



UNIVERSIDADE
CANDIDO
MENDES

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES – NITERÓI

ADRIANA PAIVA BARROS
2151000-2

ANDERSON DE SIQUEIRA MARIELLA
21723001-2

CLARA NEPOMUCENO ROSA DE ABREU
11500024 - 2

DANIEL LUIZ DA ROCHA VAZ
21523007- 2

JULIANA REIS BARBOSA
11500002- 2

THIAGO SANTOS CARDOSO SILVA
11503009- 2

TELEMUCH LTDA

Plano de Negócios
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE

Niterói
Dezembro/2018

**ADRIANA PAIVA BARROS
ANDERSON DE SIQUEIRA MARIELLA
CLARA NEPOMUCENO ROSA DE ABREU
DANIEL LUIZ DA ROCHA VAZ
JULIANA REIS BARBOSA
THIAGO SANTOS CARDOSO SILVA**

TEMELUCH LTDA

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

Orientador: Prof. Ms. Vladimir Leite Gonçalves

**NITEROI
Dezembro/2018**

**ADRIANA PAIVA BARROS
ANDERSON DE SIQUEIRA MARIELLA
DANIEL LUIZ DA ROCHA VAZ
JULIANA REIS BARBOSA
THIAGO SANTOS CARDOSO SILVA**

TELEMUCH LTDA

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

Nota: _____

Aprovada ()

Aprovada com louvor ()

Aprovada com restrições ()

Reprovada ()

Data: ____/____/____

Prof. Ms. Vladimir Leite Gonçalves
Universidade Candido Mendes

Prof. Ms. Denise Rodrigues Callado
Universidade Candido Mendes

Prof. Ms. Marlice Mattos
Universidade Candido Mendes

Sumário

Capa	6
Sumário executivo	9
1. A Empresa.....	10
1.1 Missão.....	10
1.2 Visão	10
1.3 Valores	10
2. Produtos e Serviços	11
2.1 Nossos Competidores	11
2.1 Nossa Inspiração.....	11
2.3 Documentação.....	12
2.4 Futuros produto/ serviços a serem produzidos	12
2.5 Ciclo de vida do negócio.....	12
3. Ciclo de vida do negócio	12
4. Análise de Mercado	13
4.1 Clientes	13
4.2 Decisão de compra	13
5. Análise SWOT	14
5.1 Plano de ação	15
6. Cinco forças de Porter	16
6.1 Rivalidade entre os concorrentes	16
6.2 Poder de barganha dos fornecedores	16
6.3 Poder de barganha dos clientes	16
6.4 Ameaça de produtos substitutos	16
6.5 Ameaça de novos entrantes	17
7. Estratégia de negócio	17
7.1 Nossa imagem no mercado	17
7.2 Estratégia para ganhar mercado	17
8. Análise dos 4 P's	18
8.1 Produto	18
8.2 Preço	18
8.3 Praça	19
8.4 Promoção	19
8.4.1 Alianças e parcerias	19
8.4.2 Divulgação do produto	19
9. Planejamento e gerência do negócio	21
9.1 Organograma	21
9.3 Plano de cargos e salários	21
9.4 Plano de carreira	24

Plano de Negócios

9.5 Equipe gerencial	25
9.6 Fluxograma do processo	26
9.7 Capacidade instalada da produção.....	26
10. Layout do negocio	26
11. Indicadores de desempenho	27
11.1 Indicador de Produtividade	27
11.2 Indicador de Qualidade	27
11.3 Indicador de Sucesso de Vendas	27
11.4 Indicador de Evasão de Clientes	28
11.5 Indicador de Satisfação dos Clientes	28
12. Planejamento financeiro	28
12.1 DRE	28
12.2 Balanço Patrimonial	31
12.3 Fluxo de Caixa	36
12.4 Índices de viabilidade	37
12.5 Índices financeiros – Valor Presente Líquido(VPL), Taxa Interna de Retorno(TIR) e Playback simples e descontado	41
13.Referências	42

Temeluch Ltda
Rua Regente Feijó, 90 – Centro
20060-060 – Rio de Janeiro – RJ
Telefone: (21) 2609-5756
Celular: (21) 98766-4965



Adriana Paiva Barros
Diretora Geral
Rua Gonçalo Ferreira, 423 – Centro
26770-880 – Rio de Janeiro - RJ

Niterói
Dezembro/2018

Adriana Paiva Barros

**Plano de Negócios
Temeluch Ltda.**

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

Orientador: Prof. Ms. Vladimir Leite Gonçalves

Niterói
Dezembro/2018

Sumário Executivo

Neste Plano de Negócios apresentamos a empresa TELEMUCH, que oferece os serviços de segurança, monitoramento e suporte á gestão escolar, onde identificamos a necessidade de focar na proteção da escola, protegendo a integridade das pessoas e dos recursos da instituição. O portfólio de serviços oferecidos para conquistar o mercado será composto por aplicativos de acompanhamento escolar adaptado para smartphones, rondas em torno da área escolar, monitoramento por meio de câmeras de segurança, palestras e treinamentos para nossos clientes, além de plataformas com armazenamento do desempenho e informações da rotina escolar.

Em função da falta de segurança e crescentes índices de violências ocorridas no interior e nas proximidades das instituições, identificamos a oportunidade e a necessidade de intensificar e melhorar a forma de como a segurança das crianças, adolescentes, pais/responsáveis e funcionários é tratada, além de observar a inerente dificuldade na gestão dos recursos da instituição, onde a Temeluch irá atuar dando suporte para uma melhor decisão do corpo docente, sócios e empresários da área da educação. Queremos passar de forma clara e objetiva nossa missão em assegurar a rotina de nossos alunos, aonde os pais cheguem a concordar conosco no que diz respeito à marca, desta forma competiremos por diferenciação no mercado atuante, tendo em vista que somos a única empresa que oferece o serviço de segurança escolar, controle de acesso e gestão tão completo neste nicho, possuindo alto valor agregado.

A Temeluch é uma startup que com baixos custos operacionais é capaz de crescer obtendo resultados excelentes, devido o produto final ser um software. Com um crescimento gradativo de clientes ano a ano, mesmo buscando em sua projeção cautelosa o resultado final é positivo ultrapassando os 100% de lucro, está cautelosa leva-se em conta na nossa capacidade de divulgação da marca, exposto em nosso plano de marketing. Nesse modelo de negócio escalável, o investimento inicial é recuperado em menos de 2 anos e a taxa interna de retorno supera a taxa mínima de atratividade em 8 vezes. Toda coerência no desenvolver as projeções do projeto, fez com que seus desenvolvedores ficassem mais seguros ao indicar esta ideia para investidores que venham a se interessar.

1. Empresa

Temeluch é uma empresa especializada em segurança, monitoramento e automação da Gestão escolar, tendo como objetivo proteger as pessoas, bens tangíveis e intangíveis da Instituição de Ensino.

1.1 Missão

A missão da empresa é proporcionar tranquilidade ao cliente por meio da tecnologia e segurança pessoal, otimizando tempo e recursos da escola.

1.2 Visão

Ser líder nacional no ramo de segurança, monitoramento e automação da informação na Gestão Escolar.

1.3 Valores

Os principais valores da Temeluch são:

- Inovação
- Excelência
- Relacionamento
- Ética
- Confiabilidade na Informação
- Preocupação com a segurança.

2. PRODUTOS E SERVIÇOS

2.1 Nossos competidores

Através de pesquisas realizadas no mercado verificamos a existência de empresas que fazem os serviços de controle de acesso através de catracas biométricas como a Sis Controller, que utiliza principalmente softwares como principal serviço, a empresa encontra-se em Belém-PA. Outra empresa identificada nas pesquisas foi o Grupo Hanagá que trabalha de forma ampla nos serviços de segurança, monitoramento e controle de acesso, porém não tem o seu foco voltado para instituições de ensino, sua sede fica em São Paulo e tem seu público alvo voltado para este Estado.

A *Temeluch* atuará em um mercado mais segmentado, especializando os serviços para atender a necessidade de segurança e automatização na gestão escolar, contribuindo para as decisões gerenciais da direção, trazendo maior confiança e tranquilidade de nosso público alvo.

	Temeluch	Grupo Hanagá	SisController Softwares
Praça	Nossa sede encontra-se no Rio de Janeiro.	A sede está localizada em São Paulo, recentemente abriu uma filial no Rio de Janeiro.	A sede está situada em Belém do Pará, porém trabalha com representantes em todo o país.
Público Alvo	Exclusivamente Instituições de ensino.	Atende pessoa jurídica e pessoa física, sem segmentação de mercado.	Instituições de ensino da região Norte e Nordeste do país.
Produtos e Serviços	Suporte na segurança, monitoramento, controle de acesso, apoio tecnológico aos alunos e automatização na Gestão da Escola.	Oferece serviços de terceirização em geral, tais como: Limpeza, portaria, recepção, monitoramento, escolta armada, controle de acesso e comércio eletrônico.	Segurança, monitoramento, controle de acesso e administração da Escola.

A *Temeluch* apresenta um grande potencial de crescimento no mercado, em virtude do crescimento nos índices de violência no Estado do Rio de Janeiro. A recente abertura de uma filial do Grupo Haganá mostra que o mercado está aquecido, já o crescimento da *Sis Controller* nas demais regiões demonstra que as instituições de ensino possuem interesse pelo da tecnologia nas escolas, onde a *Temeluch* irá oferecer e ampliar em Estados vizinhos posteriormente.

2.2 Nossa inspiração

Inspiramos-nos em como poderíamos proteger as crianças e adolescentes para os pais e ao mesmo tempo como os sócios e diretores poderiam gerir da melhor forma possível a Instituição escolar, desta forma escolhemos o nome da Empresa de **TEMELUCH** tendo em vista que seu significado é de conhecimento por proteger as crianças e adolescentes.

Com isso, em função da falta de segurança e crescentes índices de violências ocorridas no interior e nas proximidades das escolas identificamos a oportunidade e a necessidade de

Plano de Negócios

intensificar e melhorar a forma de como a segurança das crianças, adolescentes, pais/responsáveis e funcionários da escola é tratada, além de observar a inerente dificuldade na gestão dos recursos da instituição, onde a Temeluch irá atuar dando suporte para uma melhor decisão do corpo docente, sócios e empresários da área da educação.

2.3 Documentação

Para que a empresa possa iniciar suas atividades tornam-se necessários os seguintes documentos:

QNT	LEGALIZAÇÃO	UND	TOTAL
1	CBMERJ SIMPLIFICADO	R\$ 143,00	R\$ 143,00
1	JUCERJA	R\$ 387,00	R\$ 387,00
5	RECONHECIMENTO DE FIRMA	R\$ 7,50	R\$ 37,50
5	AUTENTICAÇÕES DE DOCUMENTAÇÕES	R\$ 7,50	R\$ 37,50
1	RECEITA FEDERAL	R\$ 21,00	R\$ 21,00
1	INSCRIÇÃO MUNICIPAL	R\$ 857,00	R\$ 857,00
1	CREA	R\$ 920,00	R\$ 920,00
TOTAL			R\$ 2.403,00

O tempo de legalização previsto é de um mês.

A empresa irá desenvolver o próprio aplicativo, criando uma plataforma de acesso para alunos, pais/responsáveis, professores e gestores da escola.

2.4 Futuros produtos/serviços a serem oferecidos

Pensando em contribuir cada vez mais para a instituição escolar e seus alunos a Temeluch desenvolveu um projeto com previsão de início para a fase de declínio da empresa e se lançar novamente no mercado. O projeto consiste em desenvolver aulas eletivas para os alunos de escolas particulares a partir do Ensino Fundamental II até o Ensino Médio, contribuindo para o entendimento da tecnologia e como utiliza-la a seu favor. O projeto foi desenvolvido com base em pesquisas que mostram a defasagem no conhecimento buscando aumentar o capital intelectual dos alunos que estudam nas escolas que atuaremos. Este serviço estará incluso no valor do pacote contratado pela escola e será desenvolvido por um profissional habilitado da área da tecnologia e com a linguagem adaptada para cada faixa etária, tornando um serviço mais atrativo. A frequência das aulas será de duas a quatro vezes no mês, dependendo da disponibilidade e interesse das escolas.

3. Ciclo de vida do negócio

O Ciclo de Vida da Temeluch consiste no período de Introdução de um ano para captação de clientes, crescimento de um ano onde iremos manter os cliente estabelecidos e continuar com nossa força de venda, maturação de dois anos após atingir o mercado e declínio no final de cinco anos após sua introdução no mercado, onde será implantado o projeto pré fixado para esta fase e relançado no mercado para novas captações de clientes.

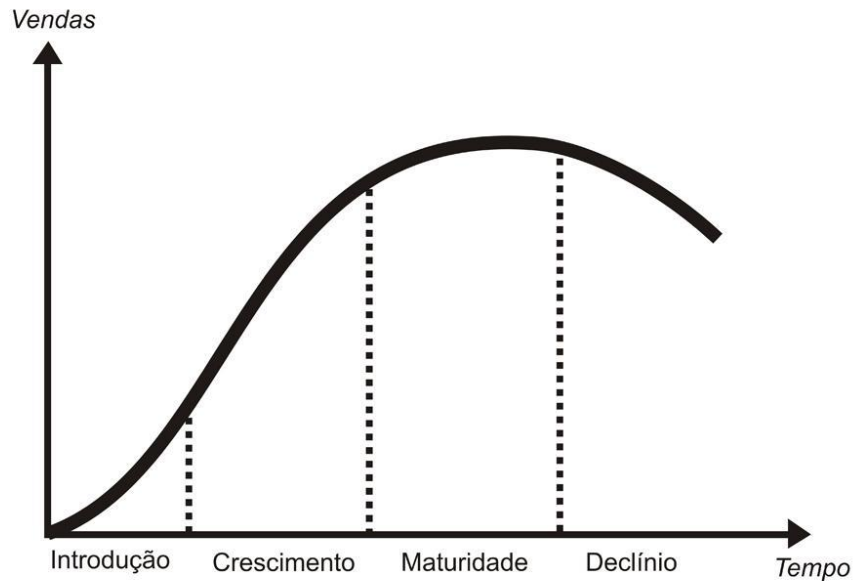


Foto Marcting Wordpress Estratégia de Marketing Mix

4. ANÁLISE DO MERCADO

4.1 Clientes

O público alvo da Temeluch Segurança são donos e sócios das instituições de ensino de classe A, B e C, sendo estes nossos clientes finais, e os responsáveis como os intermediários. A Temeluch Segurança está estabelecida no Rio de Janeiro, e sua área de atuação será estadual. Posto que iremos até as instituições para a instalação do sistema.

Nossos clientes finais estão mais preocupados com a imagem que possuem no mercado, frente a concorrência e como os pais se sentem em relação a qualidade de ensino e segurança que seus filhos possuem nas escolas, tendo em vista o alto custo das mensalidades, estes não aceitam menos que a excelência em todos os níveis das Instituições de ensino e como tal, a Temeluch deverá incorporar a estes valores, afim de que os sócios/donos e pais/responsáveis fiquem tranquilos quanto a segurança de todos no colégio, além de possuir o melhor suporte na automatização dos dados referente a gestão escolar, otimizando os recursos financeiros, aprimorando os serviços em nome de uma educação de qualidade.

De acordo com nossas pesquisas direcionadas ao público 64,9% estariam dispostos a pagar entre 2% a 5% de acréscimo com base na mensalidade atual escolar, 7% estariam dispostos a pagar de 11% a 20%. São valores consideráveis, visto que a média atual de mensalidade nos colégios A, B e C está entre R\$ 400 e mais de R\$ 3.500,00.

4.2 Decisão de compra

Quem decide se irão contratar nossos serviços são os sócios/donos, diretores e dependendo a estrutura hierárquica os coordenadores, mas pretendemos voltar nosso marketing também para pais de alunos, fazendo com que os serviços da Temeluch seja desejado também por eles.

Plano de Negócios

Como atuaremos nas escolas particulares no Rio de Janeiro teremos um portfólio de atuação muito grande, porém vamos focar nossas vendas nas escolas das principais cidades do Estado.

Como o mercado de segurança nas escolas já existe, não seremos um nicho de mercado, porém iremos diferenciar nossos serviços, tornando-os mais atrativos em relação a concorrência, pois iremos trabalhar com o mesmo preço de mercado com segmentação para a área da segurança escolar e suporte a gestão eficiente.

5. Análise SWOT da empresa

Temeluch	
<u>STRENGTHS (FORÇA)</u>	<u>WEAKNESS (FRAQUEZA)</u>
Único sistema completo e segmentado do mercado.	Não há filiais no RJ.
Sistema customizado em segurança escolar.	
Inovação em tecnologia.	Um ponto físico.
Investimento em marketing (publicidade e propaganda).	Depreciação de equipamentos e possível obsolescência.
Facilidade de compra com fornecedores.	Marca ainda não conhecida.
Suporte a pais e instituições de ensino.	
<u>OPORTUNITIES (OPORTUNIDADE)</u>	<u>THREATS (AMEAÇAS)</u>
Mercado em ascensão.	Economia do país em crise.
Mecanismo de identificação de baixo custo (biometria).	Aumento na migração de alunos de escolas privadas para a rede pública
Crescimento na credibilidade em tecnologia.	Possíveis novos concorrentes..
Aumento da violência na área de abrangência.	Novas tecnologias substitutas.
Menores reajustes nas mensalidades nos últimos anos.	Barreiras de adesão ao serviço (Escolas e/ou pais).
Desqualificação de profissionais na área de ronda escolar.	

5.1 Plano de Ação

<u>WEAKNESS (FRAQUEZA)</u>	Plano de Ação
Não há filiais	Captação de clientes em demais estados através da área de vendas.
Pouca experiência no mercado	Treinamento para os colaboradores.
Um ponto físico	Abranger as principais regiões do Estado do Rio de Janeiro com um representante.
Depreciação de equipamentos e possível obsolescência	Manutenção e visitas técnicas aos equipamentos da empresa.
Marca não conhecida	Investimento em estratégias de MKT, com divulgação em promoções e propagandas nas principais cidades e meios de comunicação.

<u>THREATS (AMEACAS)</u>	Plano de Ação
Economia dos pais em crise	Preço compatível com o mercado.
Aumento na migração de alunos de escolas privadas para a rede pública	Diferenciação de preço com base na quantidade de alunos por creche e/ou escola.
Possíveis novos concorrentes	Criação de novos serviços inovadores
Novas tecnologias substitutas	Prudência ao que ocorre ao redor do negócio.
Barreiras de adesão ao serviço (Escolas e/ou pais)	Agregar diferentes valores, pesquisa mercadológica, prestação de atendimento diferenciado e pacotes aperfeiçoados as necessidades dos clientes.

3.5 Análise SWOT dos Concorrentes

Concorrentes	
<u>STRENGTHS (FORÇA)</u>	<u>WEAKNESS (FRAQUEZA)</u>
Estão a mais tempo no mercado de segurança.	Não há filiais no RJ.
Alto poder de barganha com fornecedores.	Estão engessados no ramo de atuação (Zona de conforto).
Conhecimento no ramo da tecnologia.	Divulgação não eficiente de Marketing.
Possuem mais credibilidade no mercado.	Não possuem a mesma segmentação ou não possuem.
Facilidade de compra com fornecedores.	Maior custo em relação a Temeluch
<u>OPORTUNITIES (OPORTUNIDADE)</u>	<u>THREATS (AMEAÇAS)</u>
Mercado em ascensão.	Economia do país em crise.
Mecanismo de identificação de baixo custo.	Aumento na migração de alunos de escolas privadas para a rede pública.
Crescimento na credibilidade em tecnologia.	Possíveis novos concorrentes.
Desqualificação de profissionais na área de ronda escolar.	Novas tecnologias substitutas.

6. Cinco forças de Porter

6.1 Rivalidade entre concorrentes: Como é um segmento novo no mercado, é baixo o número de concorrentes que direcionam o seu foco para segurança, controle de acesso e gestão escolar, fazendo com que um bom planejamento estratégico nos torne referência e pioneiros no mercado.

6.2 Poder de Barganha com fornecedores: O Poder de Barganha com Fornecedores é considerado baixo, tendo em vista que com a evolução da tecnologia, a demanda pelos equipamentos vem progredindo, com isso os provedores possuem maior oferta neste nicho, por conseguinte diminuindo o preço até os clientes finais.

6.3 Poder de Barganha dos Clientes: Os nossos clientes finais (escolas) apesar de possuírem grande capacidade de influenciar o mercado através da procura por produtos ou serviços de melhor qualidade, atendimento, bem como por preços mais competitivos, e assim buscar negociar, barganhar com as empresas que fornecem aquilo que precisam, tornando alto o poder de negociação. É através desse comportamento de negociar que acaba por acirrar a competição entre concorrentes; e forçando determinada empresa a se adequar as suas necessidades para que não perca o negócio.

6.4 Ameaça de Produtos Substitutos: Nossos clientes intermediários podem optar por outros serviços disponibilizados no mercado, tornando alta a ameaça de produtos substitutos, contudo, realizaremos Estratégias de Sensibilização com os clientes finais e intermediários, denotando a relevância se oferecer um serviço abrangente. Em contrapartida, nossos concorrentes possuem uma parcela menor de opções, se tratando de opções de serviço e em

relação ao nosso portfólio, tornando ínfimo a abrangência da segurança na instituição de ensino.

6.5 Ameaça de Novos Entrantes: Com o aumento da violência, a Ameaça de Novos Concorrentes nesse mercado é alta. Para isso nosso oponente necessitará de conhecimento específico das leis no que tange a segurança escolar, regulações e credenciamentos do pessoal habilitado para executar a atividade e também de recursos tecnológicos. Da mesma forma, o desafio frente as barreiras que iremos formar para reter clientes. Assim sendo, criaremos barreiras de entrada no mercado, como patentes e marcas registradas, contratos de exclusividade, diferenciação de produtos (associada à marca), investimento em novas atribuições a automatização da gestão escolar, investimento em treinamento de pessoal, dificuldades para o cliente intermediário (Instituições de ensino) trocarem de prestador de serviço, estratégias para conquistar os pais e responsáveis dos alunos, benefícios obtidos que reduzem custos, entre outros. Com isso reduziremos o risco de novos entrantes.

7. ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO

7.1 Nossa imagem no mercado

A empresa Temeluch foi criada com a ideia de proteção as crianças e adolescentes, desta forma passarão a imagem de preocupação com todos os envolvidos nas escolas, deixando claro que a missão da empresa é cuidar da melhor forma possível dos alunos e facilitando a mensuração de resultados das escolas, tornando a gestão mais eficiente, compilando as informações, tornando as decisões mais assertivas e enriquecendo as estratégias pedagógicas.

7.2 Estratégia

A ideia para implementar a Temeluch no mercado e torná-la uma referência no ramo de segurança, monitoramento e gestão escolar eficiente, se dará através do posicionamento por preço, tendo em vista que nossa empresa terá um portfólio bem mais completo que dos concorrentes com um preço muito menor cobrado no mercado, tornando o produto ainda mais atrativo para o mercado. Nossa abordagem inicial será através da divulgação em massa para nossos dois tipos de clientes, o intermediário (pais e responsáveis) onde será feito um marketing visual da marca, patrocinando eventos infantis, eventos corporativos para pequenas e médias empresas e os tradicionais *outdoor* e *busdoor* pelos principais bairros de atuação e principalmente através de nossos representantes comerciais através de apresentação do nosso portfólio de serviços, mostrando os benefícios ao adquirir nossos produtos pelo mesmo preço praticado no mercado atualmente.

Para as instituições de ensino vamos traçar uma meta, junto aos representantes de venda para fazer visitas apresentando as possibilidades de negócios, além da participação em feiras do segmento de tecnologia.

Plano de Negócios

Nossa empresa oferecerá um serviço completo de segurança, monitoramento e ainda auxiliar no planejamento e controle escolar através de um suporte tecnológico utilizando softwares e aplicativo, tornando a gestão do colégio muito mais eficiente.

Tendo também como estratégia, não cobrar o valor de adesão, tornando o produto mais atrativo, visto que as outras empresas do ramo cobram esse valor.

8. 4 P's

8.1 Produto

Nosso portfólio inclui os seguintes serviços:

Obrigatório: Software com diversas funcionalidades para auxiliar pais e instituições de ensino, catracas biométricas integradas ao sistema para aviso imediato da entrada e saída dos alunos e funcionários. Suporte técnico 24 horas para qualquer serviço. Softwares aprimorado para todas as necessidades dos tomadores de decisão da escola, com gráficos, percentual de desempenho e absenteísmo, dados financeiros de receitas e despesas.

Opcional: Vigilância 24 horas, câmeras instaladas em pontos estratégicos, sendo disponibilizada algumas para os pais em tempo real, ronda externa durante o período de entrada e saída escolar, sistema de alarmes de tecnologia avançada, cursos de primeiros socorros para alunos e colaboradores da instituição de ensino.

8.2 Preço

Catracas biométricas integradas ao sistema para aviso imediato da entrada e saída do aluno.

- 2 Catracas Biométricas para acesso rápido = R\$ 19.535,00 sendo obrigatória a contratação de no mínimo duas catracas.
- Catraca para Acessibilidade Biométrica = R\$ 16.165,00

Câmeras instaladas em pontos estratégicos

- Sistema de Câmeras de alta definição HD, infravermelho, alta resolução CFTV, com todo cabeamento incluso, gravador e instalação = R\$ 15.365,00.

Vigilância 24 horas, integradas com alarme de primeira linha.

- Interna / Presencial - Necessário 3 seguranças patrimoniais sendo 1 noturno = R\$ 10.350,00 mensais
- Externa / Monitoramento por vídeo – Obrigatório a contratação das câmeras = R\$ 6.000,00 mensais.

Sistema de alarmes de tecnologia avançada.

- Sistema de Central de alarme – Adesão = R\$11.670,00

Cursos, palestra e eventos sobre segurança e primeiros socorros para auxiliar, alunos e colaboradores da instituição de ensino.

- O primeiro curso será gratuito para toda instituição (Alunos e Colaboradores).

Plano de Negócios

- O primeiro evento junto com a palestra será gratuito para todos os públicos.
- Curso extra = R\$ 100,00 por pessoa
- Evento com Palestra extra R\$ 2.000,00

Suporte 24 horas.

- Gratuito para qualquer serviço.

Mensalidade por aluno da instituição de ensino - Inicialmente - R\$ 6,00

8.3 Praça

Estamos domiciliados na Rua Regente Feijó, 90 – Centro Cep 20060-060 – RJ. Onde ficarão todos os nossos recursos tecnológicos e terá uma área reservada para receber nossos clientes, caso seja de seu interesse. Uma parte do local será utilizada para manter um estoque mínimo para possíveis reparos ou manutenções programadas.

8.4 Promoção

As mídias digitais, representantes comerciais, divulgação em eventos, feiras de tecnologia e escolas, congressos, festas, lançamentos de produtos e serviços do setor, artigos e acompanhamento dos contatos com a imprensa, outdoors e front lights em áreas estratégicas da cidade para que todos possam ver nossa marca.

A divulgação de mídias sociais ocorrerá com a contratação de uma empresa de marketing terceirizada para realizar o impulsionamento da página da empresa durante período sazonal de divulgação, divulgação de notas em jornais das cidades abrangentes e outdoors de alta visibilidade.

8.4.1 Parceria

Sindicato patronal (mantenedores) para apoiar e criar confiabilidade na área, produtoras de eventos com intuito de obter conhecimento de todos os eventos que poderemos participar, parceria com as delegacias das cidades e também com as prefeituras, academias de lutas em troca de descontos para os alunos e funcionários das escolas que prestamos serviços.

8.4.2 Divulgação do serviço

Nosso Plano de Marketing consiste em investir principalmente nos primeiros 4 meses em pontos estratégicos de visibilidade, onde posteriormente após o período de crescimento, vamos manter o investimento no período de recesso escolar.

Recursos necessários:

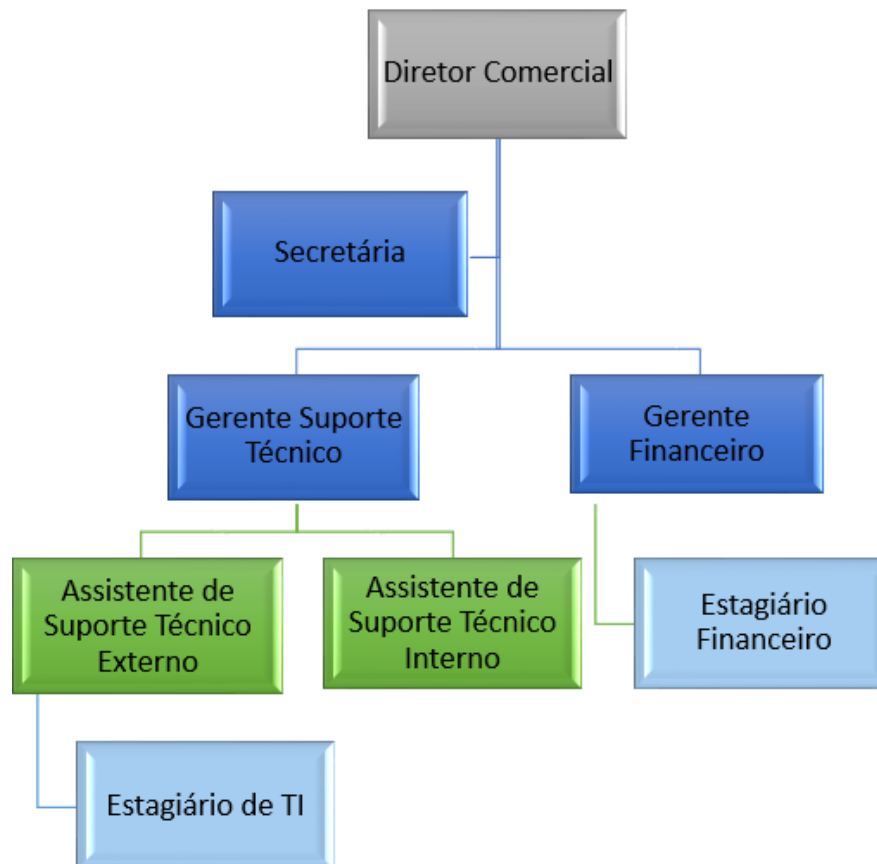
Plano de Negócios

MARKETING, PUBLICIDADE E PROPAGANDA		
OUTDOOR		
RJ	3 MESES	R\$7.170,00
ZONA SUL	4 MESES	R\$7.840,00
NITEROI	4 MESES	R\$7.840,00
SG MARICA ITABORAI	3 MESES	R\$5.310,00
TOTAL		R\$28.160,00
BUSDOOR		
NIT/RJ	4 MESES	R\$9.760,00
SG/MARICÁ/ ITABORAI	4 MESES	R\$9.000,00
TOTAL		R\$18.760,00
TAXIDOOR		
TODOS OS MUNICIPIOS	4 MESES	R\$8.700,00
TOTAL		R\$8.700,00
MÍDIAS SOCIAIS		
DESENVOLVIMENTO DO SITE		R\$3.400,00
DESIGN DE MÍDIA SOCIAL	4 MESES	R\$1.960,00
IMPULSIONAMENTO	4 MESES	R\$25.000,00
PATROCINIO EM EVENTOS	4 MESES/4 EV	R\$6.000,00
TOTAL		R\$36.360,00
TOTAL GERAL		R\$91.980,00

9. Planejamento e Gerência do Negócio

9.1 Organograma da empresa

O Organograma inicial da empresa é composto hierarquicamente pelos seguintes cargos:



A seguir apresentaremos o Plano de Cargos e Salários das funções e as atividades a serem exercidas pelos colaboradores.

9.2 Plano de Cargos e Salários

Diretor Comercial

O diretor comercial ficará responsável em planejar, organizar, dirigir e controlar a empresa. Terá que traçar estratégias e métodos de trabalho alocando de maneira sábia os recursos disponíveis. Nas crises terá que definir onde investir e como equilibrar a saúde financeira e produtiva da empresa. O profissional tem que possuir análise crítica, espírito de liderança, ser sociável, flexível a mudanças, capacidade de decisão, habilidade para medir conflitos, dentre outros. Ter experiência mínima de 5 (cinco) anos na função

Plano de Negócios

O cargo terá um salário de R\$ 3.500,00

Formação desejada: Graduação em Administração, Ciências Contábeis, Pós-Graduação, MBA.

Gerente Financeiro

O gerente financeiro realizará a captação de recursos visando decidir a relação entre capital próprio e de terceiros, mantendo um bom equilíbrio. É responsável pela gestão de tributos, auditoria, controle das aplicações financeiras, controle dos saldos bancários, administração do fluxo de caixa e análise das demonstrações financeiras. Alocará recursos da melhor maneira possível, irá suprir a diretoria com informações gerenciais, subsidiando-a em análises estratégicas e tomadas de decisões, fornecerá demonstrações financeiras precisas permitindo à diretoria usar os relatórios para administrar a empresa de modo eficiente, orientar sobre assuntos contábeis, garantir que as demonstrações financeiras cumpram as leis contábeis brasileiras. Criará controles internos eficientes, eficazes e efetivos para se antecipar aos futuros problemas. Ter experiência mínima de 5 (cinco) anos na função

O cargo terá um salário de R\$2.330,00.

Formação desejada: Graduação em Administração, Economia ou Ciências Contábeis, Pós-graduação nas áreas correlatas.

Gerente de Suporte Técnico

Sua responsabilidade é gerenciar a equipe de suporte da empresa, infraestrutura de redes, *benchmarking*, detectar e solucionar problemas, elaborar documentos gerenciais, supervisionar as equipes, realizar recomendação de políticas de rede e compra de produtos, gerenciar as atividades da área de suporte técnico aos usuários, suporte técnico por telefone, gerir e promover o *Help Desk* que foi fornecido para suporte ao cliente, suporte aos consultores técnicos para resolver as reclamações dos clientes e consultas. É essencial que o profissional possua conhecimento em programas de *benchmarking*, antivírus, análise de tráfego de rede, backup, ter rápida solução de problemas e tomada de decisões, dentre outras atividades pertinentes ao cargo. Experiência mínima exigida no cargo de 2 (dois) anos.

O cargo terá um salário de R\$2.330,00.

Formação desejada: Graduação em Sistemas de Informação, Ciências da Computação ou Engenharia da Computação.

Secretária

A secretária atuará no planejamento, organização e direção de serviços de secretaria. Prestará assistência e assessoramento ao diretor e gerentes. Obterá informações para consecução de objetivos e metas da empresa. Ela irá organizar, documentar, pagar contas, datilografar, classificar documentos, redigir cartas, se comunicar com clientes, fornecedores e auxiliares externos do escritório, atualizará registro e distribuição de expediente e outras tarefas correlatas, fazer orientação da avaliação e seleção da correspondência para fins de encaminhamento a chefia, organizar e fazer a manutenção dos arquivos, e outras funções

Plano de Negócios

pertinentes ao cargo. É essencial que tenha conhecimento de assuntos gerais, saber administrar bem o tempo, ter boa comunicação. Necessária experiência mínima de 3 (três) anos na função.

O cargo terá um salário de R\$1.200,00

Formação desejada: Graduação em Secretariado Executivo

Assistente de Suporte Técnico (Externo)

O profissional irá prestar assistência na administração de rede de computadores e suporte aos usuários nos aspectos de Software, Hardware, reparo e configurações. Realizará a manutenção e conservação dos equipamentos, atendimento com suporte ao usuário final e clientes externos, executar o processo de gerenciamento de incidentes, efetuar instalação de SO (Windows XP, Vista e 7), realizar instalação e configuração de softwares (Pacote Microsoft Office, navegadores, sistemas de ERP), configurar computadores em rede, acompanhar as rotinas de backup e trocas de fitas diárias, dentre outras funções pertinentes ao cargo. Para que o profissional tenha um bom desempenho, além da graduação ou curso técnico é essencial que possua noções básicas de Rede e experiência mínima de 2 (dois) anos na área.

O cargo terá um salário de R\$1.285,78

Formação desejada: Curso Técnico ou Graduação em Ciências da Computação.

Assistente de Suporte Técnico (Interno)

O Assistente de Suporte Técnico Interno deverá estar apto para exercer todas as atividades executadas pelo profissional de Suporte Externo em casos de eventual necessidade, contudo estará concentrada em executar as atividades de demanda sistêmica interna, tais como realizar a montagem/ manutenção de computadores, maquinário elétricos, análise e correção de possíveis interrupções de rede, subsidiar o gerente com informações referente ao serviço, controlar o estoque e registrar todos os movimentos de entrada e saída de mercadoria, reportar a secretária que entre em contato com fornecedores em caso de problemas com equipamentos, dentre outras atividades de controle operacional interno. Experiência mínima exigida no cargo de 2 (dois) anos.

O cargo terá um salário de R\$1.285,78

Formação desejada: Curso Técnico ou Graduação em Ciências da Computação.

Estagiário Financeiro

Este profissional prestará auxílio na área financeira dando suporte em contas a pagar, receber, acompanhar as conciliações bancária, prestar suporte às atividades de tesouraria, área contábil e fiscal, elaborar relatórios gerenciais, participar nas rotinas do planejamento

Plano de Negócios

financeiro, dentre outras funções pertinentes ao cargo. Além da graduação, é necessário que tenha iniciativa, comunicação, foco, ética.

A bolsa- auxílio será de R\$750,00

Formação desejada: Cursando graduação em Administração de Empresas, Ciências Contábeis.

Estagiário de TI

Prestará auxílio na área de TI, dando suporte técnico aos usuários, solucionando problemas em geral da rede corporativa da empresa como circuito de telecomunicações, estações de trabalho, servidores, entre outros. Deverá elaborar relatórios, administrar banco de dados conhecendo toda rotina para obter experiência e conhecimento.

A bolsa-auxílio será de R\$750,00

Formação desejada: Cursando Graduação em Ciências da Computação.

9.3 Plano de Carreira

Nossa empresa tem como objetivo após cinco anos de atuação no mercado bonificar os funcionários que obtiveram um alto padrão de eficiência, demonstrando comprometimento por suas atividades executadas e buscando sempre melhoria nos processos. Desta forma, implantaremos o plano de carreira já preestabelecido, com um aumento percentual para os cargos de gerência e diretoria além de treinamentos para aperfeiçoar as habilidades de *Mentoring* e *Coaching*, tendo em vista que nossa equipe operacional irá se expandir. Os Assistentes serão promovidos para Assistente II e a Secretária terá a atualização do cargo para Secretária Executiva. O salário dos funcionários será atualizado com base na média de mercado para a categoria, as atribuições de responsabilidades seguirão de acordo com o novo cargo.

Nosso nível institucional terá investimento financeiro e cognitivo para gerir melhor os recursos da empresa, pois serão responsáveis em executar o processo de PDCA (Planejar, Executar, Controlar e Agir), administrando da melhor maneira o capital humano, obtendo atualizações voltadas para suas carreiras de formação e voltando de forma positiva para a empresa.

A partir deste momento a empresa realizará as promoções a cada quatro anos para os colaboradores que se mostram com alto desempenho, buscando soluções simples para os processos da empresa e procurando se especializar na área de atuação, compilando a tecnologia da informação em segurança para nossos clientes.

9.4 Equipe Gerencial

Nome: Adriana

Função: Diretora

Qualificação: Mais de 8 anos atuando na área de gestão, sendo os últimos 4 anos como diretora. Possui sólida carreira atuando em posições estratégicas e de liderança em empresa de médio/grande porte. Com experiência na coordenação, planejamento e controle das atividades tendo em vista os objetivos da empresa. Com grande capacidade para definir e concretizar metas e na negociação “*business to business*”. Plena capacidade de planejamento na estrutura de CRM e na mobilização de áreas internas, com reduções nos processos burocráticos resultando em maior rapidez e qualidade no atendimento ao cliente.

Nome: Thiago

Função: Gerente financeiro

Qualificação: Atua na área a mais de 7 anos, com carreira sólida em Gestão Financeira e Controladoria. Experiente na implementação de setor fiscal e sistemas integrados de gestão (SAP e Oracle). Vivência na elaboração de plano orçamentário, estudo de viabilidade financeira, controle de custos e receitas. Atuou com grande êxito na redução de 20% de custos nas compras de matérias.

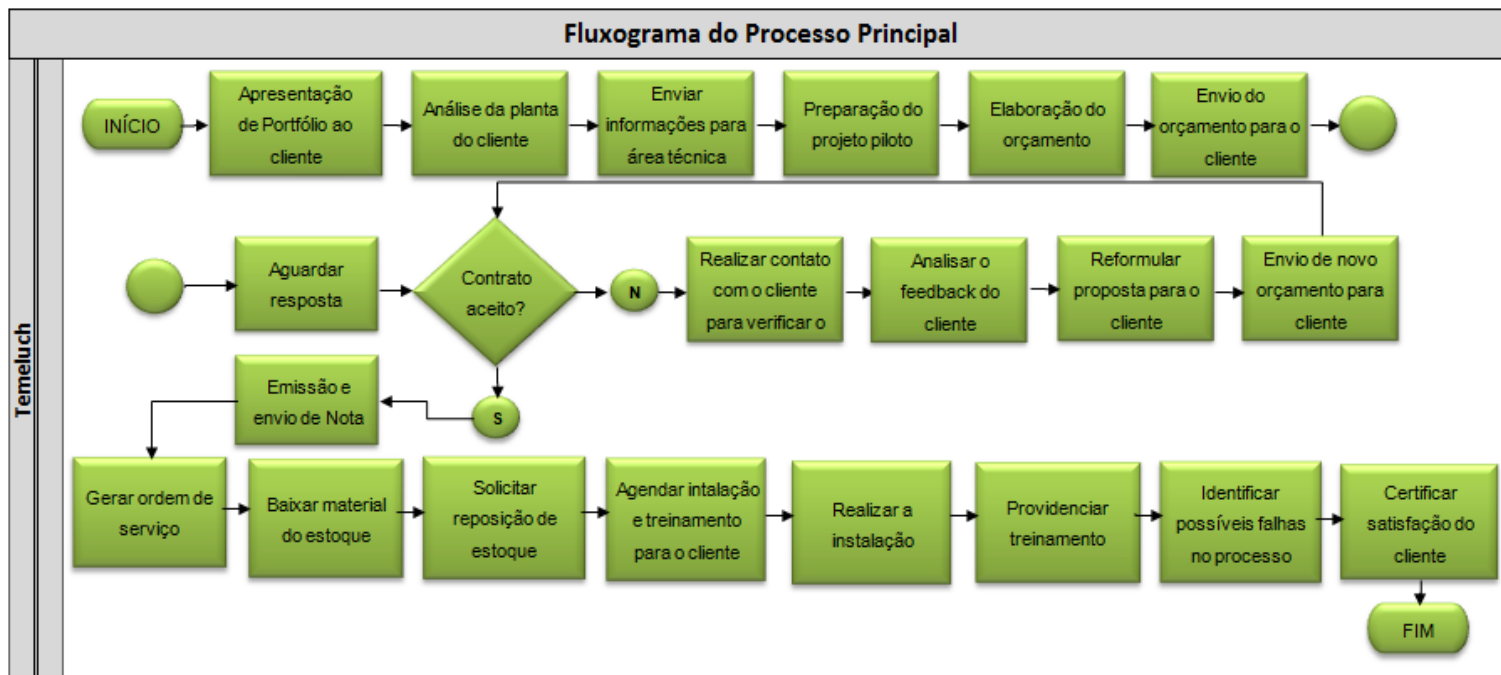
Nome: Clara

Função: Gerente de TI

Qualificação: Possui experiência na área de gerenciamento de projeto de equipe de desenvolvimento de software a mais de 5 anos, sendo os últimos 2 anos em cargo de liderança. Com largo conhecimento em TI, forte atuação na área de qualidade, gestão e implementação de projetos. Experiente na liderança de equipes, com foco em Gestão de Segurança da Informação otimizando processo e informação na infraestrutura de sistema. Otimizou o processo de atendimento a chamados externos da empresa, reduzindo o prazo de retorno e soluções de problemas.

9.5 Fluxograma do Processo Principal

Nosso fluxograma do processo principal segue as seguintes etapas:



9.6 Capacidade Instalada da Produção

A nossa capacidade instalada de produção será estabelecida da seguinte forma: Cada equipe de montagem recebe em média 4 montagens por mês, a montagem de uma estrutura acontece em 5 dias, ou seja será necessário 20 dias para executar as 4 estruturas. Teremos 3 equipes no primeiro ano, sendo assim serão 12 montagens por mês, e 140 montagens no ano, em média. Obtendo assim tempo de sobra para montagem de mais estruturas, comparado ao número de vendas ao ano. Pretendemos obter uma média de 40 clientes no ano e temos capacidade de montar 140, ou seja, equivale a 29% da nossa capacidade, o restante será usado para caso haja erros nas montagens, ou até mesmo para inspeções mensais.

10. Layout do Negócio

O layout do ponto físico da empresa é constituído pelos seguintes cômodos:

- Recepção
- Sala de reunião
- Escritório administrativo
- Sala da diretoria
- Copa
- Sala para estoque e cabeamentos
- Banheiro Feminino
- Banheiro Masculino



11. Indicadores de Desempenho

11.1. Indicador de produtividade

Com esse indicador, conseguimos avaliar a produtividade da empresa em relação ao atendimento ao cliente. Estimamos que a cada 10 solicitações de instalação, 9 sejam realizadas dentro do prazo estipulado. Caso isso não ocorra, estaremos trabalhando abaixo do esperado, onde iremos tomar medidas para alterar o cenário.

11.2. Indicador de qualidade

O indicador de qualidade visa identificar inconformidades no processo produtivo, medindo a quantidade de produtos com defeitos/danificados. Atuaremos com uma margem mínima de qualidade de 95%. Se ficarmos abaixo dessa margem será avaliado a hipótese de troca de fornecedor.

11.3. Indicador de sucesso de vendas

Com este indicador, acompanharemos a efetividade da venda do serviço. Ele mostra a relação das vendas concretizadas e as oportunidades de negociação. No período de um ano, esperamos visitar 2.000 escolas, onde fecharemos contrato com 5% destas, não podendo ficar abaixo do estipulado. Caso isso ocorra, avaliaremos a abordagem ao cliente e pensaremos em estratégias para reduzir a deficiência no procedimento de vendas.

Plano de Negócios

11.4. Indicador de evasão de clientes

Como em toda empresa, corremos risco de perder nossos clientes para o concorrente. Com esse indicador, iremos acompanhar o número de clientes evadidos e assim iniciaremos uma ação estratégica para que possamos captar novamente o cliente. O aceitável é que a cada 100 clientes, apenas 2 desistam do contrato.

11.5. Indicador de satisfação dos clientes

Para diminuir ou tornar nula a evasão de clientes, o indicador de satisfação visa manter um feedback para saber se estão satisfeitos com os serviços prestados. Onde a cada 100 escolas o nível de reclamação não ultrapasse 5%, onde tentaremos sempre melhorar e aprimorar as técnicas utilizadas.

12.Plano Financeiro

12.1 DRE

Buscamos na nossa DRE (Demonstração do Resultado do Exercício), sermos cuidadosos, aplicando lançamento a lançamento em razonetes em todos os anos. Devido ao aumento gradativo de clientes durante os anos, a receita aumenta e os custos não aumentam na mesma proporção devido sermos uma startup; por todo exposto o resultado final obtido na maioria dos anos ultrapassa os 100%, no entanto do terceiro para o quarto ano há uma diferença de crescimento devido a abertura de uma filial, gerando um custo maior.

Demonstração do Resultado

Descrição	X01
VENDA DE MERCADORIAS	\$ 2.298.497,11
(-) Deduções Impostos	\$ (198.820,00)
(-) Deduções Comissões	\$ (34.477,46)
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	\$ 2.065.199,65
(-) Custo de Produção	\$ (636.744,92)
LUCRO BRUTO	\$1.428.454,73
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	\$ (1.151.517,24)
Despesas com salários	\$(567.254,51)
Despesas com administração	\$(90.332,92)
Despesas com aluguel	\$(47.709,80)
Despesas de Vendas e Marketing	\$(269.140,00)
Despesas com Representantes	\$ (177.080,00)
RESULTADO OPERACIONAL	\$ 276.937,50
Receitas Financeiras	\$ -
Taxas/Juros de Financiamentos	\$ -
RESULTADO TRIBUTÁVEL	\$ 276.937,50
(-) Imposto sobre Lucro	\$(176.524,58)
LUCRO LÍQUIDO	\$ 100.412,92

Plano de Negócios

Demonstração do Resultado

Descrição	X02
VENDA DE MERCADORIAS	\$5.486.779,41
(-) Deduções Impostos	\$(474.606,42)
(-) Deduções Comissões	\$ (82.301,69)
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	\$ 4.929.871,30
(-) Custo de Produção	\$(1.384.702,39)
LUCRO BRUTO	\$ 3.545.168,91
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	\$ (988.151,22)
Despesas com salários	\$(530.060,24)
Despesas com administração	\$(46.272,00)
Despesas com aluguel	\$(37.200,00)
Despesas de Vendas e Marketing	\$(183.400,00)
Despesas com Representantes	\$(181.740,00)
Despesas com Depreciação	\$(9.478,98)
RESULTADO OPERACIONAL	\$ 2.557.017,69
Receitas Financeiras	\$ -
Taxas/Juros de Financiamentos	\$ -
RESULTADO TRIBUTÁVEL	\$ 2.557.017,69
(-) Imposto sobre Lucro	\$ (421.384,66)
LUCRO LÍQUIDO	\$ 2.135.633,03

Demonstração do Resultado

Descrição	X03
VENDA DE MERCADORIAS	\$ 9.433.426,35
(-) Deduções Impostos	\$(815.991,38)
(-) Deduções Comissões	\$(141.501,40)
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	\$ 8.475.933,58
(-) Custo de Produção	\$(1.636.466,46)
LUCRO BRUTO	\$ 6.839.467,12
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	\$ (1.467.293,89)
Despesas com salários	\$(609.179,91)
Despesas com administração	\$(46.805,00)
Despesas com aluguel	\$(37.200,00)
Despesas de Vendas e Marketing	\$(575.900,00)
Despesas com Representantes	\$(188.730,00)
Despesas com Depreciação	\$(9.478,98)
RESULTADO OPERACIONAL	\$5.372.173,24
Receitas Financeiras	\$ -
Taxas/Juros de Financiamentos	\$ -
RESULTADO TRIBUTÁVEL	\$5.372.173,24
(-) Imposto sobre Lucro	\$724.487,14
LUCRO LÍQUIDO	\$ 6.096.660,38

Plano de Negócios

Demonstração do Resultado

Descrição	X04
VENDA DE MERCADORIAS	\$13.507.172,93
(-) Deduções Impostos	\$ (1.168.370,46)
(-) Deduções Comissões	\$ (202.607,59)
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	\$12.136.194,88
(-) Custo de Produção	\$ (1.762.348,49)
LUCRO BRUTO	\$10.373.846,39
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	\$ (1.976.845,89)
Despesas com salários	\$ (863.447,91)
Despesas com administração	\$ (146.539,00)
Despesas com aluguel	\$ (59.700,00)
Despesas de Vendas e Marketing	\$ (639.050,00)
Despesas com Representantes	\$ (258.630,00)
Despesas com Depreciação	\$ (9.478,98)
RESULTADO OPERACIONAL	\$ 8.397.000,49
Receitas Financeiras	\$ -
Taxas/Juros de Financiamentos	\$ -
RESULTADO TRIBUTÁVEL	\$ 8.397.000,49
(-) Imposto sobre Lucro	\$ (1.037.350,88)
LUCRO LÍQUIDO	\$ 7.359.649,61

Demonstração do Resultado

Descrição	jun-2007
VENDA DE MERCADORIAS	\$19.100.210,77
(-) Deduções Impostos	\$ (1.652.168,23)
(-) Deduções Comissões	\$ (286.503,16)
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	\$17.161.539,38
(-) Custo de Produção	\$ (1.888.230,53)
LUCRO BRUTO	\$15.273.308,85
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	\$ (2.077.601,65)
Despesas com salários	\$ (939.698,67)
Despesas com administração	\$ (147.734,00)
Despesas com aluguel	\$ (59.700,00)
Despesas de Vendas e Marketing	\$ (655.370,00)
Despesas com Representantes	\$ (265.620,00)
Despesas com Depreciação	\$ (9.478,98)
RESULTADO OPERACIONAL	\$13.195.707,20
Receitas Financeiras	\$ -
Taxas/Juros de Financiamentos	\$ -
RESULTADO TRIBUTÁVEL	\$13.195.707,20
(-) Imposto sobre Lucro	\$ (421.384,66)
LUCRO LÍQUIDO	\$12.774.322,55

12.2 Balanço Patrimonial

Nosso Balanço Patrimonial apresenta um índice de liquidez bastante aceitável, pontuando em mais de dois pontos, como mostra os índices no gráfico (índice de viabilidade), aonde o aceitável passa a ser igual ou maior que 1. No índice estrutural a empresa também se sai muito bem, aonde o capital de terceiros, por exemplo, finaliza o ano x05 com apenas 37% do passivo total, dando uma predominância maior ao patrimônio líquido, que tem esse desempenho graças a reserva de lucro, que busca reservar 50% de todo lucro acumulado, sendo utilizado proporcionalmente ao decorrer dos anos, com os sócios ou bens para a empresa.

A depreciação de nossos bens foi dividida ao decorrer dos cinco anos, devendo no próximo ano fazer uma análise técnica desses bens para regulamentar o valor real dos bens. Nosso ativo intangível é composto de nossos bancos de dados e nosso software desenvolvido no início de vida da empresa.

As aplicações financeiras compostas no balanço derivam da utilização da reserva de lucro, para que ao invés do dinheiro ficar parado, ele possa nos render juros acumulados. O lucro a pagar é de 50% do lucro acumulado do exercício, tendo que ser pago no ano seguinte.

Balanço Patrimonial

		X01	
Conta			
1	ATIVO		
1.1	Ativo Circulante		
1.1.1	CAIXA	\$	448.265,84
1.1.2	Aplicações financeiras	\$	-
1.1.3	Devedores Duvidosos	\$	-
1.1.4	ESTOQUES	\$	38.560,00
	Total Ativo Circulante	\$	486.825,84
1.2	Ativo Realizável a Longo Prazo		
1.2.1	Adto aos sócios		
1.2.2	Outros		
	Total Ativo Realizável a Longo Prazo	\$	-
1.3	Ativo Permanente		
1.3.1	Investimentos		
1.3.2.1	AT intangível	\$	110.000,00
1.3.2.1.1	MOVEIS	\$	20.394,90
1.3.2.1.2	VEICULOS	\$	27.000,00
1.3.2.2	(-) Depreciação Acumulada		
1.3.3	Diferido		
	Total Ativo Permanente	\$	110.000,00
	ATIVO TOTAL	\$	596.825,84

Plano de Negócios

2		PASSIVO		
2.1		Passivo Circulante		
2.1.1		SALARIOS A PAGAR	\$	-
2.1.2		IMPOSTO A PAGAR	\$	-
2.1.3		FORNECEDORES	\$	-
2.1.4		ALUGUEIS A PAGAR	\$	-
2.1.5		Empréstimos e Financiamentos	\$	240.000,00
2.1.6		LUCROS A PAGAR	\$	28.412,92
		Total Passivo Circulante	\$	268.412,92
2.2		Passivo Exigível a Longo Prazo		
2.2.1		Empréstimos e Financiamentos	\$	-
2.2.2		Outros	\$	-
		Total Passivo Exigível a Longo Prazo	\$	-
2.3		Patrimônio Líquido		
2.3.1		CAPITAL SOCIAL	\$	300.000,00
2.3.2		Lucros/Prejuízos Acumulados	\$	-
2.3.3		Reservas de Lucro	\$	28.412,92
		Total Patrimônio Líquido	\$	328.412,92
PASSIVO TOTAL			\$	596.825,84

Balço Patrimonial

				X02
Conta				
1	ATIVO			
1.1		Ativo Circulante		
1.1.1		CAIXA	\$	295.485,93
1.1.2		Aplicações financeiras	\$	2.200.000,00
1.1.3		Devedores Duvidosos	\$	-
1.1.4		ESTOQUES	\$	38.560,00
		Total Ativo Circulante	\$	2.534.045,93
1.2		Ativo Realizável a Longo Prazo		
1.2.1		Adto aos sócios		
1.2.2		Outros		
		Total Ativo Realizável a Longo Prazo	\$	-
1.3		Ativo Permanente		
1.3.1		Investimentos		
1.3.2.1		AT intangível	\$	110.000,00
1.3.2.1.1		MOVEIS	\$	20.394,90
1.3.2.1.2		VEICULOS	\$	27.000,00
1.3.2.2		(-) Depreciação Acumulada	\$	(9.478,98)
1.3.3		Diferido		
		Total Ativo Permanente	\$	110.000,00
ATIVO TOTAL			\$	2.644.045,93

Plano de Negócios

2 PASSIVO			
2.1	Passivo Circulante		
2.1.1	SALARIOS A PAGAR	\$	-
2.1.2	IMPOSTO A PAGAR	\$	-
2.1.3	FORNECEDORES	\$	-
2.1.4	ALUGUEIS A PAGAR	\$	-
2.1.5	Empréstimos e Financiamentos	\$	180.000,00
2.1.6	LUCROS A PAGAR	\$	1.067.816,50
	Total Passivo Circulante	\$	1.247.816,50
2.2	Passivo Exigível a Longo Prazo		
2.2.1	Empréstimos e Financiamentos	\$	-
2.2.2	Outros	\$	-
	Total Passivo Exigível a Longo Prazo	\$	-
2.3	Patrimônio Líquido		
2.3.1	CAPITAL SOCIAL	\$	300.000,00
2.3.2	Lucros/Prejuízos Acumulados	\$	-
2.3.3	Reservas de Lucro	\$	1.096.229,42
	Total Patrimônio Líquido	\$	1.396.229,42
PASSIVO TOTAL		\$	2.644.045,92

Balanco Patrimonial

			X03
Conta	1 ATIVO		
1.1	Ativo Circulante		
1.1.1	CAIXA	\$	293.780,84
1.1.2	Aplicações financeiras	\$	600.000,00
1.1.3	Devedores Duvidosos	\$	-
1.1.4	ESTOQUES	\$	38.560,00
	Total Ativo Circulante	\$	932.340,84
1.2	Ativo Realizável a Longo Prazo		
1.2.1	Adto aos sócios		
1.2.2	Outros		
	Total Ativo Realizável a Longo Prazo	\$	-
1.3	Ativo Permanente		
1.3.1	Investimentos (Imóveis)	\$	1.600.000,00
1.3.2.1	AT intangível	\$	110.000,00
1.3.2.1.1	MOVEIS	\$	20.394,90
1.3.2.1.2	VEICULOS	\$	27.000,00
1.3.2.2	(-) Depreciação Acumulada	\$	(28.436,94)
1.3.3	Diferido		
	Total Ativo Permanente	\$	1.710.000,00
ATIVO TOTAL		\$	2.642.340,84

Plano de Negócios

2	PASSIVO			
2.1		Passivo Circulante		
2.1.1		SALARIOS A PAGAR	\$	-
2.1.2		IMPOSTO A PAGAR	\$	-
2.1.3		FORNECEDORES	\$	-
2.1.4		ALUGUEIS A PAGAR	\$	-
2.1.5		Empréstimos e Financiamentos	\$	120.000,00
2.1.6		LUCROS A PAGAR	\$	1.138.268,42
		Total Passivo Circulante	\$	1.258.268,42
2.2		Passivo Exigível a Longo Prazo		
2.2.1		Empréstimos e Financiamentos	\$	-
2.2.2		Outros	\$	-
		Total Passivo Exigível a Longo Prazo	\$	-
2.3		Patrimônio Líquido		
2.3.1		CAPITAL SOCIAL	\$	300.000,00
2.3.2		Lucros/Prejuízos Acumulados	\$	-
2.3.3		Reservas de Lucro	\$	1.084.072,42
		Total Patrimônio Líquido	\$	1.384.072,42
PASSIVO TOTAL			\$	2.642.340,84

Balço Patrimonial

				X04
Conta				
1	ATIVO			
1.1		Ativo Circulante		
1.1.1		CAIXA	\$	7.533.430,44
1.1.2		Aplicações financeiras	\$	600.000,00
1.1.3		Devedores Duvidosos	\$	-
1.1.4		ESTOQUES	\$	38.560,00
		Total Ativo Circulante	\$	8.171.990,44
1.2		Ativo Realizável a Longo Prazo		
1.2.1		Adto aos sócios		
1.2.2		Outros		
		Total Ativo Realizável a Longo Prazo	\$	-
1.3		Ativo Permanente		
1.3.1		Investimentos (Imóvel)	\$	1.600.000,00
1.3.2.1		AT intangível	\$	110.000,00
1.3.2.1.1		MOVEIS	\$	20.394,90
1.3.2.1.2		VEICULOS	\$	27.000,00
1.3.2.2		(-) Depreciação Acumulada	\$	(37.915,92)
1.3.3		Diferido		
		Total Ativo Permanente	\$	1.710.000,00
ATIVO TOTAL			\$	9.881.990,44

Plano de Negócios

2 PASSIVO			
2.1	Passivo Circulante		
2.1.1	SALARIOS A PAGAR	\$	-
2.1.2	IMPOSTO A PAGAR	\$	-
2.1.3	FORNECEDORES	\$	-
2.1.4	ALUGUEIS A PAGAR	\$	-
2.1.5	Empréstimos e Financiamentos	\$	-
2.1.6	LUCROS A PAGAR	\$	4.818.093,22
	Total Passivo Circulante	\$	4.818.093,22
2.2	Passivo Exigível a Longo Prazo		
2.2.1	Empréstimos e Financiamentos	\$	-
2.2.2	Outros	\$	-
	Total Passivo Exigível a Longo Prazo	\$	-
2.3	Patrimônio Líquido		
2.3.1	CAPITAL SOCIAL	\$	300.000,00
2.3.2	Lucros/Prejuízos Acumulados	\$	-
2.3.3	Reservas de Lucro	\$	4.763.897,22
	Total Patrimônio Líquido	\$	5.063.897,22
PASSIVO TOTAL		\$	9.881.990,44

Balanço Patrimonial

			X05
Conta	1 ATIVO		
1.1	Ativo Circulante		
1.1.1	CAIXA	\$	7.371.720,43
1.1.2	Aplicações financeiras	\$	8.200.000,00
1.1.3	Devedores Duvidosos	\$	-
1.1.4	ESTOQUES	\$	38.560,00
	Total Ativo Circulante	\$	15.610.280,43
1.2	Ativo Realizável a Longo Prazo		
1.2.1	Adto aos sócios		
1.2.2	Outros		
	Total Ativo Realizável a Longo Prazo	\$	-
1.3	Ativo Permanente		
1.3.1	Investimentos		
1.3.2.1	AT intangível	\$	110.000,00
1.3.2.1.1	MOVEIS	\$	20.394,90
1.3.2.1.2	VEICULOS	\$	27.000,00
1.3.2.2	(-) Depreciação Acumulada	\$	(47.394,90)
1.3.3	Diferido		
	Total Ativo Permanente	\$	110.000,00
ATIVO TOTAL		\$	15.720.280,43

2	PASSIVO			
2.1		Passivo Circulante		
2.1.1		SALARIOS A PAGAR	\$	-
2.1.2		IMPOSTO A PAGAR	\$	-
2.1.3		FORNECEDORES	\$	-
2.1.4		ALUGUEIS A PAGAR	\$	-
2.1.5		Empréstimos e Financiamentos	\$	-
2.1.6		LUCROS A PAGAR	\$	5.876.050,13
		Total Passivo Circulante	\$	5.876.050,13
2.2		Passivo Exigível a Longo Prazo		
2.2.1		Empréstimos e Financiamentos	\$	-
2.2.2		Outros	\$	-
		Total Passivo Exigível a Longo Prazo	\$	-
2.3		Patrimônio Líquido		
2.3.1		CAPITAL SOCIAL	\$	300.000,00
2.3.2		Lucros/Prejuízos Acumulados	\$	-
2.3.3		Reservas de Lucro	\$	9.544.230,30
		Total Patrimônio Líquido	\$	9.844.230,30
		PASSIVO TOTAL	\$	15.720.280,43

12.3 Fluxo de Caixa

A Temeluch é uma empresa do qual o produto final é o software, que com baixos custos operacionais é possível ter crescimento no faturamento.

Ao projetar nosso Fluxo de caixa para os próximos 5 anos, chegamos a um excelente resultado cumulativo de R\$ 6.612.215,71 (Seis milhões, Seiscentos e doze mil, Duzentos e quinze Reias e Setenta e um centavos), a expressividade deste valor deveras da distribuição dos custos e despesas (custeio por absorção) da empresa em cima dos equipamentos vendidos aos colégios, aonde optamos por aplicar apenas 5% (cinco por cento) do lucro desejado, tornando as mensalidades cobradas por aluno praticamente com um lucro desejado de 90% (noventa por cento).

Quanto as mensalidades usamos uma base média de 400 alunos por cliente, levando em consideração um valor expressivo, que com o acumulo de clientes a receita vai se tornando maior. Para considerarmos a inadimplência utilizamos um percentual de 25% (vinte e cinco por cento).

Mesmo com a margem de erro de 20% para mais e para menos, construindo os cenários pessimistas e otimistas, os valores são bem expressivos.

PLANILHA DE FLUXO DE CAIXA					
	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO
	X01	X02	X03	X04	X05
ENTRADAS					
Previsão de recebimento vendas	1.578.497	3.182.779	4.561.426	6.283.173	7.964.211
Previsão recebimento Mensalidade	720.000	2.304.000	4.872.000	7.224.000	11.136.000
Outros recebimentos	-	-	-	-	-
TOTAL DAS ENTRADAS	2.298.497	5.486.779	9.433.426	13.507.173	19.100.211

Plano de Negócios

SAÍDAS					
Fornecedores	636.745	1.384.702	1.636.466	1.762.348	1.888.231
Folha de pagamento	426.024	530.060	609.180	863.448	939.699
Representante Comercial	139.800	181.740	188.730	258.630	265.620
Comissões	34.477	82.302	141.501	202.608	286.503
Retiradas sócios	-	28.413	1.067.817	1.138.268	4.818.093
Impostos s/ vendas	375.345	895.991	1.540.479	2.205.721	3.119.064
Aluguéis	37.200	37.200	37.200	59.700	59.700
Energia elétrica	13.320	13.320	13.320	23.310	23.310
Telefone	3.850	4.200	4.200	7.350	7.350
Serviços Advocatícios	10.494	11.448	11.448	11.448	11.448
Combustíveis	7.150	7.800	7.800	13.650	13.650
Água	4.950	5.400	5.400	9.450	9.450
Despesas diversas	4.349	4.104	4.637	9.331	10.526
Inadimplência	574.624	1.371.695	2.358.357	3.376.793	4.775.053
Marketing e Publicidade	177.160	183.400	575.900	639.050	655.370
Empréstimos bancários	72.000	72.000	72.000	72.000	72.000
Outros pagamentos	-	-	-	-	-
TOTAL DAS SAÍDAS	2.517.489	4.813.775	8.274.434	10.653.106	16.955.067
1 (ENTRADAS - SAÍDAS)	- 218.992	673.004	1.158.992	2.854.067	2.145.144
2 SALDO ANTERIOR		- 218.992	454.013	1.613.005	4.467.072
3 SALDO ACUMULADO (1 + 2)	- 218.992	454.013	1.613.005	4.467.072	6.612.216
4 NECESSIDADE EMPRÉSTIMOS					
5 SALDO FINAL (3 + 4)	- 218.992	454.013	1.613.005	4.467.072	6.612.216
OTIMISTA	- 175.193	544.815	1.935.606	5.360.486	7.934.659
PESSIMISTA	- 262.790	363.210	1.290.404	3.573.657	5.289.773

12.4 Índice de Viabilidade

Nesse modelo de negócio escalável o investimento inicial foi de R\$ 600.000,00 (Seiscentos mil reais). A taxa mínima de atratividade foi obtida pela seguinte formula $(6,5\% * 50\%) + (20\% * 50\%)$ do qual os percentuais da Selic e do empréstimo anual obtivemos os 13,3%, destacando que 50% do investimento inicial é referente a empréstimo. Com esses dados obtivemos um PayBack Simples no cenário provável de 1 (um) ano, 3 (três) meses e 21(vinte e um) dias a empresa tem uma recuperação do investimento rápida, mesmo no PayBack descontado o tempo é de 1(um) ano, 5(cinco) meses e 20(vinte) dias.

Plano de Negócios

A TIR (Taxa interna de retorno) baseado no nosso fluxo de caixa é de 106,9%, ou seja oito vezes acima da TMA caracterizando um investimento com retorno bem acima do desejado, bem como a VPL que é de 6.942.842 representando um projeto aceitável de valores robustos já que para ser aceitável deve ser maior ou igual a 1.

Índice de Viabilidade Provável

FLUXO DE CAIXA DESCONTADO TIR PAYBACK									
Taxa de Desconto		13,3 %		I°	ANO-X1	ANO-X2	ANO-X3	ANO-X4	ANO-X5
Fluxo de Caixa				(600.000)	(218.992)	454.013	1.613.005	4.467.072	6.612.216
ANO (t)				-	1	2	3	4	5
<u>FC</u>		-		<u>-600.000</u>	<u>-218.992</u>	<u>454.013</u>	<u>1.613.005</u>	<u>4.467.072</u>	<u>6.612.216</u>
$(1+i)^t$				$(1 +)^0$	$(1 +)^1$	$(1 +)^2$	$(1 +)^3$	$(1 +)^4$	$(1 +)^5$
<u>FC</u>		-		<u>-600.000</u>	<u>-218.992</u>	<u>454.013</u>	<u>1.613.005</u>	<u>4.467.072</u>	<u>6.612.216</u>
$(1+i)^t$				1,00	1,17	1,28	1,45	1,64	1,86
VPL (c/ investimento)		6.942.842		-600.000	-186.690	353.990	1.110.506	2.715.627	3.549.408
VPL (s/ investimento)		7.542.842							
TIR (ano)		106,9%							
Payback Nominal		1 anos		(600.000)	(818.992)	(364.979)	1.248.026	5.715.097	12.327.313
		3 meses					1,23		
		21 dias							
Payback Descontado		1 anos		(600.000)	(786.690)	(432.699)	677.807	3.393.434	6.942.842
		5 meses					1,39		
		20 dias							

Plano de Negócios

Índice de Viabilidade Otimista

FLUXO DE CAIXA DESCONTADO | TIR | PAYBACK

Taxa de Desconto		13,3 %		I°	ANO-X1	ANO-X2	ANO-X3	ANO-X4	ANO-X5
Fluxo de Caixa				(600.000)	(175.193)	544.815	1.935.606	5.360.486	7.934.659
ANO (t)				-	1	2	3	4	5
<u>FC</u>	-	-		<u>-600.000</u>	<u>-175.193</u>	<u>544.815</u>	<u>1.935.606</u>	<u>5.360.486</u>	<u>7.934.659</u>
(1+i) ^t				(1 +) ⁰	(1 +) ¹	(1 +) ²	(1 +) ³	(1 +) ⁴	(1 +) ⁵
<u>FC</u>	-	-		<u>-600.000</u>	<u>-175.193</u>	<u>544.815</u>	<u>1.935.606</u>	<u>5.360.486</u>	<u>7.934.659</u>
(1+i) ^t				1,00	1,17	1,28	1,45	1,64	1,86
VPL (c/ investimento)	8.526.086			-600.000	-149.352	424.789	1.332.607	3.258.752	4.259.290
VPL (s/ investimento)	9.126.086								
TIR (ano)		119,8%							
Payback Nominal	1	anos		(600.000)	(775.193)	(230.378)	1.705.228	7.065.714	15.000.372
	1	meses					1,12		
	13	dias							
Payback Descontado	1	anos		(600.000)	(749.352)	(324.563)	1.008.044	4.266.796	8.526.086
	3	meses					1,24		
	28	dias							

Índice de Viabilidade Pessimista

FLUXO DE CAIXA DESCONTADO | TIR | PAYBACK

Taxa de Desconto		13,3 %		I°	ANO-X1	ANO-X2	ANO-X3	ANO-X4	ANO-X5
Fluxo de Caixa				(600.000)	(262.790)	363.210	1.290.404	3.573.657	5.289.773
ANO (t)				-	1	2	3	4	5
<u>FC</u>	-	-		<u>-600.000</u>	<u>-262.790</u>	<u>363.210</u>	<u>1.290.404</u>	<u>3.573.657</u>	<u>5.289.773</u>
(1+i) ^t				(1 +) ⁰	(1 +) ¹	(1 +) ²	(1 +) ³	(1 +) ⁴	(1 +) ⁵
<u>FC</u>	-	-		<u>-600.000</u>	<u>-262.790</u>	<u>363.210</u>	<u>1.290.404</u>	<u>3.573.657</u>	<u>5.289.773</u>

Plano de Negócios

		(1+i) ^t	1,00	1,17	1,28	1,45	1,64	1,86
VPL (c/ investimento)		5.359.598	-600.000	-224.028	283.192	888.405	2.172.501	2.839.527
VPL (s/ investimento)		5.959.598						
TIR (ano)		92,7%						
Payback Nominal								
	1 anos		(600.000)	(862.790)	(499.580)	790.824	4.364.481	9.654.254
	5 meses					1,39		
	19 dias							
Payback Descontado								
	1 anos		(600.000)	(824.028)	(540.835)	347.570	2.520.071	5.359.598
	7 meses					1,61		
	9 dias							

Pontos de Equilíbrios

Usaremos as ferramentas do ponto de equilíbrio, para mensurarmos aonde começa e aonde termina nosso lucro e aonde começa e termina nossas despesas, para isso constituímos uma margem de contribuição de cada item e uma média geral, que irá calcular os pontos de equilíbrio contábil, financeiro e econômico, para uma melhor tomada de decisão gerencial futura.

Margem de contribuição = MC						
	CS	CD	VV	SC	SI	MENS.
Preço	R\$ 17.081,01	R\$ 12.284,63	R\$ 15.298,21	R\$ 12.880,97	R\$ 9.440,24	R\$ 8,00
Cv Unit	R\$ 13.796,86	R\$ 9.922,67	R\$ 12.356,84	R\$ 10.404,36	R\$ 7.625,17	R\$ -
MC unit	R\$ 3.284,15	R\$ 2.361,95	R\$ 2.941,37	R\$ 2.476,61	R\$ 1.815,07	R\$ 8,00

Receita total	R\$ 19.100.210,77
Custo de Venda Total	R\$ 2.892.843,12
MC total	R\$ 16.207.367,65

Ponto de Equilíbrio Contábil = PEC	
Custos e despesas fixas	R\$ 1.330.226,67
Margem de Contribuição	R\$ 16.207.367,65
PEC	8%

Plano de Negócios

Ponto de Equilíbrio Econômico = PEE	
Custos e despesas fixas	R\$ 1.330.226,67
Lucro Desejado	R\$ 9.550.105,39
Total	R\$ 10.880.332,05
Margem de Contribuição	R\$ 16.207.367,65
PEE	67%

Ponto de Equilíbrio Financeiro = PEF	
Custos e despesas fixas	R\$ 1.330.226,67
Margem de Contribuição	0,39
PEC	R\$ 3.416.970,64

12.5 Índices Financeiros

Como exposto em alguns tópicos anteriores, nossos índices financeiros serão usados pelos nossos consultores, para análise de nossos balanços e demonstrativos, nosso desejo é mantermos esses percentuais, podendo oscilar entre 20% para mais ou menos.

Índice	Fórmula	Resultado
ÍNDICES DE LIQUIDEZ		
Índice de liquidez geral	$ILG = (AC + RLP) / (PC + ELP)$	2,66
Índice de liquidez corrente	$ILC = AC / PC$	2,66
Índice de liquidez seca	$ILS = (AC - EST) / PC$	2,65
Índice de liquidez imediata	$ILI = DISP/PC$	2,65

ÍNDICES DE ESTRUTURA		
Passivo Circulante / Patrimônio Líquido	PC / PL	59,69%
Capital de Terceiros / Passivo Total	$(PC+ELP) / (PC+ELP+PL)$	37%
Imobilização do patrimônio líquido	AP / PL	1,12%

ÍNDICES DE RENTABILIDADE		
Retorno sobre o investimento	$ROI = LL / AT$	81,26%
Retorno sobre o patrimônio líquido	$ROE = LL / PL$	129,76%
Margem de lucro operacional (lucratividade)	$ML = LO / RB$	86,40%
Margem de lucro líquido (lucratividade)	$ML = LL / RB$	83,64%
Giro do ativo	$GIRO = RB / AT$	97%

13. Referências

Indicadores de desempenho (Português) Capa Comum – 15 nov 2017
por Andresa (Autor), Paulino G. Francischini (Autor) ALTA BOOKS EDITORA

100 Indicadores da Gestão: key Performance Indicators Capa Comum – 30 dez 1999
por Jorge Caldeira EDITORA ACTUAL

Gestão do Desempenho Integrando Avaliação e Competências com o Balanced Scorecard
(Português) Capa Comum – 1 jan 2008
por Rogerio Leme (Autor), Marcia Vespa (Autor) EDITORA Qualitymark