



UNIVERSIDADE  
CANDIDO  
MENDES

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES – NITERÓI

ANDRESSA MORAES LEOPOLDINO  
11300029-2

BARBARA FARIA DE CARVALHO  
11440001-2

DANIELA DE ANDRADE FIGUEIRA  
113000778-2

ÉRIKA MEDINA RODRIGUES  
11300077-2

LUANNA DA SILVA MIGUEL MONTEIRO  
11540001-2

SABRINA DIAS RIBEIRO  
11300043-2

**GUARDA A CHUVA**

Plano de Negócios  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

NITERÓI  
DEZEMBRO DE 2016

**GUARDA A CHUVA**

**Soluções Sustentáveis**

Plano de negócios apresentada à banca examinadora da Universidade Candido Mendes – Niterói, como exigência parcial para a obtenção do grau de bacharel em Administração e Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Ms. Vladimir Leite Gonçalves

**NITERÓI**

**Dezembro/2016**

**GUARDA A CHUVA**

Tomar água nos dá vida. Tomar consciência nos dará água

Plano de negócios apresentada à banca examinadora da Universidade Candido Mendes – Niterói, como exigência parcial para a obtenção do grau de bacharel em Administração e Ciências Contábeis.

Nota: \_\_\_\_\_

Aprovada ( )

Aprovada com louvor ( )

Aprovada com restrições ( )

Reprovada ( )

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

---

Prof. Ms. Vladimir Leite Gonçalves

Universidade Candido Mendes

---

Prof. Ms. José Raymundo Sobrinho

Universidade Candido Mendes

---

Prof. Ms. Marlice Mattos

Universidade Federal Fluminense

## Sumário

1.	Sumário Executivo .....	09
2.	Serviços .....	11
2.1	Resumo do Negócio .....	11
2.2	Nossos Serviços.....	11
3.	Ciclo de Vida do Produto .....	12
3.1	Introdução .....	12
3.2	Crescimento .....	12
3.3	Maturidade .....	13
3.4	Declínio .....	13
4.	Concorrentes .....	13
4.1	Sky Garden.....	13
4.2	Ecotelhado .....	Erro! Indicador não definido.
4.3	Teto Verde .....	14
4.4	Conclusão da análise dos Concorrentes .....	15
5.	A Empresa .....	15
5.1	Documentos.....	15
5.2	Missão .....	16
5.3	Visão .....	16
5.4	Valores .....	16
5.5	Logomarca .....	17
6	Análise de Mercado .....	17
6.1	Identificação do Mercado .....	17
6.2	Pesquisa de Mercado .....	18
6.3	Clientes e segmentação de Mercado .....	20
7.	Público-Alvo .....	20
8.	Análise SWOT .....	21
8.1.	Análise SWOT - Própria.....	21
8.1.1	Ações da Guarda a Chuva para Fraquezas do Ambiente Interno .....	21
8.1.2	Ações da Guarda a Chuva para Ameaças do Ambiente Externo .....	22
8.2	Análise SWOT – Concorrentes .....	22
8.3	Conclusão da Análise SWOT .....	23
9.	As 5 Forças de Porter.....	24

<b>9.1 Rivalidade entre os Concorrentes .....</b>	<b>24</b>
<b>9.2 Poder de barganha dos fornecedores.....</b>	<b>24</b>
<b>9.3 Poder de barganha dos clientes.....</b>	<b>25</b>
<b>9.4 Ameaça de produtos substitutos .....</b>	<b>25</b>
<b>9.5 Ameaça de novos entrantes .....</b>	<b>25</b>
<b>10. Estratégia de Mercado.....</b>	<b>25</b>
<b>10.1. Objetivos de Marketing .....</b>	<b>26</b>
<b>10.2. Vantagem e Diferenciação em relação aos Concorrentes.....</b>	<b>26</b>
<b>10.3. Plano de Marketing.....</b>	<b>26</b>
<b>10.4. Divulgação .....</b>	<b>27</b>
<b>10.5. Imagem do Negócio.....</b>	<b>27</b>
<b>10.6. Parcerias e Aliança.....</b>	<b>28</b>
<b>11. Análise do Composto de Marketing .....</b>	<b>28</b>
<b>11.1 Produto.....</b>	<b>28</b>
<b>11.1.1 Nossos Projetos .....</b>	<b>28</b>
<b>11.1.2 Processo de Instalação do Filtro Purificador .....</b>	<b>29</b>
<b>11.1.3 Processo de Instalação da Cisterna.....</b>	<b>29</b>
<b>11.1.4 Processo de Produção do Telhado Verde .....</b>	<b>30</b>
<b>11.2 Preço .....</b>	<b>32</b>
<b>11.3 Promoção.....</b>	<b>32</b>
<b>11.4 Praça.....</b>	<b>34</b>
<b>11.4.1 Localização .....</b>	<b>34</b>
<b>12. Gerência e Planejamento Operacional.....</b>	<b>35</b>
<b>12.1 Organograma.....</b>	<b>35</b>
<b>12.2 Equipe Gerencial .....</b>	<b>35</b>
<b>12.3 Plano de Recursos Humanos .....</b>	<b>36</b>
<b>12.4 Fluxograma .....</b>	<b>38</b>
<b>12.5 O Imóvel .....</b>	<b>39</b>
<b>12.6 Capacidade Instalada .....</b>	<b>39</b>
<b>13. Indicadores de Desempenho .....</b>	<b>40</b>
<b>13.1 Produtividade Quantidade de projetos .....</b>	<b>41</b>
<b>13.2 Lucratividade .....</b>	<b>41</b>
<b>13.3 Prazo de Entrega do Projeto .....</b>	<b>41</b>

<b>13.4 Satisfação dos clientes .....</b>	<b>41</b>
<b>13.5 Plantação de árvores a cada m<sup>2</sup> .....</b>	<b>41</b>
<b>14. Planejamento Financeiro .....</b>	<b>42</b>
<b>14.1 Capital Inicial .....</b>	<b>43</b>
<b>14.2 Demonstração do Resultado do Exercício no Cenário Provável .....</b>	<b>43</b>
<b>14.3 Balanço Patrimonial no Cenário Provável .....</b>	<b>44</b>
<b>14.4 Fluxo de Caixa .....</b>	<b>45</b>
<b>14.4.1 Fluxo de Caixa no Cenário Provável .....</b>	<b>45</b>
<b>14.4.2 Fluxo de Caixa Cenário Otimista .....</b>	<b>47</b>
<b>14.4.3 Fluxo de Caixa Cenário Pessimista.....</b>	<b>49</b>
<b>14.5 Análise da Viabilidade .....</b>	<b>51</b>
<b>14.5.1 Cenário Provável .....</b>	<b>51</b>
<b>14.5.2 Cenário Otimista.....</b>	<b>51</b>
<b>14.5.3 Cenário Pessimista.....</b>	<b>53</b>
<b>14.6 Índices Financeiros (Cenário Provável) .....</b>	<b>54</b>
<b>14.6.1 Índices de Estrutura .....</b>	<b>54</b>
<b>14.6.2 Índices de Liquidez .....</b>	<b>545</b>
<b>14.6.3 Índices de Rentabilidade e Atividade.....</b>	<b>54</b>
<b>14.7 Ponto de Equilíbrio.....</b>	<b>57</b>

**Guarda a Chuva Soluções Sustentáveis Ltda.**

Rua Sete de Setembro, 48 – 11º andar, sala 1102 - Centro - Rio de Janeiro  
CEP: 20.050- 09 Tel: (021) 3603-8764



*Tomar água nos dá vida. Tomar consciência nos dará água.*

Andressa Moraes  
Sócia  
Rua Guerra Durval, Lote 19, Qd 60 – Laranjal – São Gonçalo

Daniela Figueira  
Sócia  
Rua Dr. Mário Vianna, 493 – Santa Rosa - Niterói  
Érika Medina  
Sócia/Gerente  
Rua Coronel Leoncio, 412 – Engenhoca – Niterói

Luanna Monteiro  
Sócia/Gerente  
Rua Abílio dos Passos, 96 - Tribobó – São Gonçalo

Barbara Faria  
Sócia/Gerente  
Rua Geraldo Martins, 149/302- Icaraí – Niterói

Sabrina Ribeiro  
Sócia/Gerente  
Rua Visconde de Seabra, Qd. 131, Lote 12 - Santa Luzia – São Gonçalo

Este Plano de Negócios foi elaborado de Fevereiro de 2016 a Dezembro de 2016 por:  
Andressa Lemos, Barbara Faria, Daniela Andrade, Érika Medina, Luanna Monteiro e Sabrina  
Ribeiro.

Cópia 1 de 1

## **1. Sumário Executivo**

Pensando no equilíbrio da sociedade organizacional com o meio ambiente, a Guarda a Chuva oferece um sistema de captação e reaproveitamento das águas pluviais que dispõem inicialmente de três projetos. Esses serviços são prestados por profissionais qualificados.

Identificamos a ausência de concorrentes diretos em nossa área de atuação, dificultando o impacto dos mesmos sobre a nossa empresa. Contudo, nossos fornecedores se tornam concorrentes indiretos por oferecerem insumos avulsos e já serem conhecidos no mercado.

A Guarda a Chuva tem como sua fonte de inspiração, a conscientização das empresas e da sociedade que é possível e necessário economizar recursos financeiros e poupar recursos naturais. Por isso, fez questão de reunir tecnologias, profissionais qualificados e ambientes estruturados, para iniciar esse projeto. Pensando no desperdício dos últimos anos e na falta de recursos hídricos, criamos uma empresa para oferecer soluções sustentáveis, tornando um futuro com mais qualidade de vida.

No processo de análise de mercado, a Guarda a Chuva encontrou na região do Rio de Janeiro um vasto nicho para estabelecer seus serviços, visto que é a única empresa da região a oferecer serviços de captação e reutilização de água pluvial, um fator que ajuda, pois ficamos livres de concorrentes diretos, mas que pode dificultar também a nossa estabilidade no mercado já que nossos clientes nunca receberam tal serviço. Por isso a Guarda Chuva investiu em estratégias de marketing para divulgar a empresa e atender as necessidades dos clientes e mercado.

A análise SWOT nos proporcionou uma visão estratégica do ambiente interno e externo, respectivamente, os pontos fortes e fracos e as oportunidades e ameaças. Nossas oportunidades surgem diante do aumento do desperdício e da escassez de recursos.

As 5 forças de Michael Porter nos levaram a estudos onde verificamos que há muita rivalidade entre os concorrentes, pois o mercado está em expansão, e que o poder de barganha dos fornecedores é baixo uma vez que existem muitos fornecedores desses insumos na região. A ameaça de serviços substitutos neste

setor é alta. Nosso diferencial está na oferta de serviços prestados com o valor agregado. Investimos em análise de mercado e divulgação do serviço em seus principais mercados como feiras do seguimento, no mix de comunicação de marketing e promoções com o objetivo de disseminar a marca no mercado e se aproximar cada vez mais dos clientes.

Nossa gerência contará com 4 gerentes para dar o suporte necessário, que são: Gerente geral, gerente de administração e finanças, gerente de comercial e gerente de produção, teremos ainda uma estrutura operacional terceirizada contando com 1 arquiteto, 1 bombeiro hidráulico, 1 jardineiro e 1 auxiliar de serviços gerais.

O planejamento financeiro da Guarda a Chuva compreende a programação avançada de todos os planos da administração financeira e a integralização e coordenação desses planos com os operacionais de todas as áreas da empresa. Usamos os indicadores de desempenho para mensurar e melhorar as avaliações internas da empresa, visando alcançar os objetivos esperados e auxiliar nas decisões gerenciais para alavancar as vendas e o desenvolvimento da empresa.

## **2. Serviços**

### **2.1. Resumo do Negócio**

O setor de serviços sustentáveis vem crescendo nos últimos anos pela decorrência da degradação do meio ambiente. Com isso, a sociedade está mais consciente sobre a necessidade de preservar e poupar os recursos naturais, evitando sua escassez. Como exemplo, a crise hídrica que ocorreu em 2014 no Brasil.

O impacto ambiental está relacionado diretamente aos efeitos da ação do homem sob o meio ambiente. Com a revolução industrial, o consumo aumentou e com isso acelerou o impacto ambiental. Nesta realidade, as organizações precisam assumir um novo posicionamento e transformar sua imagem de agente poluente para agente colaborativo, difundindo a ideia da sustentabilidade ambiental.

Analisando este quadro, criamos a Guarda a Chuva, uma empresa que presta serviços através do sistema de captação e reutilização das águas pluviais. Esta captação é realizada pela implantação de telhados verdes, filtros purificadores, calhas e cisterna.

Nosso objetivo é oferecer serviço sustentável que propõe equilibrar a relação das empresas com o meio ambiente, trazendo, para ambos, benefícios e conscientização, agregando dessa forma, valor à sua marca.

### **2.2. Nossos Serviços**

A Guarda a Chuva oferece três tipos de projetos sustentáveis que têm como finalidade reutilizar a água da chuva. Esse processo é realizado através da implantação do telhado verde, filtro purificador, calhas e cisterna. Além da reutilização das águas pluviais, outros benefícios trazidos pelos projetos são: conforto térmico, redução de gastos e difusão da ideia de responsabilidade socioambiental.

### **3. Ciclo de Vida do Produto**

O estudo do ciclo de vida de um produto indica o desempenho de vendas de um produto ou serviço. Essas informações contribuem para gerar decisões em um mercado que sofre mudanças constantemente e estratégias de marketing que devem ser aplicadas com o passar do tempo. Com isso, identificamos as seguintes fases: introdução, crescimento, maturidade e declínio.

#### **3.1. Introdução**

No primeiro ano, o nosso esforço para alavancar a marca será voltado para área de marketing, utilizando a comunicação e o relacionamento a fim de promover os projetos para o nicho do nosso mercado.

Os projetos da Guarda a Chuva serão vistos como um serviço novo no mercado. Portanto, investiremos em campanhas de marketing direto em feiras de arquitetura&urbanismo e sustentabilidade, feiras de novos condomínios. Utilizaremos e-mails de divulgação, redes sociais e o nosso site para manter contato direto com os clientes e personalizar o atendimento no pré e pós-venda.

Como os nossos concorrentes são poucos, conseguiremos aplicar um preço justo atraindo consumidores e dessa forma começaremos a fortalecer a marca.

#### **3.2. Crescimento**

Na fase de crescimento, que ocorrerá no segundo e quarto ano, esperamos ampliar a nossa demanda, pois os projetos estarão bem colocados em relação aos concorrentes no mercado e com isso não limitaremos a nossa área de atuação inicial.

Nessa fase vamos começar a ampliar o negócio também para pessoas físicas, realizando anúncios em revistas de arquitetura e a venda direta por telefones visto que o número de concorrentes diretos e indiretos para o nosso negócio tenha expandido. Nossa intenção é fazer com que a Guarda a Chuva seja vista como investimento que gera economia, sustentabilidade e inovação aos seus clientes. Queremos conscientizar as pessoas sobre a importância de terem atitudes sustentáveis e uma qualidade de vida melhor.

### 3.3. Maturidade

No terceiro ano, período de maturidade, a empresa estará posicionada no mercado. Assim, já estaremos consolidados no mercado e teremos alcançado e captado nosso público alvo. Nessa fase, a marca estará conhecida e poderemos reduzir as campanhas de marketing e permanecer firme no mercado, ao mesmo tempo promovendo um relacionamento com os nossos clientes para criar e manter a fidelização oferecendo vantagens nos serviços prestados (promoções para manutenções dos projetos e serviços instalados). Dessa forma a marca se fixará na mente dos consumidores gerando um relacionamento saudável.

### 3.4. Declínio

No quinto ano, durante a fase de declínio, a Guarda a Chuva prevendo a queda da demanda, irá investir constantemente em pesquisas para inovações dos projetos e até mesmo um produto. Entendemos que o mercado está em constante mudança e é necessário buscar novas formas de atuação.

Pretendemos investir em pesquisas tecnológicas para criar novos projetos e atingir um novo nicho de mercado.

Nessa fase esperamos disseminar o conceito de preservar o meio ambiente e reduzir custos financeiros.

## 4. Concorrentes

### 4.1. Sky Garden

A Sky Garden oferece serviços de paisagismo como telhado e parede verdes e atua no estado de São Paulo.

**Ponto Forte:** Representante exclusiva nas *Américas da Masaki Envec Japan* apresenta avançada tecnologia para criação de telhado e parede verdes e também pesquisas e ações inovadoras em paisagismo sustentável.

**Ponto Fraco:** Não se torna nosso concorrente direto, pois sua sede, principais clientes e área de atuação estão no estado de São Paulo.

#### **4.2. Ecotelhado**

A Ecotelhado está localizada no Município de Porto Alegre – Santa Catarina e oferece serviços de construção de telhados verdes e projetos para reaproveitamento da água da chuva.

**Ponto Forte:** Oferecem diversos serviços sustentáveis como: telhados verdes, jardins verticais, pavimentos permeáveis, cisternas subterrâneas e tratamento biológico de efluentes. Já recebeu vários prêmios, como o Prêmio Fornecedor Consciente em 2014.

**Ponto Fraco:** Atuam no estado do Rio de Janeiro com apenas um representante comercial e não há um local físico para atendimento e nem divulgação dos seus serviços.

#### **4.3. Teto Verde**

Teto Verde é uma empresa de arquitetura e paisagismo localizada em Niterói – Rio de Janeiro.

**Pontos Fortes:** Escritório de arquitetura que cria soluções estéticas e funcionais. Oferece projetos de arquitetura, telhados verdes, projetos de paisagismo, paredes verdes e consultorias. Tem como principal missão a qualidade de vida.

**Pontos Fracos:** Visam principalmente a parte paisagística, por serem escritório de arquitetura. Evitam trabalhar com o processo de reutilização da água da chuva devido aos riscos existentes, a menos que o projeto seja implantado desde a construção da casa.

SERVIÇOS – CONCORRENTES		
Concorrente	Localização	Serviços oferecidos
Sky Garden	São Paulo	✓ Tetos Verdes; ✓ Paredes Verdes; ✓ Projetos Paisagísticos.
Ecotelhado	Porto Alegre	✓ Telhados verdes; ✓ Jardins verticais; ✓ Pavimentos permeáveis; ✓ Cisternas subterrâneas; ✓ Tratamento biológico de efluentes.
Teto Verde	Niterói	✓ Projetos de Arquitetura; ✓ Telhados Verdes, ✓ Projetos de Paisagismo; ✓ Paredes Verdes; ✓ Consultorias.

#### 4.4. Conclusão da análise dos Concorrentes

Verificamos que as três empresas estudadas oferecem produtos e/ou serviços semelhantes ao nosso, porém o foco da Guarda a Chuva é a reutilização da água da chuva, o que nos destaca do nosso concorrente direto Teto Verde, que também atua no estado do Rio de Janeiro na cidade de Niterói.

Identificamos como principal ponto fraco das empresas o receio da atuação no segmento de reutilização da água e pouco investimento em marketing para promover os serviços oferecidos.

Outro ponto observado por nós, foi o valor elevado dos produtos/serviços. Esse é um ponto fraco dos nossos concorrentes, principalmente pelas atuais condições econômicas do Brasil.

## 5. A Empresa

### 5.1. Documentos

O processo de legalização da Guarda a Chuva foi feito pelo próprio escritório contábil. Esse processo durou em média 100 dias para ser concluído, contando desde a elaboração do contrato, registro, solicitação e entrega do alvará junto à senha de acesso para emissão de nota fiscal no site da Prefeitura do Rio de Janeiro. Finalizando a legalização da Guarda a Chuva e dando início às atividades principais da nossa empresa em janeiro de 2017.

DOCUMENTOS	VALOR	PRAZO EM DIAS
Registro na Junta Comercial	R\$ 372,00	10
Emissão do Contrato Social	R\$ 300,00	30
Inscrição Municipal	R\$ 400,00	20
Alvará de Funcionamento	R\$ 475,15	07
Alvará Corpo de Bombeiro	R\$ 66,54	30
Reconhecimento de Firmas e Autenticações	R\$ 100,00	01
<b>Total de Despesas</b>	<b>R\$ 1.313,69</b>	<b>98</b>

Quadro 2: Documentos para Abertura da Empresa - Fonte: Própria.

### 5.2. Missão

Difundir o conceito de sustentabilidade através da implantação de projetos que diminuirão o impacto negativo no meio ambiente e trarão benefícios econômicos para os nossos clientes.

### 5.3. Visão

Ser referência no mercado de serviços ecológicos sustentáveis no Brasil e trazer conscientização ao nosso público-alvo, com responsabilidade socioambiental. Investir em tecnologia para reutilizar água pluvial para os próximos 10 anos.

### 5.4 Valores

- ✓ Ética;
- ✓ Responsabilidade socioambiental;
- ✓ Inovação;
- ✓ Transparência.

## 5.5 Logomarca



*Tomar água nos dá vida. Tomar consciência nos dará água.*

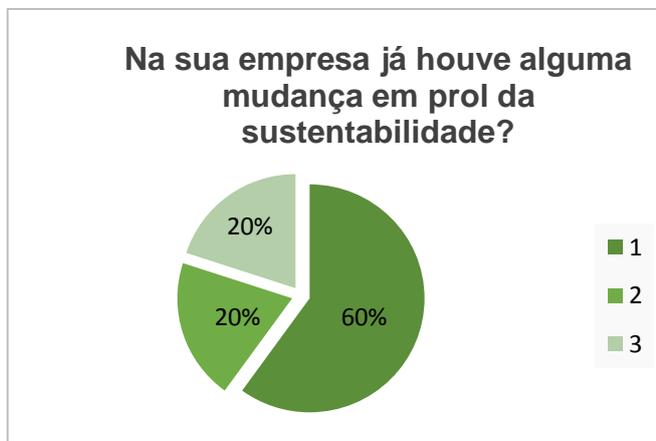
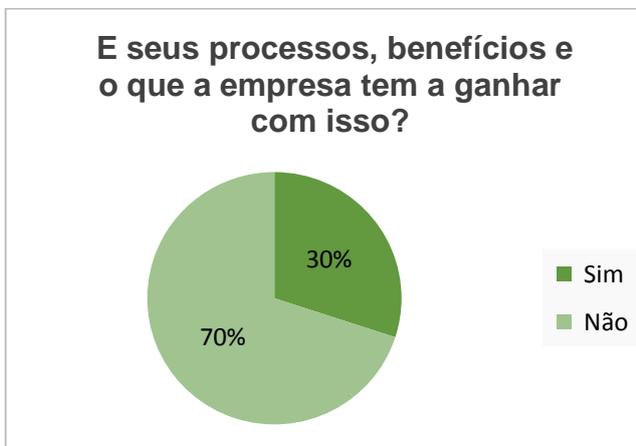
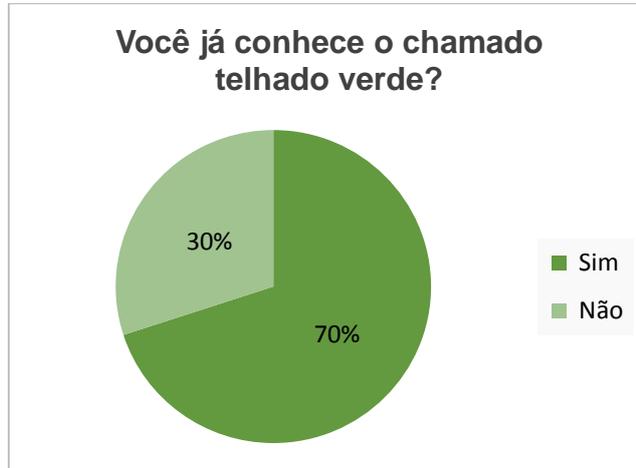
Figura 1: Logomarca da empresa - Fonte: Própria

## 6 Análise de Mercado

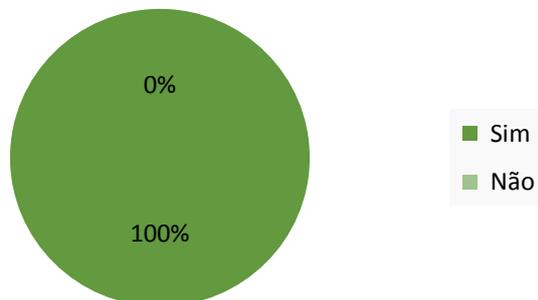
### 6.1 Identificação do Mercado

Inicialmente nossa área de atuação será nas zonas Sul e Oeste da cidade do Rio de Janeiro, porque de acordo com a nossa pesquisa, estas são as áreas que apresentam maior compatibilidade com os nossos valores e propostas.

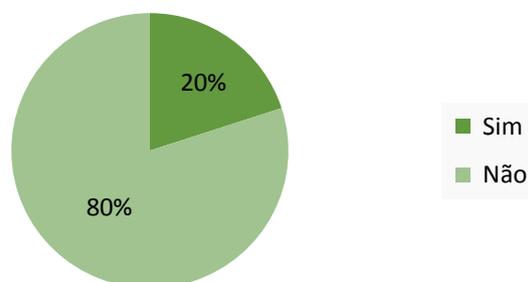
## 6.2 Pesquisa de Mercado



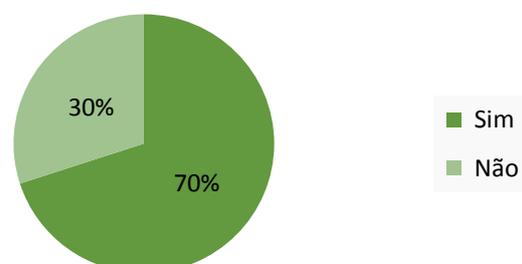
**Você considera o telhado verde como uma opção estética?**



**Você já pensou no telhado verde como uma prevenção do meio ambiente para as futuras gerações?**



**Você acredita que o telhado verde contribui para a melhoria na qualidade de vida?**



De acordo com os dados apurados na pesquisa realizada observamos que a grande parte das empresas conhece o telhado verde; porém uma pequena porcentagem delas tem conhecimento de seus processos e benefícios para sua instituição.

Em sua grande maioria consideram o telhado verde como opção estética e não como uma forma de prevenção do meio ambiente para as futuras gerações, não atribuem à uma forma de obter benefícios para suas organizações.

À medida que informamos que a implantação do telhado verde gera redução no consumo de energia e uma economia significativa de água não potável que poderia ser reutilizada, 70% das empresas mostraram interesse em adquirir o projeto, pois entenderam que é um investimento que traz retorno, não somente sustentável, mas também financeiro devido à economia de água e conforto térmico.

### **6.3 Clientes e segmentação de Mercado**

Segundo uma pesquisa de dados estatísticos, a região Sudeste concentra o maior número em empresas no Brasil, sendo 9,10% em São Paulo, 1,90% em Minas Gerais e 4,01% no Rio de Janeiro.

Acreditamos que a aceitação das nossas propostas e serviços é alta, por isso nosso segmento será direcionado para empresas que buscam adaptar-se à nova proposta de mercado, sendo beneficiada com economia a longo prazo, qualidade de trabalho e valorização da marca.

Nossa proposta envolve uma nova visão ao trabalho, trazendo conscientização para que os impactos e agressões ao meio ambiente, por parte de pessoa jurídica, seja amenizado gradativamente com a finalidade de pouparmos e usarmos melhor os recursos hídricos disponíveis.

*Referência da pesquisa citada - <http://empresometro.com.br/Site/Estatisticas>.*

## **7. Público-Alvo**

Nosso público-alvo são empresas que tenham como valor a sustentabilidade e estejam dispostas a se adaptarem às novas ações e propostas para contribuir com a diminuição do impacto negativo no meio ambientes.

## 8. Análise SWOT

### 8.1. Análise SWOT - Própria

AMBIENTE INTERNO	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Preço diferenciado;</li><li>✓ Funcionários próprios e terceirizados capacitados;</li><li>✓ Inovação.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Capital de giro limitado;</li><li>✓ Clientes não consolidados;</li><li>✓ Iniciantes no mercado.</li></ul>
AMBIENTE EXTERNO	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Crise Hídrica no país;</li><li>✓ Poucos concorrentes;</li><li>✓ Sociedade mais consciente e preocupada com a preservação do meio ambiente.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Fatores climáticos;</li><li>✓ Economia instável;</li><li>✓ Dependência de produtos e mão de obra terceirizada;</li></ul>

Quadro 3: Análise SWOT da Guarda a Chuva - Fonte: Própria.

#### 8.1.1 Ações da Guarda a Chuva para Fraquezas do Ambiente Interno

**Capital de giro limitado:** Faremos divulgação dos projetos da Guarda a Chuva com o objetivo de aumentar as vendas, mantendo um planejamento para alcançar as metas estabelecidas. Dessa forma, pretendemos aumentar a receita e reduzir a dependência do capital de giro.

**Clientes não consolidados:** Utilizaremos as ferramentas de marketing para captar novos clientes, com atendimento personalizado de acordo com a necessidade particular de cada um. Também utilizaremos do nosso diferencial, oferecendo a garantia de seis meses na aquisição de qualquer projeto e assim, o cliente ganhará a primeira manutenção.

**Iniciantes no mercado:** Como o mercado ainda é pouco divulgado, utilizaremos ferramentas de marketing direto como divulgação em feiras e em

eventos de sustentabilidade, anúncios em revistas de arquitetura. Também investiremos no nosso site e nas redes sociais. Nosso objetivo é captar clientes e difundir a conscientização sobre o cuidado que devemos ter como o meio ambiente e os recursos naturais disponíveis. Usaremos da força do nosso investimento na divulgação, não somente da Guarda a Chuva, mas também do papel, do exercício que a sociedade tem perante o meio ambiente, dessa forma iremos promover o nosso posicionamento no mercado.

### **8.1.2 Ações da Guarda a Chuva para Ameaças do Ambiente Externo**

**Fatores climáticos:** Investiremos em tecnologia e estudo sobre os fatores e condições climáticas para que assim possamos ter o mínimo controle sobre as épocas geralmente favoráveis ao nosso segmento de mercado.

**Concorrentes de mercado:** Não temos muitos concorrentes diretos, pois o foco dos nossos projetos é a reutilização de águas pluviais em empresas. Faremos acompanhamento do mercado e investiremos em inovação para que possamos manter vantagem competitiva.

**Dependência de produtos de terceiros:** Investir em estudo para produção dos próprios insumos.

**Economia instável:** Planejaremos direções para metas de vendas e fidelização dos clientes. (Reduzindo custos das empresas terceirizadas e das campanhas de marketing).

### **8.2. Análise SWOT – Concorrentes**

Em nossa região e estado não possui muitos concorrentes diretos a nossos produtos. Porém empresas que oferecem produtos sustentáveis com preço e serviços avulsos se tornam se concorrentes.

AMBIENTE EXTERNO	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Crise Hídrica no país;</li><li>✓ Baixa concorrência;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Fatores Climáticos;</li><li>✓ Economia Instável;</li><li>✓ Dependência de produtos terceirizados.</li></ul>
AMBIENTE INTERNO	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Empresa estabelecida no mercado;</li><li>✓ Funcionários capacitados;</li><li>✓ Oferecem mais serviços e produtos;</li><li>✓ Possuem parcerias com outras empresas;</li><li>✓ Segurança para novos investimentos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Preços elevados;</li><li>✓ Pouco investimento em publicidade;</li><li>✓ Não reutilizam a água da chuva.</li></ul>

Quadro 4: Análise SWOT Concorrentes - Fonte: Própria.

### 8.3. Conclusão da Análise SWOT

A Análise SWOT na gestão de estratégia estuda e identifica oportunidades, ameaças, forças e fraquezas dentro do ambiente interno e externo da empresa.

Por sermos uma empresa de soluções para captação e reutilização das águas pluviais, nosso nicho de concorrentes no Estado do Rio de Janeiro é quase nulo e o índice de aceitação do nosso serviço é alto, isso reduz as nossas ameaças e aumentam nossas possibilidades de sucesso para estabelecer a nossa empresa nesse segmento.

## 9. As 5 Forças de Porter



### 9.1. Rivalidade entre os Concorrentes

Identificamos neste setor que o nível de rivalidade é baixo. A ideia de empresas sustentáveis ainda é um assunto novo no Brasil, com isso, a divulgação é mínima, principalmente no estado do Rio de Janeiro. Somos uma empresa que se preocupa com sua imagem e que pretende investir em marketing e publicidade para mostrar não só aos nossos clientes, mas a todos, sobre a importância da preservação e cuidado com os recursos naturais, enfatizando a reutilização da água da chuva.

### 9.2. Poder de barganha dos fornecedores

O impacto no poder de barganha dos fornecedores é baixo. Poucas empresas da região oferecem os mesmos serviços. Temos produtos que são específicos a alguns fornecedores por serem novos no mercado, porém os fornecedores não exercem o poder decisório no mercado. Queremos equilibrar as necessidades dos nossos clientes com produtos de qualidade e bons preços mantendo a parceria com os nossos fornecedores.

### **9.3. Poder de barganha dos clientes**

Caracterizamos o impacto no poder de barganha dos clientes como baixo, pois não há concorrência direta no nosso campo de atuação. Os clientes estão à procura de produtos com alta qualidade e por um preço acessível. Eles têm como necessidades informações sobre serviço/produto antes de efetuar a compra. O processo para fabricação também é um fator importante na tomada de decisão da compra. A Guarda a Chuva oferece serviços inovadores, buscando manter o preço compatível com a necessidade do cliente.

### **9.4. Ameaça de produtos substitutos**

O impacto na ameaça de produtos substitutos é alto. Como trabalhamos com telhados verdes voltados para o reaproveitamento da água da chuva, o mercado para produtos substitutos ainda é pequeno, porém os insumos são encontrados com facilidade no mercado.

### **9.5. Ameaça de novos entrantes**

O impacto na ameaça de novos entrantes é alto, pois trata-se de um mercado livre de barreiras de entrada. A poluição cada vez maior, as crises hídricas, aquecimento global e desmatamento favorecem o surgimento de novas empresas com criações de novos produtos e serviços para suprir essa necessidade.

## **10. Estratégia de Mercado**

A Guarda a Chuva investe em análise de mercado para identificar as necessidades do nosso segmento e em tecnologia para apropriar seus projetos, além de promover a identidade da marca, aproximando a empresa dos seus clientes.

Ao disseminar a marca no mercado, os objetivos da empresa estarão atrelados aos projetos, como cuidado com o meio ambiente, redução do uso de recursos naturais, diminuição na produção de CO<sub>2</sub> na atmosfera, atribuindo esses fatores na redução de custos das organizações. Esses assuntos são nossa prioridade e por isso investiremos na divulgação de matérias pertinentes.

### **10.1. Objetivos de Marketing**

- ✓ Alcance e consciência da marca;
- ✓ Fidelização dos clientes;
- ✓ Busca por novos clientes;
- ✓ Promover benefícios.

### **10.2. Vantagem e Diferenciação em relação aos Concorrentes**

Em nossa área geográfica de atuação, esse serviço não possui um alto nível de concorrência direta. Os concorrentes que identificamos estão em São Paulo, Porto Alegre e em Niterói-RJ. No município de Niterói temos a Teto Verde como principal concorrente, esta empresa oferece serviços de arquitetura e paisagismo somente, porém nossos serviços se diferenciam pelo objetivo. O foco da Guarda a chuva é a reutilização da água da chuva, oferecemos aos clientes serviços de qualidade, buscando inovações aplicáveis no dia a dia.

A Guarda a Chuva possui um diferencial atrelado a venda de seus projetos, pois entendemos que por ser um mercado novo nossos clientes precisam de apoio e suporte nos primeiros meses de uso. Por esse motivo iremos oferecer 6 meses de garantia e uma manutenção do serviço prestado de forma gratuita, durante esse período, pois para os projetos que incluem telhado verde, são indicadas, pelo menos, duas manutenções anuais.

### **10.3. Plano de Marketing**

No plano de marketing identificamos nossos concorrentes, público alvo, mercado e estratégia de mercado dessa forma serão usadas ferramentas mencionadas acima para divulgar a marca, conquistar e fidelizar os clientes com o objetivo de alavancar as vendas.

#### **10.4. Divulgação**

Desenvolveremos campanhas de marketing para divulgação da marca e produtos, com intuito de atingir as empresas de pequeno, médio e grande porte, usando grandes veículos como internet, redes sociais, marketing direto em feiras de sustentabilidade e arquitetura, congressos de novos projetos, congressos empresariais, conquistando clientes, conscientizando o público.

Para programar o Plano de Marketing do nosso projeto será necessário investir em stands de Feiras de arquitetura e sustentabilidade, R\$1.160,00 em anúncio na revista Arquitetura e Decoração de arquitetura e decoração com plano trimestral, R\$ 960,00 com a identidade visual que inclui - logotipo, cartão de visita, cartaz e folder que será confeccionado pela gráfica Universo Digital e com o pró-labore das profissionais de marketing R\$1.760,00 por mês.

Os custos com stands em eventos e feiras de arquitetura sustentável que teremos são - um stand de 12m<sup>2</sup> no Evento da Rede Alcântara custa cerca de R\$2.422,00 e não inclui montagem. Um stand de 9m<sup>2</sup> na Expo Arquitetura Sustentável custa R\$ 7.506,00 e inclui a área, taxas e montagem. Na Feira Hype, um stand de 9m<sup>2</sup> tem o custo de R\$3.000,00.

Acreditamos que as feiras e eventos de arquitetura e sustentabilidade são perfeitos para que possamos nos inserir no mercado, pois nesses eventos serão apresentados os mais diversos setores de sustentabilidade do mercado como aquecimento e refrigeração, arquitetura sustentável, eficiência energética, qualidade ambiental interna, sistemas construtivos, uso racional da água, entre outros. Ou seja, participarão arquitetos, designer, engenheiros, incorporadoras, órgãos governamentais, prestadores de serviços e todo um público qualificado interessado nas tecnologias sustentáveis que a feira trará.

#### **10.5. Imagem do Negócio**

A nossa marca irá se posicionar de forma que os clientes ao pensar em redução de custos, contribuição para melhorias ambientais, na qualidade de vida no trabalho irão escolher prontamente a nossa empresa.

## **10.6. Parcerias e Aliança**

Realizaremos uma parceria com o prédio onde atenderemos os nossos clientes. A proposta é implantar o telhado verde para amostra do nosso serviço aos clientes e descontar da taxa de condomínio.

## **11. Análise do Composto de Marketing**

### **11.1. Produto**

A Guarda a Chuva oferece inicialmente três projetos sustentáveis para alcançar mercado, proporcionando ao cliente opções de acordo com a característica de cada um. Os projetos são ricos em qualidades e desenvolvimento.

#### **11.1.1. Nossos Projetos**



É composto pelo telhado verde, filtro purificador, planejamento do projeto e instalação da cisterna. Esse projeto é o mais completo e oferece um melhor aproveitamento do processo de reuso da água.



É composto pelo telhado verde, planejamento do projeto e instalação da cisterna. Este projeto é para os clientes que não desejam obter o filtro purificador, porém desejam o processo para direcionar a água da chuva para cisterna e reaproveitá-la.



É composto pelo telhado verde, filtro purificador e planejamento do projeto. Este projeto é para empresas que já possuem uma cisterna e desejam contratar o serviço de implantação do telhado verde e do filtro purificador.

#### **11.1.2. Processo de Instalação do Filtro Purificador**

A sua função é realizar a filtragem da água captada, ou seja, funciona como um separador de resíduos da água da chuva e clareador, para fazer ligação do ciclo para o processo de reuso. Ele pode ser instalado na calha ligada ao telhado ou na entrada da cisterna, varia de acordo com as condições do ambiente em que for implementado o projeto e/ou preferência do cliente.

Nesse processo, a água passará pela calha e será direcionada à cisterna, onde ficará armazenada.

O filtro usado por nós será fornecido pela empresa Chove Chuva e terá o custo de R\$ 350,00. Faremos o pedido somente quando os projetos forem orçados, dessa maneira não teremos ativo parado em estoques.

Dando continuidade ao processo, após a água passar pelo filtro, o processo de purificação simples se iniciará para limpar a água direcionada à cisterna.

#### **11.1.3. Processo de Instalação da Cisterna**

A cisterna terá o custo de R\$1.400,00, o maior custo que teremos com produtos terceirizados necessários para o sistema.

O cliente deve estar ciente da capacidade de armazenamento e avaliar se é o que necessita, principalmente em relação a área que será ocupada.

A cisterna se apresenta na forma de kit feito em plástico de engenharia reforçada (PEAD) com alta resistência química e mecânica, pré-montado com acoplamento de encaixe, pronto para uso e sua função é armazenar a água captada.

Ela pode ser fixada acima ou abaixo do solo, a escolha varia de acordo com as condições do terreno e a preferência do cliente.

Para a instalação da cisterna, é necessário que verificar a presença de lençol freático, o grau de impermeabilidade do solo e a natureza do solo. Essa verificação deve ser feita com o objetivo de evitar variações que possam danificar a estrutura da cisterna.

É importante fazer um levantamento das proximidades, verificando instalações hidráulicas, elétricas ou de gás, para evitar acidentes por rompimento destas na escavação.

A escavação deve ser feita construindo um talude com inclinação de acordo com o tipo de solo (a inclinação deverá ser dimensionada pelo responsável técnico da obra).

#### **11.1.4. Processo de Produção do Telhado Verde**

A implantação do telhado verde é feita a partir de 5 etapas. Na primeira etapa são construídas as muretas de contenção, acima da laje paredes de alvenarias rebocadas com argamassa e com os drenos já instalados.

A segunda etapa, após a construção é aplica-se o material impermeabilizante na laje e nas muretas, sendo o número de vezes especificado pelo fabricante.

Na terceira etapa é colocado o material que irá compor a camada drenante, sendo a espessura dependendo do porte das plantas. Na quarta etapa, é colocado o material da camada filtrante, o mais indicado é uma manta têxtil. Logo após é introduzida a camada de solo com a espessura relativa ao porte das plantas, com os nutrientes necessários para o estabelecimento das plantas no telhado e por fim, na quinta etapa são introduzidas as mudas ou plantas que irão compor o futuro telhado verde.

Para construção de um telhado verde de qualidade é necessário destacar os elementos fundamentais para este processo.

##### **✓ Laje**

Elemento estrutural onde devem ser consideradas as cargas permanentes e as cargas acidentais. Também pode ser utilizado outro suporte estrutural.

✓ **Camada impermeabilizante**

A função desse elemento é proteger o elemento estrutural de infiltrações, podem ser utilizados materiais diferentes como betuminosos e sintéticos.

✓ **.Isolante térmico**

Esse elemento é utilizado de acordo com a incidência de energia solar que a cobertura absorve, o *poliestireno extrudado* pode ser utilizado como material isolante térmico.

✓ **Camada Drenante**

Tem como função dar vazão ao excesso de água no solo, pode ser construída de argila expandida, brita ou seixos de diâmetros semelhante, sendo fundamental para o sistema. Sua espessura pode varia de 7 cm a 10 cm. Elementos industrializados a base de *poliestireno* são frequentemente utilizados na Europa por também apresentarem características de isolante térmico.

✓ **Camada filtrante**

Evita que a água das chuvas e das regas arraste as partículas de solo do telhado verde. Utiliza-se normalmente uma manta geotêxtil.

✓ **Solo**

Substrato orgânico que possua boa drenagem, de preferência um solo não argiloso que apresente uma boa composição mineral de nutrientes para o sucesso das plantas. A espessura varia de acordo com o tamanho das plantas, ou seja, quanto maior for as plantas, maior será a sua profundidade do solo.

✓ **Vegetação**

Para a sua escolha é necessário o conhecimento do clima do local de implantação, o tipo de substrato a ser utilizado e o tipo de manutenção que será adotada para os elementos do projeto. No caso de irrigações, o ideal é a escolha de plantas que não sejam dependentes de umidade e sejam resistentes ao estresse hídrico.

## 11.2. Preço

Nossa estratégia de mercado está destinada a produtos de qualidade e a um preço justo de mercado. Queremos inovar e mostrar que podemos oferecer serviços que ajudam as organizações na melhoria da preservação ambiental e é usado como um diferencial.

Realizamos uma pesquisa de mercado onde identificamos a média de preço aplicado e com essas informações a Guarda Chuva se propôs a lançar os produtos com um preço que cobre os custos operacionais e garante um lucro de 15% em cima de cada projeto.

PROJETOS - GUARDA A CHUVA - POR M <sup>2</sup>			
ITEM	PROJETO	DESCRIÇÃO	VALOR
1	ECO CASA	Telhado Verde	R\$ 4.449,23
		Instalação da Cisterna	
		Filtro Purificador	
2	ACQUA CASA	Telhado Verde	R\$ 3.910,77
		Instalação da Cisterna	
3	GREEN CASA	Telhado Verde	R\$ 2.295,38
		Filtro Purificador	

Quadro 5: Preços de Projetos – Guarda a Chuva - Fonte: Própria.

A tabela de preços mostra os valores de cada projeto oferecido pela Guarda a Chuva por m<sup>2</sup>. Os preços da instalação da cisterna e do filtro purificador são fixos. O valor de cada projeto varia de acordo com a metragem do telhado verde.

## 11.3. Promoção

As Promoções de Vendas iniciarão o nosso Mix de Comunicação oferecendo incentivos de compra em curto prazo, com o objetivo de atrair clientes.

O Marketing Direto e Digital será feito através de e-mail, telefones, redes sociais e sites. Nas redes sociais faremos posts promocionais e posts sobre outros problemas ambientais, novas regras, novos produtos e daremos dicas de como as pessoas podem amenizar o impacto no meio ambiente. No nosso site terá informações sobre a nossa empresa – missão, valores e visão, nossos contatos,

endereço e todos os projetos que oferecemos. Utilizaremos o e-mail, telefone para tentar um contato direto com os clientes e também para captar novos, assim como faremos demonstração do nosso produto através de visitas técnicas.

Como o Marketing digital será feito pelas sócias especialistas em Marketing, o custo está embutido no pró-labore.

Também vamos ter stand em eventos e feiras de arquitetura sustentável promovendo a imagem e criando uma nova rede de contatos, facilitando a captação de mais clientes. O custo de um stand de 12m<sup>2</sup> no Evento da Rede Alcântara é cerca de R\$2.422,00 e não inclui montagem. Um stand de 9m<sup>2</sup> na Expo Arquitetura Sustentável custa R\$ 7.506,00 e inclui a área, taxas e montagem. Na Feira Hype, conseguimos uma proposta de um stand de 9m<sup>2</sup> por R\$3.000,00.

O custo de R\$ 960,00, dado pela gráfica Universo Digital, para a criação da identidade visual da Guarda a Chuva, inclui - logotipo, cartão de visita, cartaz e folder e o prazo para entrega é de 30 dias corridos.

Como somos novos entrantes no mercado e nossa marca ainda não é forte, faremos anúncios na revista Arquitetura e Decoração para alcançar o maior número de clientes possíveis, pois acreditamos que o público alvo da revista seja compatível com o nosso. Assim, estaremos visíveis a quem se interessa por arquitetura e pode ter a chance de vincular arquitetura à sustentabilidade.

Faremos um plano trimestral e teremos um custo de:

Valor Mensal	Valor Anual
R\$ 1.160,00	R\$ 4.650,00

Outro ponto importante da venda é oferecer algumas promoções fixas e algumas sazonais, por isso pensamos nas seguintes promoções:

**Manutenção sustentável (fixa):** Independente do projeto, o cliente terá garantia de seis meses, garantindo assim, a primeira manutenção gratuita.

**Combo verde (fixa):** Ao adquirir dois projetos, o cliente terá 15% de desconto no valor total.

**Redes sociais (sazonal):** Pensamos em apresentar algumas promoções através dos nossos posts oferecendo algo próximo a 10% de desconto. Pensamos em algo relacionado com a plantação de alguma muda.

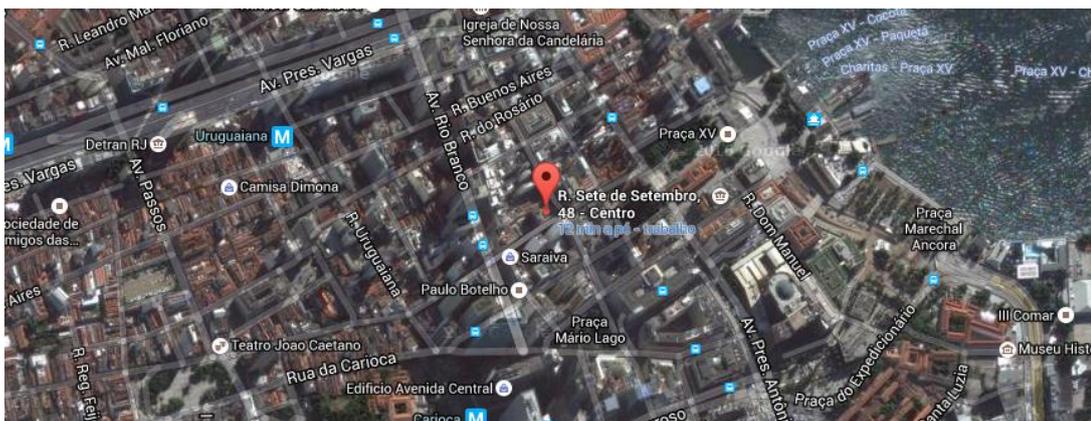
#### 11.4. Praça

A Guarda a Chuva pretende operar inicialmente em todo o estado do Rio de Janeiro e escolhemos o centro do Rio de Janeiro como praça, pois é um foco comercial.

##### 11.4.1 Localização

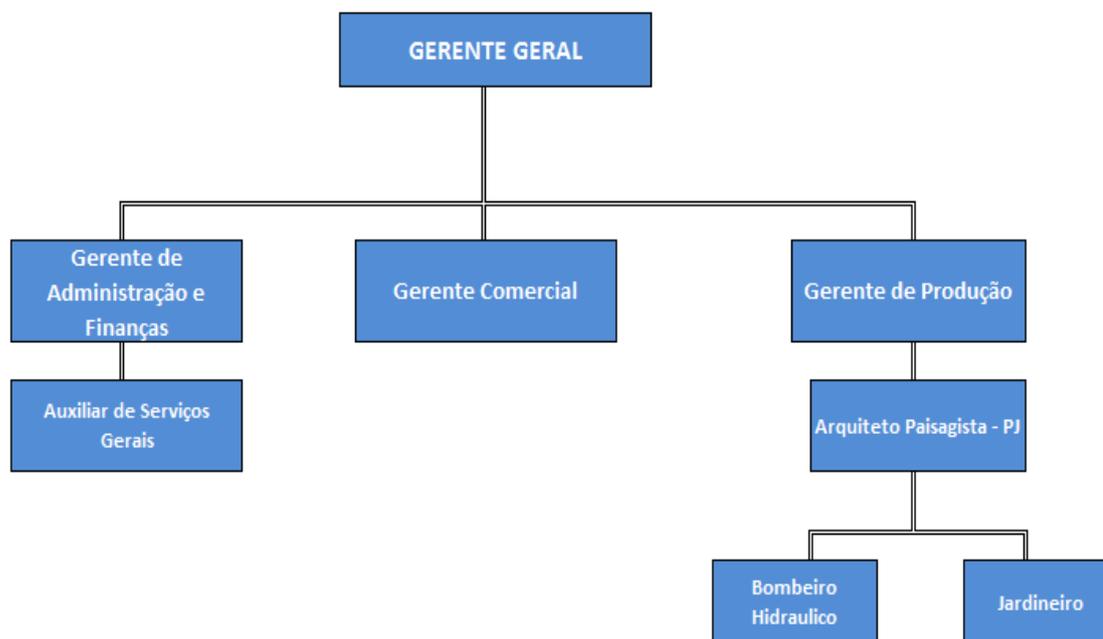
Nossa loja fica na Rua Sete de Setembro, 48 – Centro do Rio de Janeiro. Temos também um canal de comunicação para divulgação e vendas através do nosso site:

**[www.guardaachuva.com.br](http://www.guardaachuva.com.br)**



## 12. Gerência e Planejamento Operacional

### 12.1. Organograma



### 12.2. Equipe Gerencial

**Érika Medina Rodrigues:** cursando Graduação em Administração de empresas pela Universidade Candido Mendes/RJ, certificada pelos cursos de Excel avançado, Inglês intermediário pela OnYou Cursos, Técnico em administração pelo Colégio Estadual Aurelino Leal, informática pela Cedaspy e Compliance - Treinamento Interno Utc Engenharia. Trabalhou como Assistente de Recursos Humanos na empresa Multicargo e como Assistente de DP/RH na empresa UTC Engenharia sendo responsável pelas Atividades de Avaliação de Desempenho, Recrutamento e Seleção, Processo de Admissão e DEMISSÃO, Treinamento Compliance dentro das Organizações, Administração de benefícios, avaliação e cálculo de PLR, Controle de empresas subcontratadas, responsável por treinamento de Integração, avaliação da aplicabilidade da SA 8000.

**Sabrina Dias Ribeiro:** Cursando Graduação em Administração de empresas pela Faculdade Candido Mendes/RJ, certificada pelo curso de Gestão Administrativa pelo IEBEU e Jovem Aprendiz pela empresa HP Impermeabilização Ltda. Trabalhou como Estagiária na empresa Resintran Assessoria e Regulação de Sinistro Ltda e na empresa Personal Service Rh e Assessoria Empresarial Ltda sendo responsável por Auxiliar na área do benefício de plano de saúde, fazer consultas e atualizações de dados no sistema RM Labore, apoiar no controle em planilhas, auxiliar no arquivamento de documentos, apoiar na triagem de documentação, receber e enviar malotes, auxiliar no processo admissional.

**Barbara Faria De Carvalho:** Cursando Graduação em Administração de empresas pela Faculdade Candido Mendes/RJ, certificada pelo curso de Informática Pacote Office pela Microlins; SAP; Iniciando Um Pequeno Grande Negócio pelo SEBRAE; Controles Financeiros pelo SEBRAE; Atendimento ao Cliente pelo SEBRAE; Processos Gerenciais pela Universidade Candido Mendes e Imersão de espanhol na escola Coined em Santiago – Chile. Trabalhou como Estagiária de revisão na empresa Bom Negócio Atividades de Internet LTDA, como estagiária área de treinamento na empresa SEBRAE RJ e como Estagiária Global Market/ICT na empresa Ampla Energia e Serviços S/A.

**Luanna Da Silva Miguel Monteiro:** Cursando Graduação em Administração de empresas pela Faculdade Candido Mendes/RJ, certificada pelos cursos de MBA Junior em Finança pela Universidade Candido Mendes, Excel Avançado pelo Tema Informática, Inglês – Básico pela PBF, Curso Conexão/CDI- Treinamento para o mercado de trabalho pelo CISC. Trabalhou como Auxiliar Operacional e Consultora de viagens pela empresa Avipam Turismo e como Vendedora/balconista na empresa Srta. Rosa.

### **12.3. Plano de Recursos Humanos**

A Guarda a Chuva não possui um plano de Recursos Humanos, pois a mão-de-obra indireta é realizada pelos sócios e a mão de obra direta é realizada por uma empresa terceirizada. A manutenção predial também será feita por uma empresa terceirizada duas vezes por semana.

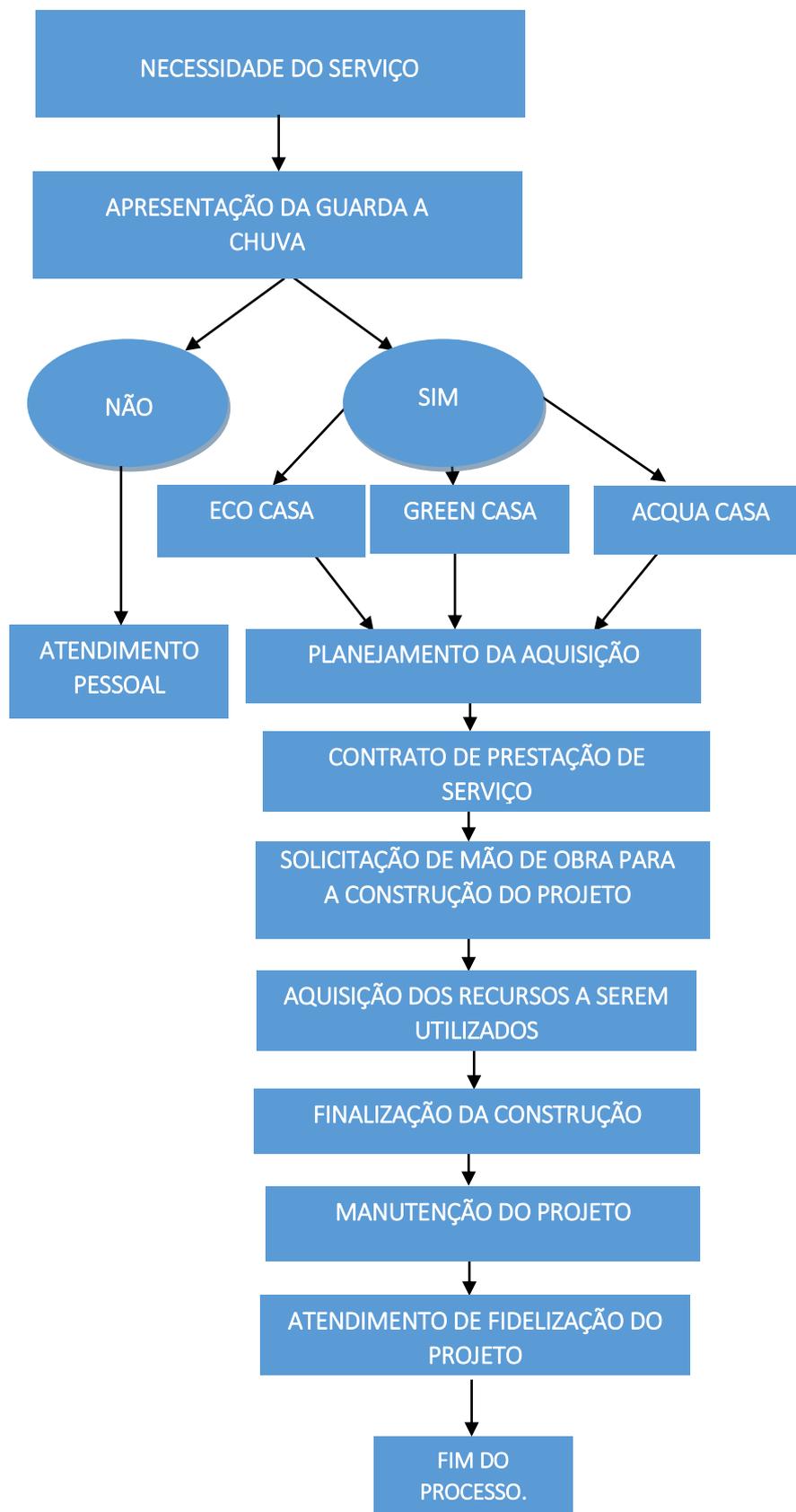
No setor administrativo, temos duas sócias que serão responsáveis pelas atividades, desde a recepção dos clientes até o fechamento do financeiro do contrato.

No setor comercial temos uma sócia responsável pela captação e manutenção dos contratos com os clientes.

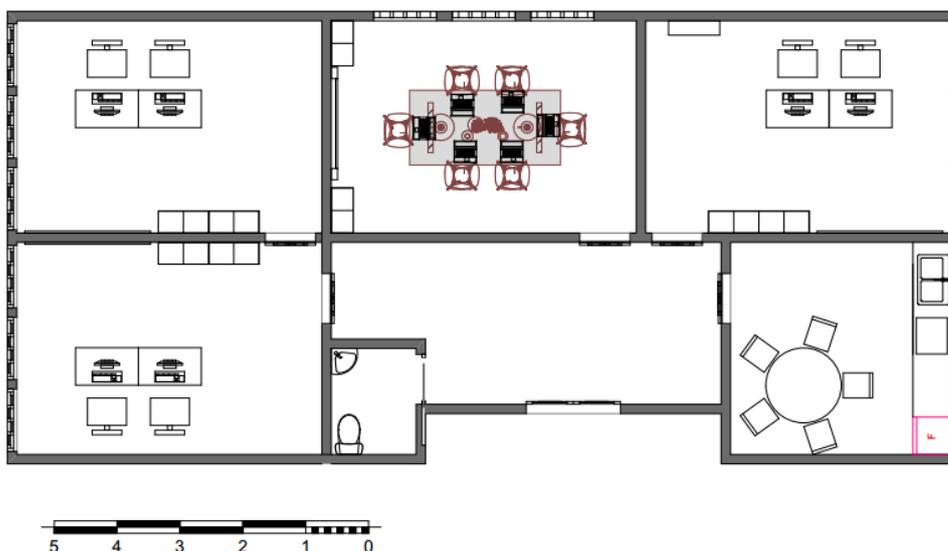
No setor de Produção teremos uma sócia responsável pelo gerenciamento operacional da empresa.

Concluimos que não haverá necessidade de implantarmos um plano de cargos e salários na Guarda a Chuva.

## 12.4. Fluxograma



## 12.5. O Imóvel



1 Pavimento Térreo  
1:75

## 12.6. Capacidade Instalada

A capacidade instalada nada mais é do que o potencial total de produção da empresa, através de seus recursos disponíveis, o que inclui equipamentos, mão-de-obra, conhecimento, entre outros. Ela vai além de onde a empresa quer chegar, ou quantos projetos a Guarda a Chuva almeja vender. Varia também de acordo com a quantidade de funcionários disponíveis para a implantação dos nossos projetos.

Nossa capacidade de produção varia de acordo com o valor da metragem de cada projeto. Calculamos em média, 17 horas para conclusão de um projeto de 100m<sup>2</sup>. Nosso cálculo foi contabilizado uma carga horária diária de 8 horas de trabalho.

*Calculo: 17 horas = 2 dias de trabalho + 1 hora extra.*

Serão necessários dois dias para realizar um 1 projeto de 100m<sup>2</sup>. No mês serão, em média, 15 projetos mensais (30 dias/2 dias para 1 projeto = 15

projetos/mês. Esse cálculo foi feito a partir do número mão-de-obra terceirizada disponível na nossa empresa - 1 jardineiro e 1 bombeiro.

A Guarda a Chuva não possui equipamentos, máquinas e estoque de insumos utilizados para a produção dos serviços, todos os insumos são comprados de nossos fornecedores de acordo com a demanda de projeto e os equipamentos serão fornecidos pela empresa terceirizada junto com a mão de obra na realização das atividades pertinentes.

### **13. Indicadores de Desempenho**

Os Indicadores de Desempenho, que também são chamados de KPI (Key-Performance Indicators), tem o papel de comunicar e mensurar o alcance da estratégia, contribuem significativamente para o controle da empresa através da comparação do desempenho atual com a meta definida para o indicador. Outro ponto importante para esse controle é ter os objetivos claros para definir as metas que devem ser alcançadas.

A partir dessas informações, a elaboração e a gestão dos indicadores de desempenho podem ser direcionadas ao monitoramento da evolução dos resultados da empresa e auxiliar no processo de tomada de decisão e criação de estratégias de melhoria e correção.

Para auxiliar a Guarda a Chuva nesse processo, definimos quatro indicadores:

#### **13.1. Produtividade Quantidade de Projetos**

Nesse indicador mediremos a quantidade de projetos realizados mensalmente. No primeiro ano, temos como meta fazer um projeto de 100m<sup>2</sup> de cada modelo proposto pela nossa empresa, ou seja, três projetos mensais.

### 13.2. Lucratividade

Com esse indicador vamos controlar a nossa meta em relação às vendas. No primeiro ano, como a meta é fazer um projeto de 100m<sup>2</sup> de cada modelo proposto pela nossa empresa, o preço meta é R\$ 75.538,46 – somatório do valor de cada modalidade para 100m<sup>2</sup>.

### 13.3. Prazo de Entrega do Projeto

Nesse indicador, medimos nossa eficiência na entrega dos projetos com base em uma pesquisa que indica que a duração média para implementar 6m<sup>2</sup> é de 1 hora. Com isso, como nossa metragem estipulada para meta é de 100m<sup>2</sup>, fizemos uma projeção de entrega em até 17 horas que equivale à 2 dias e 1 hora de trabalho, contabilizados a partir de 8 horas de trabalho por dia.

### 13.4. Satisfação dos clientes

Mediremos a satisfação dos nossos clientes com base na régua abaixo. Nossa meta é ter 70% do feedback sobre o nosso serviço como “ÓTIMO”.

120%	100%	80%
ÓTIMO	BOM	RUIM

Poderemos medir a satisfação por meio de pesquisas online e pesquisas realizadas nos próprios beneficiados pelos projetos ao final deles. Com esse resultado, poderemos estabelecer estratégias de melhorias em relação à qualidade dos serviços prestados pelos integrantes da Guarda a Chuva.

### 13.5. Plantação de árvores a cada m<sup>2</sup>

Nesse indicador mediremos a quantidade de árvores que a Guarda a Chuva consegue plantar por mês, visando contribuir com o meio ambiente. A meta é plantar 5 árvores a cada 100m<sup>2</sup> vendido. Como nossa meta no primeiro ano é realizar três projetos de 100m<sup>2</sup> por mês, no ano a meta é de – 3.600m<sup>2</sup> vendidos e 180 árvores plantadas.

#### **14. Planejamento Financeiro**

O plano financeiro da Guarda foi realizado a partir da integração de 50% de capital próprio através do investimento das seis sócias e 50% capital de terceiros através de empréstimo com o banco BNDES com uma taxa de juros mensal de 1,71%, que convertida apresenta 20,50% ao ano, calculando uma Taxa Mínima de Atratividade de 22,04%.

Projetamos nosso fluxo de caixa para cinco anos em três cenários, sendo eles: cenário provável, otimista e pessimista. Analisamos a partir das entradas e saídas financeiras a viabilidade deste novo negócio em relação às variações dos cenários. No balanço patrimonial analisamos as contas da Guarda a Chuva, onde seus bens e direitos estão equilibrados com as obrigações e o patrimônio líquido.

Na análise da viabilidade do negócio observamos que o retorno do investimento inicial nos três cenários varia de 1 a 3 anos no payback simples e de 2 a mais de 5 anos no payback descontado. A Guarda Chuva se torna viável no cenário provável e otimista, pois apresenta uma Taxa Interna de Retorno superior a Taxa Mínima de Atratividade.

### 14.1. Capital Inicial

CAPITAL	
INTEGRALIZAÇÃO (50% DOS SÓCIOS e 50% DE TERCEIROS)	
<b>EMPRÉSTIMO BNDES</b>	<b>R\$ 100.000,00</b>
SÓCIA - ANDRESSA MORAES LEOPOLDINO	R\$ 10.000,00
SÓCIA - BARBARA FARIA DE CARVALHO	R\$ 20.000,00
SÓCIA - DANIELA FIGUEIRA DE ANDRADE	R\$ 10.000,00
SÓCIA - ÉRIKA MEDINA RODRIGUES	R\$ 20.000,00
SÓCIA - LUANNA DA SILVA MIGUEL MONTEIRO	R\$ 20.000,00
SÓCIA - SABRINA DIAS RIBEIRO	R\$ 20.000,00
<b>TOTAL DE CAPITAL PARA INTEGRALIZAÇÃO</b>	<b>R\$ 200.000,00</b>

### 14.2. Demonstração do Resultado do Exercício no Cenário Provável

DRE - CENÁRIO PROVÁVEL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1 - RECEITA BRUTA	R\$ 330.000,00	R\$ 390.000,00	R\$ 450.000,00	R\$ 510.000,00	R\$ 570.000,00
2 - DEDUÇÕES - SIMPLES NACIONAL	-R\$ 18.051,00	-R\$ 26.676,00	-R\$ 30.780,00	-R\$ 34.884,00	-R\$ 42.978,00
3 - RECEITA LÍQUIDA (1-2)	R\$ 311.949,00	R\$ 363.324,00	R\$ 419.220,00	R\$ 475.116,00	R\$ 527.022,00
4 - CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDOS	-R\$ 49.500,00	-R\$ 58.500,00	-R\$ 67.500,00	-R\$ 76.500,00	-R\$ 85.500,00
5 - LUCRO BRUTO OPERACIONAL (3-4)	R\$ 262.449,00	R\$ 304.824,00	R\$ 351.720,00	R\$ 398.616,00	R\$ 441.522,00
6 - DESPESAS OPERACIONAIS	-R\$ 239.289,92	-R\$ 252.486,00	-R\$ 268.249,68	-R\$ 285.274,44	-R\$ 303.661,20
6.1 - DESPESAS COMERCIAIS	-R\$ 59.899,96	-R\$ 63.396,00	-R\$ 67.603,68	-R\$ 72.147,96	-R\$ 77.055,84
6.2 - DESPESAS ADMINISTRATIVAS	-R\$ 179.389,96	-R\$ 189.090,00	-R\$ 200.646,00	-R\$ 213.126,48	-R\$ 226.605,36
6.3 - DESPESAS FINANCEIRAS	R\$ -				
7 - RESULTADO OPERACIONAL (5-6)	R\$ 23.159,08	R\$ 52.338,00	R\$ 83.470,32	R\$ 113.341,56	R\$ 137.860,80
8 - IR E CSLL (SIMPLES NACIONAL)	R\$ -				
9 - LUCRO APÓS O IR E CSLL (7-8)	R\$ 23.159,08	R\$ 52.338,00	R\$ 83.470,32	R\$ 113.341,56	R\$ 137.860,80
10 - RESERVA LEGAL (5% DO ITEM 9)	-R\$ 1.157,95	-R\$ 2.616,90	-R\$ 4.173,52	-R\$ 5.667,08	-R\$ 6.893,04
11 - LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO (9-10)	R\$ 22.001,13	R\$ 49.721,10	R\$ 79.296,80	R\$ 107.674,48	R\$ 130.967,76
12 - DESTINAÇÕES	-R\$ 22.001,13	-R\$ 49.721,10	-R\$ 79.296,80	-R\$ 107.674,48	-R\$ 130.967,76
12.1 - RESERVA DE LUCROS (60% DO ITEM 11)	-R\$ 13.200,68	-R\$ 29.832,66	-R\$ 47.578,08	-R\$ 64.604,69	-R\$ 78.580,66
12.2 - REMUN. CAP. PRÓPRIO (40% DO ITEM 11)	-R\$ 8.800,45	-R\$ 19.888,44	-R\$ 31.718,72	-R\$ 43.069,79	-R\$ 52.387,10

### 14.3. Balanço Patrimonial no Cenário Provável

	ANO 1		ANO 2		ANO 3		ANO 4		ANO 5	
<b>ATIVO</b>										
1 - CIRCULANTE										
DISPONIBILIDADES										
CAIXA	R\$	46.154,08	R\$	64.812,08	R\$	69.592,00	R\$	58.728,93	R\$	77.112,13
BANCOS CONTA MOVIMENTO	R\$	50.000,00	R\$	100.000,00	R\$	200.000,00	R\$	350.000,00	R\$	500.000,00
	R\$	96.154,08	R\$	164.812,08	R\$	269.592,00	R\$	408.728,93	R\$	577.112,13
CRÉDITOS										
DUPLICATAS A RECEBER	R\$	210.000,00	R\$	240.000,00	R\$	270.000,00	R\$	300.000,00	R\$	330.000,00
ESTOQUES										
ESTOQUE DE MATERIAIS DIVERSOS	R\$	97.716,00	R\$	80.668,80	R\$	67.135,39	R\$	60.594,63	R\$	51.426,40
<b>TOTAL AC</b>	<b>R\$</b>	<b>403.870,08</b>	<b>R\$</b>	<b>485.480,88</b>	<b>R\$</b>	<b>606.727,39</b>	<b>R\$</b>	<b>769.323,56</b>	<b>R\$</b>	<b>958.538,53</b>
2 - NÃO CIRCULANTE										
IMOBILIZADOS										
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$	4.180,00	R\$	3.762,00	R\$	3.344,00	R\$	2.926,00	R\$	2.508,00
VEÍCULOS	R\$	-								
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	R\$	9.180,00	R\$	8.262,00	R\$	7.344,00	R\$	6.426,00	R\$	5.508,00
COMPUTADORES E PERIFÉRICOS	R\$	13.640,00	R\$	10.912,00	R\$	8.184,00	R\$	5.456,00	R\$	2.728,00
FERRAMENTAS	R\$	-								
(-) DEPRECIACÃO ACUMULADA	-R\$	4.064,00								
	R\$	22.936,00	R\$	18.872,00	R\$	14.808,00	R\$	10.744,00	R\$	6.680,00
INTANGÍVEIS										
MARCAS E PATENTES	R\$	100.000,00								
SOFTWARES	R\$	1.700,00	R\$	1.360,00	R\$	1.020,00	R\$	680,00	R\$	340,00
(-) AMORTIZAÇÃO ACUMULADA	-R\$	340,00								
	R\$	101.360,00	R\$	101.020,00	R\$	100.680,00	R\$	100.340,00	R\$	100.000,00
<b>TOTAL ANC</b>	<b>R\$</b>	<b>124.296,00</b>	<b>R\$</b>	<b>119.892,00</b>	<b>R\$</b>	<b>115.488,00</b>	<b>R\$</b>	<b>111.084,00</b>	<b>R\$</b>	<b>106.680,00</b>
<b>TOTAL ATIVO</b>	<b>R\$</b>	<b>528.166,08</b>	<b>R\$</b>	<b>605.372,88</b>	<b>R\$</b>	<b>722.215,39</b>	<b>R\$</b>	<b>880.407,56</b>	<b>R\$</b>	<b>1.065.218,53</b>
<b>PASSIVO</b>										
1 - CIRCULANTE										
FORNECEDORES										
DUPLICATAS A PAGAR	R\$	128.791,00	R\$	269.080,88	R\$	150.034,17	R\$	251.592,20	R\$	384.810,25
INDENIZAÇÕES TRABALHISTAS										
SALÁRIOS A PAGAR	R\$	72.000,00	R\$	75.600,00	R\$	79.380,00	R\$	83.349,00	R\$	87.516,45
ENC. SOCIAIS E TRABALHISTAS	R\$	18.000,00	R\$	18.900,00	R\$	19.845,00	R\$	20.837,25	R\$	21.879,11
SIMPLES A PAGAR	R\$	18.051,00	R\$	26.676,00	R\$	48.393,00	R\$	50.940,00	R\$	53.487,00
FGTS A RECOLHER	R\$	5.760,00	R\$	6.048,00	R\$	6.350,40	R\$	6.667,92	R\$	7.001,32
PRO LABORE A PAGAR	R\$	36.000,00	R\$	38.880,00	R\$	216.000,00	R\$	234.000,00	R\$	252.000,00
	R\$	149.811,00	R\$	166.104,00	R\$	369.968,40	R\$	395.794,17	R\$	421.883,88
PROVISÕES										
FÉRIAS	R\$	6.000,00	R\$	6.300,00	R\$	6.615,00	R\$	6.945,75	R\$	7.293,04
ABONO 1/3 SOBRE FÉRIAS	R\$	2.000,00	R\$	2.100,00	R\$	2.205,00	R\$	2.315,25	R\$	2.431,01
ENCARGOS SOBRE FÉRIAS E 13º	R\$	3.000,00	R\$	3.150,00	R\$	3.307,50	R\$	3.472,88	R\$	3.646,52
13º SALÁRIO	R\$	6.000,00	R\$	6.300,00	R\$	6.615,00	R\$	6.945,75	R\$	7.293,04
	R\$	17.000,00	R\$	17.850,00	R\$	18.742,50	R\$	19.679,63	R\$	20.663,61
OUTRAS OBRIGAÇÕES										
REMUN. DO CAPITAL PRÓPRIO	R\$	8.800,45	R\$	19.888,44	R\$	31.718,72	R\$	43.069,79	R\$	52.387,10
EMPRÉSTIMOS A CURTO PRAZO	R\$	109.405,00	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-
	R\$	118.205,45	R\$	19.888,44	R\$	31.718,72	R\$	43.069,79	R\$	52.387,10
<b>TOTAL PC</b>	<b>R\$</b>	<b>413.807,45</b>	<b>R\$</b>	<b>472.923,32</b>	<b>R\$</b>	<b>570.463,79</b>	<b>R\$</b>	<b>710.135,79</b>	<b>R\$</b>	<b>879.744,84</b>
2 - NÃO CIRCULANTE										
EMPRÉSTIMOS A LONGO PRAZO	R\$	-								
<b>TOTAL PNC</b>	<b>R\$</b>	<b>-</b>								
3 - PATRIMÔNIO LÍQUIDO										
CAPITAL										
CAPITAL SOCIAL	R\$	100.000,00								
RESERVAS										
RESERVA LEGAL	R\$	1.157,95	R\$	2.616,90	R\$	4.173,52	R\$	5.667,08	R\$	6.893,04
RESERVA DE LUCROS	R\$	13.200,68	R\$	29.832,66	R\$	47.578,08	R\$	64.604,69	R\$	78.580,66
	R\$	14.358,63	R\$	32.449,56	R\$	51.751,60	R\$	70.271,77	R\$	85.473,70
<b>TOTAL PL</b>	<b>R\$</b>	<b>114.358,63</b>	<b>R\$</b>	<b>132.449,56</b>	<b>R\$</b>	<b>151.751,60</b>	<b>R\$</b>	<b>170.271,77</b>	<b>R\$</b>	<b>185.473,70</b>
<b>TOTAL PASSIVO</b>	<b>R\$</b>	<b>528.166,08</b>	<b>R\$</b>	<b>605.372,88</b>	<b>R\$</b>	<b>722.215,39</b>	<b>R\$</b>	<b>880.407,56</b>	<b>R\$</b>	<b>1.065.218,53</b>

## 14.4. Fluxo de Caixa

### 14.4.1. Fluxo de Caixa no Cenário Provável

ANO 1	MESES											
	CONTA	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV
1 - SALDO INICIAL		145.324,84	129.090,68	115.027,52	103.135,36	93.414,20	85.864,04	80.484,88	77.276,72	76.239,56	77.373,40	80.678,24
2 - RECEB. PREVISTOS	187.800,00	18.500,00	20.500,00	22.500,00	24.500,00	26.500,00	28.500,00	30.500,00	32.500,00	34.500,00	36.500,00	38.500,00
2.1 - CAIXA	71.300,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	4.500,00	5.500,00	6.500,00	7.500,00	8.500,00	9.500,00	10.500,00	11.500,00	12.500,00	13.500,00	14.500,00	15.500,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	12.000,00	13.000,00	14.000,00	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00	20.000,00	21.000,00	22.000,00	23.000,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	100.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	187.800,00	163.824,84	149.590,68	137.527,52	127.635,36	119.914,20	114.364,04	110.984,88	109.776,72	110.739,56	113.873,40	119.178,24
4 - PGTO. PREVISTOS	42.475,16	34.734,16	34.563,16	34.392,16	34.221,16	34.050,16	33.879,16	33.708,16	33.537,16	33.366,16	33.195,16	23.024,16
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	11.710,00	11.539,00	11.368,00	11.197,00	11.026,00	10.855,00	10.684,00	10.513,00	10.342,00	10.171,00	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	5.358,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33
4.4 - DESP. ADM.	15.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	18.051,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	145.324,84	129.090,68	115.027,52	103.135,36	93.414,20	85.864,04	80.484,88	77.276,72	76.239,56	77.373,40	80.678,24	96.154,08

ANO 2	MESES											
	CONTA	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV
1 - SALDO INICIAL	96.154,08	68.922,58	69.867,08	72.311,58	76.256,08	81.700,58	88.645,08	97.589,58	108.034,08	119.978,58	133.423,08	148.367,58
2 - RECEB. PREVISTOS	24.000,00	25.500,00	27.000,00	28.500,00	30.000,00	31.500,00	33.000,00	35.000,00	36.500,00	38.000,00	39.500,00	41.000,00
2.1 - CAIXA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	7.000,00	8.000,00	9.000,00	10.000,00	11.000,00	12.000,00	13.000,00	14.000,00	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	17.000,00	17.500,00	18.000,00	18.500,00	19.000,00	19.500,00	20.500,00	21.000,00	21.500,00	22.000,00	22.500,00	23.000,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	120.154,08	94.422,58	96.867,08	100.811,58	106.256,08	113.200,58	122.145,08	132.589,58	144.534,08	157.978,58	172.923,08	189.367,58
4 - PGTO. PREVISTOS	51.231,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00
4.4 - DESP. ADM.	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	26.676,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	68.922,58	69.867,08	72.311,58	76.256,08	81.700,58	88.645,08	97.589,58	108.034,08	119.978,58	133.423,08	148.367,58	164.812,08

ANO 3	MESES											
	CONTA	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV
1 - SALDO INICIAL	164.812,08	136.828,74	141.125,40	146.922,06	154.218,72	163.015,38	173.312,04	185.608,70	199.405,36	214.702,02	231.498,68	249.795,34
2 - RECEB. PREVISTOS	29.000,00	30.500,00	32.000,00	33.500,00	35.000,00	36.500,00	38.000,00	40.000,00	41.500,00	43.000,00	44.500,00	46.000,00
2.1 - CAIXA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	12.000,00	12.500,00	13.000,00	13.500,00	14.000,00	14.500,00	15.000,00	16.000,00	16.500,00	17.000,00	17.500,00	18.000,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	17.000,00	18.000,00	19.000,00	20.000,00	21.000,00	22.000,00	23.000,00	24.000,00	25.000,00	26.000,00	27.000,00	28.000,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	193.812,08	167.328,74	173.125,40	180.422,06	189.218,72	199.515,38	211.812,04	225.608,70	240.905,36	257.702,02	275.998,68	295.795,34
4 - PGTO. PREVISTOS	56.983,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64
4.4 - DESP. ADM.	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	30.780,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	136.828,74	141.125,40	146.922,06	154.218,72	163.015,38	173.312,04	185.608,70	199.405,36	214.702,02	231.498,68	249.795,34	269.592,00

## Plano de Negócios – Guarda a Chuva

ANO 4	MESES											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
1 - SALDO INICIAL	269.592,00	240.475,99	247.998,99	257.021,98	267.544,98	279.567,97	293.090,96	308.613,96	325.636,95	344.159,95	364.182,94	385.705,93
2 - RECEB. PREVISTOS	34.000,00	35.500,00	37.000,00	38.500,00	40.000,00	41.500,00	43.500,00	45.000,00	46.500,00	48.000,00	49.500,00	51.000,00
2.1 - CAIXA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	12.000,00	13.000,00	14.000,00	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00	20.000,00	21.000,00	22.000,00	23.000,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	22.000,00	22.500,00	23.000,00	23.500,00	24.000,00	24.500,00	25.500,00	26.000,00	26.500,00	27.000,00	27.500,00	28.000,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	303.592,00	275.975,99	284.998,99	295.521,98	307.544,98	321.067,97	336.590,96	353.613,96	372.136,95	392.159,95	413.682,94	436.705,93
4 - PGTO. PREVISTOS	63.116,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33
4.4 - DESP. ADM.	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	35.139,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	240.475,99	247.998,99	257.021,98	267.544,98	279.567,97	293.090,96	308.613,96	325.636,95	344.159,95	364.182,94	385.705,93	408.728,93

ANO 5	MESES											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
1 - SALDO INICIAL	408.728,93	372.364,36	380.977,79	391.591,23	404.204,66	418.818,09	435.431,53	454.044,96	474.658,39	497.271,83	521.885,26	548.498,69
2 - RECEB. PREVISTOS	36.500,00	38.500,00	40.500,00	42.500,00	44.500,00	46.500,00	48.500,00	50.500,00	52.500,00	54.500,00	56.500,00	58.500,00
2.1 - CAIXA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	14.500,00	15.500,00	16.500,00	17.500,00	18.500,00	19.500,00	20.500,00	21.500,00	22.500,00	23.500,00	24.500,00	25.500,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	22.000,00	23.000,00	24.000,00	25.000,00	26.000,00	27.000,00	28.000,00	29.000,00	30.000,00	31.000,00	32.000,00	33.000,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	445.228,93	410.864,36	421.477,79	434.091,23	448.704,66	465.318,09	483.931,53	504.544,96	527.158,39	551.771,83	578.385,26	606.998,69
4 - PGTO. PREVISTOS	72.864,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32
4.4 - DESP. ADM.	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	42.978,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	372.364,36	380.977,79	391.591,23	404.204,66	418.818,09	435.431,53	454.044,96	474.658,39	497.271,83	521.885,26	548.498,69	577.112,13

Plano de Negócios – Guarda a Chuva

14.4.2. Fluxo de Caixa Cenário Otimista

ANO 1	MESES											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
1 - SALDO INICIAL		144.659,44	133.925,28	125.362,12	118.969,96	114.748,80	112.698,64	112.819,48	115.111,32	119.574,16	126.208,00	135.012,84
2 - RECEB. PREVISTOS	196.170,00	24.000,00	26.000,00	28.000,00	30.000,00	32.000,00	34.000,00	36.000,00	38.000,00	40.000,00	42.000,00	44.000,00
2.1 - CAIXA	74.170,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	7.000,00	8.000,00	9.000,00	10.000,00	11.000,00	12.000,00	13.000,00	14.000,00	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00	20.000,00	21.000,00	22.000,00	23.000,00	24.000,00	25.000,00	26.000,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	100.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	196.170,00	168.659,44	159.925,28	153.362,12	148.969,96	146.748,80	146.698,64	148.819,48	153.111,32	159.574,16	168.208,00	179.012,84
4 - PGTO. PREVISTOS	51.510,56	34.734,16	34.563,16	34.392,16	34.221,16	34.050,16	33.879,16	33.708,16	33.537,16	33.366,16	33.195,16	23.024,16
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	11.710,00	11.539,00	11.368,00	11.197,00	11.026,00	10.855,00	10.684,00	10.513,00	10.342,00	10.171,00	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	5.358,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33
4.4 - DESP. ADM.	15.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	27.086,40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	144.659,44	133.925,28	125.362,12	118.969,96	114.748,80	112.698,64	112.819,48	115.111,32	119.574,16	126.208,00	135.012,84	155.988,68

ANO 2	MESES											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
1 - SALDO INICIAL	155.988,68	130.469,18	137.913,68	146.858,18	157.302,68	169.247,18	182.691,68	198.136,18	215.080,68	233.525,18	253.469,68	274.914,18
2 - RECEB. PREVISTOS	30.500,00	32.000,00	33.500,00	35.000,00	36.500,00	38.000,00	40.000,00	41.500,00	43.000,00	44.500,00	46.000,00	47.500,00
2.1 - CAIXA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	10.000,00	11.000,00	12.000,00	13.000,00	14.000,00	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00	20.000,00	21.000,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	20.500,00	21.000,00	21.500,00	22.000,00	22.500,00	23.000,00	24.000,00	24.500,00	25.000,00	25.500,00	26.000,00	26.500,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	186.488,68	162.469,18	171.413,68	181.858,18	193.802,68	207.247,18	222.691,68	239.636,18	258.080,68	278.025,18	299.469,68	322.414,18
4 - PGTO. PREVISTOS	56.019,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00
4.4 - DESP. ADM.	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	31.464,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	130.469,18	137.913,68	146.858,18	157.302,68	169.247,18	182.691,68	198.136,18	215.080,68	233.525,18	253.469,68	274.914,18	297.858,68

ANO 3	MESES											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
1 - SALDO INICIAL	297.858,68	271.219,34	283.016,00	296.312,66	311.109,32	327.405,98	345.202,64	364.999,30	386.295,96	409.092,62	433.389,28	459.185,94
2 - RECEB. PREVISTOS	36.500,00	38.000,00	39.500,00	41.000,00	42.500,00	44.000,00	46.000,00	47.500,00	49.000,00	50.500,00	52.000,00	53.500,00
2.1 - CAIXA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	15.500,00	16.000,00	16.500,00	17.000,00	17.500,00	18.000,00	19.000,00	19.500,00	20.000,00	20.500,00	21.000,00	21.500,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	21.000,00	22.000,00	23.000,00	24.000,00	25.000,00	26.000,00	27.000,00	28.000,00	29.000,00	30.000,00	31.000,00	32.000,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	334.358,68	309.219,34	322.516,00	337.312,66	353.609,32	371.405,98	391.202,64	412.499,30	435.295,96	459.592,62	485.389,28	512.685,94
4 - PGTO. PREVISTOS	63.139,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64
4.4 - DESP. ADM.	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	36.936,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	271.219,34	283.016,00	296.312,66	311.109,32	327.405,98	345.202,64	364.999,30	386.295,96	409.092,62	433.389,28	459.185,94	486.482,60

## Plano de Negócios – Guarda a Chuva

ANO 4	MESES											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
1 - SALDO INICIAL	486.482,60	454.860,79	470.883,79	488.406,78	507.429,78	527.952,77	549.975,76	573.998,76	599.521,75	626.544,75	655.067,74	685.090,73
2 - RECEB. PREVISTOS	42.500,00	44.000,00	45.500,00	47.000,00	48.500,00	50.000,00	52.000,00	53.500,00	55.000,00	56.500,00	58.000,00	59.500,00
2.1 - CAIXA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00	20.000,00	21.000,00	22.000,00	23.000,00	24.000,00	25.000,00	26.000,00	27.000,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	26.500,00	27.000,00	27.500,00	28.000,00	28.500,00	29.000,00	30.000,00	30.500,00	31.000,00	31.500,00	32.000,00	32.500,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	528.982,60	498.860,79	516.383,79	535.406,78	555.929,78	577.952,77	601.975,76	627.498,76	654.521,75	683.044,75	713.067,74	744.590,73
4 - PGTO. PREVISTOS	74.121,81	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33
4.4 - DESP. ADM.	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	46.144,80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	454.860,79	470.883,79	488.406,78	507.429,78	527.952,77	549.975,76	573.998,76	599.521,75	626.544,75	655.067,74	685.090,73	716.613,73

ANO 5	MESES											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
1 - SALDO INICIAL	716.613,73	681.153,56	699.266,99	719.380,43	741.493,86	765.607,29	791.720,73	819.834,16	849.947,59	882.061,03	916.174,46	952.287,89
2 - RECEB. PREVISTOS	46.000,00	48.000,00	50.000,00	52.000,00	54.000,00	56.000,00	58.000,00	60.000,00	62.000,00	64.000,00	66.000,00	68.000,00
2.1 - CAIXA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	19.000,00	20.000,00	21.000,00	22.000,00	23.000,00	24.000,00	25.000,00	26.000,00	27.000,00	28.000,00	29.000,00	30.000,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	27.000,00	28.000,00	29.000,00	30.000,00	31.000,00	32.000,00	33.000,00	34.000,00	35.000,00	36.000,00	37.000,00	38.000,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	762.613,73	729.153,56	749.266,99	771.380,43	795.493,86	821.607,29	849.720,73	879.834,16	911.947,59	946.061,03	982.174,46	1.020.287,89
4 - PGTO. PREVISTOS	81.460,17	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32
4.4 - DESP. ADM.	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	51.573,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	681.153,56	699.266,99	719.380,43	741.493,86	765.607,29	791.720,73	819.834,16	849.947,59	882.061,03	916.174,46	952.287,89	990.401,33

Plano de Negócios – Guarda a Chuva

14.4.3. Fluxo de Caixa Cenário Pessimista

ANO 1	MESES											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
1 - SALDO INICIAL		140.565,04	118.830,88	99.267,72	81.875,56	66.654,40	53.604,24	42.725,08	34.016,92	27.479,76	23.113,60	20.918,44
2 - RECEB. PREVISTOS	179.430,00	13.000,00	15.000,00	17.000,00	19.000,00	21.000,00	23.000,00	25.000,00	27.000,00	29.000,00	31.000,00	33.000,00
2.1 - CAIXA	68.430,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	2.000,00	3.000,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.000,00	8.000,00	9.000,00	10.000,00	11.000,00	12.000,00	13.000,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	9.000,00	10.000,00	11.000,00	12.000,00	13.000,00	14.000,00	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00	20.000,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	100.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	179.430,00	153.565,04	133.830,88	116.267,72	100.875,56	87.654,40	76.604,24	67.725,08	61.016,92	56.479,76	54.113,60	53.918,44
4 - PGTO. PREVISTOS	38.864,96	34.734,16	34.563,16	34.392,16	34.221,16	34.050,16	33.879,16	33.708,16	33.537,16	33.366,16	33.195,16	23.024,16
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	11.710,00	11.539,00	11.368,00	11.197,00	11.026,00	10.855,00	10.684,00	10.513,00	10.342,00	10.171,00	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	5.358,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33	4.958,33
4.4 - DESP. ADM.	15.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83	14.865,83
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	14.440,80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	140.565,04	118.830,88	99.267,72	81.875,56	66.654,40	53.604,24	42.725,08	34.016,92	27.479,76	23.113,60	20.918,44	30.894,28

ANO 2	MESES											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
1 - SALDO INICIAL	30.894,28	6.772,38	1.216,88	(2.838,62)	(5.394,12)	(6.449,62)	(6.005,12)	(3.560,62)	383,88	5.828,38	12.772,88	21.217,38
2 - RECEB. PREVISTOS	17.500,00	19.000,00	20.500,00	22.000,00	23.500,00	25.000,00	27.000,00	28.500,00	30.000,00	31.500,00	33.000,00	34.500,00
2.1 - CAIXA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.000,00	8.000,00	9.000,00	10.000,00	11.000,00	12.000,00	13.000,00	14.000,00	15.000,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	13.500,00	14.000,00	14.500,00	15.000,00	15.500,00	16.000,00	17.000,00	17.500,00	18.000,00	18.500,00	19.000,00	19.500,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	48.394,28	25.772,38	21.716,88	19.161,38	18.105,88	18.550,38	20.994,88	24.939,38	30.383,88	37.328,38	45.772,88	55.717,38
4 - PGTO. PREVISTOS	41.621,90	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50	24.555,50
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00	5.283,00
4.4 - DESP. ADM.	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50	15.757,50
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	17.066,40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	6.772,38	1.216,88	(2.838,62)	(5.394,12)	(6.449,62)	(6.005,12)	(3.560,62)	383,88	5.828,38	12.772,88	21.217,38	31.161,88

ANO 3	MESES											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
1 - SALDO INICIAL	31.161,88	6.766,54	3.563,20	1.859,86	1.656,52	2.953,18	5.749,84	10.546,50	16.843,16	24.639,82	33.936,48	44.733,14
2 - RECEB. PREVISTOS	21.500,00	23.000,00	24.500,00	26.000,00	27.500,00	29.000,00	31.000,00	32.500,00	34.000,00	35.500,00	37.000,00	38.500,00
2.1 - CAIXA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	8.500,00	9.000,00	9.500,00	10.000,00	10.500,00	11.000,00	12.000,00	12.500,00	13.000,00	13.500,00	14.000,00	14.500,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	13.000,00	14.000,00	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00	20.000,00	21.000,00	22.000,00	23.000,00	24.000,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	52.661,88	29.766,54	28.063,20	27.859,86	29.156,52	31.953,18	36.749,84	43.046,50	50.843,16	60.139,82	70.936,48	83.233,14
4 - PGTO. PREVISTOS	45.895,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34	26.203,34
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64	5.633,64
4.4 - DESP. ADM.	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50	16.720,50
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	19.692,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20	3.499,20
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	6.766,54	3.563,20	1.859,86	1.656,52	2.953,18	5.749,84	10.546,50	16.843,16	24.639,82	33.936,48	44.733,14	57.029,80

## Plano de Negócios – Guarda a Chuva

ANO 4	MESES											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
CONTAS												
1 - SALDO INICIAL	57.029,80	26.441,59	25.464,59	25.987,58	28.010,58	31.533,57	36.556,56	43.579,56	52.102,55	62.125,55	73.648,54	86.671,53
2 - RECEB. PREVISTOS	25.500,00	27.000,00	28.500,00	30.000,00	31.500,00	33.000,00	35.000,00	36.500,00	38.000,00	39.500,00	41.000,00	42.500,00
2.1 - CAIXA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	8.000,00	9.000,00	10.000,00	11.000,00	12.000,00	13.000,00	14.000,00	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	17.500,00	18.000,00	18.500,00	19.000,00	19.500,00	20.000,00	21.000,00	21.500,00	22.000,00	22.500,00	23.000,00	23.500,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	82.529,80	53.441,59	53.964,59	55.987,58	59.510,58	64.533,57	71.556,56	80.079,56	90.102,55	101.625,55	114.648,54	129.171,53
4 - PGTO. PREVISTOS	56.088,21	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01	27.977,01
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33	6.012,33
4.4 - DESP. ADM.	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54	17.760,54
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	28.111,20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14	3.779,14
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	26.441,59	25.464,59	25.987,58	28.010,58	31.533,57	36.556,56	43.579,56	52.102,55	62.125,55	73.648,54	86.671,53	101.194,53

ANO 5	MESES											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
CONTAS												
1 - SALDO INICIAL	101.194,53	67.117,56	66.230,99	67.344,43	70.457,86	75.571,29	82.684,73	91.798,16	102.911,59	116.025,03	131.138,46	148.251,89
2 - RECEB. PREVISTOS	27.000,00	29.000,00	31.000,00	33.000,00	35.000,00	37.000,00	39.000,00	41.000,00	43.000,00	45.000,00	47.000,00	49.000,00
2.1 - CAIXA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2 - VENDAS A VISTA	10.000,00	11.000,00	12.000,00	13.000,00	14.000,00	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00	20.000,00	21.000,00
2.3 - VENDAS A PRAZO	17.000,00	18.000,00	19.000,00	20.000,00	21.000,00	22.000,00	23.000,00	24.000,00	25.000,00	26.000,00	27.000,00	28.000,00
2.4 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 - TOTAL (1 + 2)	128.194,53	96.117,56	97.230,99	100.344,43	105.457,86	112.571,29	121.684,73	132.798,16	145.911,59	161.025,03	178.138,46	197.251,89
4 - PGTO. PREVISTOS	61.076,97	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57	29.886,57
4.1 - EMPRÉSTIMOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2 - MAT. DIVERSOS	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
4.3 - DESP. COMERCIAIS	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32	6.421,32
4.4 - DESP. ADM.	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78	18.883,78
4.5 - IMP. (SIMPLES NAC.)	31.190,40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.6 - PRO LABORE	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47	4.081,47
5 - SALDO FINAL (3 - 4)	67.117,56	66.230,99	67.344,43	70.457,86	75.571,29	82.684,73	91.798,16	102.911,59	116.025,03	131.138,46	148.251,89	167.365,33

## 14.5. Análise da Viabilidade

### 14.5.1. Cenário Provável

PAYBACK SIMPLES			
ANO	ENTRADAS DO FLUXO DE CAIXA	VALOR	VALOR ACUMULADO
0	INVESTIMENTO INICIAL	-R\$ 200.000,00	-R\$ 200.000,00
1	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 96.154,08	-R\$ 103.845,92
2	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 164.812,08	R\$ 60.966,16
3	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 269.592,00	R\$ 330.558,16
4	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 408.728,93	R\$ 739.287,09
5	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 577.112,13	R\$ 1.316.399,21
PAYBACK SIMPLES		1,63 ANOS	
O Payback Simples ocorre em 1 ano, 7 meses e 17 dias			

PAYBACK DESCONTADO (TMA = 22,04% a.a.)				
ANO	ENTRADAS DO FLUXO DE CAIXA	VALOR	VP DESCONTADO DAS PARCELAS	VALOR DESCONTADO ACUMULADO
0	INVESTIMENTO INICIAL	-R\$ 200.000,00	-R\$ 200.000,00	-R\$ 200.000,00
1	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 96.154,08	R\$ 78.788,99	-R\$ 121.211,01
2	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 164.812,08	R\$ 110.658,47	-R\$ 10.552,54
3	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 269.592,00	R\$ 148.320,23	R\$ 137.767,69
4	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 408.728,93	R\$ 184.258,10	R\$ 322.025,79
5	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 577.112,13	R\$ 213.181,35	R\$ 535.207,14
PAYBACK DESCONTADO		2,07 ANOS		
O Payback Descontado ocorre em 2 anos, 8 meses e 12 dias				

VALOR PRESENTE LÍQUIDO (TMA = 22,04% a.a.)		
ANO	ENTRADAS DO FLUXO DE CAIXA	VALOR
0	INVESTIMENTO INICIAL	-R\$ 200.000,00
1	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 96.154,08
2	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 164.812,08
3	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 269.592,00
4	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 408.728,93
5	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 577.112,13
VPL		R\$ 535.207,13

TAXA INTERNA DE RETORNO (TMA = 22,04% a.a.)		
ANO	ENTRADAS DO FLUXO DE CAIXA	VALOR
0	INVESTIMENTO INICIAL	-R\$ 200.000,00
1	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 96.154,08
2	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 164.812,08
3	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 269.592,00
4	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 408.728,93
5	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 577.112,13
TIR		86,45%

### 14.5.2. Cenário Otimista

PAYBACK SIMPLES				
ANO	ENTRADAS DO FLUXO DE CAIXA	VALOR		VALOR ACUMULADO
0	INVESTIMENTO INICIAL	-R\$	200.000,00	-R\$ 200.000,00
1	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	155.988,68	-R\$ 44.011,32
2	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	297.858,68	R\$ 253.847,36
3	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	486.482,60	R\$ 740.329,96
4	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	716.613,73	R\$ 1.456.943,69
5	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	990.401,33	R\$ 2.447.345,02
PAYBACK SIMPLES		1,15 ANOS		
O Payback Simples ocorre em 1 ano, 1 mês e 24 dias				

PAYBACK DESCONTADO (TMA = 22,04% a.a.)					
ANO	ENTRADAS DO FLUXO DE CAIXA	VALOR		VP DAS PARCELAS	VALOR DESCONTADO ACUMULADO
0	INVESTIMENTO INICIAL	-R\$	200.000,00	-R\$ 200.000,00	-R\$ 200.000,00
1	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	155.988,68	R\$ 127.817,67	-R\$ 72.182,33
2	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	297.858,68	R\$ 199.988,89	R\$ 127.806,56
3	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	486.482,60	R\$ 267.645,97	R\$ 395.452,53
4	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	716.613,73	R\$ 323.054,90	R\$ 718.507,43
5	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	990.401,33	R\$ 365.847,61	R\$ 1.084.355,04
PAYBACK DESCONTADO		1,36 ANOS			
O Payback Descontado ocorre em 1 ano, 4 meses e 10 dias					

TAXA INTERNA DE RETORNO (TMA = 22,04% a.a.)		
ANO	ENTRADAS DO FLUXO DE CAIXA	VALOR
0	INVESTIMENTO INICIAL	-R\$ 200.000,00
1	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 155.988,68
2	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 297.858,68
3	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 486.482,60
4	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 716.613,73
5	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 990.401,33
TIR		132,50%

VALOR PRESENTE LÍQUIDO (TMA = 22,04% a.a.)		
ANO	ENTRADAS DO FLUXO DE CAIXA	VALOR
0	INVESTIMENTO INICIAL	-R\$ 200.000,00
1	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 155.988,68
2	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 297.858,68
3	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 486.482,60
4	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 716.613,73
5	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 990.401,33
VPL		R\$ 1.084.355,03

### 14.5.3. Cenário Pessimista

PAYBACK SIMPLES				
ANO	ENTRADAS DO FLUXO DE CAIXA	VALOR		VALOR ACUMULADO
0	INVESTIMENTO INICIAL	-R\$	200.000,00	-R\$ 200.000,00
1	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	30.894,28	-R\$ 169.105,72
2	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	31.161,88	-R\$ 137.943,84
3	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	57.029,80	-R\$ 80.914,04
4	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	101.194,53	R\$ 20.280,49
5	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$	167.365,33	R\$ 187.645,82
PAYBACK SIMPLES		3,80 ANOS		

O Payback Simples ocorre em 3 anos, 9 meses e 14 dias

PAYBACK DESCONTADO (TMA = 22,04% a.a.)				
ANO	ENTRADAS DO FLUXO DE CAIXA	VALOR	VP DAS PARCELAS	VALOR DESCONTADO
0	INVESTIMENTO INICIAL	-R\$ 200.000,00	-R\$ 200.000,00	-R\$ 200.000,00
1	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 30.894,28	R\$ 25.314,88	-R\$ 174.685,12
2	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 31.161,88	R\$ 20.922,77	-R\$ 153.762,35
3	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 57.029,80	R\$ 31.375,83	-R\$ 122.386,52
4	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 101.194,53	R\$ 45.619,26	-R\$ 76.767,26
5	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 167.365,33	R\$ 61.823,63	-R\$ 14.943,63
PAYBACK DESCONTADO		ACIMA DE 5 ANOS		

O Payback Descontado ocorre acima de 5 anos

VALOR PRESENTE LÍQUIDO (TMA = 22,04% a.a.)		
ANO	ENTRADAS DO FLUXO DE CAIXA	VALOR
0	INVESTIMENTO INICIAL	-R\$ 200.000,00
1	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 30.894,28
2	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 31.161,88
3	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 57.029,80
4	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 101.194,53
5	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 167.365,33
VPL		-R\$ 14.943,62

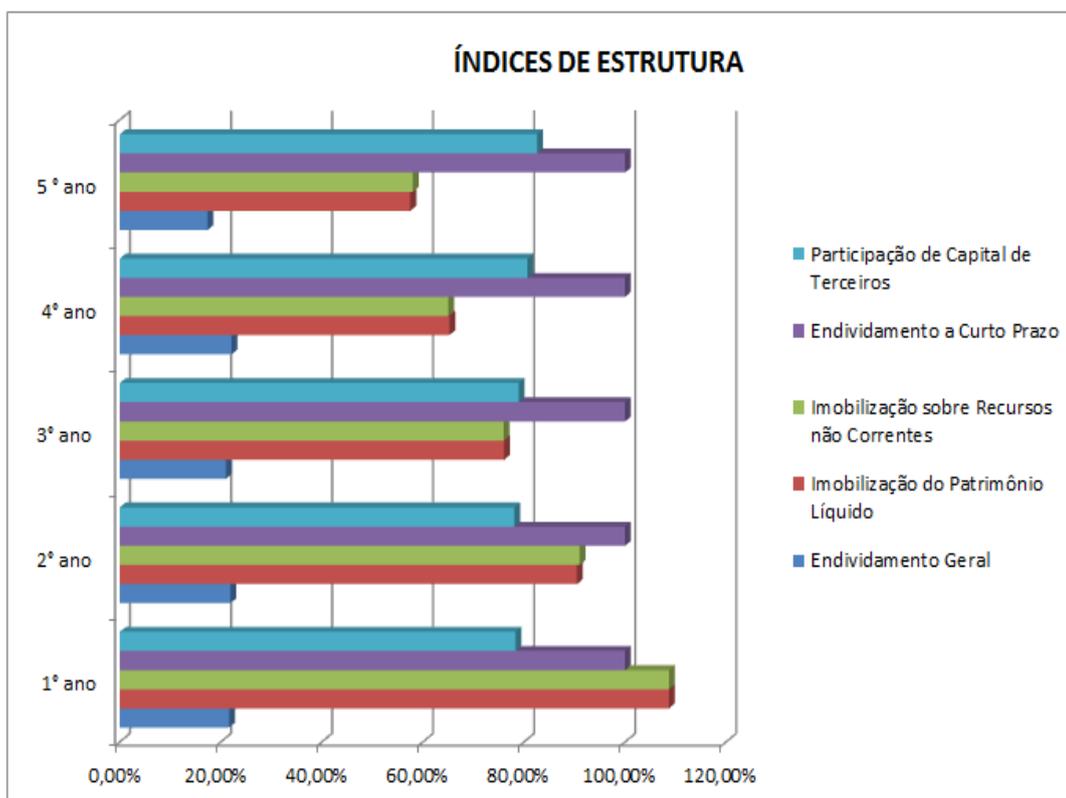
TAXA INTERNA DE RETORNO (TMA = 22,04% a.a.)		
ANO	ENTRADAS DO FLUXO DE CAIXA	VALOR
0	INVESTIMENTO INICIAL	-R\$ 200.000,00
1	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 30.894,28
2	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 31.161,88
3	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 57.029,80
4	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 101.194,53
5	ENTRADAS LÍQUIDAS DE CAIXA	R\$ 167.365,33
TIR		19,40%

## 14.6. Índices Financeiros (Cenário Provável)

### 14.6.1. Índices de Estrutura

Os índices de estrutura analisam o de capital próprio e de terceiro. É uma ferramenta usada para tomada de decisões financeiras em relação à obtenção e aplicação de recursos.

ESTRUTURA	1º ano	2º ano	3º ano	4º ano	5º ano
Endividamento Geral	21,65%	22%	21%	22%	17%
Imobilização do Patrimônio Líquido	108,69%	91%	76%	65%	58%
Imobilização sobre Recursos não Correntes	108,69%	91%	76%	65%	58%
Endividamento a Curto Prazo	100,00%	100%	100%	100%	100%
Participação de Capital de Terceiros	78,35%	78%	79%	81%	83%



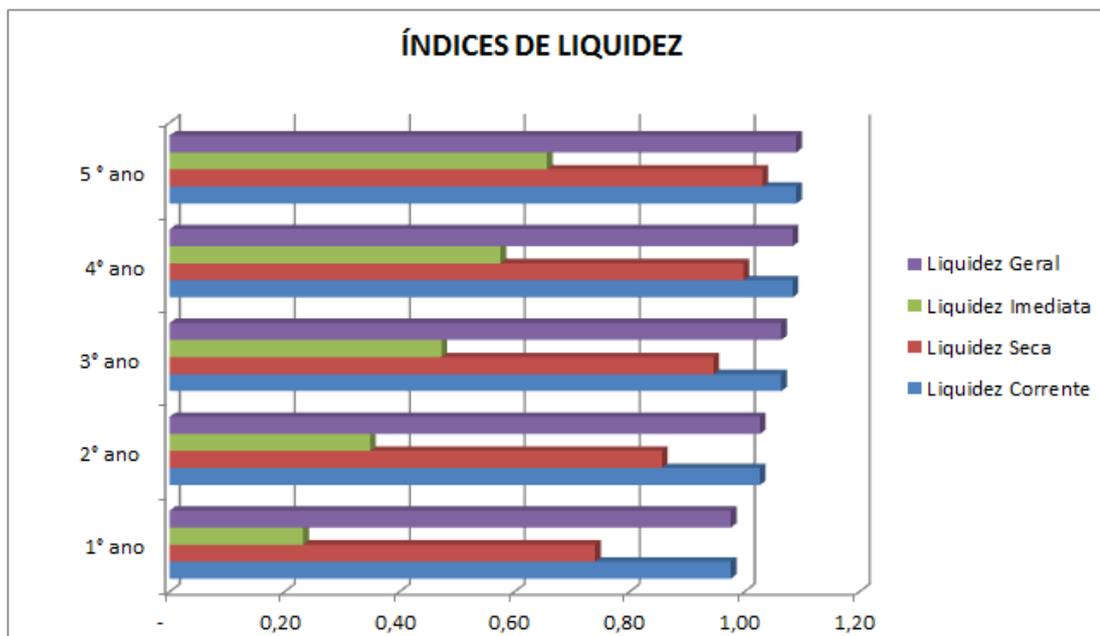
### 14.6.2. Índices de Liquidez

Os índices de liquidez abaixo avaliam situação financeira da Guarda a Chuva, a fim de evidenciar a solidez financeira da empresa e suas condições para pagamento das dívidas adquiridas. A capacidade de pagamento é estruturada a partir dos

índices de liquidez corrente e liquidez seca que são em curto prazo, liquidez imediata que é a capacidade de pagamento em prazo imediato e a liquidez geral em longo prazo.

Analisando o quadro os índices de Liquidez Corrente, demonstram que a empresa poderá dispor de seus recursos em curto prazo para honrar suas dívidas circulantes a partir do segundo ano, já o índice de Liquidez Seca que também opera em curto prazo ocorre somente no quarto ano. A Liquidez Geral demonstra uma folga no disponível para liquidar suas obrigações a partir do segundo ano também e a Liquidez Imediata demonstra variações baixas, porém analisamos um crescimento ao decorrer dos anos.

LIQUIDEZ	1º ano	2º ano	3º ano	4º ano	5º ano
Liquidez Corrente	0,98	1,03	1,06	1,08	1,09
Liquidez Seca	0,74	0,86	0,95	1,00	1,03
Liquidez Imediata	0,23	0,35	0,47	0,58	0,66
Liquidez Geral	0,98	1,03	1,06	1,08	1,09



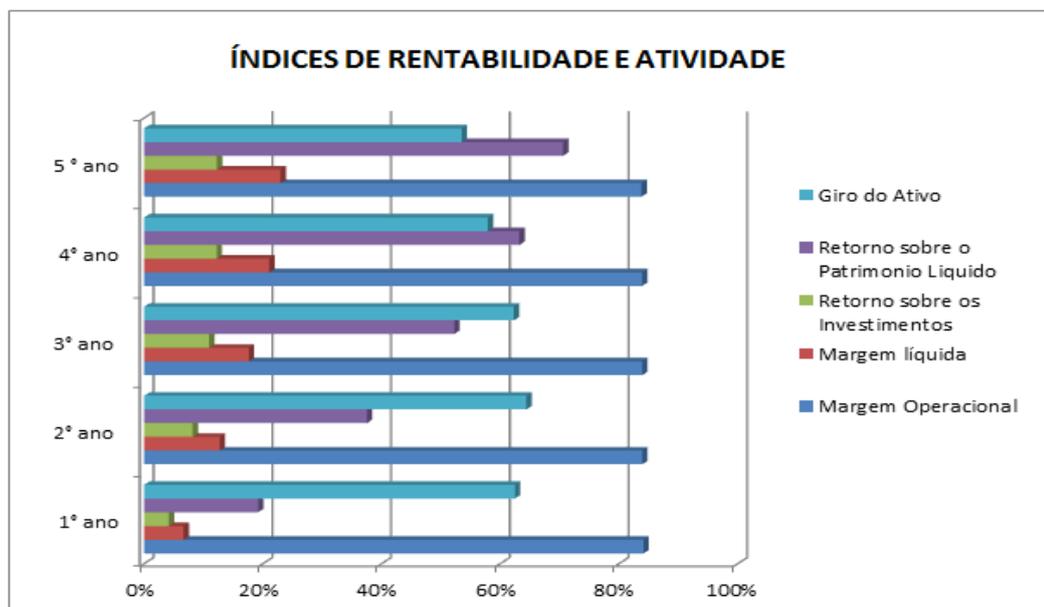
### 14.6.3. Índice de Rentabilidade e Atividade

Os índices de rentabilidade avaliam os rendimentos do investimento da Guarda a Chuva e proporcionam dados para qualificar o nosso grau de remuneração.

Na margem operacional avaliamos o impacto das despesas e custos operacionais sobre o desempenho da empresa em sua atividade. Na margem líquida avaliamos o desempenho do resultado financeiro sobre a receita. Já o retorno sobre investimento é comparado o quanto a Guarda a Chuva obteve de lucro sobre o seu investimento total.

O retorno sobre o patrimônio líquido avalia o retorno financeiro sobre a taxa de aplicação inicial, o que demonstra no quadro abaixo a viabilidade do negócio. No giro do ativo analisamos o lucro obtido pela empresa em relação as vendas, sendo ele um indicador de margem de lucro.

RENTABILIDADE	1º ano	2º ano	3º ano	4º ano	5º ano
Margem Operacional	84%	84%	84%	84%	84%
Margem líquida	7%	13%	18%	21%	23%
Retorno sobre os Investimentos	4%	8%	11%	12%	12%
Retorno sobre o Patrimônio Líquido	19%	38%	52%	63%	71%
ATIVIDADE	1º ano	2º ano	3º ano	4º ano	5º ano
Giro do Ativo	62%	64%	62%	58%	54%



### 14.7. Ponto de Equilíbrio

PONTO DE EQUILÍBRIO CONTÁBIL, ECONÔMICO E FINANCEIRO			
VALORES USADOS PARA OS CÁLCULOS			
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 1.596,72	LUCRO DESEJADO	R\$ 11.435,86
CUSTOS FIXOS	R\$ 142.960,00	DEPRECIÇÃO	R\$ 4.064,00

OBS.:  $MC = PV \text{ unit.} - CV \text{ unit.} \Rightarrow MC = 3.991,80 - 2.395,08 \Rightarrow MC = 1.596,72$

CUSTOS FIXOS + DESPESAS FIXAS	R\$ 142.960,00	→	<b>P. E. CONTÁBIL</b> <b>R\$ 89,53</b>
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 1.596,72		

CUSTOS FIXOS + DESPESAS FIXAS	R\$ 142.960,00	→	<b>P. E. ECONÔMICO</b> <b>R\$ 96,70</b>
LUCRO DESEJADO	R\$ 11.435,86		
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 1.596,72		

OBS: O LUCRO DESEJADO REPRESENTA 10% DO TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO

CUSTOS FIXOS + DESPESAS FIXAS	R\$ 142.960,00	→	<b>P. E. FINANCEIRO</b> <b>R\$ 86,99</b>
(-) DEPRECIÇÃO	R\$ 4.064,00		
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 1.596,72		