

UNIFEOB
Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTERDISCIPLINAR
PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL
VIDA E MOVIMENTO

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
NOVEMBRO 2018

UNIFEOB
Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**PROJETO INTERDISCIPLINAR
PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL
VIDA E MOVIMENTO**

Módulo 04 - Gestão Empreendedora

Gestão Estrat. de Tributos – Prof. José M. Prado

Ética Geral e Profissional – Prof. Danilo Doval

Administração Estratégica – Prof. Antonio Carlos Lupeti Martins

Gestão Orçamentária – Prof. Júlio César Teixeira

Gestão Empreendedora – Prof. Rodrigo Marudi de Oliveira

Alunos:

Beatriz Jardim Peracin, RA 17000425

Fabio Henrique Junior, RA 17000268

João Gabriel Rodrigues Maximo, RA 17001361

Marta Luciete da Silva, RA 17000856

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
NOVEMBRO 2018

SUMÁRIO

- 1 - Sumário Executivo
 - 1.1 - Resumo
 - 1.2 - Dados dos empreendedores
 - 1.3 - Missão da empresa
 - 1.4 - Setores de atividade
 - 1.5 - Forma jurídica
 - 1.6 - Enquadramento tributário
 - Âmbito federal
 - Âmbito estadual
 - Âmbito municipal
 - 1.7 - Capital social
 - 1.8 - Fonte de recursos
- 2 - Análise de mercado
 - 2.1 - Estudo dos clientes
 - 2.2 - Estudo dos concorrentes
 - 2.3 - Estudo dos fornecedores
- 3 - Plano de marketing
 - 3.1 - Produtos e serviços
 - 3.2 - Preço
 - 3.3 - Estratégias promocionais
 - 3.4 - Estrutura de comercialização
 - 3.5 - Localização do negócio
- 4 - Plano operacional
 - 4.1 - Leiaute
 - 4.2 - Capacidade instalada
 - 4.3 - Processos operacionais
 - 4.4 - Necessidade de pessoal
- 5 - Plano financeiro
 - 5.1 - Investimentos fixos
 - 5.2 - Estoque inicial
 - 5.3 - Caixa mínimo
 - 5.4 - Investimentos pré-operacionais
 - 5.5 - Investimento total
 - 5.6 - Faturamento mensal
 - 5.7 - Custo unitário
 - 5.8 - Custos de comercialização
 - 5.9 - Custos de mão-de-obra
 - 5.10 - Custos com depreciação
 - 5.11 - Custos fixos operacionais mensais
 - 5.12 - Demonstrativo de resultados
 - 5.13 - Indicadores de viabilidade
- 6 - Construção de cenário

6.1 - Ações preventivas e corretivas

7 - Avaliação estratégica

7.1 - Análise da matriz F.O.F.A

8 - Avaliação do plano

8.1 - Análise do plano

1. - Sumário Executivo

1.1. – Resumo

O projeto se retrata sobre a empresa Vida e Movimento, que nada mais é, que uma prestadora de serviços destinados a idosos, situada na cidade de São João da Boa Vista- sp. A empresa pretende oferecer serviços diferenciados para atender a necessidade de cada um de seus clientes.

A empresa será uma Sociedade limitada - LTDA - pertencente a Maria Luiza, que ao ver uma carência nessa área resolveu investir, trazendo benefícios dos mais variados para idosos.

Os serviços a serem oferecidos serão, viagens nacionais e internacionais, aulas de dança, atividades físicas, convênio com clubes esportivos, academia, planos de saúde entre outros.

O público alvo serão pessoas com ou mais de 60 anos, que cada vez mais procuram esse tipo de serviços.

O plano prevê investimento de aluguel, instalações, divulgação e capital de giro.O investimento será da ordem de R\$ 50.000,00 mil, sendo tudo de recursos próprios.

| Indicadores | Ano 1 |
|----------------------------------|------------------|
| Ponto de Equilíbrio | R\$ 1.295.197,94 |
| Lucratividade | 2,99 % |
| Rentabilidade | 78,70 % |
| Prazo de retorno do investimento | 10 meses |

1.2. - Dados dos empreendedores

| | | | |
|--|---|---------|-----------|
| Nome: | Maria Luiza de Figueiredo | | |
| Endereço: | Rua Alberto Valente, 280, jardim Nova São João. | | |
| Cidade: | São João da Boa Vista | Estado: | São Paulo |
| Perfil: | | | |
| <p>Maria Luiza de Figueiredo, 37 anos, é natural de São João da Boa Vista..</p> <p>Maria Luiza sempre foi uma pessoa muito determinada, cheia de energia e observadora. Estudou Administração e Enfermagem. Sendo uma pessoa sonhadora e que sempre acreditou que tudo é possível, também tinha um sonho de ter seu próprio negócio. Trabalhava como enfermeira em um hospital e em suas folgas era voluntária em um asilo. Ao passar um tempo com idosos, percebeu que eles ainda haviam desejos, e dali surgiu a ideia de uma empresa destinada a idosos. Maria Luiza passou um ano pesquisando e projetando maneiras para colocá-la em prática, e chegou a conclusão que seria possível, como havia feito faculdade de administração poderia ela mesma administrar sua empresa. A empresa será uma prestadora de serviço para pessoas de idade de 60 anos ou mais, sendo elas que procuram um tipo de lazer e bem estar a mais em suas vidas.</p> <p>Os serviços oferecidos são pacotes de viagens, planos de saúde, aulas de dança, convênios com clubes esportivos, academias entre outros. Maria Luiza planejou que todos os serviços seriam terceirizado, fazendo parcerias com empresas que acreditavam em sua ideia, ficando apenas com a parte de administrar a empresa, conquistar clientes e sua fidelidade, onde já ha uma experiência e facilidade. Maria luiza conta com 4 funcionários, para facilitar o atendimento e a organização do ambiente. Acredita que possa crescer cada vez mais, mostrando as pessoas que sonhos podem se tornar realidade.</p> | | | |

1.3. - Missão da empresa

MISSÃO: Estamos no mercado para facilitar a vida de pessoas com mais idade, e ampará-las com bem estar e ocupar o tempo com atividades culturais. Propiciar atividades sociais de interação, viagens, pacotes de dança e outros tipos de arte.

VISÃO: Queremos ser uma agência reconhecida por trabalhar com responsabilidade e respeito com nossos clientes, e também por proporcionar diversão e entretenimento.

VALORES: Comprometimento, valorização da cultura, respeito à vida, simplicidade, ética e diversidade.

1.4. - Setores de atividade

- Agropecuária Comércio
 Indústria Serviços

1.5. - Forma jurídica

- Empresário
 Sociedade Limitada Outros:

1.6. - Enquadramento tributário

Âmbito federal

- Empreendedor Individual
 Regime SIMPLES
 Regime LUCRO PRESUMIDO; IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica; PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido; e IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para indústria)

Âmbito estadual

- ICMS – Regime Simplificado
 ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (SISTEMA DÉBITO E CRÉDITO)

Âmbito municipal

- ISS – Imposto sobre Serviços

1.7. - Capital social

| Nº | Sócio | Valor | Participação (%) |
|-----------|---------------------------|----------------------|-------------------------|
| 1 | Maria Luiza de Figueiredo | | |
| Total | | R\$ 50.000,00 | 100,00 |

1.8. - Fonte de recursos

Os recursos serão dados pelos sócios provendo de seus fundos, formando a porcentagem de quotas conforme a integração do capital.

2. - Análise de mercado

2.1. - Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

Focamos em pessoas aposentadas, sendo acima de 60 anos ou não. Sendo de classe c até a classe a.

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

O intuito é buscar pessoas que querem algo que obtenha lazer e saúde. Esses clientes já trabalham muito e agora querem aproveitar a vida viajando, dançando e ou fazendo esportes físicos.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

A agência localiza-se no centro de São João da Boa Vista – SP, onde atingirá as pessoas desta cidade e também de cidades vizinhas (Vargem Grande do Sul, Mogi Guaçu, entre outras da região).

2.2. - Estudo dos concorrentes

| Empresa | Qualidade | Preço | Condições de Pagamento | Localização | Atendimento | Serviços aos clientes | Garantias oferecidas |
|-------------|-----------|---------------|----------------------------|--|-----------------------------------|--|-----------------------------------|
| CVC VIAGENS | Boa | Intermediário | Dinheiro, cheque ou cartão | Uma das Avenidas Principais de São João da Boa Vista | Segunda à sábado, das 08h às 17h. | Variedade de pacotes: viagens para os diversos lugares do mundo. | Viagens com segurança e conforto. |

Conclusões

Vida e movimento tem um de seus concorrentes a CVC Viagens, que oferece viagens para os mais diversos lugares do mundo. No entanto, nós fornecemos outros pacotes que ampliam as oportunidades de chegar até o desejo do cliente, e assim torna-nos mais amplos no oferecimento de serviços.

2.3. - Estudo dos fornecedores

| Nº | Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços) | Nome do fornecedor | Preço | Condições de pagamento | Localização (estado e/ou município) |
|----|---|-----------------------|----------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| 1 | Atividades físicas. | Esportiva Sanjoanense | Diversos | 30 dias no cartão, cheque ou boleto. | São João da Boa Vista SP |
| 2 | Planos de saúde | Dr. Saúde | Diversos | 30 dias no cartão, cheque ou boleto. | São João da Boa Vista SP |
| 3 | Pacotes de Viagens | Decolar.com | Diversos | 30 dias no cartão, cheque ou boleto. | Guarulhos SP |

3. - Plano de marketing

3.1. - Produtos e serviços

- Pacote Internacional Europa
- Pacote Internacional África
- Pacote Internacional Américas
- Pacote Internacional Oceania
- Pacote Internacional Ásia
- Pacote Nacional Norte
- Pacote Nacional Nordeste
- Pacote Nacional Centro Oeste
- Pacote Nacional Sudeste
- Pacote Nacional Sul
- Pacote de dança
- Pacote atividades físicas
- Pacote de Saúde

| Nº | Produtos / Serviços |
|----|----------------------------------|
| 1 | Atividades físicas |
| 2 | Dança |
| 3 | Pacote de Viagens Nacionais |
| 4 | Pacote de Viagens Internacionais |
| 5 | Pacote de Saúde |

3.2. – Preço

Os preços acima foram fixados de acordo com o valor das passagens aéreas, clubes de dança, e centro de esportes, os quais temos parceria e, portanto, os preços são os mais justos do âmbito comercial. A agência Vida e Movimento se difere por seu atendimento de qualidade e atencioso, conforto e na satisfação de nossos clientes.

3.3. - Estratégias promocionais

A agência vai providenciar a elaboração de um site que contenha informações, como: serviços, horário de atendimento, histórico, feedback dos clientes, fotos e história dos pontos turísticos que disponibilizamos para turismo, e também do clube de dança, e dos esportes.

Para promover a agência serão feitos convênios com companhias aéreas, clubes onde serão realizados eventos de dança, e centros onde poderá ser praticado diversos tipos de esportes.

3.4. - Estrutura de comercialização

O atendimento será realizado no nosso ponto físico e também por telefone, o site será apenas um portfólio do que oferecemos.

3.5. - Localização do negócio

| | |
|-----------|----------------------------|
| Endereço: | Rua Marechal Deodoro, 314. |
| Bairro: | Centro |
| Cidade: | São João da Boa Vista |
| Estado: | São Paulo |
| Fone 1: | (32) 9999-9999 |

A agência ficará no local citado acima pois o ponto conta com garagem para

carros e a cidade facilita nesse contexto comercial, visto que, é uma das cidades com o maior número de idosos do Brasil, que é o nosso público-alvo.

4. - Plano operacional

4.1. - Leiaute

Na área da arte gráfica, o layout é um esboço ou rascunho que mostra a estrutura física de uma página de um jornal, revista ou página na internet (como um blogue, por exemplo). O layout engloba elementos como texto, gráficos, imagens e a forma como eles se encontram em um determinado espaço. O layout gráfico pressupõe o trabalho de um designer gráfico, que vai trabalhar no formato e números de página e suas margens, números de colunas de texto e outros aspectos relevantes.

4.2. - Capacidade instalada

Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?

Nós não estipulamos quantidade, pois quanto mais pacotes serem vendidos mais teremos lucros.

Qual será o volume de produção (ou serviço) e comercialização iniciais?

Iniciaremos com venda de pacotes máxima, o qual não terá limites, a não ser que as vendas sejam exageradas e nossos parceiros não conseguirem suprir a necessidade. No entanto, observamos que há poucas chances de ocorrer este fato.

4.3. - Processos operacionais

Compras

As compras serão feitas com fechamento de contrato com as agências parceiras, estipulando os preços dos pacotes e os devidos acréscimos de acordo com as vendas.

Venda dos pacotes

Controle das viagens e das demais atividades será de acordo com os pacotes solicitados pelos clientes.

Caixa

As contas a pagar e receber serão administradas pelo gerente administrativo, onde fará um planejamento para administrar e organizar a parte administrativa e financeira da empresa.

4.4. - Necessidade de pessoal

| Nº | Cargo/Função | Qualificações necessárias |
|----|------------------------|---|
| 1 | Recepcionista | Boa aparência, simpática, educada, atenciosa, conhecimentos de informática (internet, e-mail, agendas). experiência no atendimento ao público, controle de arquivos, elaboração de documentos e gestão do fluxo de informações gerais da companhia, atuando com foco na excelência da comunicação empresarial e otimização de tarefas. |
| 2 | Promotor de Vendas | Experiência profissional na área de atendimento e vendas de produtos e serviços. Ser simpático, educado e atenciosos. Contendo também habilidades para desenvolver atividades variadas, desde objetivos e metas, execução, apuração e controle de resultados. |
| 3 | Gerente Administrativo | Experiência e comprometimento que atua com a gestão da equipe, respondendo pelos recursos humanos, supervisionando o setor de compras dando assessoria a presidência da empresa, elaborando relatórios gerenciais e conduzir reuniões de recursos materiais e financeiros da área providenciando meios para que as atividades sejam desenvolvidas em conformidade com as normas e procedimentos técnicos. |

5. - Plano financeiro

5.1. - Investimentos fixos

A – Imóveis

| Nº | Descrição | Qtde | Valor Unitário | Total |
|---------------|-----------|------|----------------|----------|
| SUB-TOTAL (A) | | | | R\$ 0,00 |

B – Máquinas e Equipamentos

| Nº | Descrição | Qtde | Valor Unitário | Total |
|---------------|-----------|------|----------------|----------|
| SUB-TOTAL (B) | | | | R\$ 0,00 |

C – Móveis e Utensílios

| Nº | Descrição | Qtde | Valor Unitário | Total |
|---------------|----------------------------------|------|----------------|-------------|
| 1 | Mesa de Reunião (Tecmobile) | 1 | R\$ 296,90 | R\$ 296,90 |
| 2 | Sofá dois lugares sala de espera | 1 | R\$ 680,00 | R\$ 680,00 |
| 3 | Cadeiras para sala de reunião | 6 | R\$ 200,00 | R\$ 1200,00 |
| 4 | Mesa para recepção | 1 | R\$ 192,00 | R\$ 192,00 |
| SUB-TOTAL (C) | | | | R\$ 2368,90 |

D – Veículos

| Nº | Descrição | Qtde | Valor Unitário | Total |
|---------------|-----------|------|----------------|----------|
| SUB-TOTAL (D) | | | | R\$ 0,00 |

E

-

Computadores

| Nº | Descrição | Qtde | Valor Unitário | Total |
|---------------|---|------|----------------|-------------|
| 1 | Computador (Notebook Positivo Quad Core) | 3 | R\$ 1119,90 | R\$ 3357,00 |
| 2 | Impressora (Multifuncional HP Officejet) | 1 | R\$ 709,00 | R\$ 709,00 |
| SUB-TOTAL (E) | | | | R\$ 4066,00 |

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E): R\$ 6434,90

5.2. - Estoque inicial

| Nº | Descrição | Qtde | Valor Unitário | Total |
|-----------|-----------|------|----------------|----------|
| TOTAL (A) | | | | R\$ 0,00 |

5.3. - Caixa mínimo

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

| Prazo médio de vendas | (%) | Número de dias | Média Ponderada em dias |
|--------------------------|-------|----------------|-------------------------|
| à vista | 10,00 | 0 | - |
| à prazo 30d. | 20,00 | 30 | 6,00 |
| à prazo 2x | 30,00 | 60 | 18,00 |
| à prazo 3x | 40,00 | 90 | 36,00 |
| Prazo médio total | | 60 | |

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

| Prazo médio de compras | (%) | Número de dias | Média Ponderada em dias |
|--------------------------|-------|----------------|-------------------------|
| À vista | 0,00 | 0 | 0,00 |
| À prazo 1x | 50,00 | 30 | 15,00 |
| À prazo 2x | 50,00 | 60 | 30,00 |
| Prazo médio total | | | 45 |

3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

| Necessidade média de estoque | |
|------------------------------|---|
| Número de dias | 0 |

4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

| Recursos da empresa fora do seu caixa | | Número de dias |
|---|--|----------------|
| 1 | Contas a receber - Prazo médio de vendas | 60,0 |
| 2 | Estoque - Necessidade média de estoques | - |
| Recursos de terceiros no caixa da empresa | | |
| 3 | Contas a pagar - Prazo médio de compras | 45,0 |
| Necessidade líquida de capital de giro em dias | | 15,0 |

Caixa Mínimo

| | |
|---|---------------|
| 1. Custo fixo mensal | R\$ 16.981,05 |
| 2. Custo variável mensal | R\$ 79.277,80 |
| 3. Custo total da empresa | R\$ 96.258,85 |
| 4. Custo total diário | R\$ 3.208,63 |
| 5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias | 15 |

Caixa Mínimo R\$ 48.129,43

Capital de giro (Resumo)

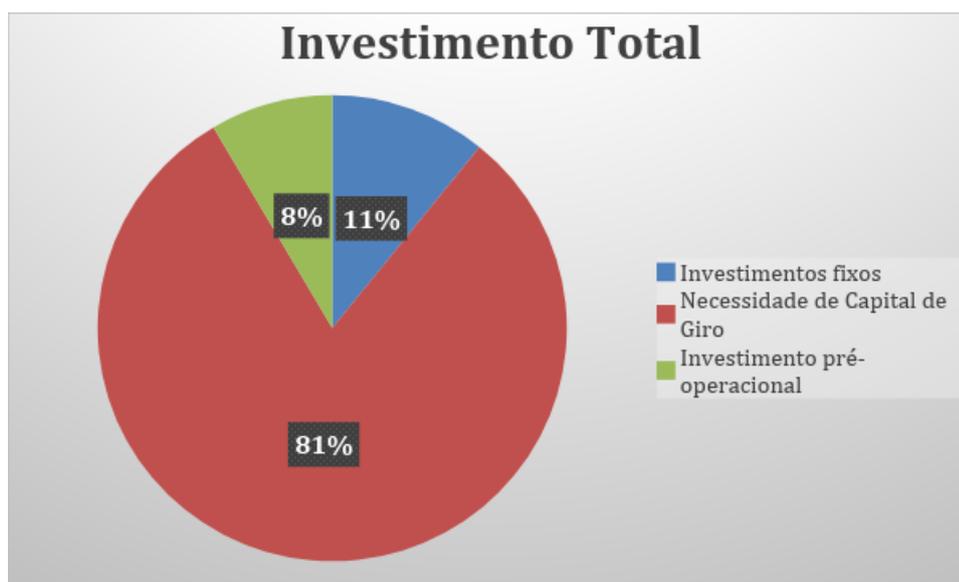
| Descrição | Valor |
|---------------------------------------|----------------------|
| A – Estoque Inicial | R\$ - |
| B – Caixa Mínimo | R\$ 48,129,43 |
| TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B) | R\$ 48,129,43 |

5.4. - Investimentos pré-operacionais

| Descrição | Valor |
|-------------------------|---------------------|
| Despesas de Legalização | R\$ 2,038,00 |
| Divulgação | R\$ 1,500,00 |
| Cursos e Treinamentos | R\$ 1.500,00 |
| TOTAL | R\$ 5.038,00 |

5.5. - Investimento total

| Descrição dos investimentos | Valor | (%) |
|---|----------------------|---------------|
| Investimentos Fixos – Quadro 5.1 | R\$ 6.434,90 | 11,00 |
| Capital de Giro – Quadro 5.2 | R\$48,129,43 | 81,00 |
| Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3 | R\$ 5.038 | 8,00 |
| TOTAL (1 + 2 + 3) | R\$ 59.602,33 | 100,00 |



| Fontes de recursos | Valor | (%) |
|--------------------|----------------------|---------------|
| Recursos próprios | R\$ 50.000,00 | 50,00 |
| TOTAL | R\$ 50.000,00 | 100,00 |

5.6. - Faturamento mensal

| Item | Descrição do Produto ou Serviço | Quantidade | Preço de venda unitário - R\$ | Total - R\$ |
|------|---------------------------------|------------|-------------------------------|-------------|
| 1 | Pacote Internacional Europa | 3,00 | 3.500,00 | 10.500,00 |
| 2 | Pacote Internacional África | 2,00 | 3.800,00 | 7.600,00 |
| 3 | Pacote Internacional América | 4,00 | 5.800,00 | 23.200,00 |
| 4 | Pacote Internacional Oceania | 1,00 | 6.000,00 | 6.000,00 |
| 5 | Pacote Internacional Ásia | 2,00 | 7.000,00 | 14.000,00 |
| 6 | Pacote Nacional Norte | 8,00 | 918,00 | 7.344,00 |
| 7 | Pacote Nacional Nordeste | 12,00 | 1.320,00 | 15.840,00 |
| 8 | Pacote Nacional Centro Oeste | 8,00 | 859,00 | 6.872,00 |
| 9 | Pacote Nacional Sudeste | 4,00 | 759,00 | 3.036,00 |
| 10 | Pacote Nacional Sul | 13,00 | 998,00 | 12.974,00 |
| 11 | Pacote de Danças | 22,00 | 130,00 | 2.860,00 |
| 12 | Pacote Atividades Físicas | 31,00 | 110,00 | 3.410,00 |
| 13 | Plano Médico Individual | 3,00 | 387,00 | 1.161,00 |
| 14 | Plano Médico Familiar | 2,00 | 894,00 | 1.788,00 |

Projeção das Receitas:

| Expectativa de crescimento mensal do faturamento | |
|--|---------------------------|
| Mês | Percentual de crescimento |
| 1 | 0,00% |
| 2 | 1,00% |
| 3 | 1,00% |
| 4 | 1,00% |
| 5 | 1,00% |
| 6 | 4,50% |
| 7 | 5,00% |
| 8 | 3,00% |
| 9 | 1,00% |
| 10 | 1,00% |
| 11 | 3,00% |
| 12 | 9,00% |

Faturamento esperado no primeiro ano:

| Resumo do faturamento anual | |
|-----------------------------|---------------------|
| Mês | Faturamento em R\$ |
| 1 | 116.585,00 |
| 2 | 117.750,85 |
| 3 | 118.928,36 |
| 4 | 120.117,64 |
| 5 | 121.318,82 |
| 6 | 126.778,17 |
| 7 | 133.117,07 |
| 8 | 137.110,59 |
| 9 | 138.481,69 |
| 10 | 139.866,51 |
| 11 | 144.062,50 |
| 12 | 157.028,13 |
| Total | 1.571.145,33 |

5.7. - Custo unitário

Produto: Pacote Internacional Europa

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Tot al |
|----------------------------|------|----------------|---------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 3.500,00 | R\$ 3.500,00 |
| TOTAL | | | R\$ 3.500,00 |

Produto: Pacote Internacional África

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Tot al |
|----------------------------|------|----------------|---------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 3.800,00 | R\$ 3.800,00 |
| TOTAL | | | R\$ 3.800,00 |

Produto: Pacote Internacional America

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Total |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------|---------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 5.800,00 | R\$ 5.800,00 |
| TOTAL | | | R\$ 5.800,00 |

Produto: Pacote Internacional Oceania

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Total |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------|---------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 |
| TOTAL | | | R\$ 6.000,00 |

Produto: Pacote Internacional Ásia

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Total |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------|---------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 |
| TOTAL | | | R\$ 7.000,00 |

Produto: Pacote Nacional Norte

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Total |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------|-------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 918,00 | R\$ 918,00 |
| TOTAL | | | R\$ 918,00 |

Produto: Pacote Nacional Nordeste

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Tot al |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------|---------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 1.320,00 | R\$ 1.320,00 |
| TOTAL | | | R\$ 1.320,00 |

Produto: Pacote Nacional Centro Oeste

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Tot al |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------|-------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 859,00 | R\$ 859,00 |
| TOTAL | | | R\$ 859,00 |

Produto: Pacote Nacional Sudeste

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Tot al |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------|-------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 759,00 | R\$ 759,00 |
| TOTAL | | | R\$ 759,00 |

Produto: Pacote Nacional Sul

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Tot al |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------|-------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 998,00 | R\$ 998,00 |
| TOTAL | | | R\$ 998,00 |

Produto: Pacote de Danças

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Tot al |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------|-------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 130,00 | R\$ 130,00 |
| TOTAL | | | R\$ 130,00 |

Produto: Pacote Atividades Físicas

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Tot al |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------|-------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 110,00 | R\$ 110,00 |
| TOTAL | | | R\$ 110,00 |

Produto: Plano Médico Individual

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Tot al |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------|-----------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 387,00 | R\$ 387,00 |
| TOTAL | | | R\$ R\$ 387,00 |

Produto: Plano Médico Familiar

| Materiais / Insumos usados | Qtde | Custo Unitário | Tot al |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------|-------------------|
| Custo total | 1 | R\$ 894,00 | R\$ 894,00 |
| TOTAL | | | R\$ 894,00 |

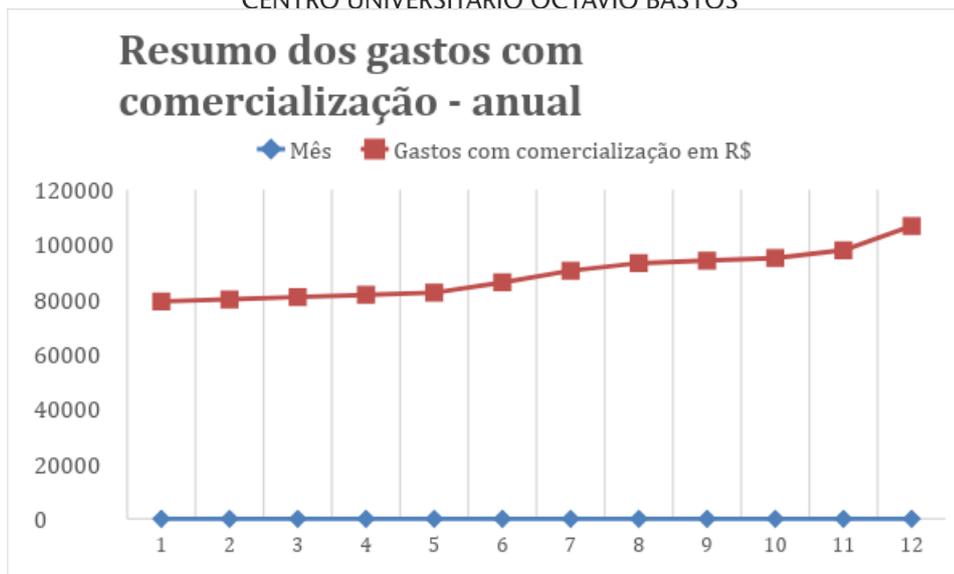
5.8. - Custos de comercialização

Gastos mensais:

| Gastos mensais com comercialização | | | | |
|---|--|----------|-----------------------------------|--------------------------|
| Item | Gastos com vendas | % | Faturamento Estimado - R\$ | Gasto total - R\$ |
| 1 | Comissões | 5,00% | 116.585,00 | 5.829,25 |
| 2 | Propaganda e Publicidade | 4,00% | 116.585,00 | 4.663,40 |
| 3 | Taxa de administração do cartão de crédito | 5,00% | 116.585,00 | 5.829,25 |
| 4 | Pagamento Terceirizados | 54,00 % | 116.585,00 | 62.955,90 |
| Total | | | | R\$ 79.277,80 |

Resumo dos gastos com comercialização – anual

| Resumo dos gastos com comercialização – anual | |
|--|--|
| Mês | Gastos com comercialização em R\$ |
| 1 | 79.277,80 |
| 2 | 80.070,57 |
| 3 | 80.871,28 |
| 4 | 81.680,00 |
| 5 | 82.496,79 |
| 6 | 86.209,16 |
| 7 | 90.519,60 |
| 8 | 93.235,20 |
| 9 | 94.167,54 |
| 10 | 95.109,23 |
| 11 | 97.962,51 |
| 12 | 106.779,14 |
| Total | 1.068.378,82 |



5.9. - Custos de mão-de-obra

| Item | Função | Nº de Empregados | Salário mensal - R\$ | Sub-total com encargos | Total em R\$ |
|------|------------------------|------------------|----------------------|------------------------|--------------|
| 1 | Agente de Viagens | 2 | 2.566,95 | 5.133,90 | 5.133,90 |
| 2 | Auxiliar de Agência | 1 | 1.645,00 | 1.645,00 | 1.645,00 |
| 3 | Gerente Administrativo | 1 | 4.940,00 | 4.940,00 | 4.940,00 |

5.10. - Custos com depreciação

| Custos com depreciação - anual | | | | | |
|--------------------------------|--|-----------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|
| Item | Descrição | Valor - R\$ | Vida Útil em anos | Depreciação anual - R\$ | Depreciação mensal - R\$ |
| 3 | Móveis e utensílios | 2.368,90 | 10 | 236,89 | 19,74 |
| 4 | Equipamentos de processamento de dados (informática) | 4.066,00 | 5 | 813,20 | 67,77 |
| Total | | 6.434,90 | - | 1.050,09 | 87,51 |

5.11. - Custos fixos operacionais mensais

| Gastos fixos operacionais mensais | | |
|--|------------------------------|---------------------------|
| Item | Descrição | Valor mensal - R\$ |
| 1 | Aluguel | 2.700,00 |
| 2 | Condomínio | - |
| 3 | IPTU | 100,00 |
| 4 | Água | 100,00 |
| 5 | Energia elétrica | 180,00 |
| 6 | Telefone | 300,00 |
| 7 | Honorários do contador | 520,00 |
| 8 | Pró-labore | - |
| 9 | Manutenção dos equipamentos | 100,00 |
| 10 | Salários + encargos - item 7 | 11.718,90 |
| 11 | Material de limpeza | 150,00 |
| 12 | Material de escritório | 529,64 |
| 13 | Combustível | - |
| 14 | Taxas diversas | 95,00 |
| 15 | Serviços de terceiros | - |
| 16 | Depreciação - item 8 | 87,51 |
| 17 | Outras despesas | 400,00 |
| Total | | 16.981,05 |

Projeção dos Custos:

| Expectativa crescimentos dos gastos fixos - % | |
|--|---|
| Mês | % de crescimentos dos gastos fixos |
| 1 | 0,00% |
| 2 | 2,00% |
| 3 | 2,00% |
| 4 | 1,00% |
| 5 | 0,50% |
| 6 | 0,75% |
| 7 | 1,00% |
| 8 | 2,10% |
| 9 | 1,50% |
| 10 | 1,50% |
| 11 | 1,75% |
| 12 | 1,50% |

| Resumo dos gastos fixos operacionais - anual | |
|--|-------------------|
| Mês | Valor - R\$ |
| 1 | 16.981,05 |
| 2 | 17.320,67 |
| 3 | 17.667,09 |
| 4 | 17.843,75 |
| 5 | 17.932,99 |
| 6 | 18.067,49 |
| 7 | 18.248,17 |
| 8 | 18.631,38 |
| 9 | 18.910,87 |
| 10 | 19.194,54 |
| 11 | 19.530,45 |
| 12 | 19.823,43 |
| Total | 220.151,88 |



5.12. - Demonstrativo de resultados

Demonstrativo Anual de Resultados

| Descrição | Valor Anual | % |
|-------------------------------------|---------------------|---------------|
| Receita total de vendas | 1.571.145,33 | 117,65% |
| (-) Lucro Presumido | 235.710,34 | 17,65% |
| (=) Receita Líquida | 1.335.434,99 | 100% |
| (-) Gastos Variáveis | | |
| Gastos com comercialização | 1.068.378,82 | 80,00% |
| Total dos gastos variáveis | 1.068.378,82 | 80,00% |
| (=) Margem de Contribuição | 267.056,17 | 20,00% |
| (-) Gastos Fixos | | |
| Gastos fixos operacionais | 220.151,88 | 16,49% |
| (=) Resultado operacional | 46.904,29 | 3,51% |

5.13. - Indicadores de viabilidade

| Indicadores | A n o 1 |
|----------------------------------|------------------|
| Ponto de Equilíbrio | R\$ 1.295.197,94 |
| Lucratividade | 2,99% |
| Rentabilidade | 78,70 % |
| Prazo de retorno do investimento | 10 meses |

6. - Construção de cenário

6.1. - Ações preventivas e corretivas

| Construção de Cenários | | | Queda nas vendas 20,00% | | Crescimento das vendas 20,00% | |
|-------------------------------------|---------------------|----------------|----------------------------|----------------|----------------------------------|----------------|
| | Cenário Provável | | Cenário Pessimista | | Cenário Otimista | |
| Descrição | | | | | | |
| Receita total de vendas | 1.571.145,33 | 117,65% | 1.256.916,26 | 117,65% | 1.885.374,39 | 117,65% |
| (-) Lucro Presumido | 235.710,34 | 17,65% | 188.568,27 | 17,65% | 282.852,41 | 17,65% |
| (=) Receita Líquida | 1.335.434,99 | 100,00% | 1.068.347,99 | 100,00% | 1.602.521,98 | 100,00% |
| (-) Gastos Variáveis | | | | | | |
| Gastos com comercialização | 1.068.378,82 | 80,00% | 854.703,06 | 80,00% | 1.282.054,58 | 80,00% |
| Total dos gastos variáveis | 1.068.378,82 | 80,00% | 854.703,06 | 80,00% | 1.282.054,58 | 80,00% |
| (=) Margem de Contribuição | 267.056,17 | 20,00% | 213.644,93 | 20,00% | 320.467,40 | 20,00% |
| (-) Gastos Fixos | | | | | | |
| Gastos fixos operacionais | 220.151,88 | 16,49% | 220.151,88 | 20,61% | 220.151,88 | 13,74% |
| (=) Resultado operacional | 46.904,29 | 3,51% | - 6.506,95 | -0,61% | 100.315,52 | 6,26% |

Ações corretivas e preventivas: O primeiro passo é descobrir o que causou a queda nas vendas. Procurar sanar este erro ou necessidade que o cliente está encontrando e que diminui sua aderência do nosso serviço. Após a pesquisa analisaremos a melhor estratégia seja ela em vários âmbitos, financeiro, qualidade, tempo de realização do serviço, entre outros fatores que venham a deixar o cliente insatisfeito.

7. - Avaliação estratégica

7.1. - Análise da matriz F.O.F.A

Análise SWOT (ou Matriz F.O.F.A.) é a sigla em para Forças (Strengths), Fraquezas (Weakness), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). É uma ferramenta que serve para fazer o planejamento estratégico de empresas e novos projetos.

Abaixo fizemos a análise SWOT da empresa, apresentando os possíveis aspectos encontrados no mercado.

| | FATORES INTERNOS | FATORES EXTERNOS |
|---------------|---|--|
| PONTOS FORTES | <p>FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Preços competitivos ● Equipe experiente ● Localização | <p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Formação de novas parcerias ● Mercado de nicho ● Tecnologia |
| PONTOS FRACOS | <p>FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Equipe pequena ● Falta de estrutura física para expansão | <p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Concorrência ● Crise financeira |

Ações: A análise nos fornece a visão do que precisamos temer e melhorar para que alcancemos o sucesso. Em relação às fraquezas nesse necessitamos de pessoas de ótima qualificação profissional por termos poucos funcionários, o melhor a se fazer é dividir corretamente a divisão das atividades. A estrutura física também deve ser organizada da melhor forma possível, para que não haja perda de espaço. As ameaças, concorrenciais e crise financeira, devem ter atenção redobrada por serem fatores externos e que possuímos menor controle. A concorrência, devemos sempre procurar fornecer melhores produtos e procurar sempre estarmos inovando. Crise financeira é de fato complexa, pois atinge diretamente nas vendas, assim devemos preparar uma poupança a qual nos ajudará em caso de crises maiores que venham a diminuir a vendas.

8. - Avaliação do plano

8.1. - Análise do plano

O plano de negócio é o melhor instrumento para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor. Foi necessário buscar o maior número de informações possíveis agências e sites de empreendimentos com pessoas de mais idade para localizar preços, e pacotes que atraíam o público alvo.

Para as previsões financeiras, foram considerados os impostos e encargos, além de se projetar um cenário conservador para as receitas. A empreendedora está disposta a investir em seu negócio, ela espera crescimento e bons rendimentos. Através dos dados indicadores de cenários vemos grande chances para o investimento fluir de maneira positiva, vai depender do desempenho de todos colaboradores, os quais deverão apresentar estratégias para todos os possíveis problemas que venham aparecer.