



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**PROJETO INTERDISCIPLINAR**

APRESENTAÇÃO TÉCNICA SOBRE CENÁRIOS  
ORGANIZACIONAIS

**VIVEIRO DE MUDAS DE CAFÉ COFFEE STATION**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP  
NOVEMBRO DE 2017

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**PROJETO INTERDISCIPLINAR**

**APRESENTAÇÃO TÉCNICA SOBRE CENÁRIOS  
ORGANIZACIONAIS**

**VIVEIRO DE MUDAS DE CAFÉ COFFEE STATION**

Módulo 04 – Plano de Negócios

Empreendedorismo – Prof. Luis Antonio Carvalho Petreca

Ética geral e profissional – Prof. Rodrigo Marudi

Gestão Estratégica de Tributos – Prof. José Marcos do Prado

Gestão Orçamentária – Prof. Danilo Moraes Doval

Planejamento Estratégico – Prof. Rodrigo Marudi

Alunos:

Ana Sabrina Amâncio, RA 16000360

Franciele Marcondes Fernandes, RA 16000511

Gisele Marcondes Fernandes, RA 16000508

Jhuly Camila Custódio de Carvalho, RA 16001358

William Ferreira, RA 16000463

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP  
NOVEMBRO DE 2017

1 - Sumário Executivo .....	5
1.1 - Resumo .....	5
1.2 - Dados dos empreendedores .....	5
1.3 - Missão da empresa .....	5
1.4 - Setores de atividade.....	6
1.5 - Forma jurídica .....	6
1.6 - Enquadramento tributário .....	6
1.7 - Capital social.....	7
1.8 - Fonte de recursos .....	7
2 - Análise de mercado.....	7
2.1 - Estudo dos clientes .....	7
2.2 - Estudo dos concorrentes.....	8
2.3 - Estudo dos fornecedores.....	9
3 - Plano de marketing .....	10
3.1 - Produtos e serviços.....	10
3.2 - Preço .....	10
3.3 - Estratégias promocionais .....	10
3.4 - Estrutura de comercialização .....	10
3.5 - Localização do negócio.....	11
4 - Plano operacional .....	11
4.1 - Leiaute .....	11
4.2 - Capacidade instalada.....	122
4.3 - Processos operacionais .....	122
4.4 - Necessidade de pessoal .....	122
5 - Plano financeiro .....	13
5.1 - Investimentos fixos.....	16
5.2 - Estoque inicial.....	164
5.3 - Caixa mínimo .....	164
5.4 - Investimentos pré-operacionais.....	166
5.5 - Investimento total .....	166
5.6 - Faturamento mensal .....	167
5.7 - Custo unitário .....	188
5.8 - Custos de comercialização.....	168
5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV .....	20
5.10 - Custos de mão-de-obra.....	21
5.11 - Custos com depreciação .....	21
5.12 - Custos fixos operacionais mensais .....	21
5.13 - Demonstrativo de resultados .....	23

5.14	- Indicadores de viabilidade.....	24
6	- Construção de cenário .....	255
6.1	- Ações preventivas e corretivas.....	255
7	- Avaliação estratégica .....	266
7.1	- Análise da matriz F.O.F.A .....	266
8	- Avaliação do plano.....	288
8.1	- Análise do plano.....	288
	Termo de Aceite .....	29

## 1 - Sumário Executivo

### 1.1 - Resumo

O nosso plano de negócio tem por base o agronegócio, cuja sua atividade relaciona-se ao cultivo e comercialização de mudas de café.

O viveiro de mudas está localizado na região de Caconde, próximo a Cabo Verde, sendo divisa entre os estados de Minas Gerais e São Paulo, tendo um espaço geográfico que suporta uma produção de aproximadamente 1.000.000 de mudas. O mesmo atende a mais de 20 anos os pequenos e grandes cafeicultores que desejam renovar ou iniciar o cultivo do café, priorizando a qualidade e satisfação dos clientes.

A empresa teve um capital inicial próprio do Sr. Sebastião Amancio que começou aos poucos no quintal de sua casa, com a expansão do negócio temos hoje um faturamento anual de R\$ 287.000,00, tendo um retorno do seu capital no período de um ano.

Indicadores	Ano 1	Ano 2
Ponto de Equilíbrio	R\$ 275.720,84	R\$ 275.720,84
Lucratividade	40,00 %	40,00 %
Rentabilidade	48,26 %	48,26 %
Prazo de retorno do investimento	31 meses	

### 1.2- Dados dos empreendedores

Nome:	Sebastião Amancio		
Endereço:	Sítio Recanto da Cachoeira		
Cidade:	Cabo Verde	Estado:	Minas Gerais
Perfil:			
Agricultor			
Atribuições:			
Gerente			

### 1.3- Missão da empresa

Missão: Existimos para produzir mudas de café com excelentíssima qualidade, tendo garantia

de uma lavoura produtiva e saudável, satisfazer as necessidades dos cafeicultores e contribuir para o desenvolvimento rural.

Visão: Ser o maior viveiro de mudas de café da região, tendo reconhecimento pelo ótimo padrão de qualidade.

Valores: Honestidade com clientes, fazendo com que aumente o grau de confiabilidade, prezando sempre o desenvolvimento sustentável, responsabilidade social e mostrando sempre o diferencial.

## 1.4- Setores de atividade

- Agropecuária
- Comércio
- Indústria
- Serviços

## 1.5- Forma jurídica

- Empresário Individual
- Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- Microempreendedor Individual – MEI
- Sociedade Limitada
- Outros: Produtor Rural

## 1.6- Enquadramento tributário

### Âmbito federal

Regime Simples

- Sim
- Não

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade

Social CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para

indústria) ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e

Serviços

## 1.7- Capital social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Sebastião Amancio	R\$ 260.527,31	100,00
<b>Total</b>		<b>R\$ 60.527,31</b>	<b>100,00</b>

## 1.8- Fonte de recursos

As origens foi dada pelos próprios recursos do sr. Sebastião Amancio, que não eram muitos. Inicialmente, o cultivo das mudas era feito no quintal da casa onde ele residia, chegando a produzir em média 20.000 mudas, com a renda das mudas a produção foi aumentando anualmente até que o quintal ficou pequeno para a produção, foi então, que o produtor teve a necessidade de arrendar uma área maior e posteriormente comprou o sítio, que atualmente tem a capacidade produzir aproximadamente 1.000.000 mudas.

## 2 - Análise de mercado

### 2.1 - Estudo dos clientes

#### **Público-alvo (perfil dos clientes)**

O nosso público-alvo são pequenos, médios e grandes produtores de cafés que desejam renovar sua lavoura, ou produtores iniciantes que vão começar sua produção de café.

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

Os nossos clientes buscam variedade, confiabilidade, excelência, qualidade, ética e melhor custo benefício e isso conseguem encontrar ao adquirir nosso produto.

#### **Área de abrangência (onde estão os clientes?)**

Nossos clientes estão localizados na maioria, no interior do estado de São Paulo e Sul de Minas Gerais atingindo um raio de aproximadamente 65 km do município de Caconde.

## 2.2- Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
Viveiro Bom Jesus	Não presa muito a qualidade de suas mudas	Em média R\$ 350,00 o milheiro.	50% de entrada e os outros 50% da entrega das mudas	Caconde - SP	Não preza muito para o atendimento	Apenas a venda das mudas
Viveiro Cabral	Preza Por Muda Saudaveis	Entre R\$ 300,00 á R\$ 400,00 o Milheiro	Os Pagamentos são uma entra e mais 2 x(30 e 60)	São João da Boa Vista - SP	Bom Atendimento Com Seus Clientes	Auxilio de Manuzeio ao Plantio da Mudas em Tubets

## Conclusões

Os nossos concorrentes procurão atender as mesma exigências de mercado a qual atendemos, por isso precisamos buscar sempre o diferencial para fidelizar nossos clientes e conquistar nosso espaço cada vez mais no mercado, visando sempre a qualidade, excelência, bom atendimento para satisfazer nossos clientes.

### 2.3- Estudo dos fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Sementes	Pro- Café	Em média R\$ 35,00 o KG	Pagamentos em 30, 60 e 90 dias	Imediato	Varginha - MG
2	Saquinhos para o plantio das sementes	Plantar São João	Em média R\$ 14,00 o milheiro	Formas de pagamentos, 30 e 60 dias	Imediato	São João da Boa Vista - SP
3	Aubos, Fertilizantes e Defensivos Agrícolas	Coopama	R\$ 3.574,00	12 meses	Média de 5 dias de entrega	Machado - MG

### 3 - Plano de marketing

#### 3.1- Produtos e serviços

Mudas de café com um mix de variedades, feitas com sementes altamente selecionadas, produzidas em saquinhos para melhor desenvolvimento da planta. Oferecemos também atendimento diferenciado com orientação de plantio e manejo.

Garantimos o melhor custo benefício, dando confiabilidade à nossos clientes pela qualidade e excelência em produtos e atendimentos.

Nº	Produtos / Serviços
1	Mudas de Cafés

#### 3.2- Preço

Desde o início da produção pensamos no melhor custo benefício para nossos clientes. Analisamos com total atenção quais o fornecedores escolheremos, pois precisamos de menor preço e conservar a qualidade que temos desde o início. Sendo assim, o preço que repassamos aos nossos consumidores, proporciona-lhes a oportunidade de obter uma margem lucrativa diferente da convencional oferecida pelos nossos concorrentes.

#### 3.3- Estratégias promocionais

Algumas maneiras de marketing não são eficazes para o nosso ramo, pois o nosso alvo são os produtores rurais que tem difícil acesso a variados meios de divulgação. Os que mais utilizamos são:

- > Cartão de visita;
- >Indicação de terceiros;
- >Envelopamento de Carro Propaganda (carro familiar);
- >Pagina no facebook;
- > Whatsapp;
- >Desconto de 10% sobre o valor total da compra realizada acima de 20 milheiros de mudas.

#### 3.4- Estrutura de comercialização

As formas que o nosso produtor realiza suas vendas é pessoalmente, por telefone, e pelo whatsapp, mantendo contato direto, e por indicações de clientes.

### 3.5 - Localização do negócio

Endereço:	Sítio Recanto da Cachoeira
Bairro:	Timóteo
Cidade:	Campo Verde
Estado:	Minas Gerais
Fone 1:	(19) 3662-9200
Fone 1:	( ) -
Fax:	( ) -

#### Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

As considerações, para que fosse escolhido este local é devido ao espaço e redução de despesas com água e energia, e porque, o local oferece suporte adequado para produção de mudas.

## 4 - Plano operacional

### 4.1 - Leiaute



## 4.2- Capacidade instalada

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

O viveiro suporta a produção máxima de 1.000.100 mudas.

## 4.3- Processos operacionais

Passo a passo para a produção das mudas:

- 1º- Preparo do local (esterilização do terreno e terraplanagem);
- 2º- Preparo do substrato (mistura da terra com esterco e outros insumos agrícolas);
- 3º- Enchimento dos saquinhos;
- 4º- Plantio (preparo da semente e implantação da mesma no saquinho);
- 5º- Controle de aplicação do herbicida (Controle de mato);
- 6º- Aplicação de fungicida e inseticida de solo;
- 7º- Com um par de folha das mudas faz-se desbaste (processo que retira uma muda);
- 8º- Aplicação de foliares;
- 9º- Entrega aos clientes;

Os materiais utilizados para auxiliar na execução do processo:

- 1º- Tratores
- 2º- Mão de obra humana

As vendas são feitas de forma direta, ou seja, encontro pessoal com o cliente.

## 4.4 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Empregado	Produção das mudas, enchimento dos saquinhos e plantio.

## 5 - Plano financeiro

### 5.1 - Investimentos fixos

#### A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
<b>SUB-TOTAL (A)</b>				<b>R\$ 0,00</b>

#### B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Trator	1	R\$ 75.000,00	R\$ 75.000,00
2	Irrigador	1	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00
3	Peneirão	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
4	Carretinha Trator	1	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00
5	Lamina Trator	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
6	Enxadas	6	R\$ 25,00	R\$ 150,00
7	Mangueira	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00
8	Pulverizador Costal	1	R\$ 90,00	R\$ 90,00
9	Pulverizador semi automático	1	R\$ 650,00	R\$ 650,00
<b>SUB-TOTAL (B)</b>				<b>R\$ 101.960,00</b>

#### C – Equipamentos

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

#### D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
<b>SUB-TOTAL (D)</b>				<b>R\$ 0,00</b>

#### E – Veículos

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

## F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
<b>SUB-TOTAL (F)</b>				<b>R\$ 0,00</b>

## TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

<b>TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):</b>	<b>R\$ 101.960,00</b>
---	-----------------------

## 5.2- Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Sementes	820000	R\$ 0,01	R\$ 8.200,00
2	Saquinho	820000	R\$ 0,02	R\$ 16.400,00
3	Agrotoxico e Fertilizantes	820000	R\$ 0,02	R\$ 16.400,00
4	Esterco	60000	R\$ 0,16	R\$ 9.600,00
<b>TOTAL (A)</b>				<b>R\$ 50.600,00</b>

## 5.3- Caixa mínimo

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

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Pagamentos á vista	50,00	1	0,50
Pagamentos á prazo	50,00	60	30,00
<b>Prazo médio total</b>			<b>31</b>

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

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Fornecedores	100,00	1	1,00

<b>Prazo médio total</b>	<b>1</b>
--------------------------	----------

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

<b>Necessidade média de estoque</b>	
Numero de dias	1

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

<b>Recursos da empresa fora do seu caixa</b>	<b>Número de dias</b>
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	31
2. Estoques – necessidade média de estoques	1
Subtotal Recursos fora do caixa	32
<b>Recursos de terceiros no caixa da empresa</b>	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	1
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	1
<b>Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias</b>	<b>31</b>

Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 15.883,49
2. Custo variável mensal	R\$ 88.601,00
3. Custo total da empresa	R\$ 104.484,49
4. Custo total diário	R\$ 3.482,82
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	31
<b>Total de B – Caixa Mínimo</b>	<b>R\$ 107.967,31</b>

Capital de giro (Resumo)

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
A – Estoque Inicial	R\$ 50.600,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 107.967,31
<b>TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)</b>	<b>R\$ 158.567,31</b>

## 5.4 - Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 0,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 0,00
Divulgação	R\$ 0,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 0,00</b>

## 5.5 - Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 101.960,00	39,14
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 158.567,31	60,86
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 0,00	0,00
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 260.527,31</b>	<b>100,00</b>



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 260.527,31	100,00
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 260.527,31</b>	<b>100,00</b>



## 5.6- Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário(em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Mudas de Cafés	820000	R\$ 0,35	R\$ 287.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 287.000,00</b>

### Projeção das Receitas:

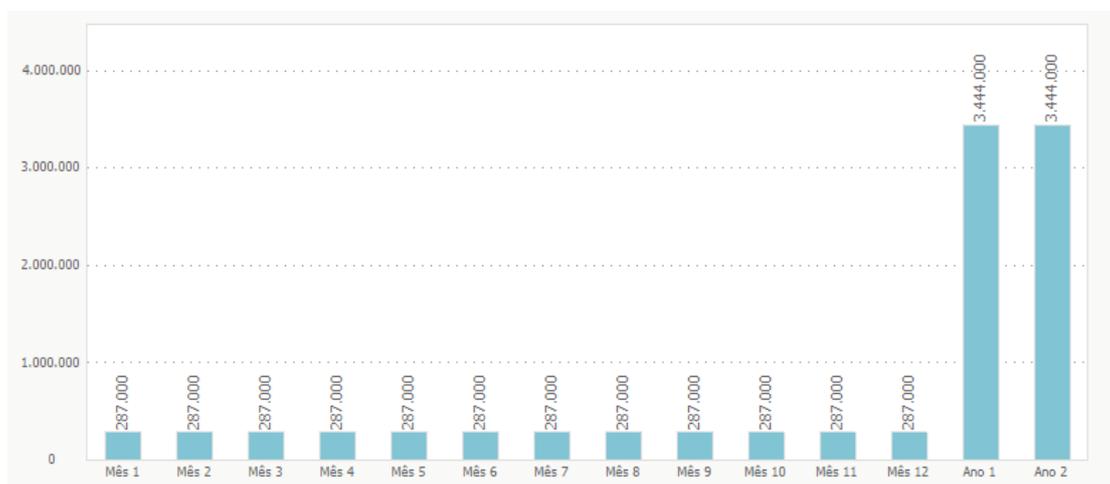
(x) Sem expectativa de crescimento

( ) Crescimento a uma taxa constante: 0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses 0,00 % ao ano a partir do 2º ano

( ) Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 287.000,00
Mês 2	R\$ 287.000,00
Mês 3	R\$ 287.000,00
Mês 4	R\$ 287.000,00
Mês 5	R\$ 287.000,00
Mês 6	R\$ 287.000,00
Mês 7	R\$ 287.000,00
Mês 8	R\$ 287.000,00
Mês 9	R\$ 287.000,00
Mês 10	R\$ 287.000,00

Mês 11	R\$ 287.000,00
Mês 12	R\$ 287.000,00
Ano 1	R\$ 3.444.000,00
Ano 2	R\$ 3.444.000,00



## 5.7- Custo unitário

Produto: Mudanças de Cafés

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Sementes	2	R\$ 0,02	R\$ 0,04
Saquinhos	1	R\$ 0,02	R\$ 0,02
Adubo	1	R\$ 0,02	R\$ 0,02
Fertilizante	1	R\$ 0,02	R\$ 0,02
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 0,10</b>

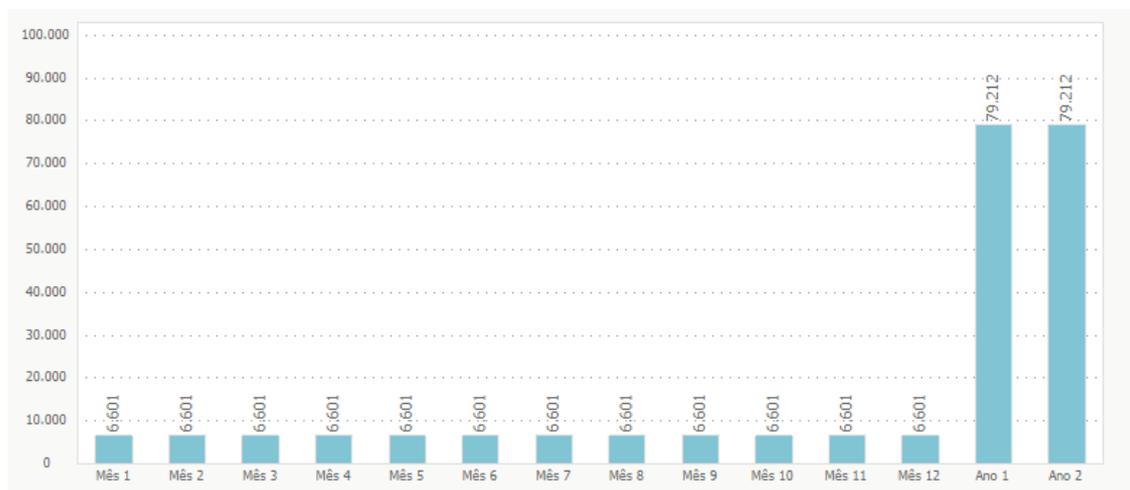
## 5.8- Custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
IRPJ (Imposto Federal)	0,00	R\$ 287.000,00	R\$ 0,00
PIS (Imposto Federal)	0,00	R\$ 287.000,00	R\$ 0,00
COFINS (Imposto Federal)	0,00	R\$ 287.000,00	R\$ 0,00
IPI (Imposto Federal)	0,00	R\$ 287.000,00	R\$ 0,00
CSLL (Imposto Federal)	0,00	R\$ 287.000,00	R\$ 0,00
ICMS (Imposto Estadual)	0,00	R\$ 287.000,00	R\$ 0,00
ISS (Imposto Municipal)	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00

Comissões (Gastos com Vendas)	2,30	R\$ 287.000,00	R\$ 6.601,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 287.000,00	R\$ 0,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 287.000,00	R\$ 0,00

<b>Total Impostos</b>		<b>R\$ 0,00</b>
<b>Total Gastos com Vendas</b>		<b>R\$ 6.601,00</b>
<b>Total Geral (Impostos + Gastos)</b>		<b>R\$ 6.601,00</b>

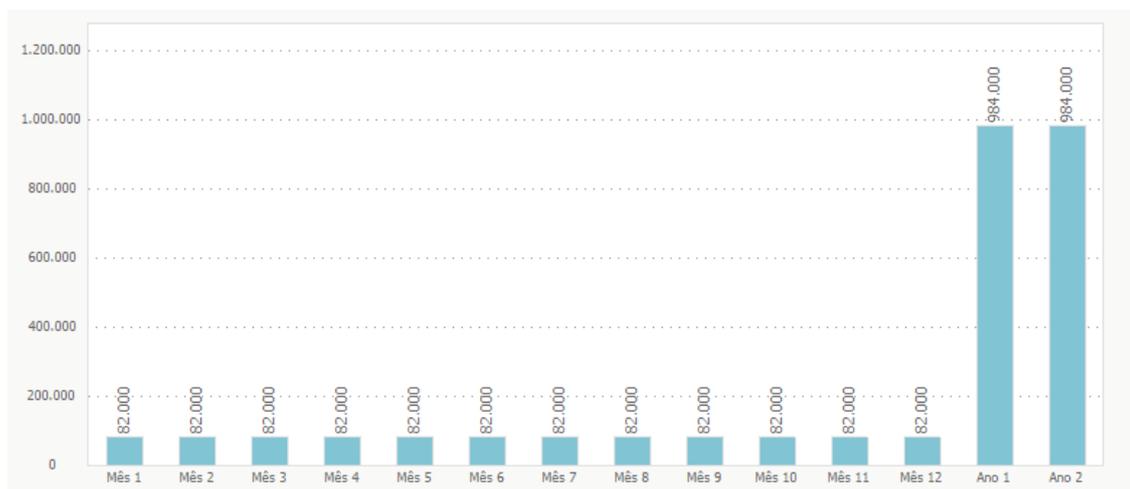
Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 6.601,00
Mês 2	R\$ 6.601,00
Mês 3	R\$ 6.601,00
Mês 4	R\$ 6.601,00
Mês 5	R\$ 6.601,00
Mês 6	R\$ 6.601,00
Mês 7	R\$ 6.601,00
Mês 8	R\$ 6.601,00
Mês 9	R\$ 6.601,00
Mês 10	R\$ 6.601,00
Mês 11	R\$ 6.601,00
Mês 12	R\$ 6.601,00
Ano 1	R\$ 79.212,00
Ano 2	R\$ 79.212,00



## 5.9- Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Mudas de Cafés	820000	R\$ 0,10	R\$ 82.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 82.000,00</b>	

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 82.000,00
Mês 2	R\$ 82.000,00
Mês 3	R\$ 82.000,00
Mês 4	R\$ 82.000,00
Mês 5	R\$ 82.000,00
Mês 6	R\$ 82.000,00
Mês 7	R\$ 82.000,00
Mês 8	R\$ 82.000,00
Mês 9	R\$ 82.000,00
Mês 10	R\$ 82.000,00
Mês 11	R\$ 82.000,00
Mês 12	R\$ 82.000,00
Ano 1	R\$ 984.000,00
Ano 2	R\$ 984.000,00



## 5.10- Custos de mão-de-obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Empregado	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00	33,00	R\$ 429,00	R\$ 1.729,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>1.300,00</b>		<b>R\$ 429,00</b>	<b>R\$ 1.729,00</b>

## 5.11 - Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 101.960,00	10	R\$ 10.196,00	R\$ 849,67
<b>Total</b>			<b>R\$ 10.196,00</b>	<b>R\$ 849,67</b>

## 5.12- Custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 0,00
Condomínio	R\$ 0,00
IPTU	R\$ 0,00
Energia elétrica	R\$ 0,00
Telefone + internet	R\$ 0,00
Honorários do contador	R\$ 0,00
Pró-labore	R\$ 5.000,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 416,66
Salários + encargos	R\$ 1.729,00
Material de limpeza	R\$ 0,00
Material de escritório	R\$ 0,00
Taxas diversas	R\$ 0,00
Serviços de terceiros	R\$ 0,00
Depreciação	R\$ 849,67
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 0,00
Outras taxas	R\$ 2.888,16

Combustível	R\$ 5.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 15.883,49</b>

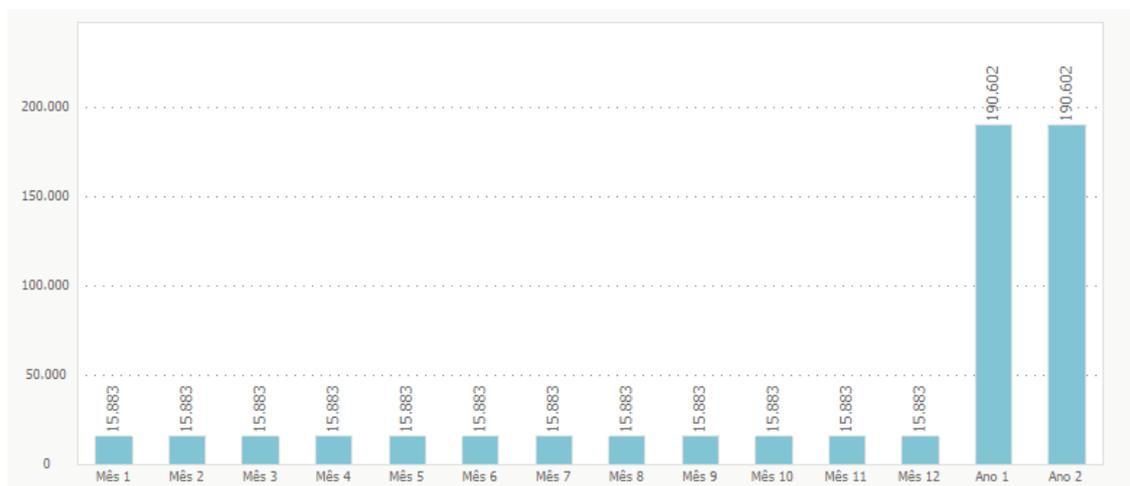
## Projeção dos Custos:

(x) Sem expectativa de crescimento

( ) Crescimento a uma taxa constante: 0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses 0,00 % ao ano a partir do 2º ano

( ) Entradas diferenciadas por período

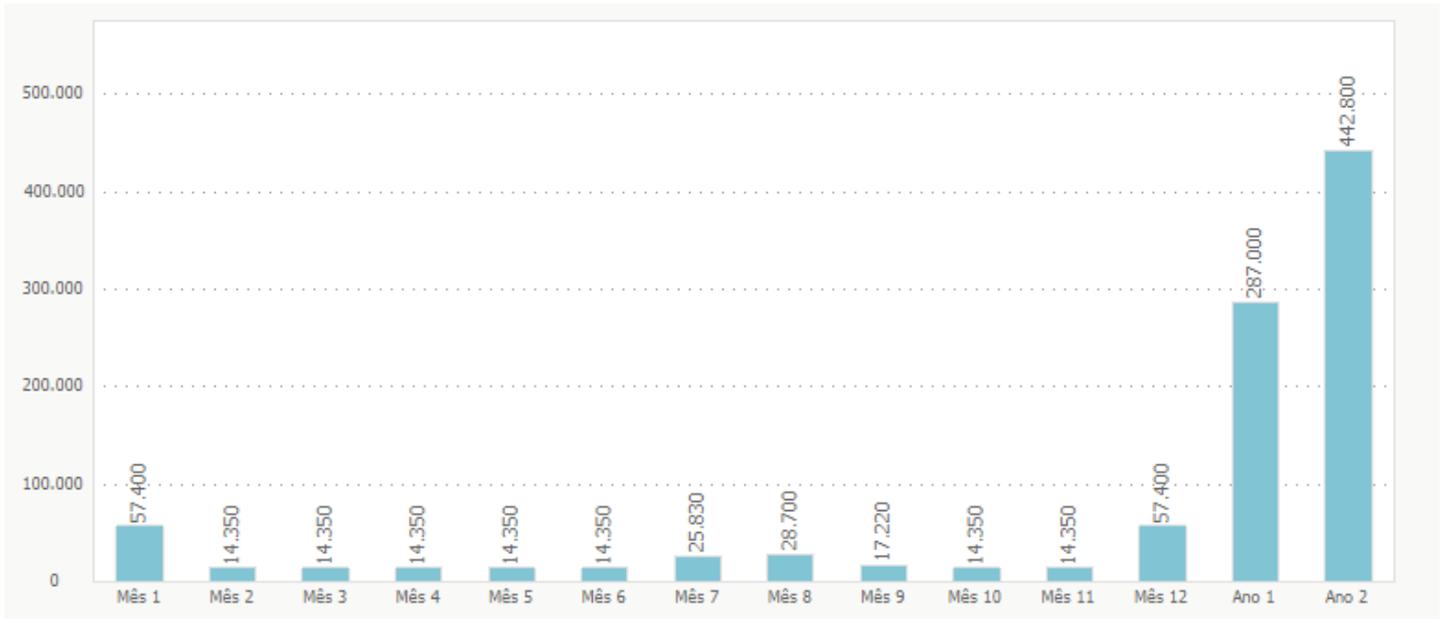
Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 15.883,49
Mês 2	R\$ 15.883,49
Mês 3	R\$ 15.883,49
Mês 4	R\$ 15.883,49
Mês 5	R\$ 15.883,49
Mês 6	R\$ 15.883,49
Mês 7	R\$ 15.883,49
Mês 8	R\$ 15.883,49
Mês 9	R\$ 15.883,49
Mês 10	R\$ 15.883,49
Mês 11	R\$ 15.883,49
Mês 12	R\$ 15.883,49
Ano 1	R\$ 190.601,88
Ano 2	R\$ 190.601,88



### 5.13 - Demonstrativo de resultados

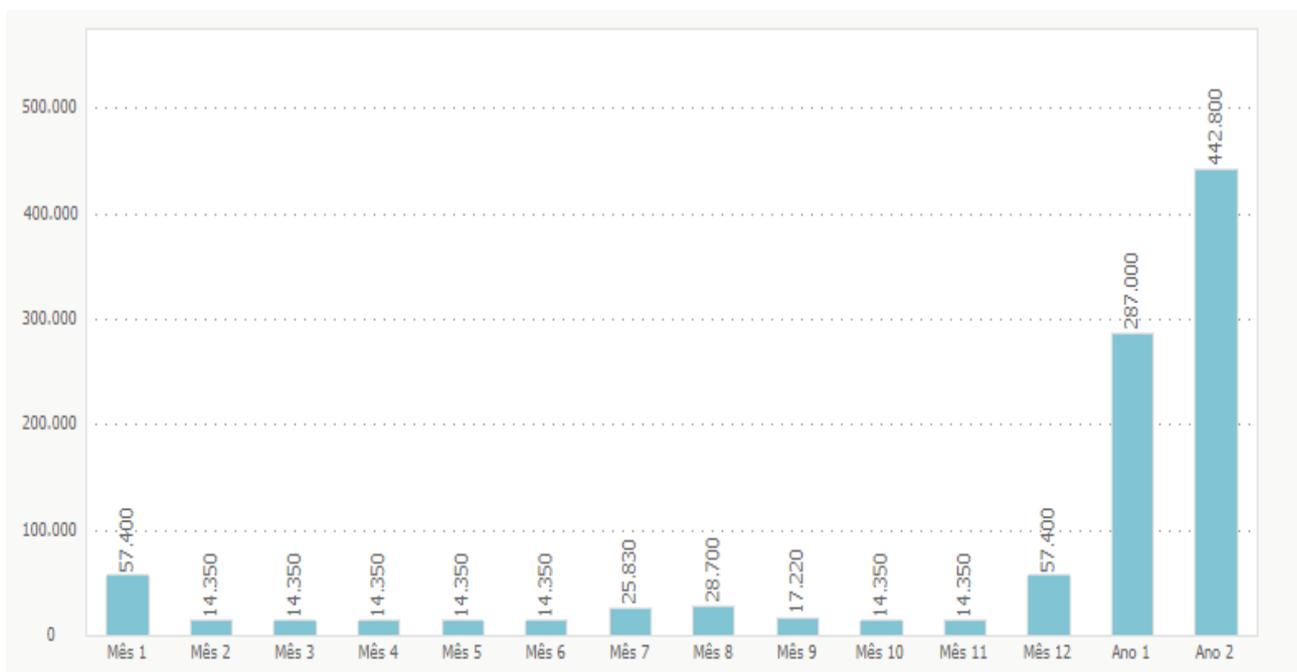
Descrição	Valor	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 287.000,00	100,00
2. Custos Variáveis Totais		
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 149.715,51	52,17
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 0,00	0,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 6.601,00	2,30
Total de custos Variáveis	R\$ 156.316,51	54,47
3. Margem de Contribuição	R\$ 130.683,49	45,53
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 15.883,49	5,53
<b>5. Resultado Operacional: LUCRO</b>	<b>R\$ 114.800,00</b>	<b>40,00</b>

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 57.400,00
Mês 2	R\$ 14.350,00
Mês 3	R\$ 14.350,00
Mês 4	R\$ 14.350,00
Mês 5	R\$ 14.350,00
Mês 6	R\$ 14.350,00
Mês 7	R\$ 25.830,00
Mês 8	R\$ 28.700,00
Mês 9	R\$ 17.220,00
Mês 10	R\$ 14.350,00
Mês 11	R\$ 14.350,00
Mês 12	R\$ 57.400,00
Ano 1	R\$ 287.000,00
Ano 2	R\$ 442.800,00



## 5.14- Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1	Ano 2
Ponto de Equilíbrio	R\$ 275.720,84	R\$ 275.720,84
Lucratividade	40,00 %	40,00 %
Rentabilidade	48,26 %	48,26 %
Prazo de retorno do investimento	31 meses	



## 6 - Construção de cenário

### 6.1 - Ações preventivas e corretivas

<b>Receita (pessimista)</b> 10,00 %	<b>Receita (otimista)</b> 20,00 %
-------------------------------------	-----------------------------------

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 287.000,00	100,00	R\$ 258.300,00	100,00	R\$ 344.400,00	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 82.000,00	28,57	R\$ 73.800,00	28,57	R\$ 98.400,00	28,57
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 6.601,00	2,30	R\$ 5.940,90	2,30	R\$ 7.921,20	2,30
Total de Custos Variáveis	R\$ 88.601,00	30,87	R\$ 79.740,90	30,87	R\$ 106.321,20	30,87
3. Margem de contribuição	R\$ 198.399,00	69,13	R\$ 178.559,10	69,13	R\$ 238.078,80	69,13
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 15.883,49	5,53	R\$ 15.883,49	6,15	R\$ 15.883,49	4,61
<b>Resultado Operacional</b>	<b>R\$ 182.515,51</b>	<b>63,59</b>	<b>R\$ 162.675,61</b>	<b>62,98</b>	<b>R\$ 222.195,31</b>	<b>64,52</b>

**Ações corretivas e preventivas:**

- Uso de agrotóxicos nas plantas que estão afetadas por pragas ou deficiência das mudas;
- Produção composto orgânico;
- Tela Plástica (sombrites);
- Vendas antecipadas;
- Planejamento da produção do próximo ano;
- Controle das retiradas das mudas;

**7 - Avaliação estratégica**

**7.1- Análise da matriz F.O.F.A**

	<b>FATORES INTERNOS</b>	<b>FATORES EXTERNOS</b>
<b>PONTOS FORTES</b>	<b>FORÇAS</b>  Quantidade Qualidade Bom atendimento em pós venda Novidades Prazo Variedades Pontualidade na entrega Irrigação	<b>OPORTUNIDADES</b>  Expansão de mercado Aumento no preço do café Tecnologia Aumento consumo de café e seus derivados Criação de novas técnicas Mudanças orgânicas Parcerias
<b>PONTOS FRACOS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>  Espaço Marketing Frete Controle de retirada de mudas	<b>AMEAÇAS</b>  Concorrentes Controle de qualidade Clima Pragas e doenças

**Ações:**

A partir das necessidades encontradas na matriz swot, podemos melhorar nossas fraquezas implementando catálogo com o mix de produtos que oferecemos para o marketing. Quanto ao frete há um planejamento para compra de um caminhão para que possamos atender melhor a necessidade de nossos clientes. O controle de retirada de mudas é algo implementado de imediato já que o produtor não possui um método de controle eficaz.

Também podemos estagnar as ameaças apresentadas a partir de ações preventivas por exemplo: fidelizar nossos clientes vendendo-lhes não apenas um produto mas também qualidade e garantia de uma muda saudável e produtiva, Atentar-se a prevenção de doenças com agrotóxicos para que as mudas sejam aprovadas no controle de qualidade e deem resultados produtivos. Podemos amenizar também os fatores climáticos através do uso de tela plástica (sombrite) que irá controlar o excesso da incidência solar e proteger contra chuvas de pedras.

## **8 - Avaliação do plano**

### **8.1 - Análise do plano**

Com o plano de negócio foi possível visualizar e entender a real situação em que o produtor se encontra, identificando os pontos eficazes e os pontos de melhorias.

De início, o viveiro de mudas não possuía definido sua razão de existir e visão futura, foi então que com base nas informações coletadas com o proprietário foi definida a missão, visão e valores da empresa.

Em análise às características da empresa, reconhecemos o nosso público alvo que são os pequeno e grandes cafeicultores da região de Caconde, com isso foi possível aprimorar o marketing, o planejamento de vendas e o atendimento das necessidades dos mesmos, afim de aumentar as receitas.

Porém, para o aumento de receitas estudamos também nossos concorrentes, elaborando estratégias preventivas para amenizar futuros riscos e para conquistar o nosso espaço e nossos clientes. Quanto ao ambiente interno apontamos nossos pontos fortes e fracos, podendo assim, agir de forma corretiva aumentando nossa sobrevivência no mercado.

Mensurando valores ao negócio, os indicadores de viabilidade nos remetem aos resultados positivos para que o produtor continue seu ramo de atividade como produtor de mudas. Contudo, o viveiro não possuía nenhum plano financeiro e a partir do plano de negócio, o produtor pôde ter outra visão do seu negócio e melhorar sua administração passando a correr riscos calculados.

## **Termo de Aceite**

### **SOFTWARE CEPN 3.0 - COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIO**

O software tem como objetivo oferecer uma ferramenta simples e prática para a elaboração de um plano de negócios. Criar uma empresa é um desafio e o plano de negócios, enquanto instrumento de planejamento, é adotado em todo o mundo, por diversas instituições e por empresas dos mais diversos porte e setores.

Um plano de negócios tem como proposta fazer com que o empreendedor seja capaz de estimar se, a partir da sua visão de futuro, experiência e conhecimento de mercado, seu projeto é viável ou não. Apesar de não eliminar totalmente os riscos, evita que erros sejam cometidos pela falta de análise.

O sistema foi preparado para orientá-lo no preenchimento de cada seção do plano a partir das informações coletadas por você. Para ajudá-lo, a ferramenta explica as etapas do plano, apresentando dicas, alertas e recomendações. Os exemplos disponibilizados são fictícios, de natureza pedagógica e trazem informações e valores meramente ilustrativos.

### **Informações Gerais**

- Um plano de negócios não garante por si só o sucesso de uma empresa. Fatores externos também influenciam o negócio, portanto monitore ameaças e oportunidades.
- Fatores internos também determinam a existência e o crescimento de uma empresa. Esses fatores estão sob controle do empreendedor e são relacionados à implantação de controles e à uma gestão eficiente.
- Informação é a matéria-prima para qualquer ação de planejamento e quanto mais precisa for, maior será a qualidade do plano de negócios. Portanto, leia revistas especializadas, consulte associações e entidades do seu segmento, participe de feiras e cursos, faça pesquisas na Internet, converse com outros empresários, clientes, fornecedores e especialistas (consultores, contabilistas, advogados, etc.).
- O plano de negócio deve ser revisado periodicamente, pois é flexível e está sujeito a ajustes em função das mudanças no mercado ou do ambiente interno da empresa.
- Apesar do plano ser um instrumento de gestão importante, há outras ferramentas que devem ser utilizadas por você na administração da empresa.

- O plano de negócios pode ser solicitado por uma instituição financeira ou por um investidor para a captação de recursos. Entretanto, este plano não assegura a obtenção dos recursos em si, pois cada instituição tem processos próprios, requisitos e exigências.
- Um plano de negócio pode ser utilizado para obter sócios e investidores, estabelecer parcerias com fornecedores e clientes ou mesmo buscar recursos. Porém, o usuário mais importante do plano de negócios é o próprio empreendedor.

*Tenho ciência e concordo com os  
termos acima.*

**WILLIAM FERREIRA**