

CALEBE LUCAS DOS SANTOS VIEIRA
213400112

JHONATAN MARTINS DE ALMEIRA DA SILVA
114000292

LUANE COUTINHO DE MATTOS DIAS
214030022

WALLACE RODRIGUES VASCONCELOS
214030012

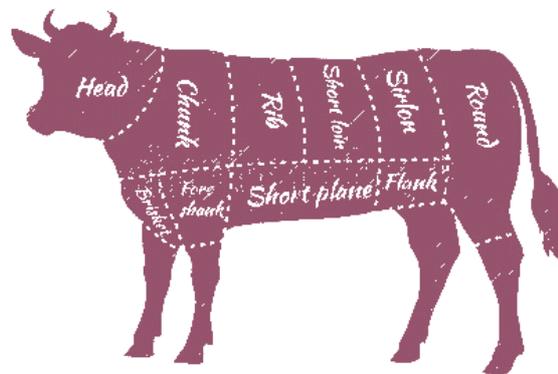
MEAT LIFE DELIVERY LTDA

Plano de marketing e financeiro do trabalho de conclusão dos cursos de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Cândido Mendes, situada na cidade de Niterói/RJ.

Orientador: Prof. Vladimir Gonçalves

Niterói
Junho/2018

MEAT LIFE



Delivery

MEAT LIFE DELIVERY LTDA
meatlifedelivery@meatlifedelivery.com.br
www.meatlifedelivery.com.br

SUMÁRIO

1. Sumário Executivo.....	4
2. Produtos e Serviços.....	5
2.1 O produto.....	5
2.2 Inspiração.....	6
2.3 Ciclo de Vida dos Produtos.....	6
3. Análise de Mercado.....	7
3.1 Clientes.....	7
3.2 Análise de Swot.....	8
3.3 As Cinco Forças de Porter.....	9
3.4 Análise dos 4P's do Marketing.....	12
3.4.1 Produto.....	12
3.4.2 Preço.....	13
3.4.3 Praça.....	13
3.4.4 Promoção.....	15
3.5 O plano de Marketing.....	16
4. Planejamento e gerência do negócio.....	17
4.1 Documentação para abertura de negócio.....	17
4.2 Organograma da empresa.....	18
4.3 Equipe Gerencial.....	19
4.4 Fluxograma da Atividade Principal.....	20
5. Desenvolvimento de Carreira.....	21
5.1 Plano de Carreira.....	21
5.2 Evolução de cada cargo.....	21
6. Layout do negócio.....	22
7. Indicadores de desempenho.....	22
8. Planejamento Financeiro.....	24
8.1 Investimento Inicial.....	24
8.2 Demonstrações contábeis do Ano XXX1.....	36
8.3 Demonstrações contábeis do Ano XXX2.....	40
8.4 Demonstrações contábeis do Ano XXX3.....	45
8.5 Demonstrações contábeis do Ano XXX4.....	50
8.6 Demonstrações contábeis do Ano XXX5.....	52
9. Viabilidade dos Cenários.....	57
10. Considerações Finais.....	63
11. Agradecimentos.....	64

1. Sumário Executivo

A Meat Life Delivery foi criada a partir de uma ideia de levar ao consumidor final uma carne de qualidade e voltar a estreitar a relação entre açougue-cliente conhecida há tempos que foi perdida devido aos preços arrasadores dos grandes supermercados.

Com o intuito de atender a uma demanda a qual não sabe onde comprar, a Meat Life Delivery foi fundada com a ideia de preencher essa lacuna a fim de comercializar uma carne de qualidade a um preço justo e é exatamente esse o fator que a diferencia dos seus concorrentes.

Nossa empresa desenvolve um trabalho onde nos preocupamos com todo o processo, desde o primeiro contato com o cliente até chegar a carne embalada para consumo prezando, sempre, por uma relação amistosa.

Nossa diretora financeira que desempenha um papel chave nos projetos da empresa, com formação em ciências contábeis em curso e extensão Jr. em finanças. Possui 4 anos de experiência no ramo contábil com passagens em empresas de diferentes portes, nos apresentou dados relevantes quanto a parcela monetária da empresa demonstrando o nosso potencial de crescimento e viabilidade de negócio.

Nosso objetivo é tornar a empresa em Niterói um exemplo de negócio para, num futuro breve, constituir uma rede de franquias por diversas cidades do Estado do Rio de Janeiro e depois, Brasil. Tendo em vista esse panorama, visamos atender com excelência a maior parte da população de Niterói onde residimos há mais de 20 anos.

2. Produtos e Serviços

2.1 O Produto

Nossa principal característica é prezar o bom atendimento e a confiança do nosso cliente, através da inovação do serviço e a qualidade do produto.

Nós trabalharemos com a venda de carne bovina, através de uma seleção minuciosa dos fornecedores, onde estabeleceremos parcerias para que possamos sempre atender ao cliente da melhor forma.

Também, trabalharemos com uma classificação dos nossos produtos, que serão budget, smart e premium. Levando em consideração, o preço e cortes simples, o corte mais diferenciado que exija um maior investimento e as carnes nobres que serão voltadas para um público bem seletivo, respectivamente.

Nosso serviço será voltado para os apreciadores da boa carne que não encontram a qualidade no atendimento e a tradição que existiam nos antigos açougues de bairro. Nosso serviço será essencial para o dia a dia agitado de quem aprecia a qualidade, o bom atendimento, a boa imagem do produto, a praticidade e principalmente a segurança de uma boa procedência que advém de selos e medidas de compliance que a *MEAT LIFE DELIVERY* poderá oferecer.

O nosso diferencial é renovar a presença dos “antigos” e tradicionais e aconchegantes açougues para o nosso cliente moderno e oferecer a rapidez através de uma logística segura, mantendo sempre um bom relacionamento e tratando o nosso cliente como parte do nosso team.

O Concorrente

<i>Empresas</i>	<i>Qualidade</i>	<i>Presença do público</i>	<i>Atendimento</i>	<i>Preço</i>	<i>Inovação</i>
Meatpacking	Possui	Possui	Possui	Não possui	Não possui
Meat Life Delivery	Possui	Possui*	Possui	Possui	Possui

*Oferecemos visitas guiadas aos clientes interessados em conhecer o nosso estabelecimento.

Futuros produtos a serem produzidos

Ultimamente, o mercado de carnes está sendo afetado por uma startup chamada Memphis Meat a qual ama a carne, porém não a forma convencional que é produzida, alegando que afeta o meio ambiente, bem-estar animal e saúde humana.

Atualmente, com os consumidores globais gastando, aproximadamente, U\$ 1 trilhão por ano para o consumo de carne e a previsão sendo desse número dobrar nas próximas décadas, a startup está desenvolvendo uma maneira de produzir carne real a partir de células animais sem a necessidade de alimentar e abater animais reais.

Com essa startup olhando para o futuro, a nossa empresa acompanha o processo de perto e visa o lançamento e fornecimento dessa carne paralelamente aos EUA.

2.2 Inspiração

O grupo conseguiu perceber a oportunidade de um negócio a partir da percepção de um mercado carente por qualidade e preço justo no momento da aquisição de carnes.

Com o estouro da operação carne fraca que ocorreu por meio da investigação da polícia federal a respeito do abate e conservação de carnes feitos por grandes grupos e marcas, gerou um cenário de insegurança e desconfiança sobre a procedência das carnes que são comercializadas no mercado e consequentemente a diminuição nas vendas de bovinos.

Um dos integrantes do grupo, após contato direto com o ramo de carnes e mais especificamente com frigoríficos pôde notar a ausência de um controle interno de qualidade efetivo no meio. Deste modo, a imagem dos velhos açougues de bairro e o contato direto com as pessoas que manuseiam o seu alimento poderiam e deveriam ser resgatados para um cenário mais tecnológico e moderno.

Esses fatos inspiraram a ideia do surgimento da Meat Life delivery para realizar o fornecimento de carne bovina da melhor qualidade a um preço justo.

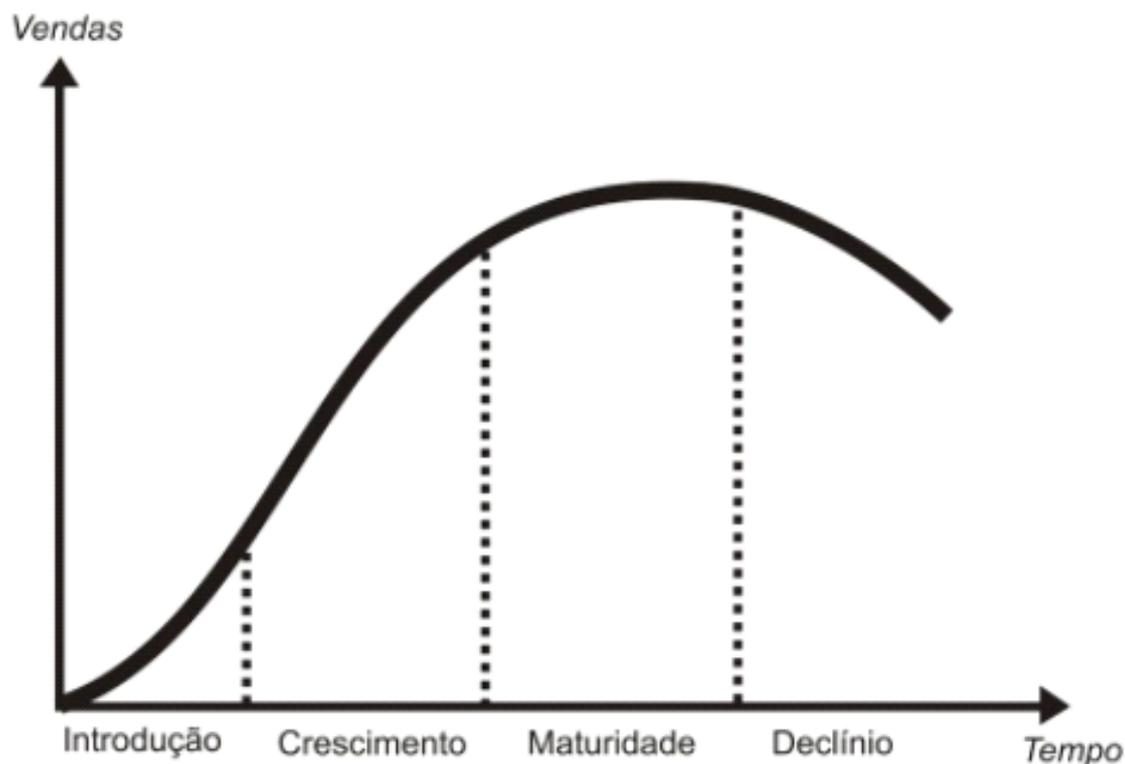
As informações disponibilizadas sobre o produto e tecnologias utilizadas.

Contaremos com um catálogo online, onde discriminaremos os valores dos produtos divididos em budget, smart e premium. O nosso serviço funcionará através de várias plataformas digitais, onde teremos um site, um aplicativo que estará disponível nas versões android e IOS (Meat life delivery app), Páginas em diversas redes sociais como Facebook, Instagram e Whatsapp que permitirão o nosso cliente a ter um contato direto com a empresa, com a origem do produto, com o local de armazenagem e também a conhecer ao nosso team meat life.

2.3 Ciclo de vida do produto

- **Introdução:** Acreditamos que essa fase inicial da vida do produto será rápida levando em consideração a inovação de comprar carne através de um aplicativo. Prevemos que a fase se encerre em 6 meses.
- **Crescimento:** Esse processo é iniciado com a aceitação dos consumidores no mercado onde o produto começa a se firmar e é nesse estágio que os concorrentes aparecem. Prevemos que essa fase dure de 12 meses a 24 meses após a primeira fase.
- **Maturidade:** Caracterizado por um período de estabilidade no crescimento das vendas, forte fidelização de clientes, os lucros tornam-se estáveis ou até podem vir a diminuir de acordo com os esforços para a empresa defender o produto da concorrência. Previsão de 12 meses até chegar na próxima fase.
- **Declínio:** O produto passa a perder espaço no mercado por conta de um novo produto que é a carne produzida através de células animais sem a

necessidade do abate convencional. Caso a empresa não consiga adquirir e comercializar esse produto, a empresa pode estar fadada a falência.



3 Análise do mercado

3.1 Clientes

De acordo com a pesquisa realizada, os clientes da Meat Life Delivery são bem equiparados entre homens e mulheres com idade entre 26 e 45 anos os quais tem total acesso as plataformas digitais.

Hoje em dia, qualquer pessoa possui um celular com acesso a internet tendo a carne bovina como um dos pratos principais em sua mesa de refeição.

Os clientes localizam-se em Niterói onde a entrega é eficaz, mesma cidade onde situa-se a sede. Fortalecendo assim a efetividade na entrega e qualidade da carne ao chegar no recinto do consumidor final.

Esses clientes têm como desejo que o produto chegue apenas a um clique da tela do celular para a mesa da refeição. Outro ponto fortíssimo é a praticidade de fazer o pedido de qualquer lugar.

As necessidades do produto seriam a qualidade das carnes, sendo todas elas com selo de padrão SIF (Sistema de Inspeção Federal) prontos para manuseio e consumo.

De acordo com as nossas pesquisas, a informação do quanto nossos consumidores estão dispostos a pagar não ficou clara. Sendo assim, pagarão de

acordo com a qualidade de cada carne atrelado a praticidade e comodidade de realizar a compra através de plataformas digitais e por telefone.

Decisão de compra

A decisão de compra na casa dos clientes da Meat Life Delivery é dada, em sua maioria pelo público feminino e a outra parte pelo público masculino que tem crescido muito na participação de compras para casa.

Mercado de Atuação

A Meat Life Delivery, inicialmente, estará situada na cidade de Niterói, no estado do Rio de Janeiro e o objetivo é atender, os apreciadores da boa carne e oferecer uma experiência nunca antes vivida através do conforto e comodidade que oferecemos aos nossos clientes.

3.2 Análise de Swot

Através de um estudo minucioso e conhecimentos adquiridos no âmbito acadêmico, elaboramos a análise SWOT onde analisamos os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças. Desta forma, elaboramos planos de ação para reduzir ao máximo riscos e aumentar as chances de sucesso.

Strengths (Forças)	Weakness (Fraquezas)
Entrega do produto em domicílio	Possíveis atrasos na entrega e qualidade do produto
Compra realizada através de um aplicativo com variedades de carnes e cortes	Depender só de um fornecedor
Investimento em profissionais qualificados	Desconfiança dos consumidores ao não poder olhar a carne que está sendo comprada
Oportunities (oportunidades)	Threats (ameaças)
Aumento na compra de produtos e serviços pela internet e aplicativos	Escândalos de grandes empresas
Mercado Nacional e Internacional em expansão	Crença sobre os malefícios da carne a saúde
Novas tecnologias	A maneira como a carne é manipulada
Novos métodos de distribuição	Atrasos na entrega

Perspectivas até o período de amadurecimento da empresa.

Plano de Ação

Buscaremos sanar o que temos de fraquezas e ameaças através das seguintes ações:

Weakness (fraquezas)	Plano de ação
Qualidade do produto	Capacitação dos funcionários através de cursos para o melhor aproveitamento e qualidade da carne
Depender só de um	Fazer diversas parcerias com frigoríficos e

fornecedor	distribuidores
Desconfiança dos consumidores ao não poder olhar a carne que está sendo comprada	Ao final da compra, é gerado um link para o cliente acompanhar o processo do corte da carne visualizando o processo de manuseio da carne através de web vídeo
Threats (ameaças)	Plano de ação
A maneira como a carne é manipulada	Elaborar um vídeo explicativo do manuseio da nossa carne
Malefícios da carne a saúde	Artigos explicativos no site os quais apresentam os benefícios do consumo de carne
Atrasos na entrega das carnes	Monitoraremos em tempo real através de aplicativos de trânsito as melhores rotas para que possamos obter vantagem competitiva através da agilidade e rapidez na entrega

Após pesquisa sobre empresas que atuam no setor oferecendo carnes através de delivery, percebemos que muitas delas não disponibilizam de um serviço de entrega, qualidade e atendimento eficientes. Sendo assim, algum dos nossos principais concorrentes é:

MEATPACKING

É uma boutique de carnes com cortes selecionados para os amantes do churrasco que prezam pelo sabor e qualidade. O objetivo é atender a todos os tipos de clientes, desde aqueles que preferem comprar a carne para preparar em casa até aquele que escolhe a carne e prepara na hora de um jeito especial oferecendo produtos com qualidade e finalidade de garantir a satisfação dos nossos clientes.

Ponto forte: Possui uma ilha onde o consumidor tem um fácil acesso, visualizam e escolhem o corte de carne e envia para que o cozinheiro faça o prato. O ambiente é aconchegante e durante a semana tem apresentações de música ao vivo onde atrai os apreciadores de carne, cerveja e vinho. Possuem 2 anos de experiência no ramo.

Ponto fraco: O preço elevado, o layout e a ambientação chama atenção de apenas pessoas de uma determinada classe social.

3.3 As Cinco Forças de Porter

Para determinarmos o melhor posicionamento do negócio diante do vasto mercado, analisaremos o ambiente competitivo que estamos inseridos através dessa ferramenta de administração.

A análise das 5 Forças de Porter considera que há uma força central e outras quatro, que impactam a central de formas diferentes. São elas:

Rivalidade entre os concorrentes

A rivalidade entre os concorrentes é forte visto que os possíveis rivais do açougue delivery são os tradicionais açougues e supermercados.

Nós estaremos investindo na qualidade, praticidade e boa logística da entrega para conquistar uma parcela da clientela desses concorrentes, onde iremos trabalhar e investir no marketing digital, disponibilizando várias plataformas de acessos ao cliente visto que a grande maioria prefere a praticidade e a comodidade do serviço nele prestado quando associado a qualidade e confiança no momento da aquisição.

Poder de barganha dos fornecedores

O poder de negociação dos fornecedores é médio porque possuímos mais de um fornecedor no mercado.

Com isso, buscaremos formalizar parcerias através de contratos com o intuito de não correr riscos de faltar mercadoria, não depender apenas de um fornecedor e melhores preços para que possamos atender as expectativas dos nossos clientes.

Poder de barganha dos clientes

O poder de barganha dos clientes é médio pois ofereceremos carnes frescas, entregaremos conforme a demanda do cliente e trabalharemos com a praticidade que os mercados tradicionais e açougues ainda não disponibilizam.

Nos preocupamos com o ambiente limpo e seguro do momento da estocagem das carnes até o momento que chegam as mesas dos nossos clientes e também os convidaremos para conhecer o ambiente onde tudo acontece e as pessoas que os atendem na plataforma de atendimento digital e através do call-center.

Disponibilizaremos a garantia de um serviço seguro na hora da compra e trabalharemos com preços acessíveis e diversas formas de pagamento, o que limita a ação dos concorrentes e a barganha dos compradores.

Ameaça de produtos substitutos

A ameaça de produtos substitutos é forte pois existe um grande apelo por “carnes brancas” (frango e peixe) que atendem o paladar do nosso rigoroso cliente.

O frango obtém uma vantagem no quesito “preço” por ser mais em conta e nutricionistas receitam bastante nas dietas.

O peixe, por ser a fonte mais saudável e rica em proteínas que existe e em alguns pescados mais em conta que a própria carne bovina sendo um atrativo para os nossos clientes.

Ainda podemos ressaltar a carne de porco que por transmitir algumas doenças (caso seja mal preparada) e o fato de apresentar elevado percentual de gordura não é considerada, culturalmente, boa para saúde porê estudos mais recentes afirmam que a carne de porco tem suas vantagens como manutenção e função da massa muscular levando uma melhora no desempenho de exercícios.

Resolveremos essa situação divulgando os benefícios do consumo da carne vermelha através de estudos que comprovem que é a principal e mais rica fonte de proteína.

Ameaça de novos entrantes

A ameaça de novos entrantes depende de barreiras existentes à sua entrada, bem como do poder de reação das empresas já instaladas.

O mercado moderno estando sempre aberto as empresas que queiram se instalar, o rápido retorno financeiro, a pouca diferenciação dos produtos já existentes e a isenção de imposto sobre o produto são motivos para manter essa ameaça em alta.

Pensamos em solucionar esse impasse através da fidelização dos clientes oferecendo uma experiência nunca antes vivida, fornecendo produtos de qualidade, atendimento diferenciado, promovendo e atualizando o marketing de relacionamento.

Estratégia do Negócio

A imagem que a empresa pretende obter

Uma empresa que vende variados tipos de carnes, com diferentes cortes de forma inovadora nesse seguimentos para os nossos clientes. Pretendemos obter confiança dos nossos clientes através de visitas ao nosso estabelecimento para observar como é feito o manuseio dos produtos e a higiene no local.

A estratégia para ganhar mercado

Ofereceremos brindes e bonificações aos nossos clientes a fim de fidelizá-los. Publicidade por meio de ações sociais e que promovam qualidade de vida e bem-estar.

Iremos divulgar o nosso perfil em redes sociais, como Face Book, Whats App, Instagram e em busdoor, torpedos de divulgação MMS, e-mails de promoção e propaganda, cadastro em sites como peixe urbano que oferecem.

Apresentação do produto no mercado

O nosso produto levará a marca "Meat Life Delivery" e a logo estampada em sua embalagem.

O nosso produto será embalado à vácuo e utilizaremos a cor transparente para que possamos deixar visível a qualidade do nosso produto.

A nossa carne terá o aspecto de saudável, limpo, transmitirá a confiança que grandes marcas estão perdendo devido à grande preocupação com o lucro e a não transparência que ocorre no momento da produção, nossa embalagem será projetada para levar a confiança às casas, reuniões, comemorações e aos ambientes que estiverem presente.

Também, iremos disponibilizar um cardápio online nas categorias budget, smart e premium em nosso site que é diferenciado apenas pelo corte da carne. A

embalagem demonstra a cara do nosso produto, a visão do nosso team, independente da classificação do nosso produto a embalagem será a mesma, o cuidado será o mesmo e o nosso cliente irá perceber a personalidade no seu tratamento pois vendemos um serviço através de um produto.

**Imagem meramente ilustrativa que serve como base para o nosso projeto.*



3.4 Análise dos 4P's do Marketing

3.4.1 O Produto:

Nossa principal característica é prezar o bom atendimento e a confiança do nosso cliente, através da inovação do serviço e a qualidade do produto.

Nós trabalharemos com a venda de carne bovina, através de uma seleção minuciosa dos fornecedores, onde estabeleceremos parcerias para que possamos sempre atender ao cliente da melhor forma.

Também, trabalharemos com uma classificação dos nossos produtos, que serão budget, smart e premium. Levando em consideração, o preço e cortes simples, o corte mais diferenciado que exija um maior investimento e as carnes nobres que serão voltadas para um público bem seletto, respectivamente.

Nosso serviço será voltado para os apreciadores da boa carne e que não encontram a qualidade no atendimento e a tradição que existiam nos antigos açougues de bairro. Nosso serviço será essencial para o dia a dia agitado de quem aprecia a qualidade, o bom atendimento, a boa imagem do produto, a praticidade e principalmente a segurança de uma boa procedência que advém de selos e medidas de compliance que a *MEAT LIFE DELIVERY* poderá oferecer.

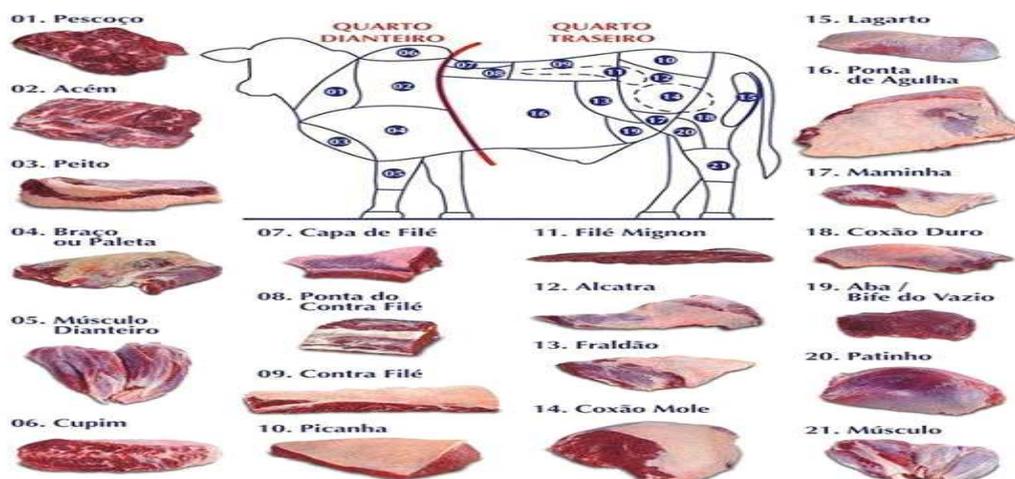
O nosso diferencial é renovar a presença dos “antigos” e tradicionais e aconchegantes açougues para o nosso cliente moderno e oferecer a rapidez através de uma logística segura, mantendo sempre um bom relacionamento e tratando o nosso cliente como parte do nosso team.



3.4.2. O Preço:

Os preços serão tabelados de acordo com um padrão mercadológico de 40% a 50% acima do valor do fornecedor até o consumidor final, visto que trabalharemos com o valor agregado derivado da personalização e diferenciação oferecida ao cliente.

Iremos trabalhar com diversas formas de pagamento, dinheiro, cartão de débito e crédito e tickets alimentação, com o intuito de reter clientes e tornar cada vez mais viável a compra.



3.4.3. A Praça:

Os nossos produtos serão vendidos através da internet o que nos permitirá alcançar maiores mercados futuramente, devido à grande circulação de informações nos meios digitais. Nós iremos atender a região metropolitana do rio de janeiro, localizada na cidade de Niterói. Portanto, trabalharemos com uma infraestrutura digital que nos permitirá alcançar a eficiência, eficácia e excelência no serviço prestado.

Nosso serviço funcionará através de várias plataformas digitais, onde teremos um site, um aplicativo que estará disponível nas versões android e IOS (Meat life

delivery app), Páginas em diversas redes sociais como Facebook, Instagram e Whatsapp que permitirão o nosso cliente a ter um contato direto com a empresa, com a origem do produto, com o local de armazenagem e também a conhecer ao nosso team meat life.

Nosso site será desenvolvido para transmitir confiança ao nosso cliente e deixaremos em evidência a possibilidade de conhecer como funciona a nossa empresa e essa apresentação será realizada por um dos sócios mediante agendamento.

Contaremos com a armazenagem dos nossos produtos em local estratégico, possibilitando a fácil circulação na hora da entrega dos pedidos e contaremos com um serviço de entrega conforme a demanda dos pedidos para gerar uma entrega rápida.

**Imagens meramente ilustrativa que serve como base para o nosso projeto.*



3.4.4. A Promoção:

Acreditamos que promover um produto é fundamental, principalmente quando utilizamos uma plataforma digital como a nossa praça. Adotaremos as seguintes medidas para promoção

- Iremos divulgar o nosso perfil em redes sociais, como face book, whatsapp, instagram e em busdoor, torpedos de divulgação MMS, e-mails de promoção e propaganda, cadastro em sites como peixe urbano que oferecem descontos, promoções
- Publicidade por meio de ações sociais e que promovam qualidade de vida e bem-estar.
- Treinamento dos colaboradores para promover a venda nas bases de telemarketing e no momento da entrega do produto.
- Ofereceremos brindes e bonificações aos nossos clientes a fim de fidelizá-los

Usaremos um layout em nossas páginas que repassem os nossos valores e confiança aos nossos clientes, o que será possível ao fazermos parcerias com consultores de programação e marketing que nos auxiliarão a executar o nosso planejamento.

Investiremos no treinamento dos nossos atendentes de telemarketing e principalmente no dos entregadores que terão o maior contato com os nossos clientes, podendo analisar quais são suas preferências, escutar suas sugestões, reclamações e elogios. E também, disponibilizaremos as experiências vividas pelos nossos clientes nas redes.

Com o objetivo de reter e fidelizar nossos clientes, trabalharemos com brindes, carteira de fidelização, sorteios em redes sociais, brindes de carnes premium para clientes smart e de carne smart para clientes budget e distribuiremos brindes como facas, livros de receitas, blusas (Team meat life) para que o nosso cliente seja parte da nossa equipe e se sinta à vontade para opinar e tornar o serviço cada vez mais individual e personalizado.

Nosso team também, enxerga a responsabilidade social, as questões sociais, o bem-estar e a saúde como parte do compromisso da empresa e preocupados com isso incentivaremos a participação dos nossos colaboradores em corridas deixando a nossa marca em projetos de bem-estar e saúde e também iremos realizar doações de alimentos para orfanatos e asilos.

Atribuição de preços ao produto

Para determinarmos os preços praticados a cada produto comercializado por nós devemos nos atentar aos fornecedores de acordo com o respectivo estoque e preços que podem variar até R\$ 1,00/kg por semana para mais ou menos em cada produto.

Sendo assim, com o preço dos nossos fornecedores definidos, estipulamos 50% para pagarmos os custos operacionais, 25% que será a margem de lucro.

O nosso produto é isento de impostos como IPI, ICMS e ISS.

Alianças e Parcerias

Como há muitos fornecedores competindo com o objetivo de alcançar uma boa fatia do mercado, o quesito de parcerias com os mesmos é totalmente favorável a nossa empresa. Assim que a nossa empresa conseguir fidelizar clientes a ponto de prevermos uma pequena margem de erro do nosso consumo semanal, poderemos fechar contratos de fornecimento com os respectivos fornecedores e é claro, se atentando sempre para qualidade da carne.

3.5. O plano de Marketing

No mundo onde as pessoas estão cada dia mais conectadas e com seus smartphones nas palmas das suas mãos a todo momento, surge uma grande oportunidade para a utilização do marketing digital, visto que a plataforma da nossa empresa é on-line.

Nós não venderemos apenas um produto, nosso maior produto é a qualidade do serviço que podemos oferecer, através de promoções, cupons e descontos especiais esperamos captar novas parcelas de clientes e através do marketing de relacionamento e do marketing de diferenciação desejamos reter e fidelizar nossos clientes.

Nossos sócios ficarão responsáveis pela manutenção do impulsionamento e divulgação em redes sociais e com ênfase no marketing digital online trabalharemos com o facebook, o whatsapp e o instagram local onde iremos promover a nossa imagem e o nosso valor. Também, dispararemos e-mails, receberemos pedidos, sugestões e reclamações .

O custo para impulsão do marketing no facebook e instagram será de 300 reais ao mês, num alcance estimado de 2.468 a 6.507 pessoas.

A panfletagem também se encontra no nosso planejamento, iremos panfletar na saída das barcas em horários de maior circulação de pessoas como os horários entre 7:00 às 10:00 horas e 16:00 às 19:00 horas. As barcas possuem a capacidade de 2 mil pessoas por traslado, onde há um intervalo de 20 minutos entre cada saída das barcas onde panfletaremos 18 mil em cada período nos 12 primeiros meses da empresa.

Precisaremos de 300 mil panfletos e 3 pessoas responsáveis pela divulgação na saída das barcas, que receberão 50 reais ao dia pela divulgação e ao todo o custo mensal é de 3.124,00 reais pelos panfletos e 1200 reais por pessoa pela divulgação totalizando 4.324,00 ao mês.

Para a propaganda também contaremos com a utilização do busdoor no primeiro ano da empresa, o nosso público está situado na cidade de Niterói, a qual iremos selecionar as linhas que passem pelos pontos focais como Icaraí, Centro da Cidade, São Francisco, Ingá, Jardim Icaraí, Santa Rosa e Região Oceânica, planejamos contar o número aproximado de 4 linhas de ônibus rodando na cidade com o custo estimado de 2.800,00 reais ao mês pelos serviços realizados pela empresa Mídia Urbana publicidade.

Roteiro Busdoor Viação Fortaleza, linha de ônibus 53, Viradouro x Centro (NITERÓI , ICARAÍ , SANTA ROSA , JARDIM ICARAÍ, CENTRO).

Roteiro Busdoor Viação Miramar, linha de ônibus 33, Jurujuba x Centro (NITERÓI, SÃO FRANCISCO , ICARAÍ, INGÁ, CENTRO).

Roteiro Busdoor Viação Pendotiba, linha de ônibus 38, Itaipu x Centro (NITERÓI , REGIÃO OCEÂNICA).

Roteiro Busdoor Viação Pendotiba, linha de ônibus 46, Várzea das Moças x Centro (NITERÓI, REGIÃO OCEÂNICA).

Contaremos com os serviços da Fidelimax.com.br para auxiliar na retenção e fidelização de clientes com valores de 149 reais ao mês e com a easyeasyapps.net para nos auxiliar no suporte das compras com o valor de 54 dólares ao mês que será supervisionado pelos nosso sócios.

Iremos oferecer um serviço acessível e personalizado, oferecendo toda a dedicação quanto a prestação do serviço que estará à disposição dos nossos clientes no dia a dia de uma maneira inovadora e pessoal, onde poderão experimentar uma sensação de satisfação e de exclusividade. Deste modo, Investiremos no treinamento dos nossos colaboradores para que eles consigam atender o nosso cliente da melhor forma possível, não focando apenas no ato da venda da carne, mas na satisfação e na comunicação com o nosso cliente.

Nós queremos ouvir o nosso cliente a todo tempo e criar com ele uma relação de confiança e valorização, criar um valor além do próprio produto e serviço oferecidos.

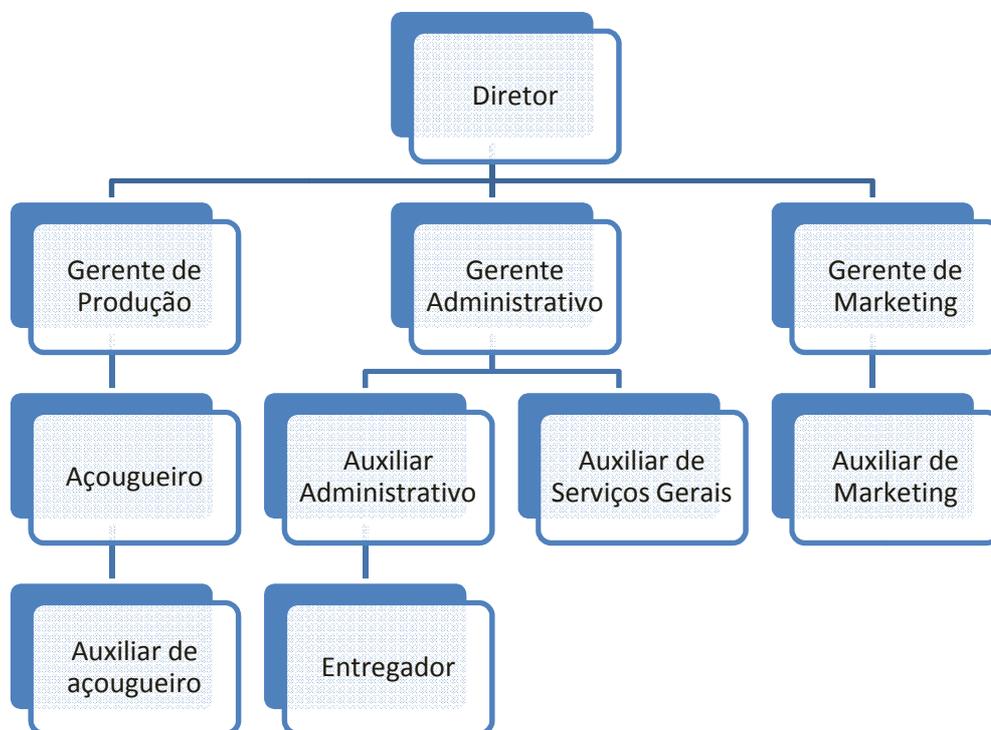
4. Planejamento e gerência do negócio.

4.1. Documentação para abertura do negócio

Legalização		
Receita Federal	7 dias	A inscrição do CNPJ é gratuita na inscrição
Estado	7 dias	A inscrição Estadual é gratuita na inscrição
Jucerja	7 dias	R\$ 376,00
Alvará de funcionamento da PMN	7 dias	Gratuito
Vigilância Sanitária	7 dias	R\$ 1.503,91
Bombeiros	7 dias	R\$ 1.410,72
DARF (DREI)		R\$ 21,00
Total		R\$ 3.311,63

Tempo estimado total para abertura da empresa será de, aproximadamente, 40 dias.

4.2. Organograma da empresa



Definição dos cargos existentes e sua função

Diretor (Luane Dias) – Acompanhar o resultado financeiro da empresa, usar as informações administrativas e de produção para auxílio na tomada de decisão. Acompanhar o desempenho através dos indicadores e repassar aos interessados como governo, bancos, sócios e possíveis estatísticas para os clientes. Administrar os recursos da empresa.

Gerente de produção (Calebe) – Acompanhar o processo produtivo de forma efetiva a atender todos os pedidos em tempo, gerenciando os recursos e a equipe visando alcançar os devidos objetivos.

Açougueiro – Cortar as carnes de acordo com os pedidos emitidos pelo auxiliar administrativo, prezando pela qualidade da carne e embalando com higiene. Necessário ter trabalhado em outros estabelecimentos e ter no mínimo 3 anos de experiência.

Auxiliar de açougueiro – Auxiliar da melhor forma possível o processo de corte, higienizando os utensílios e se atentando para deixar o local mais propício a se trabalhar.

Gerente Administrativo (Wallace) – Acompanhar o processo administrativo atuando na gestão da equipe e contato com fornecedores visando o melhor custo benefício de cada produto.

Auxiliar Administrativo – atua lado a lado ao administrador da empresa, auxiliando em áreas como controle de gestão financeira, auxiliando no contato com os fornecedores e no controle interno, revisão de documentos e orçamentos, organização de arquivos.

Entregador – Responsável por levar a mercadoria ao destino solicitado.

Auxiliar de Serviços Gerais – Através de uma empresa contratada, o intuito será deixar o ambiente administrativo o mais limpo possível.

Gerente de Marketing (Jhonatan) – Ficará responsável pela parte de acompanhamento das plataformas digitais e física, onde ficará responsável pela elaboração do planejamento estratégico mercadológico da empresa, realizando pesquisas de mercado para detectar as necessidades dos consumidores e elaborar projetos que visem satisfazê-la. Estabelecer o alinhamento entre as vendas e as metas da empresa, fazendo com que as vendas sejam o resultado eficiente do marketing da empresa.

Auxiliar de marketing – Auxílio no processo de acompanhamento das plataformas digitais, ficará responsável pelo relatório de pedidos, que será encaminhado ao auxiliar de açougue.

4.3. Equipe Gerencial

Diretora financeira: Luane Dias

Formação técnica em contabilidade, habilitada pelo conselho regional de contabilidade e graduanda do último ano de ciências contábeis com ênfase na gestão empresarial .

Oriunda de escritório de contabilidade e com uma boa percepção crítica e analítica, tem a sua carreira apoiada em valores como pessoas e possui habilidade de geri-lás tanto quanto apresentar resultados quantitativos.

Gerente de produção: Calebe Vieira

Domínio em planejamento e controle do estoque;

Participação em planejamento e análises no processo de atendimento ao consumidor com suporte no balanceamento de dados;

Vivência em gerenciar pessoas para carregar e descarregar caminhões com até 27 toneladas em produtos diversos.

Gerente de Marketing : Jhonatan Martins

Vivência na área administrativa, conhecimentos em técnicas de vendas e marketing adquiridas no curso no SENAI, graduando do último ano de administração com ênfase na gestão empresarial.

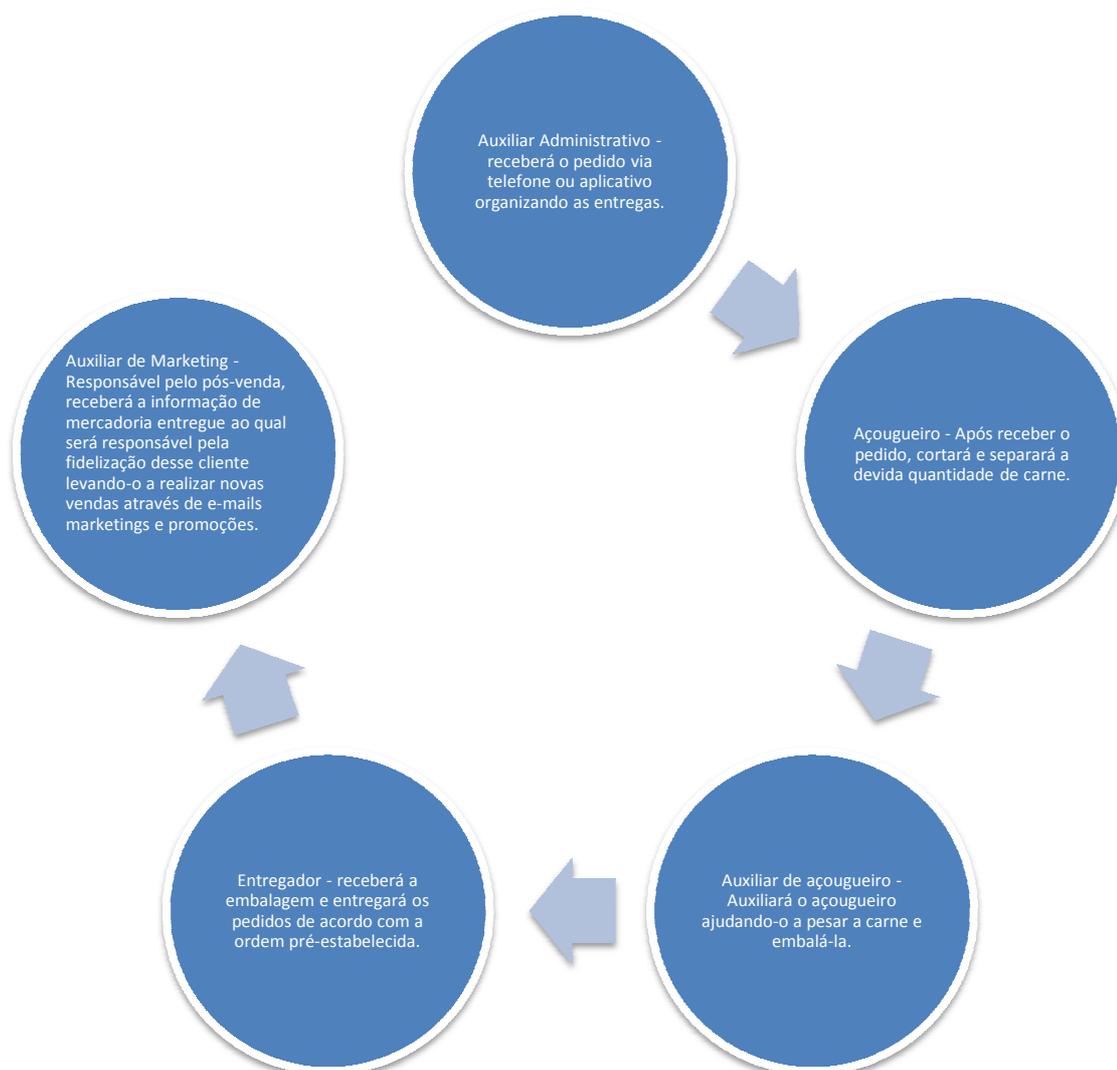
Trabalhei 9 anos com atendimento ao cliente, em diversas empresas no segmento call center e atendimento ao público de forma presencial.

Gerente administrativo: Wallace Vasconcelos

Graduando no último ano de ciências contábeis.

Vivência na área contábil em escritórios e como administrador em uma empresa de pequeno porte atuando diretamente com o público, finanças, estoque e controle de serviço da organização.

4.4. Fluxograma da Atividade Principal



5. Desenvolvimento de Carreira

5.1. Plano de Carreira

Os critérios adotados para a aplicação da promoção de cargos dentro da empresa serão basicamente os seguintes:

- Assiduidade;
- Responsabilidade;
- Pontualidade;
- Organização ;
- Liderança;
- Colaboração e trabalho em equipe;
- Qualidade do trabalho realizado;
- Nível de especialização, dentre outros.

A cada dois anos, os Diretores realizarão um processo seletivo interno tendo em vista os critérios já citados onde cada colaborador poderá receber uma promoção.

5.2. Evolução de cada cargo



6. Layout do negócio



7. Indicadores de desempenho

Indicador de desperdício da carne:

Devido ao açougueiro manusear a carne de forma que o mesmo estará “limpando” a carne, devemos mensurar esse trabalho observando a quantidade de carne comprada dividindo pela quantidade de carne vendida.

Quantidade de carne vendida (em kgs) / quantidade de carne comprada (em kgs)

O ideal nesse indicador é que essa divisão não ultrapasse 10%.

Indicador de produtividade:

Visando um melhor aproveitamento entre tempo e trabalho. Mensuraremos o trabalho do açougueiro de forma que consigamos observar a produtividade diária. Com isso, devemos obter a quantidade de carne (em kgs) cortada em um dia (8 horas em média de trabalho) por cada açougueiro.

Quantidade de carne cortada por dia / açougueiro.

Esse indicador nos mostra o quanto o açougueiro se empenha diariamente no manuseio da carne. O ideal é que essa quantidade seja, em média, de 800 kg / dia por cada açougueiro.

Indicador de fidelização dos clientes:

Esse indicador nos mostrará o quanto nossos clientes estão satisfeitos em comprar conosco retornando para fazer uma ou mais compras. Calculado pelo

números de clientes que retornam a comprar após a primeira compra dividido pelo total de número de clientes.

Número de clientes na primeira compra / total de clientes

O ideal é que essa porcentagem seja de, aproximadamente, 80% pois com esse resultado acreditaremos ainda mais no nosso trabalho.

Indicador de vendas

O indicador evidencia o quanto vendemos a mais de um mês para o outro. Calculado através do número de vendas do mês vigente dividido pelo número de vendas do mês anterior.

Número de vendas do mês vigente / número de vendas do mês anterior

O ideal desse indicador é ter mais de 1,2 o que indica que houve um crescimento nas vendas de 20% ou mais em relação ao mês anterior.

Indicador de tempo de entrega:

Esse indicador será usado para atendermos o cliente num tempo efetivo desde o pedido até a entrega. Calculado pelo horário da entrega subtraído pelo horário em que fez o pedido.

Horário da entrega – horário do pedido

O ideal é que em menos de 40 minutos o cliente esteja com a carne sendo entregue.

Planejamento da Capacidade Instalada

De acordo com observações feitas num período de 1 hora, um açougueiro corta e limpa uma peça de traseiro (em média, 50 quilos de carne e 10 quilos de osso) o qual consegue desossar em 20 minutos. Acreditamos que em 7 horas de trabalho, profissional conseguirá cortar 21 peças de carne, ou em média, 1.050 quilos ao dia.

As outras carnes já veem embalada e será vendida de acordo com a quantidade de demanda do cliente, acredita-se que em menos de dois minutos, o profissional consiga cortar a carne embalada.

8. Planejamento financeiro

8.1. Investimento Inicial

Após uma pesquisa de mercado, e baseado nos dados liberados pelo SEBRAE, identificamos que para a abertura da Mealt Life Delivery, serão necessários os seguintes investimentos iniciais:

Tabela de Investimentos iniciais	
Legalização	R\$ 3.538,14
Publicidade e Marketing	R\$ 99.458,40
Despesas administrativas	R\$ 310.802,36
Reformas e instalações	R\$ 28.738,99
Automóvel	R\$ 15.960,00
Despesa com legalização	R\$ 3.538,14
Máquinas e equipamentos do açougue	R\$ 4.289,00
Máquinas e equipamentos do administrativo	R\$ 17.328,12
Móveis e Utensílios do açougue	R\$ 5.460,30
Móveis e Utensílios do administrativo	R\$ 5.315,84
Matéria-prima	R\$ 87.750,00
Gasto com pessoal do açougue ao sócio	R\$ 25.151,86
EPI	R\$ 1.674,50
Projeção de Imposto - guia do DAS (01/XXX1)	R\$ 16.695,57
Capital dos sócios	R\$ 122.377,00
Treinamento	R\$ 240,00
Total	R\$ 748.318,22

A composição da tabela de Investimentos iniciais encontra-se segregada nos próximos itens:

Despesas com Legalização		
Receita Federal	7 dias	A inscrição do CNPJ é gratuita na inscrição
Estado	7 dias	A inscrição Estadual é gratuita na inscrição
Jucerja	7 dias	R\$ 376,00
Alvará de funcionamento da PMN	7 dias	Gratuito
Vigilância Sanitária	7 dias	R\$ 1.503,91
Bombeiros	7 dias	R\$ 1.410,72
DARF (DREI)	-	R\$ 21,00
Total		R\$ 3.311,63

Despesas com Publicidade e Marketing		
Serviço	Gasto mensal	Gasto anual
Panfletagem ao mês	R\$ 4.324,00	R\$ 51.888,00
Busdoor	R\$ 2.800,00	R\$ 33.600,00
Site de fidelização e retenção de cliente	R\$ 149,00	R\$ 1.788,00
Suporte das compras com o valor	R\$ 205,20	R\$ 2.462,40
Impulsão do marketing no Facebook e Instagram.	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Brinde	-	R\$ 2.300,00
Brinde	-	R\$ 450,00
Ação social	R\$ 260,00	R\$ 3.370,00
Total:	R\$ 8.038,20	R\$ 99.458,40

Descrição dos serviços citados acima:

Gastos referente a confecção de 300 mil panfletos e a despesa com três pessoas que serão responsáveis pela panfletagem em horários e locais estratégicos no primeiro ano da empresa.

No primeiro ano da empresa serão selecionadas quatro linhas de ônibus que irão circular pela cidade de Niterói- RJ.

Site responsável pelo serviço: www.fidelimax.com.br

Site responsável pelo serviço: www.easyeasyapps.net - serviços prestados em dólar - 54 dólares ao mês (Aplicativo de vendas)

Taxa de impulsão no Facebook e Instagram.

Os brindes serão chaveiros de metal com o nome da empresa gravado e serão entregues aos 1.000 primeiros clientes que gastarem acima de 100 reais em compras.

Os brindes serão cem facas personalizadas e serão entregues aos clientes que consumirem o valor de 2.000 reais em compras no período de seis meses.

Realizaremos doações de cesta 25 cestas básicas à orfanatos durante o ano, com valor estimado de 130 reais por cesta básica e uma especial no Natal.

Despesas Administrativas		
Despesas	Gasto mensal	Gasto anual
Despesa com aluguel do Galpão	R\$ 8.000,00	R\$ 96.000,00
Despesa com locação de Container refrigerado	R\$ 900,00	R\$ 10.800,00
IPVA a pagar	-	R\$ 815,20
IPTU a pagar	-	R\$ 230,00

Legalização de automóvel – DUDA e DPVAT		R\$ 326,00
Despesa com energia elétrica	R\$ 430,00	R\$ 5.160,00
Despesa com água	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Gasto com telefonia	R\$ 95,00	R\$ 1.140,00
Despesa com Internet	R\$ 75,00	R\$ 900,00
Gastos com o material para a seladora	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Despesas com aquisição da máquina de cartão	R\$ 64,90	R\$ 778,80
Despesa com combustível	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00
Empréstimo	R\$ 14.721,03	R\$ 176.652,36
Despesa com material de consumo	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Total	R\$ 25.785,93	R\$ 310.802,36

Descrição das despesas citadas acima:

Endereço do galpão: Travessa Santo Antônio - São Lourenço - Niterói RJ; com 655m² de comprimento.

Aluguel do container refere-se a uma unidade.

É cobrado o valor aproximado de 407,60 reais referente ao IPVA de cada moto.

Valor cobrado pelo IPTU do Galpão.

Rateio da despesa com energia elétrica:

30 % destinado a parte administrativa = \$129,00 reais e 70% destinado a produção \$301,00

Rateio da despesa com consumo de água:

30 % destinado a parte administrativa = \$60,00 reais e 70% destinado a produção \$140,00

O orçamento disponibilizado aos gastos com materiais de consumo será no valor de 200 reais ao mês para a compra de material de limpeza e higiene da empresa.

Reformas e instalações			
Itens	Quant.	Preço unit.	Total
Pintor	1,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
Purificador Soft	2,00	R\$ 340,00	R\$ 680,00
Extintor de incêndio	3,00	R\$ 55,00	R\$ 165,00
Óculos de proteção	2,00	R\$ 5,67	R\$ 11,34
Luvras de borracha	4,00	R\$ 5,17	R\$ 20,68
Tinta	8,00	R\$ 220,00	R\$ 1.760,00
Lixas	6,00	R\$ 2,07	R\$ 12,42
Panos	6,00	R\$ 3,00	R\$ 18,00
Massa Corrida (27 kg Coral)	3,00	R\$ 65,90	R\$ 197,70
Espátula rígida 12 cm	2,00	R\$ 8,14	R\$ 16,28
Rolo de pintura manual	1,00	R\$ 69,99	R\$ 69,99

Bandeja plástica para pintura	2,00	R\$ 3,51	R\$ 7,02
Escada Articulada	1,00	R\$ 274,52	R\$ 274,52
Profissional de divisórias	1,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
Divisórias incluindo a porta	40,00	R\$ 29,90	R\$ 1.196,00
Pedreiro	1,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
Ajudante de pedreiro	1,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Colher de pedreiro	2,00	R\$ 14,43	R\$ 28,86
Piso cerâmico	500,00	R\$ 13,11	R\$ 6.555,00
Desempenadeira com dentes	2,00	R\$ 15,62	R\$ 31,24
Linha para pedreiro 50m	5,00	R\$ 19,94	R\$ 99,70
Balde de plástico 12L	10,00	R\$ 5,77	R\$ 57,70
Argamassa Votomassa 20 kg	20,00	R\$ 23,90	R\$ 478,00
Eletricista	1,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
Ajudante do eletricista	1,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Fio Cabo flexível 2,5mm rolo 100 mts	9,00	R\$ 58,00	R\$ 522,00
Lâmpadas (Kit com 15)	3,00	R\$ 102,08	R\$ 306,24
Acabamento das lâmpadas	10,00	R\$ 3,13	R\$ 31,30
Total	-	-	R\$ 28.738,99

Aquisição de automóvel:

Automóvel			
Descrição	Vi. Unit.	Quant.	Total
Moto CG Titan 125 Cargo	R\$ 7.980,00	2	R\$ 15.960,00

Contaremos inicialmente com duas motos para auxiliar no serviço de entrega.

Aquisição de Máquinas e Equipamentos			
Destinados ao açougue			
Descrição	Vi. Unit.	Quant.	Total
Balança Digital Elgin	R\$ 399,00	1	R\$ 399,00
Seladora a Vácuo DZ240	R\$ 3.890,00	1	R\$ 3.890,00
Total	-	-	R\$ 4.289,00
Destinados ao administrativo			
Descrição	Vi. Unit.	Quant.	Total
Computador para os auxiliares	R\$ 929,00	2	R\$ 1.858,00
Notebook para os gerentes	R\$ 1.889,00	3	R\$ 5.667,00
Aparelho telefônico	R\$ 59,99	4	R\$ 239,96
Impressora Multifuncional	R\$ 899,10	2	R\$ 1.798,20
Ar condicionado	R\$ 999,00	5	R\$ 7.764,96
Total	-	-	R\$ 17.328,12

Aquisição de Móveis e Utensílios			
Destinados ao açougue			
Descrição	Vi. Unit.	Quant.	Total
Balcão para cortar	R\$ 2.450,25	2	R\$ 4.900,50
Faca Carne 8"	R\$ 42,90	3	R\$ 128,70
Faca Coqueiro 10"	R\$ 82,90	3	R\$ 248,70
Faca Desossadeira 5"	R\$ 35,90	3	R\$ 107,70
Amolador de Faca	R\$ 24,90	3	R\$ 74,70
Total	-	-	R\$ 5.460,30
Destinados ao administrativo			
Descrição	Vi. Unit.	Quant.	Total
Mesa de computador	R\$ 286,99	6	R\$.721,94
Cadeira de computador auxiliar	R\$ 189,99	2	R\$ 379,98
Cadeira de computador gerente	R\$ 379,99	4	R\$.519,96
Cadeira para visitantes	R\$ 261,24	4	R\$.044,96
Baú para entrega (Capac. 135 kg)	R\$ 280,00	2	R\$ 560,00
Cx. De isopor 5L	R\$ 8,90	10	R\$ 89,00
Total	-	-	R\$ 5.315,84

Matéria-prima			
Produto	Preço/ Kg	Quant./Kg	Estoque Inicial
Traseiro no osso	R\$ 11,00	5000	R\$ 55.000,00
Contrafilé	R\$ 17,00	500	R\$ 8.500,00
Picanha	R\$ 22,00	250	R\$ 5.500,00
Miolo de alcatra (coração)	R\$ 19,00	250	R\$ 4.750,00
Filé Mignon	R\$ 29,00	250	R\$ 7.250,00
Picanha Grill	R\$ 35,00	125	R\$ 4.375,00
Contrafilé Grill	R\$ 19,00	125	R\$ 2.375,00
Total			R\$ 87.750,00

Para a composição do nosso estoque inicial, consideramos os produtos que obtiveram maior relevância na pesquisa de mercado com o nosso público alvo.

Gasto com pessoal	
Custo direto da empresa – Produção	
Remuneração	R\$ 4.234,00
Encargos Sociais	R\$ 846,80
Benefícios	R\$ 1.890,96
Contribuições e Seguro de Vida	R\$ 349,70
Total	R\$ 7.321,46
Despesa da empresa - Gastos com entrega e administrativo	
Remuneração	R\$ 4.780,00

Encargos Sociais	R\$ 956,00
Benefícios	R\$ 2.387,80
Contribuições e Seguro de Vida	R\$ 206,60
Total	R\$ 8.330,40
Provisão de Férias e Décimo terceiro salário	
Provisão de férias	R\$ 15.684,66
Provisão de 13º Salário	R\$ 12.516,84
Retirada dos Sócios	
Total de Retirada com encargo	R\$ 9.500,00
Total de gasto com pessoal	R\$ 53.353,36

Composição baseada na convenção coletiva do ano de 2017 - Sindicato do comércio varejista de carnes frescas do RJ.

Remuneração		
Cargo	Remuneração	Nº de contratados
Açougueiro	R\$ 1.600,00	2
Auxiliar de açougueiro	R\$ 1.034,00	1
Total	-	R\$ 4.234,00

Encargos sociais		
Encargo	Valor	Percentual
INSS Patronal	R\$ 846,80	20 % sobre remuneração
Desconto de INSS (funcionário)	-R\$ 338,72	8% sobre remuneração
Recolhimento de FGTS	R\$ 338,72	8% sobre remuneração
Total	R\$ 846,80	-

Foi considerado 26 dias úteis por mês, para o cálculo de benefícios.

Benefícios		
Benefício	Valor	Observação
Transporte	R\$ 741,00	R\$ 9,50 de ida e volta
Desconto de VT (funcionário)	-R\$ 254,04	Desconto de 6% sobre a remuneração
Refeição	R\$ 1.404,00	R\$ 18,00 ao dia
Desconto de VR (funcionário)	-R\$ 140,40	10% sobre o total do benefício
Total	R\$ 1.890,96	-

Contribuições e seguro de vida		
Contribuição	Valor	Descrição
Contribuição Assistencial/ Negocial	R\$ 480,00	8 parcelas de R\$ 20,00 - funcionário
Contribuição assistencial mensal - funcionário	R\$ 69,00	R\$ 23,00 por colaborador - funcionário
Contribuição Assistencial Patronal	R\$ 290,00	Para empresas com mais de 8 funcionários
Seguro de vida	R\$ 59,70	R\$ 19,90 por pessoa

Total	R\$ 349,70	-
--------------	-------------------	----------

Composição baseada na convenção coletiva do ano de 2017 - Sindicato dos empregados no comércio de Niterói e no sindicato dos Motociclistas.

Remuneração		
Cargo	Remuneração	Nº de contratados
Auxiliar administrativo	R\$ 1.230,00	1
Auxiliar de marketing	R\$ 1.150,00	1
Entregador	R\$ 1.200,00	2
Total	R\$ 4.780,00	-

Segundo a convenção coletiva o auxiliar administrativo tem direito a gratificação de R\$ 80,00 devido a movimentação de dinheiro.

Encargos sociais		
Encargo	Valor	Percentual
INSS Patronal	R\$ 956,00	20 % sobre remuneração
Desconto de INSS (funcionário)	-R\$ 376,00	8% sobre remuneração
Recolhimento de FGTS	R\$ 376,00	8% sobre remuneração
Total	R\$ 956,00	-

Foi considerado 26 dias úteis por mês, para o cálculo de benefícios.

Benefícios		
Tipo de benefício	Valor	Descrição
Transporte	R\$ 988,00	R\$ 9,50 de ida e volta
Desconto de VT (funcionário)	-R\$ 285,00	Desconto de 6% sobre a remuneração
Refeição	R\$ 1.872,00	R\$ 18,00 ao dia
Desconto de VR (funcionário)	-R\$ 187,20	10% sobre o total do benefício
Total	R\$ 2.387,80	-

Contribuições e seguro de vida		
Contribuição	Valor	Percentual
Contribuição assistencial mensal - funcionário	R\$ 50,00	\$ 25,00 por colaborador – funcionário
Contribuição Assistencial Patronal	R\$ 127,00	Para empresas de 11 a 20 funcionários
Seguro de vida	R\$ 79,60	\$19,90 por pessoa
Total	R\$ 206,60	-

13º Salário		
Remuneração base	R\$	9.014,00
Encargo sobre 13º	R\$	978,92
INSS (Patronal)	R\$	1.802,80

INSS (Funcionários)	R\$	721,12
FGTS - 8%	R\$	721,12
Total	R\$	12.516,84
Férias		
Remuneração base	R\$	9.014,00
1/3 Sobre férias	R\$	3.004,67
INSS (Patronal)	R\$	1.802,80
INSS (Funcionários)	R\$	721,12
FGTS - 8%	R\$	721,12
Encargo sobre férias -12,67%	R\$	1.142,07
Total	R\$	15.684,66

Sócios Administradores

Sócios - Retirada				
Cargo	Retirada		INSS	IRRF
Diretor financeiro	R\$	3.500,00	R\$ 385,00	R\$ 189,97
Gerente administrativo	R\$	3.000,00	R\$ 330,00	R\$ 114,97
Gerente de marketing	R\$	3.000,00	R\$ 330,00	R\$ 114,97
Gerente de produção	R\$	3.000,00	R\$ 330,00	R\$ 114,97
Total	R\$	9.500,00	-	-

Foi considerado 11% de INSS, 15% de IRRF com \$335,03 de parcela a deduzir sobre o IR.

Gastos com Equipamento de Proteção Individual				
Descrição	VI.	Unit.	Quant.	Total
Bota	R\$	40,00	3,00	R\$ 120,00
Luva de aço	R\$	260,00	3,00	R\$ 780,00
Avental	R\$	30,00	3,00	R\$ 90,00
Touca descartável	R\$	10,00	1,00	R\$ 10,00
Óculos	R\$	8,00	3,00	R\$ 24,00
Calça de frigorífica	R\$	67,00	3,00	R\$ 201,00
Respirador descartável	R\$	9,50	1,00	R\$ 9,50
Japona frigorífica	R\$	67,00	3,00	R\$ 201,00
Luva térmica	R\$	23,00	3,00	R\$ 69,00
Protetor auditivo	R\$	17,00	10,00	R\$ 170,00
Total	-	-	-	R\$ 1.674,50

O protetor auditivo, a touca e o respirador são descartáveis e esse preço considera 100 unidades de cada.

Gastos com treinamento:

Considerando a importância que a Mealt Life Delivery concede ao atendimento ao cliente, iremos treinar os nossos dois auxiliares: o de marketing e o administrativo,

como também, treinaremos os nossos entregadores, visto a nossa preocupação com a qualidade do atendimento.

Treinamento			
Descrição	Vi. Unit.	Quantidade	Total
Curso de atendimento ao cliente – online	R\$ 60,00	4,00	R\$ 240,00

Formação do preço

Formação de preço através do Markup

Para a venda da carne consideraremos as despesas administrativas abaixo, realizando um rateio do valor gasto por na média de tempo de 30 minutos. Visto que, o tempo de 30 minutos foi adotado considerando o tempo de atendimento, manuseio e entrega.

Despesas Administrativas	
Despesa	Valor
Aluguel Galpão	R\$ 8.000,00
Aluguel Container	R\$ 900,00
Internet	R\$ 52,50
Telefone	R\$ 66,50
Embalagem	R\$ 100,00
Energia Elétrica	R\$ 301,00
Água	R\$ 140,00
Total no mês	R\$ 9.560,00

Para a base do rateio consideramos medir o custo por minutos.

Nota: Os custos são mensais, consideramos o valor da tabela de despesas administrativas para 30 dias.

30 dias é igual a 43.200 minutos

Valor total de despesas administrativas

Mês R\$9.560,00 Minutos R\$0,22

Para o trabalho foi considerado o tempo de **30 minutos**.

Despesa em 30 minutos	R\$ 6,64
Despesa em percentual	0,0694%

As despesas de salários estão baseados nos gastos mensais presentes neste trabalho.

Salários	
Mão de obra direta	R\$ 7.321,46
Mão de obra indireta	R\$ 8.330,40
Total mensal	R\$ 15.651,86

Mão de obra direta - Traseiro Osso	
Mês	R\$7.321,46
Minutos	R\$0,17
Despesa de salário em 20 minutos	R\$3,39

Tempo gasto médio, gasto de 20 minutos, devido a necessidade de desossar o produto

Mão de obra direta para as outras carnes	
Mês	R\$7.321,46
Minutos	R\$0,17
Despesa de salário em 5 minutos	R\$0,85

Tempo gasto médio gasto de 5 minutos para manusear a carne para revenda.

Mão de obra indireta	
Mês	R\$8.330,40
Minutos	R\$0,19
Despesa de salário em 30 minutos	R\$5,79

Tempo gasto médio gasto de 30 minutos, considerando o tempo de atendimento e entrega.

Total de despesas com salários em percentual		
	Traseiro Osso	Outras Carnes
Mão de obra direta	0,022%	0,0054%
Mão de obra indireta	0,037%	0,037%
Total percentual	0,059%	0,042%

Custo com impostos

Consideramos o enquadramento no Simples Nacional, mas precisamente no anexo 1 da tabela do Simples Nacional.

Para este projeto foi adotada a alíquota de 14,3% a 19% segundo a projeção de faturamento estimada para os anos de XXX1 à XXX5.

Com base na tabela do Simples Nacional disponibilizada em site oficial.

Custo do produto

Adotaremos, como base para a composição do preço do produto o preço por quilo.

Preço de custo

Produto	Preço/ Kg
Traseiro no osso	R\$ 11,00
Contrafilé	R\$ 17,00
Picanha	R\$ 22,00
Miolo de alcatra (coração)	R\$ 19,00
Filé Mignon	R\$ 29,00
Picanha Grill	R\$ 35,00
Contrafilé Grill	R\$ 19,00

Markup

Preço de Custo - PC	11,00	R\$17,00	R\$22,00	R\$19,00	R\$29,00	R\$35,00	R\$19,00
Despesas administrativas	0,069%	0,069%	0,069%	0,069%	0,069%	0,069%	0,069%
Salários	0,059%	0,042%	0,042%	0,042%	0,042%	0,042%	0,042%
Impostos	19%	19%	19%	19%	19%	19%	19%
Lucro	30%	30%	25%	30%	30%	17%	33%
Custo total de venda - CTV	49,128%	49,112%	44,112%	49,112%	49,112%	36,112%	52,112%
Markup Divisor- MKD	0,5088	0,5089	0,5589	0,5089	0,5089	0,6389	0,4789

Base de cálculo: $MKD = (100 - CTV)/100$

Formação de preço para a carteira de produtos no ano XXX1

Preço de Custo x Preço de Venda	Traseiro no osso	Contrafilé	Picanha	Miolo de Alcatra (coração)	Filé Mignon	Picanha Grill	Contrafilé Grill
Preço de Custo (PC)	R\$ 11,00	R\$ 17,00	R\$ 22,00	R\$ 19,00	R\$ 29,00	R\$ 35,00	R\$ 19,00
Preço de venda (PV)	R\$ 21,62	R\$ 33,41	R\$ 39,36	R\$ 37,34	R\$ 56,99	R\$ 54,78	R\$ 39,68

Base de cálculo: $PV=PC/MKD$

Após a análise de mercado e levantamento dos preços com diferentes fornecedores, adotamos os valores de custo citado anteriormente (preço de custo) para a composição de estoque do primeiro ano da empresa. Por outro lado, poderá ser observada a variação de 6% referente a uma média de 5 anos do índice IPCA até o ano XXX5.

Projeção do Estoque no ano XXX1

Resumo do estoque no ano de XXX1

Mês	Realista	Pessimista	Otimista	Vendidos	Não vendidos
Janeiro	R\$ 87.750,00	R\$ 9.498,00	R\$ 104.247,00	R\$ 86.872,50	R\$ 877,50
Fevereiro	R\$ 87.750,00	R\$ 9.498,00	R\$ 104.247,00	R\$ 86.872,50	R\$ 877,50
Março	R\$ 3.341,00	R\$ 6.006,07	R\$ 99.009,11	R\$ 82.507,59	R\$ 833,41
Abril	R\$ 3.341,00	R\$ 6.006,07	R\$ 99.009,11	R\$ 82.507,59	R\$ 833,41
Maio	R\$ 3.341,00	R\$ 6.006,07	R\$ 99.009,11	R\$ 82.507,59	R\$ 833,41
Junho	R\$ 3.341,00	R\$ 6.006,07	R\$ 99.009,11	R\$ 82.507,59	R\$ 833,41
Julho	R\$ 7.750,00	R\$ 9.498,00	R\$ 104.247,00	R\$ 86.872,50	R\$ 877,50
Agosto	R\$ 7.750,00	R\$ 9.498,00	R\$ 104.247,00	R\$ 86.872,50	R\$ 877,50
Setembro	R\$ 3.341,00	R\$ 6.006,07	R\$ 99.009,11	R\$ 82.507,59	R\$ 833,41
Outubro	R\$ 3.341,00	R\$ 6.006,07	R\$ 99.009,11	R\$ 82.507,59	R\$ 833,41
Novembro	R\$ 3.341,00	R\$ 6.006,07	R\$ 99.009,11	R\$ 82.507,59	R\$ 833,41
Dezembro	R\$ 104.252,00	R\$ 2.567,58	R\$ 23.851,38	R\$ 103.209,48	R\$ 1.042,52
Total	\$1.038.639,00	R\$822.602,09	R\$1.233.903,13	R\$1.028.252,61	R\$10.386,39

Custo da mercadoria vendida

EI
R\$ 9.343,87
Compras 12/X1
R\$ 104.252,00
EF
R\$ 1.042,52
CMV
R\$ 112.553,35

Para o ano XXX1, adotamos uma produção em 70% da capacidade total que conseguimos operar.

Nos meses de abril, maio e junho, consideramos uma baixa de 15% nas vendas de carnes, já nos meses de julho e agosto, há um pequeno aumento vide ao período de férias escolares.

Consideramos, como período de maior faturamento, com aumento em média de 25% para os meses do verão devido ao aumento no consumo de carne.

Projeção da Receita

Projeção de vendas no ano de XXX1

Mês	Realista	Pessimista	Otimista
Janeiro	R\$ 168.330,25	R\$ 134.664,20	R\$ 201.996,30
Fevereiro	R\$ 168.330,25	R\$ 134.664,20	R\$ 201.996,30
Março	R\$ 159.870,94	R\$ 127.896,75	R\$ 191.845,12
Abril	R\$ 159.870,94	R\$ 127.896,75	R\$ 191.845,12

Maio	R\$ 159.870,94	R\$ 127.896,75	R\$ 191.845,12
Junho	R\$ 159.870,94	R\$ 127.896,75	R\$ 191.845,12
Julho	R\$ 168.330,25	R\$ 134.664,20	R\$ 201.996,30
Agosto	R\$ 168.330,25	R\$ 134.664,20	R\$ 201.996,30
Setembro	R\$ 159.870,94	R\$ 127.896,75	R\$ 191.845,12
Outubro	R\$ 159.870,94	R\$ 127.896,75	R\$ 191.845,12
Novembro	R\$ 159.870,94	R\$ 127.896,75	R\$ 191.845,12
Dezembro	R\$ 199.980,28	R\$ 159.984,23	R\$ 239.976,34
Total	R\$ 1.992.397,82	\$1.593.918,26	R\$ 2.390.877,39

A partir das projeções e com base nos gastos da empresa, projetamos as demonstrações contábeis da empresa em cenários Realista, Otimista e Pessimista para o fluxo de caixa e para Balanço patrimonial, Demonstração do resultado do exercício e índices financeiro nos baseamos apenas no cenário realista.

8.2. Demonstrações Contábeis XXX1

Fluxo de caixa

Fluxo de caixa no ANO XXX1			
ENTRADAS	Realista	Otimista	Pessimista
Vendas do mês	R\$ 1.992.397,82	R\$ 3.816.465,40	R\$ 7.464.600,55
Recebimento à vista	R\$ 1.693.538,15	R\$ 2.032.245,78	R\$ 1.354.830,52
Venda a prazo	R\$ 298.859,67	R\$ 358.631,61	R\$ 239.087,74
Recebimento à prazo* (Recebimento mês anterior)	R\$ 268.862,63	R\$ 322.635,16	R\$ 215.090,10
Integralização do Capital	R\$ 122.377,00	R\$ 146.852,40	R\$ 97.901,60
Empréstimo	R\$ 122.377,00	R\$ 146.852,40	R\$ 97.901,60
Total de Entradas	R\$ 2.207.154,78	R\$ 2.648.585,74	R\$ 1.569.920,62
SAÍDAS			
Pagamento de taxa administrativa do cartão de crédito	R\$ 39.897,77	R\$ 47.877,32	R\$ 31.918,21
Aquisição De Matéria-prima	R\$ 1.028.252,61	R\$ 1.233.903,13	R\$ 822.602,09
Aluguel Do Galpão	R\$ 96.000,00	R\$ 115.200,00	R\$ 76.800,00
Aluguel Do Container	R\$ 10.800,00	R\$ 12.960,00	R\$ 8.640,00
Pagamento de Salários	R\$ 187.822,32	R\$ 225.386,78	R\$ 150.257,86
Retirada de Pró-labore	R\$ 114.000,00	R\$ 136.800,00	R\$ 91.200,00
Material De Consumo	R\$ 2.400,00	R\$ 2.880,00	R\$ 1.920,00
Despesa com água	R\$ 2.400,00	R\$ 2.880,00	R\$ 1.920,00
Despesa com Energia	R\$ 5.160,00	R\$ 6.192,00	R\$ 4.128,00
Despesa com telefonia	R\$ 1.140,00	R\$ 1.368,00	R\$ 912,00

Despesa com Internet	R\$ 900,00	R\$ 1.080,00	R\$ 720,00
Despesa com Combustível	R\$ 12.000,00	R\$ 14.400,00	R\$ 9.600,00
Aquisição de máquinas e equipamentos	R\$ 21.617,12	R\$ 25.940,54	R\$ 17.293,70
Pagamento de empréstimos	R\$ 131.880,36	R\$ 158.256,43	R\$ 105.504,29
Pagamento De Treinamento	R\$ 240,00	R\$ 288,00	R\$ 192,00
Despesa com panfletagem	R\$ 51.888,00	R\$ 62.265,60	R\$ 41.510,40
Despesa com Busdoor	R\$ 33.600,00	R\$ 40.320,00	R\$ 26.880,00
Site de fidelização e retenção de cliente	R\$ 1.788,00	R\$ 2.145,60	R\$ 1.430,40
App de venda	R\$ 2.462,40	R\$ 2.954,88	R\$ 1.969,92
Impulsão do marketing no Facebook e Instagram.	R\$ 3.600,00	R\$ 4.320,00	R\$ 2.880,00
Brinde de inauguração	R\$ 2.300,00	R\$ 2.760,00	R\$ 1.840,00
Brinde anual	R\$ 450,00	R\$ 540,00	R\$ 360,00
Ação social	R\$ 3.370,00	R\$ 4.044,00	R\$ 2.696,00
Aquisição de móveis e utensílios	R\$ 10.776,14	R\$ 12.931,37	R\$ 8.620,91
Despesa com EPI	R\$ 1.674,50	R\$ 2.009,40	R\$ 1.339,60
DESPESAS COM REFORMAS	R\$ 28.738,99	R\$ 34.486,79	R\$ 22.991,19
Pagamento de IPTU	R\$ 230,00	R\$ 276,00	R\$ 184,00
Pagamento de IPVA	R\$ 815,20	R\$ 978,24	R\$ 652,16
Legalização de automovel - Duda e DPVAT	R\$ 326,00	R\$ 391,20	R\$ 260,80
Automóveis	R\$ 15.960,00	R\$ 19.152,00	R\$ 12.768,00
Despesas com aquisição da máquina de cartão	R\$ 778,80	R\$ 934,56	R\$ 623,04
Despesas com legalização	R\$ 3.538,14	R\$ 4.245,77	R\$ 2.830,51
Despesa com Embalagem	R\$ 1.200,00	R\$ 1.440,00	R\$ 960,00
Pagamento de Impostos Faixa 5º - DAS 14,3%	R\$ 197.612,89	R\$ 237.135,47	R\$ 158.090,31
TOTAL DE SAÍDAS	R\$ 2.015.619,24	R\$ 2.418.743,08	R\$ 1.612.495,39
SALDO DO PERÍODO	R\$ 191.535,55	R\$ 229.842,65	R\$ 153.228,44

*O campo de recebimento a prazo refere-se aos valores que a empresa recebeu em período posterior a venda, devido ao pagamento ter sido efetuado pelo cliente por meio de máquina de cartão de crédito e o pagamento da empresa intermediadora ocorrer no prazo de 30 dias.

Demonstração do resultado do Exercício XXX1		
1 - Receita operacional Bruta	R\$	199.980,28
Vendas dos produtos	R\$	199.980,28
2 - (-) Deduções da Receita Bruta	R\$	19.834,73

Impostos e Contribuições incidentes sobre as vendas (DAS)	R\$	19.834,73
3 - Receita Operacional Líquida (1-2) =	R\$	180.145,55
4 - (-) Custos das Vendas	R\$	112.553,35
CMV	R\$	112.553,35
5 - Resultado operacional Bruto (3-4) =	R\$	67.592,20
6 - (-) Despesas operacionais	R\$	31.940,80
Despesas com Vendas	R\$	7.934,00
Despesas financeiras	R\$	4.711,50
Despesas gerais e administrativas	R\$	19.295,30
7 - Lucro (prejuízo) Operacional (5-6) =	R\$	35.651,40
8 - Outras despesas	R\$	100,00
9 - Lucro líquido antes das participações (7-8) =	R\$	35.551,40
10 - (-) Pro labore	R\$	9.500,00
11 - Lucro (prejuízo) Líquido do exercício	R\$	26.051,40
12 - Lucro Líquido ou prejuízo por ação do capital	R\$	0,21

Balanco Patrimonial XXX1			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	R\$ 231.918,98	CIRCULANTE	R\$ 160.582,82
Banco conta movimento	R\$ 191.535,55	Empréstimos	R\$ 10.990,03
Clientes	R\$ 29.997,04	Fornecedores	R\$ 104.252,00
Estoque	R\$ 10.386,39	Salários a Pagar	R\$ 15.651,86
		Pro labore a pagar	R\$ 9.500,00
		Imposto a pagar	R\$ 19.834,73
		Contas a pagar	R\$ 354,20
NÃO CIRCULANTE	R\$ 77.092,25	PATRIMÔNIO LIQUÍDO	R\$ 148.428,40
Benfeitoria e Reformas	R\$ 28.738,99	Capital social integralizado	R\$ 122.377,00
Máquinas e Equipamentos	R\$ 21.617,12	Lucro do período	R\$ 26.051,40
Móveis e Utensílios	R\$ 10.776,14		
Automóveis	R\$ 15.960,00		
TOTAL DO ATIVO	R\$ 309.011,23	TOTAL DO PASSIVO	R\$ 309.011,23

Índices de desempenho do ano XXX1

Índice de Liquidez Corrente (ou Liquidez Comum)

Base de cálculo: Ativo Circulante / Passivo Circulante = R\$ 1,44

Para cada R\$ 1,00 de dívida, há R\$ 1,44 de dinheiro e valores que se transformarão em dinheiro (AC)

Índice de Liquidez Seca

AC - Estoque / Passivo Circulante = R\$ 1,38

Para cada R\$ 1,00 de dívida de Passivo Circulante, a Meat Life Delivery dispõe de R\$ 1,38 de Ativo Circulante, sem os estoques.

Índice de Liquidez Geral

Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo / Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo = R\$ 1,44

Para cada R\$ 1,00 de dívida de curto prazo e longo prazo, há R\$ 1,44 de valores a receber a curto e longo prazo circulante, sem os estoques.

Índice de Liquidez Imediata

Disponibilidades / pc = R\$ 1,19
R\$ 1,19 para saldar cada R\$ 1,00 de dívida

ROI (rentabilidade da empresa) = TRI (taxa de retorno sobre o investimento)
Lucro líquido/ativo

R\$ 0,084 ou 8,43%

Poder de ganho da empresa; para cada R\$ 1,00 investido há um ganho de 8 centavos.

ROE (rentabilidade do empresário) = TRPL (taxa de retorno sobre o patrimônio liq. (ótica dos proprietários))

0,18 ou 18%

Poder de ganho da empresa; para cada R\$ 1,00 investido há um ganho de 18 centavos.

Projeção de Estoque XXX2

Estoque inicial do ano XXX2						
Traseiro no osso	Contrafilé	Picanha	Miolo de alcatra (coração)	Filé Mignon	Picanha Grill	Contrafilé Grill
5.346,12	534,81	267,44	267,44	267,44	134,18	134,18

Resumo do estoque no ano de XXX2

Mês	Realista	Pessimista	Otimista	Vendidos	Não vendidos
Saldo Inicial	R\$ 10.386,39	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Janeiro	R\$ 99.497,55	R\$ 79.598,04	R\$ 119.397,06	R\$ 98.502,57	R\$ 1.105,07
Fevereiro	R\$ 110.507,12	R\$ 88.405,70	R\$ 132.608,54	R\$ 109.402,05	R\$ 1.105,07
Março	R\$ 110.507,12	R\$ 88.405,70	R\$ 132.608,54	R\$ 109.402,05	R\$ 1.105,07
Abril	R\$ 94.001,86	R\$ 75.201,49	R\$ 112.802,23	R\$ 93.061,84	R\$ 940,02
Mai	R\$ 94.001,86	R\$ 75.201,49	R\$ 112.802,23	R\$ 93.061,84	R\$ 940,02
Junho	R\$ 94.001,86	R\$ 75.201,49	R\$ 112.802,23	R\$ 93.061,84	R\$ 940,02
Julho	R\$ 110.507,12	R\$ 88.405,70	R\$ 132.608,54	R\$ 109.402,05	R\$ 1.105,07
Agosto	R\$ 110.507,12	R\$ 88.405,70	R\$ 132.608,54	R\$ 109.402,05	R\$ 1.105,07
Setembro	R\$ 94.001,86	R\$ 75.201,49	R\$ 112.802,23	R\$ 93.061,84	R\$ 940,02
Outubro	R\$ 94.001,86	R\$ 75.201,49	R\$ 112.802,23	R\$ 93.061,84	R\$ 940,02
Novembro	R\$ 94.001,86	R\$ 75.201,49	R\$ 112.802,23	R\$ 93.061,84	R\$ 940,02
Dezembro	R\$ 110.507,12	R\$ 88.405,70	R\$ 132.608,54	R\$ 109.402,05	R\$ 1.105,07
Total	R\$1.226.430,70	R\$ 72.835,45	R\$1.459.253,17	R\$1.203.883,86	R\$12.270,54

Custo da Mercadoria Vendida

EI
R\$ 10.386,39
Compras 12/X1
R\$ 110.507,12
EF
R\$ 12.270,54
CMV
R\$ 108.622,97

Consideramos, no ano X2 em diante, um aumento no preço devido ao IPCA de uma média dos últimos 5 anos de 6%

Projeção de Receita XXX2

Preços praticados na venda durante o ano XXX2						
Traseiro no osso	Contrafilé	Picanha	Miolo de alcatra (coração)	Filé Mignon	Picanha Grill	Contrafilé Grill
R\$ 22,92	R\$ 35,41	R\$ 41,73	R\$ 39,58	R\$ 60,41	R\$ 58,07	R\$ 42,06

Projeção de vendas no ano de XXX2			
Mês	Realista	Pessimista	Otimista
Janeiro	R\$ 212.192,43	R\$ 169.753,94	R\$ 254.630,91
Fevereiro	R\$ 211.979,10	R\$ 169.583,28	R\$ 254.374,92
Março	R\$ 211.979,10	R\$ 169.583,28	R\$ 254.374,92
Abril	R\$ 180.313,48	R\$ 144.250,78	R\$ 216.376,17
Mai	R\$ 180.313,48	R\$ 144.250,78	R\$ 216.376,17
Junho	R\$ 180.313,48	R\$ 144.250,78	R\$ 216.376,17
Julho	R\$ 211.979,10	R\$ 169.583,28	R\$ 254.374,92

Agosto	R\$ 211.979,10	R\$ 169.583,28	R\$ 254.374,92
Setembro	R\$ 180.313,48	R\$ 144.250,78	R\$ 216.376,17
Outubro	R\$ 180.313,48	R\$ 144.250,78	R\$ 216.376,17
Novembro	R\$ 180.313,48	R\$ 144.250,78	R\$ 216.376,17
Dezembro	R\$ 211.979,10	R\$ 169.583,28	R\$ 254.374,92
Total	R\$ 2.353.968,79	R\$ 1.883.175,03	R\$ 2.824.762,55

8.3. Demonstrações Contábeis XXX2

Fluxo de caixa no ANO XXX2			
ENTRADAS	Realista	Otimista	Pessimista
Vendas do mês	R\$ 2.353.968,79	R\$ 2.824.762,55	R\$ 1.883.175,03
Recebimento à vista	R\$ 2.000.873,47	R\$ 2.401.048,17	R\$ 1.600.698,78
Venda a prazo	R\$ 353.095,32	R\$ 423.714,38	R\$ 282.476,26
Recebimento à prazo* (Recebimento mês anterior)	R\$ 345.279,09	R\$ 414.334,91	R\$ 276.223,28
Saldo final do banco em X1	R\$ 191.535,55	R\$ 229.842,65	R\$ 153.228,44
Total de Entradas	R\$ 2.537.688,11	R\$ 3.045.225,74	R\$ 2.030.150,49
SAÍDAS			
Pagamento de taxa administrativa do cartão de crédito	R\$ 47.138,23	R\$ 56.565,87	R\$ 37.710,58
Aquisição De Matéria-prima	R\$ 1.216.044,31	R\$ 1.459.253,17	R\$ 972.835,45
Aluguel Do Galpão	R\$ 100.242,34	R\$ 120.290,80	R\$ 80.193,87
Aluguel Do Container	R\$ 11.277,26	R\$ 13.532,72	R\$ 9.021,81
Pagamento de Salários	R\$ 195.335,21	R\$ 234.402,26	R\$ 156.268,17
Pagamento de férias	R\$ 15.684,66	R\$ 18.821,59	R\$ 12.547,73
Pagamento de 13º	R\$ 12.516,84	R\$ 15.020,21	R\$ 10.013,47
Retirada de Pró-labore	R\$ 114.000,00	R\$ 136.800,00	R\$ 91.200,00
Material De Consumo	R\$ 2.544,00	R\$ 3.052,80	R\$ 2.035,20
Despesa com água	R\$ 2.544,00	R\$ 3.052,80	R\$ 2.035,20
Despesa com Energia	R\$ 5.469,60	R\$ 6.563,52	R\$ 4.375,68
Despesa com telefonia	R\$ 1.208,40	R\$ 1.450,08	R\$ 966,72
Despesa com Internet	R\$ 954,00	R\$ 1.144,80	R\$ 763,20
Despesa com Combustível	R\$ 12.720,00	R\$ 15.264,00	R\$ 10.176,00
Site de fidelização e retenção de cliente	R\$ 1.895,28	R\$ 2.274,34	R\$ 1.516,22
Suporte das compras com o valor	R\$ 2.610,14	R\$ 3.132,17	R\$ 2.088,12
Impulsão do marketing no Facebook e Instagram.	R\$ 3.816,00	R\$ 4.579,20	R\$ 3.052,80
Brinde anual	R\$ 572,40	R\$ 686,88	R\$ 457,92
Ação social	R\$ 3.572,20	R\$ 4.286,64	R\$ 2.857,76
Despesa com EPI - (manutenção de EPI)	R\$ 1.674,50	R\$ 2.009,40	R\$ 1.339,60

Benfeitorias	R\$ 3.000,00	R\$ 3.600,00	R\$ 2.400,00
Pagamento de IPTU	R\$ 230,00	R\$ 276,00	R\$ 184,00
Pagamento de IPVA	R\$ 815,20	R\$ 978,24	R\$ 652,16
Pagamento de DPVAT	R\$ 187,00	R\$ 224,40	R\$ 149,60
Despesa com Embalagem	R\$ 1.272,00	R\$ 1.526,40	R\$ 1.017,60
Pagamento de Impostos Faixa 5º - DAS 14,3%	R\$ 249.317,54	R\$ 236.123,35	R\$ 157.415,56
TOTAL DE SAÍDAS	R\$ 2.006.641,10	R\$ 2.407.969,33	R\$ 1.605.312,88
SALDO DO PERÍODO	R\$ 531.047,01	R\$ 637.256,41	R\$ 424.837,61

Demonstração do resultado do Exercício XXX2	
1 - Receita operacional Bruta	R\$ 211.979,10
Vendas dos produtos	R\$ 211.979,10
2 - (-) Deduções da Receita Bruta	R\$ 22.451,49
Impostos e Contribuições incidentes sobre as vendas (DAS)	R\$ 22.451,49
3 - Receita Operacional Líquida (1-2) =	R\$ 189.527,61
4 - (-) Custos das Vendas	R\$ 108.622,97
CMV	R\$ 108.622,97
5 - Resultado operacional Bruto (3-4) =	R\$ 80.904,64
6 - (-) Despesas operacionais	R\$ 25.180,40
Despesas com Vendas	R\$ 858,60
Despesas financeiras	R\$ 4.244,88
Despesas gerais e administrativas	R\$ 20.076,92
7 - Lucro (prejuízo) Operacional (5-6) =	R\$ 55.724,24
8 - Outras despesas	R\$ 106,00
9 - Lucro líquido antes das participações (7-8) =	R\$ 55.618,24
10 - (-) Pro labore	R\$ 9.500,00
11 - Lucro (prejuízo) Líquido do exercício	R\$ 46.118,24
12 - Lucro Líquido ou prejuízo por ação do capital	R\$ 0,38

BALANÇO PATRIMONIAL XXX2			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	R\$ 575.114,41	CIRCULANTE	R\$ 165.370,41
Banco conta movimento	R\$ 531.047,01	Fornecedores	R\$ 110.507,12
Clientes	R\$ 31.796,87	Salários a Pagar	R\$ 16.277,93
Estoque	R\$ 12.270,54	13º a pagar	R\$ 6.258,42
		Pro labore a pagar	R\$ 9.500,00
		Imposto a pagar	R\$ 22.451,49
		Contas a pagar	R\$ 375,45

NÃO CIRCULANTE	R\$ 80.092,25	PATRIMÔNIO LIQUÍDO	R\$ 489.836,25
Benfeitoria e Reformas	R\$ 31.738,99	Capital social integralizado	R\$ 122.377,00
Máquinas e Equipamentos	R\$ 21.617,12	Lucros acumulados	R\$ 321.341,01
Móveis e Utensílios	R\$ 10.776,14	Lucros do período	R\$ 46.118,24
Automóveis	R\$ 15.960,00		
TOTAL DO ATIVO	R\$ 655.206,66	TOTAL DO PASSIVO	R\$ 655.206,66

Índices de desempenho do ano XXX2

Índice de Liquidez Corrente (ou Liquidez Comum)

Ativo Circulante / Passivo Circulante = R\$ 3,48

Para cada R\$ 1,00 de dívida, há R\$ 3,48 de dinheiro e valores que se transformarão em dinheiro (AC)

Índice de Liquidez Seca

AC - Estoque / Passivo Circulante = R\$ 3,40

Para cada R\$ 1,00 de dívida de Passivo Circulante, a Meat Life Delivery dispõe de R\$ 3,40 de Ativo Circulante, sem os estoques.

Índice de Liquidez Geral

Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo / Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo = R\$ 3,48

Para cada R\$ 1,00 de dívida de curto prazo e longo prazo, há R\$ 3,48 de valores a receber a curto e longo prazo circulante, sem os estoques.

Índice de Liquidez Imediata

Disponibilidades / pc = R\$ 3,21
R\$ 3,21 para saldar cada R\$ 1,00 de dívida

ROI (rentabilidade da empresa) = TRI (taxa de retorno sobre o investimento)

Lucro líquido/ativo

R\$ 0,070 ou 7,04%

Poder de ganho da empresa; para cada R\$ 1,00 investido há um ganho de 7 centavos.

ROE (rentabilidade do empresário) = TRPL (taxa de retorno sobre o patrimônio liq. (ótica dos proprietários))

0,09 ou 9%

Poder de ganho da empresa; para cada R\$ 1,00 investido há um ganho de 9 centavos.

Projeção de Estoque XXX3

Estoque inicial do ano XXX3						
Traseiro no osso	Contrafilé	Picanha	Miolo de alcatra (coração)	Filé Mignon	Picanha Grill	Contrafilé Grill
6175,76	617,65	309,30	309,30	309,30	155,59	155,59

Resumo do estoque no ano de XXX3					
Mês	Realista	Pessimista	Otimista	Vendidos	Não vendidos
Saldo Inicial	R\$ 12.270,54	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Janeiro	R\$ 121.897,15	R\$ 97.517,72	R\$ 146.276,59	R\$ 120.678,18	R\$ 1.218,97
Fevereiro	R\$ 134.787,00	R\$ 107.829,60	R\$ 161.744,40	R\$ 133.439,13	R\$ 1.347,87
Março	R\$ 134.787,00	R\$ 107.829,60	R\$ 161.744,40	R\$ 133.439,13	R\$ 1.347,87
Abril	R\$ 114.593,33	R\$ 91.674,66	R\$ 137.512,00	R\$ 113.447,40	R\$ 1.145,93
Maio	R\$ 114.593,33	R\$ 91.674,66	R\$ 137.512,00	R\$ 113.447,40	R\$ 1.145,93
Junho	R\$ 114.593,33	R\$ 91.674,66	R\$ 137.512,00	R\$ 113.447,40	R\$ 1.145,93
Julho	R\$ 134.787,00	R\$ 107.829,60	R\$ 161.744,40	R\$ 133.439,13	R\$ 1.347,87
Agosto	R\$ 134.787,00	R\$ 107.829,60	R\$ 161.744,40	R\$ 133.439,13	R\$ 1.347,87
Setembro	R\$ 114.593,33	R\$ 91.674,66	R\$ 137.512,00	R\$ 113.447,40	R\$ 1.145,93
Outubro	R\$ 114.593,33	R\$ 91.674,66	R\$ 137.512,00	R\$ 113.447,40	R\$ 1.145,93
Novembro	R\$ 114.593,33	R\$ 91.674,66	R\$ 137.512,00	R\$ 113.447,40	R\$ 1.145,93
Dezembro	R\$ 134.787,00	R\$ 107.829,60	R\$ 161.744,40	R\$ 133.439,13	R\$ 1.347,87
Total	R\$ 1.495.662,67	R\$ 1.186.713,71	R\$1.780.070,56	R\$1.468.558,21	R\$14.833,92

Custo de Mercadoria Vendida

EI
R\$ 12.270,54
Compras 12/X1
R\$ 134.787,00
EF
R\$ 14.833,92
CMV

R\$ 132.223,62

Para o ano x3 em diante, acreditamos que a empresa já estará mais sólida no mercado, tendo um aumento de 20% a mais em relação aos anos anteriores.

Projeção de Receita XXX3

Preços praticados na venda durante o ano XXX3						
Traseiro no osso	Contrafilé	Picanha	Miolo de alcatra (coração)	Filé Mignon	Picanha Grill	Contrafilé Grill
R\$ 24,29	R\$ 37,54	R\$ 44,23	R\$ 41,95	R\$ 64,03	R\$ 61,55	R\$ 44,58
Projeção de vendas no ano de XXX3						
Mês	Realista		Pessimista		Otimista	
Janeiro	R\$ 258.790,99		R\$ 207.032,79		R\$ 310.549,19	
Fevereiro	R\$ 258.541,24		R\$ 206.832,99		R\$ 310.249,49	
Março	R\$ 258.541,24		R\$ 206.832,99		R\$ 310.249,49	
Abril	R\$ 219.808,79		R\$ 175.847,03		R\$ 263.770,55	
Maiο	R\$ 219.808,79		R\$ 175.847,03		R\$ 263.770,55	
Junho	R\$ 219.808,79		R\$ 175.847,03		R\$ 263.770,55	
Julho	R\$ 258.541,24		R\$ 206.832,99		R\$ 310.249,49	
Agosto	R\$ 258.541,24		R\$ 206.832,99		R\$ 310.249,49	
Setembro	R\$ 219.808,79		R\$ 175.847,03		R\$ 263.770,55	
Outubro	R\$ 219.808,79		R\$ 175.847,03		R\$ 263.770,55	
Novembro	R\$ 219.808,79		R\$ 175.847,03		R\$ 263.770,55	
Dezembro	R\$ 258.541,24		R\$ 206.832,99		R\$ 310.249,49	
Total	R\$ 2.870.349,93		R\$ 2.296.279,95		R\$ 3.444.419,92	

8.4. Demonstrações Contábeis XXX3

Fluxo de caixa no ANO XXX3			
ENTRADAS	Realista	Otimista	Pessimista
Vendas do mês	R\$ 2.870.349,93	R\$ 3.444.419,92	R\$ 2.296.279,95
Recebimento à vista	R\$ 2.439.797,44	R\$ 2.927.756,93	R\$ 1.951.837,95
Venda a prazo	R\$ 430.552,49	R\$ 516.662,99	R\$ 344.441,99
Recebimento à prazo* (Recebimento mês anterior)	R\$ 423.568,17	R\$ 508.281,80	R\$ 338.854,54
Saldo final do banco em X2	R\$ 531.047,01	R\$ 637.256,41	R\$ 424.837,61
Total de Entradas	R\$ 3.394.412,62	R\$ 4.073.295,14	R\$ 2.715.530,10
SAÍDAS			
Pagamento de taxa administrativa do cartão de crédito	R\$ 49.996,89	R\$ 59.996,27	R\$ 39.997,51
Aquisição De Matéria-prima	R\$ 1.326.085,44	R\$ 1.591.302,53	R\$ 1.060.868,35

Aluguel Do Galpão	R\$ 106.256,88	R\$ 127.508,25	R\$ 85.005,50
Aluguel Do Container	R\$ 11.953,90	R\$ 14.344,68	R\$ 9.563,12
Gratificação esporádica aos funcionários	R\$ 12.600,00	R\$ 15.120,00	R\$ 10.080,00
Pagamento de Salários	R\$ 195.986,33	R\$ 235.183,60	R\$ 156.789,06
Pagamento de férias	R\$ 16.312,05	R\$ 19.574,46	R\$ 13.049,64
Pagamento de 13º	R\$ 13.017,51	R\$ 15.621,02	R\$ 10.414,01
Retirada de Pró-labore	R\$ 136.800,00	R\$ 164.160,00	R\$ 109.440,00
Material De Consumo	R\$ 2.696,64	R\$ 3.235,97	R\$ 2.157,31
Despesa com água	R\$ 2.696,64	R\$ 3.235,97	R\$ 2.157,31
Despesa com Energia	R\$ 5.797,78	R\$ 6.957,33	R\$ 4.638,22
Despesa com telefonia	R\$ 1.280,90	R\$ 1.537,08	R\$ 1.024,72
Despesa com Internet	R\$ 1.011,24	R\$ 1.213,49	R\$ 808,99
Despesa com Combustível	R\$ 13.483,20	R\$ 16.179,84	R\$ 10.786,56
Site de fidelização e retenção de cliente	R\$ 2.009,00	R\$ 2.410,80	R\$ 1.607,20
Suporte das compras com o valor	R\$ 2.766,75	R\$ 3.320,10	R\$ 2.213,40
Impulsão do marketing no Facebook e Instagram.	R\$ 4.044,96	R\$ 4.853,95	R\$ 3.235,97
Brinde anual	R\$ 606,74	R\$ 728,09	R\$ 485,40
Ação social	R\$ 3.786,53	R\$ 4.543,84	R\$ 3.029,23
Despesa com EPI - (manutenção de EPI)	R\$ 1.774,97	R\$ 2.129,96	R\$ 1.419,98
Despesa com benfeitorias	R\$ 3.000,00	R\$ 3.600,00	R\$ 2.400,00
Pagamento de IPTU	R\$ 241,50	R\$ 289,80	R\$ 193,20
Pagamento de IPVA	R\$ 815,20	R\$ 978,24	R\$ 652,16
Pagamento de DPVAT	R\$ 187,00	R\$ 224,40	R\$ 149,60
Despesa com Embalagem	R\$ 1.348,32	R\$ 1.617,98	R\$ 1.078,66
Pagamento de Impostos Faixa 5º - DAS 14,3%	R\$ 196.769,45	R\$ 236.123,35	R\$ 157.415,56
TOTAL DE SAÍDAS	R\$ 2.408.394,10	R\$ 2.890.072,92	R\$ 1.926.715,28
SALDO DO PERÍODO	R\$ 986.018,52	R\$ 1.183.222,23	R\$ 788.814,82

Demonstração do resultado do Exercício XXX3

1 - Receita operacional Bruta	R\$ 258.541,24
Vendas dos produtos	R\$ 258.541,24
2 - (-) Deduções da Receita Bruta	R\$ 28.818,30
Impostos e Contribuições incidentes sobre as vendas (DAS)	R\$ 28.818,30
3 - Receita Operacional Líquida (1-2) =	R\$ 229.722,94
4 - (-) Custos das Vendas	R\$ 132.223,62
CMV	R\$ 132.223,62
5 - Resultado operacional Bruto (3-4) =	R\$ 97.499,32
6 - (-) Despesas operacionais	R\$ 29.521,23
Despesas com Vendas	R\$ 910,12

Despesas financeiras	R\$	5.229,58
Despesas gerais e administrativas	R\$	23.381,53
7 - Lucro (prejuízo) Operacional (5-6) =	R\$	67.978,09
8 - Outras despesas	R\$	112,36
9 - Lucro líquido antes das participações (7-8) =	R\$	67.865,73
10 - (-) Pro labore	R\$	11.400,00
11 - Lucro (prejuízo) Líquido do exercício	R\$	56.465,73
12 - Lucro Líquido ou prejuízo por ação do capital	R\$	0,46

BALANÇO PATRIMONIAL XXX3			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	R\$1.039.633,63	CIRCULANTE	R\$198.189,97
Banco conta movimento	R\$ 986.018,52	Fornecedores	R\$134.787,00
Clientes	R\$ 38.781,19	Salários a Pagar	R\$ 16.277,93
Estoque	R\$ 14.833,92	13º a pagar	R\$ 6.508,76
		Pro labore a pagar	R\$ 11.400,00
		Imposto a pagar	R\$ 28.818,30
		Contas a pagar	R\$ 397,98
NÃO CIRCULANTE	R\$ 83.092,25	PATRIMÔNIO LÍQUIDO	R\$924.535,91
Benfeitoria e Reformas	R\$ 34.738,99	Capital social integralizado	R\$122.377,00
Máquinas e Equipamentos	R\$ 21.617,12	Lucros acumulados	R\$745.693,18
Móveis e Utensílios	R\$ 10.776,14	Lucros do período	R\$ 56.465,73
Automóveis	R\$ 15.960,00		
TOTAL DO ATIVO	R\$1.122.725,88	TOTAL DO PASSIVO	R\$1.122.725,88

Índices de desempenho do ano XXX3

Índice de Liquidez Corrente (ou Liquidez Comum)

Ativo Circulante / Passivo Circulante = R\$ 5,25

Para cada R\$ 1,00 de dívida, há R\$ 5,25 de dinheiro e valores que se transformarão em dinheiro (AC)

Índice de Liquidez Seca

AC - Estoque / Passivo Circulante = R\$ 5,17

Para cada R\$ 1,00 de dívida de Passivo Circulante, a Meat Life Delivery dispõe de R\$ 5,17 de Ativo Circulante, sem os estoques.

Índice de Liquidez Geral

Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo / Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo = R\$ 5,25

Para cada R\$ 1,00 de dívida de curto prazo e longo prazo, há R\$ 5,25 de valores a receber a curto e longo prazo circulante, sem os estoques.

Índice de Liquidez Imediata

Disponibilidades / pc = R\$ 4,98
R\$ 4,98 para saldar cada R\$ 1,00 de dívida

ROI (rentabilidade da empresa) = TRI (taxa de retorno sobre o investimento)
Lucro líquido/ativo

R\$ 0,050 ou 5,03%

Poder de ganho da empresa; para cada R\$ 1,00 investido há um ganho de 5 centavos.

ROE (rentabilidade do empresário) = TRPL (taxa de retorno sobre o patrimônio liq. (ótica dos proprietários))

0,061 ou 6%

Poder de ganho da empresa; para cada R\$ 1,00 investido há um ganho de 6 centavos.

Projeção do Estoque no ano XXX4

Estoque inicial do ano XXX4						
Traseiro no osso	Contrafilé	Picanha	Miolo de alcatra (coração)	Filé Mignon	Picanha Grill	Contrafilé Grill
7095,96	710,16	356,02	356,02	356,02	178,92	178,92

Resumo do estoque no ano de XXX4					
Mês	Realista	Pessimista	Otimista	Vendidos	Não vendidos
Saldo Inicial	R\$ 14.833,92	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Janeiro	R\$ 148.527,34	R\$ 118.821,87	R\$ 178.232,81	R\$ 147.042,06	R\$ 1.485,27
Fevereiro	R\$ 164.387,04	R\$ 131.509,63	R\$ 197.264,45	R\$ 162.743,17	R\$ 1.643,87
Março	R\$ 164.387,04	R\$ 131.509,63	R\$ 197.264,45	R\$ 162.743,17	R\$ 1.643,87
Abril	R\$ 139.717,31	R\$ 111.773,85	R\$ 167.660,77	R\$ 138.320,14	R\$ 1.397,17

Maio	R\$ 139.717,31	R\$ 111.773,85	R\$ 167.660,77	R\$ 138.320,14	R\$ 1.397,17
Junho	R\$ 139.717,31	R\$ 111.773,85	R\$ 167.660,77	R\$ 138.320,14	R\$ 1.397,17
Julho	R\$ 164.387,04	R\$ 131.509,63	R\$ 197.264,45	R\$ 162.743,17	R\$ 1.643,87
Agosto	R\$ 164.387,04	R\$ 131.509,63	R\$ 197.264,45	R\$ 162.743,17	R\$ 1.643,87
Setembro	R\$ 139.717,31	R\$ 111.773,85	R\$ 167.660,77	R\$ 138.320,14	R\$ 1.397,17
Outubro	R\$ 139.717,31	R\$ 111.773,85	R\$ 167.660,77	R\$ 138.320,14	R\$ 1.397,17
Novembro	R\$ 139.717,31	R\$ 111.773,85	R\$ 167.660,77	R\$ 138.320,14	R\$ 1.397,17
Dezembro	R\$ 164.387,04	R\$ 131.509,63	R\$ 197.264,45	R\$ 162.743,17	R\$ 1.643,87
Total	R\$ 1.808.766,40	R\$1.447.013,12	R\$2.170.519,68	R\$1.790.678,73	R\$18.087,66

Custo de Mercadoria Vendida

EI
R\$ 14.833,92
Compras 12/X1
R\$ 164.387,04
EF
R\$ 18.087,66
CMV
R\$ 161.133,30

Projeção de Receita XXX4

Preços praticados na venda durante o ano XXX4						
Traseiro no osso	Contrafilé	Picanha	Miolo de alcatra (coração)	Filé Mignon	Picanha Grill	Contrafilé Grill
R\$ 25,75	R\$ 39,79	R\$ 46,88	R\$ 44,47	R\$ 67,87	R\$ 65,25	R\$ 47,25

Projeção de vendas no ano de XXX4			
Mês	Realista	Pessimista	Otimista
Janeiro	R\$ 315.639,93	R\$ 252.511,94	R\$ 378.767,91
Fevereiro	R\$ 315.332,62	R\$ 252.266,10	R\$ 378.399,15
Março	R\$ 315.332,62	R\$ 252.266,10	R\$ 378.399,15
Abril	R\$ 268.013,69	R\$ 214.410,95	R\$ 321.616,43
Maio	R\$ 268.013,69	R\$ 214.410,95	R\$ 321.616,43
Junho	R\$ 268.013,69	R\$ 214.410,95	R\$ 321.616,43
Julho	R\$ 315.332,62	R\$ 252.266,10	R\$ 378.399,15
Agosto	R\$ 315.332,62	R\$ 252.266,10	R\$ 378.399,15
Setembro	R\$ 268.013,69	R\$ 214.410,95	R\$ 321.616,43
Outubro	R\$ 268.013,69	R\$ 214.410,95	R\$ 321.616,43
Novembro	R\$ 268.013,69	R\$ 214.410,95	R\$ 321.616,43
Dezembro	R\$ 315.332,62	R\$ 252.266,10	R\$ 378.399,15
Total	R\$ 3.500.385,19	R\$ 2.800.308,15	R\$ 4.200.462,23

8.5. Demonstrações Contábeis XXX4

Fluxo de caixa no ANO XXX4			
ENTRADAS	Realista	Otimista	Pessimista
Vendas do mês	R\$ 3.500.385,19	R\$ 4.200.462,23	R\$ 2.800.308,15
Recebimento à vista	R\$ 2.009,00	R\$ 2.410,80	R\$ 1.607,20
Venda a prazo	R\$ 3.108,72	R\$ 3.730,47	R\$ 2.486,98
Recebimento à prazo* (Recebimento mês anterior)	R\$ 4.287,66	R\$ 5.145,19	R\$ 3.430,13
Saldo final do banco em X3			
Total de Entradas	R\$ 4.478.276,74	R\$ 5.373.932,08	R\$ 3.582.621,39
SAÍDAS			
Pagamento de taxa administrativa do cartão de crédito	R\$ 49.996,89	R\$ 59.996,27	R\$ 39.997,51
Aquisição De Matéria-prima	R\$ 1.326.085,44	R\$ 1.591.302,53	R\$ 1.060.868,35
Aluguel Do Galpão	R\$ 253,58	R\$ 304,29	R\$ 202,86
Aluguel Do Container	R\$ 815,20	R\$ 978,24	R\$ 652,16
Gratificação esporádica aos funcionários	R\$ 187,00	R\$ 224,40	R\$ 149,60
Pagamento de Salários	R\$ 1.429,22	R\$ 1.715,06	R\$ 1.143,38
Pagamento de férias	R\$ 418.266,81	R\$ 501.920,17	R\$ 334.613,44
Pagamento de 13º	R\$ 2.863.649,58	R\$ 3.436.379,50	R\$ 2.290.919,66
Retirada de Pró-labore	R\$ 136.800,00	R\$ 164.160,00	R\$ 109.440,00
Material De Consumo	R\$ 2.858,44	R\$ 3.430,13	R\$ 2.286,75
Despesa com água	R\$ 2.858,44	R\$ 3.430,13	R\$ 2.286,75
Despesa com Energia	R\$ 6.145,64	R\$ 7.374,77	R\$ 4.916,51
Despesa com telefonia	R\$ 1.357,76	R\$ 1.629,31	R\$ 1.086,21
Despesa com Internet	R\$ 1.071,91	R\$ 1.286,30	R\$ 857,53
Despesa com Combustível	R\$ 14.292,19	R\$ 17.150,63	R\$ 11.433,75
Site de fidelização e retenção de cliente	R\$ 2.009,00	R\$ 2.410,80	R\$ 1.607,20
Suporte das compras com o valor	R\$ 3.108,72	R\$ 3.730,47	R\$ 2.486,98
Impulsão do marketing no Facebook e Instagram.	R\$ 4.287,66	R\$ 5.145,19	R\$ 3.430,13
Brinde anual	R\$ 643,15	R\$ 771,78	R\$ 514,52
Ação social	R\$ 4.013,72	R\$ 4.816,47	R\$ 3.210,98
Despesa com EPI - (manutenção de EPI)	R\$ 1.881,47	R\$ 2.257,76	R\$ 1.505,17
Despesa com benfeitorias	R\$ 3.500,00	R\$ 4.200,00	R\$ 2.800,00
Pagamento de IPTU	R\$ 253,58	R\$ 304,29	R\$ 202,86
Pagamento de IPVA	R\$ 815,20	R\$ 978,24	R\$ 652,16
Pagamento de DPVAT	R\$ 4.267.616,14	R\$ 5.121.139,37	R\$ 3.414.092,91
Despesa com Embalagem	R\$ 3.627.473,72	R\$ 4.352.968,47	R\$ 2.901.978,98
Pagamento de Impostos Faixa	R\$ 196.769,45	R\$ 236.123,35	R\$ 157.415,56

5º - DAS 14,3%			
TOTAL DE SAÍDAS	R\$ 2.863.649,58	R\$ 3.436.379,50	R\$ 2.290.919,66
SALDO DO PERÍODO	R\$ 1.614.627,16	R\$ 1.937.552,59	R\$ 1.291.701,72

Demonstração do resultado do Exercício XXX4		
1 - Receita operacional Bruta	R\$	315.332,62
Vendas dos produtos	R\$	315.332,62
2 - (-) Deduções da Receita Bruta	R\$	37.682,92
Impostos e Contribuições incidentes sobre as vendas (DAS)	R\$	37.682,92
3- Receita Operacional Líquida (1-2) =	R\$	277.649,70
4- (-) Custos das Vendas	R\$	161.133,30
CMV	R\$	161.133,30
5- Resultado operacional Bruto (3-4) =	R\$	116.516,40
6 - (-) Despesas operacionais	R\$	31.662,06
Despesas com Vendas	R\$	964,72
Despesas financeiras	R\$	6.378,32
Despesas gerais e administrativas	R\$	24.319,02
7 - Lucro (prejuízo) Operacional (5-6) =	R\$	84.854,34
8 - Outras despesas	R\$	119,10
9 - Lucro líquido antes das participações (7-8) =	R\$	84.735,24
10 -(-) Pro labore	R\$	11.400,00
11 - Lucro (prejuízo) Líquido do exercício	R\$	73.335,24
12 - Lucro Líquido ou prejuízo por ação do capital	R\$	0,60

BALANÇO PATRIMONIAL XXX4			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	R\$1.680.014,71	CIRCULANTE	R\$ 238.271,76
Banco conta movimento	R\$1.614.627,16	Fornecedores	R\$ 164.387,04
Clientes	R\$ 47.299,89	Salários a Pagar	R\$ 17.606,21
Estoque	R\$ 18.087,66	13º a pagar	R\$ 6.769,11
		Pro labore a pagar	R\$ 11.400,00
		Imposto a pagar	R\$ 37.682,92
		Contas a pagar	R\$ 426,48

NÃO CIRCULANTE	R\$ 86.592,25	PATRIMÔNIO LIQUÍDO	R\$ 1.528.335,20
Benfeitoria e Reformas	R\$ 38.238,99	Capital social integralizado	R\$ 122.377,00
Máquinas e Equipamentos	R\$ 21.617,12	Lucros acumulados	R\$ 1.332.622,96
Móveis e Utensílios	R\$ 10.776,14	Lucros do período	R\$ 73.335,24
Automóveis	R\$ 15.960,00		
TOTAL DO ATIVO	R\$1.766.606,96	TOTAL DO PASSIVO	R\$ 1.766.606,96

Índices de desempenho do ano XXX4

Índice de Liquidez Corrente (ou Liquidez Comum)

Ativo Circulante / Passivo Circulante = R\$ 7,05

Para cada R\$ 1,00 de dívida, há R\$ 7,05 de dinheiro e valores que se transformarão em dinheiro (AC)

Índice de Liquidez Seca

AC - Estoque / Passivo Circulante = R\$ 6,97

Para cada R\$ 1,00 de dívida de Passivo Circulante, a Meat Life Delivery dispõe de R\$ 6,97 de Ativo Circulante, sem os estoques.

Índice de Liquidez Geral

Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo / Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo = R\$ 7,05

Para cada R\$ 1,00 de dívida de curto prazo e longo prazo, há R\$ 7,05 de valores a receber a curto e longo prazo circulante, sem os estoques.

Índice de Liquidez Imediata

Disponibilidades / pc = R\$ 6,78
R\$ 6,78 para saldar cada R\$ 1,00 de dívida

ROI (rentabilidade da empresa) = TRI (taxa de retorno sobre o investimento)

Lucro líquido/ativo

R\$ 0,042 ou 4,2%

Poder de ganho da empresa; para cada R\$ 1,00 investido há um ganho de 4 centavos.

ROE (rentabilidade do empresário) = TRPL (taxa de retorno sobre o patrimônio liq. (ótica dos proprietários))

0,005 ou 5%

Poder de ganho da empresa; para cada R\$ 1,00 investido há um ganho de 5 centavos.

Projeção do Estoque no ano XXX5

Estoque inicial do ano XXX5						
Traseiro no osso	Contrafilé	Picanha	Miolo de alcatra (coração)	Filé Mignon	Picanha Grill	Contrafilé Grill
8161,20	816,76	409,26	409,26	409,26	206,04	206,04

Resumo do estoque no ano de XXX5

Mês	Realista	Pessimista	Otimista	Vendidos	Não vendidos
Saldo Inicial	R\$ 18.087,66	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Janeiro	R\$ 181.100,85	R\$ 144.880,68	R\$ 217.321,02	R\$ 179.289,84	R\$ 1.811,01
Fevereiro	R\$ 200.444,86	R\$ 160.355,89	R\$ 240.533,83	R\$ 198.440,41	R\$ 2.004,45
Março	R\$ 200.444,86	R\$ 160.355,89	R\$ 240.533,83	R\$ 198.440,41	R\$ 2.004,45
Abril	R\$ 170.378,07	R\$ 136.302,46	R\$ 204.453,68	R\$ 168.674,29	R\$ 1.703,78
Maio	R\$ 170.378,07	R\$ 136.302,46	R\$ 204.453,68	R\$ 168.674,29	R\$ 1.703,78
Junho	R\$ 170.378,07	R\$ 136.302,46	R\$ 204.453,68	R\$ 168.674,29	R\$ 1.703,78
Julho	R\$ 200.444,86	R\$ 160.355,89	R\$ 240.533,83	R\$ 198.440,41	R\$ 2.004,45
Agosto	R\$ 200.444,86	R\$ 160.355,89	R\$ 240.533,83	R\$ 198.440,41	R\$ 2.004,45
Setembro	R\$ 170.378,07	R\$ 136.302,46	R\$ 204.453,68	R\$ 168.674,29	R\$ 1.703,78
Outubro	R\$ 170.378,07	R\$ 136.302,46	R\$ 204.453,68	R\$ 168.674,29	R\$ 1.703,78
Novembro	R\$ 170.378,07	R\$ 136.302,46	R\$ 204.453,68	R\$ 168.674,29	R\$ 1.703,78
Dezembro	R\$ 200.444,86	R\$ 160.355,89	R\$ 240.533,83	R\$ 198.440,41	R\$ 2.004,45
Total	R\$2.223.681,23	R\$1.764.474,86	R\$2.646.712,29	R\$2.183.537,64	R\$22.055,94

Custo de Mercadoria Vendida

EI
R\$ 18.087,66
Compras 12/X1
R\$ 200.444,86
EF
R\$ 2.004,45
CMV
R\$ 216.528,08

Projeção de Receita XXX5

Preços praticados na venda durante o ano XXX5						
Traseiro no osso	Contrafilé	Picanha	Miolo de alcatra (coração)	Filé Mignon	Picanha Grill	Contrafilé Grill
R\$ 27,29	R\$ 42,18	R\$ 49,70	R\$ 47,14	R\$ 71,95	R\$ 69,16	R\$ 50,09

Projeção de vendas no ano de XXX5			
Mês	Realista	Pessimista	Otimista
Janeiro	R\$ 384.812,43	R\$ 307.849,94	R\$ 461.774,91
Fevereiro	R\$ 384.437,67	R\$ 307.550,14	R\$ 461.325,21
Março	R\$ 384.437,67	R\$ 307.550,14	R\$ 461.325,21
Abril	R\$ 326.769,23	R\$ 261.415,38	R\$ 392.123,07
Maio	R\$ 326.769,23	R\$ 261.415,38	R\$ 392.123,07
Junho	R\$ 326.769,23	R\$ 261.415,38	R\$ 392.123,07
Julho	R\$ 384.437,67	R\$ 307.550,14	R\$ 461.325,21
Agosto	R\$ 384.437,67	R\$ 307.550,14	R\$ 461.325,21
Setembro	R\$ 326.769,23	R\$ 261.415,38	R\$ 392.123,07
Outubro	R\$ 326.769,23	R\$ 261.415,38	R\$ 392.123,07
Novembro	R\$ 326.769,23	R\$ 261.415,38	R\$ 392.123,07
Dezembro	R\$ 384.437,67	R\$ 307.550,14	R\$ 461.325,21
Total	R\$ 4.267.616,14	R\$ 3.414.092,91	R\$ 5.121.139,37

8.6. Demonstrações Contábeis XXX5

Fluxo de caixa no ANO XXX5			
	Realista	Otimista	Pessimista
ENTRADAS			
Vendas do mês	R\$ 4.267.616,14	R\$ 5.121.139,37	R\$ 3.414.092,91
Recebimento à vista	R\$ 2.129,54	R\$ 2.555,44	R\$ 1.703,63
Venda a prazo	R\$ 3.295,25	R\$ 3.954,30	R\$ 2.636,20
Recebimento à prazo* (Recebimento mês anterior)	R\$ 4.544,92	R\$ 5.453,90	R\$ 3.635,93
Saldo final do banco em X4	R\$ 1.614.627,16	R\$ 1.937.552,59	R\$ 1.291.701,72
Total de Entradas	R\$ 5.871.877,54	R\$ 7.046.253,05	R\$ 4.697.502,03
SAÍDAS			
Pagamento de taxa administrativa do cartão de crédito	R\$ 85.459,01	R\$ 102.550,82	R\$ 68.367,21
Aquisição De Matéria-prima	R\$ 2.205.593,57	R\$ 2.646.712,29	R\$ 1.764.474,86
Aluguel Do Galpão	R\$ 115.855,57	R\$ 139.026,69	R\$ 92.684,46
Aluguel Do Container	R\$ 13.033,75	R\$ 15.640,50	R\$ 10.427,00
Gratificação esporádica aos funcionários	R\$ 12.600,00	R\$ 15.120,00	R\$ 10.080,00

Pagamento de Salários	R\$ 219.725,55	R\$ 263.670,66	R\$ 175.780,44
Pagamento de férias	R\$ 16.964,53	R\$ 20.357,43	R\$ 13.571,62
Pagamento de 13º	R\$ 13.538,21	R\$ 16.245,86	R\$ 10.830,57
Retirada de Pró-labore	R\$ 136.800,00	R\$ 164.160,00	R\$ 109.440,00
Material De Consumo	R\$ 3.029,94	R\$ 3.635,93	R\$ 2.423,96
Despesa com água	R\$ 3.029,94	R\$ 3.635,93	R\$ 2.423,96
Despesa com Energia	R\$ 6.514,38	R\$ 7.817,26	R\$ 5.211,50
Despesa com telefonia	R\$ 1.439,22	R\$ 1.727,07	R\$ 1.151,38
Despesa com Internet	R\$ 1.136,23	R\$ 1.363,48	R\$ 908,98
Despesa com Combustível	R\$ 15.149,72	R\$ 18.179,67	R\$ 12.119,78
Site de fidelização e retenção de cliente	R\$ 2.129,54	R\$ 2.555,44	R\$ 1.703,63
Suporte das compras com o valor	R\$ 3.295,25	R\$ 3.954,30	R\$ 2.636,20
Impulsão do marketing no Facebook e Instagram.	R\$ 4.544,92	R\$ 5.453,90	R\$ 3.635,93
Brinde anual	R\$ 681,74	R\$ 818,09	R\$ 545,39
Ação social	R\$ 4.218,10	R\$ 5.061,72	R\$ 3.374,48
Despesa com EPI - (manutenção de EPI)	R\$ 1.994,36	R\$ 2.393,23	R\$ 1.595,49
Despesa com benfeitorias	R\$ 3.500,00	R\$ 4.200,00	R\$ 2.800,00
Pagamento de IPTU	R\$ 253,58	R\$ 304,29	R\$ 202,86
Pagamento de IPVA	R\$ 815,20	R\$ 978,24	R\$ 652,16
Despesa com Embalagem	R\$ 1.800,00	R\$ 2.160,00	R\$ 1.440,00
Pagamento de Impostos Faixa 5º - DAS 19 %	R\$ 440.965,52	R\$ 236.123,35	R\$ 157.415,56
TOTAL DE SAÍDAS	R\$ 3.314.067,84	R\$ 3.976.881,41	R\$ 2.651.254,27
SALDO DO PERÍODO	R\$ 2.557.809,70	R\$ 3.069.371,64	R\$ 2.046.247,76

Demonstração do resultado do Exercício XXX5		
1 - Receita operacional Bruta	R\$	384.437,67
Vendas dos produtos	R\$	384.437,67
2 - (-) Deduções da Receita Bruta	R\$	39.726,78
Impostos e Contribuições incidentes sobre as vendas (DAS)	R\$	39.726,78
3 - Receita Operacional Líquida (1-2) =	R\$	344.710,89
4 - (-) Custos das Vendas	R\$	216.528,08
CMV	R\$	216.528,08
5 - Resultado operacional Bruto (3-4) =	R\$	128.182,82
6 - (-) Despesas operacionais	R\$	34.174,07
Despesas com Vendas	R\$	986,16
Despesas financeiras	R\$	7.698,36
Despesas gerais e administrativas	R\$	25.489,55
7 - Lucro (prejuízo) Operacional (5-6) =	R\$	94.008,74
8 - Outras despesas	R\$	150,00
9 - Lucro líquido antes das participações (7-8) =	R\$	93.858,74

10 -(-) Pro labore	R\$	11.400,00
11 - Lucro (prejuízo) Líquido do exercício	R\$	82.458,74
12 - Lucro Líquido ou prejuízo por ação do capital	R\$	0,67

BALANÇO PATRIMONIAL XXX5			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	R\$2.637.531,29	CIRCULANTE	R\$247.036,48
Banco conta movimento	R\$2.557.809,70	Fornecedores	R\$170.378,07
Clientes	R\$ 57.665,65	Salários a Pagar	R\$ 18.310,46
Estoque	R\$ 22.055,94	13º a pagar	R\$ 6.769,11
		Pro labore a pagar	R\$ 11.400,00
		Imposto a pagar	R\$ 39.726,78
		Contas a pagar	R\$ 452,07
NÃO CIRCULANTE	R\$ 90.092,25	PATRIMÔNIO LIQUÍDO	R\$2.480.587,05
Benfeitoria e Reformas	R\$ 41.738,99	Capital social integralizado	R\$ 122.377,00
Máquinas e Equipamentos	R\$ 21.617,12	Lucros acumulados	R\$2.275.751,31
Móveis e Utensílios	R\$ 10.776,14	Lucros do período	R\$ 82.458,74
Automóveis	R\$ 15.960,00		
TOTAL DO ATIVO	R\$2.727.623,54	TOTAL DO PASSIVO	R\$2.727.623,54

Índices de desempenho do ano XXX5

Índice de Liquidez Corrente (ou Liquidez Comum)

Ativo Circulante / Passivo Circulante = R\$ 10,68

Para cada R\$ 1,00 de dívida, há R\$ 10,68 de dinheiro e valores que se transformarão em dinheiro (AC)

Índice de Liquidez Seca

AC - Estoque / Passivo Circulante = R\$ 10,59

Para cada R\$ 1,00 de dívida de Passivo Circulante, a Meat Life Delivery dispõe de R\$ 10,59 de Ativo Circulante, sem os estoques.

Índice de Liquidez Geral

Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo / Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo = R\$ 10,68

Para cada R\$ 1,00 de dívida de curto prazo e longo prazo, há R\$ 10,68 de valores a receber a curto e longo prazo circulante, sem os estoques.

Índice de Liquidez Imediata

Disponibilidades / pc = R\$ 10,35
R\$ 10,35 para saldar cada R\$ 1,00 de dívida

ROI (rentabilidade da empresa) = TRI (taxa de retorno sobre o investimento)
Lucro líquido/ativo

R\$ 0,030 ou 3%

Poder de ganho da empresa; para cada R\$ 1,00 investido há um ganho de 3 centavos.

ROE (rentabilidade do empresário) = TRPL (taxa de retorno sobre o patrimônio liq. (ótica dos proprietários))

0,03 ou 3%

Poder de ganho da empresa; para cada R\$ 1,00 investido há um ganho de 3 centavos.

9. Viabilidade dos cenários

CENÁRIO REALISTA

PAYBACK - Simples

Dado o investimento inicial e considerando a média da projeção dos fluxos de caixa em 5 anos, obteremos um payback de 2 anos, 5 meses e 22 dias.

Fluxo de Caixa	Total	Valor presente	período
NO ANO DE XXX1	R\$ 191.535,55	-R\$ 170.696,79	1
NO ANO DE XXX2	R\$ 339.511,46	-R\$ 269.653,72	2
NO ANO DE XXX3	R\$ 454.971,51	-R\$ 322.041,74	3
NO ANO DE XXX4	R\$ 628.950,60	-R\$ 396.753,24	4
NO ANO DE XXX5	R\$ 943.182,55	-R\$ 530.243,90	5
Total	R\$ 2.558.151,67	-R\$ 1.689.389,38	-

Média em 5 anos		Média em 5 anos pelo VP	
R\$	511.630,33	-R\$	337.877,88

PAYBACK - SIMPLES		
INVESTIMENTO INICIAL (II)	-R\$ 748.318,22	-
ENTRADAS LÍQUIDAS XXX1	R\$ 191.535,55	R\$ 191.535,55
ENTRADAS LÍQUIDAS XXX2	R\$ 339.511,46	R\$ 531.047,01
ENTRADAS LÍQUIDAS XXX3	R\$ 454.971,51	R\$ 986.018,52

Investimento Inicial - Somatório das entradas líquidas em 3 anos = Valor excedente ao II (saldo total em xxx3 menos II)

R\$ 237.700,30

Valor das entradas líquidas em xxx3 - Valor excedente do II = Valor que totaliza saldo do II

R\$ 217.271,22

Valor que totaliza o saldo II / Entrada líquida Xxx3 = Período necessário para o retorno em meses e dias

R\$ 0,48 x 12 = R\$ 5,73 (5 meses e 22 dias)

Payback de 2 anos, 5 meses e 22 dias

PAYBACK - DESCONTADO		
INVESTIMENTO INICIAL (II)	-R\$ 748.318,22	-
ENTRADAS LÍQUIDAS XXX1	R\$ 170.696,79	R\$ 170.696,79
ENTRADAS LÍQUIDAS XXX2	R\$ 269.653,72	R\$ 440.350,51
ENTRADAS LÍQUIDAS XXX3	R\$ 322.041,74	R\$ 762.392,25

Investimento Inicial - Somatório das entradas líquidas em 3 anos = Valor excedente ao II (saldo total em xxx3 menos II)

R\$ 14.074,03

Valor das entradas líquidas em xxx3 - Valor excedente do II = Valor que totaliza saldo do II

R\$ 307.697,71

Valor que totaliza o saldo II / Entrada líquida Xxx3 = Período necessário para o retorno em meses e dias

0,956297508 x 12 = 11,4755701 (11 meses e 15 dias)

Payback Descontado de 2 anos, 11 meses e 15 dias.

VPL – VALOR PRESENTE LÍQUIDO

Fórmula :

VPL = Somatório do VP de XXX1 até XXX5 – Investimento Inicial
Somatório do VP de XXX1 até XXX5 = R\$ 1.689.389,38

VPL = R\$ 941.071,16

VPL >0 ; logo a proposta de investimento gerará retorno maior que a taxa de desconto utilizada, sendo assim o projeto é viável.

INDICE DE RENTABILIDADE

IR = PV /II

Índice De Rentabilidade Do Projeto

2,2576

IR > 1 ; logo a proposta de investimento do projeto é viável.

TAXA DE RENTABILIDADE DO PROJETO

FLUXO DE CAIXA	
INVESTIMENTO INICIAL	-R\$ 748.318,22
NO ANO DE XXX1	R\$ 191.535,55
NO ANO DE XXX2	R\$ 339.511,46
NO ANO DE XXX3	R\$ 454.971,51
NO ANO DE XXX4	R\$ 628.950,60
NO ANO DE XXX5	R\$ 943.182,55
TIR	44%

TIR >TMA

Taxa de Mercado < Taxa Interna de Retorno , logo, o projeto é viável .

CENÁRIO OTIMISTA

PAYBACK- Simples

Fluxo de Caixa	Total	Valor presente	período
NO ANO DE XXX1	R\$ 229.842,65	-R\$ 204.836,15	1
NO ANO DE XXX2	R\$ 407.413,76	-R\$ 323.584,46	2
NO ANO DE XXX3	R\$ 545.965,82	-R\$ 386.450,09	3
NO ANO DE XXX4	R\$ 754.740,72	-R\$ 476.103,88	4
NO ANO DE XXX5	R\$ 1.131.819,05	-R\$ 636.292,68	5
TOTAL	R\$ 3.069.782,01	-R\$ 2.027.267,26	-

Média em 5 anos		Média em 5 anos pelo VP	
R\$	613.956,40	-R\$	405.453,45

PAYBACK - SIMPLES			
INVESTIMENTO INICIAL (II)	-R\$	748.318,22	
ENTRADAS LIQUIDAS XXX1	R\$	229.842,65	R\$ 229.842,65
ENTRADAS LIQUIDAS XXX2	R\$	407.413,76	R\$ 637.256,41
ENTRADAS LIQUIDAS XXX3	R\$	545.965,82	R\$ 1.183.222,23

Investimento Inicial - Somatório das entradas líquidas em 3 anos = Valor excedente ao II (saldo total em xxx3 menos II)
R\$ 434.904,00

Valor das entradas líquidas em xxx3 - Valor excedente do II = Valor que totaliza saldo do II
R\$ 111.061,81

Valor que totaliza o saldo II / Entrada líquida Xxx3 = Período necessário para o retorno em meses e dias
R\$ 0,20 x 12 = 2,44 (2 meses e 14 dias)

PAYBACK - Simples de 2 anos, 2 meses e 14 dias.

PAYBACK - DESCONTADO			
INVESTIMENTO INICIAL (II)	-R\$	748.318,22	-
ENTRADAS LIQUIDAS XXX1	R\$	204.836,15	R\$ 204.836,15
ENTRADAS LIQUIDAS XXX2	R\$	323.584,46	R\$ 528.420,62
ENTRADAS LIQUIDAS XXX3	R\$	386.450,09	R\$ 914.870,70

Investimento Inicial - Somatório das entradas líquidas em 3 anos = Valor excedente ao II (saldo total em xxx3 menos II)
R\$ 166.552,48

Valor das entradas líquidas em xxx3 - Valor excedente do II = Valor que totaliza saldo do II
R\$ 219.897,61

Valor que totaliza o saldo II / Entrada líquida Xxx3 = Período necessário para o retorno em meses e dias
 $0,569019434 \times 12 = 6,828233203$ 6 meses e 25 dias

PAYBACK – Descontado de 2 anos, 6 meses e 25 dias

VPL – VALOR PRESENTE LÍQUIDO

VPL = R\$ 1.278.949,04

Vpl > 0 ; logo a proposta de investimento gerará retorno maior que a taxa de desconto utilizada, sendo assim o projeto é viável.

INDICE DE RENTABILIDADE DO PROJETO

IR = 2,7091

IR > 1 ; logo a proposta de investimento do projeto é viável.

TAXA DE RENTABILIDADE DO PROJETO

FLUXO DE CAIXA	
INVESTIMENTO INICIAL	-R\$ 748.318,22
NO ANO DE XXX1	R\$ 229.842,65
NO ANO DE XXX2	R\$ 407.413,76
NO ANO DE XXX3	R\$ 545.965,82
NO ANO DE XXX4	R\$ 754.740,72
NO ANO DE XXX5	R\$ 1.131.819,05
TIR	53%

Taxa de Mercado < Taxa Interna de Retorno , logo, o projeto é viável

CENÁRIO PESSIMISTA

PAYBACK - Simples

Fluxo de Caixa	Total	Valor presente	Período
NO ANO DE XXX1	R\$ 153.228,44	-R\$ 136.557,44	1
NO ANO DE XXX2	R\$ 271.609,17	-R\$ 215.722,97	2
NO ANO DE XXX3	R\$ 363.977,21	-R\$ 257.633,39	3
NO ANO DE XXX4	R\$ 503.160,48	-R\$ 317.402,59	4
NO ANO DE XXX5	R\$ 754.546,04	-R\$ 424.195,12	5
TOTAL	R\$2.046.521,34	-R\$ 1.351.511,51	-

Média em 5 anos	Média em 5 anos pelo VP
R\$ 409.304,27	-R\$ 270.302,30

PAYBACK - SIMPLES		
INVESTIMENTO INICIAL (II)	-R\$ 748.318,22	
ENTRADAS LÍQUIDAS XXX1	R\$ 153.228,44	R\$ 153.228,44
ENTRADAS LÍQUIDAS XXX2	R\$ 271.609,17	R\$ 424.837,61
ENTRADAS LÍQUIDAS XXX3	R\$ 363.977,21	R\$ 788.814,82

- Investimento Inicial - Somatório das entradas líquidas em 3 anos = Valor excedente ao II (saldo total em xxx3 menos II)

R\$ 40.496,59

- Valor das entradas líquidas em xxx3 - Valor excedente do II = Valor que totaliza saldo do II

R\$ 323.480,62

- Valor que totaliza o saldo II / Entrada líquida Xxx3 = Período necessário para o retorno em meses e dias

R\$ $0,89 \times 12 =$ R\$ 10,66 (10 meses e 20 dias)

PAYBACK- Simples de 2 anos, 10 meses e 20 dias

PAYBACK - DESCONTADO		
INVESTIMENTO INICIAL (II)	-R\$ 748.318,22	-
ENTRADAS LIQUIDAS XXX1	R\$ 136.557,44	R\$ 136.557,44
ENTRADAS LIQUIDAS XXX2	R\$ 215.722,97	R\$ 352.280,41
ENTRADAS LIQUIDAS XXX3	R\$ 257.633,39	R\$ 609.913,80
ENTRADAS LIQUIDAS XXX4	R\$ 317.402,59	R\$ 927.316,39

- Investimento Inicial - Somatório das entradas líquidas em 3 anos = Valor excedente ao II (saldo total em xxx3 menos II)

R\$ 178.998,16

- Valor das entradas líquidas em XXX3 - Valor excedente do II = Valor que totaliza saldo do II

R\$ 138.404,42

- Valor que totaliza o saldo II / Entrada líquida XXX3 = Período necessário para o retorno em meses e dias

$0,436 \times 12 = 5,23 =$ 5 meses e 7 dias

PAYBACK - Descontado de 3 anos, 5 meses e 7 dias

VPL – VALOR PRESENTE LÍQUIDO

VPL = R\$ 603.193,28

VPL >0 ; logo a proposta de investimento gerará retorno maior que a taxa de desconto utilizada, sendo assim o projeto é viável.

INDICE DE RENTABILIDADE DO PROJETO

IR = 1,8061

IR >1 ; Logo, a proposta de investimento do projeto no cenário pessimista é Viável.

TAXA DE RENTABILIDADE DO PROJETO

Fluxo de Caixa	
INVESTIMENTO INICIAL	-R\$ 748.318,22
NO ANO DE XXX1	R\$ 153.228,44
NO ANO DE XXX2	R\$ 271.609,17
NO ANO DE XXX3	R\$ 363.977,21
NO ANO DE XXX4	R\$ 503.160,48
NO ANO DE XXX5	R\$ 754.546,04
TIR	34%

TIR >TMA

Taxa de Mercado < Taxa Interna de Retorno , logo, o projeto é viável

10. Considerações Finais

Durante a realização desse trabalho nos deparamos com a grande complexidade de concatenar as informações apreendidas ao longo de todo o curso para finalizarmos com êxito o projeto da empresa Meat Life Delivery.

Utilizamos a todo o momento ferramentas e técnicas de gestão, aprendemos uns com os outros durante o longo desse um ano de projeto, tanto tecnicamente quanto em nível de crescimento pessoal.

Nos deparamos com as barreiras de inovar, de criar uma empresa engajada socialmente, com valor, missão que refletissem a nossa preocupação com o desenvolvimento da geração atual e futura.

Também, desenvolvemos ainda mais as nossas capacidades analítica e crítica para poder transformar o nosso tão estimado projeto em números e refletir que o projeto deve percorrer um caminho e que há barreiras, tais como , novos entrantes , produtos substitutos, o grande poder de negociação dos consumidores e através disso criar oportunidade , desenvolver , empreender e inovar.

Com investimento inicial de 748.318,22 mil reais, que é composto por uma parcela de capital próprio no valor 122.377 mil reais e outra de mesmo valor referente a capital de terceiros, os sócios que exercem funções administrativas e detêm 25% do capital da empresa.

Com diferentes análises de viabilidade como o PAYBACK, o VPL , a TIR e IR que demonstraram que o projeto é viável em todos os cenários do mercado.

Ressaltamos também a rentabilidade do projeto do ano XXX1 até o ano XXX5 e demonstramos através dos nossos lucros acumulados que a expressão lucratividade está presente em nosso projeto.

E estimamos o retorno do valor investido no projeto no período entre 2 anos e 3 anos e 5 meses e 7 dias .

11. Agradecimentos

Amit (1993), compreendeu: “estes indivíduos ultrapassaram seus limites, enfrentando e superando as dificuldades, tanto da época quanto pessoais e desenvolveram negócios lucrativos e duradouros. Mesmo quando não tiveram êxito em um primeiro momento, não desistiram e recomeçaram”.

“Assumir riscos” é a melhor definição para empreender, deste modo, do acordar ao deitar assumimos inúmeros riscos e por isso devemos ser gratos.

Em primeiro lugar, gostaríamos de agradecer a Deus, aos nossos pais, amigos, aos nossos orientadores e em especial ao professor Vladimir Gonçalves que nos fez refletir a importância do tempo com a sua tradicional expressão “Qualquer coisa, te dou mais seis meses” e também a todos os mestres que nos capacitaram para chegarmos até aqui.