

Iana



De: Iana <iana@coronelviviada.pr.gov.br>
Enviado em: terça-feira, 17 de setembro de 2019 15:57
Para: mari@coronelviviada.pr.gov.br; 'jeane@coronelviviada.pr.gov.br'; Ademir; elires@coronelviviada.pr.gov.br
Assunto: ENC: ANEXOS - CONTRATOS CONCESSÃO INCUBATORIO
Anexos: ANEXO XIX - CONCORRÊNCIA Nº 01-2019 - CONCESSÃO INCUBATORIO.doc; ANEXO XX - CONCORRÊNCIA Nº 01-2019 - CONCESSÃO INCUBATORIO.doc

A/C Sra. Jeane Rodighero – Gestora do Contrato e Sra. Mari de Jesus Reis Lazzari;

Boa tarde!

Foi realizada a Concorrência Pública nº 01/2019 que tem como objeto a CONCESSÃO DOS MÓDULOS 03 E 04 DO INCUBATÓRIO.

Em 07 de agosto de 2019 (e-mail abaixo) enviei o contrato a Sra. Jeane para que esta providenciasse as assinaturas dos Srs. vencedores da licitação, a qual, me trouxe as vias assinadas em 13 de setembro de 2019.

Junto ao contrato as empresas devem providenciar os questionários (em anexo) conforme orientação do jurídico e exigência do edital, porém, estes questionários ainda não foram entregues a mim. Já cobrei algumas vezes a Sra. Jeane para que providenciasse.

Por isso, peço que a SRA GESTORA E A SRA FISCAL cobrem isso das empresas, visto que são as que fazem a gestão e fiscalização dos contratos.

De: Iana [mailto:iana@coronelviviada.pr.gov.br]
Enviada em: quarta-feira, 7 de agosto de 2019 11:47
Para: 'jeane@coronelviviada.pr.gov.br'
Assunto: ANEXOS - CONTRATOS CONCESSÃO INCUBATORIO

BOM DIA JEANE!

Estou encaminhando 2 vias do contrato impressas de cada contrato da concessão do incubatório.

Por gentileza, providenciar assinaturas e rubricas do representante das empresas.

Encaminho por email os questionários.

Att, Iana Schmid
Município de Coronel Vivida
Licitações e Contratos

(46) 3232-8304

iana@coronelvivida.pr.gov.br



Iana

De: Mail Delivery System <MAILER-DAEMON@coronelviviada.pr.gov.br>
Enviado em: terça-feira, 17 de setembro de 2019 15:58
Para: iana@coronelviviada.pr.gov.br
Assunto: Successful Mail Delivery Report
Anexos: details.txt; Message Headers.txt



This is the mail system at host ns1.coronelviviada.pr.gov.br.

Your message was successfully delivered to the destination(s) listed below. If the message was delivered to mailbox you will receive no further notifications. Otherwise you may still receive notifications of mail delivery errors from other systems.

The mail system

<elires@coronelviviada.pr.gov.br>: delivery via
ns1.coronelviviada.pr.gov.br[/var/lib/imap/socket/lmtp]: 250 2.1.5 Ok

<mari@coronelviviada.pr.gov.br>: delivery via
ns1.coronelviviada.pr.gov.br[/var/lib/imap/socket/lmtp]: 250 2.1.5 Ok

<ademir@coronelviviada.pr.gov.br>: delivery via
ns1.coronelviviada.pr.gov.br[/var/lib/imap/socket/lmtp]: 250 2.1.5 Ok

<jeane@coronelviviada.pr.gov.br>: delivery via
ns1.coronelviviada.pr.gov.br[/var/lib/imap/socket/lmtp]: 250 2.1.5 Ok

Iana

De: Jeane <jeane@coronelvivia.pr.gov.br>
Enviado em: quarta-feira, 18 de setembro de 2019 10:07
Para: 'Iana'; mari@coronelvivia.pr.gov.br; 'Ademir'; elires@coronelvivia.pr.gov.br
Assunto: RES: ANEXOS - CONTRATOS CONCESSÃO INCUBATORIO

A/C Sra. Iana Schmid – Licitações e Contratos



Bom dia,

Conforme informado ao departamento de Contratos e Licitações, no dia 13 no ato da entrega dos contratos assinados, os concessionários informaram um certo descaso do contador no preenchimento destes questionários. Desta forma os mesmo já foram notificados com o prazo de 5 dias para entrega deste. Sendo que nesta manhã do dia 18 de setembro, recebi o questionário do módulo 03 e referente o módulo 04 o mesmo já informou que está providenciando o ofício para solicitar rescisão do contrato do mesmo.

Att

Jeane Rodighero
Departamento de Indústria e Comércio
Município de Coronel Vivida – Pr
jeane@coronelvivia.pr.gov.br
(46) 3232-1111 / 99913-1793

De: Iana [mailto:iana@coronelvivia.pr.gov.br]
Enviada em: terça-feira, 17 de setembro de 2019 15:57
Para: mari@coronelvivia.pr.gov.br; jeane@coronelvivia.pr.gov.br; Ademir; elires@coronelvivia.pr.gov.br
Assunto: ENC: ANEXOS - CONTRATOS CONCESSÃO INCUBATORIO

A/C Sra. Jeane Rodighero – Gestora do Contrato e Sra. Mari de Jesus Reis Lazzari;

Boa tarde!

Foi realizada a Concorrência Pública nº 01/2019 que tem como objeto a CONCESSÃO DOS MÓDULOS 03 E 04 DO INCUBATÓRIO.

Em 07 de agosto de 2019 (e-mail abaixo) enviei o contrato a Sra. Jeane para que esta providenciasse as assinaturas dos Srs. vencedores da licitação, a qual, me trouxe as vias assinadas em 13 de setembro de 2019.

Junto ao contrato as empresas devem providenciar os questionários (em anexo) conforme orientação do jurídico e exigência do edital, porém, estes questionários ainda não foram entregues a mim. Já cobrei algumas vezes a Sra. Jeane para que providenciasse.

Por isso, peço que a SRA GESTORA E A SRA FISCAL cobrem isso das empresas, visto que são as que fazem a gestão e fiscalização dos contratos.



De: Iana [<mailto:iana@coronelvivida.pr.gov.br>]
Enviada em: quarta-feira, 7 de agosto de 2019 11:47
Para: 'jeane@coronelvivida.pr.gov.br'
Assunto: ANEXOS - CONTRATOS CONCESSÃO INCUBATORIO

BOM DIA JEANE!

Estou encaminhando 2 vias do contrato impressas de cada contrato da concessão do incubatório.

Por gentileza, providenciar assinaturas e rubricas do representante das empresas.

Encaminho por email os questionários.

Att, Iana Schmid
Município de Coronel Vivida
Licitações e Contratos
(46) 3232-8304
iana@coronelvivida.pr.gov.br



ANEXO XIX

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2019

MODELO DE QUESTIONÁRIO



QUESTIONÁRIO DO EMPRESÁRIO:

Nome:	Guilherme Antonio de Chaves 11183513984
Empresa	Guilherme Antonio de Chaves 11183513984
Segmento:	Serviços de lanternagem ou funilaria e pintura de veículos automotores e Serviços de manutenção e reparação elétrica de veículos automotores
Porte da Empresa	MEI

I- DAS INSTALAÇÕES

As instalações físicas estão adequadas aos objetivos da sua empresa?

SIM.

NÃO. Por que: _____

O galpão industrial está situado em local de fácil acesso?

SIM.

NÃO. Por que: _____

A infraestrutura do local no qual foi instalado o galpão é adequada? (Considere energia, acesso a transporte público, asfalto, saneamento básico)

SIM.

NÃO. Por que: _____

II. DA ORGANIZAÇÃO E FUNCIONAMENTO

A Prefeitura participa da gestão do galpão industrial?

SIM. Como: _____

NÃO.

A sua empresa recebeu algum tipo de instrumento de apoio à gestão?

- | | | | |
|--|---|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> financeira gerais | <input type="checkbox"/> recursos humanos | <input checked="" type="checkbox"/> contábil | <input type="checkbox"/> serviços |
| <input type="checkbox"/> marketing | <input type="checkbox"/> jurídico | <input type="checkbox"/> saúde e segurança no trabalho | |
| <input type="checkbox"/> ambiental | <input type="checkbox"/> prospecção de tecnologia | <input type="checkbox"/> Não | |

Houve algum tipo de capacitação para os empresários e/ou funcionários das empresas incubadas? em que área?

Guilherme Antonio de Chaves



- X Não recebemos nenhuma capacitação
- financeira recursos humanos contábil serviços gerais
- marketing jurídico saúde e segurança no trabalho
- ambiental prospecção de tecnologia

III. DAS METAS

Marque as atividades que foram promovidas após a instalação de sua empresa no galpão industrial?

- Participação em eventos e feiras de negócio
- Consultoria
- Curso de capacitação
- Divulgação de marcas regionais
- Central de compras
- Central de logística
- X Serviço de desenvolvimento para a empresa
- Consórcio de exportação
- Outros. Especifique: _____

Mencionar e comentar os resultados alcançados por sua empresa com as ações desenvolvidas no galpão?

A EMPRESA INICIOU SUAS ATIVIDADES NO GALPAO E ESTA BUSCANDO SEU ESPACO NO MERCADO, COM CERTEZA FAZENDO UM TRABALHO COM QUALIDADE CONSEGUIRA O ESPACO E A PERMANENCIA NO MERCADO.

Quais são as ações que deveriam ser desenvolvidas nos próximos 06 meses? Comente. PUBLICIDADE PARA ALCANCAR CADA VEZ MAIS CLIENTES

Conclusões/Observações

Local e data. _____, 16 de SETEMBRO de 2019.

.....
Guilherme Alves

Assinatura do representante legal
da empresa proponente

ANEXO XX

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2019

MODELO DE PLANO DE NEGÓCIOS



PLANO DE NEGÓCIOS – Faça você mesmo

INTRODUÇÃO

É um instrumento que visa estruturar as principais concepções e alternativas para uma análise correta de viabilidade do negócio pretendido, proporcionando uma avaliação antes de colocar em prática a nova ideia, reduzindo assim, as possibilidades de se desperdiçarem recursos e esforços em um negócio inviável. Também é utilizado para a solicitação de empréstimos e financiamento junto a instituições financeiras, bem como, para expansão de sua empresa.

Pessoa Física:	Guilherme Antonio de Chaves
C.P.F.:	11183513984
Razão Social:	Guilherme Antonio de Chaves 11183513984
C.N.P.J.:	33.704.896/0001-49
Data de Fundação:	23/05/2019
Endereço:	AV Generoso Marques. 1633
Telefone:	(46) 9937-3303

CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

A questão visa conhecer a finalidade do plano de negócios: criando um negócio (implantação), expandindo um negócio já existente ou modificando a localização de sua empresa (relocalização).

- Implantação
- Expansão/Modernização
- Relocalização

Faça uma síntese do tipo de empreendimento que você pretende implementar.

A pergunta pretende identificar de forma clara e objetiva, o ramo em que pretende atuar e os motivos que o levaram a tomar esta decisão. É interessante oferecer detalhes sobre o empreendimento. Por exemplo: se deseja montar um restaurante, qual é a proposta? self-service (a kg ou preço único) ou a la carte? se é um comércio, atacadista ou varejista? e assim por diante.

Serviços de lanternagem ou funilaria e pintura de veículos automotores e Serviços de manutenção e reparação elétrica de veículos automotores

Guilherme Chaves



ANÁLISE DE MERCADO E COMPETITIVIDADE

Descreva quais são as oportunidades que você percebe em seu empreendimento. Muitas oportunidades são encontradas pela identificação de tendências. Estas tendências merecem rigorosa atenção por parte das empresas para se detectar uma nova oportunidade.

CONSIDERANDO ESTAR NO INICIO DAS ATIVIDADES O TRABALHO DESENVOLVIDO NOS COLOCA NO MESMO NIVEL DOS CONCORRENTES QUE ESTAO A MAIS TEMPO NO MERCADO.

Quais são as principais ameaças ao seu negócio?

As ameaças também são uma constante e surgem de todas as esferas: do desinteresse do mercado consumidor por seu produto à entrada de novos concorrentes com importantes diferenciais competitivos, passando pela carência de insumos e matérias-primas. Por isso, sua atenção às mudanças, chamadas sinais de mercado, deve ser total e contínua, de modo a lhe permitir interagir com previsibilidade e consistência.

DESAQUECIMENTO DA ECONOMIA

LOCALIZAÇÃO E INSTALAÇÃO

Faça uma análise dos diversos pontos potenciais existentes para tomar uma decisão sobre o local a ser instalado sua empresa. Abaixo é apresentado um modelo com vários fatores para que se possa fazer uma classificação pelo grau de importância. A escala é de um a cinco em ordem crescente, com 5 sendo o valor mais favorável para sua empresa.

Através do preenchimento do quadro, você poderá ter um melhor direcionamento quanto as vantagens e desvantagens do local a ser escolhido.

Fatores	1	2	3	4	5
Área comercial movimentada					X
Área para vitrines					X
Bom acesso rodoviário			X		
Concorrente mais próximo					X
Entrada de serviço para entregas			X		
Estado do imóvel					X
Facilidade de entrada e saída			X		
Facilidade de estacionamento			X		
Fluxo de tráfego			X		

Spidromo Soares



Histórico do local			X		
Localização da rua			X		
Melhorias exigidas na locação					X
Passagem de pedestres			X		
Preço do aluguel					X
Serviços urbanos			X		
Taxa de ocupação do local					X
Tempo de contrato do aluguel					X
Transporte público			X		
Zoneamento adequado			X		

O quadro acima poderá ser aplicado para diversos locais e após a definição. Justifique abaixo os motivos que o levaram a esta decisão.

A escolha do local e o espaço físico onde você pretende instalar seu negócio são decisões muito importantes para o sucesso do empreendimento. O local deve oferecer uma infraestrutura necessária a seu negócio, ter acesso facilitado aos clientes e fornecedores, enfim, propiciar o seu crescimento.

O LOCAL ESTA EM PERFEITAS CONDICÕES PARA DESEMPENHAR O TRABALHO.

Defina um layout para suas instalações.

A alocação e distribuição de seus diversos recursos (mercadorias, estantes, gôndolas, vitrines, prateleiras, depósitos e outros) em suas instalações também são importantes para a integração das atividades a serem executadas para a conquista de níveis de produtividade satisfatórios ao seu negócio. O benefício que um bom arranjo físico (layout) pode trazer é, por exemplo: uma maior facilidade de localização dos itens por parte do cliente, um fluxo mais ágil dos materiais, uma disposição mais adequada, etc.

COMO É PRESTACAO DE SERVICOS NÃO EXISTE EXPOSICAO DE MATERIAL, SENDO QUE TOMAMOS CUIDADOS SOMENTE PARA DEIXAR O ESPACO SEMPRE LIMPO E HIGIENIZADO

CONSUMIDOR

Qual o seu mercado potencial?

Mercado potencial significa identificar seu público principal - para quem você pretende produzir, vender, prestar serviços, etc. (região, sexo, costumes, estilo de vida, renda). Esta análise pode ser estendida para que tipo de empresa (porte, ramo de atuação, nível de

Guilherme Neves



faturamento, comércio, indústria), pode ser atendida pelo produto/serviço. priorizar os mercados identificados.

PESSOAS FISICAS E JURIDICAS EM GERAL

Dimensione seu mercado principal.

As informações quanto ao raio de atuação da empresa, tamanho de mercado, número de clientes/clientes potenciais dentre outras variáveis, podem ser obtidas através da consulta em bancos de dados, de censos econômicos e demográficos, publicações especializadas do setor, associações comerciais e de classes, sindicatos, órgãos do governo federal, estadual e municipal, com os concorrentes ou ainda em pesquisas de mercado junto ao mercado-alvo.

AUTOMOVEIS PARA RESTAURAR E CONSERTOS EM GERAL ATENDENDO PRINCIPALMENTE CORONEL VIVIDA, NÃO TENDO UM DIMENSIONAMENTO NECESSARIO.

O setor possui sazonalidade no consumo?

A sazonalidade está ligada diretamente a variação da demanda dos produtos/serviços da empresa. Por exemplo: uma sorveteria tem como pico de vendas no período de verão e uma queda acentuada no consumo desse produto em meses de climas mais frios. Ao conhecer as oscilações que seus produtos/serviços possam sofrer em determinadas épocas do ano, o empresário deve pensar em alternativas para resolver o problema (Exemplo: inserção de novos produtos, promoção, etc.).

NÃO TEM PICOS DE SERVICOS IDENTIFICADO COM VARIACOES MENSAIS.

FORNECEDOR

Identifique seus fornecedores considerando sua localização, preço, forma e prazos de pagamento, disponibilidade de fornecimento, lote mínimo de compra, etc.

Todos os fatores acima mencionados devem ser levantados para que a empresa possa avaliar a melhor opção para suas necessidades.

6	5	4	3	2	1
Excelente	Muito Bom	Bom	Regular	Ruim	Muito Ruim

Spilthorn

Item	Seu Fornecedor Atual	Fornecedor "A"	Fornecedor "B"	Fornecedor "C"	Fornecedor "D"
Atendimento	4				
Capacidade de Entrega	5				
Condições de Pagamento	5				
Facilidade de	5				
Garantias dos Produtos	5				
Localização	5				
Lote Mínimo de Compra	5				
Pontualidade de Entrega	5				
Preço	5				
Qualidade do Produto	5				
Relacionamento	5				

O setor possui sazonalidade no fornecimento de matérias-primas para produção? Deve ser observado que a disponibilidade de matéria-prima durante os diversos períodos do ano podem sofrer alterações. Logo, é fundamental que a empresa analise a possibilidade de insumos substitutos para que não comprometa a sua cadeia de produção.

SOMENTE PRESTACAO DE SERVICOS MATERIA PRIMA DE FACIL ACESSO COM DISTRIBUIDORAS EM CORONEL VIVIDA.

CONCORRENTE

Identifique quais são seus concorrentes e seus pontos fortes e fracos, canais de distribuição, custos e preços de venda praticados, políticas de crédito e formas de divulgação.

O conhecimento sobre a concorrência é importante para que a empresa esteja atenta a todos os acontecimentos que estão em torno de seu mercado. Pode também auxiliá-lo na definição de estratégias de atuação junto aos concorrentes.

6	5	4	3	2	1
Excelente	Muito Bom	Bom	Regular	Ruim	Muito Ruim

Item	Sua Empresa	Concorrente "A"	Concorrente "B"	Concorrente "C"
Atendimento	5	4	4	4

Guilherme Soares



Atendimento Pós-Venda	5	4	4	4
Canais de Distribuição	3	3	3	3
Divulgação	3	4	4	4
Garantias Oferecidas	5	5	5	5
Localização	4	4	4	4
Política de Crédito	4	4	4	4
Preços	4	4	4	4
Qualidade dos Produtos	5	4	4	4
Reputação	5	5	5	5

PESSOAL

Dimensione sua equipe de trabalho, relacionando número de empregados, cargos, salários e encargos sociais esperados.

Nesta etapa deve ser feito um resumo das responsabilidades e qualificações de cada pessoa. Inicialmente você deve fazer um organograma de sua empresa definindo claramente as funções e linhas hierárquicas, isso com certeza o ajudará a definir o perfil das pessoas que irá contratar. Defina o número de pessoas, quais serão seus cargos, funções e responsabilidades e principalmente a qualificação exigida para realizar o trabalho a contento. Com estas informações, você terá condições de procurar no mercado o profissional adequado às necessidades de sua empresa aliado aos recursos disponíveis.

Cargo	Quantidade	Salário (R\$)	Encargo Social (R\$)	Total (R\$)
AV. CHAPECAS	01	1200,00	96,00	1296,00
Total				

PRODUTOS E SERVIÇOS

Relacione os produtos/serviços que serão oferecidos pela empresa e suas características. Ao descrever o seu produto ou serviço, deverá deixar bem claro suas vantagens e benefícios. Citar aspectos que levarão o consumidor a escolher o seu produto/serviço, em vez de outros disponíveis no mercado. Deve-se aqui, estabelecer áreas de diferenciação. Listar as vantagens de seu produto em relação aos concorrentes, tais como patente, registro de marca, exclusividade, etc. Se no final, chegar à conclusão que a vantagem está do outro lado, registre modificações que serão feitas para reverter este quadro. Lembre-se: o seu produto/serviço deve ser melhor do que os dos outros.

Serviços de lanternagem ou funilaria e pintura de veículos automotores e Serviços de manutenção e reparação elétrica de veículos automotores

Guilherme Alves



Estime a capacidade instalada para o primeiro ano de atividade.

Para evitar ociosidade ou até mesmo desperdício de recursos, é importante que a empresa faça um dimensionamento de suas instalações, volume de atendimento, número de funcionários, dentre outras variáveis que poderão fazer parte desta análise.

A EMPRESA NO PRIMEIRO ANO ATUARA COM APENAS UM FUNCIONARIO MAIS O PROPRIETARIO, SENDO QUE PELA ESTIMATIVA FEITA NÃO HAVERA NECESSIDADE DE AUMENTO.

ESTRATÉGIA COMPETITIVA

Defina uma estratégia competitiva com base nas variáveis: liderança no custo e diferenciação.

Definir uma estratégia é fundamental para traçar um direcionamento do seu negócio. Essa estratégia pode ser alcançada através de um controle efetivo dos custos ou até mesmo buscar um diferencial no que se refere a qualidade dos produtos/serviços, atendimento, tecnologia, marketing, etc.

QUALIDADE NOS SERVICOS

PLANO DE MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO

Quais as estratégias de comunicação que serão utilizadas por você na divulgação de seu negócio e/ou produtos/serviços?

Devem ser analisados os meios de comunicação (rádio, TV, mala direta, internet, carro de som, "rádio poste", faixas, jornal, telemarketing) que sua empresa irá utilizar, sua frequência e custo.

PROPAGANDA EM RADIOS LOCAIS.

Descreva quais os canais de distribuição que você pretende utilizar.

Guilherme Barros



A forma com que você vai levar o produto/serviço ao mercado irá influir no alcance do seu cliente potencial, na sua capacidade de atingir novos mercados e no seu dimensionamento. A empresa pode adotar uma série de canais para isso, como: vendedores internos e externos, representantes, franquias, internet, etc.

NÃO HAVERA REPRESENTANTES

Defina uma marca para sua empresa e/ou produtos/serviços?

Uma marca bem trabalhada pode contribuir de forma efetiva para o sucesso de seu negócio. Ela está associada a qualidade de seu produto/serviço, a credibilidade da empresa junto aos clientes, enfim, consolida uma imagem no mercado. Você deve estar atento para sua facilidade de pronúncia e de memorização, para fácil lembrança e associação com o produto/serviço.

CHAVES CHAPEACAO E PINTURA DE AUTOMOVEIS

Defina uma estratégia de posicionamento/imagem em relação ao mercado.

A ação visa buscar uma afinidade com o seu cliente potencial. Pretende direcionar todo esforço de marketing no sentido de associar o seu negócio às diversas características que são atribuídas ao mercado. Exemplo: "empresa tradicional", "empresa jovem", "empresa de vanguarda", etc.

EMPRESA JOVEM

INVESTIMENTOS

Relacione os investimentos necessários para a implantação de seu negócio.

O quadro acima está sendo apresentado de forma simplificada. Todavia, o empreendedor poderá detalhar alguns itens, identificando a quantidade, o valor unitário, o total de cada um deles, etc.

Guilherme Neves



INVESTIMENTOS	R\$
Obras Civas	
Terraplanagem	
Construção	
Projeto	
Instalações	
Custo de compra/aluguel	
Melhorias/reformas	1.000,00
Outros	
Equipamentos	
Móveis, estantes, prateleiras, gôndolas	
Máquinas e equipamentos	10.000,00
Veículos	
Informática	
Outros	
Total	11.000,00

RESUMO 'PASSO A PASSO' DE UM PROJETO DE VIABILIDADE ECONÔMICA

Passo 1

Levantar o investimento fixo (máquinas, instalações, móveis e utensílios).

INVESTIMENTO FIXO
11.000,00

Ver valor total no quadro de investimentos.

Passo 2

Estimar os custos fixos mensais.

Guilherme Neves



CUSTOS FIXOS	R\$
RETIRADA DOS SÓCIOS	1000,00
ENCARGOS SOCIAIS SOBRE A RETIRADA	49,90
SALÁRIOS	1200,00
ENCARGOS SOCIAIS SOBRE SALÁRIOS	46,00
SEGUROS	
DESPESAS BANCÁRIAS	
JUROS	
HONORÁRIOS CONTÁBEIS	150,00
MATERIAL DE EXPEDIENTE	
ALUGUEL	
DESPESAS DE VIAGENS	
ÁGUA	80,00
LUZ	200,00
TELEFONE	
MANUTENÇÃO E CONSERVAÇÃO	200,00
PROPAGANDA	450,00
DEPRECIÇÃO	
ÔNIBUS, TÁXI, CORREIOS	
FINANCIAMENTOS EXISTENTES	
OUTROS	
TOTAL	3475,90

Guilherme Alves



Passo 3

Pesquisar o percentual de impostos + comissões.

IMPOSTOS	(%)
ICMS	
ISS	
COFINS	
PIS	
CONTRIBUIÇÃO SOCIAL SOBRE O LUCRO	
IMPOSTO DE RENDA	
SIMPLES	54.90
COMISSÕES	
TOTAL	54.90

Passo 4

Estimar o faturamento, as compras e o montante de impostos + comissões.

DISCRIMINAÇÃO	R\$
Faturamento	6.750,00
Custo da mercadoria vendida	
Custo do serviço prestado	3.425,00
Impostos + comissões: $(\% \text{ total de impostos} \times \text{faturamento}) \div 100$	54,90

Passo 5

Calcular a margem de contribuição e o seu índice.

DISCRIMINAÇÃO	R\$
Faturamento	6.750,00
(-) Custo da mercadoria vendida	
(-) Custo do serviço prestado	3.425,00
(-) Impostos + comissões	54,90
(=) Margem de contribuição	3.270,10

DISCRIMINAÇÃO	%
Índice da margem de contribuição: $(\text{margem de contribuição} \div \text{faturamento}) \times 100$	479,44

Passo 6

Calcular o ponto de equilíbrio.

Guilherme Soares



DISCRIMINAÇÃO	R\$
Ponto de equilíbrio: (custos fixos ÷ índice da margem de contribuição) x 100	7070,00

Passo 7

Qual o lucro esperado para o faturamento estimado?

DISCRIMINAÇÃO	R\$
Faturamento estimado	6750,00
Custos fixos	3425,00
Lucro ((faturamento estimado x índice da margem de contribuição) ÷ 100) - custos fixos	3325,00

Passo 8

Determinar o estoque inicial ou de segurança.

Exemplo: R\$4.000,00 pagamento à vista.

Passo 9

Calcular a necessidade de capital de giro.

Exemplo:

Pagamento das compras: 30 dias da data.

Recebimento das vendas: 30 dias da data.

Pagamento do custo fixo: R\$ 1.000 à vista e R\$ 2.000 a 30 dias da data.

Pagamento dos impostos: 30 dias da data de faturamento.

DISCRIMINAÇÃO	1º Mês	2º Mês
Faturamento		R\$15.000,00
Custo da mercadoria vendida	4.000,00	9.000,00
Custo do serviço prestado		3.000,00
Custos fixos	1.000,00	1.500,00
Impostos		1.500,00
Saldo final	-5.000,00	
Saldo acumulado	-5.000,00	

Passo 10

Investimento necessário: considerado o investimento fixo + necessidade de capital de giro.

Exemplo: 10.000,00 + 5.000,00 = 15.000,00



Passo 11

Taxa de rentabilidade: $(\text{lucro} \div \text{investimento necessário}) \times 100$.

Exemplo:

$$1.500,00 \div 15.000,00 = 0,10 \times 100 = 10\%$$

Passo 12

Prazo de retorno do investimento: $\text{investimento necessário} \div \text{lucro}$.

Exemplo:

$$15.000,00 \div 1.500,00 = 10 \text{ meses}$$

CONCLUSÃO

O Plano de Negócios por você desenvolvido não representa somente um instrumento de planejamento formalizado em um papel. Ele deve, sim, estar integrado a toda a empresa, difundido e retroalimentado permanentemente com novas informações que possam contribuir para o sucesso organizacional.

O planejamento também deve ser flexível a novas realidades, adaptável a novos paradigmas, sob pena de tornar-se um instrumento ultrapassado e não efetivo.

Empreender é sempre um risco, mas empreender sem planejamento é um risco que pode ser evitado. O plano de negócios, apesar de não ser a garantia de sucesso, irá ajudá-lo, entre outras coisas, na tomada de decisões, assim como a não se desviar de seus objetivos iniciais.

Guilherme Soares