



UNifeob

PROJETO INTEGRADO

ESCOLA DE NEGÓCIOS

2020





UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL

AGROPRO

Módulo de Empreendedorismo

Gestão Empreendedora – Prof. Marcelo Alexandre C. da Silva

Administração Estratégica – Prof. José Márcio Carioca

Gestão Estratégica de Tributos – Prof. Max StreicherVallim

Direito Empresarial – Prof. Luiz F. A.S. Faria

Gestão Orçamentária – Prof. Antonio D. Fortes

Alunos:

Adail Domingos Junior, RA 19000715

Emely Beatriz Rodrigues de Souza, RA 19001012

João Pedro Frizo, RA 19000022

Renato Selegato Burguês, RA 19000024

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MAIO 2020

1. Sumário Executivo.....	3
1.1 Resumo.....	5
1.2 Dados dos empreendedores.....	6
1.3 Missão, Visão e Valores da empresa.....	7
1.4 Setores de atividade.....	7
1.5 Forma jurídica.....	7
1.6 Enquadramento tributário.....	8
1.7 Capital social.....	8
1.8 Fonte de recursos.....	8
1.9 Documentação exigida para abertura da empresa.....	8
1.10 Contrato Social.....	9
1.11 Registro da Empresa.....	9
1.12 Receita Federal.....	9
1.13 Receita Estadual.....	10
1.14 Prefeitura Municipal.....	10
1.15 Alvarás.....	10
1.16 Licenças.....	10
2 Análise de mercado.....	11
2.1 Estudo dos clientes.....	11
2.2 Estudo dos concorrentes.....	12
2.3 Estudo dos fornecedores.....	13
3 Plano de marketing.....	14
3.1 Produtos e serviços.....	14
3.2 Preço.....	14
3.3 Estratégias promocionais.....	14
3.4 Estrutura de comercialização.....	15
3.5 Localização do negócio.....	15
4 Plano operacional.....	15
4.1 Leiaute.....	15
4.2 Capacidade instalada.....	16
4.3 Processos operacionais.....	16
4.4 Necessidade de pessoal.....	16
5 Plano financeiro.....	16
5.1 Investimentos fixos.....	16

5.2	Estoque inicial.....	17
5.3	Caixa mínimo.....	17
5.4	Investimentos pré-operacionais.....	18
5.5	Investimento total.....	19
5.6	Faturamento mensal.....	19
5.7	Custo unitário.....	20
5.8	Custos de comercialização.....	20
5.9	Custos de mão-de-obra.....	21
5.10	Custos com depreciação.....	21
5.11	Custos fixos operacionais mensais.....	21
5.12	Demonstrativo de resultados.....	22
5.13	Indicadores de viabilidade.....	22
6	Construção de cenário.....	23
6.1	Ações preventivas e corretivas.....	23
7	Avaliação estratégica.....	24
7.1	Análise da matriz F.O.F.A.....	24
8	Avaliação do plano.....	24
8.1	Análise do plano.....	24

1 Sumário Executivo

1.1 Resumo

O agronegócio possui perspectivas promissoras, já que ele apresenta muitas vantagens dos pontos de vista natural e econômico, podendo o país explorar melhor suas potencialidades. Haja vista que os trabalhadores que cooperam com esse desenvolvimento, diariamente são expostos a riscos, sejam eles físicos, químicos e biológicos, por esse motivo, a AGROPRO surgiu, com o intuito de olhar para eles, que são os responsáveis pelo trabalho diário que leva alimento à mesa de famílias em todo o mundo.

A ideia surgiu de um olhar atento do sócio João Pedro Frizo, pois já havia presenciado situações de risco e notado a importância da segurança nesse setor. Para efetivar a criação da AGROPRO, entrevistas com trabalhadores que dedicaram toda a sua carreira no meio da agricultura, foram executadas. Jairo Feliciano e o Luis de Paula Almeida, atualmente trabalham como técnicos, na empresa Bauer do Brasil, que é fabricante de equipamento de irrigação agrícola, os dois possuem como principal função visitar as fazendas dos clientes, seja para acompanhar a montagem de equipamento ou solucionar problemas. O fator que foi o ponto chave para dar confirmação de que a ideia inicial se tornaria o principal objetivo da AGROPRO, foi quando os dois técnicos, informaram que grandes produtores, possuem diversos tipos de fiscalização e acompanhamento em relação a segurança do trabalhador, no entanto, não há ausência de epi (equipamento de proteção individual), mas quando se trata de pequenos produtores, a questão é completamente diferente, além de não serem conscientizados em relação a segurança, as empresas não se atentam para os mesmos, ou seja, esses serviços são chegam até eles, e quando chegam não existe nenhum tipo de acompanhamento, o que é errado, afinal, o uso contínuo de equipamentos de segurança é mudança de hábitos, precisa ser uma ação diária.

Diante dos resultados obtidos, após vários diálogos sobre o assunto, a AGROPRO, se tornou uma organização que tem como objetivo, primeiramente conscientizar e motivar o trabalhador a cuidar de si, para ter uma vida longa, saudável e livre de acidentes, sendo também fornecedores de equipamentos de segurança, para cada necessidade específica. Além disso, para oferecer ainda mais benefícios, a empresa

possui um programa de parcerias chamado “Rede de Oportunidades”, onde diversos parceiros oferecem condições especiais para o produtor, em todas as atividades econômicas que realizam dentro das fazendas, são inúmeras empresas que acreditam na agricultura do país. AGROPRO, identificou um problema, visualizou que existiam pessoas com grande potencial de crescimento, sem as informações e ferramentas necessárias para se proteger durante o processo, e dessa forma, tudo deu início, com o planejamento traçado para valorização daqueles que estão dispostos a fornecer alimento, para mais e mais famílias.

1.2 Dados dos empreendedores

Nome:	Adail Domingos Da Silva Junior		
Endereço:	Rua Dos Barros, nº 300 - Santa Barbara		
Cidade:	Andradas	Estado:	Minas Gerais
Perfil:	Sócio, formado em administração e excelente visão de negócios.		
Atribuições:	Prestador de consultoria e representante da empresa.		

Nome:	Emely Beatriz Rodrigues de Souza		
Endereço:	Rua Armando Geraldo Massaro, nº 445 - Jardim Lucas Teixeira		
Cidade:	São João da Boa Vista	Estado:	São Paulo
Perfil:	Sócia, formada em administração e possui facilidade em desenvolver plano de negócios.		
Atribuições:	Representante do financeiro da empresa, cuida do estoque de EPI e responde pela ouvidoria da empresa.		

Nome:	João Pedro Frizo		
Endereço:	Rua Caetano Logato, nº 127 - Jardim Mantiqueira		
Cidade:	Andradas	Estado:	Minas Gerais
Perfil:	Sócio, formado em administração e possui facilidade em comunicação com o público alvo		
Atribuições:	Prestador de consultoria e representante da empresa.		

Nome:	Renato Selegato Burguês		
Endereço:	Rua Padre Benati, nº 239 - Centro		
Cidade:	Andradas	Estado:	Minas Gerais
Perfil:	Sócio, formado em administração e ótimo empreendedor.		
Atribuições:	Prestador de consultoria e representante da empresa.		

1.3 Missão, Visão e Valores da empresa

A missão da AGROPRO, é oferecer segurança no dia-a-dia do trabalhador rural, tendo como visão, ser a principal organização que trabalha com consultoria e venda de equipamentos de segurança, atendendo não somente no estado de São Paulo, mas sim, em todo o território brasileiro.

Valores que guiam a empresa:

1. Cuidado: Significa cuidar de cada cliente, pensando em seu bem-estar e segurança, prevenindo de acidentes e problemas que podem interferir na vida profissional e pessoal.
2. Respeito: Significa priorizar e respeitar a opinião de cada cliente, que se dedica diariamente no trabalho que é responsável por grande parte da economia de todo o mundo.
3. Qualidade: Significa entregar valor aos clientes, funcionários, sendo mostrada de várias maneiras, vendendo e entregando produtos e serviços que atendem as necessidades, estabelecendo um ambiente de trabalho em que os funcionários se sintam motivados.
4. Comprometimento - Significa fazer o nosso melhor para atender as expectativas, de maneira previsível e consistente ao longo do tempo.

1.4 Setores de atividade

O setor de atividade que a AGROPRO se dedica é, segurança no trabalho rural, focada em consultoria, e vendas dos equipamentos, os mesmos são para a proteção individual de cada usuário.

1.5 Forma jurídica

O regime tributário da organização, será o Simples Nacional, pois não se enquadra em nenhuma vedação, ou seja, se inclui no regime diferenciado e favorecido do Simples Nacional e por conta da previsão de faturamento anual, se enquadra das Empresas de Pequeno Porte, no entanto, EPP, sendo assim as vendas deverão ser efetuadas apenas para consumidores finais.

1.6 Enquadramento tributário

Âmbito federal - IRPJ E IPI.

Âmbito estadual - ICMS.

Âmbito municipal - IPTU.

1.7 Capital social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Renato Selegato Burguês	25.000,00	25%
2	João Pedro Frizo	25.000,00	25%
3	Emely Beatriz Rodrigues de Souza	25.000,00	25%
4	Adail Domingos Junior	25.000,00	25%
Total		100.000,00	100%

1.8 Fonte de recursos

Item	Fonte dos recursos	Valor	%
1	Recursos próprios	100.000,00	100%
2	Recursos de terceiros	-	0%
Total		100.000,00	100%

1.9 Documentação exigida para abertura da empresa

1. Cópia CPF. Autenticada de todos os sócios.
2. Cópia do R.G. Autenticada de todos os sócios.
3. Cópia autenticada da Certidão de emancipação no caso de menor de 18 e maior de 16.
4. Cópia do IPTU do imóvel.
5. Cópia do comprovante de endereço da empresa e de todos os sócios.
6. Laudo do Corpo de Bombeiros

1.10 Contrato Social

1. Nome Empresarial art. 997, II, NCC/2002.
2. Capital da Sociedade, a quota de cada sócio, a forma e o prazo de sua integralização art. 997, III, NCC/2002.
3. Endereço completo da Sede (inclusive CEP) art. 997, NCC/2002.
4. Declaração Precisa e Detalhada do Objeto Social art. 997, NCC/2002.
5. Declaração da Responsabilidade dos Sócios estar Limitada ao Valor do Capital Social, mas que Respondem Solidariamente pela sua Integralização – no caso das limitadas, ou declaração de ordem de preferência nas ilimitadas e solidárias.
6. Prazo de Duração da Sociedade art. 997, II, NCC/2002.
7. Data de Encerramento do Exercício Social art. 1.065, NCC/2002.
8. Administração da Sociedade, e seus poderes e atribuições art. 997, VI; 1.013. 1.015, 1064, CC/2002.
9. Qualificação do administrador não sócio, designado no contrato.
10. Participação de cada sócio nos lucros e nas perdas art. 1.065, CC/2002.
11. Foro

1.11 Registro da Empresa

A AGROPRO, será registrada na Junta Comercial, através da JUCESP, sendo possível também o registro do empresário, pela mesma plataforma.

No Posto Fiscal, será feito a abertura da Deca Inicial, que é um documento de declaração cadastral da empresa, servindo para a criação da inscrição estadual do contribuinte, e descrever as atividades que serão exercidas, pois com esse documento a empresa poderá obter nota fiscal com validade jurídica.

1.12 Receita Federal

O órgão responsável pela emissão do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), é a Receita Federal, é onde será feito o registro do Contrato Social.

1.13 Receita Estadual

Como a AGROPRO, irá exercer atividade comercial, será feito a inscrição na Secretaria Estadual da Fazenda como contribuinte do Imposto sobre Circulação de Mercadorias (ICMS). Essa inscrição deve ser feita após o arquivamento do Requerimento de Empresário na Junta Comercial e da inscrição na Receita Federal do Brasil.

1.14 Prefeitura Municipal

Exercendo também a atividade de serviços, será feito a inscrição na Secretaria de Finanças ou de Fazenda da Prefeitura.

1.15 Alvarás

Depois de efetuado o registro e as inscrições fiscais da empresa, assim como as exigências para emissão do Alvará, enfim, será solicitado a Prefeitura Municipal a emissão do Alvará de Funcionamento.

1.16 Licenças

A Licença de Funcionamento local (LF) é emitida pela Vigilância Sanitária local (Visa), seja ela municipal ou estadual, na qual a empresa esteja sediada. A emissão da licença em esfera municipal ou estadual irá depender do nível de descentralização das ações de vigilância sanitária de cada estado e município brasileiro.

2 Análise de mercado

Existem empresas com o intuito de realizar consultoria em segurança do trabalho, porém, não há acompanhamento frequente, para checar se os equipamentos de segurança estão sendo utilizados corretamente, para ver se os trabalhadores possuem dúvidas no uso dos mesmos, enfim, a empresa vai até a fazenda, oferece o serviço/produto, e não volta mais, quando volta, é em torno de 45 dias. O objetivo da AGROPRO, é mudar o hábito do trabalhador, para que ele se lembre todos os dias, de que a sua segurança é em primeiro lugar, por esse motivo, a frequência dos acompanhamentos serão de 15 em 15 dias, para manter aproximação com o produtor e com o trabalhador, dessa forma, tentando garantir que essa mudança de hábito aconteça para o melhor de todos.

2.1 Estudo dos clientes

A segurança do trabalho é importante em todas as áreas profissionais, mas o objetivo da AGROPRO, é oferecer a segurança no trabalho rural, ou seja, o público-alvo são os produtores rurais, e especialmente os pequenos produtores, já que as grandes agroindústrias já possuem diversas ferramentas para segurança, afinal, a fiscalização em fazendas de grande porte é muito maior e mais frequente.

Todos os envolvidos no meio rural, sabem que as funções profissionais possuem riscos à saúde, de diversas formas, físicos, químicos e biológicos, no entanto, entre os serviços a serem contratados estão a assessoria, estimulando o uso dos equipamentos de segurança obrigatórios, com um preço bem mais acessível para o pequeno produtor. O intuito é abordar sobre os pontos positivos da prevenção, por isso, sempre estar usando os equipamentos, verificando como está o estado e como ele é usado, instruindo-os da melhor forma.

A partir da contratação do serviço, o foco no cliente estará sempre presente, com o intuito de fazer com que o mesmo se sinta confortável e preparado para fazer de sua fazenda um ambiente seguro, se preocupando com o bem-estar a saúde de cada trabalhador envolvido.

2.2 Estudo dos concorrentes

O maior benefício da AGROPRO, é de não ter concorrente direto, pela forma de trabalho e maneira de implantação de serviços. Serão realizadas visitas nas fazendas para identificar quais são os riscos que os trabalhadores se expõem. A ideia surgiu, pois, é notável que no ramo agropecuário existe a fiscalização que vai até os grandes agricultores, mas os pequenos sempre passam despercebidos. Para todo trabalho rural existe o órgão-SSMT, competente para controlar, coordenar e supervisionar as atividades relacionadas com a segurança e higiene do trabalho rural, porém, a fiscalização é mais frequente em grandes agroindústrias, já que a produção é muito maior, no entanto, quando se trata de pequenos produtores, conseqüentemente o acompanhamento não é com a mesma frequência, por isso a AGROPRO, está sendo criada, para estar próximo daqueles que também precisam de segurança para conseguir seguir com muita produtividade.

2.3 Estudo dos fornecedores

ITEM	DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	PREÇO	COND. PAG.	PRAZO ENT.	LOCALIZ.
1	Capacete 3M	3M	33,16	30/60/90	7 a 12	Sumaré/SP
2	Botina	ASTRO	31,17	30/60/90	10 a 15	SãoPaulo/SP
3	Capacete de segurança com viseira	ASTRO	38,49	30/60/90	10 a 15	SãoPaulo/SP
4	Ocúlos de proteção incolor	3M	5,00	30/60/90	7 a 12	Sumaré/SP
5	Vestimenta protetora	3M	26,40	30/60/90	7 a 12	Sumaré/SP
6	Kit trabalho altura	3M	689,98	30/60/90	7 a 12	Sumaré/SP
7	Luvas	KTEPI	5,62	30/60/90	8 a 13	SãoPaulo/SP
8	Cinto paraquedista	KTEPI	43,70	30/60/90	8 a 13	SãoPaulo/SP
9	Colete refletor	3M	21,00	30/60/90	7 a 12	Sumaré/SP
10	Perneira	KTEPI	15,20	30/60/90	8 a 13	SãoPaulo/SP
11	Mascaras respiratórias	KTEPI	20,00	30/60/90	8 a 13	SãoPaulo/SP
12	Fones de ouvido	ASTRO	0,50	30/60/90	10 a 15	SãoPaulo/SP
13	Jaquetas e capas	3M	39,90	30/60/90	7 a 12	Sumaré/SP
14	Manga	3M	23,00	30/60/90	7 a 12	Sumaré/SP
15	Bota de borracha	ASTRO	30,00	30/60/90	10 a 15	SãoPaulo/SP
16	Conjunto para aplicação de agrotóxicos	ASTRO	68,90	30/60/90	10 a 15	SãoPaulo/SP
17	Protetor abafador auditivo	3M	16,90	30/60/90	7 a 12	Sumaré/SP
18	Cinta lombar	KTEPI	38,85	30/60/90	8 a 13	SãoPaulo/SP
19	Cone sinalizador	KTEPI	7,50	30/60/90	8 a 13	SãoPaulo/SP
21	Calça impermeável	ASTRO	14,88	30/60/90	10 a 15	SãoPaulo/SP

3 Plano de marketing

3.1 Produtos e serviços

AGROPRO possui uma ampla quantidade de itens de diferentes marcas e meios de ser usados para sua proteção, sendo de capacetes, luvas, calças, botas e outros. Tendo total importância e responsabilidade para o agricultor rural, usada para sua proteção nos dias atuais.

A empresa também oferece a prestação de serviços, sendo de maneira contínua e eficaz dentro das fazendas, os acompanhamentos são semanais e de grande eficiência, a fim de identificar melhoria e adaptação logos nos primeiros dias de serviço prestado.

3.2 Preço

AGROPRO fará a consultoria de valor fixo 260,00 com direito a 1 retorno, assim fornecendo vendas dos equipamentos de EPI, tendo como margem de revenda 40% do valor adquirido de fábrica. A empresa estará em funcionamento de segunda feira a sexta feira em horário comercial (8:00 as 18:00).

3.3 Estratégias promocionais

Uma pesquisa feita pela Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio (ABMRA), afirma que 70% dos produtores rurais usam o rádio para se informar, por esse motivo, nosso maior e melhor meio de marketing utilizado, será às rádios locais, realizando propagandas dos nossos serviços e produtos. Em segundo lugar na pesquisa, fica os meios de comunicação disponíveis da internet, por isso, anúncios direcionados nas redes sociais.

3.4 Estrutura de comercialização

A empresa estará disponível em horário comercial (8:00 as 18:00) de segunda a sexta, não tendo fechamento para almoço sendo assim de fácil acesso. Fazendo visitas diárias e tendo a ouvidoria à disposição.

Trabalhamos com assistências técnicas para qualquer surgimento de dúvidas, quando as mesmas surgirem e serem acionada a consultoria será encaminhada para melhor atender.

3.5 Localização do negócio

A AGROPRO fica localizada em São João da Boa Vista - SP, não atendendo em loja física, sendo um barracão utilizado somente para armazenar os produtos, impressão de notas fiscais e serviços de escritório. O atendimento aos seus clientes é por meio de visitas nas fazendas, trazendo uma comodidade para cada cliente não precisar se deslocar até a loja.

4 Plano operacional

4.1 Leiaute



4.2 Capacidade instalada

AGROPRO tem capacidade de atender 120 consultorias mensais, sendo prestadas por três integrantes da empresa, todas elas sendo uma consultoria e um retorno após 7 dias da prestação de serviço, visualizando se as mudanças de hábitos vêm ocorrendo de maneira esperada pela empresa.

4.3 Processos operacionais

A AGROPRO irá comprar seus equipamentos de segurança (EPI), para poder revender aos seus clientes, e fornecendo o serviço de consultoria. Com controle de estoque através de uma planilha.

4.4 Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Atendimento	Curso de segurança no trabalho.
2	Financeiro	Gestão financeira.
3	Atendimento	Curso de segurança no trabalho.
4	Atendimento	Curso de segurança no trabalho.

5 Plano financeiro

5.1 Investimentos fixos

Item	Descrição	Qtd.	Valor Unit. (R\$)	Total (R\$)
1	Aluguel	1	2.200,00	2.200,00
2	Mesa	4	180,00	720,00
3	Cadeira	4	180,00	720,00
4	Armário	2	160,00	320,00
5	Impressora	1	600,00	600,00
6	Estante para Estoque	10	150,00	1.500,00
7	Notebook	4	2.100,00	8.400,00
8	Impressora	1	690,00	690,00
9	Aluguel de Veículos	3	1.800,00	5.400,00

5.2 Estoque inicial

Item	Descrição	Quantidade
1	Capacete 3M	17
2	Botina	26
3	Capacete de segurança com viseira	15
4	Ocúlos de proteção incolor	25
5	Vestimenta protetora	12
6	Kit trabalho altura	10
7	Luvas	25
8	Cinto paraquedista	10
9	Colete refletor	7
10	Perneira	23
11	Mascaras respiratórias	27
12	Fones de ouvido	20
13	Jaquetas e capas	17
14	Manga	10
15	Bota de borracha	20
16	Conjunto para aplicação de agrotóxicos	6
17	Protetor abafador auditivo	8
18	Cinta lombar	5
19	Cone sinalizador	7
20	Calça impermeável	8

5.3 Caixa mínimo

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

Item	Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média ponderada (dias)	
1	À Vista	40%	-	-	
2	30 DDL	35%	30	10,5	
3	60 DDL	25%	60	15	
Total			100%	Prazo médio (dias)	25,5

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

Item	Prazo médio de compras	%	Número de dias	Média ponderada (dias)	
1	À Vista	0%	0	0	
2	30 DDL	30%	30	9	
3	60 DDL	30%	60	18	
4	90 DDL	40%	90	36	
Total			100%	Prazo médio (dias)	63

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

	Número de dias
Necessidade média de estoques	45

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

Recursos da empresa fora do seu caixa		
1	Contas a receber - Prazo médio de vendas (item 2.2)	25,5
2	Estoque - Necessidade média de estoques (item 2.4)	45,0
	Sub-total (1)	70,5
Recursos de terceiros no caixa da empresa		
3	Contas a pagar - Prazo médio de compras (item 2.3)	63,0
	Sub-total (2)	63,0
	Necessidade líquida de capital de giro em dias (sub-total 1 - sub-total 2)	7,5

Caixa Mínimo

Item	Descrição	Valor
1	Custo fixo mensal	30.940,00
2	Custo variável mensal	-
3	Custo total da empresa	30.940,00
4	Custo total diário	1.031,33
5	Necessidade líquida de capital de giro em dias	7,50
	Caixa mínimo necessário	7.735,00

Capital de Giro

Item	Descrição	Valor
1	Estoque inicial (item 2.1)	13.824,76
2	Caixa mínimo necessário (item 2.6)	7.735,00
	Total do capital de giro	21.559,76

5.4 Investimentos pré-operacionais

Item	Investimento Pré-Operacional	Total
1	Despesas de Legalização	1.500,00
2	Divulgação	800,00
3	Cursos	4.500,00
	Total	6.800,00

5.5 Investimento total

Item	Descrição dos investimentos	Valor	%
1	Investimentos fixos	20.550,00	42%
2	Necessidade de Capital de Giro	21.559,76	44%
3	Investimento pré-operacional	6.800,00	14%
Total		48.909,76	100%

5.6 Faturamento mensal

Item	Descrição do Produto ou Serviço	Qtd.	Preço Venda Unit. (R\$)	Total (R\$)
1	SERVIÇO - Visitas de consultoria	120	260,00	31.200,00
2	CAPACETE COM VISEIRA	8	82,23	657,81
3	BOTA DE PVC CANO CURTO	10	110,42	1.104,18
4	BOTA DE PVC CANO LONGO	8	112,77	902,14
5	ÓCULOS DE PROTEÇÃO INCOLOR	6	44,64	267,82
6	ÓCULOS DE PROTEÇÃO - UV	6	51,69	310,11
7	MACACÃO IMPERMEÁVEL	12	131,56	1.578,75
8	KIT DE TRABALHO ALTURA	4	328,91	1.315,62
9	CINTO PARAQUEDISTA	6	122,16	732,99
10	PERNEIRA	8	37,59	300,71
11	MÁSCARA RESPIRATÓRIA SEMI-FACIAL	8	140,96	1.127,68
12	PROTETOR ORICULAR SIMPLES	4	3,52	14,10
13	MANGA	4	65,78	263,12
14	CJ PARA APLICAÇÃO DE AGROTÓXICO	10	414,05	4.140,54
15	PROTETOR TIPO CONCHA	4	98,67	394,69
16	CINTA LOMBAR	4	84,58	338,30
17	CALÇA IMPERMEÁVEL	8	75,18	601,43
18	MÁSCARA FACIAL - INTEIRA	8	211,44	1.691,51
19	BOTINA DE COURO	8	124,51	996,11
20	CAPA DE CHUVA	8	42,29	338,30
21	AVENTAL EM PVC	8	21,14	169,15
FATURAMENTO MENSAL				48.445,07

5.7 Custo unitário

Item	Descrição	Qtd.	Custo Unit. (R\$)	Total (R\$)
1	CJ PARA APLICAÇÃO DE AGROTÓXICO	25	27,42	685,56
2	BOTA DE PVC CANO CURTO	25	36,82	920,61
3	BOTA DE PVC CANO LONGO	20	37,61	752,16
4	ÓCULOS DE PROTEÇÃO INCOLOR	15	14,89	223,30
5	ÓCULOS DE PROTEÇÃO - UV	15	17,24	258,56
6	MACACÃO IMPERMEÁVEL	30	43,88	1.316,28
7	KIT DE TRABALHO ALTURA	10	109,69	1.096,90
8	CINTO PARAQUEDISTA	15	40,74	611,13
9	PERNEIRA	20	12,54	250,72
10	MÁSCARA RESPIRATÓRIA SEMI-FACIAL	20	47,01	940,20
11	PROTETOR ORICULAR SIMPLES	10	1,18	11,75
12	MANGA	10	21,94	219,38
13	CAPACETE COM VISEIRA	20	138,09	2.761,74
14	PROTETOR TIPO CONCHA	10	32,91	329,07
15	CINTA LOMBAR	10	28,21	282,06
16	CALÇA IMPERMEÁVEL	20	25,07	501,44
17	MÁSCARA FACIAL - INTEIRA	20	70,52	1.410,30
18	BOTINA DE COURO	20	41,53	830,51
19	CAPA DE CHUVA	20	14,10	282,06
20	AVENTAL EM PVC	20	7,05	141,03
Total				13.824,76

5.8 Custos de comercialização

Item	Gastos com vendas	%	Faturamento Estimado (R\$)	Gasto total (R\$)
1	CMV	11,96%	48.445,07	5.791,67
2	Aluguel do imóvel	4,57%	48.445,07	2.215,47
3	Aluguel de veículos	11,23%	48.445,07	5.437,98
4	Água	0,33%	48.445,07	161,12
5	Energia elétrica	0,37%	48.445,07	181,26
6	Telefone e internet	0,46%	48.445,07	221,55
7	Escritório de contabilidade	1,14%	48.445,07	553,87
8	Pró-labore	41,57%	48.445,07	20.140,64
9	Material de limpeza	0,21%	48.445,07	100,70
10	Material de escritório	0,62%	48.445,07	302,11
11	Combustível	1,56%	48.445,07	755,27
12	Publicidade e propaganda	1,25%	48.445,07	604,22
13	Faxineira	1,00%	48.445,07	483,38
GASTOS MENSAIS COM COMERCIALIZAÇÃO				36.465,86

5.9 Custos de mão-de-obra

Item	Função	Nº de Empregados	Sub-total (R\$)	Encargos (R\$)	Total (R\$)
1	Faxineira	1	480,00	4,80	484,80
	Total	1	480,00	4,80	484,80

5.10 Custos com depreciação

Item	Descrição	Valor (R\$)	Vida Útil (anos)	Deprec. Anual (R\$)	Deprec. Mensal (R\$)
1	Móveis e utensílios	3.860,00	10	386,00	32,17
	Total	3.860,00	-	386,00	32,17

5.11 Custos fixos operacionais mensais

Item	Descrição	Valor Mensal (R\$)
1	Aluguel do imóvel	2.200,00
2	Aluguel de veículos	5.400,00
3	Água	160,00
4	Energia elétrica	180,00
5	Telefone e internet	220,00
6	Escritório de contabilidade	550,00
7	Pró-labore	20.000,00
8	Material de limpeza	100,00
9	Material de escritório	300,00
10	Combustível	750,00
11	Publicidade e propaganda	600,00
12	Faxineira	480,00
	Total	30.940,00

5.12 Demonstrativo de resultados

Demonstrativo Anual de Resultados		
Descrição	Valor Anual	%
Receita total de vendas	28.597.386,28	100%
Lucro Presumido	2.473.673,91	9%
(=) Receita Líquida	26.123.712,37	91%
(-) Gastos Variáveis		
Gastos com comercialização	3.378.661,08	13%
Total dos gastos variáveis	3.378.661,08	13%
(=) Margem de Contribuição	22.745.051,28	87%
(-) Gastos Fixos		
Gastos fixos operacionais	365.520,00	1%
(=) Resultado operacional	22.379.531,28	86%

5.13 Indicadores de viabilidade

Resumo dos indicadores de viabilidade econômica		
Item	Descrição	Valor
1	Ponto de equilíbrio (R\$)	459.568,83
2	Lucratividade (%)	78%
3	Rentabilidade (%)	45757%
4	Prazo de retorno - anos	3,00
5	Fluxo de Caixa Descontado (R\$)	92.968.452,49

6 Construção de cenário

6.1 Ações preventivas e corretivas

13.1 - Construção de Cenários			Queda nas vendas	20,00%	Crescimento das vendas	20,00%
Descrição	Cenário Provável		Cenário Pessimista		Cenário Otimista	
Receita total de vendas	28.597.386,28	109,47%	22.877.909,02	109,47%	34.316.863,54	109,47%
Lucro Presumido	2.473.673,91	9,47%	1.978.939,13	9,47%	2.968.408,70	9,47%
(=) Receita Líquida	26.123.712,37	100,00%	20.898.969,89	100,00%	31.348.454,84	100,00%
(-) Gastos Variáveis						
Gastos com comercialização	3.378.661,08	12,93%	2.702.928,87	12,93%	4.054.393,30	12,93%
Total dos gastos variáveis	3.378.661,08	12,93%	2.702.928,87	12,93%	4.054.393,30	12,93%
(=) Margem de Contribuição	22.745.051,28	87,07%	18.196.041,03	87,07%	27.294.061,54	87,07%
(-) Gastos Fixos						
Gastos fixos operacionais	365.520,00	1,40%	365.520,00	1,75%	365.520,00	1,17%
(=) Resultado operacional	22.379.531,28	85,67%	17.830.521,03	85,32%	26.928.541,54	85,90%

7 Avaliação estratégica

7.1 Análise da matriz F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	FORÇAS -Interesse em atender o cliente, ajudando da melhor forma. -Missão de oferecer segurança ao trabalhador, zelando pela sua saúde e bem-estar. -Vontade de aprender, com humildade e respeito, seja de onde vir o conhecimento.	OPORTUNIDADES -Pouca concorrência, oceano azul. -Estabilidade no ramo agropecuário. -Parceiros de qualidade oferecendo outros serviços e produtos do ramo.
PONTOS FRACOS	FRAQUEZAS -Despreparo da gestão, já que são um grupo de jovens empreendedores. -Ausência de ferramentas de propaganda.	AMEAÇAS -Bloqueio dos clientes em relação ao início das ações de segurança. -Surgimento de novos concorrentes. -Longo prazo de retorno financeiro.

8 Avaliação do plano

8.1 Análise do plano

A AGROPRO, tem como objetivo principal acompanhar e oferecer segurança para o trabalhador no seu dia-a-dia. Analisando mercado, nota-se que o trabalho será realizado em uma zona de oceano azul, já que, as empresas do ramo se dedicam aos grandes produtores e não aos pequenos, sendo que, a AGROPRO, terá foco primeiro no pequeno produtor e com o crescimento, atender também as grandes agroindústrias.