(-) Contribuição Social (CS)	R\$ -
(=) Lucro Líquido	R\$ 13.017,00

Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) - 4º Trimestre	
Receita Total (RT)	R\$ 37.500,00
(-) Custo Variável (CV)	R\$ 9.900,00
(=) Lucro Bruto (LB)	R\$ 27.600,00
(-) Custo Fixo (CF)	R\$ 7.083,00
(=) Lucro Operacional (LO)	R\$ 20.517,00
(-) Imposto de Renda (IR) - MEI	R\$ -
(-) Contribuição Social (CS)	R\$ -
(=) Lucro Líquido	R\$ 20.517,00

Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) - Anual	
--------------------------------------------------------------	--

Receita Total (RT)	R\$ 105.000,00
(-) Custo Variável (CV)	R\$ 39.600,00
(=) Lucro Bruto (LB)	R\$ 65.400,00
(-) Custo Fixo (CF)	R\$ 28.332,00
(=) Lucro Operacional (LO)	R\$ 37.068,00
(-) Imposto de Renda (IR) - MEI	R\$ -
(-) Contribuição Social (CS)	R\$ -
(=) Lucro Líquido	R\$ 37.068,00

8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO:

8.1 AVALIAÇÃO ECONÔMICA:

Nosso investimento inicial será de R\$ 64.100,00 para ser utilizado como capital social, investimento e despesas com a empresa no seu primeiro trimestre, visto ser uma empresa nova.

Fizemos nossas projeções em curto, médio e longo prazo, para termos uma visão clara do nosso negócio, então dividimos nossas análises em Trimestral e Anual conforme veremos ao longo das nossas amostras.

8.1.1 Ponto de Equilíbrio:

O Ponto de Equilíbrio da nossa empresa foi feito em cima da quantidade a ser vendida, para termos em mente o mínimo necessário para cobrir nossas despesas e custos com o novo empreendimento.

Seguimos as seguintes formulas para analisarmos:

PE =	$\frac{CF}{PV-Cvu}$
Cvu =	$\frac{CV}{\text{Qtd produzida e/ou vendida}}$
CF =	R\$ 2.361,00
CV =	R\$ 3.300,00
Preço venda =	R\$ 50,00
Ponte de Equilíbrio Anual	
PE=	$\frac{\text{Custo Fixo}}{\text{Receita-Custo Variável}} \times 100$
PE=	$\frac{28332}{105.000,00-39.600,00} \times 100$
PE=	$\frac{28332}{65400} \times 100$
PE=	0,433 x100
PE=	43,3 anual

Ponto de Equilíbrio Mensal						
Mês	Qtd Vendidas	Custo Variável	Cvu	Custo Fixo	PE - Qtd	
Janeiro	100	R\$ 3.300,00	33,00	R\$ 2.361,00	139	
Fevereiro	100	R\$ 3.300,00	33,00	R\$ 2.361,00	139	
Março	100	R\$ 3.300,00	33,00	R\$ 2.361,00	139	
Abril	150	R\$ 3.300,00	22,00	R\$ 2.361,00	84	
Maio	150	R\$ 3.300,00	22,00	R\$ 2.361,00	84	
junho	150	R\$ 3.300,00	22,00	R\$ 2.361,00	84	
Julho	200	R\$ 3.300,00	16,50	R\$ 2.361,00	70	
Agosto	200	R\$ 3.300,00	16,50	R\$ 2.361,00	70	
Setembro	200	R\$ 3.300,00	16,50	R\$ 2.361,00	70	
Outubro	250	R\$ 3.300,00	13,20	R\$ 2.361,00	64	
Novembro	250	R\$ 3.300,00	13,20	R\$ 2.361,00	64	
Dezembro	250	R\$ 3.300,00	13,20	R\$ 2.361,00	64	
ANUAL	2100	R\$ 39.600,00	18,86	R\$ 28.332,00	909,74	

Em uma análise em cima da nossa projeção de quantidade a ser vendida por mês, verificamos que no 1º trimestre teremos uma defasagem de -117 produtos que deveríamos vender para pagamentos dos nossos custos operacionais; no 2º trimestre temos uma meta de venda de 252 unidades e nossas projeções indicam que iremos vender 450 unidade, ou seja, iremos atingir nossos objetivos versos o projetado e ainda cobrir o GAP do trimestre anterior. Com estes indicadores temos como controlar nossas quantidades de venda para que nossos custos sejam cobertos e não tenhamos que colocar capital para cobrir nossos custos no mês que não atingirmos nossos objetivos.

Podemos concluir que nossas projeções mostram que nossa operação é saudável.

Ponte de Equilíbrio 1º Trimestre		
PE=	Custo Fixo	x100
	Receita-Custo Variável	
PE=	R\$ 7.083,00	x100
	15000-9900	
PE=	R\$ 7.083,00	x100
	R\$ 5.100,00	
PE=	1,388823529	x100
PE=	138,88	1º tri
Ponte de Equilíbrio 2º Trimestre		
PE=	Custo Fixo	x100

Receita-Custo Variável			
PE=	R\$	7.083,00	x100
		<u>22500-9900</u>	
PE=	R\$	7.083,00	x100
	R\$	12.600,00	
PE=		0,562142857	x100
PE=		56,21	2° tri
Ponte de Equilíbrio 3º Trimestre			
PE=		Custo Fixo	x100
		<u>Receita-Custo Variável</u>	
PE=	R\$	7.083,00	x100
		<u>30000-9900</u>	
PE=	R\$	7.083,00	x100
	R\$	20.100,00	
PE=		0,35238806	x100
PE=		35,24	3° tri
Ponte de Equilíbrio 4º Trimestre			
PE=		Custo Fixo	x100
		<u>Receita-Custo Variável</u>	
PE=	R\$	7.083,00	x100
		<u>37500-9900</u>	
PE=	R\$	7.083,00	x100
	R\$	27.600,00	
PE=		0,256630435	x100
PE=		25,66	4° tri

Ponto de Equilíbrio Mensal					
Mês	Qtd Vendidas	Custo Variável	Cvu	Custo Fixo	PE - Qtd
1º Trimestre	300	R\$ 9.900,00	33,00	R\$ 7.083,00	417
2º Trimestre	450	R\$ 9.900,00	22,00	R\$ 7.083,00	253
3º Trimestre	600	R\$ 9.900,00	16,50	R\$ 7.083,00	211
4º Trimestre	750	R\$ 9.900,00	13,20	R\$ 7.083,00	192

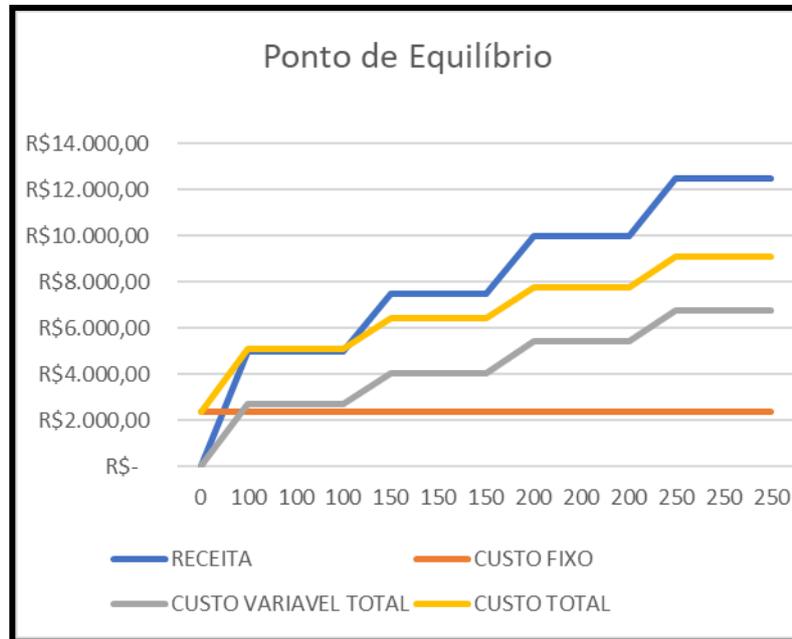
Mês	Qtd Vendidas	Valor Venda	Total
1º Trimestre	300	R\$ 50,00	R\$ 15.000,00
2º Trimestre	450	R\$ 50,00	R\$ 22.500,00
3º Trimestre	600	R\$ 50,00	R\$ 30.000,00
4º Trimestre	750	R\$ 50,00	R\$ 37.500,00

Mês	PE%
1º Trimestre	138,88
2º Trimestre	56,21
3º Trimestre	35,24
4º Trimestre	25,66
Média	64,00

Qtd	RECEITA	CUSTO FIXO	CUSTO VARIÁVEL TOTAL	CUSTO TOTAL	LUCRO	PREÇO DE VENDA	CUSTO VARIÁVEL UNITÁRIO
0	R\$ -	R\$ 2.361,00	R\$ -	R\$ 2.361,00	-R\$ 2.361,00	R\$ 50,00	R\$ 27,00
100	R\$ 5.000,00	R\$ 2.361,00	R\$ 2.700,00	R\$ 5.061,00	-R\$ 61,00	R\$ 50,00	R\$ 27,00
100	R\$ 5.000,00	R\$ 2.361,00	R\$ 2.700,00	R\$ 5.061,00	-R\$ 61,00	R\$ 50,00	R\$ 27,00
100	R\$ 5.000,00	R\$ 2.361,00	R\$ 2.700,00	R\$ 5.061,00	-R\$ 61,00	R\$ 50,00	R\$ 27,00
150	R\$ 7.500,00	R\$ 2.361,00	R\$ 4.050,00	R\$ 6.411,00	R\$ 1.089,00	R\$ 50,00	R\$ 27,00
150	R\$ 7.500,00	R\$ 2.361,00	R\$ 4.050,00	R\$ 6.411,00	R\$ 1.089,00	R\$ 50,00	R\$ 27,00
150	R\$ 7.500,00	R\$ 2.361,00	R\$ 4.050,00	R\$ 6.411,00	R\$ 1.089,00	R\$ 50,00	R\$ 27,00
200	R\$ 10.000,00	R\$ 2.361,00	R\$ 5.400,00	R\$ 7.761,00	R\$ 2.239,00	R\$ 50,00	R\$ 27,00
200	R\$ 10.000,00	R\$ 2.361,00	R\$ 5.400,00	R\$ 7.761,00	R\$ 2.239,00	R\$ 50,00	R\$ 27,00
200	R\$ 10.000,00	R\$ 2.361,00	R\$ 5.400,00	R\$ 7.761,00	R\$ 2.239,00	R\$ 50,00	R\$ 27,00
250	R\$ 12.500,00	R\$ 2.361,00	R\$ 6.750,00	R\$ 9.111,00	R\$ 3.389,00	R\$ 50,00	R\$ 27,00
250	R\$ 12.500,00	R\$ 2.361,00	R\$ 6.750,00	R\$ 9.111,00	R\$ 3.389,00	R\$ 50,00	R\$ 27,00

250	R\$ 12.500,00	R\$ 2.361,00	R\$ 6.750,00	R\$ 9.111,00	R\$ 3.389,00	R\$ 50,00	R\$ 27,00
------------	---------------	--------------	--------------	--------------	--------------	-----------	-----------

Gráfico 1 – Ponto de Equilíbrio:



8.1.2 Taxa de Lucratividade:

$$\text{Tx de Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita total}}$$

1º Trimestre		
Lucro Líquido	-R\$	
=	1.983,00	
Receita Total	R\$	
=	15.000,00	
TX de Luc=	-R\$ 1.983,00	x100
	R\$ 15.000,00	
TX de Luc =	-0,1322	x100
TX de Luc =	-13	

2º Trimestre		
Lucro Líquido	R\$	5.517,00
=		
Receita Total =	R\$	22.500,00
TX de Luc=	R\$ 5.517,00	x100
	R\$ 22.500,00	
TX de Luc =	0,2452	x100
TX de Luc =	25	

3º Trimestre		
Lucro Líquido	R\$	
=	13.017,00	
Receita Total	R\$	
=	30.000,00	

4º Trimestre		
Lucro Líquido	R\$	20.517,00
=		
Receita Total =	R\$	37.500,00

TX de Luc=	R\$ 13.017,00	x100	TX de Luc=	R\$ 20.517,00	x100
	R\$ 30.000,00			R\$ 37.500,00	
TX de Luc =	0,4339	x100	TX de Luc =	0,54712	x100
TX de Luc = 43			TX de Luc = 55		

Anual		
Lucro Líquido	R\$	
=	37.068,00	
Receita Total	R\$	
=	105.000,00	
TX de Luc=	R\$	x100
	37.068,00	
	R\$	
	105.000,00	
TX de Luc =	0,353028571	x100
TX de Luc = 35		

Vemos aqui que nossa lucratividade sobre nossas vendas começa a partir do 2º trimestre, ao qual ela se torna minimamente positiva, porém já temos um retorno do trabalho ao qual desenvolvemos referente ao 1º trimestre trabalhados.

Pegando nossa avaliação anual vemos que teremos uma lucratividade de 35% a.a, ou seja, nossa receita em relação ao custo do nosso negócio é rentável e se paga em um curto prazo de tempo.

8.1.3 Taxa do retorno do investimento:

$$\text{Taxa de retorno do investimento} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Investimento Inicial}}$$

1º Trimestre		
Investimento Inicial =	R\$ 64.100,00	
Lucro Líquido =	-R\$ 1.983,00	
ROI=	R\$ 2.542,23	x100
	R\$ 64.052,00	

2º Trimestre		
Investimento Inicial =	R\$ 64.100,00	
Lucro Líquido =	R\$ 5.517,00	
ROI=	R\$ 5.517,00	x100
	R\$ 64.100,00	

ROI=	0,039690096	x100	ROI=	0,086068643	x100
ROI=	3,97	a.t	ROI=	8,61	a.t
3° Trimestre			4° Trimestre		
Investimento Inicial =	R\$ 64.100,00		Investimento Inicial =	R\$ 64.100,00	
Lucro Líquido =	R\$ 13.017,00		Lucro Líquido =	R\$ 20.517,00	
ROI=	R\$ 2.542,23	x100	ROI=	R\$ 20.517,00	x100
	R\$ 64.052,00			R\$ 64.100,00	
ROI=	0,039690096	x100	ROI=	0,320078003	x100
ROI=	3,97	a.t	ROI=	32,01	a.t
Anual					
Investimento Inicial =	R\$ 64.100,00				
Lucro Líquido =	R\$ 37.068,00				
ROI=	R\$ 37.068,00	x100			
	R\$ 64.100,00				
ROI=	0,578283931	x100			
ROI=	57,83	a.a			

Nossa análise da taxa de retorno ao nosso investimento nos indica que no 1º trimestre já temos um retorno 3% do investimento da empresa, e que em 1 ano nosso retorno será de 58%, o que nos gera um ganho de investimento.

8.1.4 Prazo de retorno do investimento (payback):

Payback =	$\frac{\text{Investimento inicial}}{\text{Lucro Líquido}}$
------------------	------------------------------------------------------------------------------

1° Trimestre	2° Trimestre
Investimento Inicial = R\$ 64.100,00	Investimento Inicial = R\$ 64.100,00
Lucro Líquido = 1.983,00	Lucro Líquido = R\$ 5.517,00

Payback=	R\$ 64.100,00	Payback=	R\$ 6.410,00
	-R\$ 1.983,00		R\$ 5.517,00
Payback =	-32,32	Payback =	1,16
3° Trimestre		1° Trimestre	
Investimento Inicial =	R\$ 64.100,00	Investimento Inicial =	R\$ 64.100,00
Lucro Líquido =	R\$ 13.017,00	Lucro Líquido =	R\$ 20.517,00
Payback=	R\$ 64.100,00	Payback=	R\$ 64.100,00
	R\$ 13.017,00		R\$ 20.517,00
Payback =	4,92	Payback =	3,12
Anual			
Investimento Inicial =	R\$ 64.100,00		
Lucro Líquido =	R\$ 37.068,00		
Payback=	R\$ 64.100,00		
	R\$ 37.068,00		
Payback =	1,73		

Analisando nosso Payback, verificamos que no 1º trimestre temos um retorno negativo de 32%, ainda não tendo um retorno do investimento inicial, começamos a sentir este retorno a partir da nossa projeção do 2º trimestre aonde nosso índice fica positivo, mostrando que nosso investimento inicial se impacta.

8.1.5 Taxa Interna de retorno:

Taxa Interna de Retorno Trimestral	
0	-R\$ 64.052,00
1º Trimestre	R\$ 15.000,00
2º Trimestre	R\$ 22.500,00
3º Trimestre	R\$ 30.000,00

4º Trimestre	R\$ 37.500,00
TIR	19,66% a.t

Taxa Interna de Retorno a.a - crescimento de 10%a.a	
Mês 0	-R\$ 64.052,00
ano 1	R\$ 105.000,00
ano 2	R\$ 115.500,00
ano 3	R\$ 127.050,00
ano 4	R\$ 139.755,00
ano 5	R\$ 153.730,50
TIR	172,16% a.a

Nossa análise da Taxa Interna de Retorno, nos deixa otimista, vendo que o nosso negócio tem um retorno médio no trimestre de 19,22% e no ano fechando com 172,16%, mostrando uma operação saudável e sustentável já no primeiro ano de atividade.

8.1.6 Valor Presente Líquido:

Investimento inicial	R\$ 64.100,00
Taxa de desconto a.a (Selic)	6,50%

Taxa de interna de Retorno - Trimestre			
Período a.t	Fluxo de Caixa	Valor Presente (VP)	VP Acumulado
0	-R\$ 64.100,00	-R\$64.100,00	-R\$ 64.100,00
1	R\$ 15.000,00	R\$14.084,51	-R\$50.015,49
2	R\$ 22.500,00	R\$19.837,33	-R\$30.178,16
3	R\$ 30.000,00	R\$24.835,47	-R\$5.342,69
4	R\$ 37.500,00	R\$29.149,62	R\$23.806,93

Soma dos VP's Trimestre 1 a 4	R\$87.906,93
VPL do Projeto	R\$23.806,93
TIR Trimestre	19,62%
Taxa de Lucratividade Trimestre	1,37
Tempo de Playback Trimestre	3,18

Investimento inicial	R\$ 64.100,00
Taxa de desconto a.a (Selic)	6,50%

Taxa de interna de Retorno - ao ano			
Período a.a	Fluxo de Caixa	Valor Presente (VP)	VP Acumulado
0	-R\$ 64.100,00	-R\$64.100,00	-R\$ 64.100,00
1	R\$ 105.000,00	R\$98.591,55	R\$34.491,55
2	R\$ 115.500,00	R\$101.831,65	R\$136.323,20
3	R\$ 127.050,00	R\$105.178,23	R\$241.501,42
4	R\$ 139.755,00	R\$108.634,79	R\$350.136,21
5	R\$ 153.730,50	R\$112.204,95	R\$462.341,16

Soma dos VP's (ano 1 a 5)	R\$526.441,16
VPL do Projeto	R\$462.341,16
Taxa interna de retorno (TIR)	172,04%
Taxa de Lucratividade	8,21
Tempo de Playback	0,65

Em uma análise geram da nossa empresa, fizemos uma projeção de VPL trimestral e anual, e verificamos nas projeções acima que a VPL do primeiro ano de empresa é positiva e ainda rentável, nos dando uma sobra de 23mil, tendo uma negócio totalmente viável, ou seja, nossas projeções indicam que nossa empresa se paga entre a transição 3º ao 4º Trimestre de operação ativa, e a nossa lucratividade indica um ganho de 30% de capital investido.

8.2 ANÁLISE DE SENSIBILIDADE:

Análise de Sensibilidade pelo volume de venda

Perspectiva de crescimento 10% a.a						Análise em diferentes cenários a.a			
	Ano1	Ano2	Ano3	Ano4	Ano5	Indicador	Cenários		
							Pessimista	Mais provável	Otimista
Otimista	2100	2300	2600	2800	3100	TIR (%)	2,75	5,5	8,3
Mais provável	1800	2100	2300	2600	2800	VPL (R\$)	R\$ 231.170,58	R\$462.341,16	R\$ 693.511,74
Pessimista	1600	1800	2100	2300	2600	Payback	1,37	0,65	0,32
						PE (%)	64,98	43,3	21,66

Perspectiva de crescimento Trimestre				
	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre
Otimista	300	450	600	750

Análise em diferentes cenários Trimestral			
Indicador	Cenários		
	Pessimista	Mais provável	Otimista

Mais provável	250	300	450	600
Pessimista	150	250	300	450

TAXA SELIC aa	6,50%
TIR	
X=	(1+i)
6,50 =	1+i
i=	6,50-1
i=	5,5

TIR (%)	9,81	19,62%	29,43
VPL (R\$)	R\$ 11.903,47	R\$ 23.806,93	R\$ 35.739,82
<i>Payback</i>	4,77	3,18	1,59
PE (%)	32,00	64,00	96,00

Finalizando nossas análises em um cenário provável de sensibilidade, nossa empresa é saudável, viável e rentável no primeiro ano de negócio, tendo como projeções futuras um crescimento de capital que será reinvestido em novos produtos e crescimento da empresa, tendo em vista nossas projeções nosso negócio terá um retorno de 176% do capital inicial investido.

8.3 AVALIAÇÃO SOCIAL:

Inicialmente trata-se de uma empresa MEI, ao qual não necessita no primeiro momento de funcionários, sendo que o proprietário irá tocar as demandas do dia-a-dia e as demais funções serão feitas por empresas terceirizadas através de contrato de prestação de serviços. Essas empresas contratadas, terão aumento na demanda o que faz com que as mesmas, tenham aumento de demanda de serviços, aumentando o trabalho e conseqüentemente irão necessitar de profissionais para auxiliar ou aumentar carga horária de seus funcionários gerando assim um movimentando em nossa economia.

Na questão ambiental, nossa empresa foi criada em cima de um projeto de SUSTENTABILIDADE, ao qual, nosso objetivo é fazer com que as pessoas utilizem menos produtos/utensílios descartáveis e comecem a utilizar objetos reutilizáveis, ajudando a manter o planeta terra saudável e o meio ambiente com menos lixo.

9. CONCLUSÃO:

Nosso negócio é totalmente viável, quando comecei a desenhar o projeto de venda de objetos/produtos reutilizáveis na época era algo que já estavam se falando, porém não havia quase empresa voltadas para venda destes produtos. Hoje vemos muitas pessoas preocupadas com o meio ambiente e como fazer para reduzir o lixo e reaproveitar mais a matéria prima, então começamos a buscar artigos e pesquisas com ideias foi então que surgiu a os Kit's personalizados, fáceis de carregar, práticos em sua manutenção e conservação e o melhor não impacta no meio ambiente.

Nosso produto é totalmente vegano, orgânico e reutilizável com uma durabilidade sem prazo, desde que o proprietário siga corretamente as instruções de uso, armazenamento e limpeza.

Em relação a avaliação de feita através do nosso Plano Financeiro, nossa empresa terá um retorno entre o 3º e 4º trimestre, ou seja, o primeiro ano da empresa se tudo ocorrer como as projeções, já teremos retorno do capital inicial investido, isto sendo conservador nos números apresentados em nossos estudos e projeções.

Com esta expectativa de retorno do capital de 1,37, poderemos fazer uma reserva para reinvestir em novos projetos, mantendo a empresa sempre ativa e atualizada, fidelizando nossos clientes e auxiliando na preservação do meio ambiente.

Com as informações que temos como projeções, podemos pensar em ampliar nosso negócio e gerar novas linhas de produtos que irão fortalecer e gerar novos negócios para nossa empresa, consolidando ainda mais a marca.

REFERÊNCIAS

Pesquisas realizadas em 3 meios: livros, sites e Youtube.

Livros:

1. A Construção do Plano de Negócio

Autor: [Alberto Ajzental](#) e [Antônio Renato Ceconello](#)

Editora: Saraiva

2. Gestão estratégica de negócios: 3 - 2018

Autor: [Nelson Ludovico](#)

Editora: Saraiva

Sites:

<https://www.capitalresearch.com.br/>

<https://www.contabeis.com.br/>

<https://www.dicionariofinanceiro.com/>

<https://hcinvestimentos.com/>

<https://www.passeidireto.com/>

<https://pt.wikipedia.org/>

<https://www.sebrae.com.br/>

Youtube: (<https://www.youtube.com/>):

1. Canal: Aprendendo Gestão

https://www.youtube.com/channel/UCWwf_0Zzs87BMS7hq3Xvpzw

2. Canal: Flávio Mota

<https://www.youtube.com/user/flaviomachadomoita>

APÊNDICES