



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio
Bastos CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

PLANO DE NEGÓCIOS

EMPRESARIAL

NATURAL HEALTH

SÃO JOÃO DA BOA
VISTA, SP JUNHO 2020



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio
Bastos CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL

NATURAL HEALTH

Módulo 03 - Gestão Empreendedora

Gestão Estratégica de Tributos – Max

Streicher Vallim

Direito Empresarial – Marcelo Siqueira

Administração Estratégica – Prof. Antonio Carlos Lupeti

Gestão Orçamentária – Prof. José Marcos Prado

Gestão Empreendedora – Prof. Marcelo Alexandre

Aluna: Aline Pereira Rosa

RA: 19001245

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

UNifeob
CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS
JUNHO 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	7
3. PROJETO INTERDISCIPLINAR	
3.1. GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRIBUTOS	8
3.1.1. CONCEITO DE TRIBUTOS	8
3.1.2. ATUAÇÃO PRINCIPAL DA EMPRESA	10
3.1.3. NATUREZA JURÍDICA	11
3.1.4. REGIMES TRIBUTÁRIOS	12
3.1.4.1. ÂMBITO NO SIMPLES NACIONAL	12
3.1.4.2. ÂMBITO NO LUCRO PRESUMIDO	12
3.1.4.3. ÂMBITO NO LUCRO REAL	13
3.1.4.4. COMPARATIVO DE ÂMBITO DE REGIMES	14
3.1.4.5. REFLEXO DA FOLHA DE PAGAMENTO NA OPÇÃO DO REGIME TRIBUTÁRIO	15
3.2. DIREITO EMPRESARIAL	17
3.2.1. DOCUMENTAÇÃO EXIGIDA PARA A ABERTURA DA EMPRESA	17
3.2.2. CONTRATO SOCIAL	17
3.2.3. JUNTA COMERCIAL	18
3.2.1.1. RECEITA FEDERAL - CNPJ	18
3.2.1.2. RECEITA ESTADUAL - IE	19
3.2.1.3. PREFEITURA MUNICIPAL	19
3.2.2.1. ALVARÁS	19
3.2.2.2. LICENÇAS (ANVISA, AMBIENTAL, ENTRE OUTRAS)	20

3.3. ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	20
3.3.1. AVALIAÇÃO DOS CLIENTES	20
3.3.1.1. PÚBLICO ALVO	20
3.3.1.2. ÁREA DE ABRANGÊNCIA	20
3.3.1.3. COMPORTAMENTO DOS CLIENTES	21
3.3.2. LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	21
3.3.3. AVALIAÇÃO DOS CONCORRENTES	21
3.3.2.1. CONCLUSÕES	22
3.3.4. ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A.	22
3.3.4.1. FORÇAS COMPETITIVAS (5 FORÇAS DE PORTER)	23
3.3.4.2. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO	26
3.3.5. ESTRATÉGIAS	26
3.3.5.1. OBJETIVOS, METAS E AÇÕES (5W2H)	27
3.3.6.2. MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA	28
3.4. GESTÃO ORÇAMENTÁRIA	29
3.4.1 CONCEITO DE ORÇAMENTO	29
3.4.2 CICLOS DO ORÇAMENTO	30
3.4.2.1 PRINCÍPIOS GERAIS DO ORÇAMENTO	30
3.4.2.2 PREMISSAS DO PLANEJAMENTO	31
3.4.2.3 ESTRATÉGIA DE MARKETING	31
CENÁRIO 1.1.3 VENDAS LÍQUIDAS EM R\$ - ANUAL	31
CENÁRIO 1.2 PLANO DE COMUNICAÇÃO EM R\$ - ANUAL	32
CENÁRIO 2.1 PLANO DE DESPESAS COMERCIAIS EM R\$ - ANUAL	32
CENÁRIO 2.2 PLANO DE DESPESAS ADMINISTRATIVAS EM R\$ - ANUAL	33
3.4.2.4 PLANO DE SUPRIMENTOS	33
CENÁRIO 3.5 RESUMO DO PLANO DE SUPRIMENTOS EM R\$ - ANUAL	33
3.4.2.5 PLANO DE INVESTIMENTO	33
CENÁRIO 4.3 RESUMO DOS INVESTIMENTOS EM R\$	34
CENÁRIO 4.4 CÁLCULO DA DEPRECIAÇÃO ANUAL EM R\$	34

3.4.2.6 PLANO DE RECURSOS HUMANOS	34
CENÁRIO 5.1 PESSOAL ÁREA COMERCIAL	34
CENÁRIO 5.2 PESSOAL ÁREA ADMINISTRATIVA	35
	35
3.4.2.7 ETAPA FINANCEIRA	
CENÁRIO 7 - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO ANUAL	35
CENÁRIO 8 - DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA ANUAL	36
CENÁRIO 9 - ANÁLISE DO RETORNO DO INVESTIMENTO	36
3.5. GESTÃO EMPREENDEDORA	37
3.5.1. AVALIAÇÃO DO PLANO	37
3.5.1.1 AÇÕES CORRETIVAS E PREVENTIVAS	38
4. CONCLUSÃO	40
5. REFERÊNCIAS	42

1 INTRODUÇÃO

O projeto em tese é a construção do plano de negócios, analisando todos os fatores que comprovam a abertura de um negócio. A empresa a ser desenvolvida se denomina como “NATURAL HEALTH” que iniciará suas atividades no ano subsequente para satisfazer a demanda de seus clientes, que buscam manter sua saúde controlando e evitando doenças.

Em suma, nas aulas de Gestão Estratégica de Tributos desenvolvemos quais são os Tributos existentes e sua principal atividade, sua natureza jurídica e os regimes tributários.

Na unidade de Direito Empresarial, iremos apresentar as documentações exigidas para abertura da empresa. No mesmo, temos como objetivo justamente cuidar do exercício da atividade econômica organizada de fornecimento de bens ou serviços, que é a chamada empresa. Além disso, é importante ressaltar que o seu objeto de estudo é resolver os conflitos de interesses envolvendo empresários ou relacionados às empresas que eles exploram.

No que concerne as de Administração Estratégica, analisamos os nossos clientes minuciosamente, definindo qual seria o público alvo e seus comportamentos. Além de estudar nossos concorrentes e definir através da análise F.O.F.A nossos pontos fortes, fraquezas, ameaças e oportunidades. Desenvolvemos também nossas estratégias para traçar, objetivos, metas e ações, buscando assim os fatores críticos de sucesso.

Já em Gestão Orçamentária foram abordados quais são os passos para atingir o resultado desejado por uma empresa, levando em consideração etapas fundamentais que tornam o controle e a organização possíveis. Foram pontuados os aspectos essenciais de um bom planejamento, como se estrutura, para que as previsões venham a ser resultados efetivos e satisfatórios. É extremamente relevante para o êxito de um negócio, ter estabelecidas suas pretensões e quais serão as medidas necessárias para alcançá-las.

Definir qual será seu faturamento, quais serão os custos para adquirir seus produtos, suas despesas. Tudo isso vai indicar qual é o próximo procedimento a ser feito, e pode mostrar com antecedência as dificuldades que talvez apareçam, e como deve ser contornada.

Para finalizar, em Gestão Empreendedora desenvolvemos o Canvas para estudar nosso modelo de negócio realizando assim, uma análise do plano e suas ações corretivas e preventivas utilizando um roteiro de apoio com base nas ações tomadas.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Natural Health se consolidou com uma proposta de desenvolver e incentivar o conceito de vida saudável, através da alimentação.

Segundo dados coletados, o número de diabéticos têm aumentado constantemente e esse tipo de negócio tem ganhado um grande espaço no mercado. Hoje em nossa região é difícil encontramos uma loja que atende todos os públicos, independentemente da faixa etária, que sofre com a falta de opções e lugares para simplesmente desfrutar algo gostoso e ao mesmo tempo, não abusar das restrições que as doenças proporcionam.

Buscando atender justamente a esse público e pessoas que querem manter uma vida saudável, a Natural Health oferece aos seus clientes produtos variados tais como, bolos, sorvetes, sucos naturais, laticínios, mousses, entre outros. Além de contar com uma equipe especializada, tendo um atendimento diferenciado para poder tirar dúvidas comuns, como por exemplo: Eu posso comer isso? Qual produto vocês me indicariam? E esse doce, porque ele não me oferece riscos?

Contamos também com uma confeitadeira que é o nosso diferencial, oferecendo aos nossos clientes, guloseimas que seguem as recomendações de nutricionistas. Para que, jovens, adultos e idosos não deixem de comer algo por conta da doença, pois não há nada

mais chato que você ir ao um local e passar vontades.

A Natural Health será instalada estrategicamente no centro de São João da Boa Vista-SP na Avenida Dona Gertrudes, buscando atender todas as classes sociais, por ser um local onde o comércio é ativo e existe uma grande transição de pessoas.

A empreendedora da Natural Health é

Nome	Aline Pereira Rosa
Endereço	Carolina Malheiros, Vila Loyola – 876
Cidade	São João da Boa Vista – São Paulo
Perfil	Estudante
Aline Pereira Rosa, 19 anos, natural de São João da Boa Vista – SP, estudante de Administração, atualmente atua como estagiária no INSS. Já trabalhou em loja de som acessórios, portanto tem experiência com vendas e parte administrativa. Decidiu entrar no empreendedorismo, já que possui o sonho de abrir seu próprio negócio.	

3 PROJETO INTERDISCIPLINAR

3.1 GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRIBUTOS

3.1.1 CONCEITO DE TRIBUTOS

De acordo com o artigo 3º do CTN (Código Tributário Nacional), um tributo "é toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada."

Ou seja, tributo é obrigação de pagar; sendo essa obrigação um dever do contribuinte, criada por lei, assim pagar o tributo é um comportamento obrigatório, impondo aos indivíduos o dever de entregar parte de suas rendas e patrimônio para a manutenção e desenvolvimento do Estado, afinal vivemos em sociedade e o Estado deve representá-la se fazendo presente nas áreas de interesse desta, sobretudo saúde, educação, segurança, política econômica, entre outras. O tributo deve ser pago em dinheiro, não sendo possível que a dívida seja liquidada com outros bens, tais como móveis, veículos, mercadorias, etc.

Em termos gerais classificam-se cinco espécies de tributos: impostos, taxas, contribuições de melhoria, empréstimos compulsórios e contribuições fiscais.

Impostos: Incidem, por exemplo, sobre a propriedade de imóvel urbano (IPTU), a disponibilidade de renda (Imposto sobre a Renda), a propriedade de veículo automotor (IPVA), entre outros.

Taxas: As taxas decorrem de atividades estatais, tais como os serviços públicos ou do exercício do poder de polícia. Exemplos: custas judiciais e a taxa de licenciamento de veículos.

Contribuições de Melhoria: As contribuições de melhoria se originam da realização de obra pública que implique valorização de imóvel do contribuinte. Por exemplo: benfeitorias no entorno do imóvel residencial.

Empréstimos compulsórios: Têm por finalidade buscar receitas para o Estado a fim de promover o financiamento de despesas extraordinárias ou urgentes, quando o interesse nacional esteja presente e;

Contribuições Parafiscais: São tributos instituídos para promover o financiamento de atividades públicas. São, portanto, tributos finalísticos, ou seja, a sua essência pode ser encontrada no destino dado, pela lei, ao que foi arrecadado.

3.1.2 ATUAÇÃO PRINCIPAL DA EMPRESA

O ramo de atividade principal da empresa Natural Health é: COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS EM GERAL OU ESPECIALIZADO EM PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE. (4729-6/99)

Esta subclasse compreende:

- O comércio varejista em lojas especializadas produtos alimentícios em geral não especificados anteriormente, tais como:
- Produtos naturais e dietéticos;
- Comidas congeladas, mel, etc.
- Café moído;
- Sorvetes, embalados, em potes e similares.

Esta subclasse compreende também:

- Os estabelecimentos comerciais com venda de produtos alimentícios variados (lojas de delicatessen);

Esta subclasse não compreende:

- Fabricação de sorvetes (1053-8/00);
- As lojas de tortas, sorvetes, doces e salgados de fabricação própria e venda ao público com consumo no local ou não (grupo 56.1);
- Mercarias, armazéns e minimercados (4712-1/00);
- Abate de pequenos animais associado ao comércio (4722-9/01);
- Os estabelecimentos comerciais com venda predominante de produtos alimentícios industrializados (lojas de conveniência) além de outros produtos não alimentícios. (4729-6/02)

3.1.3 NATUREZA JURÍDICA

A Natureza Jurídica da empresa Natural Health é Sociedade Empresária Limitada (206-2).

Esta Natureza Jurídica compreende:

As entidades dotadas de personalidade jurídica de direito privado, de natureza empresária, cujo capital social é dividido em quotas, iguais 22 ou desiguais, cabendo uma ou diversas a cada sócio, que responde de forma restrita ao valor de suas quotas, porém todos os sócios respondem solidariamente pela integralização do capital social. A firma ou denominação social é sempre seguida da palavra “limitada” ou Ltda.”. Os seus atos constitutivos, alteradores e extintivo são arquivados na Junta Comercial.

Base legal: Código Civil de 2002, art. 1.052 a 1.087

Esta Natureza Jurídica compreende também:

As sociedades de crédito ao microempreendedor, quando assumirem a natureza jurídica de sociedade de responsabilidade limitada (Resolução CMN n.º 2.627, de 1999, art. 1º, § 1º, inciso II); as Empresas Binacionais Brasileiro-Argentinas (EBBA), quando adotarem a forma de sociedade de responsabilidade limitada.

Esta Natureza Jurídica não compreende:

As sociedades simples que se revestirem da forma de sociedade de responsabilidade limitada (ver código 224-0).

3.1.4 REGIMES TRIBUTÁRIOS

3.1.4.1. ÂMBITO NO SIMPLES NACIONAL

O simples nacional é um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Para ser optante do regime, a microempresa deve auferir em cada ano-calendário receita bruta igual ou inferior a R\$360 mil reais e a de pequeno porte superior a R\$360 mil e igual ou inferior a R\$ 3.6 milhões. Antes do regime Simples Nacional, empresas de portes menores pagavam impostos federais, estaduais e municipais por meio de guias e datas separadas. As alíquotas eram menos favoráveis, por vezes proporcionais às aplicadas a grandes empresas. O simples nacional reúne todos os tributos de uma empresa em uma única guia denominada **Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS)**, nela estão o IRPJ, CSLL, PIS, COFINS, IPI, CPP, ISS e ICMS.

3.1.4.2. ÂMBITO NO LUCRO PRESUMIDO

O lucro presumido é forma simplificada de apuração da base de cálculo dos tributos, restrita aos contribuintes que não estão obrigados ao regime de tributação pelo lucro real. Sendo de 8% para as atividades comerciais e industriais, de 32% ou, excepcionalmente, de 16% para as atividades de serviços.

Para se enquadrar nessa forma de tributação, é necessário que a empresa tenha um faturamento menor que R\$78 milhões anuais, não usufruam de benefícios fiscais, não tenham rendimentos de Capital oriundos do exterior e não sejam atuantes no mercado financeiro, como por exemplo, bancos comerciais, bancos de investimento, corretoras, etc.

3.1.4.3. ÂMBITO NO LUCRO REAL

O lucro real normalmente é adotado por empresas de grande porte, devido às altas despesas, pois está diretamente ligado ao faturamento anual e as atividades econômicas. É caracterizado como uma regra geral, para que seja possível realizar as apurações do Imposto de renda (IRPJ) e também a Contribuição Social sobre o lucro líquido que a pessoa jurídica deve apresentar.

A apuração do Imposto de Renda é realizada a partir da determinação do lucro contábil, acrescido de ajustes, podendo ser estes positivos ou negativos. No Lucro Real serão inclusos os custos, despesas, encargos, perdas, provisões, participações e quaisquer outros valores deduzidos na apuração do lucro líquido que, de acordo com o Regulamento, não sejam dedutíveis na determinação do lucro real.

Quando se trata do regime de Lucro Real pode haver inclusive, situações de Prejuízo Fiscal, hipótese em que às vezes não haverá imposto de renda a pagar. Olhando somente pelo lado do imposto de renda, para uma empresa que opera com prejuízo, ou margem mínima de lucro, normalmente optar pelo regime de Lucro Real é vantajoso. O imposto será determinado com base no lucro real por períodos de apuração trimestrais, encerrados nos dias 31 de março, 30 de junho, 30 de setembro e 31 de dezembro de cada ano-calendário. No caso da apuração com base no lucro real, o contribuinte tem a opção de apurar anualmente o imposto devido, devendo, entretanto, recolher mensalmente o imposto por estimativa. A pessoa jurídica, seja comercial ou civil, pagará o imposto à alíquota de 15% (quinze por cento) sobre o lucro real, apurado de conformidade com o Regulamento. Normalmente, o perfil da empresa que se enquadra nesse regime tributário obtém:

- Margens de prejuízo ou lucro baixo;
- Custo alto de operação com alugueis, fretes, matéria-prima e energia elétrica;
- Transaciona com mercadorias com redução da base de cálculo (incentivo fiscal);
- Possui mercadorias no regime de Substituição Tributária;
- Tem faturamento acima de R\$78 Milhões;

3.1.4.4. COMPARATIVO DE ÂMBITO DE REGIMES

6.3 - Regime Tributário: Simples Nacional	Projeção				
	20X1	20X2	20X3	20X4	20X5
DESCRIÇÃO					
RECEITA BRUTA DE VENDAS	773.537	874.052	987.593	1.119.939	1.270.242
(-) TRIBUTOS SOBRE VENDAS (IRPJ/CSLL/COFINS/PIS/CPP/ICMS)	65.364	78.927	90.068	111.434	128.676
(=) RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	708.173	795.125	897.525	1.008.505	1.141.566
(-) CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	356.578	395.213	438.118	487.415	542.135
(=) LUCRO BRUTO	351.595	399.912	459.407	521.090	599.431
(-) DESPESAS OPERACIONAIS					
COMERCIAIS	142.282	148.997	156.049	164.934	174.352
ADMINISTRATIVAS	119.011	122.673	126.519	131.366	136.505
(=) LUCRO OPERACIONAL	90.302	128.242	176.839	224.790	288.574
(-) IRPJ	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) Adicional IRPJ	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) CSLL	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=) LUCRO LÍQUIDO	90.302	128.242	176.839	224.790	288.574

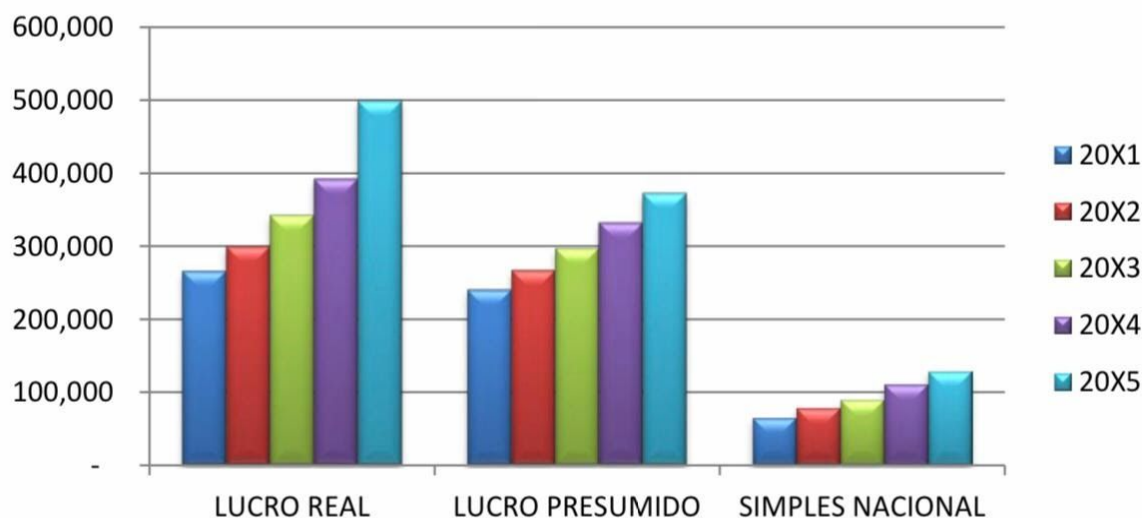
6.1 - Regime Tributário: Lucro Real	Projeção				
	20X1	20X2	20X3	20X4	20X5
DESCRIÇÃO					
RECEITA BRUTA DE VENDAS	773.537	874.052	987.593	1.119.939	1.270.242
(-) TRIBUTOS SOBRE VENDAS (PIS/COFINS/ICMS)	210.789	238.179	269.119	305.183	346.141
(=) RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	562.748	635.873	718.474	814.756	924.101
(-) CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	262.748	291.197	322.583	359.144	399.551
(=) LUCRO BRUTO	300.000	344.676	395.891	455.612	524.550
(-) DESPESAS OPERACIONAIS					
COMERCIAIS	178.101	186.607	195.540	206.794	218.724
ADMINISTRATIVAS	138.549	143.188	148.059	154.199	160.708
(=) LUCRO OPERACIONAL	- 16.650	14.881	52.292	94.619	145.118
(-) IRPJ	R\$ -	R\$ 2.232,00	R\$ 7.844,00	R\$ 14.193,00	R\$ 21.768,00
(-) Adicional IRPJ	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) CSLL	R\$ -	R\$ 1.339,00	R\$ 4.706,00	R\$ 8.516,00	R\$ 13.061,00
(=) LUCRO LÍQUIDO	- 16.650	11.310	39.742	71.910	110.289

6.2 - Regime Tributário: Lucro Presumido	Projeção				
	20X1	20X2	20X3	20X4	20X5
DESCRIÇÃO					
RECEITA BRUTA DE VENDAS	773.537	874.052	987.593	1.119.939	1.270.242
(-) TRIBUTOS SOBRE VENDAS (PIS/COFINS/ICMS)	167.471	189.232	213.814	242.467	275.007
(=) RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	606.066	684.820	773.779	877.472	995.235
(-) CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	356.578	395.213	438.118	487.415	542.135
(=) LUCRO BRUTO	249.488	289.607	335.661	390.057	453.100
(-) DESPESAS OPERACIONAIS					
COMERCIAIS	178.101	186.607	195.540	206.794	218.724
ADMINISTRATIVAS	138.549	143.188	148.059	154.199	160.708
(=) LUCRO OPERACIONAL	- 67.162	- 40.188	- 7.938	29.064	73.668
(-) IRPJ	R\$ 9.282	R\$ 10.489	R\$ 11.851	R\$ 13.439	R\$ 15.243
(-) Adicional IRPJ	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) CSLL	R\$ 8.354	R\$ 9.440	R\$ 10.666	R\$ 12.095	R\$ 13.719
(=) LUCRO LÍQUIDO	- 84.798	- 60.117	- 30.455	3.530	44.706

3.1.4.5. REFLEXO DA FOLHA DE PAGAMENTO NA OPÇÃO DO REGIME TRIBUTÁRIO

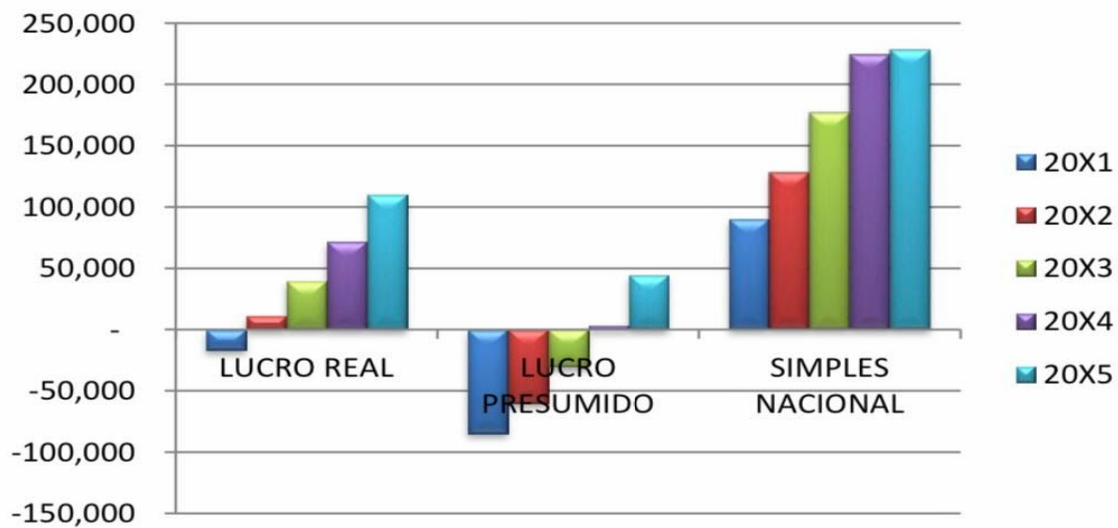
6.4 - RESUMO DA APURAÇÃO SOMENTE DOS TRIBUTOS	Projeção				
	20X1	20X2	20X3	20X4	20X5
REGIMES TRIBUTÁRIOS					
LUCRO REAL	266.146	299.875	342.700	392.585	449.545
LUCRO PRESUMIDO	240.464	267.286	297.362	332.694	372.544
SIMPLES NACIONAL	65.364	78.927	90.068	111.434	128.676

Segue abaixo o gráfico comparativo do resumo da apuração dos tributos:



REGIMES TRIBUTÁRIOS	Lucro Líquido				
	20X1	20X2	20X3	20X4	20X5
LUCRO REAL	- 16.650	11.310	39.742	71.910	110.289
LUCRO PRESUMIDO	-84.798	-60.117	-30.455	3.530	44.706
SIMPLES NACIONAL	90.302	128.242	176.839	224.790	228.574

Segue abaixo o gráfico comparativo do Lucro Líquido:



Portanto, a empresa Natural Health será cadastrada do regime tributário Simples Nacional, sendo simplificado o pagamento de todos os tributos, tendo o benefício de ser recolhido em uma única guia, e analisando as tabelas acima chegamos a conclusão de que será o regime mais vantajoso a empresa devido ao menor valor de tributo a recolher e ao maior valor de lucratividade.

3.2. DIREITO EMPRESARIAL

3.2.1. DOCUMENTAÇÃO EXIGIDA PARA A ABERTURA DA EMPRESA

A respeito da documentação, abordamos as seguintes exigências:

Abertura do CNPJ (Pessoa Jurídica). Seguido do contrato social, sua base para fazer o registro do CNPJ. A abertura se dá na Junta Comercial, essencial para a emissão e formalização de outros documentos.

Encaminhamos para a inscrição estadual, que serve para os dados estatísticos da cidade e a inscrição municipal.

Daí em diante, precisaremos de três tipos de alvarás; o de funcionamento, o do corpo de bombeiros e o da vigilância sanitária. Sendo assim, por fim, tem-se o cadastro na Previdência Social para cumprir as obrigações trabalhistas e os Instrumentos Fiscais. Deste modo você está oficialmente regularizado a entrar no mercado.

3.2.2. CONTRATO SOCIAL

Definido por um contrato expresso, comprava-se o nascimento da empresa, demonstrando as estipulações feitas pelas partes, contendo cláusulas necessárias e respectivos deveres dos associados. É o dever de QUALQUER empresa registrar-se nos órgãos públicos, assim ela poderá participar das licitações do governo.

Determinando-se o tipo de contrato, no caso, Contrato Social da Sociedade Limitada (LTDA), seguindo a natureza jurídica da empresa, será apresentado em sua descrição; nomes, nacionalidades, estados civis, profissão ou profissões e residências dos associados, a denominação, objeto, sede, prazo, capital social, quota, obrigações, administração da sociedade, atribuições, participações dos sócios em lucros e em perdas, cláusulas para a saída, e por último as obrigações sociais.

3.2.3. JUNTA COMERCIAL

Como já foi dito anteriormente, precisamos do registro legal de uma empresa, e para isto, devemos ir a Junta Comercial do Estado ou no Cartório de Registros de Pessoa Jurídica. Para interpretarmos melhor, esse registro é como se fosse a certidão de nascimento de uma Pessoa Física, sendo assim, podemos entender o quão importante é este passo.

Tendo este registro, sua empresa está oficialmente no ramo, contudo, isto não significa que ela possa começar a operar. Os documentos que tem que ser apresentados para tal abertura, variam de estado para o outro, mas os mais comuns são: Contrato Social e Documentos pessoais de cada sócio (em caso de sociedade).

3.2.1.1. Receita Federal - CNPJ

O CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídica), é a identificação da empresa e serve para comprovar a legalidade de suas atividades perante ao governo. Este documento é emitido pela RF (Receita Federal) e nele há informações empresariais, tais como; o número de inscrição, sua data de abertura, seu nome empresarial e nome fantasia (se houver), descrição da atividade econômica entre outras.

Porém antes de partimos para a inscrição do CNPJ, é necessário definir o CNAE da empresa e o regime tributário; adquirir o NIRE (registro de contrato social ou estatutos da empresa na Junta Comercial).

Completo os itens acima, o cadastro do CNPJ é feito através do site da RF (<https://receita.economia.gov.br/>) de forma gratuita, documentos necessários para o processo são: CPF, RG e o Título de Eleitor. Na próxima etapa é o preenchimento dos formulários, que pedem; comprovante de endereço, CNA. Confirmando-os, será gerado um número de protocolo que será utilizado para o processo de abertura.

3.2.1.2. RECEITA ESTADUAL -IE

Em alguns Estados, a inscrição estadual pode ser requisitada após o pedido de alvará de funcionamento, os documentos necessários para o IE são:

Uma cópia do Contrato Social da organização (autenticado no cartório), documentos e comprovantes de endereço de todos os sócios, comprovantes de endereço do estabelecimento, DUC (Documento Único de Cadastro), número de cadastro fiscal do contador, documento que prove o direito de uso do imóvel, cópia do CNPJ, entre outros.

3.2.1.3. PREFEITURA MUNICIPAL

A cidade na qual a empresa se localiza, necessita ter ciência de todo o funcionamento da mesma, assim, ela pode cobrar os impostos devidos para manter o funcionamento dos estabelecimentos públicos. Cada cidade tem normas diferentes para abrir uma empresa, mas no geral, se cobra o registro na RF, Contrato Social da empresa e os documentos dos associados.

3.2.2.1 ALVARÁS

Cá estamos nos últimos processos para o funcionamento completo das empresas, como já foi dito anteriormente, há três tipos de alvarás; o de funcionamento, seria um documento comprovando que a empresa está apta e autorizada a exercer suas atividades de negócios em determinado local. Contudo, para isso ser liberado, serão necessárias as seguintes questões:

Atestado de vistoria para o funcionamento do corpo de bombeiros e a licença sanitária. Na emissão do alvará de funcionamento são necessários 5 fatores; o pedido de viabilidade, a definição de um endereço para o seu negócio, a classificação das atividades exercidas pela empresa e o pedido de emissão do alvará de funcionamento.

3.2.2.2. LICENÇAS (ANVISA, AMBIENTAL, ENTRE OUTRAS)

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

3.3 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

3.3.1. AVALIAÇÃO DOS CLIENTES

3.3.1.1. PÚBLICO ALVO

- Diabéticos;
- Pessoas que buscam uma alimentação saudável;
- Moradores da Localidade;
- Praticantes de exercícios físicos;
- Idosos e crianças com alimentação restrita.

3.3.1.2. ÁREA DE ABRANGÊNCIA

Os clientes são basicamente pessoas que sofrem de diabetes e restrições alimentares. Além de pessoas que moram perto da localidade da loja e buscam ter uma alimentação saudável, utilizando produtos com um baixo índice glicêmicos e nutrientes que são essenciais na nossa alimentação.

3.3.1.3. COMPORTAMENTO DOS CLIENTES

- Diabéticos: pessoas que buscam controlar a sua diabetes e variedade de produtos;
- Pessoas que buscam uma alimentação saudável: evitar e controlar doenças;
- Moradores da localidade: pessoas que moram ao redor da loja e tem curiosidade em provar alimentos que mantém sua alimentação correta;
- Praticantes de exercícios físicos: atletas que procuram ter uma alimentação adequada;
- Idosos e crianças com alimentação restrita: comer bem e manter a saúde.

3.3.2. LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

A Natural Health busca atender todas as classes sociais, pensando justamente nisso foi escolhido o ponto na Avenida Dona Gertrudes, centro da cidade de São João da Boa Vista, São Paulo. Uma localidade onde o comércio é ativo e existe uma grande transição de pessoas.

3.3.3. AVALIAÇÃO DOS CONCORRENTES

EMPRESA	QUALIDADE	PREÇO	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO	ATENDIMENTO	SERVIÇOS AOS CLIENTES
VIVA LEVE	BOA	MAIS BARATO	DINHEIRO E CARTÃO	R. CONSELHEIRO ANTÔNIO PRADO, SÃO JOÃO DA BOA VISTA	TODOS OS DIAS DA SEMANA	COOKIES, CHÁS, GRÃOS E INTEGRAIS
GRINGS	BOA	MAIS BARATO	DINHEIRO, CARTÃO E CHEQUE	R. EISLÉBEN CEREJA CORRÊA FONSECA, SÃO JOÃO DA BOA VISTA	TODOS OS DIAS DA SEMANA	PRODUTOS FUNCIONAIS, INTEGRAIS, MATINAIS, COOKIES, CHÁS ESPECIAIS E GRÃOS
ZERO %	MUITO BOA	MAIS CARO	DINHEIRO E CARTÃO	R. CARLOS GOMES, , SÃO JOÃO DA BOA VISTA	TODOS OS DIAS DA SEMANA	PRODUTOS NATURAIS, GRÃOS, CHÁS, COOKIES E SEMENTES
BIG BOM	INFERIOR	MAIS CARO	DINHEIRO E CARTÃO	R. AV BRASÍLIA, SÃO JOÃO DA BOA VISTA	TODOS OS DIAS DA SEMANA	COOKIES, CHÁS, GRÃOS E INTEGRAIS

3.3.2.1. CONCLUSÕES

Os nossos concorrentes contam com uma qualidade boa e produtos comuns, porém a Natural Health tem uma qualidade superior, um atendimento diferenciado e uma variedade de produtos. Portanto, apostamos na qualidade, preço e atendimento podendo assim, destacar perante os concorrentes.

3.3.4. ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A.

A matriz SWOT representa uma das mais modernas ferramentas para a análise de cenários. Usada como base para qualquer tipo de planejamento estratégico, desde o mais simples até o mais complexo em função de sua simplicidade de aplicação. Através da matriz SWOT, se mapeiam os principais elementos da empresa atualmente, buscando entender quais os *gaps* em relação aos concorrentes e começar a visualizar a estratégia que melhor se adapta aos objetivos empresariais a médio e longo prazo.

“O objetivo da SWOT é definir estratégias para manter pontos fortes, reduzir a intensidade de pontos fracos, aproveitando oportunidades e protegendo-se de ameaças”. (Vana, Monteiro & Voloch).

Segue abaixo a análise F.O.F.A da Natural Health:

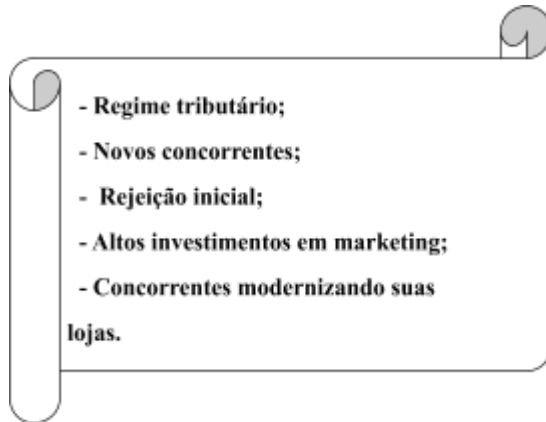
FORÇA

- Variedades de produtos;
- Imagem positiva perante o consumidor;
- Inovação;
- Qualidade e Produtividade;
- Marketing;
- Atendimento diferenciado.

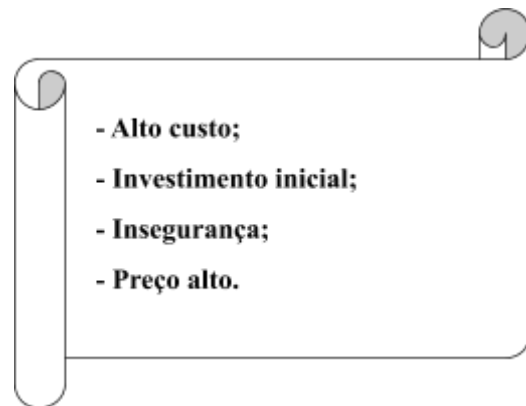
OPORTUNIDADES

- Inovação;
- Reconhecimento da marca;
- Sustentabilidade;
- Preço competitivo;
- Sazonalidade;
- Poucos concorrentes;
- Parcerias externas;

AMEAÇAS



FRAQUEZAS



Ações: Estimular as forças aproveitando as oportunidades, diminuir as fraquezas e contornar as ameaças.

3.3.4.1. FORÇAS COMPETITIVAS (5 FORÇAS DE PORTER)

As 5 Forças de Porter serve para analisar o ambiente competitivo em que a organização está enquadrada e para determinar o melhor posicionamento do negócio diante dos seus concorrentes. Com isso, o empreendedor passa a ter uma visão mais abrangente da concorrência e como pode tirar proveito disso.

Para utilizar a ferramenta análise das 5 Forças de Porter há uma lógica simples do ponto de vista conceitual, mas exige uma visão abrangente do negócio. Para executar a análise, é preciso apontar os fatos que caracterizam cada força.

Segue abaixo o modelo mais utilizado das 5 Forças de Porter:



As 5 Forças de Porter da Natural Health são:

1. Rivalidade entre os concorrentes:

- Aumento no número de concorrentes;
- Diferenciação dos produtos;
- Diversidade dos concorrentes;
- Custos de mudanças;
- Custos fixos elevados.

2. Ameaças de produtos substituídos:

- Emergência de um novo substituto;
- Crescimento ou declínio na relação de preço-desempenho de um novo substituto.

3. Poder de barganha dos fornecedores:

- Custos de mudanças de fornecedores;
- Integração para frete;
- Emergência de produtos substitutos;

4. Ameaça de novos concorrentes:

- Diferenciação do produto;
- Imagem da marca;
- Custos de mudança;
- Regulamentação legal;
- Acesso aos canais de distribuição;

5. Poder de barganha dos clientes:

- Volume de compras;
- Diferenciação do produto;
- Produtos substitutos;
- Informações disponíveis (sobre preços, procura, etc)

3.3.4.2. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

Os fatores críticos de sucesso são pontos-chave que, quando bem executados, definem e garantem o desenvolvimento e o crescimento de uma empresa e seu negócio, atingindo seus objetivos. Em contrapartida, quando estes mesmos fatores são negligenciados ou ignorados, contribuem e muito para o fracasso da organização.

Os fatores críticos de sucesso da Natural Health são:

FATOR CRÍTICO DE SUCESSO	NOTA
Linha de produtos e serviços	5
Localização (ponto)	4
Conhecimento do mercado	3
Relação com os clientes	4

Portanto, apostamos em uma linha de produtos e serviços, que contam com a variedade de produtos e uma linha de confeitaria. Também temos a nossa localização ao nosso favor, já que gostaríamos de atingir todos os tipos de públicos e faixas etárias, mantendo assim uma ótima relação com os nossos clientes. Porém, devemos melhorar o nosso conhecimento do mercado, estudando um pouco mais sobre o assunto, nossos concorrentes e nosso estoque.

3.3.5. ESTRATÉGIAS

A Natural Health conta com uma equipe que prioriza a eficácia e a satisfação de nossos clientes.

- A área comercial conta com um atendimento diferenciado;

- A parte publicitária será realizada por E-Commerce, através das redes sociais com:
Imagens na página do Facebook e Instagram;
- Faremos promoções como queima de estoque;
- Divulgação em nossas parcerias: nutricionistas e academias.

3.3.5.1. OBJETIVOS, METAS E AÇÕES (5W2H)

O plano de ação 5W2H, é uma ferramenta utilizada para planejar todas as ações necessárias para atingir um resultado desejado ou na resolução de problemas.

Segue abaixo o plano de ação da Natural Health:

O que?	Quem?	Quando?	Quanto?	Por que?	Onde?	Como?
Aproveitar produtos que estão perto do prazo de validade	Equipe	Periodicamente	Sem custos	Diminuir o desperdício	Loja	Fazendo promoções
Otimizar os preços	Aline	6 meses	Sem custos	Compartilhar com a concorrência	-	Checando os preços dos concorrentes
Comprar prédio	Aline	12 meses	800 mil	Diminuir gastos fixos	Av. Dona Gertrudes	Investindo em recursos próprios
Redimensionar o estoque de produtos	Aline	12 meses	Sem custos	Evitar a falta de produtos	Loja	Fazendo um levantamento das encomendas dos últimos meses, e através da estatística, determinar um estoque mínimo

Em suma, utilizando o plano de ação iremos alavancar as vendas e diminuir os gastos, pois além de avaliar nosso estoque mensalmente para determinar um estoque

mínimo, estaremos realizando promoções com os produtos que estão perto do prazo de validade e principalmente, iremos checar os preços dos concorrentes fazendo com que a nossa loja seja a número, por conta dos preços e qualidade.

3.3.6.2. MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA

Juntamente com a teoria e a prática obtidas durante este módulo, pesquisamos e analisamos a Visão, Missão, Valores.

Visão é um estado futuro a ser alcançado, que serve para orientar a definição dos objetivos. Para Chiavenato (2005, p 64) “A visão estabelece uma identidade comum quanto aos propósitos da organização para o futuro, a fim de orientar o comportamento dos seus membros quanto ao destino que a organização deseja construir e realizar”.

A visão da Natural Health é:

“Nosso compromisso é atender os nossos clientes da melhor forma, buscando novos produtos e as mais diversas novidades que surgem no mercado para melhor satisfazê-los.”

Já a missão serve para nos mostrar o que a empresa quer de fato, como também para mostrar as diferenças entre empresas do mesmo segmento.

A missão da Natural Health é:

"Oferecer produtos saudáveis que promovam qualidade de vida.”

Os valores são expectativas para as relações da organização. Oliveira (2012, p.67) verificou que “valores representam o conjunto dos princípios e crenças fundamentais de uma empresa, bem como fornecem sustentabilidade para todas as suas principais decisões”.

Os valores da Natural Health são:

- Qualidade de vida;
- Inovação;
- Sabor;
- Transparência;
- Atendimento Diferenciado;
- Comprometimento.

3.4 GESTÃO ORÇAMENTÁRIA

3.4.1 CONCEITO DE ORÇAMENTO

Juntamente com a teoria e a prática obtidas durante este módulo, pesquisamos e analisamos o orçamento empresarial.

O orçamento empresarial é o ato de prever e estimar quais serão os gastos, custos, os investimentos, os ganhos de determinado negócio. Pode ser definido como uma ferramenta de controle e gestão, e seu principal objetivo é antecipar quais serão as vantagens e o que pode ser corrigido no decorrer do plano.

Ele possibilita uma simulação do cenário que o negócio vai enfrentar, apontando quais medidas devem ser adotadas. Permite vislumbrar os resultados que se espera obter, e

estabelece as diretrizes necessárias para atingir os objetivos e metas.

A partir de um orçamento bem detalhado, se tornam claros os critérios a serem seguidos, o que pode mudar no meio do caminho, se a postura da empresa é a mais adequada. São elaborados planos, que demonstram os indicativos e resultados, essenciais para a avaliação da eficiência do negócio.

É esperado que os resultados de um investimento sejam positivos e animadores, e que as falhas sejam corrigidas no caminho. Seguindo adequadamente o modelo de orçamento adotado pela empresa, que geralmente é composto por: projeção de vendas, estimativas de aumento, custos, orçamento de despesas, investimentos, demonstrações de resultado, etc. é muito mais provável que o retorno seja equivalente ao esperado e desejado.

3.4.2 CICLOS DO ORÇAMENTO

3.4.2.1 PRINCÍPIOS GERAIS DO ORÇAMENTO

Para que o planejamento seja bem entendido, é necessário saber quais são seus princípios gerais, que podem ser classificados dessa forma:

- O princípio da contribuição aos objetivos e, nesse aspecto, o planejamento deve, visar aos objetivos máximos da empresa;
- O princípio da precedência do planejamento, correspondendo a uma função administrativa que vem antes das outras (organização, direção e controle);
- O princípio de maior penetração e abrangência, pois o planejamento pode provocar uma série de modificações em: pessoas, tecnologia e/ou sistemas;

- O princípio da maior eficiência, eficácia e efetividade. O planejamento deve procurar maximizar os resultados e minimizar as deficiências.

3.4.2.2 PREMISSAS DO PLANEJAMENTO

Premissas	2018	2019	2020	2021	2022
Aumento Volume de vendas	8,00%	7,60%	7,60%	8,00%	8,00%
Aumento Preço de venda	4,40%	4,40%	4,40%	4,40%	5,00%
Propaganda e Publicidade	6,90%	6,90%	6,90%	6,90%	6,90%
Aumento Salarial	6,00%	5,00%	5,00%	6,00%	6,00%
Comissão sobre vendas	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Aumento Preço dos Insumos	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
Frete sobre compras	1,10%	1,10%	1,10%	1,10%	1,10%
Seguro sobre compras	1,50%	1,50%	1,50%	1,50%	1,50%
Custo para descarga	0,90%	0,90%	0,90%	0,90%	0,90%
Aumento das despesas	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
Taxa Mínima de Atratividade ao ano	14,00%				

3.4.2.3 ESTRATÉGIA DE MARKETING

CENÁRIO 1.1.3 VENDAS LÍQUIDAS EM R\$ - ANUAL

1.1.3 - Vendas Líquidas em R\$ - Anual			Projeção				
Descrição	%	Ano Base	20X1	20X2	20X3	20X4	20X5
Vendas Brutas		682001	773537	874052	987593	1119939	1270242
(-) Deduções de vendas		185845	210789	238179	269119	305183	346141
ICMS	18,00%	122760	139237	157329	177767	201589	228644
COFINS	7,60%	51832	58789	66428	75057	85115	96538
PIS	1,65%	11253	12763	14422	16295	18479	20959
Simples Nacional	0,00%	0	0	0	0	0	0
(=) Receita Líquida	-	496156	562748	635873	718474	814756	924101

Segue abaixo o gráfico comparativo da receita líquida:



CENÁRIO 1.2 PLANO DE COMUNICAÇÃO EM R\$ - ANUAL

1.2 - Plano de Comunicação em R\$ - Anual		Projeção				
Descrição	Ano Base	20X1	20X2	20X3	20X4	20X5
Vendas Brutas	682001	773537	874052	987593	1119939	1270242
Propaganda e Publicidade	47058	53374	60310	68144	77276	87647

CENÁRIO 2.1 PLANO DE DESPESAS COMERCIAIS EM R\$ - ANUAL

2.1 - Plano de Despesas Comerciais em R\$ - Anual		Projeção				
Descrição	Ano Base	20X1	20X2	20X3	20X4	20X5
Despesas Comerciais	6500	6695	6695	6695	6695	6695

CENÁRIO 2.2 PLANO DE DESPESAS ADMINISTRATIVAS EM R\$ - ANUAL

2.2 - Plano de Despesas Administrativas em R\$ - Anual		Projeção				
Descrição	Ano Base	20X1	20X2	20X3	20X4	20X5
Despesas Administrativas	40200	41406	41406	41406	41406	41406
Total Geral	46700	48101	48101	48101	48101	48101

3.4.2.4 PLANO DE SUPRIMENTOS

CENÁRIO 3.5 RESUMO DO PLANO DE SUPRIMENTOS EM R\$ - ANUAL

3.5 - Resumo do Plano de Suprimentos - Anual - em R\$ - Lucro Presumido ou Simples Nacional

	Projeção				
	20X1	20X2	20X3	20X4	20X5
Compras	356146	394704	437465	486658	541472
Fretes sobre compras	3917	4341	4809	5354	5955
Seguros sobre compras	5342	5920	6562	7299	8120
Custo da descarga	3204	3553	3936	4381	4872
sub-total	368609	408518	452772	503692	560419
(-) Impostos Recuperáveis					
ICMS	0	0	0	0	0
COFINS	0	0	0	0	0
PIS	0	0	0	0	0
sub-total	0	0	0	0	0
Custo Total Final	368609	408518	452772	503692	560419
Custo Mercadorias Vendidas	356578	395213	438118	487415	542135

3.4.2.5 PLANO DE INVESTIMENTO

CENÁRIO 4.3 RESUMO DOS INVESTIMENTOS EM R\$

4.3 - Resumo dos Investimentos - em R\$

Descrição	Comercial	Administrativo	Total
Máquinas e Equipamentos	5.630	30	5.660
Bens de Informática	1.500	1.500	3.000
Móveis e Utensílios	4.010	350	4.360
Veículos	-	20.000	20.000
Edificações	-	-	-
Total	11.140	21.880	33.020

CENÁRIO 4.4 CÁLCULO DA DEPRECIÇÃO ANUAL EM R\$

4.4 - Cálculo da depreciação anual em R\$

Descrição	% Depreciação	Comercial	Administrativo	Total
Máquinas e Equipamentos	10%	563	3	566
Bens de Informática	20%	300	300	600
Móveis e Utensílios	10%	401	35	436
Veículos	20%	-	4.000	4.000
Edificações	4%	-	-	-
Total	-	1.264	4.338	5.602

3.4.2.6 PLANO DE RECURSOS HUMANOS

CENÁRIO 5.1 PESSOAL ÁREA COMERCIAL

5 - Plano de Recursos Humanos em R\$ - Anual - Simples Nacional

5.1 - Pessoal na área comercial		Ano Base				Projeção				
Descrição	%	Salário	Quantidade	Total Mensal	Total Anual	20X1	20X2	20X3	20X4	20X5
Gerente Comercial	-	3.000	1	3.000	33.000	34.980	36.729	38.565	40.879	43.332
Vendedores	-	1.200	4	4.800	52.800	55.968	58.766	61.704	65.406	69.330
Auxiliar de Limpeza	-	1.000	1	1.000	11.000	11.660	12.243	12.855	13.626	14.444
	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Comissão sobre vendas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total salários	-			8.800	96.800	102.608	107.738	113.124	119.911	127.106
13º salário	-			8.800	8.800	9.328	9.794	10.284	10.901	11.555
Férias	-			8.800	8.800	9.328	9.794	10.284	10.901	11.555
1/3 Férias	-			2.933	2.933	3.109	3.265	3.428	3.634	3.852
sub-total remuneração	-			29.333	117.333	124.373	130.591	137.120	145.347	154.068
Encargos	-			-	-	-	-	-	-	-
INSS	0,00%			-	-	-	-	-	-	-
FGTS	8%			2.347	9.387	9.950	10.447	10.970	11.628	12.325
sub-total encargos	8,00%			2.347	9.387	9.950	10.447	10.970	11.628	12.325
Total	8,00%	-	-	31.680	126.720	134.323	141.038	148.090	156.975	166.393

CENÁRIO 5.2 PESSOAL ÁREA ADMINISTRATIVA

5.2 - Pessoal na área administrativa		Ano Base				Projeção				
		Descrição	%	Salário	Quantidade	Total Mensal	Total Anual	20X1	20X2	20X3
Gerente administrativo	-	3.000	1	3.000	33.000	34.980	36.729	38.565	40.879	43.332
Assistente administrativo/coordenador	-	1.800	1	1.800	19.800	20.988	22.037	23.139	24.527	25.999
	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total salários	-			4.800	52.800	55.968	58.766	61.704	65.406	69.331
13º salário	-			4.800	4.800	5.088	5.342	5.609	5.946	6.303
Férias	-			4.800	4.800	5.088	5.342	5.609	5.946	6.303
1/3 Férias	-			1.600	1.600	1.696	1.781	1.870	1.982	2.101
sub-total remuneração	-			16.000	64.000	67.840	71.231	74.792	79.280	84.038
Encargos	-			-	-	-	-	-	-	-
INSS	0,00%			-	-	-	-	-	-	-
FGTS	8%			1.280	5.120	5.427	5.698	5.983	6.342	6.723
sub-total encargos	8,00%			1.280	5.120	5.427	5.698	5.983	6.342	6.723
Total	8,00%	-	-	17.280	69.120	73.267	76.929	80.775	85.622	90.761

Total Geral	207.590	217.967	228.865	242.597	257.154
--------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

3.4.2.7 ETAPA FINANCEIRA

CENÁRIO 7 - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

ANUAL

7 - Demonstração de Resultado do Exercício - Anual

DESCRIÇÃO	Projeção				
	20X1	20X2	20X3	20X4	20X5
RECEITA BRUTA DE VENDAS	773.537	874.052	987.593	1.119.939	1.270.242
(-) TRIBUTOS SOBRE VENDAS (PIS/COFINS/ICMS)	65.364	78.927	90.068	111.434	128.676
(=) RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	708.173	795.125	897.525	1.008.505	1.141.566
(-) CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	356.578	395.213	438.118	487.415	542.135
(=) LUCRO BRUTO	351.595	399.912	459.407	521.090	599.431
(-) DESPESAS OPERACIONAIS					
COMERCIAIS	142.282	148.997	156.049	164.934	174.352
ADMINISTRATIVAS	119.011	122.673	126.519	131.366	136.505
(=) LUCRO OPERACIONAL	90.302	128.242	176.839	224.790	288.574
(-) IRPJ	-	-	-	-	-
(-) Adicional IRPJ	-	-	-	-	-
(-) CSLL	-	-	-	-	-
(=) LUCRO LÍQUIDO	90.302	128.242	176.839	224.790	288.574

CENÁRIO 8 - DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA ANUAL

8 - Demonstração do Fluxo de Caixa - Anual

DESCRIÇÃO	Projeção				
	Inicial	20X1	20X2	20X3	20X4
LUCRO LÍQUIDO CONTÁBIL	-	90.302	128.242	176.839	224.790
(+) DEPRECIACÃO	-	5.602	5.602	5.602	5.602
(-) COMPRA DO ESTOQUE MÍNIMO	-	11.540	12.805	14.214	15.808
(=) FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL	-	84.364	121.039	168.227	214.584
(+/-) INVESTIMENTOS NO ATIVO IMOBILIZADO	33.020	-	-	-	-
(+/-) INVESTIMENTOS NO CAPITAL GIRO	-	-	-	-	-
(=) FLUXO DE CAIXA LIVRE	- 33.020	84.364	121.039	168.227	214.584

CENÁRIO 9 - ANÁLISE DO RETORNO DO INVESTIMENTO

9 - Análise do Retorno do Investimento

Ano	Fluxo de Caixa
0	- 33.020
20X1	84.364
20x2	121.039
20X3	168.227
20X4	214.584
20X5	276.622

Fluxo de Caixa Descontado
R\$ 518.387,43

Analisando o cenário em que a empresa se encontra, e os resultados observados no desenvolvimento dos planos, é possível ver que a empresa está com um desempenho bem positivo e promissor. O planejamento foi bem articulado e plausível, dentro do que se espera para esse tipo de negócio. É possível ver que as estimativas de vendas estão dentro do alcançável, assim como os preços, e os custos que acarretam esse processo.

No geral, todo o planejamento, incluindo as despesas, os investimentos, o plano de suprimentos, está bem ponderável, com ênfase em manter os bons resultados nos anos consecutivos.

No final, com as demonstrações de resultado que foram obtidas, e a análise de retorno do investimento, é claro que a empresa esboçou bons resultados e que o planejamento foi apropriado e teve êxito.

3.5. GESTÃO EMPREENDEDORA

3.5.1. AVALIAÇÃO DO PLANO

Para conseguirmos entender se a empresa é viável ou não, podemos seguir alguns Indicadores de Viabilidade, como o Valor Presente Líquido, a Taxa Interna de Retorno, e o Payback. No momento iremos representar apenas o último citado, considerado por muitos, principalmente para os investidores, o índice mais importante.

O Payback é o tempo que o dinheiro investido volta para o bolso do investidor, sendo o resultado obtido quanto menor, melhor. Para ele ser calculado é necessário fazer a conta da Taxa de Retorno sobre Investimento, que usa o valor da Receita Bruta de Vendas dividido pelo Lucro Líquido. No caso da nossa empresa, no primeiro ano a Receita Bruta de Vendas foi de R\$773.537,00 e o Lucro Líquido R\$ 90.302,00.

Com esses valores pode se realizar a conta:

$$773.537 / 90.302 = 0,1167$$

Logo temos como Taxa de Retorno sobre Investimentos, aproximadamente 0,12 representados em porcentagem, 12%.

O Payback do Investimento Total pode ser feito da seguinte forma: 100% dividido pelo valor obtido na TRI. Logo:

$$100\% / 0,12 = 8,3$$

Payback do Investimento Total = aproximadamente oito ano.

A ponto de vista do investidor, oito anos pode ser considerado um grande tempo de espera, mas como a empresa apresenta números satisfatórios em seu primeiro ano e continua melhorando nos anos seguintes, o que são oito anos para uma vida inteira.

3.5.1.1 AÇÕES CORRETIVAS E PREVENTIVAS

Para eventuais acontecimentos negativos no futuro da empresa, temos as Ações Corretivas e Preventivas que nada mais são que medidas tomadas pelos Administradores e/ou Gerentes para, como o próprio nome já diz, corrigir certos erros e prevenir que tais não aconteçam novamente.

Como já foi citado antes, o fluxo de caixa da empresa está positivo e com números bons, nos dando um “respiro” a mais, havendo assim a possibilidade de realizar algum investimento necessário, como algum gasto com produtos de maior qualidade, por exemplo.

O cenário da empresa segundo dados da parte Orçamentária está bem promissor, mas considerando imprevistos e imaginando o pior cenário possível, a mesma poderá tomar algumas medidas necessárias para evitar um caixa negativo e conseqüentemente “fechar as portas”.

Uma estratégia que poderá ser feita caso tal cenário pessimista aconteça, é a de indicar um amigo/parente para a loja e ganhar algum produto até certo preço. Esse marketing é uma forma ótima de aumentar o leque de clientes e ainda “presentear” quem já é nosso cliente, de forma que ambos saiam satisfeitos da nossa loja. Atingiremos mais pessoas e não teremos gasto algum com Marketing intensivo.

Outra opção é fazer alguns ajustes nos preços, de forma que os lucros aumentem pouca coisa, nada exagerado. Por nossos produtos serem, uma boa parte, difíceis de encontrar em quaisquer supermercados, mercadinhos ou até mesmo em lojas especializadas, poderão aumentar um pouco o preço sem perder clientela.

Uma questão que pode ser péssima para nosso varejo, são as perdas de produtos. Por se tratar de uma empresa sobre alimentação saudável e mudança de hábitos, nossos produtos podem e irão ter uma vida muito curta, sendo que muitas vezes iremos perder tais alimentos por não conseguir vendê-los, mesmo realizando ofertas e queima de estoque. Nesse caso, as perdas são inevitáveis. Mas com o passar do tempo começaremos a conhecer melhor nossa clientela e os produtos que mais movimentam, e a partir dessa experiência ganha com o tempo poderemos sim evitar tais perdas, podendo até realizar compras por encomendas, caso o produto seja de vida curta e com pouco giro de estoque.

4. CONCLUSÃO


Com base no trabalho realizado, pode-se concluir a Natural Health possui um modelo de negócio arrojado, com um planejamento focado em pessoas que buscam melhorar seus hábitos e conseqüentemente sua saúde, principalmente àqueles que possuem diabetes e não encontram tantas opções rentáveis e com produtos de boa qualidade que sua enfermidade requer. Mesmo com alguns concorrentes fortes há algum tempo no mercado, nos sobressaimos pela qualidade dos itens disponíveis, pelo atendimento diferenciado, além de uma gama maior de produtos.

Optante pelo Simples Nacional, a Natural Health apresenta números satisfatórios, tendo um Lucro Líquido no primeiro ano de funcionamento de R\$ 90.302,00, e com projeção de no seu quinto ano um Lucro Líquido de R\$ 288.574,00. Com esse valor, pôde-se realizar a conta para vermos em quanto tempo o dinheiro retornará aos bolsos dos investidores, o conhecido Payback, mostrando o retorno em apenas 8 anos.

Portanto, a Natural Health pode sim se firmar no mercado que almeja, considerando que o número de diabéticos no país está aumentando gradativamente. Doença essa que exige uma atenção essencial, e nós queremos providenciar tal atenção. Além do mais, como já foi demonstrada, só pode haver um crescimento com o passar dos anos e com a dedicação necessária, essa pode se tornar sim uma empresa de sucesso.

5. REFERÊNCIAS

- DENINIÇÃO DE TRIBUTOS, disponível em:
<http://www.aprendatributario.com.br/?p=46>
- REGIME TRIBUÁRIO, disponível em:
<http://www.guiaempreendedor.com/modelos-de-tributacao-e-impostos-empresas/>
- QUAL A DIFERENÇA ENTRE SIMPLES NACIONAL, LUCRO PRESUMIDO E LUCRO REAL? Disponível em:
<https://capitalsocial.cnt.br/simples-nacional-lucro-presumido-lucro-real/>
- IBGE, disponível em: <http://www.cnae.ibge.gov.br/>
- CHIAVENATO, Idalberto, **Teoria da Administração** - Volume I. Rio de Janeiro. 2001.
- ORÇAMENTO EMPRESARIAL: ENTENDA MELHOR COMO ELABORÁ-LO, disponível em:
<https://meusuccesso.com/artigos/financas/orcamento-empresarial-conceitos-e-definicoes-1356/>
- ORÇAMENTO EMPRESARIAL – UM MAPA PARA OS RESULTADOS DE SUA EMPRESA, disponível em:
<https://www.treasy.com.br/blog/orcamento-empresarial>
- GESTÃO ORÇAMENTÁRIA, disponível em:
<https://profeltonorris.wordpress.com/gestao-orcamentaria/>
- MERCADO DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL DEVE CRESCER 4,41% AO ANO ATÉ 2021, disponível em:
<http://dc.clierbs.com.br/sc/noticias/noticia/2017/04/mercado-de-alimentacao-saudavel-deve-crescer-4-41-ao-ano-ate-2021-9775279.htm>
- 3 INDICADORES DE VIABILIDADE ESSENCIAS PARA SEU NEGÓCIO DAR CERTO, disponível em: <http://blog.luz.vc/o-que-e/3-indicadores-de-viabilidade-essenciais-para-seu-novo-negocio-dar-certo/#sthash.gctCofhG.dpuf>

- OMS DIZ QUE MAIS DE 16 MILHÕES DE BRASILEIROS SOFREM DE DIABETES, disponível em: 
<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-04/oms-diz-que-mais-de-16-milhoes-de-brasileiros-sofrem-de-diabete> 