

UNifeob

CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS



UNifeob

PROJETO INTEGRADO

ESCOLA DE NEGÓCIOS

2020



1 Sumário Executivo

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR
PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL
Mágissaria

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
JUNHO 2020

1 Sumário Executivo

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR
PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL
Mágissaria

Módulo de Empreendedorismo

Gestão Empreendedora – Prof. Marcelo Alexandre C. da Silva

Administração Estratégica – Prof. José Marcio Carioca

Gestão Estratégica de Tributos – Prof. Max Streicher Vallim

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

Gestão Orçamentária – Prof. Antonio D. Fortes

Júlia Aduino, RA 19001877

Marianne Martins, RA 19000912

Breno Izidoro, RA 20001516

Débora Hellen, RA 20001583

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
JUNHO 2020

1 Sumário Executivo

- 1 Sumário Executivo 5
 - 1.1 Resumo (Resumo Geral do projeto - tem relacionamentos com todas as unidades)5
 - 1.2 Dados dos empreendedores (Marcelo)5
 - 1.3 Missão, Visão e Valores da empresa (Carioca)5
 - 1.4 Setores de atividade (Marcelo)5
 - 1.5 Forma jurídica (Max)5
 - 1.6 Enquadramento tributário (Max)5
 - 1.7 Capital social (Marcelo)6
 - 1.8 Fonte de recursos (Marcelo)6
 - 1.9 Documentação exigida para abertura da empresa (Chico)6
 - 1.10 Contrato Social (Chico)6b
 - 1.11 Registro da Empresa – Junta Comercial (Chico)6
 - 1.12 Receita Federal – CNPJ (Chico)6
 - 1.13 Receita Estadual – IE (Chico)6
 - 1.14 Prefeitura Municipal (Chico)6
 - 1.15 Alvarás (Chico)6
 - 1.16 Licenças (ambiental, ANVISA, etc) (Chico)6
- 2 Análise de mercado (Carioca)7
 - 2.1 Estudo dos clientes 7
 - 2.2 Estudo dos concorrentes 7
- 3 Plano de marketing 7
 - 3.1 Produtos e serviços (Marcelo)7
 - 3.2 Preço (Max)7
 - 3.3 Estratégias promocionais (Marcelo)8
 - 3.4 Estrutura de comercialização (Marcelo)8
 - 3.5 Localização do negócio (Marcelo)8
- 4 Plano operacional (Marcelo)8
 - 4.1 Leiaute 8
 - 4.2 Capacidade instalada
 - 4.3 Processos operacionais 8
 - 4.4 Necessidade de pessoa 19
- 5 Plano financeiro (Fortes)9
 - 5.1 Investimentos fixos 9
 - 5.2 Estoque inicial 10
 - 5.3 Caixa mínimo 10

1 Sumário Executivo

- 5.4 Investimentos pré-operacionais 12
- 5.5 Investimento total 12
- 5.6 Faturamento mensal 13
- 5.7 Custo unitário 13
- 5.8 Custos de comercialização 14
- 5.9 Apuração do custo de MD e/ou MV 14
- 5.10 Custos de mão-de-obra 15
- 5.11 Custos com depreciação 15
- 5.12 Custos fixos operacionais mensais 15
- 5.13 Demonstrativo de resultados 15
- 5.14 Indicadores de viabilidade 16

- 6 Construção de cenário (Marcelo) 16
- 6.1 Ações preventivas e corretivas 16

- 7 Avaliação estratégica (Carioca) 17
- 7.1 Análise da matriz F.O.F.A 17

- 8 Avaliação do plano (Marcelo) 18
- 8.1 Plano de negócio (Marcelo)

1 Sumário Executivo

Ideia de Negócio

O anseio por um vislumbre do futuro é algo cada vez mais presente nos dias de hoje, principalmente entre jovens, há sete anos atrás a estudante Júlia começava a conhecer, estudar e entender o mundo dos oráculos e das civilizações antigas com crenças pagãs e politeístas, com o tempo conheceu-se pessoas do meio, novos oráculos e a verdadeira missão de um oraculista: ser luz em tempos de trevas.

Pensando no ambiente hostil que é o mundo, o medo do futuro e a possibilidade de levantar e divulgar outros profissionais sérios que possuem um trabalho realista, honesto e fundamentado, seja por cursos, estudos individuais ou recebendo ajuda de outras pessoas. Com isso surge a ideia de um aplicativo ideal para todo oraculista: um lugar onde podem apresentar a si e seus baralhos (bem como o uso dos mesmos), atender clientes à distância por um chat que não dê informações pessoais como número de celular, garantindo maior privacidade, visualização de horários disponíveis e confirmação de horário marcado após pagamento (em casos de atendimentos à distância), possibilidade de duas avaliações diferentes primordiais (forma de atendimento, realização de mensagens do jogo). Além disso, o consulente têm acesso à um SAC, uma página de perguntas frequentes com recomendações de cada profissional sobre o período antes e durante o atendimento e lojas de produtos esotéricos artesanais.

Além disso, a ideia principal dessa empreitada é desmistificar o esoterismo e os oráculos, disseminar conhecimento de forma responsável e realista, unir e fortalecer profissionais que merecem credibilidade bem como divulgar os mesmos.

O mercado da empresa corresponde às práticas da espiritualidade com o fim de direcionamento e aconselhamento individual para uma melhor qualidade de vida, o público alvo corresponde às pessoas de religiões pagãs e/ou espiritualistas.

1 Sumário Executivo

1.1 Resumo (Resumo Geral do projeto - tem relacionamentos com todas as unidades)

Em debate com o grupo e levando em consideração a criação de conteúdo de todas as matérias, decidimos manter a razão social da empresa o nome de “MÁGISSARIA CONSULTAS ESPIRITUAIS”, tendo como endereço uma sala comercial no município de Casa Branca, no estado de São Paulo, exercendo prestação de serviços online com consultas de oráculos e astrologia por diferentes profissionais, tendo como forma jurídica empresa unipessoal e possuindo apenas a fundadora como “sócia”.

Os serviços oferecidos são: consulta com oráculo da Deusa, tarot de marseille, tarot wicca, tarot dos animais sul americanos com a profissional Júlia Aduino da Silva, sendo os outros profissionais responsáveis por contribuir com 5% dos preços dos seus serviços (Miguel Prado tarot de osho e baralho cigano e Taróloga Bárbara com o baralho cigano e o tarot de marseille) para a manutenção do aplicativo e sua criação.

Nosso regime tributário escolhido foi o simples nacional, onde contribuiremos com o total de 6% de impostos, trabalhamos no mercado esotérico que apresenta um crescimento de 10% ao ano no estado de São Paulo e tem ganhado cada vez mais força como um mercado de terapias espirituais e autoconhecimento, tendo como público alvo pessoas interessadas em astrologia, bruxaria, ocultismo, em sua maioria mulheres, sem restrições religiosas e de idade.

Nossos investimentos utilizados são 100% de capital próprio, tendo como indicadores de viabilidade: ponto de equilíbrio o valor de R\$ 65.098,90, lucratividade de 43,01%, rentabilidade de 348,42% e prazo de retorno o período de 29 dias.

1.2 Dados dos empreendedores (Marcelo)

Nome:	Júlia Aduino da Silva		
Endereço:	Maria José Caetano de Almeida		
Cidade:	Casa Branca	Estado:	São Paulo
Perfil: 22 anos, brasileira, solteira, empreendedora e estudante			

1 Sumário Executivo

Atribuições: oraculista com sete anos de experiência com atendimentos, administradora de grupos de estudos esotéricos e escritora no blog Oráculo dos Deuses

1.3 Missão, Visão e Valores da empresa (Carioca)

Missão: prestar serviços de consultas de oráculos, tarot, baralho cigano e astrologia presenciais e online, em um modelo de marketing de troca, e construir uma rede de apoio entre empreendedores da área de Consultas Espirituais.

Visão: Até o ano 2025 ser reconhecido como o canal mais eficaz de Casa Branca e região para Consultas Espirituais e para a aproximação de profissionais que atuam nessa área.

Valores: Exercemos um trabalho ético que atinge e impacta de forma positiva na evolução pessoal de cada consulente aberto a ouvir o que é proposto, que informa os mesmos sobre o que é possível realizar com oráculos e desmistifica o necessário sem deixar a magia morrer, fortalecendo fês, dando esperança e ajudando cada ser disposto a receber esse tipo de atendimento e consultoria. São nossos valores: a ética, a verdade, a fé e a transparência.

1.4 Setores de atividade (Marcelo)

Prestadora de serviço, é criada para atender um mercado consumidor e desempenhado na evolução pessoal.

1.5 Forma jurídica (Chico)

Sociedade LTDA unipessoal.

1.6 Enquadramento tributário (Max)

Analisando os tributos e seus impactos em nossa proposta de negócio, decidimos que o ideal seria o simples nacional dentro do teto de Unipessoal que nos proporcionará um total de 6% de tributos onde nos encaixamos segundo a lei complementar 123/2016 no 5º parágrafo do artigo 18 dentro do CNAE 9609-2/99. Em comparação aos outros tributos pagaríamos 15% dentro do lucro presumido e 34,82% dentro do lucro real.

Âmbito federal: IRPJ, CSLL, PIS COFINS, IPI, CPP.

Âmbito estadual: ICMS

Âmbito municipal: ISS

1.7 Capital social (Marcelo)

--	--	--	--

1 Sumário Executivo

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Júlia Aduino da Silva	11.047,65	100%
Total		11.047,65	100%

1.8 Fonte de recursos (Marcelo)

Capital próprio.

1.9 Documentação exigida para abertura da empresa (Chico)

- CNPJ
- Cópia autenticada do Rg e CPF
- IPTU do imóvel
- Cópia do contrato de locação do imóvel
- Alvará de funcionamento

1.10 Contrato Social;

A sócia Júlia Aduino da Silva.

Que planeja fundar a empresa Mágissaria onde irá desenvolver um aplicativo prestador de serviço de oráculo.

Seu faturamento somente por contratações de serviço, haverá uma plataforma onde os clientes poderão agendar seus horários, os preços são já estabelecido.

Essa empresa será sociedade limitada (LTDA), pertencerá ao regime de Simples Nacional e sua localização será em Casa Branca.

O seu investimento será no valor de 14.837,05 contará com recursos próprios no valor de 11.047,65 o capital social da empresa será de 3789,40.

A sociedade é limitada unipessoal, permanecendo dessa forma de acordo com o artigo 1052, parágrafo único, da Lei 10.406/2002, sendo regida pelas cláusulas do contrato social e, nos casos omissos, pela legislação vigente.

1.11 Registro da Empresa – Junta Comercial (Chico)

Será necessário os seguintes documentos:

- Contrato Social em três vias;
- Cópia autenticada do RG e CPF da fundadora;
- Requerimento Padrão (Capa da Junta Comercial), em uma via;
- FCN (Ficha de Cadastro Nacional) modelo 1 e 2, em uma via;
- Pagamento de taxas através de DARF.

1.12 Receita Federal – CNPJ (Chico)

1 Sumário Executivo

O cadastro nacional da pessoa jurídica deve ser feito pela internet no site da Receita Federal, a documentação deverá ser enviado ou entregue pessoalmente na Secretaria da Receita Federal.

1.13 Receita Estadual – IE (Chico)

Não há, pois se trata de locação e não de venda de produtos.

1.14 Prefeitura Municipal (Chico)

Registrar na prefeitura de Casa Branca onde estará sediada a empresa.

1.15 Alvarás (Chico)

Alvará de funcionamento e localização solicitada junto à prefeitura.

1.16 Licenças (ambiental, ANVISA, etc) (Chico)

- ANVISA :
VIGILÂNCIA SANITÁRIA MUNICIPAL CEP: 13700-000
Telefone: (19) 36719720
Fax:(19) 36719720

2 Análise de mercado (Carioca)

2.1 Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

O público alvo se destaca entre a faixa etária de 23 e 26 anos, com uma diversidade grande entre crenças e religiões, se destacando também um grande número no gênero feminino. Não há uma restrição de público.

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

Os clientes se interessam, em sua grande maioria, por respostas que os ajudem a entender, enfrentar e resolver situações de diferentes áreas de suas vidas. Em alguns depoimentos recolhidos do próprio público o impacto das pessoas atendidas foi positivo por causar uma reflexão em suas atitudes, personalidades, escolhas e formas de lidar com diferentes situações.

1 Sumário Executivo

Os esclarecimentos fornecidos são descritos como um “norte” na vida do cliente, em um dos depoimentos a sensação da consulta é descrita como “uma venda sendo retirada dos olhos”, que possibilita um entendimento maior com pontos de vista mais aprofundados sobre a situação e como reagir à ela.

Em outro depoimento, a consulta é descrita como “uma luz que guia os nossos passos e clareia nossas dúvidas”. Em clientes não atendidos, os depoimentos demonstram um interesse em esclarecer dúvidas, livrar a mente de questões que os acompanham há tempos, ou simplesmente a curiosidade de entender como funciona.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

Por ser um atendimento 100% online, não há restrições de localização para nenhuma das partes (profissionais e clientes).

2.2 Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes	Garantias oferecidas
Maria Talismã	muito satisfatória	R\$500	transferência bancária, boleto, aplicativos	todo território	100% online	Consultas com tarot e astrologia	nenhuma
astrocentro	muito satisfatória	entre R\$4 a R\$5 por minuto	Transferência bancária, boleto, aplicativos	todo território	ligação ou chat online	consultas com tarot	nenhuma
equilíbrio	muito satisfatória	entre R\$2,00 reais e R\$4,00 por minuto	Transferência bancária, boleto, aplicativos	todo território	ligação, chat online ou e-mail	consultas de tarot	nenhuma

Mediante análise realizada, podemos observar que a maioria dos concorrentes recebem ótimos Feedbacks referente ao seu trabalho. A mais próxima que atende 100% online é a Maria Talismã que realiza suas consultas via redes sociais, no qual ela mantém seu anonimato preservando sua imagem, e somente realiza a consulta com pagamento antecipado, ela faz a cobrança por consulta.

O astrocentro e o equilíbrio, realizam seus atendimentos através de um site, no qual vários profissionais da área são disponibilizados para realizarem as consultas. O que dificulta o

1 Sumário Executivo

atendimento é que eles trabalham somente com tarô, dificultando às vezes na abrangência de opções. O atendimento é realizado via chat, ligação ou e-mail, e eles atendem pessoas de qualquer lugar do mundo, porém não oferecem garantia sobre o atendimento. O pagamento é realizado após a consulta, facilitando mais para o cliente.

3 Plano de marketing

3.1 Consultas oferecidas (Marcelo)

Os serviços são as consultas com oráculos dos diferentes profissionais havendo mudanças apenas nas ferramentas e suas metodologias de uso, sendo elas: tarot de marseille, baralho cigano, oráculo da Deusa, tarot de Rider Waite, tarot dos animais Sul Americanos e tarot wicca. Além disso são recomendadas lojas voltadas para o mercado esotérico consideradas confiáveis e também de pequeno porte, criando uma rede de apoio para tudo que pudermos.

3.2 Preço (Max)

Na formação de preços, foram observados os seguintes critérios:

Experiência de sete anos na área com os atendimentos e com as diferentes ferramentas, trazendo uma vivência ampla que contribui na forma de entender que cada cliente possui sua individualidade e forma de lidar com as informações passadas, sendo um atendimento personalizado com amplas oportunidades. Nossa demanda de serviço é considerada alta devido não haver restrição de religião, idade, localização, sexo e crenças, mesmo sendo um serviço sem bases científicas tem se mostrado uma prestação de serviço alternativa para pessoas que buscam entender como lidar com os problemas, obstáculos, dores e dificuldades do dia a dia por meio da fé.

Em uma matéria realizada pelo site da folha no portal uol em 15 de fevereiro de 2020, o jornalista Bruno Molineiro descreve o interesse pelas consultas como “um significado para angústias, desejos e o inconsciente de quem se consulta.”

Nossa margem de faturamento de cada serviço é cerca de 43,01%, tendo como lucro líquido o valor de R\$51.069,92, estando cerca de 20 reais mais barato que os concorrentes que cobram entre 3 e 4 reais por minuto, gerando um preço estipulado de R\$ 103,50 em meia hora, enquanto nosso serviço mais procurado (consulta com o tarot de Marselha) possui como margem R\$80,00 meia hora.

Considerando análise efetuada, concluímos que nossa margem de lucro pode estar um pouco abaixo do ideal (cerca de 6,99%), porém por não possuímos contas a pagar e receber à prazo e nossa margem de rentabilidade ser consideravelmente alta (348,42%) o negócio possui uma grande possibilidade de retorno rápido, atuando em um mercado específico porém extremamente abrangente que atrai curiosidade e, mesmo possuindo um preço mais acessível (sujeito a mudanças se necessário) que o de nossos concorrentes, consegue arcar com os custos que são baixos devido a não necessidade de estoque e poucos custos com depreciação.

1 Sumário Executivo

3.3 Estratégias promocionais (Marcelo)

Aumentar a participação no mercado, influenciar consumidores atuais, estimulando a fidelidade do serviço.

3.4 Estrutura de comercialização (Marcelo)

Venda direta.

3.5 Localização do negócio (Marcelo)

Por ser um negócio digital não há uma localidade específica e, por isso, atende em todo território nacional e em plataformas digitais como appstore e playstore, instagram e facebook.

4 Plano operacional (Marcelo)

4.1 Leiaute

O leiaute do empreendimento.



4.2 Capacidade instalada

Existem consultas que duram dentro de 1 hora, 1h30min, 2 horas etc. Será realizada o agendamento na preferência do clientes ou caso haja disponibilidade (encaixe) bem como entender a necessidade do cliente para que seja estipulado o tempo de cada consulta.

Objetivo é render melhor sem sobrecarregar nem um profissional.

De início as vendas serão moderadas até entendermos a necessidade do consumidor.

1 Sumário Executivo

4.3 Processos operacionais

Compras

Através de revendedores será realizada a compra de alguns produtos necessários para as consultas como velas, ervas e incensos, o preço dessas despesas já está incluso no valor da consulta.

Controle de estoque

Controle de estoque será feito atrás de acompanhamento das saídas diárias gerando assim um indicador para a reposição.

4.4 Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
3	Tarólogos do aplicativo	experiência com oráculos e atendimento
1	faxineira	experiência na área de limpeza
1	criador e mantenedor do aplicativo móvel	experiência em T.I e mobile device
1	contador	formação em contabilidade e experiência na área

5 Plano financeiro (Fortes)

5.1 Investimentos fixos

A – Imóveis

Nº	Sala comercial Descrição	1 Qtde	500 Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (A)				R\$ 500,00

B – Máquinas

1 Sumário Executivo

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

C – Equipamentos

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

D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
	Mesa, cadeiras e bebedouro	4	100, 200 e 300	
SUB-TOTAL (D)				R\$ 700,00

E – Veículos

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

F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	notebook e aplicativo	1	2.000 e 6.890	8.890
SUB-TOTAL (F)				R\$ 8.890

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

1 Sumário Executivo

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F): R\$ 10.090,00

5.2 Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	velas	5	R\$ 0,75	R\$ 3,75
TOTAL (A)				R\$ 3,75

5.3 Caixa mínimo

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

à vista Prazo médio de vendas	100 (%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Prazo médio total			0,0

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

à vista Prazo médio de compras	100 (%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Prazo médio total			0,0

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

Necessidade média de estoque	
Número de dias	21,0

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

1 Sumário Executivo

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	0,0
2. Estoques – necessidade média de estoques	21,0
Subtotal Recursos fora do caixa	0,0
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	0,0
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	0,0
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	2.547,99

Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	3.621,08
2. Custo variável mensal	18,90
3. Custo total da empresa	3.639,98
4. Custo total diário	121,33
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	21,0

Total de B – Caixa Mínimo

Capital de giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	3,75
B – Caixa Mínimo	2.547,99
	2.551,74

1 Sumário Executivo

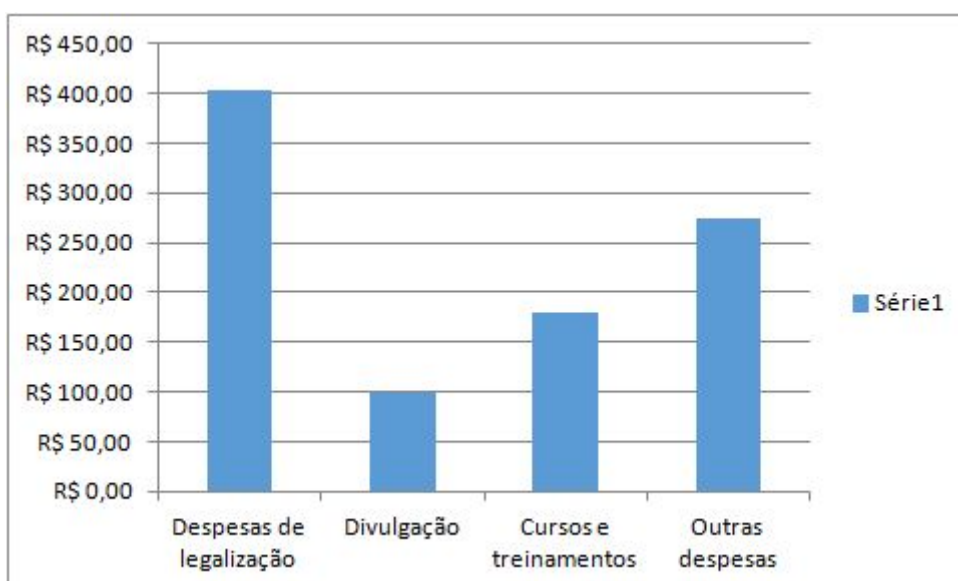
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	
--------------------------------	--

5.4 Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	402,65
Obras civis e/ou reformas	00,00
Divulgação	100,00
Cursos e Treinamentos	180,00
Outras despesas	275,00
TOTAL	957,65

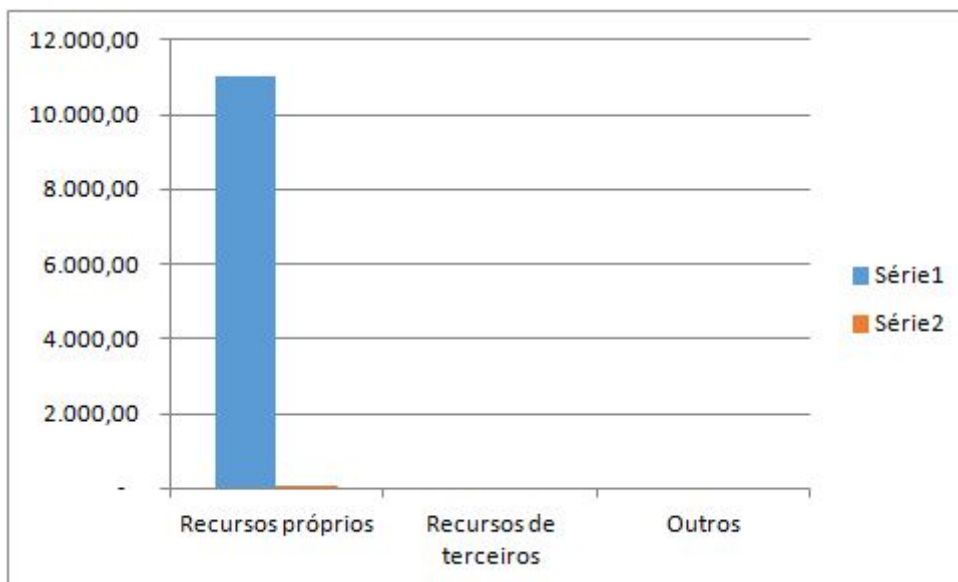
5.5 Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 10.090,00	68,00
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 3789,40	26,00
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 957,65	6,00
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 14.837,05	100,00



1 Sumário Executivo

Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	11.047,65	100
Recursos de terceiros	-	0
Outros	-	0
TOTAL (1 + 2 + 3)	11.047,65	100,00

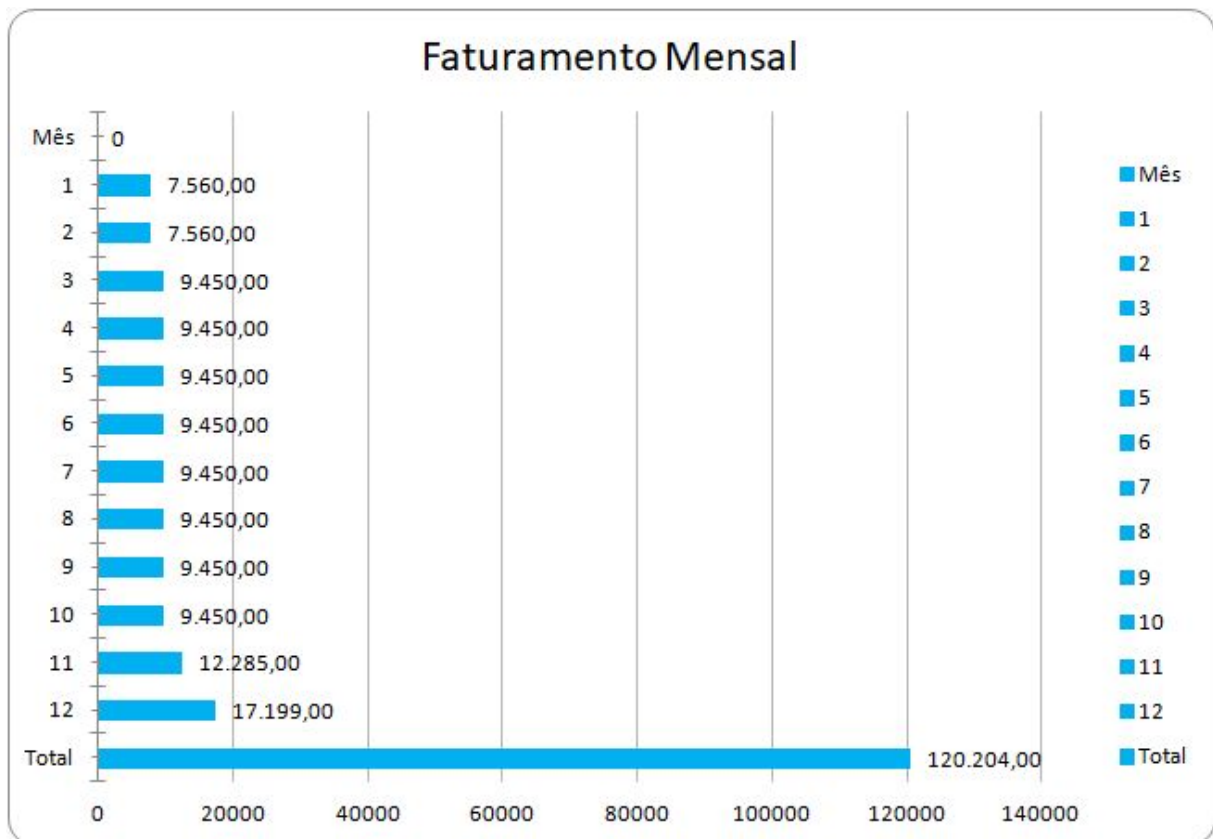


5.6 Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Atendimento Marselha	21 vendas no mês	R\$ 80,00	R\$ 1.680,00
2	Atendimento wicca	21 vendas no mês	R\$ 70,00	R\$ 1.470,00

1 Sumário Executivo

3	Atendimento animais	21 vendas no mês	R\$ 90,00	R\$ 1.890,00
4	Atendimento Oráculo da Deusa	21 vendas no mês	R\$ 60,00	R\$ 1.260,00
TOTAL				R\$ 6.300,00



5.7 Custo unitário

Nosso custo unitário é o mesmo para cada atendimento.

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Vela	1	0,75	0,75
TOTAL			0,75

1 Sumário Executivo

5.8 Custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	6%	R\$ 6.300,00	R\$ 601,12
Comissões (Gastos com Vendas)		R\$ 6.300,00	
Propaganda (Gastos com Vendas)	0,30%	R\$ 6.300,00	R\$ 18,90
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)		R\$ 6.300,00	

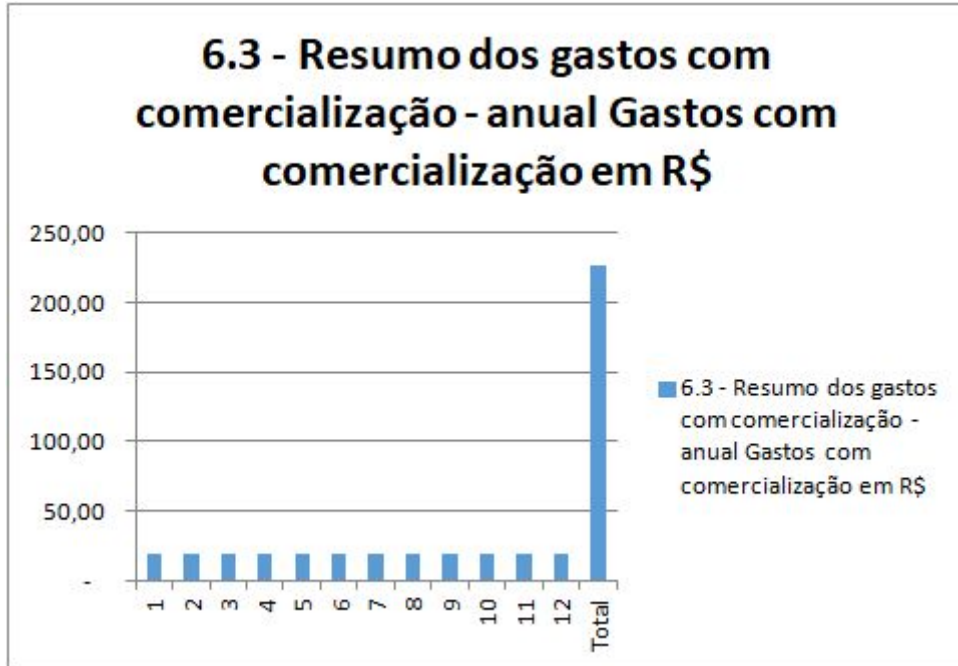
Total Impostos	R\$ 601,12
Total Gastos com Vendas	R\$ 18,90
Total Geral (Impostos + Gastos)	R\$ 620,02

Nossa projeção de custo total mensal não houve alteração, sendo assim, se manteria linear durante os meses.

Total de impostos no ano	R\$ 7.225,44
Total de gastos com vendas no ano	R\$ 226,80
Total Geral (impostos + gastos) no ano	R\$ 7.452,24

1 Sumário Executivo

Realizar **uma tabela com a projeção do custo total mensal** durante um ano e montar um *gráfico*.



5.9 Apuração do custo de MD e/ou MV

Não possuímos custo de venda de mercadoria por sermos uma empresa prestadora de serviço e não de venda de produtos.

5.10 Custos de mão-de-obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	(%) de encargos sociais	Encargos Sociais	Total
TOTAL	2	1.045,00	27,44%	286,75	1331,75

5.11 Custos com depreciação

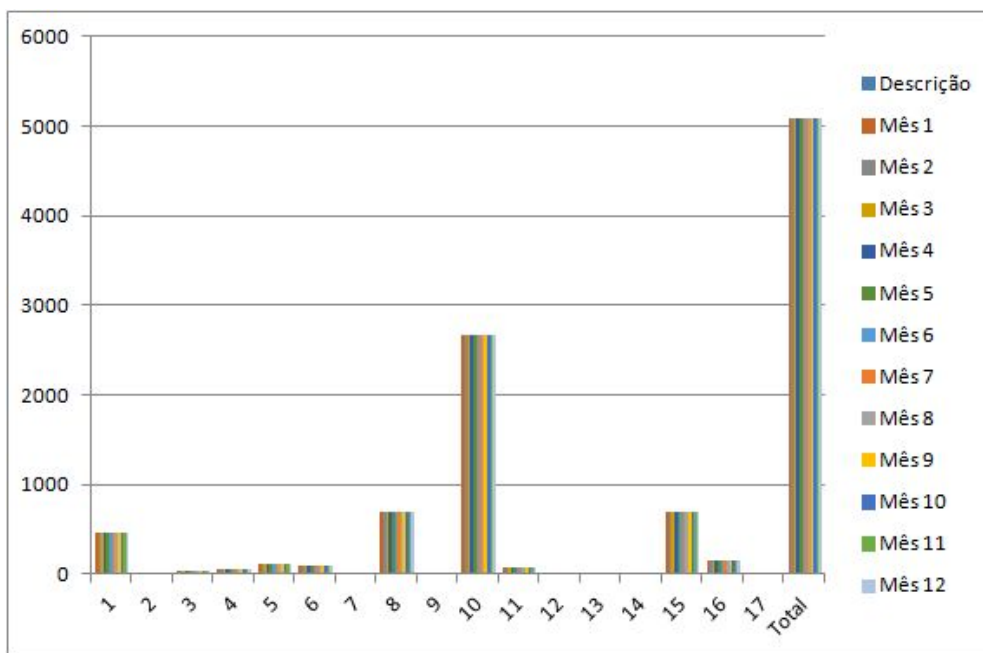
Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
EQUIPAMENTOS	8.890,00	5	1.170,28	148,17

1 Sumário Executivo

MÓVEIS E UTENSÍLIOS	700,00	10	70,00	5,83
TOTAL	9.590,00	15	1.848,00	154,00

5.12 Custos fixos operacionais mensais

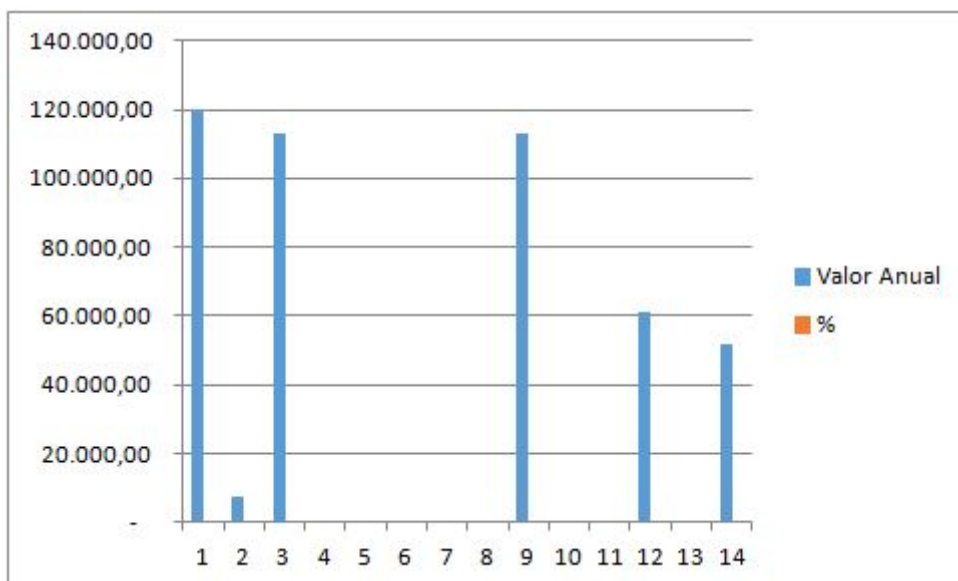
Descrição	Custo
TOTAL	R\$ 5.389,17



5.13 Demonstrativo de resultados

1 Sumário Executivo

10.2 - Demonstrativo Anual de Resultados		
Descrição	Valor Anual	%
Receita total de vendas	120.204,00	100,00%
Impostos (Simples Nacional)	7.212,24	6%
(=) Receita Líquida	112.991,76	94%
(-) Gastos Variáveis		
Gastos com comercialização	226,80	0,20%
Total dos gastos variáveis	226,80	0,20%
(=) Margem de Contribuição	112.764,96	99,80%
(-) Gastos Fixos		
Gastos fixos operacionais	61.070,04	54%
(=) Resultado operacional	51.694,92	46%



5.14 Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 65.098,80
Lucratividade	43,01 %

1 Sumário Executivo

Rentabilidade	348,42 %
Prazo de retorno do investimento	0,29

6 Construção de cenário (Marcelo)

6.1 Ações preventivas e corretivas

Receita (pessimista) 30,00 % Receita (otimista) 30,00 %

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	120.204,00	100%	96.163,20	106,38%	144.204,80	106,38%
2. Custos variáveis totais	226,80	0,20%	181,44	0,20%	272,16	0,20%
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	-	--	--	--	--	--
2.2 (-) Impostos sobre vendas	7.212,24	6,38%	5.769,79	6,38%	8.654,69	6,38%
2.3 (-) Gastos com vendas	--	--	--	--	--	--
Total de Custos Variáveis	226,80	0,20%	181,44	0,20%	272,16	0,20%
3. Margem de contribuição	112.764,96	99,80%	90.211,97	99,80%	135.317,95	99,80%
4. (-) Custos fixos totais	61.070,04	54,05%	61.070,04	67,56%	61.070,04	45,04%
Resultado Operacional	51.694,92	45,75%	29.141,93	32,24%	74.247,91	54,76%

Ações corretivas e preventivas:

Nossos investimentos utilizados são 100% de capital próprio, tendo como indicadores de viabilidade: ponto de equilíbrio o valor de R\$ 65.098,90, lucratividade de 43,01% rentabilidade de 348,42% e prazo de retorno o período de 29 dias.

7 Avaliação estratégica (Carioca)

7.1 Análise da matriz F.O.F.A

1 Sumário Executivo

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	<p>FORÇAS</p> <p>Atendimento humanizado, focado na necessidade individual de cada cliente com amplas possibilidades.</p> <p>Diferentes profissionais disponíveis com suas respectivas ferramentas, possibilitando que o cliente entre em contato com quem se identificar.</p> <p>Público alvo específico que consegue ter informações importantes sobre o conceito do negócio e os serviços disponíveis.</p> <p>Estratégia de marketing adequada.</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Potencial das redes sociais e a possibilidade para inserir diferentes tipos de informações e conteúdos sobre os trabalhos oferecidos pela empresa.</p> <p>A rápida transformação do mundo e a crescente necessidade de autoconhecimento e desenvolvimento da dimensão espiritual das pessoas.</p>
PONTOS FRACOS	<p>FRAQUEZAS</p> <p>A empresa está no começo, o que pode gerar certa desconfiança.</p> <p>É um mercado pouco conhecido mesmo que em constante expansão.</p>	<p>AMEAÇAS</p> <p>Concorrentes.</p> <p>Cientes desinformados.</p>

Ações:

Aproveitando Oportunidades: mesmo com o blog demonstrando de forma rápida o trabalho de cada profissional, o cliente possui a possibilidade de estar indo atrás de conhecer mais cada perfil dos profissionais por meio de suas redes sociais, conteúdos, os feedbacks recebidos, os serviços prestados e seus atendimentos, bem como quem os indica.

Enaltecendo as forças: temos como uma das ações trazer o cliente para perto, não existe a possibilidade do cliente nos contactar, realizar o serviço e a experiência ter seu fim em seguida, queremos que eles consigam entender cada vez mais nosso papel como profissionais, nos dedicar incondicionalmente, fazer com que entendam sua individualidades mesmo que o mundo nos aproxime por meio de gostos, pensamentos e culturas enraizadas. Nosso cliente tem poder de escolha, informação, acesso à feedbacks, diferentes ferramentas e profissionais de forma mais íntima mesmo no primeiro acesso o blog.

1 Sumário Executivo

Diminuir as Fraquezas: manter sempre o máximo de informações disponíveis possíveis, alimentando nosso site com conteúdos confiáveis que desmistificam o que é passado de forma muito fantasiosa, trazer para perto todos clientes já atendidos por todos profissionais e fazendo com que eles conheçam cada vez mais o trabalho de um time confiável e seletivo.

Prevenir as ameaças: manter nosso diferencial com um atendimento cada vez mais atencioso e voltado para cada cliente de forma individual. Colaborar com todos profissionais presentes, manter a rede apoio e a comunicação ativa com todas as partes.

1 Sumário Executivo

8 Avaliação do plano (Marcelo)

8.1 Análise do plano

Este trabalho apresenta um plano de negócio para estabelecer a empresa Magissaria, neste caso ajudaríamos os clientes resolver problemas difíceis em sua vida, e focamos no atendimento humanizado, sendo assim os clientes podem conhecer a trajetória dos profissionais que trabalham conosco, oferecendo diversas opções para os clientes.

Um plano de negócio bem elaborado é essencial para o sucesso da nova empresa, assim o empreendedor pode ver o mercado com outros olhos, da concorrência, do planejamento financeiro e da gestão da empresa. Podemos também avaliar a evolução do empreendimento, para cada um dos aspectos do plano de negócio, o empreendedor poderá comparar o previsto com o realizado.

O plano de negócio para a Magissaria se sustenta nas variadas áreas de conhecimento, tais como: Gestão Empreendedora, Administração Estratégia, Gestão Estratégia de tributos, Direito Empresarial e Gestão Orçamentária.

O conceito do negócio inicia na sinergia do trabalho em equipe, seguimos com os parceiros que são os empreendedores, que nos ajudaria conseguir um público alvo cada vez maior e diferenciado, e a capacidade de apresentar essa modalidade de negócio para os clientes, tendo clareza nas informações transmitidas, esse contato mais íntimo com o cliente é essencial para a empresa.

A equipe gerencial é composta por uma empreendedora somente, pois a empresa é uma Sociedade Unipessoal. Analisamos o mercado que estamos entrando com visão em superar as expectativas dos nossos clientes, pois o foco é atender a necessidade do cliente e satisfazê-lo, nossa vantagem competitiva será o atendimento humanizado isso é o diferencial dos nossos concorrentes.

Causamos um impacto social, solucionando os problemas dos clientes e proporcionando direcionamento e consultas frequentes.

No plano de marketing a estratégia competitiva é os feedback dos clientes, oferecendo valor nos serviços prestado, por ser um atendimento 100% online os clientes acham mais viável por não precisar se deslocar da sua casa até o consultório, isso atrai os clientes.