|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| PROFISSIONAL | | | | |
|  |  | | |  |
| Gerais | | | | |
|  | | Plano de negócios |  | |

SUMÁRIO

[Introdução 3](#_Toc22920036)

[1. Resumo Executivo 4](#_Toc22920037)

[2. Visão Geral da Empresa 5](#_Toc22920038)

[3. Descrição do Negócio 6](#_Toc22920039)

[4. Análise de Mercado 8](#_Toc22920040)

[5. Plano Operacional 10](#_Toc22920041)

[6. Plano de Marketing e Vendas 11](#_Toc22920042)

[7. Plano Financeiro 12](#_Toc22920043)

[Apêndice 15](#_Toc22920044)

[Instruções para introdução aos custos estimados de criação da empresa 16](#_Toc22920045)

[Instruções para começar as projeções de lucros e perdas 18](#_Toc22920046)

# Introdução

Criar um extenso plano de negócios é desnecessário para a maioria das empresas começarem. No entanto, criar um pequeno plano de negócios oferece vários benefícios que superam em muito o investimento de tempo:

* O processo de pensar e escrever o plano fornece clareza ao negócio.
* Se for necessário um investimento de fontes externas, os investidores vão querer ver um plano que demonstre um sólido conhecimento e visão para o seu negócio.
* O plano ajudará a priorizar as tarefas mais importantes.
* Com crescimento, o plano oferece um entendimento comum da visão para novos líderes.

Um plano de negócios simples para uma empresa start-up que está se formando agora pode ser concluído rapidamente. Tenha em mente quem é o público-alvo. O plano precisa ser fácil de entender, legível e realista.

Este modelo é organizado em sete subplanos ou seções a serem concluídas.

1. Resumo Executivo
2. Visão Geral da Empresa
3. Descrição do Negócio
4. Análise de Mercado
5. Plano Operacional
6. Plano de Marketing e Vendas
7. Plano Financeiro

Recomenda-se concluir o Resumo Executivo por último, depois que todas as outras seções tiverem sido concluídas. Como as informações são preenchidas, da visão geral da empresa ao plano financeiro, a elaboração deve contar a história da motivação e da visão dos negócios. Inclua o que fará com que os negócios sejam bem-sucedidos, como o sucesso será alcançado e como o sucesso será medido.

É importante manter o plano de negócios atualizado para ver o progresso, celebrar o sucesso e ajustar quando problemas aparecerem. Isso é feito melhor trimestralmente, se não mensalmente.

# Resumo Executivo

O resumo executivo deve ser escrito por último depois de ter concluído o restante do plano. É uma visão geral (com uma duração sugerida de não mais de uma página) da empresa, incluindo o problema que a empresa pretende resolver, por que essa solução de negócios é diferente, o cliente ideal da empresa e os resultados esperados. O Resumo Executivo deve fornecer uma descrição de alto nível e otimista da sua empresa.

Se a empresa exigir um investimento externo ou investidores externos, inclua quanto é necessário, como ele será usado e como ele tornará os negócios mais lucrativos. Pense nessa seção como a primeira coisa que um potencial investidor lê, por isso deve ganhar seu interesse rapidamente.

Os títulos sugeridos para organizar esse plano empresarial incluem o seguinte.

* Oportunidade:Que problema o negócio resolverá?
* Missão: Que problema o negócio resolverá?
* Solução: Como o serviço resolverá de forma única o problema identificado?
* Foco no Mercado: Qual mercado e clientes ideais o seu negócio atingirá?
* Vantagem competitiva: Como a empresa pretende ter sucesso em relação a seus concorrentes?
* Propriedade: Quais são os principais participantes da empresa?
* Rendimentos Esperados: Quais são os principais marcos para receita, lucros e clientes?

# Visão Geral da Empresa

A Visão Geral da Empresa é um breve resumo do seu negócio pretendido, incluindo o que ele oferece de maneira exclusiva, a missão, como começou, o posicionamento de mercado, a estrutura operacional e as metas financeiras. Depois de analisar esta seção, o leitor deve ter um amplo entendimento do que a empresa está planejando fazer e como ela é organizada.

Esta seção não deve ser demorada. Mantenha-a curta e sucinta. Este é o instantâneo do negócio. O tipo de negócio determinará quais das seções a seguir serão necessárias para o plano de negócios. Só inclua o que é necessário para representar corretamente os negócios e remova tudo.

* Resumo da Empresa: Esta é a seção introdutória da empresa, também conhecida como “pitch de elevador” do que a empresa representa e está se preparando para fazer. Inclua os objetivos da empresa e alguns dos objetivos de curto prazo. Mesmo que seja uma pequena empresa de serviços, o desenvolvimento de um resumo é uma etapa importante para explicar e focar na essência do negócio.
* Declaração de Missão: Esta é uma declaração concisa sobre os princípios orientadores básicos da empresa e o que a empresa pretende fazer para clientes, funcionários, proprietários e outros participantes.
* História da Empresa: Conte a história de criação, especialmente a história pessoal de por que a empresa foi fundada. Use esta seção para dar o histórico geral da empresa desde o início e trazer o leitor ao local em que a empresa está agora em termos de vendas, lucros, serviços essenciais e clientes.
* Mercados e serviços: Isso descreve o mercado-alvo e as necessidades relacionadas que a empresa vai resolver. Inclua breves descrições de serviços oferecidos, mercados e tipos de clientes direcionados. Esta seção pode ser uma visão geral de mais detalhes que serão sugeridos em uma seção posterior desse plano.
* Estrutura Operacional: Isso descreve os detalhes operacionais da empresa. Liste todos os possíveis funcionários necessários na folha de pagamentos para executar o negócio.
* Objetivos financeiros: Descreva a capitalização necessária, receita e lucros projetados, previsão, cronograma e orçamento.

# Descrição do Negócio

Esta seção irá primeiro emoldurar a oportunidade de negócios e deverá responder à pergunta: qual(is) problema(s) a empresa está tentando resolver? Use um exemplo de caso para descrever o ponto de preocupação dos clientes e como ele é solucionado hoje. Se o serviço do seu negócio abordar algo que o mercado não identificou como um problema (por exemplo, um novo aplicativo para dispositivos móveis ou uma nova linha de roupas), descreva também como a solução do negócio reduz o estresse, economiza dinheiro ou traz alegria para o cliente.

Depois de enquadrar a oportunidade, descreva o serviço em detalhes e como ele é a solução oferecida pela empresa, como ele resolve esse problema e quais benefícios os clientes receberão.

Esta seção também descreve em mais detalhes como os serviços serão processados e a estrutura de preços (por exemplo, taxa fixa versus taxa por hora). Descreva como a empresa planeja diferenciar a sua concorrência. O que é o mercado de destino e como o cliente pode aproveitar a sua oferta exclusiva?

Dependendo do tipo do seu negócio, as seções a seguir podem ou não ser necessárias. Inclua apenas seções relevantes e remova todas as outras.

* Oportunidade: Descreva o mercado atual para o serviço oferecido pela empresa. Em um nível elevado, qual é o mercado e quem são seus participantes; são clientes ou consumidores empresariais, ou uma localização geográfica específica, etc.? Mais detalhes sobre o mercado serão fornecidos na próxima seção do plano. Em seguida, descreva o estado atual dos serviços disponíveis e como a empresa oferecerá o melhor. Além disso, aborde todos os serviços adicionais que a empresa planeja oferecer no futuro.
* Visão Geral do Produto: Descreva as ofertas de serviço do negócio no máximo de detalhes possível. Se ajudar incluir algumas fotos, este seria um bom lugar para isso.
* Principais Participantes: Identifique quaisquer parceiros estratégicos em sua empresa, como fornecedores, distribuidores, parceiros de referência ou quaisquer outros. Em algumas empresas, os produtos são feitos sob medida e qualquer quebra no suprimento afetará os negócios. Pode haver colaboradores essenciais para os serviços oferecidos, para que seja importante identificá-los.
* Preços: Forneça preços do serviço, projetos de margem bruta e caminhos de atualização. Descreva por que o preço da empresa será atraente para o mercado de destino. Tenha um indicador sobre a precificação do concorrente e explique como o serviço corporativo é exclusivo para justificar sua estrutura de preços.
* Observe a diferença entre horas de trabalho e horas faturáveis. Todos os horários de trabalho não são cobráveis. Se a empresa tiver funcionários com níveis de habilidade diferentes (por exemplo, em uma empresa de advocacia, há associados, paralegais, advogados, parcerias, etc.), indique as diversas tarifas de cobrança.
* Comunique-se claramente com clientes e consumidores. Se houver taxas adicionais que serão transmitidas aos clientes ou consumidores, defina-as e estabeleça-as de antemão.

# Análise de Mercado

A análise de mercado fornece ao leitor a compreensão de quão bem você conhece o mercado e se ele é grande o suficiente para atender aos objetivos de negócios. A seção oferece uma visão geral do setor no qual a empresa participará. Como esta seção é limitada a um cliente ideal baseado na estratégia de negócios, o plano define o mercado de destino. Uma descrição detalhada e o dimensionamento do mercado-alvo ajudará o leitor a entender o valor de mercado que a empresa está buscando (o número de clientes em potencial multiplicado pela receita média do produto ou serviço).

Ao definir o mercado-alvo, o plano identificará elementos-chave, como localização geográfica, dados demográficos, características do comprador, necessidades do mercado-alvo e como essas necessidades estão sendo atendidas atualmente. Se houver concorrentes diretos, explique como o serviço da empresa se compara aos concorrentes em termos de solução de problemas dos clientes.

Esta seção também pode incluir uma análise de Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças, conforme necessário, para avaliar melhor a posição da empresa em relação à concorrência.

Dependendo do tipo do seu negócio, as seções a seguir podem ou não ser necessárias. Inclua apenas o que é necessário e remova tudo mais.

* Tipo de setor: Comece com as descrições mais amplas de sua oportunidade de mercado. Por exemplo, se a empresa planejada é uma agência de viagens, o setor seria de serviço. Neste mercado em particular, as receitas globais são projetadas para superar $183 bilhões, mas a agência local terá um mercado muito menor. Identifique o potencial cliente na geografia local da empresa, que pode caber no grupo demográfico de destino. Esta seção também identifica as regulamentações do setor e avalia tendências de crescimento e estabilidade do mercado.
* Segmentação de mercado: Esta seção define os principais segmentos de mercado e os que o negócio está focando agora. Um segmento de mercado é um grupo de pessoas (ou outras empresas) da indústria que identifica segmentos menores, como cruzeiros exóticos ou de luxo. O mercado também pode ser segmentado por critérios como qualidade, preço, gama de produtos, geografia, dados demográficos e outros. Alguns outros elementos a serem considerados respondem perguntas como: Seu segmento está crescendo, encolhendo ou desaparecerá nos próximos anos? Qual é a porcentagem do mercado que será alcançável? Que participação no mercado é esperada nos próximos 2 ou 3 anos? Os gráficos são melhor usados em uma seção como esta para mostrar crescimento (gráfico de linhas) ou porcentagens de mercados ou grupos (gráfico de pizza).
* Concorrência: Todas as empresas competem de uma forma ou de outra. Pode ser com concorrentes diretos e específicos, ou com a maneira como os clientes fazem as coisas há muito tempo. Ao identificar a concorrência, identifique quem mais está fornecendo serviços para resolver o mesmo problema que o seu negócio procura resolver? Quais são as vantagens da empresa em relação a esses concorrentes? Como sua empresa será ouvida em meio ao barulho da concorrência? Às vezes, um plano de negócios inclui uma matriz de recursos e compara como cada empresa oferece ou não esses recursos. Esta seção reflete como a solução da empresa é diferente e mais adequada para o mercado-alvo identificado em comparação com a concorrência.
* Análise PPOA: Uma análise PPOA pode ser incluída preenchendo as caixas abaixo para avaliar sua empresa no ambiente atual, os pontos fortes e fracos (interno) e oportunidades e ameaças (externo). Este é um bom exercício para realizar todo ano. Depois de concluir a análise, forneça ideias: como seus pontos fortes podem ajudar a empresa a maximizar as oportunidades e minimizar as ameaças; como as fraquezas podem diminuir a capacidade da empresa capitalizar as oportunidades; e como as fraquezas poderiam expor seu negócio a ameaças.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PONTOS FORTES:   * Vantagens * Funcionalidades * Ativos, pessoas * Experiência * Reserva Financeira * Proposta de valor * Preço, valor, qualidade |  | PONTOS FRACOS:   * Desvantagens * Lacuna nas funcionalidades * Fluxo de Caixa * Fornecedores * Experiência * Áreas para melhorar * Causa das perdas de vendas |
| OPORTUNIDADES:   * Áreas para melhorar * Novos segmentos * Tendências do setor * Novos produtos * Novas inovações * Parceria-chave | AMEAÇAS:   * Movimento da economia * Obstáculos encontrados * Ações do concorrente * Impactos políticos * Efeitos ambientais * Perda da equipe principal * Demanda do mercado |

# Plano Operacional

Além disso, você precisa descrever como a empresa desenvolve e mantém uma base de clientes fiéis no presente e continuará a fazê-lo no futuro. Esta seção inclui responsabilidades de gerenciamento, com datas e orçamentos, e garante que os resultados possam ser rastreados. Quais são as fases previstas para o crescimento futuro e as capacidades que precisam ser implantadas para realizar o crescimento?

O plano operacional descreve como o negócio funciona. Dependendo do tipo de negócio, elementos importantes deste plano devem incluir como a companhia leva serviços ao mercado e como dará suporte aos clientes. É a logística, a tecnologia e as qualidades básicas da empresa.

Dependendo do tipo do seu negócio, as seções a seguir podem ou não ser necessárias. Inclua apenas o que você precisa e remova tudo mais. Lembre-se: Tente manter o plano de negócios o mais breve possível. Muitos detalhes nesta seção poderiam facilmente criar um plano muito longo.

* Preenchimento de pedido: Descreva os procedimentos da empresa para fornecer serviços aos seus clientes. Como uma empresa de serviços, determine como controlar a base de clientes, a forma de comunicações e a melhor maneira de gerenciar vendas e dados.
* Pagamento: Descreva seus termos de pagamento padrão e as formas de pagamento aceitas. Descreva os planos de preços (taxas de serviço único, taxas baseadas em horas, marcas e quaisquer outras tarifas) e qualquer impacto no fluxo de caixa.
* Tecnologia: Se a tecnologia é fundamental para o negócio, se faz parte da oferta de serviço ou se é fundamental para a entrega de um produto ou serviço, descreva o uso das principais tecnologias que são proprietárias. Se os seus dados de negócios (da empresa ou clientes) estiverem em risco, descreva o plano de segurança de dados em vigor, bem como qualquer backup ou recuperação no caso de um desastre ou interrupção.
* Clientes-chave: Identifique todos os clientes importantes para o sucesso do seu negócio, independentemente da causa, que pode ser uma parceria, um volume ou uma via para um novo mercado. Além disso, identifique os clientes que trazem mais de 10% das receitas da empresa.
* Funcionários e Organização Importantes: Descreva todas as habilidades ou experiências exclusivas exigidas da equipe atual. Se for necessário, descreva quaisquer processos de recrutamento ou treinamento proprietários em vigor. Liste os principais funcionários necessários para o sucesso. Inclua quaisquer organogramas que deem suporte a essa seção.
* Instalações: Descreva o tipo de negócio, instalações comerciais arrendadas, próprias ou compartilhadas. Forneça uma lista de localizações comerciais, incluindo a finalidade e os planos futuros para estas instalações. Se não houver instalações, e os planos comerciais forem para comprar ou arrendar, inclua-as neste plano.

# Plano de Marketing e Vendas

Promover a empresa, seja gerando oportunidades de vendas, seja gerando tráfego para um site ou loja, é uma das funções mais importantes de qualquer empresa. Nesta seção do plano, forneça detalhes sobre o marketing desejado da empresa. Descreva as principais mensagens e canais que usados para gerar oportunidades de vendas e promover o negócio. Esta seção também deve descrever qualquer estratégia de vendas. Dependendo do tipo do seu negócio, as seções a seguir podem ou não ser necessárias. Inclua apenas o que você precisa e remova tudo mais.

* Mensagens-chave: Descreva as principais mensagens que elevarão os serviços nos olhos dos clientes de destino. Se houver um material de apoio ou imagens gráficas de algumas mensagens, inclua-as.
* Atividades de Marketing: Qual das seguintes opções de promoção oferece à empresa a melhor chance de reconhecimento de produto, oportunidades de vendas qualificadas, tráfego de loja, ou compromissos?
* Publicidade na mídia (jornal, revista, televisão, rádio)
* Mala direta
* Telemarketing
* Seminários ou conferências de negócios
* Publicidade conjunta com outras empresas
* Palavra de boca em boca ou anúncios fixos
* Marketing digital, como mídias sociais, marketing por email ou SEO ou blog
* Forneça consultas gratuitas limitadas (por exemplo, preços de trabalho gratuitos para Terceirizados, consultoria de paisagismo gratuita para a Paisagistas, ou opiniões gratuitas para agentes imobiliários)
* Patrocine times de esportes locais ou outros eventos da comunidade
* Forneça conversas informais com as informações de negócios ou para empresas locais oferecendo serviços complementares (como um agente de imóveis fornecendo seminários sobre como preparar uma casa para colocá-la à venda)
* Realize um trabalho gratuito filantrópico (por exemplo, uma agência de publicidade pode criar um site para um mercado local gratuitamente)
* Estratégia de Vendas: Se necessária, qual será a abordagem de vendas? Haverá equipe de vendas contratada em tempo integral, contrato de vendas ou outra abordagem? Muitas empresas de serviços dependem muito do boca a boca. Leve isso em consideração ao desenvolver a estratégia de vendas.

# Plano Financeiro

A criação do plano financeiro é onde todo o planejamento de negócios começa a fazer sentido. Até esse ponto, o mercado-alvo, o público-alvo e os preços foram identificados. Esses itens, juntamente com suposições, ajudarão a estimar sua previsão de vendas da empresa. O outro lado do negócio será quais despesas você espera. Isso é importante em uma base contínua para ver quando o negócio é rentável. Também é importante saber quais despesas você precisará financiar antes que as vendas ao cliente ou o dinheiro que elas geram sejam recebidos.

No mínimo, esta seção deve incluir seus custos iniciais estimados e os lucros e perdas projetados, juntamente com um resumo das suposições feitas com essas projeções. As suposições devem incluir as vendas iniciais e contínuas, juntamente com o tempo destas em fluxos.

* Custos Iniciais Projetados: A tabela abaixo mostra um exemplo de itens de custo contínuos e únicos que a empresa pode precisar para que seja aberta. Muitas empresas recebem um crédito fornecido a prazo, e não recebem dinheiro imediatamente. É necessário fazer suposições sobre quantos meses de itens recorrentes, além de despesas únicas, para estimar quando o dinheiro começará a fluir na empresa. Para começar, a empresa terá que financiar as economias ou o investimento inicial. Há uma tabela em branco no Apêndice para completar suas projeções de custos iniciais.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CUSTOS DE CRIAÇÃO DA EMPRESA | | | | |
| Sua agência baseada no Office | 1º de janeiro de 20xx | | | |
| ITENS DE CUSTO | MESES | CUSTO/MÊS | CUSTO ISOLADO | CUSTO TOTAL |
| Publicidade/Marketing | 3 | R$ 300 | R$ 2.000 | R$ 2.900 |
| Salários de funcionários \* | 4 | R$ 500 | R$ 2 | R$ 2.002 |
| Impostos sobre os Salários dos Funcionários | 4 | R$ 100 | R$ 1.500 | R$ 1.600 |
| Pagamentos/Utilitários do Aluguel/Locação | 4 | R$ 750 | R$ 2.500 | R$ 5.500 |
| Postagem/Envio | 1 | R$ 25 | R$ 25 | R$ 50 |
| Comunicação/Telefonia | 4 | R$ 70 | R$ 280 | R$ 560 |
| Equipamentos de Computador |  | R$ 0 | R$ 1.500 | R$ 1.500 |
| Software de Computador |  | R$ 0 | R$ 300 | R$ 300 |
| Seguro |  | R$ 0 | R$ 60 | R$ 60 |
| Despesa de Juros |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Custos de Serviço Bancário |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Suprimentos |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Viagens e Entretenimento |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Equipamentos |  | R$ 0 | R$ 2.500 | R$ 2.500 |
| Mobília e Equipamentos |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Melhorias de Arrendamento |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Depósito(s) de Garantia |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Licenças/Permissões/Taxas de Negócios |  | R$ 0 | R$ 5.000 | R$ 5.000 |
| Serviços Profissionais - Jurídico, Contabilidade |  | R$ 0 | R$ 1.500 | R$ 1.500 |
| Consultor(es) |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Inventário |  | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Dinheiro em Caixa (Capital de Giro) |  | R$ 0 | R$ 1.000 | R$ 1.000 |
| Diversos |  | R$ 0 | R$ 2.000 | R$ 2.000 |
| ORÇAMENTO ESTIMADO DE CRIAÇÃO DA EMPRESA |  |  |  | R$ 26.472 |
| \* Com base em funcionários de meio expediente. Isso poderá ser alterado depois que você alcançar o seu benchmark de crescimento. | | | | |

**Modelo de Lucros e Perdas Projetados:** O modelo abaixo mostra um exemplo das projeções que uma pequena empresa está realizando para seus primeiros 12 meses de operação. A parte superior da tabela mostra as vendas projetadas e o lucro bruto. Este é um bom lugar para começar a criar a previsão de vendas da empresa. A próxima seção lista as despesas recorrentes que a empresa está projetando para os mesmos meses. Estas devem ser consistentes com os custos iniciais estimados que preenchidos na seção anterior. Na parte inferior deste modelo, é possível ver quando a empresa está se tornando lucrativa e quais itens de despesas têm maior impacto sobre a rentabilidade. Há uma tabela em branco no Apêndice para completar as próprias projeções de custos iniciais.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CUSTOS DE CRIAÇÃO DA EMPRESA | | | | | | | | | | | | | | |
| Sua agência baseada no Office | | | | | | | 1º de janeiro de 20xx | | | | | | | |
| RECEITA | JAN | FEV | MAR | ABR | MAIO | JUN | | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | AAD |
| Vendas Estimadas | R$ 5.000 | R$ 13.000 | R$ 16.000 | R$ 7.000 | R$ 14.500 | R$ 16.400 | | R$ 22.500 | R$ 23.125 | R$ 24.549 | R$ 22.000 | R$ 25.000 | R$ 27.349 | R$ 216.423 |
| Menos Devoluções e Descontos de Vendas | R$ 0 | (R$ 350) | R$ 0 | (R$ 206) | (R$ 234) | R$ 0 | | R$ 0 | (R$ 280) | (R$ 1.200) | (R$ 1.600) | R$ 0 | (R$ 2.400) | (R$ 6.270) |
| Receita de Serviço | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 250 | | R$ 350 | R$ 100 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 1.245 | R$ 1.360 | R$ 3.305 |
| Outras Receitas | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | | R$ 0 | R$ 1.500 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 1.500 |
| Vendas Líquidas | R$ 5.000 | R$ 12.650 | R$ 16.000 | R$ 6.794 | R$ 14.266 | R$ 16.650 | | R$ 22.850 | R$ 24.445 | R$ 23.349 | R$ 20.400 | R$ 26.245 | R$ 26.309 | R$ 214.958 |
| Custo das Mercadorias Vendidas\* | R$ 2.000 | R$ 5.200 | R$ 6.400 | R$ 2.800 | R$ 5.800 | R$ 6.560 | | R$ 9.000 | R$ 9.250 | R$ 9.820 | R$ 8.800 | R$ 10.000 | R$ 10.940 | R$ 86.569 |
| Lucro Bruto | R$ 3.000 | R$ 7.450 | R$ 9.600 | R$ 3.994 | R$ 8.466 | R$ 10.090 | | R$ 13.850 | R$ 15.195 | R$ 13.529 | R$ 11.600 | R$ 16.245 | R$ 15.369 | R$ 128.389 |
| DESPESAS | JAN | FEV | MAR | ABR | MAIO | JUN | | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | AAD |
| Salários e Remunerações | R$ 2.500 | R$ 2.500 | R$ 3.500 | R$ 5.000 | R$ 5.000 | R$ 5.000 | | R$ 8.000 | R$ 9.000 | R$ 9.000 | R$ 9.000 | R$ 9.000 | R$ 9.000 | R$ 76.500 |
| Marketing/Publicidade | R$ 400 | R$ 450 | R$ 450 | R$ 450 | R$ 900 | R$ 900 | | R$ 900 | R$ 900 | R$ 900 | R$ 900 | R$ 1.200 | R$ 1.200 | R$ 9.550 |
| Comissões de Vendas | R$ 250 | R$ 650 | R$ 800 | R$ 350 | R$ 725 | R$ 820 | | R$ 1.125 | R$ 1.156 | R$ 1.227 | R$ 1.100 | R$ 1.250 | R$ 1.367 | R$ 10.821 |
| Aluguel | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 1.250 | R$ 15.000 |
| Utilitários | R$ 250 | R$ 150 | R$ 200 | R$ 200 | R$ 200 | R$ 250 | | R$ 250 | R$ 250 | R$ 200 | R$ 200 | R$ 250 | R$ 250 | R$ 2.650 |
| Despesas do Site | R$ 175 | R$ 175 | R$ 175 | R$ 175 | R$ 175 | R$ 175 | | R$ 175 | R$ 175 | R$ 175 | R$ 175 | R$ 225 | R$ 225 | R$ 2.200 |
| Internet/Telefone | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 110 | R$ 1.320 |
| Seguro | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 165 | R$ 1.980 |
| Viagem | R$ 100 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 250 | R$ 0 | R$ 0 | | R$ 0 | R$ 0 | R$ 675 | R$ 800 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 1.825 |
| Jurídico/Contabilidade | R$ 1.200 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 450 | R$ 0 | R$ 500 | | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 250 | R$ 2.400 |
| Material de Escritório | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 125 | R$ 1.500 |
| Despesa de Juros | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Despesas Totais | R$ 6.525 | R$ 5.575 | R$ 6.775 | R$ 8.525 | R$ 8.650 | R$ 9.295 | | R$ 12.100 | R$ 13.131 | R$ 13.827 | R$ 13.825 | R$ 13.575 | R$ 13.942 | R$ 125.746 |
| Renda Antes dos Impostos | (R$ 3.525) | R$ 1.875 | R$ 2.825 | (R$ 4.531) | (R$ 184) | R$ 795 | | R$ 1.750 | R$ 2.064 | (R$ 298) | (R$ 2.225) | R$ 2.670 | R$ 1.427 | R$ 2.643 |
| Despesa de Imposto de Renda | (R$ 529) | R$ 281 | R$ 424 | (R$ 680) | (R$ 28) | R$ 119 | | R$ 263 | R$ 310 | (R$ 45) | (R$ 334) | R$ 401 | R$ 214 | R$ 396 |
| LUCRO LÍQUIDO | (R$ 2.996) | R$ 1.594 | R$ 2.401 | (R$ 3.851) | (R$ 156) | R$ 676 | | R$ 1.488 | R$ 1.754 | (R$ 253) | (R$ 1.891) | R$ 2.270 | R$ 1.213 | R$ 2.246 |
| \* Na indústria de serviços, o custo das mercadorias vendidas é o valor monetizado do tempo gasto no cliente. | | | | | | | | | | | | | | |

# Apêndice

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| CUSTOS DE CRIAÇÃO DA EMPRESA | | | | |
| Sua agência baseada no Office | | 1º de janeiro de 20xx | | |
| ITENS DE CUSTO | MESES | CUSTO/MÊS | CUSTO ISOLADO | CUSTO TOTAL |
| Publicidade/Marketing |  |  |  |  |
| Salários de Funcionários |  |  |  |  |
| Impostos sobre os Salários dos Funcionários |  |  |  |  |
| Pagamentos/Utilitários do Aluguel/Locação |  |  |  |  |
| Postagem/Envio |  |  |  |  |
| Comunicação/Telefonia |  |  |  |  |
| Equipamentos de Computador |  |  |  |  |
| Software de Computador |  |  |  |  |
| Seguro |  |  |  |  |
| Despesa de Juros |  |  |  |  |
| Custos de Serviço Bancário |  |  |  |  |
| Suprimentos |  |  |  |  |
| Viagens e Entretenimento |  |  |  |  |
| Equipamentos |  |  |  |  |
| Mobília e Equipamentos |  |  |  |  |
| Melhorias de Arrendamento |  |  |  |  |
| Depósito(s) de Garantia |  |  |  |  |
| Licenças/Permissões/Taxas de Negócios |  |  |  |  |
| Serviços Profissionais - Jurídico, Contabilidade |  |  |  |  |
| Consultor(es) |  |  |  |  |
| Inventário |  |  |  |  |
| Dinheiro em Caixa (Capitall de Giro) |  |  |  |  |
| Diversos |  |  |  |  |
| ORÇAMENTO ESTIMADO DE CRIAÇÃO DA EMPRESA |  |  |  |  |

## Instruções para introdução aos custos estimados de criação da empresa

Determinar os custos iniciais de uma empresa é fundamental para garantir que haja caixa suficiente para iniciar as operações de negócios dentro do prazo orçado, bem como dentro do orçamento de custos. Os custos iniciais geralmente estão dentro de duas categorias, custos mensais e custos únicos. Os custos mensais cobrem os custos que ocorrem a cada mês durante o período de inicialização, e os custos únicos são custos que serão incorridos uma vez durante o período de inicialização.

Passos para a Preparação:

* Etapa 1: Insira o nome da empresa e a data em que esta previsão está sendo preparada.
* Etapa 2: Insira o número de meses e o custo mensal de cada item de custo recorrente. Para custos únicos, pule os custos mensais. Se houver itens de custo com montantes recorrentes e únicos, insira-os também. O custo total será calculado automaticamente na coluna da extremidade direita.
* Etapa 3: Depois de inserir todos os custos, examine os itens individuais e o valor total para ver onde o orçamento pode ser ajustado ou mover algo para o futuro, quando tiver mais receita.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CUSTOS DE CRIAÇÃO DA EMPRESA | | | | | | | | | | | | | | |
| Sua agência baseada no Office | | | | | | | | 1º de janeiro de 20xx | | | | | | |
| RECEITA | JAN | FEV | MAR | ABR | MAIO | JUN | JUL | | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | AAD |
| Vendas Estimadas de Produtos |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Menos devoluções e descontos de vendas |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Receita de serviço |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Outras Receitas |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Vendas Líquidas |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Custo das Mercadorias Vendidas\* |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Lucro Bruto |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| DESPESAS | JAN | FEV | MAR | ABR | MAIO | JUN | JUL | | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | AAD |
| Salários e Remunerações |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Marketing/Publicidade |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Comissões de vendas |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Aluguel |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Utilitários |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Despesas do site |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Internet/Telefone |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Seguro |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Viagem |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Jurídico/Contabilidade |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Material de escritório |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Gasto com Juros |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Outros 1 |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Despesas Totais |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Renda Antes dos Impostos |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| Despesa de Imposto de Renda |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| LUCRO LÍQUIDO |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |
| \* Na indústria de serviços, o custo das mercadorias vendidas é o valor monetizado do tempo gasto no cliente. | | | | | | | | | | | | | | |

## Instruções para começar as projeções de lucros e perdas

Completar as projeções de lucros e perdas de uma nova empresa é um bom exercício para entender e comunicar quando a empresa começará a atingir o ponto de equilíbrio e ver como as vendas e os lucros crescerão. A parte superior do modelo à esquerda, Receita, é uma boa maneira de prever as vendas, mês a mês, no primeiro ano. A parte inferior aplica as despesas estimadas pelo mesmo período de tempo para obter a lucratividade do negócio.

Passos para a Preparação:

* **Etapa 1:** Insira o nome da empresa e a data em que esta projeção está sendo preparada.
* **Etapa 2:** Em todos os meses, começando em Janeiro ou sempre que iniciar, insira as vendas esperadas. Pode ser para um único serviço ou vários serviços. Adicione linhas a esse modelo para obter mais ofertas. A partir desse caso, subtraia qualquer devolução de produto ou desconto a ser controlado (eles devem ser exibidos como números negativos, por exemplo,-10). Abaixo das vendas líquidas, insira o Custo das Mercadorias Vendidas. Isso se refere ao valor monetizado do tempo gasto em um cliente específico.
* **Etapa 3:** Para cada mês, insira os salários estimados, recursos de marketing e outros itens que serão projetados.
* **Etapa 4:** Depois de inserir todos os custos, examine os itens individuais e o valor total para ver onde as projeções podem ser ajustadas ou mova algo para o futuro, quando tiver mais receita. O objetivo é obter lucratividade e fluxo de caixa positivo o mais rápido possível.