



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS HUMANAS-CCSAH  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

GLEICE OLIVEIRA MAIA

**PLANO DE NEGÓCIO: ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA A INSTALAÇÃO DE  
UMA LOJA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO DE PEQUENO PORTE NO VALE  
DO JAGUARIBE**

MOSSORÓ

2020

GLEICE OLIVEIRA MAIA

**PLANO DE NEGÓCIO: ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA A INSTALAÇÃO DE  
UMA LOJA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO DE PEQUENO PORTE NO VALE  
DO JAGUARIBE**

Monografia apresentada a Universidade Federal Rural do Semi-Árido como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Fábio Chaves Nobre, Prof. Dr.

MOSSORÓ

2020

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

M217p MAIA, GLEICE OLIVEIRA.  
PLANO DE NEGÓCIO: ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA A  
INSTALAÇÃO DE UMA LOJA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO  
DE PEQUENO PORTE NO VALE DO JAGUARIBE / GLEICE  
OLIVEIRA MAIA. - 2020.  
87 f. : il.

Orientador: FÁBIO CHAVES NOBRE.  
Monografia (graduação) - Universidade Federal  
Rural do Semi-árido, Curso de Administração,  
2020.

1. EMPREENDEDORISMO. 2. PLANO DE NEGÓCIO. 3.  
MICROEMPRESA. 4. INDICADORES FINANCEIROS. I.  
NOBRE, FÁBIO CHAVES , orient. II. Título.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO  
DEPARTAMENTO DE AGROTECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**ATA DE DEFESA DE MONOGRAFIA – TCC II**

Aos onze dias do mês de dezembro de 2020, às quatorze horas, na sala virtual da Universidade Federal Rural do Semi-árido, o professor Dr. Fábio Chaves Nobre (orientador) instalou a Banca Examinadora responsável pela avaliação da defesa de Monografia intitulada: PLANO DE NEGÓCIO: ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA A INSTALAÇÃO DE UMA LOJA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO DE PEQUENO PORTE NO VALE DO JAGUARIBE, trabalho final apresentado pelo discente GLEICE OLIVEIRA MAIA ao Curso de Administração, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Administração. A banca examinadora, composta por três membros, foi presidida pelo Prof. Dr. Fábio Chaves Nobre (professor da UFERSA) na qualidade de orientador e contou com a participação da professora Ma. Teresa Júlia de Araújo Melo (professora da UFERSA) e Ma. Emanuella Rodrigues Veras da Costa Paiva (professora da UFERSA). Após a apresentação do trabalho pela discente, sucederam-se as arguições pelos professores examinadores. Concluída a defesa, procedeu-se o julgamento pelos membros da banca examinadora, verificou-se que a discente foi ( x ) Aprovada / ( ) Reprovada. Nada mais havendo, eu, Fábio Chaves Nobre, lavrei a presente Ata assinada por mim e pelos demais membros da banca examinadora.

Mossoró/RN, 11 de dezembro de 2020.

**FABIO CHAVES**  
NOBRE:528007  
68304

Assinado de forma  
digital por FABIO  
CHAVES  
NOBRE:52800768304  
Dados: 2020.12.11  
15:29:21 -03'00'

Prof. Dr. Fábio Chaves Nobre  
Orientador – Professor/UFERSA

Profa. Ma. Teresa Júlia de Araújo  
Melo  
Professora/UFERSA

Profa. Ma. Emanuella Rodrigues  
Veras da Costa Paiva  
Professor/UFERSA

GLEICE OLIVEIRA MAIA

PLANO DE NEGÓCIO: ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA A INSTALAÇÃO DE UMA  
LOJA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO DE PEQUENO PORTE NO VALE DO  
JAGUARIBE

Monografia apresentada à Universidade Federal  
Rural do Semi-Árido– UFERSA, Departamento  
de Agrotecnologia e Ciências Sociais para a  
obtenção do título de Bacharel em  
Administração.

APROVADA EM: 11/12/2020

BANCA EXAMINADORA

FABIO CHAVES

NOBRE:528007683

04

Assinado de forma digital por  
FABIO CHAVES  
NOBRE:52800768304  
Dados: 2020.12.11 15:29:40  
-03'00'

Prof. Dr. Fábio Chaves Nobre – UFERSA  
Presidente



Profa. Ma. Teresa Júlia de Araújo Melo – UFERSA  
Primeiro Membro



Profa. Ma. Emanuella Rodrigues Veras da Costa Paiva - UFERSA  
Segundo Membro

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradeço a Deus por me guiar na escolha do curso de graduação, por me dar forças para chegar até aqui e poder concluir esse curso que tanto me orgulho. Em segundo lugar, gostaria de agradecer a Universidade Federal Rural do Semi Árido (UFERSA) por todas as oportunidades e amparo que obtive, todo trabalho da equipe da PROAE que sempre buscou sanar meus problemas.

Agradeço em especial a Prof.<sup>a</sup> Dra. Elisabete Stradiotto, por ser tão paciente, tão acessível, por acreditar no meu potencial e ainda no primeiro período permitir que eu fizesse parte do Programa de Educação Tutorial - PET Gestão Social. Projeto que participei durante três anos e que me proporcionou experiências e vivências imensuráveis. Aprendi muito com o projeto, aprendi a lidar com o trabalho em equipe, aprendi a ser mais organizada, a importância do compromisso, a alcançar e me comunicar com diversos públicos, e o principal, aprendi sobre humildade e sobre o respeito às diversas formas de saberes.

Agradeço ao meu orientador Prof. Dr. Fábio Chaves Nobre, por ter aceitado essa empreitada mesmo com os prazos tão apertados, por ser paciente e por me ajudar sempre que solicitado. Agradeço ao Prof. Anízio Araújo que aceitou dar continuidade a disciplina de tópicos avançados em finanças para uma turma de uma aluna só. Seus ensinamentos foram de grande serventia tanto para minha carreira quanto para o presente trabalho.

Por fim, agradeço aos amigos José Jerônimo e Giuliana Figueiredo, que estiveram sempre me apoiando nos altos e baixos da graduação, vocês foram verdadeiros presentes que a UFERSA me deu, agradeço principalmente a minha família por ter me dado todo apoio e suporte necessário para deixar minha cidade e ir morar em outro estado, sem vocês, nada disso seria possível. Essa conquista também é de vocês.

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo principal analisar a viabilidade da abertura de uma loja de material de construções na cidade de Quixeré-CE, usando como ferramenta o Plano de Negócio. O planejamento é fundamental em todas as fases do empreendimento, entretanto, ela é indispensável no desenvolvimento do negócio. De acordo com Gohr e Santos (2010, p. 21) “a elaboração do Plano de Negócios possibilita identificar vários pontos fortes e fracos do futuro empreendimento, assim como verificar as oportunidades e ameaças em relação ao futuro negócio, evitando, dessa maneira, várias armadilhas ao longo de sua operação”. Este trabalho se classifica como uma pesquisa de natureza aplicada, por mais que seja bastante ligada à prática, a pesquisa não deve deixar de incluir uma reflexão teórica. Quanto aos objetivos, este trabalho trata-se de uma pesquisa descritiva. Quanto à forma de abordagem do problema, há duas perspectivas que se enquadram na a realização do estudo: o método quantitativo e o método qualitativo. O primeiro método busca garantir a precisão dos resultados, através de informações numéricas, enquanto a pesquisa qualitativa busca compreender ao invés de simplesmente mensurar ou medir. Os dados utilizados na realização do presente trabalho foram obtidos por meio de pesquisa bibliográfica, consultas em livros, pesquisa de mercado e informações de um MEI atuante no mesmo ramo e região. Os dados foram tabulados a partir da utilização do software LibreOffice Cálculo e do pacote de aplicativos google docs., sendo os quadros e figuras aqui apresentados oriundos do processamento nestes programas. As projeções financeiras foram elaboradas para um horizonte de três anos de funcionamento. Conclui-se que o presente estudo atingiu todos os objetivos previstos e a abertura da Nogueira Construções mostra-se viável e rentável, fazendo com que os sócios obtenham o retorno de capital investido em um período de 1,45 meses.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Plano de Negócio. Microempresa. Indicadores Financeiros.

## LISTA DE QUADROS

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Quadro 1 - Comparação entre a pesquisa quantitativa e qualitativa .....      | 18 |
| Quadro 2 - Estrutura para elaboração do Plano de Negócio .....               | 22 |
| Quadro 3 - Formas jurídicas para micro e pequenas empresas .....             | 25 |
| Quadro 4 - Tipos de precificação .....                                       | 28 |
| Quadro 5 - Estrutura básica da demonstração de resultados do exercício ..... | 31 |
| Quadro 6 - Dados e atribuições dos empreendedores .....                      | 38 |
| Quadro 7 - Investimento contabilidade - abertura empresa .....               | 39 |
| Quadro 8 - Investimento em sistema de gestão do PDV .....                    | 40 |
| Quadro 9 - Investimento em equipamentos do PDV .....                         | 40 |
| Quadro 10 – Móveis .....                                                     | 40 |
| Quadro 11 – Veículos .....                                                   | 40 |
| Quadro 12 - Investimento para organizar o estoque .....                      | 41 |
| Quadro 13 - Materiais de expediente .....                                    | 41 |
| Quadro 14 – Promoção .....                                                   | 42 |
| Quadro 15 - Material de limpeza .....                                        | 42 |
| Quadro 16 - Resumo do investimento inicial .....                             | 43 |
| Quadro 17 - Constituição do capital social .....                             | 44 |
| Quadro 18 - Financiamento Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES) .....    | 45 |
| Quadro 19 - Estudo dos concorrentes .....                                    | 48 |
| Quadro 20 - Estudo dos fornecedores .....                                    | 48 |
| Quadro 21 - Principais produtos .....                                        | 50 |
| Quadro 22 - Preço de venda .....                                             | 51 |
| Quadro 23 - Estrutura funcional da empresa .....                             | 57 |
| Quadro 24 - Estimativa dos investimentos fixos .....                         | 59 |
| Quadro 25 - Estimativas de custos fixos operacionais mensais .....           | 59 |
| Quadro 26 - Estimativas de custos variáveis .....                            | 59 |
| Quadro 27 - Estimativa dos custos com mão de obra ano 1 .....                | 60 |
| Quadro 28 - Estimativa dos custos com mão de obra ano 2 .....                | 60 |
| Quadro 29 - Estimativa dos custos com mão de obra ano 3 .....                | 61 |
| Quadro 30 - Projeção de vendas ano 1 .....                                   | 62 |
| Quadro 31 - Projeção de vendas ano 2 .....                                   | 63 |



|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Quadro 32 - Projeção de vendas ano 3 .....                     | 64 |
| Quadro 33 - Resumo anual de vendas .....                       | 65 |
| Quadro 34 - Parâmetros de vendas .....                         | 65 |
| Quadro 35 - Projeção de vendas para os próximos períodos ..... | 66 |
| Quadro 36 - Estimativa do estoque inicial .....                | 66 |
| Quadro 37 - Projeção do fluxo de caixa ano 1 .....             | 68 |
| Quadro 38 - Projeção do fluxo de caixa ano 2 .....             | 69 |
| Quadro 39 - Projeção do fluxo de caixa ano 3 .....             | 70 |
| Quadro 40 - Projeção da DRE ano 1 .....                        | 72 |
| Quadro 41 - Projeção da DRE ano 2 .....                        | 73 |
| Quadro 42 - Projeção da DRE ano 3 .....                        | 74 |
| Quadro 43 - Resumo das projeções de DRE .....                  | 75 |
| Quadro 44 - Tributação do Simples Nacional .....               | 76 |
| Quadro 45 - Cálculo da TMA .....                               | 77 |
| Quadro 46 - Cálculo do VPL .....                               | 77 |
| Quadro 47 - Cálculo da IBC .....                               | 78 |
| Quadro 48 - Cálculo do ROIA .....                              | 79 |
| Quadro 49 - Cálculo do TIR .....                               | 80 |
| Quadro 50 - Cálculo da PAYBACK .....                           | 80 |
| Quadro 51 - Matriz SWOT .....                                  | 81 |

## LISTA DE FIGURAS

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Informações básicas de um Plano de Negócio .....          | 21 |
| Figura 2 - Operação da demonstração de resultados do exercício ..... | 32 |
| Figura 3 - Ilustração gráfica da TIR .....                           | 36 |
| Figura 4 - Processo de criação da logomarca .....                    | 52 |
| Figura 4.1 - Logomarca da empresa .....                              | 52 |
| Figura 5 - Cartão de visita .....                                    | 53 |
| Figura 6 – Fardamento .....                                          | 54 |
| Figura 7 - Perfil da empresa no Instagram .....                      | 54 |
| Figura 8 - Venda direta .....                                        | 55 |
| Figura 8.1 - Venda indireta .....                                    | 55 |
| Figura 9 - Planta Baixa da Nogueira Construções .....                | 56 |
| Figura 10 – Organograma .....                                        | 58 |

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

|         |                                                                |
|---------|----------------------------------------------------------------|
| ABRAMAT | Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção  |
| ANAMACO | Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção |
| BNDES   | Banco Nacional do Desenvolvimento                              |
| CNPJ    | Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas                         |
| DAS     | Documento de Arrecadação do Simples Nacional                   |
| DRE     | Demonstração do Resultado do Exercício                         |
| FC      | Fluxo de Caixa                                                 |
| IBC     | Índice Benefício / Custo                                       |
| MPEs    | Micro e Pequenas Empresas                                      |
| PAYBACK | Período de recuperação do investimento                         |
| PDV     | Ponto de venda                                                 |
| PN      | Plano de Negócio                                               |
| ROIA    | Retorno Adicional sobre o Investimento                         |
| SEBRAE  | Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas       |
| TIR     | Taxa Interna de Retorno                                        |
| TMA     | Taxa Mínima de Atratividade                                    |
| VP      | Valor Presente                                                 |
| VPL     | Valor Presente Líquido                                         |

## SUMÁRIO

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 INTRODUÇÃO.....                                                           | 10 |
| 2 OBJETIVOS.....                                                            | 12 |
| 2.1 OBJETIVO GERAL.....                                                     | 12 |
| 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....                                             | 12 |
| 3 MÉTODO DA PESQUISA .....                                                  | 13 |
| 3.1 ENQUADRAMENTO DA PESQUISA.....                                          | 13 |
| 3.2 PROCEDIMENTO PARA COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....                        | 14 |
| 4 REFERENCIAL TEÓRICO.....                                                  | 15 |
| 4.1 PLANO DE NEGÓCIO .....                                                  | 15 |
| 4.2 SUMÁRIO EXECUTIVO.....                                                  | 17 |
| 4.2.1 Resumo dos principais pontos do Plano de Negócio.....                 | 17 |
| 4.2.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições..... | 18 |
| 4.2.3 Dados do empreendimento .....                                         | 18 |
| 4.2.4 Missão, visão e valores da empresa.....                               | 18 |
| 4.2.5 Setores de atividades .....                                           | 19 |
| 4.2.6 Forma jurídica .....                                                  | 19 |
| 4.2.7 Capital social .....                                                  | 19 |
| 4.3 ANÁLISE DE MERCADO.....                                                 | 20 |
| 4.3.1 Estudo dos clientes .....                                             | 20 |
| 4.3.2 Estudo dos concorrentes .....                                         | 20 |
| 4.3.3 Estudo dos fornecedores.....                                          | 21 |
| 4.4 PLANO DE MARKETING .....                                                | 21 |
| 4.4.1 Descrição dos principais produtos e serviços .....                    | 21 |
| 4.4.2 Preço.....                                                            | 22 |
| 4.4.3 Estratégias promocionais.....                                         | 22 |
| 4.4.4 Estrutura de comercialização.....                                     | 23 |
| 4.4.5 Localização do negócio .....                                          | 23 |
| 4.5 PLANO OPERACIONAL .....                                                 | 23 |
| 4.5.1 Layout.....                                                           | 23 |
| 4.5.3 Organograma .....                                                     | 24 |
| 4.6 PLANO FINANCEIRO .....                                                  | 24 |
| 4.6.1 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) .....                    | 25 |
| 4.6.2 Fluxo de caixa .....                                                  | 26 |
| 4.6.3 Taxa mínima de atratividade (TMA).....                                | 26 |

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| 4.6.4 Valor presente líquido (VPL) .....                     | 27 |
| 4.6.5 Índice benefício/custo (IBC) .....                     | 28 |
| 4.6.6 Retorno Adicional sobre o Investimento (ROIA).....     | 28 |
| 4.6.7 Taxa interna de retorno (TIR).....                     | 29 |
| 4.6.8 Período de Recuperação do Investimento (Payback) ..... | 30 |
| 4.6.8 Matriz SWOT .....                                      | 31 |
| 5 PLANO DE NEGÓCIO - DA PRÁTICA .....                        | 32 |
| 5.1 SUMÁRIO EXECUTIVO:.....                                  | 32 |
| 5.1.1 Resumo do Plano de Negócio.....                        | 32 |
| 5.1.2 Dados dos sócios .....                                 | 32 |
| 5.1.3 Dados do empreendimento .....                          | 33 |
| 5.1.4 A empresa.....                                         | 33 |
| 5.1.5 Missão da empresa .....                                | 37 |
| 5.1.6 Visão.....                                             | 37 |
| 5.1.7 Valores.....                                           | 37 |
| 5.1.8 Setores de atividade.....                              | 38 |
| 5.1.9 Forma jurídica .....                                   | 38 |
| 5.1.10 Enquadramento tributário.....                         | 38 |
| 5.1.11 Capital social .....                                  | 38 |
| 5.1.12 Fonte de recursos.....                                | 38 |
| 5.2 ANÁLISE DE MERCADO.....                                  | 40 |
| 5.2.1 Estudo dos clientes .....                              | 40 |
| 5.2.2 Estudo dos concorrentes .....                          | 41 |
| 5.2.3 Estudo dos fornecedores.....                           | 42 |
| 5.3 PLANO DE MARKETING .....                                 | 44 |
| 5.3.1 Descrição dos principais produtos.....                 | 44 |
| 5.3.2 Preço.....                                             | 44 |
| 5.3.3 Estratégias promocionais.....                          | 45 |
| 5.3.4 Estrutura de comercialização.....                      | 49 |
| 5.3.5 Localização do negócio .....                           | 49 |
| 5.4 PLANO OPERACIONAL .....                                  | 50 |
| 5.4.1 Layout.....                                            | 50 |
| 5.4.2 Estrutura funcional .....                              | 51 |
| 5.4.3 Organograma .....                                      | 52 |
| 5.5 PLANO FINANCEIRO .....                                   | 53 |
| 5.5.1 Orçamento de investimento .....                        | 53 |

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| 5.5.2 Estimativa de vendas .....         | 55 |
| 5.5.3 Orçamento de estoque .....         | 60 |
| 5.5.4 Estimativa de fluxo de caixa.....  | 61 |
| 5.5.5 Indicadores financeiros.....       | 70 |
| 5.6 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA .....          | 74 |
| 5.6.1 Análise da matriz SWOT (FOFA)..... | 74 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....             | 75 |
| REFERÊNCIAS .....                        | 78 |

## 1 INTRODUÇÃO

A busca pela liberdade financeira é cada vez maior, algumas pessoas encontram inúmeros obstáculos para ingressar no mercado de trabalho ou sonham em deixar seus empregos, passando a encarar o empreendedorismo como uma alternativa de renda. Seja por oportunidade ou necessidade, é preciso além da força de vontade, ter um bom planejamento para buscar o desenvolvimento e expansão do seu negócio.

Quando se trata da criação de uma empresa, a tendência é que ela inicie suas atividades em pequenas dimensões e gradativamente ganhe espaço no mercado, esse é o caso dos micros e pequenos empreendimentos (MPEs). Esses grupos são muito importantes para a economia do país, apesar de não receberem os devidos incentivos governamentais. Além da carga tributária elevada, o acesso aos recursos financeiros é burocrático, caro e escasso, dificultando o surgimento dessas empresas.

De acordo com dados do SEBRAE (2016) as MPEs representam 99,2% dos empreendimentos em todo país, sendo responsáveis por 60% dos empregos existentes, gerando 57,2% de empregos anualmente e contribuindo com 20% do PIB nacional. Entretanto, a taxa de mortalidade desses empreendimentos é preocupante. Ainda segundo a fonte, 49,4% das MPEs encerraram suas atividades antes de completarem dois anos, 56,4% sobrevivem até o terceiro ano, enquanto 59,9% não ultrapassam ao quarto ano de atividade.

Ter um negócio próprio pode ser bastante oportuno, conquistar sua independência financeira, criar sua rotina, ser seu próprio chefe, ter liberdade geográfica e de tempo, além da possibilidade de impactar positivamente na vida de outras pessoas. De acordo com dados do SEBRAE (2017) 9 em cada 10 empreendedores que se mantêm no mercado, se sentem satisfeitos com a opção de empreender. Contudo, para conseguir obter sucesso no mundo dos negócios é preciso que o empreendedor tome decisões assertivas para sua inserção e consolidação no mercado. Em conformidade com Fabrete (2019) a melhor maneira de evitar erros e minimizar os riscos, principalmente quando o empreendedor não tem muita experiência, é buscar auxílio na estruturação consistente e adequada para o negócio.

As lojas de material de construção são encontradas em praticamente todas as cidades, essas lojas são de natureza comercial, voltadas à venda e à reforma para os mais variados tipos de estabelecimentos, oferecendo desde a matéria mais básica como cimento, tijolos e telhas, até acabamentos finos como pisos, lâmpadas e tinta. Segundo uma pesquisa realizada pela Anamaco (Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção) a diferença entre

as pequenas/médias e as grandes empresas de material de construção é que as pequenas e médias tem como foco principal o “básico” enquanto as grandes são mais generalistas, chegando inclusive a ofertar itens de decoração e eletrodoméstico.

As lojas de pequeno porte iniciam suas atividades com variedade de produtos reduzida atendendo um bairro ou setor carente de itens básicos de construção. Segundo pesquisas realizadas pelo SEBRAE (2017) as megalojas “conseguem obter melhores preços e oferecer melhores condições de pagamento aos clientes, devido ao seu grande poder de barganha”. Elas conseguem oferecer preços baixos devido ao custo reduzido de aquisição, uma vez que compram dos fornecedores em grandes escalas e também oferecerem melhores possibilidades de financiamento para o cliente. Dessa maneira, o pequeno empreendedor precisa planejar sua inserção buscando formas de atrair os clientes, manter preços competitivos e um bom atendimento.

O planejamento é fundamental em todas as fases do empreendimento, entretanto, ela é indispensável no desenvolvimento do negócio. Keelling (2006) afirma que por mais simples que um projeto possa parecer, é importante elaborar um plano factível e eficaz, não se tratando apenas de uma lista de tarefas e prazos a serem cumpridos, mas sim, um estabelecimento contínuo de objetivos, táticas e operações necessárias para que o projeto obtenha êxito.

Na administração, existem diversas ferramentas voltadas para o planejamento, uma delas é o Plano de Negócios. Fabrete (2019) explica que por apurar os detalhes importantes para a implantação de um negócio, o Plano de Negócio pode embasar a viabilidade de um novo empreendimento, permitindo que o empreendedor tenha uma visão holística e centralizada, tomando conhecimento dos fatores externos e internos da organização. Dornelas (2005, p. 96) afirma que “essa ferramenta de gestão pode e deve ser usada por todo e qualquer empreendedor que queira transformar seu sonho em realidade”.

Em conformidade com Fabrete (2019, p. 129) “no plano de negócios, é possível definir o posicionamento do negócio, o tipo de produto ou serviço oferecido, de que forma será oferecido, onde a atividade se desenvolverá, qual seu público alvo, quanto dinheiro será necessário”. Dornelas (2005, p. 95) conceitua o Plano de Negócio

como um “documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio [...] sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento”. Além de facilitar o gerenciamento e tomadas de decisão, o Plano de Negócio pode ser utilizado para a obtenção de sócios, investidores e empréstimos financeiros.



O Plano de Negócio não pode ser visto como garantia para o sucesso, mas é uma forma de alcançá-lo, todos os projetos estão sujeitos ao elemento risco, em alguns projetos o risco é mínimo enquanto outros são fortemente propensos. O despreparo dos empreendedores pode ser visto como um grande fator que leva o empreendimento ao insucesso. Segundo dados do SEBRAE (2017) a principal causa do fracasso das empresas até o quinto ano de vida é a falta de planejamento prévio, boa parte dos empreendedores não levantaram informações importantes sobre o mercado e mais da metade dos empreendedores não realizaram o planejamento de itens básicos antes do início das atividades da empresa.

Desses empreendedores, 55% não elaboraram um Plano de Negócio, 46% não sabiam a quantidade de clientes que teriam, muito menos seus hábitos de consumo, 39% não sabiam qual o capital de giro necessário para abrir o negócio, 38% não sabiam o número de concorrentes que teriam, 37% não sabiam a melhor localização, 33% não tinham informações sobre os fornecedores, 32% não conheciam os aspectos legais do negócio, 31% não sabiam o investimento necessário para o negócio e 18% dos empreendedores que fracassaram antes do quinto ano de atividade, não levantaram a qualificação necessária da mão de obra.

Na tentativa de fugir dessa estatística e garantir o sucesso empresarial, a elaboração de um bom plano se faz necessário. Utilizando o Plano de Negócio como ferramenta de planejamento, este trabalho tem como questão norteadora da pesquisa: *É viável abrir uma loja de material de construções em Quixeré, CE?*

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

Analisar a viabilidade da abertura de uma loja de material de construções em Quixeré-CE, usando como ferramenta o Plano de Negócio.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Caracterizar a empresa e a sua estrutura;
- b) Diagnosticar os concorrentes diretos;
- c) Descrever os custos e despesas que compõem o quadro financeiro da empresa;
- d) Montar o fluxo de caixa projetado para o empreendimento;

e) Verificar a viabilidade econômica e financeira da implantação da loja de material de construções na região por meio de indicadores financeiros.

### 3 MÉTODO DA PESQUISA

Podemos definir pesquisa em conformidade com Gil (2018, p. 1.1) como o “procedimento racional e sistemático que tem como objetivo fornecer respostas aos problemas que são propostos”. A pesquisa é feita por meio dos conhecimentos disponíveis e utilização de métodos e técnicas de investigação científica, se desenvolvendo ao longo de diversas fases, desde a formulação do problema até a apresentação satisfatória dos resultados.

A palavra método vem do grego *methodos*, que traduzido para a língua portuguesa significa *caminho*. Segundo Mascarenhas (2012), a tradução já dá uma boa ideia da sua função, denominamos como método o conjunto de técnicas que utilizamos em um estudo para obter uma resposta. De maneira simplificada, é o caminho que percorremos para a conclusão científica do nosso problema. Diferentes técnicas foram criadas e testadas por grandes cientistas que anotavam o passo a passo de suas pesquisas ao longo dos anos. Alguns pesquisadores passaram a seguir esses mesmos passos confirmando a validade do método e tornando-os uma alternativa válida para resolução do problema de pesquisa.

#### 3.1 ENQUADRAMENTO DA PESQUISA

Este trabalho se classifica como uma pesquisa de natureza aplicada. Para Gerhardt e Silveira (2009, p. 35) uma pesquisa desse tipo “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais”, o que condiz com o propósito desta pesquisa. De acordo com Diehl e Tatim (2004, p. 55) “usamos a pesquisa aplicada para estudar problemas em um contexto, buscando soluções para os desafios que encontramos nesse ambiente específico”. Por mais que seja bastante ligada à prática, a pesquisa não deve deixar de incluir uma reflexão teórica.

Quanto aos objetivos, este trabalho se trata de uma pesquisa descritiva. Gil (2002, p. 44) esclarece que a pesquisa descritiva tem como objetivo principal a “[...] descrição das características de uma determinada população ou fenômeno, ou então, o estabelecimento de relações entre variáveis”. Segundo Vieira (2002, p. 65) “pode-se dizer que ela está interessada em descobrir e observar fenômenos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los”.

Quanto a forma de abordagem do problema, há duas perspectivas que se enquadram na realização da pesquisa: o método quantitativo e o método qualitativo. O primeiro método busca garantir a precisão dos resultados, através de informações numéricas.

A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre a linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc. (DA FONSECA, 2002, p. 20).

Já o foco da pesquisa qualitativa é entender ao invés de simplesmente mensurar ou medir.

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificada (MINAYO; DESLANDES; CRUZ NETO; GOMES, 2002, p. 22).

Quadro 1 - Comparação entre a pesquisa quantitativa e qualitativa.

| ASPECTO                                                       | PESQUISA QUANTITATIVA   | PESQUISA QUALITATIVA  |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------|
| Enfoque na interpretação do objeto                            | Menor                   | Maior                 |
| Importância do contexto do objeto pesquisado                  | Menor                   | Maior                 |
| Proximidade do pesquisador em relação aos fenômenos estudados | Menor                   | Maior                 |
| Alcance do estudo no tempo                                    | Instantâneo             | Intervalo maior       |
| Quantidade de fonte de dados                                  | Uma                     | Várias                |
| Ponto de vista do pesquisador                                 | Externo à organização   | Interno à organização |
| Quadro teórico e hipóteses                                    | Definidas rigorosamente | Menos estruturadas    |

Fonte: Da Fonseca, 2002, p. 21.

A utilização conjunta das duas abordagens permite recolher mais informações do que poderia se conseguir isoladamente. Conforme Minayo, Deslandes, Cruz Neto e Gomes (2002, p. 22) “o conjunto de dados, quantitativos e qualitativos, porém não se opõem. Ao contrário se completam, pois a realidade abrangida por eles interage dinamicamente, excluindo qualquer dicotomia.

### 3.2 PROCEDIMENTO PARA COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Levando em consideração a problemática e os objetivos que a pesquisa se propôs a alcançar, o procedimento para a coleta de dados da pesquisa tem caráter bibliográfico, fazendo uso da utilização de livros, revistas e artigos sobre o tema. A pesquisa bibliográfica “é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, esta modalidade de pesquisa inclui

material impresso, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos” (GIL, 2018, p. 4.2). Contudo, com a diversificação nos formatos de informação, outras fontes passaram a ser incluídas na pesquisa como por exemplo o material disponibilizado na internet.

Os dados utilizados na realização do presente trabalho foram obtidos por meio de pesquisa bibliográfica, consultas em livros, pesquisa de mercado para levantamento de dados e informações econômico-financeiras e mercadológicas, pesquisas na internet, monografias, dissertações, revistas especializadas, além do conhecimento e experiência prática da autora em uma pequena loja de material de construção em Quixeré/CE. Os dados foram tabulados a partir da utilização do software LibreOffice Calc. e do pacote de aplicativos google docs., sendo os quadros e gráficos aqui apresentados oriundos do processamento de dados nestes programas.

## **4 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **4.1 PLANO DE NEGÓCIO**

Apesar de muitos empreendedores ainda não terem conhecimento sobre Plano de Negócio (PN), ou mesmo ignorarem sua funcionalidade, essa ferramenta é muito importante para quem pretende abrir, expandir ou reformar sua empresa. O Plano de Negócio tradicional ganhou notoriedade nos Estados Unidos em 1960, quando o planejamento estratégico se tornou indispensável para as organizações norte americanas, antes do PN os gestores conduziam seus empreendimentos na base da tentativa e erro (NAKAGAWA, 2011).

O modelo de Plano de Negócio mais popular foi apresentado por Steiner em 1969, esse modelo se refere a questões internas da organização (propósitos, valores, direção, forças, fraqueza) e externas (problemas e oportunidades). De acordo com Bohr e Santos (2010, p. 21) “a elaboração do Plano de Negócio possibilita identificar vários pontos fortes e fracos do futuro empreendimento, assim como verificar as oportunidades e ameaças em relação ao futuro negócio, evitando, dessa maneira, várias armadilhas ao longo de sua operação”

Mas afinal, o que realmente é um Plano de Negócio? existem diversos conceitos, entretanto, para Bizzoto (2008, p. 23) “o PN é um mapa que descreve o “caminho” que vou seguir na criação e desenvolvimento do meu negócio”. Na visão de Dornelas (2016, p. 14) “o Plano de Negócio é um documento utilizado para planejar um empreendimento ou unidade de negócios, em estágio inicial ou não, com o propósito de definir e delinear sua estratégia de atuação para o futuro”. O PN deve estar sempre atualizado e revisado de acordo com os

acontecimentos do ambiente em que a empresa está inserida, essa ferramenta deve fornecer informações básicas como demonstradas na **figura 1**.

Figura 1- Informações básicas de um Plano de Negócio.



Fonte: Adaptado, Bizzotto, 2008, p. 24.

De acordo com Dornelas (2016) um Plano de Negócio pode ser utilizado para testar a viabilidade de um conceito de negócio, orientar o desenvolvimento das operações e estratégia, atrair recursos financeiros, transmitir credibilidade e desenvolver a equipe de gestão. O PN pode ser desenvolvido tanto na fase inicial do negócio quanto em qualquer outro estágio de desenvolvimento, a decisão de fazê-lo está relacionado aos objetivos que se pretende alcançar, oportunidades ou redirecionamento estratégico. A fase inicial da criação de um empreendimento requer bastante planejamento para que sua inserção seja bem estruturada.

Em conformidade com Fabrete (2019) a melhor maneira de evitar erros e minimizar os riscos, principalmente quando o empreendedor não tem muita experiência, é buscar auxílio na estruturação consistente e adequada para o negócio. A criação de uma empresa é um projeto que termina quando ela é inaugurada, segundo Keelling (2006) por mais simples que um projeto possa parecer, é importante elaborar um plano factível e eficaz, não se tratando apenas de uma lista de tarefas e prazos a serem cumpridos, mas sim, um estabelecimento contínuo de objetivos,

táticas e operações necessárias para que o projeto obtenha êxito. No final, seu plano irá orientá-lo se vale a pena abrir, manter ou ampliar seu empreendimento.

O Plano de Negócio deve ser escrito de forma a atender as necessidades de cada público alvo. Segundo Gohr e Santos (2010, p. 22): O PN pode ter vários interessados, como por exemplo:

- “• **Incubadoras de empresa** - pois podem ser as responsáveis pelo financiamento do empreendimento nas fases iniciais do negócio.
- **Parceiros** - pois querem conhecer as principais diretrizes do negócio para que possam estabelecer estratégias para o futuro.
- **Bancos** - pois podem ser os responsáveis pelo capital para a compra dos ativos fixos da empresa. • **Investidores** – pois também podem ser os responsáveis pelo capital inicial para a abertura da empresa. Os investidores podem ser os capitalistas de riscos, pessoas jurídicas, bancos de fomento, etc.
- **Fornecedores** - pois podem oferecer prazos e descontos maiores na abertura da empresa. • **Funcionários** - pois precisam conhecer o funcionamento da empresa internamente, assim como as suas principais diretrizes.
- **Sócios** - pois precisam ser convencidos do potencial do negócio.
- **Clientes** - pois precisam acreditar na empresa para comprarem seus bens e serviços.

Os tipos e formatos dos planos de negócio são variados, assim como suas possíveis estruturas, não existe uma receita pronta, mas existem modelos de estruturas detalhadas que servem de base para o seu PN, a estrutura utilizada no presente trabalho é descrita no **quadro 2**.

Quadro 2 - Estrutura para elaboração do Plano de Negócio.

| ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO |
|--------------------------------|
| 1 - SUMÁRIO EXECUTIVO          |
| 2 - ANÁLISE DE MERCADO         |
| 3 - PLANO DE MARKETING         |
| 4 - PLANO OPERACIONAL          |
| 5 - PLANO FINANCEIRO           |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

## 4.2 SUMÁRIO EXECUTIVO

### 4.2.1 Resumo dos principais pontos do Plano de Negócio

O sumário executivo é uma apresentação sintética do seu plano contendo os pontos mais importantes, ele deve ser escrito por último pois contém informações das demais etapas. O mesmo deve ser atrativo e positivo para que o leitor se interesse pelo plano, ele pode ser escrito de acordo com o receptor (investidor, parceiros, clientes e etc.). O sumário executivo deve responder: o quê? quanto? onde? como? por que? Apresentando quem é você, qual a sua

estratégia e visão, qual o seu mercado, qual o investimento necessário e quais as vantagens competitivas (DORNELLAS, 2016).

#### **4.2.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições**

É de suma importância fornecer dados sobre os gestores, a escrita deve evidenciar os perfis profissionais de cada sócio, destacando conhecimentos, habilidades e experiências, a fim de demonstrar a capacidade de gerir o negócio. O currículo dos sócios também pode constar em anexo. De acordo com o SEBRAE (2013) é necessário alinhar os objetivos de cada sócio, o grau de ambição e dimensão que desejam para a empresa. As tarefas precisam ser divididas nessa etapa do plano, definindo a área de atuação de cada um, assim como horários, valor de retirada de pró-labore, grau de autonomia, escolha de funcionários, além de verificar se o sócio não possui restrições cadastrais ou pendências em órgãos federais.

#### **4.2.3 Dados do empreendimento**

Aqui são informados o número da inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ.

#### **2.2.4 Missão, visão e valores da empresa**

Para o SEBRAE (2013) “A missão da empresa é o papel que ela desempenha em sua área de atuação. É a razão de sua existência hoje e representa o seu ponto de partida, pois identifica e dá rumo ao negócio”. A declaração da missão deve ser objetiva e clara, respondendo às seguintes questões: o que a empresa faz? por quê? para quem? como?

A visão da empresa trata-se de onde a empresa quer chegar, o que no empreendimento pretende se tornar no futuro. Para Bizzotto (2008, p. 69) “a visão deve ser inspiradora e guiar a estratégia da empresa”.

Os valores são a identidade da empresa, definem os princípios que serão base para o direcionamento, atitudes, comportamentos e decisão. Não se pode obrigar os funcionários a compartilharem os valores da empresa, mas deve-se atrair e reter pessoas que compartilhem do propósito definido. Para a formação dos valores devemos refletir sobre os seguintes questionamentos: como a empresa faz negócios? como são as tomadas de decisões? qual o

posicionamento diante do mercado e da sociedade? quais princípios são importantes para a empresa?

#### 4.2.5 Setores de atividades

Em conformidade com Freitas (2020), a economia é dividida em diferentes setores, sendo eles: setor primário: setor secundário e setor terciário. O setor primário é responsável pela extração de matérias primas para o abastecimento da indústria. O setor secundário: a indústria, que transforma a matéria prima em produtos para consumo, máquinas e ferramentas, abastecendo o próprio setor secundário e o terciário, promovendo a distribuição de produtos em forma de atacado. O setor terciário: venda de serviços e estando intimamente ligado ao comércio varejista.

#### 4.2.6 Forma jurídica

O primeiro passo para a abertura da empresa é a definição de sua constituição formal, para isso, é preciso definir sua forma jurídica. Segundo o SEBRAE (2013), as formas mais comuns de micro e pequenas empresas são: Microempreendedor Individual (MEI), Empresário Individual, Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI) e Sociedade Limitada, elas estão apresentadas de forma resumida no **quadro 3**.

Quadro 3 - Formas jurídicas para micro e pequenas empresas.

| MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL                                                                                                                                                                                                                                                                                          | EMPRESÁRIO INDIVIDUAL                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Microempreendedor Individual - MEI é o empresário individual que trabalha por conta própria que se refere o art. 966 da Lei nº10. 406, de 10 de janeiro de 2002. A inscrição é gratuita e pode ser feita pela internet, o MEI possui faturamento de até R\$60.000,00 ao ano e que seja optante pelo Simples Nacional. | Pessoa física que exerce atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços. Responde com o seu patrimônio pessoal pelas obrigações contraídas pela empresa.                             |
| RESPONSABILIDADE LIMITADA                                                                                                                                                                                                                                                                                             | SOCIEDADE LIMITADA                                                                                                                                                                                                          |
| Empresa constituída por uma única pessoa, titular da totalidade do capital social. A empresa responde por dívidas apenas com seu patrimônio, e não com os bens pessoais do titular.                                                                                                                                   | Sociedade composta por, no mínimo, dois sócios, pessoas físicas ou jurídicas. A responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. |

Fonte: Sebrae, 2008, p. 29-30.

#### 4.2.7 Capital social



O capital social é o valor que os sócios e/ou acionistas estabelecem para a abertura da empresa, esse valor se refere a todos os recursos necessários para iniciar as atividades (equipamentos, ferramentas, capital de giro e etc.).

#### **4.2.8 Fonte de recursos**

A fonte de recursos se refere a maneira que os recursos para abertura da empresa serão obtidos, o empreendedor pode contar com recursos próprios oriundos de reservas financeiras e/ou venda de bens dos sócios, dinheiro de amigos e familiares, empréstimos, investidores-anjo e fundos governamentais. Para Dornelas (2016, p. 90), “A premissa é que o negócio consiga aporte de capital com investidores que compartilhem da visão do negócio”.

### **4.3 ANÁLISE DE MERCADO**

Essa análise compreende o entendimento de mercado de atuação da empresa, é uma das etapas mais importantes para o sucesso do empreendimento pois a partir dela é possível entender as demandas do seu público-alvo, diagnosticar os melhores fornecedores e conhecer o perfil dos concorrentes (SEBRAE, 2008).

#### **4.3.1 Estudo dos clientes**

O estudo do potencial público alvo busca o conhecimento de questões quantitativas como o tamanho de mercado, como qualitativas como o estilo de vida desses públicos, faixa etária, quanto ganham, escolaridade, onde estão localizados, com que frequência obtém os produtos/serviços, onde compram, quanto pagam. Outro ponto importante é entender o que leva essas pessoas a comprarem, preço? qualidade? marca? prazo de entrega? prazo de pagamento? atendimento da empresa? No caso de pessoas jurídicas, é importante pontuar o ramo que elas atuam, o tipo de produtos e serviços ofertados, a capacidade de pagamento e se tem uma boa imagem no mercado (SEBRAE, 2008).

#### **4.3.2 Estudo dos concorrentes**

É possível aprender observando as estratégias utilizadas pela concorrência, observando quais dessas funcionam e quais deixam a desejar estas podem se tornar um diferencial da sua

empresa. É necessário identificar os principais concorrentes, os concorrentes são as empresas que buscam satisfazer as mesmas necessidades que a sua empresa. Podemos pontuar os pontos fortes e negativos relacionados a qualidade dos materiais e/ou serviços, preço cobrado, localização, condição de pagamento, atendimento prestado e garantias oferecidas. De acordo com Rogers (2011, p. 72), “os investidores preferem estar ao lado dos empreendedores que têm uma avaliação realista de seus concorrentes e, conseqüentemente, um plano realista para lidar e aprender com a concorrência”.

#### **4.3.3 Estudo dos fornecedores**

As empresas bem sucedidas contam com bons fornecedores, de confiança e que agreguem valor ao empreendimento. Os fornecedores são pessoas ou empresas que fornecem as matérias-primas, equipamentos, bens ou serviços. Ao escolher fornecedores devemos levar em consideração o preço oferecido, prazo de entrega, capacidade de barganha e qualidade. Eles são encontrados por meio de catálogos, feiras e internet. Como novos entrantes, “devemos avaliar não só os fornecedores e clientes atuais, como também os “não-fornecedores” e os “não-clientes” (BIZZOTO, 2008, p. 60).

### **4.4 PLANO DE MARKETING**

Em conformidade com Nakagawa (2011) ao elaborarmos o plano de marketing devemos refletir questões do tipo: Como chamar a atenção do cliente? O que leva esses clientes a se interessarem pelos seus produtos/serviços ao invés da concorrência? Por que os clientes se tornarão fiéis a sua empresa? E por que elas indicariam sua empresa para outros conhecidos?

Para muitos empreendedores o marketing é a propaganda de vendas do seu negócio, de como estão divulgando seus produtos e serviços. Entretanto, a propaganda é apenas uma parte desse processo. O marketing mostrará como será seu Plano de Negócio na prática, previsões de vendas e como vai vender, segundo Dornelas (2016, p. 78) “a estratégia de marketing mostra o que será feito para que seu produto/serviço empaque no mercado e a projeção de vendas mostra os resultados que serão obtidos”.

#### **4.4.1 Descrição dos principais produtos e serviços**

Nesta seção descrevemos detalhadamente os principais produtos e serviços oferecidos pela sua empresa como modelo, tamanho, marca, cor, embalagem, no caso do serviço é possível apresentar as características do seu serviço assim como as garantias oferecidas. É possível fotografar os produtos para apresentar no portfólio de produtos e serviços que está disponível aos clientes. Em conformidade com Rogers (2011, p. 71), “os investidores precisam saber que tipo de produto ou serviço a empresa oferecerá aos clientes”.

#### 4.4.2 Preço

Aqui é definido a política de precificação da empresa, prazos e formas de pagamento, além de quanto o consumidor está disposto a pagar pelo seu produto/serviço. A formação do preço deve levar em conta os custos e o retorno financeiro que se pretende obter, o preço praticado pela concorrência também deve ser observado. De acordo com Hooley, Piercy e Nicoulaud (2011), existem diversos métodos de apuração, esses métodos podem inclusive ser utilizados de forma combinada. Alguns tipos de precificação estão descritos no **quadro 4**.

Quadro 4 - Tipos de precificação.

| CUSTO + MARGEM                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | PREÇO CORRENTE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| É o método mais simples de precificação, requer pouco conhecimento sobre as necessidades dos clientes. Os preços são definidos através do custo acrescido a um mark-up percentual. A desvantagem dessa abordagem é não levar em conta o valor percebido pelo cliente.                                                            | É quando o preço costuma ser estipulado com base no “preço corrente”, praticado pelos concorrentes. Esse método é comum em mercados como o da gasolina onde há pouca competição de preço entre os fornecedores, a competição ocorre por outros fatores como localização, disponibilidade e conveniência.                                         |
| VALOR PERCEBIDO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | PROPOSTAS SELADAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Para essa precificação é preciso de pesquisas sofisticadas que determinam esse valor percebido. Técnicas de projeções como a trade-off ou conjunta podem ser úteis, tendo em vista que o consumidor é colocado em situação de compra simulada e seu comportamento é observado para medir o valor percebido na oferta de mercado. | Em situação de compras corporativas, sobretudo projeto de capital, alguns fornecedores em potencial podem ser convidados a participar de uma concorrência. A decisão de lance em situações competitivas é bastante complexa, pois as empresas devem levar em conta não somente os seus custos, mas também as previsões de lance da concorrência. |

Fonte: Hooley, Piercy e Nicoulaud, 2011, p. 248.

#### 4.4.3 Estratégias promocionais

De acordo com o SEBRAE (2013, p. 50), “promoção é toda ação que tem como objetivo apresentar, informar, convencer ou lembrar os clientes de comprar os seus produtos ou serviços e não os dos concorrentes”. O empreendedor deve escolher a mídia que irá chegar com mais eficácia ao seu público-alvo, por isso é tão importante fazer um diagnóstico dos perfis dos clientes em potencial, pode-se utilizar meios como a propaganda em rádio, tv, jornais, internet,

amostras grátis, mala direta, folhetos, revistas, cartões de visita, catálogos, faixas, carro de som, anúncios alternativos, outdoors, brindes, sorteios, descontos, participações em feiras e eventos entre outras.

#### **4.4.4 Estrutura de comercialização**

A estratégia de comercialização diz respeito a forma que os produtos serão fisicamente entregues ao cliente, a empresa pode adotar vendedores internos, externos e representantes comerciais (SEBRAE, 2008).

#### **4.4.5 Localização do negócio**

A localização do empreendimento está intimamente ligada ao sucesso ou fracasso, a escolha do endereço pode determinar a longevidade da sua empresa. Segundo o SEBRAE (2013) ao determinar a localização, é preciso levar em consideração aspectos como o contrato de locação, condições de pagamento, prazo do aluguel, condições de segurança e iluminação, higiene e limpeza, facilidade no acesso, ruídos, locais para estacionamento, proximidade dos concorrentes e fornecedores e a verificação da movimentação de clientes em potencial em diferentes horários.

### **4.5 PLANO OPERACIONAL**

O plano operacional é a parte do planejamento que transforma metas e objetivos em tarefas executáveis. É o plano operacional que formaliza o fluxo de trabalho, planejando as atividades que cada colaborador deve desempenhar para alcançar os objetivos e metas estabelecidas (PFEIFER, 2017).

#### **4.5.1 Layout**

O layout ou arranjo físico é a maneira que se encontram dispostos fisicamente os recursos que ocupam espaço dentro da organização. Esses recursos podem ser maquinários, escritórios, pessoal e departamentos. A decisão do arranjo físico afeta o nível de eficiência e eficácia das operações, o layout pode destacar as atividades que agreguem valor, assim como, eliminar atividades que não agreguem (CORRÊA; CORRÊA, 2006).

#### **4.5.2 Estrutura funcional**

Aqui são registrados todos os colaboradores necessários para o funcionamento da empresa incluindo os sócios, familiares (se for o caso) e pessoas a serem contratadas. Verificar a mão de obra qualificada da região é necessário, caso não contem com isso, o treinamento da equipe é um ponto a ser discutido. É possível entrar em contato com o sindicato a fim de obter informações sobre a legislação específicas e acordos coletivos, pisos salariais, horários de funcionamento e etc. (SEBRAE, 2008).

#### **4.5.3 Organograma**

Para Bizzotto (2008), a definição da estrutura organizacional da empresa é uma das grandes dificuldades enfrentadas pelos seus gestores, pois todos querem estar envolvidos com todos os aspectos do empreendimento. Os empreendedores devem compreender que cada um deve ser responsável por uma área da empresa, isso traz mais agilidade, aproveitando o perfil de cada um.

### **4.6 PLANO FINANCEIRO**

Projetar o futuro é uma tarefa difícil, no entanto, indispensável. Segundo Rogers (2011), as projeções financeiras no período de três a cinco anos costumam ser estimativas próximas. Para Dornelas (2016, p. 92), a sessão finanças:

“Envolve desde os investimentos necessários para colocar o negócio em operação até a projeção dos fluxos de caixa futuros que serão obtidos pela empresa, bem como análises de viabilidade financeira do negócio e métricas que mostrarão se a empresa tem o potencial de sucesso financeiro ou não.”

Consoante com Cecconello (2008, p. 225), o que buscamos numa análise de viabilidade econômico-financeira é a “confrontação dos investimentos necessários com os lucros operacionais potenciais projetados, e geração conseqüente de caixa, para o negócio proposto”. Rogers (2011, p. 103) diz ainda que “as demonstrações financeiras devem ser usadas como uma ferramenta administrativa palpável, não apenas um relatório”.

Para Bizzotto (2008), o plano financeiro é apontado pelos empreendedores como uma das etapas mais difíceis de serem elaboradas no Plano de Negócio, isso acontece devido à falta

de conhecimento de muitos gestores sobre os componentes de construção do plano financeiro. A projeção de receitas, por exemplo, no início da empresa ou até antes, é bastante difícil determinar até se os clientes irão aderir aos nossos produtos, imagina quantificar a quantidade de clientes e o quanto estão dispostos a desembolsar.

#### 4.6.1 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

Bizzotto (2008, p. 129) declara que “a DRE permite evidenciar a formação do resultado líquido que teremos em um dado período, pois apresenta uma síntese dos resultados operacionais e não-operacionais da empresa”. De acordo com Correia Neto (2011, p. 3):

“A DRE mostra o resultado atingido pela empresa no período (normalmente um ano). Esta demonstração evidencia se no período houve lucro ou prejuízo, indicando quão eficiente foi o desempenho operacional da empresa no referido período. O objetivo da análise das demonstrações financeiras acima é, por meio de índices calculados, tomar decisões, de acordo com o relacionamento do analista com a empresa.”

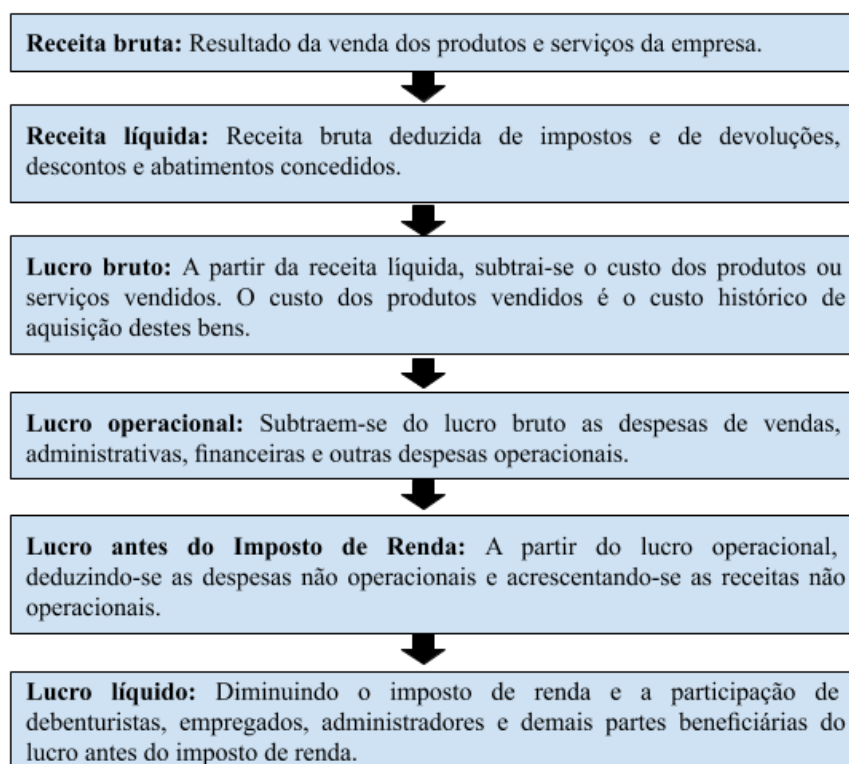
Quadro 5 - Estrutura básica da demonstração de resultados do exercício.

|                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Receita bruta de venda de bens e serviços                                         |
| (-) Impostos sobre vendas                                                         |
| (-) Devoluções, descontos comerciais e abatimentos                                |
| (=) Receita líquida                                                               |
| (-) Custo dos produtos e serviços vendidos                                        |
| (=) Lucro bruto                                                                   |
| (-) Despesas de vendas                                                            |
| (-) Despesas administrativas                                                      |
| (-) Despesas financeiras líquidas                                                 |
| (-) Outras despesas operacionais                                                  |
| (+) Outras receitas operacionais                                                  |
| (=) Lucro operacional                                                             |
| (+) Receitas não operacionais                                                     |
| (-) Despesas não operacionais                                                     |
| (=) Lucro antes do imposto de renda                                               |
| (-) Imposto de renda                                                              |
| (-) Participação de debênture, empregados, administradores e partes beneficiárias |
| (=) Lucro (ou prejuízo) líquido do exercício                                      |

Fonte: Correia Neto, 2011, p. 3.

A DRE é dividida em duas partes, a primeira é composta pelas “Receita”, ou seja, do indicador de recursos gerados pela venda dos produtos e/ou serviços. A segunda parte é composta pelas “Despesas”, um indicador dos custos relacionados a venda desses produtos e/ou serviços (ROGERS, 2011). A **figura 2** demonstra como ocorre o abatimento a partir da receita bruta.

Figura 2 - Operação da demonstração de resultados do exercício.



Fonte: Adaptado, Correia Neto, 2011.

#### 4.6.2 Fluxo de caixa

O fluxo de caixa (FC) é o movimento de entradas e saídas de montante da sua empresa, indicando a rentabilidade e viabilidade do negócio, esse fluxo requer muita atenção do administrador financeiro tanto para o dia a dia quanto para tomadas de decisões. De acordo com Correia Neto (2011, p. 165.), o fluxo de caixa “pode apresentar inúmeros objetivos dependendo de quem o está utilizando, tais como projeções, acompanhamento, análises, indicadores de desempenho etc.”. Segundo o autor, o FC tem uso operacional, tático e estratégico. No uso operacional o FC controla e acompanha a liquidez de curto prazo, ele é utilizado na gestão do contas a pagar e a receber. Em seu uso tático, gerencia e acompanha a liquidez de médio prazo que é utilizado pelos gestores para a tomada de decisão, investimentos e financiamento do capital circulante da empresa. Do ponto de vista estratégico, auxilia os gestores na tomada de decisão, orientando os investimentos e financiamentos para projetos de longo prazo.

#### 4.6.3 Taxa mínima de atratividade (TMA)

A taxa mínima de atratividade é um indicador financeiro muito importante para tomada de decisão de investimento ou financiamento, esse índice representa segundo Souza e Clemente (2012, p. 71), “a melhor taxa, com baixo grau de risco, disponível para aplicação do capital em análise”. Assim, o investidor terá sempre duas alternativas: investir no projeto ou na “taxa mínima de atratividade”. O conceito de riqueza gerada conta somente com o excedente obtido a partir do que já se tinha, denominando-se lucro residual, podendo ser tratada também como Valor Econômico Agregado ou Economic Value Added (EVA) (SOUZA; CLEMENTE, 2012).

A TMA é taxa mínima que o investidor pleiteia para optar pela execução do projeto. “O Brasil possui títulos públicos do Tesouro SELIC, que são títulos livres de erros, ou seja, é muito improvável que um país aplique um calote no pagamento de seus títulos, mesmo que enfrente crises políticas e econômicas ao ponto de não pagar” (DE OLIVEIRA; PAGNUSSAT, 2019, p. 33). Dessa maneira, para que um projeto seja aceito, é necessário que sua rentabilidade seja superior a um investimento livre de risco.

#### 4.6.4 Valor presente líquido (VPL)

O Valor Presente Líquido é a concentração de todos os valores esperados em um fluxo de caixa na data zero (SOUZA; CLEMENTE, 2012), o VPL leva em conta o valor do dinheiro no tempo se tornando assim uma ótima técnica de orçamento de capital. Segundo Gitman (2004, p. 342) o VPL “é obtido subtraindo-se o investimento inicial de um projeto ( $FC_0$ ) do valor presente de suas entradas de caixa ( $FC_t$ ) descontadas a uma taxa igual ao custo do capital da empresa”.

$$\text{VPL} = \text{Valor presente das entradas de caixa} - \text{Investimento inicial.}$$

Matematicamente, o VPL é dado pela seguinte fórmula:

$$VPL = FC_0 + \frac{FC_1}{(1 + TMA)^1} + \frac{FC_2}{(1 + TMA)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1 + TMA)^n}.$$

A fórmula do VPL também pode ser entendida como a equação abaixo:



$$VPL = \sum_{n=0}^N \frac{FC_n}{(1 + TMA)^n}$$

Onde:

VPL: Valor Presente Líquido;  
 TMA: Taxa Mínima de Atratividade;  
 FC<sub>0</sub>: Investimento Inicial;  
 FC: Fluxo de Caixa Esperado;  
 n: Número de Períodos.

$VPL > 0 \rightarrow$  indica que o projeto merece continuar sendo analisado.

#### 4.6.5 Índice benefício/custo (IBC)

O IBC é um indicador que informa ao investidor qual é o retorno que ele tem ou irá ter para cada unidade monetária que ele for investir, quanto recebo a cada real (no caso da moeda brasileira) investido. De acordo com Souza e Clemente (2012, p. 79) o índice benefício/custo nada mais é do que “uma razão entre o Fluxo Esperado de Benefício de um projeto e o Fluxo Esperado de Investimentos necessários para realizá-lo”. Desta forma, o IBC pode ser calculado da seguinte maneira:

$$IBC = \frac{\text{Valor Presente do Fluxo de Benefícios}}{\text{Valor Presente do Fluxo de Investimentos}}$$

$IBC > 1 \rightarrow$  indica que o projeto merece continuar sendo analisado.

#### 4.6.6 Retorno Adicional sobre o Investimento (ROIA)

O ROIA indica através de uma taxa de retorno a estimativa de rentabilidade de um projeto, ou seja, quanto um investidor, em termos percentuais, lucrou ou perdeu em relação ao

valor aplicado em um investimento. “A métrica ROIA deriva da taxa equivalente ao IBC para cada período do projeto” (CLEMENTE, 2012, p. 80).

#### 4.6.7 Taxa interna de retorno (TIR)

A Taxa Interna de Retorno (TIR), representa a rentabilidade própria do projeto, para que um projeto de investimento seja viável é necessário que a TIR seja maior que a TMA. A TIR é a taxa que torna o Valor Presente Líquido igual a zero e vem do inglês *Internal Rate of Return – IRR*. A Taxa Interna de Retorno não deve ser confundida com as demais taxas que indicam retorno, rentabilidade ou margem de lucro, para interpretar a TIR é preciso fazer uma comparação com a Taxa Mínima de Atratividade (PRATES, 2017).

Matematicamente, a TIR pode ser encontrada igualando a equação do VPL a zero, resolvendo a equação abaixo:

$$0 = FC_0 + \frac{FC_1}{(1 + TIR)^1} + \frac{FC_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1 + TIR)^n}$$

Simplificando, a expressão pode ser reescrita da seguinte forma:

$$0 = \sum_{n=0}^N \frac{FC_n}{(1 + TIR)^n}$$

Onde:

FC<sub>0</sub>: Investimento Inicial;  
 FC: Fluxo de Caixa Esperado;  
 TIR: Taxa interna de retorno;  
 n: Número de Períodos.

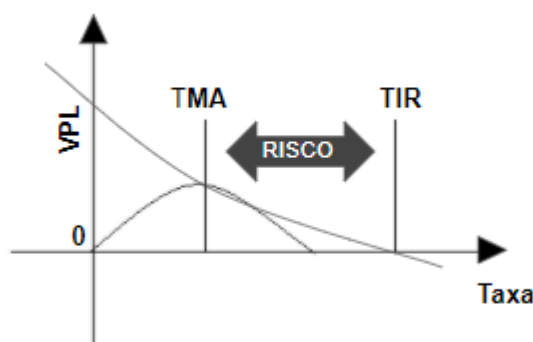
Conforme Souza e Clemente (2012), a TIR pode ser utilizada para indicar tanto a dimensão de retorno como também para analisar a dimensão de risco. Quando se trata da dimensão retorno a TIR pode ser interpretada como o limite superior para a rentabilidade do projeto de investimento.

$$[(1+TMA) * (1+ROIA) - 1] < TIR.$$

$TIR > TMA \rightarrow$  indica que há mais ganho investindo-se no projeto do que na TMA.

A **Figura 3** ilustra o comportamento esperado entre a TIR e TMA para projetos de investimento financeiro.

Figura 3: Ilustração gráfica da TIR.



Fonte: Souza e Clemente, 2012.

$TIR$  próxima à  $TMA \rightarrow$  O risco do projeto aumenta de acordo com a proximidade entre as duas taxas.

#### 4.6.8 Período de Recuperação do Investimento (Payback)

Payback é um indicador de risco, ele aponta o tempo de retorno de um investimento. Para Souza e Clemente (2012, p. 88) “O pay-back nada mais é do que o número de períodos necessários para que o fluxo de benefícios supere o capital investido”. Quanto menor o payback, menor o risco, quanto mais próximo ao final dos períodos de planejamento mais alto é o grau de risco. Em conformidade com Gitman (2004), o horizonte de planejamento é determinado pela própria empresa, o valor aceitável do payback é subjetivo e varia de acordo com o tipo de projeto.

$$\sum_{t=0}^{n'} \frac{F_t}{(1+r)^t} = 0$$

Onde:

$F_t$  = Fluxos previstos de receitas (entradas) ou despesas (saídas) no período “t” ( $0 \leq t \leq n$ );  
 $r$  = Taxa Mínima de Atratividade (TMA);  
 $n'$  = Prazo de recuperação do investimento (Payback).

#### 4.6.8 Matriz SWOT

A análise SWOT é uma técnica de planejamento estratégico que tem como objetivo auxiliar a organização na compreensão de suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças relacionadas a competitividade, para isso, o ambiente interno e externo deve ser analisado. De acordo com Gohr e Santos (2010, p. 37):

“A matriz SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats), também chamada de matriz FOFA (forças, oportunidades, fraquezas, ameaças), resume os principais aspectos analisados nos ambientes. Para desenvolver a matriz deve-se resgatar os aspectos do ambiente externo que poderão afetar positiva ou negativamente o empreendimento e as capacidades do negócio que exercerão um grande impacto no desenvolvimento dos objetivos e estratégias.”

A análise da Matriz SWOT é uma ferramenta essencial para uma organização. Segundo Silva (2011, p. 3) “é através dela que a empresa consegue ter uma visão clara e objetiva sobre quais são suas forças e fraquezas no ambiente interno e suas oportunidades e ameaças no ambiente externo”, com essas informações fica mais fácil traçar estratégias para obter vantagem competitiva e melhorar o desempenho organizacional.

## 5 PLANO DE NEGÓCIO - DA PRÁTICA

### 5.1 SUMÁRIO EXECUTIVO:

#### 5.1.1 Resumo do Plano de Negócio

A Nogueira Construções e Comércio LTDA, é uma loja de material de construções que inicialmente comercializa produtos básicos como cimento, pó de pedra e ferragens em geral. A faixa etária dos compradores em potencial é da geração X e Y, que engloba as idades de 25 a 55 anos. A classe social do público-alvo é a classe D, com renda R\$ 2.090,01 a R\$ 4.180,00, a classe C, que vai de uma renda familiar total de R\$ 4.180,01 a R\$ 10.450,00 e a classe E, com renda total até R\$ 2.090,00 (CARNEIRO, 2020). Os compradores profissionais e finais em potencial residem na cidade de Quixeré, nos bairros: Pontal, Centro, Sítio Ilha, Nova Morada, Barreiras, Leão e Boqueirão. A empresa fica localizada no bairro Pontal, no município de Quixeré-CE. O montante de capital a ser investido é de R\$ 155.000,00, espera-se um faturamento para o primeiro mês de atividade de R\$ 87.370,00, o retorno sobre o capital investido é previsto para 1,45 meses após a abertura da empresa.

#### 5.1.2 Dados dos sócios

Quadro 6 - Dados e atribuições dos empreendedores

| Sócio 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Nome: Raimundo Nonato Nogueira Maia<br/>         Endereço: Rua Padre Joaquim de Menezes, Nº 1730, Pontal, Quixeré - CE.<br/>         Telefone: (88) 99671-3416</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Atribuições                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p>Atendente comercial - CBO 5211-10<br/>         Vende mercadorias dentro do estabelecimento, auxiliando os clientes na escolha, controla entrada e saída de mercadorias, promovem a venda de mercadorias, informam sobre suas características e vantagens de aquisição, expõem mercadorias de forma atrativa com etiquetas de preço, abastece os pontos de venda, balcões e atendem clientes nas lojas. Faz inventário de mercadoria para reposição e pesquisas de preço.</p> |
| Sócio 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p>Nome: Gleice Oliveira Maia<br/>         Endereço: Rua João Alves Carneiro, Nº 530, Pontal, Quixeré - CE.<br/>         Telefone: (88) 99849-3291.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Atribuições                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p>Administradora - CBO 2521-05<br/>         Planejar, organizar, dirigir, controlar e assessorar a organização nas diversas áreas. Implementar programas e processos, além de realizar o atendimento ao cliente e elaborar o planejamento organizacional. A administradora também se encarregará do caixa diário da empresa.</p>                                                                                                                                               |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

### 5.1.3 Dados do empreendimento

|                                                              |
|--------------------------------------------------------------|
| <b>Nome da empresa:</b> NOGUEIRA CONSTRUCOES E COMERCIO LTDA |
| <b>CNPJ:</b> 23.142.809/00001-53                             |

### 5.1.4 A empresa

A Nogueira Construções LTDA atuará na comercialização de materiais de construção como cimento, pó de pedra e ferragens em geral. A loja é caracterizada como uma empresa de pequeno porte. O diferencial da empresa é oferecer aos clientes uma grande variedade de ferragens aliadas a um bom atendimento e rapidez na entrega.

A loja fica localizada no Pontal, na cidade de Quixeré, CE, cidade que está em ascensão e demanda de bastante material de construção, tendo em vista que recebeu recentemente uma nova indústria, gerando mais empregos e consequentemente aquecendo a economia do município.

Para dar início ao negócio serão necessários investimentos que incluem mesas, cadeiras, balcão, estantes para exposição, computadores e material de expediente. Os quadros a seguir apresentam os itens necessários para iniciar o negócio, assim como a quantidade necessária de cada item e o valor total desse bem, a soma de todos os itens necessários resultou no total de R\$ 62.025,62.

Quadro 7 - Investimento contabilidade - abertura empresa

| ITEM                        | QUANT.   | VALOR. UNT.       | TOTAL             |
|-----------------------------|----------|-------------------|-------------------|
| TRANSFORMAÇÃO DE INSCRIÇÃO  | -        | R\$ 375,00        | R\$ 375,00        |
| CERTIFICADO DIGITAL P/1 ANO | 2        | R\$ 120,00        | R\$ 240,00        |
| JUNTA COMERCIAL EMPRESÁRIO  | -        | R\$ 106,00        | R\$ 106,00        |
| JUNTA COMERCIAL SOCIEDADE   | -        | R\$ 187,00        | R\$ 187,00        |
| <b>TOTAL</b>                | <b>2</b> | <b>R\$ 788,00</b> | <b>R\$ 908,00</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 8 - Investimento em sistema de gestão do PDV

| ITEM                                    | QUANT.   | VALOR. UNT.         | TOTAL               |
|-----------------------------------------|----------|---------------------|---------------------|
| SISTEMA DE GESTÃO COMERCIAL (1 LICENÇA) | 1        | R\$ 1.568,00        | R\$ 1.568,00        |
| <b>TOTAL</b>                            | <b>1</b> | <b>R\$ 1.568,00</b> | <b>R\$ 1.568,00</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 9 - Investimento em equipamentos do PDV

| ITEM                                 | QUANT.   | VALOR. UNT.         | TOTAL               |
|--------------------------------------|----------|---------------------|---------------------|
| CPU I3 3G RAM 500G + MOUSE + TECLADO | 1        | R\$ 1.308,90        | R\$ 1.308,90        |
| IMPRESSORA HP 416                    | 1        | R\$ 1.120,00        | R\$ 1.120,00        |
| MÓDULO FISCAL + SAT                  | 1        | R\$ 1.265,43        | R\$ 1.265,43        |
| MONITOR 18,5"                        | 1        | R\$ 426,65          | R\$ 426,65          |
| PROTETOR ESTABILIZADOR               | 1        | R\$ 74,90           | R\$ 74,90           |
| ROTEADOR WIRELESS                    | 1        | R\$ 85,00           | R\$ 85,00           |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>6</b> | <b>R\$ 4.280,88</b> | <b>R\$ 4.280,88</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 10 - Móveis

| ITEM                         | QUANT.    | VALOR. UNT.         | TOTAL               |
|------------------------------|-----------|---------------------|---------------------|
| ARMÁRIO ALTO 2 PORTAS        | 1         | R\$ 250,00          | R\$ 250,00          |
| BALCÃO VITRINE               | 2         | R\$ 750,00          | R\$ 1.500,00        |
| CADEIRA ESTOFADA COM RODINHA | 1         | R\$ 105,00          | R\$ 105,00          |
| CADEIRA FIXA                 | 2         | R\$ 75,00           | R\$ 150,00          |
| ESTANTE DE AÇO               | 30        | R\$ 100,00          | R\$ 3.000,00        |
| MESA COM GAVETEIRO           | 1         | R\$ 500,00          | R\$ 500,00          |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>37</b> | <b>R\$ 1.780,00</b> | <b>R\$ 5.505,00</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 11 - Veículos

| ITEM                                   | QUANT.   | VALOR. UNT.          | TOTAL                |
|----------------------------------------|----------|----------------------|----------------------|
| MOTOCICLETA HONDA CARGUEIRA 125CC 2011 | 2        | R\$ 8.000,00         | R\$ 16.000,00        |
| FORD F-1000                            | 1        | R\$ 30.000,00        | R\$ 30.000,00        |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>3</b> | <b>R\$ 38.000,00</b> | <b>R\$ 46.000,00</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 12- Investimento para organizar o estoque

| ITEM                             | QUANT. | VALOR. UNT. | TOTAL      |
|----------------------------------|--------|-------------|------------|
| CAIXAS ORGANIZADORAS DE PLÁSTICO | 10     | R\$ 20,00   | R\$ 200,00 |
| PRATELEIRAS PARA COMPONENTES     | 5      | R\$ 109,00  | R\$ 109,00 |

|              |           |                   |                   |
|--------------|-----------|-------------------|-------------------|
| <b>TOTAL</b> | <b>15</b> | <b>R\$ 129,00</b> | <b>R\$ 309,00</b> |
|--------------|-----------|-------------------|-------------------|

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 13 - Materiais de expediente

| ITEM                                    | QUANT. | VALOR. UNT. | TOTAL     |
|-----------------------------------------|--------|-------------|-----------|
| AGENDA PERMANENTE                       | 1      | R\$ 20,00   | R\$ 20,00 |
| APONTADOR C/ DEPÓSITO                   | 2      | R\$ 1,20    | R\$ 2,40  |
| BORRACHA                                | 3      | R\$ 0,80    | R\$ 2,40  |
| CANETA ESFEROGRÁFICA PRETA 1.0MM        | 10     | R\$ 0,90    | R\$ 9,00  |
| CANETA CORRETIVO 7ML                    | 2      | R\$ 3,50    | R\$ 7,00  |
| CLIPES NR 2/0 GALVANIZADO               | 1      | R\$ 2,90    | R\$ 2,90  |
| COLA BRANCA 90G                         | 1      | R\$ 2,50    | R\$ 2,50  |
| COMPARTIMENTO ORGANIZADOR DE MESA       | 2      | R\$ 15,00   | R\$ 30,00 |
| ELÁSTICO LÁTEX AMARELO Nº 18 100G       | 1      | R\$ 3,54    | R\$ 3,54  |
| ENVELOPE SACO A4 80G                    | 1      | R\$ 4,90    | R\$ 4,90  |
| ESTILETE LARGO 18MM                     | 2      | R\$ 2,50    | R\$ 5,00  |
| EXTRATOR DE GRAMPO                      | 2      | R\$ 2,00    | R\$ 4,00  |
| FITA ADESIVA DE EMPACOTADOR 45MMX45M    | 1      | R\$ 6,60    | R\$ 6,60  |
| FITA ADESIVA TRANSPARENTE 12MMX30M C/10 | 1      | R\$ 8,50    | R\$ 8,50  |
| FURADOR DE PAPEL 2 FUROS 30FLS          | 1      | R\$ 12,00   | R\$ 12,00 |
| GRAMPEADOR DE MESA 26/6                 | 1      | R\$ 18,00   | R\$ 18,00 |
| GRAMPO PARA GRAMPEADOR 26/6             | 1      | R\$ 8,00    | R\$ 8,00  |
| LÁPIS PRETO                             | 10     | R\$ 0,50    | R\$ 5,00  |
| LIXEIRA REDONDA                         | 3      | R\$ 13,00   | R\$ 39,00 |
| MARCADOR PERMANENTE 2.0 PRETO           | 3      | R\$ 3,30    | R\$ 9,90  |
| PAPEL A4 PCT 500 FOLHAS BRANCO 75G      | 2      | R\$ 17,00   | R\$ 34,00 |
| PASTA PLÁSTICA A-Z A4                   | 1      | R\$ 10,50   | R\$ 10,50 |
| PASTA PLÁSTICA ABA A4                   | 10     | R\$ 3,20    | R\$ 32,00 |
| PASTA PLÁSTICA SANFONADA A4             | 2      | R\$ 16,00   | R\$ 32,00 |
| PINCEL MARCA TEXTO AMARELO              | 3      | R\$ 2,50    | R\$ 7,50  |
| PRANCHETA A4                            | 2      | R\$ 4,00    | R\$ 8,00  |
| RÉGUA POLIESTIRENO 30CM CRISTAL         | 2      | R\$ 2,00    | R\$ 4,00  |
| SUPORTE PARA FITA ADESIVA               | 2      | R\$ 12,00   | R\$ 24,00 |
| TESOURA USO GERAL                       | 2      | R\$ 10,00   | R\$ 20,00 |



|              |           |                   |                   |
|--------------|-----------|-------------------|-------------------|
| <b>TOTAL</b> | <b>75</b> | <b>R\$ 206,84</b> | <b>R\$ 372,64</b> |
|--------------|-----------|-------------------|-------------------|

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 14 - Promoção

| ITEM                        | QUANT.   | VALOR. UNT.         | TOTAL               |
|-----------------------------|----------|---------------------|---------------------|
| CARTÃO DE VISITA PCT C/ 500 | 1        | R\$ 30,00           | R\$ 30,00           |
| IDENTIDADE DIGITAL          | 1        | R\$ 300,00          | R\$ 300,00          |
| PLACA PARA FACHADA 1X4M     | 1        | R\$ 2.000,00        | R\$ 2.000,00        |
| <b>TOTAL</b>                | <b>3</b> | <b>R\$ 2.330,00</b> | <b>R\$ 2.330,00</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 15 - Material de limpeza

| ITEM                           | QUANT. | VALOR. UNT. | TOTAL     |
|--------------------------------|--------|-------------|-----------|
| ÁGUA SANITARIA 5L              | 1      | R\$ 7,89    | R\$ 7,89  |
| BALDE PLÁSTICO 8L              | 2      | R\$ 5,00    | R\$ 10,00 |
| DESINFETANTE 5L                | 1      | R\$ 14,10   | R\$ 14,10 |
| DESODORIZADOR DE AR 360ML      | 2      | R\$ 8,50    | R\$ 17,00 |
| DETERGENTE 5L                  | 1      | R\$ 16,00   | R\$ 16,00 |
| ESCOVA SANITÁRIA PLÁSTICO      | 1      | R\$ 4,16    | R\$ 4,16  |
| ESPANADOR DE PENAS             | 2      | R\$ 11,90   | R\$ 23,80 |
| ESPONJA MULTIUSO               | 10     | R\$ 0,90    | R\$ 9,00  |
| FLANELA LARANJA                | 5      | R\$ 1,49    | R\$ 7,45  |
| LIMPA CERAMICA 5L              | 1      | R\$ 29,90   | R\$ 29,90 |
| LIMPA VIDRO 500ML              | 1      | R\$ 5,90    | R\$ 5,90  |
| LIXEIRA 6L PEDAL               | 1      | R\$ 24,90   | R\$ 24,90 |
| LUSTRA MOVEIS 200ML            | 1      | R\$ 4,50    | R\$ 4,50  |
| LUVA DE LATEX AMARELA (PAR)    | 3      | R\$ 2,90    | R\$ 8,70  |
| PÁ PLÁSTICA DE LIXO CABO LONGO | 1      | R\$ 4,96    | R\$ 4,96  |
| PANO DE CHÃO C/10 UND          | 1      | R\$ 22,50   | R\$ 22,50 |
| PAPEL HIGIENICO C/ 24          | 1      | R\$ 29,90   | R\$ 29,90 |
| PORTA SABONETE LÍQUIDO 380ML   | 1      | R\$ 6,99    | R\$ 6,99  |
| RODO CABO DE MADEIRA           | 1      | R\$ 11,00   | R\$ 11,00 |
| SABÃO EM PÓ 5KG                | 1      | R\$ 39,90   | R\$ 39,90 |
| SABONETE LIQUIDO 5L            | 1      | R\$ 15,00   | R\$ 15,00 |

|                          |           |                   |                   |
|--------------------------|-----------|-------------------|-------------------|
| SACO DE LIXO 30L C/ 100  | 1         | R\$ 22,25         | R\$ 22,25         |
| TOALHA LAVABO            | 3         | R\$ 6,50          | R\$ 19,50         |
| VASSOURA CABO DE MADEIRA | 2         | R\$ 10,90         | R\$ 21,80         |
| <b>TOTAL</b>             | <b>45</b> | <b>R\$ 307,94</b> | <b>R\$ 377,10</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 16 - Resumo do investimento inicial

| <b>INVESTIMENTO INICIAL</b>                   | <b>VALOR (R\$)</b>   |
|-----------------------------------------------|----------------------|
| INVESTIMENTO CONTABILIDADE - ABERTURA EMPRESA | <b>R\$ 1.283,00</b>  |
| INVESTIMENTO DE SISTEMA DE GESTÃO DO PDV      | <b>R\$ 1.568,00</b>  |
| INVESTIMENTO EM EQUIPAMENTOS DO PDV           | <b>R\$ 4.280,88</b>  |
| INVESTIMENTO PARA ORGANIZAR O ESTOQUE         | <b>R\$ 309,00</b>    |
| MATERIAIS DE EXPEDIENTE                       | <b>R\$ 372,64</b>    |
| MATERIAL DE LIMPEZA                           | <b>R\$ 377,10</b>    |
| MÓVEIS                                        | <b>R\$ 5.505,00</b>  |
| PROMOÇÃO                                      | <b>R\$ 2.330,00</b>  |
| VEÍCULOS                                      | <b>R\$ 46.000,00</b> |
| <b>TOTAL</b>                                  | <b>R\$ 62.025,62</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

### 5.1.5 Missão da empresa

Construir o futuro, oferecendo preço justo e qualidade.

### 5.1.6 Visão

Se tornar a empresa nº 1 em referência no setor de materiais de construção em todo Vale do Jaguaribe.

### 5.1.7 Valores

Honestidade;  
Qualidade;  
Bom atendimento;  
Clientes satisfeitos;

Pessoas comprometidas e realizadas.

#### 5.1.8 Setores de atividade

Comércio

#### 5.1.9 Forma jurídica

Sociedade Limitada

#### 5.1.10 Enquadramento tributário

Optante pelo SIMPLES

#### 5.1.11 Capital social

Quadro 17 - Constituição do capital social

| INFORMAÇÕES   |                                   | (R\$)          | (%)    |
|---------------|-----------------------------------|----------------|--------|
| SÓCIO 1       | RAIMUNDO NONATO NOGUEIRA MAIA     | R\$ 80.000,00  | 51,60% |
| SÓCIO 2       | GLEICE OLIVEIRA MAIA              | R\$ 20.000,00  | 12,90% |
| FINANCIAMENTO | BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO | R\$ 55.000,00  | 35,50% |
| TOTAL         |                                   | R\$ 155.000,00 | 100%   |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

#### 5.1.12 Fonte de recursos

Para dar início às suas atividades, o projeto está orçado em R\$ 155.000,00. Esse valor deriva 64,5% (R\$ 100.000,00) de recursos próprios dos sócios e 35,5% (R\$ 55.000,00) de recursos de terceiros, os sócios optaram pelo financiamento do Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES), o prazo total de pagamento para o empréstimo é de 36 meses, a taxa de juros é de 15,18% a.a., a projeção de inflação anual é de 3,63%. Ao final dos 36 meses o financiamento totalizará o valor pago de R\$ 67.053,90, como pode ser observado no **quadro 18**.

Quadro 18 - Financiamento Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES)

| MÊS         | SALDO INICIAL | JUROS  | AMORTIZAÇÃO | PRESTAÇÃO | SALDO FINAL |
|-------------|---------------|--------|-------------|-----------|-------------|
| Mês Inicial | 0             | 0      | 0           | 0         | 55.000,00   |
| Mês 01      | 55.000,00     | 651,56 | 1.527,78    | 2.179,34  | 53.472,22   |

|        |           |        |          |          |           |
|--------|-----------|--------|----------|----------|-----------|
| Mês 02 | 53.472,22 | 633,46 | 1.527,78 | 2.161,24 | 51.944,44 |
| Mês 03 | 51.944,44 | 615,36 | 1.527,78 | 2.143,14 | 50.416,67 |
| Mês 04 | 50.416,67 | 597,27 | 1.527,78 | 2.125,04 | 48.888,89 |
| Mês 05 | 48.888,89 | 579,17 | 1.527,78 | 2.106,94 | 47.361,11 |
| Mês 06 | 47.361,11 | 561,07 | 1.527,78 | 2.088,84 | 45.833,33 |
| Mês 07 | 45.833,33 | 542,97 | 1.527,78 | 2.070,75 | 44.305,56 |
| Mês 08 | 44.305,56 | 524,87 | 1.527,78 | 2.052,65 | 42.777,78 |
| Mês 09 | 42.777,78 | 506,77 | 1.527,78 | 2.034,55 | 41.250,00 |
| Mês 10 | 41.250,00 | 488,67 | 1.527,78 | 2.016,45 | 39.722,22 |
| Mês 11 | 39.722,22 | 470,57 | 1.527,78 | 1.998,35 | 38.194,44 |
| Mês 12 | 38.194,44 | 452,47 | 1.527,78 | 1.980,25 | 36.666,67 |
| Mês 13 | 36.666,67 | 434,37 | 1.527,78 | 1.962,15 | 35.138,89 |
| Mês 14 | 35.138,89 | 416,28 | 1.527,78 | 1.944,05 | 33.611,11 |
| Mês 15 | 33.611,11 | 398,18 | 1.527,78 | 1.925,95 | 32.083,33 |
| Mês 16 | 32.083,33 | 380,08 | 1.527,78 | 1.907,86 | 30.555,56 |
| Mês 17 | 30.555,56 | 361,98 | 1.527,78 | 1.889,76 | 29.027,78 |
| Mês 18 | 29.027,78 | 343,88 | 1.527,78 | 1.871,66 | 27.500,00 |
| Mês 19 | 27.500,00 | 325,78 | 1.527,78 | 1.853,56 | 25.972,22 |
| Mês 20 | 25.972,22 | 307,68 | 1.527,78 | 1.835,46 | 24.444,44 |
| Mês 21 | 24.444,44 | 289,58 | 1.527,78 | 1.817,36 | 22.916,67 |
| Mês 22 | 22.916,67 | 271,48 | 1.527,78 | 1.799,26 | 21.388,89 |
| Mês 23 | 21.388,89 | 253,39 | 1.527,78 | 1.781,16 | 19.861,11 |
| Mês 24 | 19.861,11 | 235,29 | 1.527,78 | 1.763,06 | 18.333,33 |
| Mês 25 | 18.333,33 | 217,19 | 1.527,78 | 1.744,97 | 16.805,56 |
| Mês 26 | 16.805,56 | 199,09 | 1.527,78 | 1.726,87 | 15.277,78 |
| Mês 27 | 15.277,78 | 180,99 | 1.527,78 | 1.708,77 | 13.750,00 |
| Mês 28 | 13.750,00 | 162,89 | 1.527,78 | 1.690,67 | 12.222,22 |
| Mês 29 | 12.222,22 | 144,79 | 1.527,78 | 1.672,57 | 10.694,44 |
| Mês 30 | 10.694,44 | 126,69 | 1.527,78 | 1.654,47 | 9.166,67  |
| Mês 31 | 9.166,67  | 108,59 | 1.527,78 | 1.636,37 | 7.638,89  |
| Mês 32 | 7.638,89  | 90,49  | 1.527,78 | 1.618,27 | 6.111,11  |
| Mês 33 | 6.111,11  | 72,4   | 1.527,78 | 1.600,17 | 4.583,33  |
| Mês 34 | 4.583,33  | 54,3   | 1.527,78 | 1.582,07 | 3.055,56  |
| Mês 35 | 3.055,56  | 36,2   | 1.527,78 | 1.563,98 | 1.527,78  |

|              |          |                      |                      |                      |                 |
|--------------|----------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------|
| Mês 36       | 1.527,78 | 18,1                 | 1.527,78             | 1.545,88             | 0               |
| <b>TOTAL</b> | <b>-</b> | <b>R\$ 12.053,90</b> | <b>R\$ 55.000,00</b> | <b>R\$ 67.053,90</b> | <b>R\$ 0,00</b> |

Fonte: Simulador BNDES, 2020.

## 5.2 ANÁLISE DE MERCADO

### 5.2.1 Estudo dos clientes

Em uma pesquisa realizada pela Popai Brasil (2009) com intuito de conhecer melhor o comportamento dos consumidores de material de construção, revelou que tratando-se de compradores profissionais, em sua maioria, são do sexo masculino, entretanto, a pesquisa mostrou equilíbrio entre os sexos em relação aos consumidores finais. Ambos consumidores preferem ser atendidos por vendedores, não optando pelo autosserviço.

Outro ponto interessante é o alto nível de efetivação de compra, tendo em vista que apenas 25% dos 1.950 entrevistados saíram da loja sem comprar algum item. O estudo revelou também que em relação a classe social, a maioria dos compradores de material de construção são da classe B, que totalizam 52%; logo em seguida a classe C, representando 31%, a classe A, com 14% e a classe D, com apenas 3% (REVISTA ANAMACO ONLINE, 2009).

De acordo com pesquisas realizadas pela autora, na região em que o projeto será implementado, existe uma cultura de encarregar o mestre de obras pela aquisição dos materiais de construção, eles são de modo geral, do sexo masculino. A faixa etária dos compradores em potencial é da geração X e Y, que engloba as idades de 25 a 55 anos. A classe social do público-alvo é a classe D, com renda R\$ 2.090,01 a R\$ 4.180,00, a classe C, que vai de uma renda familiar total de R\$ 4.180,01 a R\$ 10.450,00 e a classe E, com renda total até R\$ 2.090,00 (CARNEIRO, 2020). Os compradores profissionais e finais em potencial residem na cidade de Quixeré, nos bairros: Pontal, Centro, Sítio Ilha, Nova Morada, Barreiras, Leão e Boqueirão.

Esses compradores são pessoas físicas, casadas, com família pequena, ensino médio completo, que precisam construir ou fazer reformas, não se tornando compradores assíduos. As pessoas jurídicas são minoria entre os consumidores, esses clientes são serralheiros, pedreiros, ferreiros ou trabalham com pré moldados e se tornam consumidores fidelizados. O público-alvo é exigente quando se trata de qualidade, buscam as melhores marcas com o preço mais acessível, na cidade onde o projeto será instalado.

Existem poucas opções de lojas de material de construção com uma diversidade maior de produtos, basicamente só existe uma loja completa e ela é bastante conhecida pelos preços exorbitantes, fazendo com que os clientes precisem se deslocar para as cidades vizinhas em

busca de variedades de produtos e preço justo. O prazo de entrega também é um ponto importante, pois as pessoas não costumam se planejar para que não falte material de construção e solicitam que seus materiais sejam entregues imediatamente, ter uma entrega rápida é um diferencial no município.

Na cidade com pouco mais de 22 mil habitantes distribuídas pelos seus 617 km<sup>2</sup> de município, é comum ainda a prática do “fiado”, a maior parte do comércio vende para pagar depois de 30 dias, porém, sem garantia nenhuma da quitação dessas dívidas. Os clientes se sentem ofendidos quando o comerciante não libera o crédito, eles entendem que o comerciante não confia na sua palavra, o que realmente acontece é que muitas vezes o empreendedor acaba ficando no prejuízo. Alguns consumidores os solicitam o material por recados, telefonemas ou WhatsApp e na entrega não estão em casa para receber e quitar seu pedido ou até mesmo não estão com dinheiro em mãos, para o comerciante, voltar com a mercadoria dependendo da localização representa um dispêndio financeiro de mão de obra e gasolina, optando por entregar a mercadoria mesmo sem garantias de pagamento. Para evitar esse tipo situação, é importante oferecer outros meios de pagamento além do pagamento a vista, como cartões de crédito, links para pagamento, depósito bancário e até mesmo o cheque dependendo do grau de confiança no relacionamento com o cliente.

### 5.2.2 Estudo dos concorrentes

No município existem poucos concorrentes de médio porte, há cerca de 5 depósitos de pequeno porte, atendendo basicamente o bairro em que se localiza, esses empreendimentos oferecem produtos de construção básicos como cimento, cal, alguns produtos em hidráulica e elétrica. Os concorrentes de médio porte estão localizados no centro da cidade, eles oferecem uma vasta gama de produtos, o pioneiro da cidade destaca-se por oferecer uma variedade em ferros e acabamentos, o último entrante destaca-se na venda de pisos e azulejos (que era uma deficiência no mercado da cidade), tintas, pias, vasos sanitários entre outros.

Quadro 19 - Estudo dos concorrentes

|           | NOGUEIRA<br>CONSTRUÇÕES                                 | CONCORRENTE 1<br>(PIONEIRO)          | CONCORRENTE 2<br>(ÚLTIMO ENTRANTE) |
|-----------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|
| QUALIDADE | PRODUTOS DE<br>QUALIDADE, MARCAS<br>LÍDERES NO MERCADO. | PRODUTOS DE MARCAS<br>DIVERSIFICADAS | PRODUTOS MEDIANOS                  |

|                               |                                                            |                                                             |                                                        |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <b>PREÇO</b>                  | ÊNFASE NO PREÇO BAIXO                                      | PREÇOS MUITO ACIMA DO PRATICADO NAS CIDADES VIZINHAS        | PREÇOS COMPATÍVEIS AOS PRATICADOS NAS CIDADES VIZINHAS |
| <b>CONDIÇÕES DE PAGAMENTO</b> | PAGAMENTO A VISTA, NO CARTÃO DE CRÉDITO, CHEQUE E DEPÓSITO | PAGAMENTO A VISTA, NO CARTÃO DE CRÉDITO E A PRAZO NA FICHA. | PAGAMENTO A VISTA E NO CARTÃO DE CRÉDITO               |
| <b>LOCALIZAÇÃO</b>            | LOCALIZADO A 450M DO CENTRO COMERCIAL                      | LOCALIZADO NO CENTRO COMERCIAL                              | LOCALIZADO NO CENTRO COMERCIAL                         |
| <b>ATENDIMENTO</b>            | ÓTIMO                                                      | BOM                                                         | ÓTIMO                                                  |

Fonte: Adaptado, Sebrae, 2009, p. 43.

### 5.2.3 Estudo dos fornecedores

Quadro 20 - Estudo dos fornecedores

| ITEM                           | NOME     | PREÇO     | CONDIÇÕES DE PAGAMENTO    | PRAZO DE ENTREGA | LOCAL                 |
|--------------------------------|----------|-----------|---------------------------|------------------|-----------------------|
| CIMENTO MIZU 50KG              | FORN. 1  | R\$ 23,92 | À VISTA                   | 2 A 5 DIAS       | QUIXERÉ-CE            |
| CIMENTO MIZU 50KG              | FORN. 2  | R\$ 24,20 | À VISTA                   | 3 A 5 DIAS       | RUSSAS-CE             |
| CIMENTO MIZU 50KG              | FORN. 3  | R\$ 24,00 | À VISTA                   | 3 A 7 DIAS       | MOSSORÓ-RN            |
| VERGALHÃO CA-50 10MM 12M (3/8) | FORN. 4  | R\$ 54,50 | À VISTA/DEPÓSITO BANCÁRIO | SEM ENTREGA      | FORTALEZA-CE          |
| VERGALHÃO CA-50 10MM 12M (3/8) | FORN. 5  | R\$ 57,83 | À VISTA/DEPÓSITO BANCÁRIO | 3 A 7 DIAS       | JAGUARUANA-CE         |
| ARAME RECOZIDO TORCIDO         | FORN. 6  | R\$ 12,88 | À VISTA/DEPÓSITO BANCÁRIO | 7 A 15 DIAS      | JUAZEIRO DO NORTE-CE  |
| ARAME RECOZIDO TORCIDO         | FORN. 7  | R\$ 13,12 | À VISTA/DEPÓSITO BANCÁRIO | 5 A 15 DIAS      | MOSSORÓ-RN            |
| PÓ DE PEDRA 40KG               | FORN. 8  | R\$ 7,50  | À VISTA                   | 2 A 5 DIAS       | TABULEIRO DO NORTE-CE |
| PÓ DE PEDRA 40KG               | FORN. 9  | R\$ 8,00  | À VISTA                   | SEM ENTREGA      | ICÓ-CE                |
| PÓ DE PEDRA 40KG               | FORN. 10 | R\$ 7,80  | À VISTA                   | 2 A 7 DIAS       | JAGUARUANA-CE         |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.





### 5.3 PLANO DE MARKETING

#### 5.3.1 Descrição dos principais produtos

Quadro 21 - Principais produtos.

| PRINCIPAIS PRODUTOS                                                                 |                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| CIMENTO MIZU CP II E 32 RS 50KG                                                     | VERGALHÃO CA-50 10.0MM (3/8) 12M                                                     |
|    |    |
| ARAME RECOZIDO TORCIDO Nº18 1KG                                                     | PÓ DE PEDRA GOLFINHO 40KG                                                            |
|  |  |

Fonte: Criado pela autora, 2020.

#### 5.3.2 Preço

O método de precificação utilizado é o de custo + margem, também é levado em consideração o preço corrente para alguns produtos. O preço corrente é a precificação baseada no preço da concorrência (HOOLEY; PIERCY; NICOLAUD, 2011).

Quadro 22 - Preço de venda.

| PREÇO DE VENDA |                                  |         |                |
|----------------|----------------------------------|---------|----------------|
|                | PRODUTOS                         | UNIDADE | VALOR UNITÁRIO |
| 1              | CIMENTO MIZU CP II E 32 RS 50KG  | UND     | R\$ 28,00      |
| 2              | VERGALHÃO CA-50 10.0MM (3/8) 12M | UND     | R\$ 65,00      |
| 3              | ARAME RECOZIDO TORCIDO Nº18      | KG      | R\$ 16,00      |

|   |                           |     |           |
|---|---------------------------|-----|-----------|
| 4 | PÓ DE PEDRA GOLFINHO 40KG | UND | R\$ 14,00 |
|---|---------------------------|-----|-----------|

Fonte: Criado pela autora, 2020.

### 5.3.3 Estratégias promocionais

A Nogueira Construções almeja se tornar uma empresa moderna e prática, a fim de atrair o público-alvo, fidelizar clientes e expandir sua participação no mercado. Pensando na comodidade para os consumidores, a organização irá trabalhar com atendimentos por ligação e via WhatsApp. Muitos dos clientes trabalham no horário comercial, impossibilitando-os de comparecer presencialmente na loja, oferecer o atendimento remoto é um enorme diferencial para o setor no município.

Pensando nisso, é de suma importância que as redes sociais estejam bem administradas, pois pode se tornar o único ponto de venda para alguns clientes. A Nogueira Construções optou por contratar a Ato Comunicação, empresa de marketing para negócios, para criar a identidade visual e gerir o marketing da empresa, criando conteúdos informativos, interativos e promocionais semanalmente.

A empresa pretende fazer a veiculação da sua inauguração e dos seus primeiros três meses por meio de outdoor e rádio. No município, é bastante comum a sintonia do rádio FM, principalmente no período da manhã. O marketing cooperado também é uma estratégia que a empresa vai adotar, parcerias com engenheiros civis, serralheiros, ferreiros, além de influenciadores digitais da região para a divulgação dos meios sociais da loja.

Outra estratégia é o encarte promocional, que será disponibilizado nos meios digitais e físico, o encarte será baseado em um tema promocional, onde será selecionado alguns produtos com descontos ou brindes de acordo com a data escolhida. O encarte poderá ser parcialmente patrocinado pelos fornecedores participantes da promoção, reduzindo assim os custos na sua confecção.

A logomarca é a representação gráfica de uma empresa ou marca, é sua primeira apresentação aos consumidores, determinar a identidade visual do seu negócio facilita o seu reconhecimento. Na medida em que a marca cresce, a logomarca se torna mais familiar para a clientela, essa familiaridade passa a sensação de acessibilidade e confiança.

Figura 4 – Processo de criação da logomarca



Fonte: Ato comunicação, 2020.

A logomarca final é apresentada na figura a seguir.

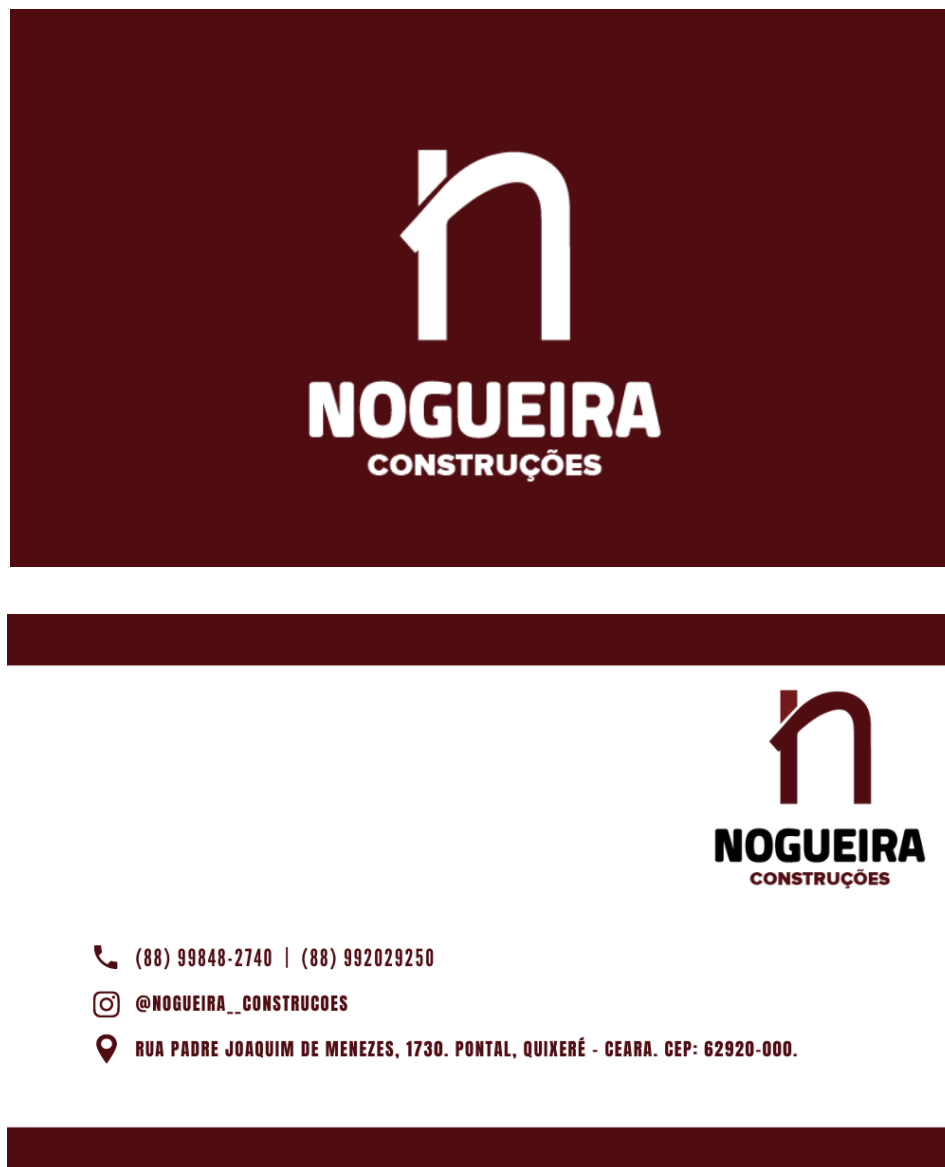
Figura 4.1 - Logomarca da empresa



Fonte: Ato comunicação, 2020.

O cartão de visita é indispensável no mundo dos negócios, ele passa a impressão de como é a sua organização. O cartão de visita deve ser o mais limpo possível, contendo informações como logomarca, endereço e as formas de contato.

Figura 5 - Cartão de visita



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 6 – Fardamento



Fonte: Ato comunicação, 2020.

A Nogueira Construções estará presente em redes sociais como Facebook e Instagram criando conteúdos e divulgando seus produtos, buscando o maior engajamento possível.

Figura 7 - Perfil da empresa no Instagram

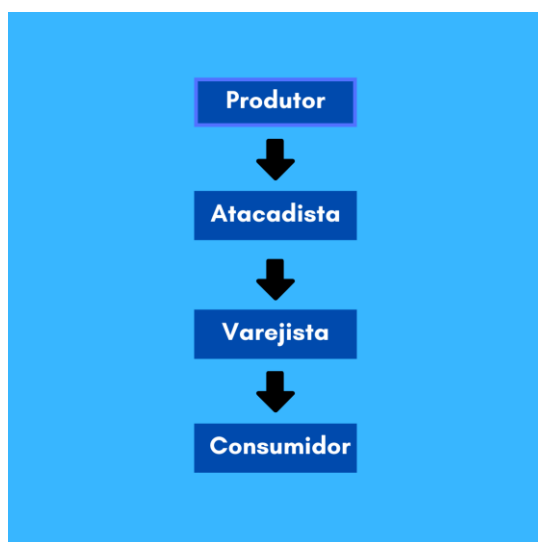


Fonte: Foto/Instagram.

### 5.3.4 Estrutura de comercialização

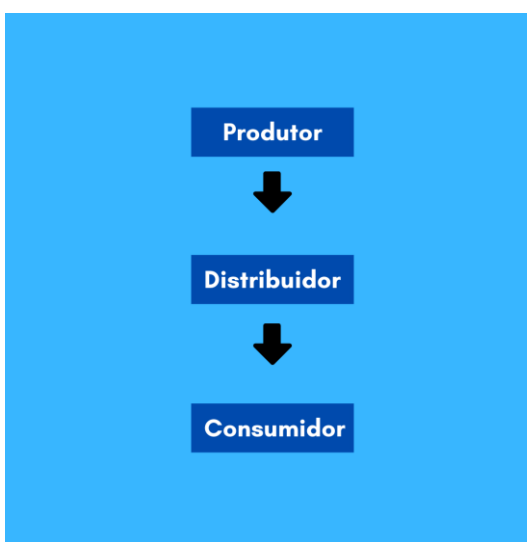
A estratégia de comercialização e distribuição diz respeito a forma que os produtos serão fisicamente entregues ao cliente. A comercialização dos produtos da Nogueira Construções será feita, em sua maior parte, através da venda direta por meio de vendedores internos, a própria empresa (varejista) fica responsável de levar o produto até o consumidor final, como pode ser observado na figura 8. Nos primeiros 12 meses, a empresa contemplará a entrega para um número reduzido de bairros, mas pretende expandir sua capacidade de distribuição nos próximos 18 meses. Existem alguns produtos que poderão ser entregues ao consumidor final diretamente pelo distribuidor, como por exemplo: tijolos, telhas e lajotas que são comercializados em pallets e são descarregados pelo distribuidor no destino final, como apresentado na figura 8.1.

**Figura 8** - Venda direta.



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

**Figura 8.1** - Venda indireta



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

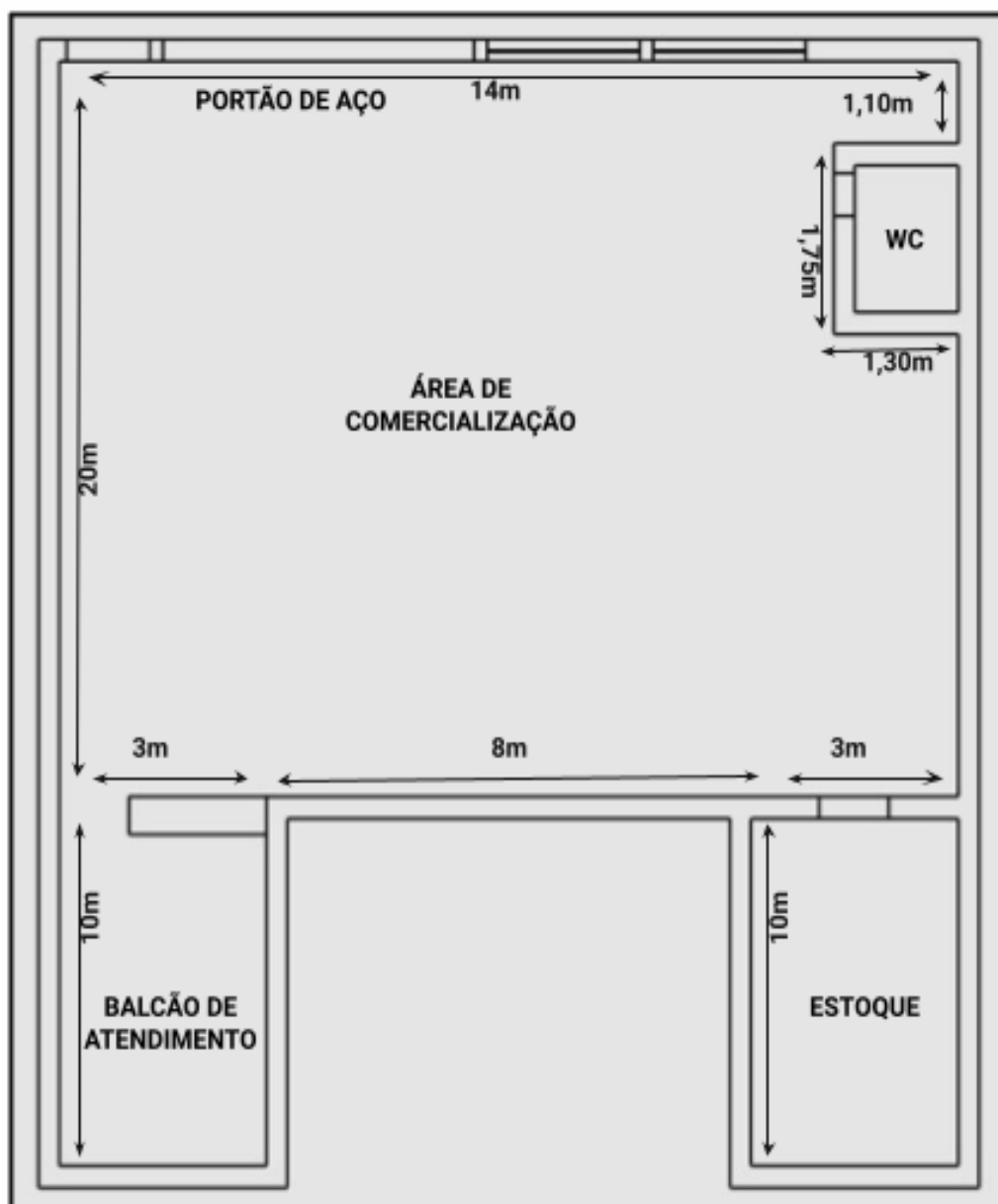
### 5.3.5 Localização do negócio

A Nogueira Construções é localizada na rua Padre Joaquim de Menezes, nº 1730, no bairro Pontal em Quixeré-CE, a loja fica a 450 km do centro comercial da cidade. Entretanto, o acesso é bastante fácil e fica bem próximo à entrada da cidade.

## 5.4 PLANO OPERACIONAL

### 5.4.1 Layout

Figura 9 - Planta Baixa da Nogueira Construções



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

### 5.4.2 Estrutura funcional

Apresenta-se seguir a síntese das principais funções a serem desempenhadas por cada um dos colaboradores.

Quadro 23 - Estrutura funcional da empresa

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Cargo: Administrador</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| CBO: 2521-05.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Funções: Planejam, organizam, controlam, dirigem e assessoram a organização nas áreas de recursos humanos, marketing, informações, financeira, operacional entre outras. Implementam programas e processos e elaborar o planejamento organizacional.                                                                                                                                                                                         |
| Pró-labore: R\$2.000,00.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Cargo: Atendente comercial</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| CBO: 5211-10.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Funções: Vende mercadorias dentro do estabelecimento, auxiliando os clientes na escolha, controla entrada e saída de mercadorias, promovem a venda de mercadorias, informam sobre suas características e vantagens de aquisição, expõem mercadorias de forma atrativa com etiquetas de preço, abastece os pontos de venda, gôndolas e balcões e atendem clientes nas lojas. Faz inventário e mercadoria para reposição e pesquisas de preço. |
| Pró-labore: R\$ 3.000,00.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Cargo: Entregador</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| CBO: 7823-05.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Funções: Dirigem e manobram veículos e transportam pessoas, cargas ou valores. realizam verificações e manutenções básicas do veículo e utilizam equipamentos, efetuam pagamentos e recebimentos e, no desempenho das atividades, utilizam-se de capacidades comunicativas, trabalham seguindo normas de segurança, higiene, qualidade e proteção ao meio ambiente.                                                                          |
| Salário: R\$ 1.200,00.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Cargo: Auxiliar de limpeza</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| CBO: 5143-20.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Funções: Responsável por fazer a limpeza de todo salão de vendas, produtos e banheiros. Preparar café, lavar e organizar os materiais de limpeza, seguindo normas de segurança, higiene, qualidade e proteção ao meio ambiente.                                                                                                                                                                                                              |



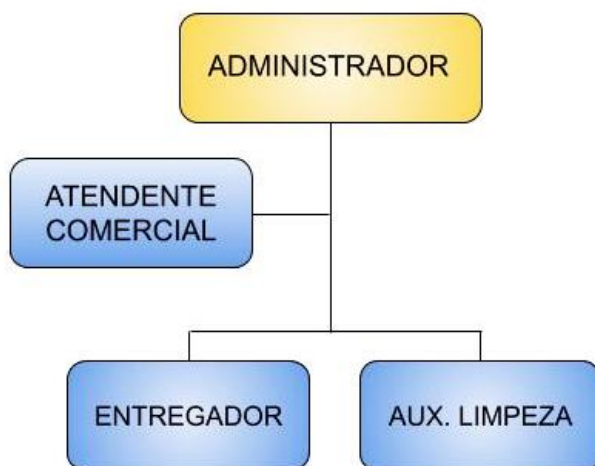
|                                        |
|----------------------------------------|
| Salário: R\$ 650,00 (meio expediente). |
|----------------------------------------|

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

### 5.4.3 Organograma

No início de suas atividades, a Nogueira Construções contará com uma estrutura funcional bastante reduzida e simplificada a fim de reduzir os custos com mão de obra. Os sócios irão desempenhar a maioria das atividades da empresa, ficando o atendente comercial responsável pelo atendimento, abastecimento e entregas de mercadorias, enquanto a administradora fica à frente do caixa, do atendimento remoto, do gerenciamento de redes sociais além do controle e compra dos produtos. No ano 1, a empresa contará com 4 funcionários, uma administradora (sócia), um atendente comercial (sócio), um entregador e uma auxiliar de limpeza. No ano 2, devido a estimativa de aumento na demanda, a Nogueira Construções contará com 6 funcionários, contratando um outro entregador e um vendedor interno. Já no ano 2, a empresa pretende contar com um quadro de 8 funcionários, contratando mais um entregador e outro vendedor interno. O organograma vertical a seguir demonstra a hierarquia da empresa.

Figura 10 - Organograma da empresa



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

## 5.5 PLANO FINANCEIRO

### 5.5.1 Orçamento de investimento

Quadro 24 - Estimativa dos investimentos fixos

| DESCRIÇÃO               | TOTAL (R\$)          |
|-------------------------|----------------------|
| MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS | R\$ 4.280,88         |
| MÓVEIS                  | R\$ 5.505,00         |
| VEÍCULOS                | R\$ 46.000,00        |
| <b>TOTAL</b>            | <b>R\$ 55.785,88</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 25 - Estimativas de custos fixos operacionais mensais

| CUSTO FIXO            |                     |
|-----------------------|---------------------|
| DESCRIÇÃO             | CUSTO MENSAL (R\$)  |
| ALUGUEL               | R\$ 300,00          |
| IPTU R\$ 85,05 (A.A.) | R\$ 7,09            |
| ÁGUA                  | R\$ 35,00           |
| ENERGIA ELÉTRICA      | R\$ 120,00          |
| TELEFONE              | R\$ 60,00           |
| INTERNET              | R\$ 60,00           |
| HONORÁRIOS CONTADOR   | R\$ 261,00          |
| SISTEMA PDV           | R\$ 450,00          |
| TAXA BANCÁRIA         | R\$ 54,95           |
| SERVIÇO DE TERCEIROS  | R\$ 50,00           |
| OUTRAS DESPESAS       | R\$ 135,00          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>R\$ 1.533,04</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 26 - Estimativas de custos variáveis

| CUSTO VARIÁVEL         |                    |
|------------------------|--------------------|
| DESCRIÇÃO              | CUSTO MENSAL (R\$) |
| COMBUSTÍVEL            | R\$ 400,00         |
| MATERIAL DE EXPEDIENTE | R\$ 10,00          |
| MATERIAL DE LIMPEZA    | R\$ 10,00          |

|              |                   |
|--------------|-------------------|
| <b>TOTAL</b> | <b>R\$ 420,00</b> |
|--------------|-------------------|

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A projeção dos custos com a mão de obra foi obtida por meio valores adotados na região e estão de acordo com o salário mínimo vigente. Para os próximos anos, a porcentagem de encargos sociais e trabalhistas foi estimada com base no aumento praticado nos anos anteriores.

Quadro 27 - Estimativa dos custos com mão de obra ano 1

| ANO 1               |          |                     |                                        |                        |                     |
|---------------------|----------|---------------------|----------------------------------------|------------------------|---------------------|
| FUNÇÃO              | QTD.     | SALÁRIO MENSAL      | (%) DE ENCARGOS SOCIAIS E TRABALHISTAS | ENCARGOS SOCIAIS (R\$) | TOTAL (R\$)         |
| ADMINISTRADOR       | 1        | R\$ 2.000,00        | 11%                                    | R\$ 220,00             | R\$ 2.220,00        |
| ATENDENTE COMERCIAL | 1        | R\$ 3.000,00        | 11%                                    | R\$ 330,00             | R\$ 3.330,00        |
| ENTREGADOR          | 1        | R\$ 1.200,00        | 38,82%                                 | R\$ 465,84             | R\$ 1.665,84        |
| AUXILIAR DE LIMPEZA | 1        | R\$ 650,00          | 38,82%                                 | R\$ 252,33             | R\$ 902,33          |
| <b>TOTAL</b>        | <b>4</b> | <b>R\$ 6.850,00</b> | <b>-</b>                               | <b>R\$ 1.268,17</b>    | <b>R\$ 8.118,17</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 28 - Estimativa dos custos com mão de obra ano 2

| ANO 2               |          |                     |                                        |                        |                      |
|---------------------|----------|---------------------|----------------------------------------|------------------------|----------------------|
| FUNÇÃO              | QTD.     | SALÁRIO MENSAL      | (%) DE ENCARGOS SOCIAIS E TRABALHISTAS | ENCARGOS SOCIAIS (R\$) | TOTAL (R\$)          |
| ADMINISTRADOR       | 1        | R\$ 2.300,00        | 11%                                    | R\$ 253,00             | R\$ 2.553,00         |
| ATENDENTE COMERCIAL | 1        | R\$ 3.300,00        | 11%                                    | R\$ 363,00             | R\$ 3.663,00         |
| VENDEDOR INTERNO    | 1        | R\$ 1.200,00        | 39,73%                                 | R\$ 476,76             | R\$ 1.676,76         |
| ENTREGADOR          | 2        | R\$ 1.300,00        | 39,73%                                 | R\$ 516,49             | R\$ 3.632,98         |
| AUXILIAR DE LIMPEZA | 1        | R\$ 700,00          | 39,73%                                 | R\$ 278,11             | R\$ 978,11           |
| <b>TOTAL</b>        | <b>6</b> | <b>R\$ 8.800,00</b> | <b>-</b>                               | <b>R\$ 1.887,36</b>    | <b>R\$ 12.503,85</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 29 - Estimativa dos custos com mão de obra ano 3

| ANO 3               |          |                     |                                        |                        |                      |
|---------------------|----------|---------------------|----------------------------------------|------------------------|----------------------|
| FUNÇÃO              | QTD.     | SALÁRIO MENSAL      | (%) DE ENCARGOS SOCIAIS E TRABALHISTAS | ENCARGOS SOCIAIS (R\$) | TOTAL (R\$)          |
| ADMINISTRADOR       | 1        | R\$ 2.500,00        | 11%                                    | R\$ 275,00             | R\$ 2.775,00         |
| ATENDENTE COMERCIAL | 1        | R\$ 3.500,00        | 11%                                    | R\$ 385,00             | R\$ 3.885,00         |
| ATENDENTE INTERNO   | 2        | R\$ 1.250,00        | 40,64%                                 | R\$ 508,00             | R\$ 3.516,00         |
| ENTREGADOR          | 3        | R\$ 1.350,00        | 40,64%                                 | R\$ 548,64             | R\$ 5.695,92         |
| AUXILIAR DE LIMPEZA | 1        | R\$ 750,00          | 40,64%                                 | R\$ 304,80             | R\$ 1.054,80         |
| <b>TOTAL</b>        | <b>8</b> | <b>R\$ 9.350,00</b> | <b>-</b>                               | <b>R\$ 2.021,44</b>    | <b>R\$ 16.926,72</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

### 5.5.2 Estimativa de vendas

Para elaborar a projeção de vendas, foi projetado um aumento de vendas baseado em dados de crescimento do setor e de uma MEI existente de mesmo segmento e região, os parâmetros de aumento mensal estão dispostos no **quadro 30**.

Quadro 30 - Projeção de vendas ano 1

| ESTIMATIVA DE VENDAS |               |               |                |                |                |                |                |                |                |                |
|----------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ANO 1                | MARÇO         | ABRIL         | MAIO           | JUNHO          | JULHO          | AGOSTO         | SETEMBRO       | OUTUBRO        | NOVEMBRO       | DEZEMBRO       |
| ARAME SIMPLES        | R\$ 350,00    | R\$ 385,00    | R\$ 442,75     | R\$ 518,02     | R\$ 621,62     | R\$ 714,86     | R\$ 772,05     | R\$ 802,94     | R\$ 810,96     | R\$ 815,02     |
| ARAME TORCIDO        | R\$ 800,00    | R\$ 880,00    | R\$ 1.012,00   | R\$ 1.184,04   | R\$ 1.420,85   | R\$ 1.633,98   | R\$ 1.764,69   | R\$ 1.835,28   | R\$ 1.853,63   | R\$ 1.862,90   |
| ARGAMASSA            | R\$ 1.500,00  | R\$ 1.650,00  | R\$ 1.897,50   | R\$ 2.220,08   | R\$ 2.664,09   | R\$ 3.063,70   | R\$ 3.308,80   | R\$ 3.441,15   | R\$ 3.475,56   | R\$ 3.492,94   |
| CIMENTO              | R\$ 31.360,00 | R\$ 34.496,00 | R\$ 39.670,40  | R\$ 46.414,37  | R\$ 55.697,24  | R\$ 64.051,83  | R\$ 69.175,97  | R\$ 71.943,01  | R\$ 72.662,44  | R\$ 73.025,76  |
| DISCOS DE CORTE      | R\$ 105,00    | R\$ 115,50    | R\$ 132,83     | R\$ 155,41     | R\$ 186,49     | R\$ 214,46     | R\$ 231,62     | R\$ 240,88     | R\$ 243,29     | R\$ 244,51     |
| ELETRODOS            | R\$ 65,00     | R\$ 71,50     | R\$ 82,23      | R\$ 96,20      | R\$ 115,44     | R\$ 132,76     | R\$ 143,38     | R\$ 149,12     | R\$ 150,61     | R\$ 151,36     |
| PÓ DE PEDRA          | R\$ 9.240,00  | R\$ 10.164,00 | R\$ 11.688,60  | R\$ 13.675,66  | R\$ 16.410,79  | R\$ 18.872,41  | R\$ 20.382,21  | R\$ 21.197,49  | R\$ 21.409,47  | R\$ 21.516,52  |
| TRELIÇA PESADA       | R\$ 10.000,00 | R\$ 11.000,00 | R\$ 12.650,00  | R\$ 14.800,50  | R\$ 17.760,60  | R\$ 20.424,69  | R\$ 22.058,67  | R\$ 22.941,01  | R\$ 23.170,42  | R\$ 23.286,27  |
| TRELIÇA REFORC.      | R\$ 6.000,00  | R\$ 6.600,00  | R\$ 7.590,00   | R\$ 8.880,30   | R\$ 10.656,36  | R\$ 12.254,81  | R\$ 13.235,20  | R\$ 13.764,61  | R\$ 13.902,25  | R\$ 13.971,76  |
| VARA F. 3/8          | R\$ 19.500,00 | R\$ 21.450,00 | R\$ 24.667,50  | R\$ 28.860,98  | R\$ 34.633,17  | R\$ 39.828,15  | R\$ 43.014,40  | R\$ 44.734,97  | R\$ 45.182,32  | R\$ 45.408,23  |
| VARA F. 4.2          | R\$ 1.700,00  | R\$ 1.870,00  | R\$ 2.150,50   | R\$ 2.516,09   | R\$ 3.019,30   | R\$ 3.472,20   | R\$ 3.749,97   | R\$ 3.899,97   | R\$ 3.938,97   | R\$ 3.958,67   |
| VARA F. 5/16         | R\$ 5.500,00  | R\$ 6.050,00  | R\$ 6.957,50   | R\$ 8.140,28   | R\$ 9.768,33   | R\$ 11.233,58  | R\$ 12.132,27  | R\$ 12.617,56  | R\$ 12.743,73  | R\$ 12.807,45  |
| VARA F. 5MM          | R\$ 1.250,00  | R\$ 1.375,00  | R\$ 1.581,25   | R\$ 1.850,06   | R\$ 2.220,08   | R\$ 2.553,09   | R\$ 2.757,33   | R\$ 2.867,63   | R\$ 2.896,30   | R\$ 2.910,78   |
| TOTAL                | R\$ 87.370,00 | R\$ 96.107,00 | R\$ 110.523,05 | R\$ 129.311,97 | R\$ 155.174,36 | R\$ 178.450,52 | R\$ 192.726,56 | R\$ 200.435,62 | R\$ 202.439,98 | R\$ 203.452,18 |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 31 - Projeção de vendas ano 2

| ESTIMATIVA DE VENDAS |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ANO 2                | JANEIRO        | FEVEREIRO      | MARÇO          | ABRIL          | MAIO           | JUNHO          | JULHO          | AGOSTO         | SETEMBRO       | OUTUBRO        | NOVEMBRO       | DEZEMBRO       |
| ARAME SIMPLES        | R\$ 839,47     | R\$ 852,06     | R\$ 869,10     | R\$ 921,25     | R\$ 990,34     | R\$ 1.039,86   | R\$ 1.133,45   | R\$ 1.190,12   | R\$ 1.237,73   | R\$ 1.256,29   | R\$ 1.268,85   | R\$ 1.275,20   |
| ARAME TORCIDO        | R\$ 1.918,79   | R\$ 1.947,57   | R\$ 1.986,52   | R\$ 2.105,71   | R\$ 2.263,64   | R\$ 2.376,82   | R\$ 2.590,74   | R\$ 2.720,28   | R\$ 2.829,09   | R\$ 2.871,52   | R\$ 2.900,24   | R\$ 2.914,74   |
| ARGAMASSA            | R\$ 3.597,73   | R\$ 3.651,70   | R\$ 3.724,73   | R\$ 3.948,21   | R\$ 4.244,33   | R\$ 4.456,55   | R\$ 4.857,63   | R\$ 5.100,52   | R\$ 5.304,54   | R\$ 5.384,10   | R\$ 5.437,95   | R\$ 5.465,14   |
| CIMENTO              | R\$ 75.216,53  | R\$ 76.344,78  | R\$ 77.871,67  | R\$ 82.543,97  | R\$ 88.734,77  | R\$ 93.171,51  | R\$ 101.556,94 | R\$ 106.634,79 | R\$ 110.900,18 | R\$ 112.563,69 | R\$ 113.689,32 | R\$ 114.257,77 |
| DISCOS DE CORTE      | R\$ 251,84     | R\$ 255,62     | R\$ 260,73     | R\$ 276,37     | R\$ 297,10     | R\$ 311,96     | R\$ 340,03     | R\$ 357,04     | R\$ 371,32     | R\$ 376,89     | R\$ 380,66     | R\$ 382,56     |
| ELETRODOS            | R\$ 155,90     | R\$ 158,24     | R\$ 161,40     | R\$ 171,09     | R\$ 183,92     | R\$ 193,12     | R\$ 210,50     | R\$ 221,02     | R\$ 229,86     | R\$ 233,31     | R\$ 235,64     | R\$ 236,82     |
| PÓ DE PEDRA          | R\$ 22.162,01  | R\$ 22.494,44  | R\$ 22.944,33  | R\$ 24.320,99  | R\$ 26.145,07  | R\$ 27.452,32  | R\$ 29.923,03  | R\$ 31.419,18  | R\$ 32.675,95  | R\$ 33.166,09  | R\$ 33.497,75  | R\$ 33.665,24  |
| TRELIÇA PESADA       | R\$ 23.984,86  | R\$ 24.344,64  | R\$ 24.831,53  | R\$ 26.321,42  | R\$ 28.295,53  | R\$ 29.710,30  | R\$ 32.384,23  | R\$ 34.003,44  | R\$ 35.363,58  | R\$ 35.894,03  | R\$ 36.252,97  | R\$ 36.434,24  |
| TRELIÇA REFORC.      | R\$ 14.390,92  | R\$ 14.606,78  | R\$ 14.898,92  | R\$ 15.792,85  | R\$ 16.977,32  | R\$ 17.826,18  | R\$ 19.430,54  | R\$ 20.402,06  | R\$ 21.218,15  | R\$ 21.536,42  | R\$ 21.751,78  | R\$ 21.860,54  |
| VARA F. 3/8          | R\$ 46.770,48  | R\$ 47.472,04  | R\$ 48.421,48  | R\$ 51.326,77  | R\$ 55.176,28  | R\$ 57.935,09  | R\$ 63.149,25  | R\$ 66.306,71  | R\$ 68.958,98  | R\$ 69.993,36  | R\$ 70.693,30  | R\$ 71.046,76  |
| VARA F. 4.2          | R\$ 4.077,43   | R\$ 4.138,59   | R\$ 4.221,36   | R\$ 4.474,64   | R\$ 4.810,24   | R\$ 5.050,75   | R\$ 5.505,32   | R\$ 5.780,58   | R\$ 6.011,81   | R\$ 6.101,99   | R\$ 6.163,01   | R\$ 6.193,82   |
| VARA F. 5/16         | R\$ 13.191,67  | R\$ 13.389,55  | R\$ 13.657,34  | R\$ 14.476,78  | R\$ 15.562,54  | R\$ 16.340,67  | R\$ 17.811,33  | R\$ 18.701,89  | R\$ 19.449,97  | R\$ 19.741,72  | R\$ 19.939,13  | R\$ 20.038,83  |
| VARA F. 5MM          | R\$ 2.998,11   | R\$ 3.043,08   | R\$ 3.103,94   | R\$ 3.290,18   | R\$ 3.536,94   | R\$ 3.713,79   | R\$ 4.048,03   | R\$ 4.250,43   | R\$ 4.420,45   | R\$ 4.486,75   | R\$ 4.531,62   | R\$ 4.554,28   |
| TOTAL                | R\$ 209.555,74 | R\$ 212.699,08 | R\$ 216.953,06 | R\$ 229.970,24 | R\$ 247.218,01 | R\$ 259.578,91 | R\$ 282.941,01 | R\$ 297.088,06 | R\$ 308.971,59 | R\$ 313.606,16 | R\$ 316.742,22 | R\$ 318.325,93 |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 32 - Projeção de vendas ano 3

| ESTIMATIVA DE VENDAS |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ANO 3                | JANEIRO        | FEVEREIRO      | MARÇO          | ABRIL          | MAIO           | JUNHO          | JULHO          | AGOSTO         | SETEMBRO       | OUTUBRO        | NOVEMBRO       | DEZEMBRO       |
| ARAME SIMPLES        | R\$ 1.313,45   | R\$ 1.333,16   | R\$ 1.359,82   | R\$ 1.400,61   | R\$ 1.442,63   | R\$ 1.514,76   | R\$ 1.666,24   | R\$ 1.716,23   | R\$ 1.741,97   | R\$ 1.776,81   | R\$ 1.803,46   | R\$ 1.821,50   |
| ARAME TORCIDO        | R\$ 3.002,18   | R\$ 3.047,21   | R\$ 3.108,16   | R\$ 3.201,40   | R\$ 3.297,45   | R\$ 3.462,32   | R\$ 3.808,55   | R\$ 3.922,81   | R\$ 3.981,65   | R\$ 4.061,28   | R\$ 4.122,20   | R\$ 4.163,42   |
| ARGAMASSA            | R\$ 5.629,09   | R\$ 5.713,53   | R\$ 5.827,80   | R\$ 6.002,63   | R\$ 6.182,71   | R\$ 6.491,84   | R\$ 7.141,03   | R\$ 7.355,26   | R\$ 7.465,59   | R\$ 7.614,90   | R\$ 7.729,12   | R\$ 7.806,42   |
| CIMENTO              | R\$ 117.685,50 | R\$ 119.450,78 | R\$ 121.839,80 | R\$ 125.494,99 | R\$ 129.259,84 | R\$ 135.722,84 | R\$ 149.295,12 | R\$ 153.773,97 | R\$ 156.080,58 | R\$ 159.202,19 | R\$ 161.590,23 | R\$ 163.206,13 |
| DISCOS DE CORTE      | R\$ 394,04     | R\$ 399,95     | R\$ 407,95     | R\$ 420,18     | R\$ 432,79     | R\$ 454,43     | R\$ 499,87     | R\$ 514,87     | R\$ 522,59     | R\$ 533,04     | R\$ 541,04     | R\$ 546,45     |
| ELETRODOS            | R\$ 243,93     | R\$ 247,59     | R\$ 252,54     | R\$ 260,11     | R\$ 267,92     | R\$ 281,31     | R\$ 309,44     | R\$ 318,73     | R\$ 323,51     | R\$ 329,98     | R\$ 334,93     | R\$ 338,28     |
| PÓ DE PEDRA          | R\$ 34.675,19  | R\$ 35.195,32  | R\$ 35.899,23  | R\$ 36.976,20  | R\$ 38.085,49  | R\$ 39.989,76  | R\$ 43.988,74  | R\$ 45.308,40  | R\$ 45.988,03  | R\$ 46.907,79  | R\$ 47.611,41  | R\$ 48.087,52  |
| TRELIÇA PESADA       | R\$ 37.527,26  | R\$ 38.090,17  | R\$ 38.851,98  | R\$ 40.017,54  | R\$ 41.218,06  | R\$ 43.278,97  | R\$ 47.606,86  | R\$ 49.035,07  | R\$ 49.770,59  | R\$ 50.766,01  | R\$ 51.527,50  | R\$ 52.042,77  |
| TRELIÇA REFORC.      | R\$ 22.516,36  | R\$ 22.854,10  | R\$ 23.311,19  | R\$ 24.010,52  | R\$ 24.730,84  | R\$ 25.967,38  | R\$ 28.564,12  | R\$ 29.421,04  | R\$ 29.862,36  | R\$ 30.459,60  | R\$ 30.916,50  | R\$ 31.225,66  |
| VARA F. 3/8          | R\$ 73.178,17  | R\$ 74.275,84  | R\$ 75.761,36  | R\$ 78.034,20  | R\$ 80.375,22  | R\$ 84.393,98  | R\$ 92.833,38  | R\$ 95.618,38  | R\$ 97.052,66  | R\$ 98.993,71  | R\$ 100.478,62 | R\$ 101.483,40 |
| VARA F. 4.2          | R\$ 6.379,63   | R\$ 6.475,33   | R\$ 6.604,84   | R\$ 6.802,98   | R\$ 7.007,07   | R\$ 7.357,42   | R\$ 8.093,17   | R\$ 8.335,96   | R\$ 8.461,00   | R\$ 8.630,22   | R\$ 8.759,67   | R\$ 8.847,27   |
| VARA F. 5/16         | R\$ 20.640,00  | R\$ 20.949,60  | R\$ 21.368,59  | R\$ 22.009,65  | R\$ 22.669,93  | R\$ 23.803,43  | R\$ 26.183,77  | R\$ 26.969,29  | R\$ 27.373,83  | R\$ 27.921,30  | R\$ 28.340,12  | R\$ 28.623,52  |
| VARA F. 5MM          | R\$ 4.690,91   | R\$ 4.761,27   | R\$ 4.856,50   | R\$ 5.002,19   | R\$ 5.152,26   | R\$ 5.409,87   | R\$ 5.950,86   | R\$ 6.129,38   | R\$ 6.221,32   | R\$ 6.345,75   | R\$ 6.440,94   | R\$ 6.505,35   |
| TOTAL                | R\$ 327.875,71 | R\$ 332.793,85 | R\$ 339.449,72 | R\$ 349.633,22 | R\$ 360.122,21 | R\$ 378.128,32 | R\$ 415.941,16 | R\$ 428.419,39 | R\$ 434.845,68 | R\$ 443.542,59 | R\$ 450.195,73 | R\$ 454.697,69 |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Para facilitar a visualização e comparação, o **quadro 33** apresenta um resumo anual de vendas durante o horizonte de 3 anos.

Quadro 33 - Resumo anual de vendas

| RESUMO DA PROJEÇÃO DE VENDAS ANUAIS |                  |                  |                  |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|
|                                     | ANO 1            | ANO 2            | ANO 3            |
| JANEIRO                             | -                | R\$ 209.555,74   | R\$ 327.875,71   |
| FEVEREIRO                           | -                | R\$ 212.699,08   | R\$ 332.793,85   |
| MARÇO                               | R\$ 87.370,00    | R\$ 216.953,06   | R\$ 339.449,72   |
| ABRIL                               | R\$ 96.107,00    | R\$ 229.970,24   | R\$ 349.633,22   |
| MAIO                                | R\$ 110.523,05   | R\$ 247.218,01   | R\$ 360.122,21   |
| JUNHO                               | R\$ 129.311,97   | R\$ 259.578,91   | R\$ 378.128,32   |
| JULHO                               | R\$ 155.174,36   | R\$ 282.941,01   | R\$ 415.941,16   |
| AGOSTO                              | R\$ 178.450,52   | R\$ 297.088,06   | R\$ 428.419,39   |
| SETEMBRO                            | R\$ 192.726,56   | R\$ 308.971,59   | R\$ 434.845,68   |
| OUTUBRO                             | R\$ 200.435,62   | R\$ 313.606,16   | R\$ 443.542,59   |
| NOVEMBRO                            | R\$ 202.439,98   | R\$ 316.742,22   | R\$ 450.195,73   |
| DEZEMBRO                            | R\$ 203.452,18   | R\$ 318.325,93   | R\$ 454.697,69   |
| TOTAL                               | R\$ 1.555.991,23 | R\$ 3.213.650,02 | R\$ 4.715.645,28 |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 34 - Parâmetros de vendas

| PARÂMETROS DE AUMENTO MENSAL |       |       |       |
|------------------------------|-------|-------|-------|
|                              | ANO 1 | ANO 2 | ANO 3 |
| JANEIRO                      | -     | 3%    | 3%    |
| FEVEREIRO                    | -     | 1,5%  | 1,5%  |
| MARÇO                        | -     | 1,5%  | 1,5%  |
| ABRIL                        | 10%   | 2,0%  | 2,0%  |
| MAIO                         | 15%   | 7,5%  | 3,0%  |
| JUNHO                        | 17%   | 5,0%  | 5,0%  |
| JULHO                        | 20%   | 9,0%  | 10,0% |
| AGOSTO                       | 15%   | 5,0%  | 3,0%  |
| SETEMBRO                     | 8%    | 4,0%  | 1,5%  |
| OUTUBRO                      | 4%    | 1,5%  | 2,0%  |
| NOVEMBRO                     | 1%    | 1,0%  | 1,5%  |



|          |      |      |      |
|----------|------|------|------|
| DEZEMBRO | 0,5% | 0,5% | 1,0% |
|----------|------|------|------|

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Através dos resultados obtidos com a estimativa de vendas nos três períodos é possível observar que no ano 2 a empresa poderá dobrar suas vendas, 106,53% em comparação ao período inicial, é importante lembrar que o ano 1 conta com 10 meses de atividade, esse aumento de mais de 100% é justificado pela grande demanda, principalmente no que se refere a ferragens pois os preços praticados na cidade são abusivos. Após esse período de 10 meses, a empresa consegue criar uma cartela mais consolidada de clientes além da divulgação boca a boca que é a mais efetiva em uma cidade pequena como Quixeré. Para o ano 2 a estimativa de crescimento é de 46,73%, um aumento significativo e positivo, acredita-se que nesse período ocorrerá o ingresso de novos concorrentes diretos na cidade.

Quadro 35 - Projeção de vendas para os próximos períodos

| AUMENTO ANUAL | R\$              | %       |
|---------------|------------------|---------|
| ANO 1         | R\$ 1.555.991,23 | -       |
| ANO 2         | R\$ 3.213.650,02 | 106,53% |
| ANO 3         | R\$ 4.715.645,28 | 46,73%  |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

### 5.5.3 Orçamento de estoque

Para o início de suas atividades a Nogueira Construções fará um investimento de R\$ 69.491,40 para aquisição de 3000 itens de comercialização. Os produtos, quantidades e valores de compra estão descritos no **quadro 36**.

Quadro 36 - Estimativa do estoque inicial

| ESTOQUE INICIAL |      |            |               |
|-----------------|------|------------|---------------|
| DESCRIÇÃO       | QNT. | VALOR UNT. | VALOR TOTAL   |
| ARAME SIMPLES   | 25   | R\$ 11,76  | R\$ 294,00    |
| ARAME TORCIDO   | 50   | R\$ 12,88  | R\$ 644,00    |
| ARGAMASSA       | 150  | R\$ 6,50   | R\$ 975,00    |
| CIMENTO         | 1120 | R\$ 23,92  | R\$ 26.790,40 |
| DISCOS DE CORTE | 15   | R\$ 4,00   | R\$ 60,00     |

|                    |             |                   |                      |
|--------------------|-------------|-------------------|----------------------|
| ELETRODOS          | 130         | R\$ 0,20          | R\$ 26,00            |
| PÓ DE PEDRA        | 660         | R\$ 7,50          | R\$ 4.950,00         |
| TRELIÇA PESADA     | 200         | R\$ 40,57         | R\$ 8.114,00         |
| TRELIÇA REFORÇADA  | 100         | R\$ 52,74         | R\$ 5.274,00         |
| VARA DE FERRO 3/8  | 300         | R\$ 54,50         | R\$ 16.350,00        |
| VARA DE FERRO 4.2  | 100         | R\$ 10,14         | R\$ 1.014,00         |
| VARA DE FERRO 5/16 | 100         | R\$ 40,50         | R\$ 4.050,00         |
| VARA DE FERRO 5MM  | 50          | R\$ 19,00         | R\$ 950,00           |
| <b>TOTAL</b>       | <b>3000</b> | <b>R\$ 284,21</b> | <b>R\$ 69.491,40</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

#### 5.5.4 Estimativa de fluxo de caixa

A projeção do fluxo de caixa é uma importante ferramenta para o controle financeiro, através dele é possível analisar se o saldo inicial do caixa acrescido as receitas em um determinado período, diminuído os desembolsos representam superávit ou escassez de recursos monetários. O fluxo de caixa é a base de dados para os indicadores de risco e de retorno do investimento, fundamentado nessa ferramenta iremos analisar a viabilidade do empreendimento.

Quadro 37 - Projeção do fluxo de caixa ano 1

|                              |                       |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|------------------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| SALDO INICIAL                | R\$ -                 | R\$ 108.470,89       | R\$ 107.330,53        | R\$ 108.261,72        | R\$ 111.628,24        | R\$ 118.437,67        | R\$ 127.519,09        | R\$ 137.314,92        | R\$ 147.346,87        | R\$ 156.831,12        |
| RECEBIMENTOS                 | 03/2021               | 04/2021              | 05/2021               | 06/2021               | 07/2021               | 08/2021               | 09/2021               | 10/2021               | 11/2021               | 12/2021               |
| INTEGRALIZAÇÃO DO CAPITAL    | R\$ 155.000,00        | -                    | -                     | -                     | -                     | -                     | -                     | -                     | -                     | -                     |
| RECEBIMENTOS                 | R\$ 87.370,00         | R\$ 96.107,00        | R\$ 110.523,05        | R\$ 129.311,97        | R\$ 155.174,36        | R\$ 178.450,52        | R\$ 192.726,56        | R\$ 200.435,62        | R\$ 202.439,98        | R\$ 203.452,18        |
| <b>TOTAL DE RECEBIMENTOS</b> | <b>R\$ 242.370,00</b> | <b>R\$ 96.107,00</b> | <b>R\$ 110.523,05</b> | <b>R\$ 129.311,97</b> | <b>R\$ 155.174,36</b> | <b>R\$ 178.450,52</b> | <b>R\$ 192.726,56</b> | <b>R\$ 200.435,62</b> | <b>R\$ 202.439,98</b> | <b>R\$ 203.452,18</b> |
| PAGAMENTOS                   | 03/2021               | 04/2021              | 05/2021               | 06/2021               | 07/2021               | 08/2021               | 09/2021               | 10/2021               | 11/2021               | 12/2021               |
| INVESTIMENTO INICIAL         | R\$ 62.025,62         | -                    | -                     | -                     | -                     | -                     | -                     | -                     | -                     | -                     |
| CUSTO FIXO                   | R\$ 1.962,09          | R\$ 1.962,09         | R\$ 1.962,09          | R\$ 1.962,09          | R\$ 1.962,09          | R\$ 1.962,09          | R\$ 1.962,09          | R\$ 1.962,09          | R\$ 1.962,09          | R\$ 1.962,09          |
| CUSTO VARIÁVEL               | R\$ 420,00            | R\$ 462,00           | R\$ 550,00            | R\$ 643,50            | R\$ 772,20            | R\$ 888,03            | R\$ 959,07            | R\$ 997,44            | R\$ 1.260,00          | R\$ 1.266,30          |
| SALÁRIOS + PRÓ LABORE        | -                     | R\$ 6.850,00         | R\$ 6.850,00          | R\$ 6.850,00          | R\$ 6.850,00          | R\$ 6.850,00          | R\$ 6.850,00          | R\$ 6.850,00          | R\$ 6.850,00          | R\$ 6.850,00          |
| ENCARGOS SOCIAIS E TRAB.     | -                     | R\$ 1.268,17         | R\$ 1.268,17          | R\$ 1.268,17          | R\$ 1.268,17          | R\$ 1.268,17          | R\$ 1.268,17          | R\$ 1.268,17          | R\$ 1.268,17          | R\$ 1.268,17          |
| ESTOQUE / FORNECEDORES       | R\$ 69.491,40         | R\$ 76.440,54        | R\$ 87.906,62         | R\$ 102.850,75        | R\$ 123.420,90        | R\$ 141.934,03        | R\$ 153.288,75        | R\$ 159.420,30        | R\$ 161.014,51        | R\$ 161.819,58        |
| FINANCIAMENTO                | -                     | R\$ 2.179,34         | R\$ 2.161,24          | R\$ 2.143,14          | R\$ 2.125,04          | R\$ 2.106,94          | R\$ 2.088,84          | R\$ 2.070,75          | R\$ 2.052,65          | R\$ 2.034,55          |
| IMPOSTOS                     | -                     | R\$ 8.085,22         | R\$ 8.893,74          | R\$ 10.227,80         | R\$ 11.966,53         | R\$ 14.359,84         | R\$ 16.513,81         | R\$ 17.834,92         | R\$ 18.548,31         | R\$ 18.733,80         |
| <b>TOTAL DE PAGAMENTO</b>    | <b>R\$ 133.899,11</b> | <b>R\$ 97.247,36</b> | <b>R\$ 109.591,86</b> | <b>R\$ 125.945,45</b> | <b>R\$ 148.364,93</b> | <b>R\$ 169.369,10</b> | <b>R\$ 182.930,74</b> | <b>R\$ 190.403,66</b> | <b>R\$ 192.955,73</b> | <b>R\$ 193.934,48</b> |
| SALDO MÊS                    | R\$ 108.470,89        | R\$ 107.330,53       | R\$ 108.261,72        | R\$ 111.628,24        | R\$ 118.437,67        | R\$ 127.519,09        | R\$ 137.314,92        | R\$ 147.346,87        | R\$ 156.831,12        | R\$ 166.348,81        |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 38 - Projeção do fluxo de caixa ano 2

|                          |                                                                                                                                                                                     |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| SALDO INICIAL            | R\$ 166.348,81 R\$ 177.849,48 R\$ 183.381,90 R\$ 189.527,91 R\$ 196.414,96 R\$ 203.350,73 R\$ 212.622,17 R\$ 221.132,60 R\$ 230.634,01 R\$ 240.187,47 R\$ 250.148,19 R\$ 260.205,83 |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| RECEBIMENTOS             | 01/22                                                                                                                                                                               | 02/22          | 03/22          | 04/22          | 05/22          | 06/22          | 07/22          | 08/22          | 09/22          | 10/22          | 11/22          | 12/22          |
| RECEBIMENTOS             | R\$ 261.281,66                                                                                                                                                                      | R\$ 265.200,88 | R\$ 270.504,90 | R\$ 277.267,52 | R\$ 281.426,53 | R\$ 295.497,86 | R\$ 299.930,33 | R\$ 307.428,59 | R\$ 312.040,01 | R\$ 316.720,61 | R\$ 319.887,82 | R\$ 321.487,26 |
| TOTAL DE RECEBIMENTOS    | R\$ 261.281,66                                                                                                                                                                      | R\$ 265.200,88 | R\$ 270.504,90 | R\$ 277.267,52 | R\$ 281.426,53 | R\$ 295.497,86 | R\$ 299.930,33 | R\$ 307.428,59 | R\$ 312.040,01 | R\$ 316.720,61 | R\$ 319.887,82 | R\$ 321.487,26 |
| PAGAMENTOS               | 01/22                                                                                                                                                                               | 02/22          | 03/22          | 04/22          | 05/22          | 06/22          | 07/22          | 08/22          | 09/22          | 10/22          | 11/22          | 12/22          |
| CUSTO FIXO               | R\$ 2.015,00                                                                                                                                                                        | R\$ 2.015,00   | R\$ 2.015,00   | R\$ 2.015,00   | R\$ 2.015,00   | R\$ 2.015,00   | R\$ 2.015,00   | R\$ 2.015,00   | R\$ 2.015,00   | R\$ 2.015,00   | R\$ 2.015,00   | R\$ 2.015,00   |
| CUSTO VARIÁVEL           | R\$ 1.300,00                                                                                                                                                                        | R\$ 1.319,50   | R\$ 1.345,89   | R\$ 1.379,54   | R\$ 1.400,23   | R\$ 1.470,24   | R\$ 1.492,30   | R\$ 1.529,60   | R\$ 1.552,55   | R\$ 1.575,84   | R\$ 1.591,59   | R\$ 1.599,55   |
| SALÁRIOS + PRÓ LABORE    | R\$ 10.100,00                                                                                                                                                                       | R\$ 10.100,00  | R\$ 10.100,00  | R\$ 10.100,00  | R\$ 10.100,00  | R\$ 10.100,00  | R\$ 10.100,00  | R\$ 10.100,00  | R\$ 10.100,00  | R\$ 10.100,00  | R\$ 10.100,00  | R\$ 10.100,00  |
| ENCARGOS SOCIAIS E TRAB. | R\$ 2.403,85                                                                                                                                                                        | R\$ 2.403,85   | R\$ 2.403,85   | R\$ 2.403,85   | R\$ 2.403,85   | R\$ 2.403,85   | R\$ 2.403,85   | R\$ 2.403,85   | R\$ 2.403,85   | R\$ 2.403,85   | R\$ 2.403,85   | R\$ 2.403,85   |
| ESTOQUE / FORNECEDORES   | R\$ 207.815,36                                                                                                                                                                      | R\$ 210.932,59 | R\$ 215.151,24 | R\$ 220.530,02 | R\$ 223.837,97 | R\$ 235.029,87 | R\$ 238.555,32 | R\$ 244.519,20 | R\$ 248.186,99 | R\$ 251.909,80 | R\$ 254.428,89 | R\$ 255.701,04 |
| FINANCIAMENTO            | R\$ 2.016,45                                                                                                                                                                        | R\$ 1.998,35   | R\$ 1.980,25   | R\$ 1.962,15   | R\$ 1.944,05   | R\$ 1.925,95   | R\$ 1.907,86   | R\$ 1.889,76   | R\$ 1.871,66   | R\$ 1.853,56   | R\$ 1.835,46   | R\$ 1.817,36   |
| IMPOSTOS                 | R\$ 24.130,33                                                                                                                                                                       | R\$ 30.899,17  | R\$ 31.362,66  | R\$ 31.989,91  | R\$ 32.789,66  | R\$ 33.281,50  | R\$ 34.945,58  | R\$ 35.469,76  | R\$ 36.356,50  | R\$ 36.901,85  | R\$ 37.455,38  | R\$ 37.829,93  |
| TOTAL DE PAGAMENTO       | R\$ 249.780,99                                                                                                                                                                      | R\$ 259.668,46 | R\$ 264.358,89 | R\$ 270.380,47 | R\$ 274.490,76 | R\$ 286.226,42 | R\$ 291.419,90 | R\$ 297.927,18 | R\$ 302.486,55 | R\$ 306.759,89 | R\$ 309.830,18 | R\$ 311.466,73 |
| SALDO MÊS                | R\$ 177.849,48                                                                                                                                                                      | R\$ 183.381,90 | R\$ 189.527,91 | R\$ 196.414,96 | R\$ 203.350,73 | R\$ 212.622,17 | R\$ 221.132,60 | R\$ 230.634,01 | R\$ 240.187,47 | R\$ 250.148,19 | R\$ 260.205,83 | R\$ 270.226,36 |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 39 - Projeção do fluxo de caixa ano 3

|                          |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| SALDO INICIAL            | R\$ 270.226,36 | R\$ 277.493,56 | R\$ 287.988,65 | R\$ 299.306,91 | R\$ 311.627,64 | R\$ 324.092,21 | R\$ 339.565,49 | R\$ 359.110,41 | R\$ 376.645,56 | R\$ 394.772,32 | R\$ 413.915,26 | R\$ 433.448,15 |
| RECEBIMENTOS             | 01/23          | 02/23          | 03/23          | 04/23          | 05/23          | 06/23          | 07/23          | 08/23          | 09/23          | 10/23          | 11/23          | 12/23          |
| RECEBIMENTOS A VISTA     | R\$ 331.131,88 | R\$ 336.098,86 | R\$ 342.820,83 | R\$ 351.391,35 | R\$ 356.662,22 | R\$ 374.495,34 | R\$ 404.454,96 | R\$ 410.521,79 | R\$ 416.679,61 | R\$ 425.013,21 | R\$ 431.388,40 | R\$ 435.702,29 |
| TOTAL DE RECEBIMENTOS    | R\$ 331.131,88 | R\$ 336.098,86 | R\$ 342.820,83 | R\$ 351.391,35 | R\$ 356.662,22 | R\$ 374.495,34 | R\$ 404.454,96 | R\$ 410.521,79 | R\$ 416.679,61 | R\$ 425.013,21 | R\$ 431.388,40 | R\$ 435.702,29 |
| PAGAMENTOS               | 01/23          | 02/23          | 03/23          | 04/23          | 05/23          | 06/23          | 07/23          | 08/23          | 09/23          | 10/23          | 11/23          | 12/23          |
| CUSTO FIXO               | R\$ 2.100,00   | R\$ 2.100,00   | R\$ 2.100,00   | R\$ 2.100,00   | R\$ 2.100,00   | R\$ 2.100,00   | R\$ 2.100,00   | R\$ 2.100,00   | R\$ 2.100,00   | R\$ 2.100,00   | R\$ 2.100,00   | R\$ 2.100,00   |
| CUSTO VARIÁVEL           | R\$ 1.647,54   | R\$ 1.672,25   | R\$ 1.705,70   | R\$ 1.748,34   | R\$ 1.774,56   | R\$ 1.863,29   | R\$ 2.012,36   | R\$ 2.042,54   | R\$ 2.073,18   | R\$ 2.114,64   | R\$ 2.146,36   | R\$ 2.167,83   |
| SALÁRIOS + PRÓ LABORE    | R\$ 13.300,00  | R\$ 13.300,00  | R\$ 13.300,00  | R\$ 13.300,00  | R\$ 13.300,00  | R\$ 13.300,00  | R\$ 13.300,00  | R\$ 13.300,00  | R\$ 13.300,00  | R\$ 13.300,00  | R\$ 13.300,00  | R\$ 13.300,00  |
| ENCARGOS SOCIAIS E TRAB. | R\$ 3.626,72   | R\$ 3.626,72   | R\$ 3.626,72   | R\$ 3.626,72   | R\$ 3.626,72   | R\$ 3.626,72   | R\$ 3.626,72   | R\$ 3.626,72   | R\$ 3.626,72   | R\$ 3.626,72   | R\$ 3.626,72   | R\$ 3.626,72   |
| ESTOQUE / FORNECEDORES   | R\$ 263.372,07 | R\$ 267.322,65 | R\$ 272.669,10 | R\$ 279.485,83 | R\$ 283.678,12 | R\$ 297.862,03 | R\$ 321.690,99 | R\$ 326.516,35 | R\$ 331.414,10 | R\$ 338.042,38 | R\$ 343.113,01 | R\$ 346.544,14 |
| FINANCIAMENTO            | R\$ 1.799,26   | R\$ 1.781,16   | R\$ 1.763,06   | R\$ 1.744,97   | R\$ 1.726,87   | R\$ 1.708,77   | R\$ 1.690,67   | R\$ 1.672,57   | R\$ 1.654,47   | R\$ 1.636,37   | R\$ 1.618,27   | R\$ 1.600,17   |
| IMPOSTOS                 | R\$ 38.019,08  | R\$ 35.800,99  | R\$ 36.338,00  | R\$ 37.064,76  | R\$ 37.991,38  | R\$ 38.561,25  | R\$ 40.489,31  | R\$ 43.728,46  | R\$ 44.384,38  | R\$ 45.050,15  | R\$ 45.951,15  | R\$ 46.640,42  |
| TOTAL DE PAGAMENTO       | R\$ 323.864,67 | R\$ 325.603,77 | R\$ 331.502,58 | R\$ 339.070,62 | R\$ 344.197,65 | R\$ 359.022,06 | R\$ 384.910,04 | R\$ 392.986,64 | R\$ 398.552,85 | R\$ 405.870,26 | R\$ 411.855,52 | R\$ 415.979,28 |
| SALDO MÊS                | R\$ 277.493,56 | R\$ 287.988,65 | R\$ 299.306,91 | R\$ 311.627,64 | R\$ 324.092,21 | R\$ 339.565,49 | R\$ 359.110,41 | R\$ 376.645,56 | R\$ 394.772,32 | R\$ 413.915,26 | R\$ 433.448,15 | R\$ 453.171,15 |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A função do Demonstrativo do Resultado do Exercício (DRE) é resumir de forma simples e clara as receitas e despesas do empreendimento durante um determinado período, geralmente um ano, a partir do resultado atingido é possível evidenciar se a empresa obteve lucro ou prejuízo.

O ano 1 é composto por um horizonte de 10 meses, os recebimentos nos 3 primeiros meses não foram suficientes para cobrir as despesas, fazendo com que a DRE fique negativa nesse período, o saldo devedor é ainda maior no segundo mês devido o início do pagamento do financiamento para integralização do capital social, o sistema de amortização utilizado pelo BNDEs é o SAC, nesse sistema a amortização permanece a mesma, enquanto o valor pago em juros é reduzido, havendo a diminuição do valor total da prestação a cada nova parcela. Após o terceiro mês, a DRE passa a apresentar saldos positivos. As receitas de vendas do ano 1 é de R\$ 1.555.991,23 se enquadrando na quarta faixa do simples nacional (até R\$ 1.800.000,00), a alíquota para essa faixa é de 10,7% sobre as vendas, totalizando R\$ 166.491,06. Após descontar R\$ 22.500,00, valor a ser recolhido para a 4ª faixa, temos o valor pago em impostos no ano 1: R\$ 143.991,06, isso representa 9,2540% sobre as receitas de cada mês. A soma do resultado do ano 1 indica lucro líquido de R\$ 46.428,80.

No segundo ano, as receitas de vendas totalizaram R\$ 3.213.650,02, enquadrando-se na quinta faixa do simples nacional (até R\$ 3.600.000,00), a alíquota nessa faixa é de 14,3% sobre as vendas, resolvendo essa equação temos R\$ 459.551,95, subtraindo o valor a ser recolhido: R\$ 87.300,00, temos o valor total pago em imposto no ano 2 igual a R\$ 372.251,95 que representa 11,5835% sobre as vendas mensais. A soma do resultado do ano 2 indica lucro líquido de R\$ 68.587,82.

No ano 3, as receitas de vendas totalizaram R\$ 4.715.645,28, enquadrando-se na sexta faixa do simples nacional (até R\$ 4.800.000,00), a alíquota nessa faixa é de 19% sobre as vendas, resolvendo essa equação temos R\$ 895.972,60, subtraindo o valor a ser recolhido: R\$ 378.000,00, temos o valor total pago em imposto no ano 3 igual a R\$517.972,60 que representa 10,9841% sobre as vendas mensais. A soma do resultado do ano 3 indica lucro líquido de R\$ 169.672,46.

Os quadros a seguir apresentam a projeção de demonstração de resultados para o ano 1, ano 2 e ano 3:

Quadro 40 - Projeção da DRE ano 1

| DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO                     | ANO 1                |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |
|------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                                                            | 03/221               | 04/2021              | 05/2021              | 06/2021              | 07/2021              | 08/2021              | 09/2021              | 10/2021              | 11/2021              | 12/2021              |
| Receita bruta de venda de bens                             | R\$ 87.370,00        | R\$ 96.107,00        | R\$ 110.523,05       | R\$ 129.311,97       | R\$ 155.174,36       | R\$ 178.450,52       | R\$ 192.726,56       | R\$ 200.435,62       | R\$ 202.439,98       | R\$ 203.452,18       |
| (-) Custos variáveis                                       | R\$ 420,00           | R\$ 462,00           | R\$ 550,00           | R\$ 643,50           | R\$ 772,20           | R\$ 888,03           | R\$ 959,07           | R\$ 997,44           | R\$ 1.260,00         | R\$ 1.266,30         |
| (-) Custo dos produtos                                     | R\$ 69.491,40        | R\$ 76.440,54        | R\$ 87.906,62        | R\$ 102.850,75       | R\$ 123.420,90       | R\$ 141.934,03       | R\$ 153.288,75       | R\$ 159.420,30       | R\$ 161.014,51       | R\$ 161.819,58       |
| <b>(=) Lucro bruto</b>                                     | <b>R\$ 17.458,60</b> | <b>R\$ 19.204,46</b> | <b>R\$ 22.066,43</b> | <b>R\$ 25.817,72</b> | <b>R\$ 30.981,27</b> | <b>R\$ 35.628,46</b> | <b>R\$ 38.478,73</b> | <b>R\$ 40.017,88</b> | <b>R\$ 40.165,47</b> | <b>R\$ 40.366,30</b> |
| (-) Custo fixo                                             | R\$ 1.962,09         | R\$ 1.962,09         | R\$ 1.962,09         | R\$ 1.962,09         | R\$ 1.962,09         | R\$ 1.962,09         | R\$ 1.962,09         | R\$ 1.962,09         | R\$ 1.962,09         | R\$ 1.962,09         |
| (-) Despesas financeiras                                   | R\$ 0,00             | R\$ 2.179,34         | R\$ 2.161,24         | R\$ 2.143,14         | R\$ 2.125,04         | R\$ 2.106,94         | R\$ 2.088,84         | R\$ 2.070,75         | R\$ 2.052,65         | R\$ 2.034,55         |
| <b>(=) Lucro operacional</b>                               | <b>R\$ 15.496,51</b> | <b>R\$ 15.063,03</b> | <b>R\$ 17.943,10</b> | <b>R\$ 21.712,49</b> | <b>R\$ 26.894,14</b> | <b>R\$ 31.559,43</b> | <b>R\$ 34.427,80</b> | <b>R\$ 35.985,04</b> | <b>R\$ 36.150,73</b> | <b>R\$ 36.369,66</b> |
| (-) Impostos sobre vendas                                  | R\$ 8.085,22         | R\$ 8.893,74         | R\$ 10.227,80        | R\$ 11.966,53        | R\$ 14.359,84        | R\$ 16.513,81        | R\$ 17.834,92        | R\$ 18.548,31        | R\$ 18.733,80        | R\$ 18.827,46        |
| (-) Participação de debênture, empregados, administradores | R\$ 8.118,17         | R\$ 8.118,17         | R\$ 8.118,17         | R\$ 8.118,17         | R\$ 8.118,17         | R\$ 8.118,17         | R\$ 8.118,17         | R\$ 8.118,17         | R\$ 8.118,17         | R\$ 8.118,17         |
| <b>(=) Lucro (ou prejuízo) líquido do exercício</b>        | <b>-R\$ 706,88</b>   | <b>-R\$ 1.948,88</b> | <b>-R\$ 402,87</b>   | <b>R\$ 1.627,79</b>  | <b>R\$ 4.416,13</b>  | <b>R\$ 6.927,45</b>  | <b>R\$ 8.474,72</b>  | <b>R\$ 9.318,56</b>  | <b>R\$ 9.298,77</b>  | <b>R\$ 9.424,02</b>  |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 41 - Projeção da DRE ano 2

| DEMONSTRAÇÃO DO<br>RESULTADO DO<br>EXERCÍCIO               | ANO 2                |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |
|------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                                                            | 01/2022              | 02/2022              | 03/2022              | 04/2022              | 05/2022              | 06/2022              | 07/2022              | 08/2022              | 09/2022              | 10/2022              | 11/2022              | 12/2022              |
| Receita bruta de venda de bens                             | R\$ 209.555,74       | R\$ 212.699,08       | R\$ 216.953,06       | R\$ 229.970,24       | R\$ 247.218,01       | R\$ 259.578,91       | R\$ 282.941,01       | R\$ 297.088,06       | R\$ 308.971,59       | R\$ 313.606,16       | R\$ 316.742,22       | R\$ 318.325,93       |
| (-) Custos variáveis                                       | R\$ 1.300,00         | R\$ 1.319,50         | R\$ 1.345,89         | R\$ 1.426,64         | R\$ 1.533,64         | R\$ 1.610,32         | R\$ 1.755,25         | R\$ 1.843,02         | R\$ 1.916,74         | R\$ 1.945,49         | R\$ 1.964,94         | R\$ 1.974,77         |
| (-) Custo dos produtos                                     | R\$ 166.674,17       | R\$ 169.174,28       | R\$ 172.557,76       | R\$ 182.911,23       | R\$ 196.629,57       | R\$ 206.461,05       | R\$ 225.042,54       | R\$ 236.294,67       | R\$ 245.746,46       | R\$ 249.432,66       | R\$ 251.926,98       | R\$ 253.186,62       |
| <b>(=) Lucro bruto</b>                                     | <b>R\$ 41.581,58</b> | <b>R\$ 42.205,30</b> | <b>R\$ 43.049,41</b> | <b>R\$ 45.632,37</b> | <b>R\$ 49.054,80</b> | <b>R\$ 51.507,54</b> | <b>R\$ 56.143,22</b> | <b>R\$ 58.950,38</b> | <b>R\$ 61.308,39</b> | <b>R\$ 62.228,02</b> | <b>R\$ 62.850,30</b> | <b>R\$ 63.164,55</b> |
| (-) Custo fixo                                             | R\$ 2.015,00         | R\$ 2.015,00         | R\$ 2.015,00         | R\$ 2.015,00         | R\$ 2.015,00         | R\$ 2.015,00         | R\$ 2.015,00         | R\$ 2.015,00         | R\$ 2.015,00         | R\$ 2.015,00         | R\$ 2.015,00         | R\$ 2.015,00         |
| (-) Despesas financeiras                                   | R\$ 2.016,45         | R\$ 1.998,35         | R\$ 1.980,25         | R\$ 1.962,15         | R\$ 1.944,05         | R\$ 1.925,95         | R\$ 1.907,86         | R\$ 1.889,76         | R\$ 1.871,66         | R\$ 1.853,56         | R\$ 1.835,46         | R\$ 1.817,36         |
| <b>(=) Lucro operacional</b>                               | <b>R\$ 37.550,13</b> | <b>R\$ 38.191,95</b> | <b>R\$ 39.054,16</b> | <b>R\$ 41.655,22</b> | <b>R\$ 45.095,75</b> | <b>R\$ 47.566,59</b> | <b>R\$ 52.220,36</b> | <b>R\$ 55.045,62</b> | <b>R\$ 57.421,73</b> | <b>R\$ 58.359,46</b> | <b>R\$ 58.999,84</b> | <b>R\$ 59.332,19</b> |
| (-) Impostos sobre vendas                                  | R\$ 24.273,89        | R\$ 24.638,00        | R\$ 25.130,76        | R\$ 26.638,60        | R\$ 28.636,50        | R\$ 30.068,32        | R\$ 32.774,47        | R\$ 34.413,20        | R\$ 35.789,72        | R\$ 36.326,57        | R\$ 36.689,84        | R\$ 36.873,28        |
| (-) Participação de debênture, empregados, administradores | R\$ 12.471,00        | R\$ 12.471,00        | R\$ 12.471,00        | R\$ 12.471,00        | R\$ 12.471,00        | R\$ 12.471,00        | R\$ 12.471,00        | R\$ 12.471,00        | R\$ 12.471,00        | R\$ 12.471,00        | R\$ 12.471,00        | R\$ 12.471,00        |
| <b>(=) Lucro (ou prejuízo) líquido do exercício</b>        | <b>R\$ 805,24</b>    | <b>R\$ 1.082,95</b>  | <b>R\$ 1.452,40</b>  | <b>R\$ 2.545,62</b>  | <b>R\$ 3.988,25</b>  | <b>R\$ 5.027,26</b>  | <b>R\$ 6.974,88</b>  | <b>R\$ 8.161,42</b>  | <b>R\$ 9.161,01</b>  | <b>R\$ 9.561,89</b>  | <b>R\$ 9.839,00</b>  | <b>R\$ 9.987,90</b>  |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.



Quadro 42 - Projeção da DRE ano 3

| DEMONSTRAÇÃO DO<br>RESULTADO DO<br>EXERCÍCIO               | ANO 3                |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |
|------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                                                            | 01/2023              | 02/2023              | 03/2023              | 04/2023              | 05/2023              | 06/2023              | 07/2023              | 08/2023              | 09/2023              | 10/2023              | 11/2023              | 12/2023              |
| Receita bruta de venda de bens                             | R\$ 327.875,71       | R\$ 332.793,85       | R\$ 339.449,72       | R\$ 349.633,22       | R\$ 360.122,21       | R\$ 378.128,32       | R\$ 415.941,16       | R\$ 428.419,39       | R\$ 434.845,68       | R\$ 443.542,59       | R\$ 450.195,73       | R\$ 454.697,69       |
| (-) Custos variáveis                                       | R\$ 2.034,01         | R\$ 2.064,52         | R\$ 2.105,81         | R\$ 2.168,98         | R\$ 2.234,05         | R\$ 2.345,76         | R\$ 2.580,33         | R\$ 2.657,74         | R\$ 2.697,61         | R\$ 2.751,56         | R\$ 2.792,83         | R\$ 2.820,76         |
| (-) Custo dos produtos                                     | R\$ 260.782,22       | R\$ 264.693,95       | R\$ 269.987,83       | R\$ 278.087,46       | R\$ 286.430,09       | R\$ 300.751,59       | R\$ 330.826,75       | R\$ 340.751,55       | R\$ 345.862,83       | R\$ 352.780,08       | R\$ 358.071,78       | R\$ 361.652,50       |
| <b>(=) Lucro bruto</b>                                     | <b>R\$ 65.059,49</b> | <b>R\$ 66.035,38</b> | <b>R\$ 67.356,09</b> | <b>R\$ 69.376,77</b> | <b>R\$ 71.458,07</b> | <b>R\$ 75.030,97</b> | <b>R\$ 82.534,07</b> | <b>R\$ 85.010,09</b> | <b>R\$ 86.285,25</b> | <b>R\$ 88.010,95</b> | <b>R\$ 89.331,11</b> | <b>R\$ 90.224,43</b> |
| (-) Custo fixo                                             | R\$ 2.100,00         | R\$ 2.100,00         | R\$ 2.100,00         | R\$ 2.100,00         | R\$ 2.100,00         | R\$ 2.100,00         | R\$ 2.100,00         | R\$ 2.100,00         | R\$ 2.100,00         | R\$ 2.100,00         | R\$ 2.100,00         | R\$ 2.100,00         |
| (-) Despesas financeiras                                   | R\$ 1.799,26         | R\$ 1.781,16         | R\$ 1.763,06         | R\$ 1.744,97         | R\$ 1.726,87         | R\$ 1.708,77         | R\$ 1.690,67         | R\$ 1.672,57         | R\$ 1.654,47         | R\$ 1.636,37         | R\$ 1.618,27         | R\$ 1.600,17         |
| <b>(=) Lucro operacional</b>                               | <b>R\$ 61.160,23</b> | <b>R\$ 62.154,22</b> | <b>R\$ 63.493,03</b> | <b>R\$ 65.531,80</b> | <b>R\$ 67.631,20</b> | <b>R\$ 71.222,20</b> | <b>R\$ 78.743,40</b> | <b>R\$ 81.237,52</b> | <b>R\$ 82.530,78</b> | <b>R\$ 84.274,58</b> | <b>R\$ 85.612,84</b> | <b>R\$ 86.524,26</b> |
| (-) Impostos sobre vendas                                  | R\$ 36.014,20        | R\$ 36.554,41        | R\$ 37.285,50        | R\$ 38.404,06        | R\$ 39.556,18        | R\$ 41.533,99        | R\$ 45.687,39        | R\$ 47.058,01        | R\$ 47.763,88        | R\$ 48.719,16        | R\$ 49.449,95        | R\$ 49.944,45        |
| (-) Participação de debênture, empregados, administradores | R\$ 16.872,70        | R\$ 16.872,70        | R\$ 16.872,70        | R\$ 16.872,70        | R\$ 16.872,70        | R\$ 16.872,70        | R\$ 16.872,70        | R\$ 16.872,70        | R\$ 16.872,70        | R\$ 16.872,70        | R\$ 16.872,70        | R\$ 16.872,70        |
| <b>(=) Lucro (ou prejuízo) líquido do exercício</b>        | <b>R\$ 8.273,33</b>  | <b>R\$ 8.727,11</b>  | <b>R\$ 9.334,83</b>  | <b>R\$ 10.255,04</b> | <b>R\$ 11.202,32</b> | <b>R\$ 12.815,51</b> | <b>R\$ 16.183,31</b> | <b>R\$ 17.306,81</b> | <b>R\$ 17.894,19</b> | <b>R\$ 18.682,72</b> | <b>R\$ 19.290,20</b> | <b>R\$ 19.707,11</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Quadro 43 – Resumo das Projeção da DRE

| DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO                     | ANO 1                 | ANO 2                 | ANO 3                 |
|------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Receita bruta de venda de bens e serviços                  | R\$ 1.555.991,23      | R\$ 3.213.650,02      | R\$ 4.715.645,28      |
| (-) Custos variáveis                                       | R\$ 8.218,54          | R\$ 19.936,20         | R\$ 29.253,98         |
| (-) Custo dos produtos                                     | R\$ 1.237.587,37      | R\$ 2.556.037,99      | R\$ 3.750.678,63      |
| <b>(=) Lucro bruto</b>                                     | <b>R\$ 310.185,32</b> | <b>R\$ 637.675,83</b> | <b>R\$ 935.712,67</b> |
| (-) Custo fixo                                             | R\$ 19.620,90         | R\$ 24.180,00         | R\$ 25.200,00         |
| (-) Despesas financeiras                                   | R\$ 18.962,49         | R\$ 23.002,86         | R\$ 20.396,61         |
| <b>(=) Lucro operacional</b>                               | <b>R\$ 271.601,93</b> | <b>R\$ 590.492,97</b> | <b>R\$ 890.116,06</b> |
| (-) Impostos sobre vendas                                  | R\$ 143.991,43        | R\$ 372.253,15        | R\$ 517.971,19        |
| (-) Participação de debênture, empregados, administradores | R\$ 81.181,70         | R\$ 149.652,00        | R\$ 202.472,40        |
| <b>(=) Lucro (ou prejuízo) líquido do exercício</b>        | <b>R\$ 46.428,80</b>  | <b>R\$ 68.587,82</b>  | <b>R\$ 169.672,46</b> |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

De acordo com a Receita Federal, o enquadramento tributário Simples Nacional “é um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006”. Esse regime surgiu com intuito de reduzir a burocracia e os custos do microempreendedor criando um sistema unificado de recolhimento de tributo, por meio de uma guia única mensal - o Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS). O Regime também possui tabelas de alíquotas de impostos que são calculadas de acordo com o faturamento anual da empresa, como apresentado no **quadro 44**. De acordo com Goularte (2020):

Por meio do DAS são recolhidos tributos como:

- Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ);
- Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL);
- Programa de Integração Social (PIS);
- Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (COFINS);
- Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI);
- Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS);
- Imposto sobre Serviços (ISS);
- Contribuição Patronal Previdenciária (CPP).

Quadro 44 - Tributação do Simples Nacional

| Receita bruta total em 12 meses        | Alíquota | Dedução do valor a ser recolhido |
|----------------------------------------|----------|----------------------------------|
| Até R\$ 180.000,00                     | 4,00%    | R\$ 0,00                         |
| De R\$ 180.000,01 a R\$ 360.000,00     | 7,30%    | R\$ 5.940,00                     |
| De R\$ 360.000,01 a R\$ 720.000,00     | 9,50%    | R\$ 13.860,00                    |
| De R\$ 720.000,01 a R\$ 1.800.000,00   | 10,70%   | R\$ 22.500,00                    |
| De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 3.600.000,00 | 14,30%   | R\$ 87.300,00                    |
| De R\$ 3.600.000,00 a R\$ 4.800.000,00 | 19,00%   | R\$ 378.000,00                   |

Fonte: Adaptado, Paula, 2020.

### 5.5.5 Indicadores financeiros

De acordo com Souza e Clemente (2012), o investimento em uma empresa é um desembolso que visa gerar um fluxo de benefícios futuros. A decisão de fazer um investimento de capital envolve a avaliação de diversas alternativas, após relacionar as alternativas viáveis tecnicamente, analisamos quais delas são atrativas financeiramente. Os indicadores financeiros auxiliam no processo decisório.

Os indicadores de análise de projeto de investimento aqui apresentados podem ser divididos em dois grupos: indicadores associados à rentabilidade do projeto e indicadores associados ao risco do projeto. No primeiro grupo estão o Valor Presente Líquido (VPL); o Índice Benefício/Custo (IBC); e o Retorno Adicional sobre o Investimento. No segundo grupo estão a Taxa Interna de retorno (TIR); o Período de Recuperação do Investimento (PAYBACK).

#### 5.5.5.1 Taxa mínima de atratividade (TMA)

A é a melhor taxa, com baixo grau de risco disponível para aplicação. Desta forma, o investidor terá duas opções para ser analisada: aplicar o capital monetário no projeto ou na Taxa Mínima de Atratividade.

Quadro 45 - Cálculo da TMA

|            |         |
|------------|---------|
| TMA (a.a.) | 14%     |
| TMA (a.m.) | 1,0979% |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

### 5.5.5.2 Valor Presente Líquido (VPL)

O VPL calculado para o ano 1 possui horizonte de dez meses, a TMA obtida é de 14%, utilizando o cálculo de taxas equivalentes temos uma TMA mensal de 1,0979%.

Quadro 46 - Cálculo do VPL

|                    |                  |                      |
|--------------------|------------------|----------------------|
| TMA (a.a.)         | 14%              |                      |
| TMA (a.m.)         | 1,0979%          |                      |
| Período            | Fluxo de Caixa   | VP do Fluxo de Caixa |
| 0                  | -R\$ 155.000,00  | -                    |
| 1                  | R\$ 108.470,89   | R\$107.292,92        |
| 2                  | R\$ 107.330,53   | R\$105.012,02        |
| 3                  | R\$ 108.261,72   | R\$104.772,79        |
| 4                  | R\$ 111.628,24   | R\$106.857,63        |
| 5                  | R\$ 118.437,67   | R\$112.144,81        |
| 6                  | R\$ 127.519,09   | R\$119.432,47        |
| 7                  | R\$ 137.314,92   | R\$127.210,45        |
| 8                  | R\$ 147.346,87   | R\$135.021,78        |
| 9                  | R\$ 156.831,12   | R\$142.152,02        |
| 10                 | R\$ 166.348,81   | R\$149.141,45        |
| ÍNDICES DE RETORNO |                  | R\$1.209.038,34      |
| VP                 | R\$ 1.209.038,34 |                      |
| VPL                | R\$ 1.054.038,34 |                      |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Calculando o VP obtemos o valor R\$ 1.209.038,34, que representa o valor presente do fluxo do benefício, para chegar o valor do VPL, é necessário ainda subtrair o valor do investimento inicial (R\$ 155.000,00), totalizando um VPL de R\$ 1.054.038,34. Analisando este indicador é possível observar que o projeto consegue recuperar o investimento inicial e que remunera aquilo que teria sido ganho caso o investidor aplicasse seu capital na TMA (14%) e ainda sobra, em valores monetários de hoje R\$1.054.038,34.

### 5.5.5.3 Índice Benefício/Custo (IBC)

O Índice Benefício/Custo é uma forma de calcular quanto se espera receber por cada unidade monetária investida. Basicamente o quanto obtemos de retorno a cada R\$1,00 investido.

Quadro 47 - Cálculo do IBC

| TMA (a.a.)        | 14%             |
|-------------------|-----------------|
| TMA (a.m.)        | 1,0979%         |
| Período           | Fluxo de Caixa  |
| 0                 | -R\$ 155.000,00 |
| 1                 | R\$ 108.470,89  |
| 2                 | R\$ 107.330,53  |
| 3                 | R\$ 108.261,72  |
| 4                 | R\$ 111.628,24  |
| 5                 | R\$ 118.437,67  |
| 6                 | R\$ 127.519,09  |
| 7                 | R\$ 137.314,92  |
| 8                 | R\$ 147.346,87  |
| 9                 | R\$ 156.831,12  |
| 10                | R\$ 166.348,81  |
| ÍNDICE DE RETORNO |                 |
| IBC               | R\$ 7,80        |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Ao calcular o valor do IBC podemos concluir que para cada R\$ 1,00 monetizado no projeto, espera-se um retorno após o horizonte de planejamento de R\$ 7,80

#### 5.5.5.4 Retorno Adicional sobre o Investimento (ROIA)

O ROIA apresenta em termos percentuais, a riqueza gerada pelo projeto. Ele apresenta a melhor estimativa de rentabilidade. O ROIA deriva da taxa equivalente ao IBC para cada período (SOUZA; CLEMENTE, 2012).

Quadro 48 - Cálculo do ROIA

| Período | Fluxo de Caixa  |
|---------|-----------------|
| 0       | -R\$ 155.000,00 |
| 1       | R\$ 108.470,89  |
| 2       | R\$ 107.330,53  |
| 3       | R\$ 108.261,72  |
| 4       | R\$ 111.628,24  |
| 5       | R\$ 118.437,67  |
| 6       | R\$ 127.519,09  |
| 7       | R\$ 137.314,92  |

|                          |                |
|--------------------------|----------------|
| 8                        | R\$ 147.346,87 |
| 9                        | R\$ 156.831,12 |
| 10                       | R\$ 166.348,81 |
| <b>ÍNDICE DE RETORNO</b> |                |
| ROIA                     | 22,80%         |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

O projeto apresenta um ROIA de 22,8%a.m. além da TMA, é importante lembrar que o investidor teria uma aplicação de baixo risco com retorno 14% a.a. A partir dos índices apresentados percebemos que se trata de um projeto de alto grau de rentabilidade, entretanto, a decisão ainda depende do grau de propensão ao risco apresentado.

#### 5.5.5.5 Taxa interna de retorno (TIR)

A Taxa Interna de Retorno é a taxa que torna o Valor Presente Líquido de um fluxo de caixa igual a zero.

Quadro 49 - Cálculo da TIR

|            |                 |
|------------|-----------------|
| TMA (a.a.) | 14%             |
| TMA (a.m.) | 1,0979%         |
| Período    | Fluxo de Caixa  |
| 0          | -R\$ 155.000,00 |
| 1          | R\$ 108.470,89  |
| 2          | R\$ 107.330,53  |
| 3          | R\$ 108.261,72  |
| 4          | R\$ 111.628,24  |
| 5          | R\$ 118.437,67  |
| 6          | R\$ 127.519,09  |
| 7          | R\$ 137.314,92  |
| 8          | R\$ 147.346,87  |
| 9          | R\$ 156.831,12  |
| 10         | R\$ 166.348,81  |
| TIR        | 71%             |
| TMA/TIR    | 1,54%           |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

No projeto apresentado analisado a TIR encontra-se distante da TMA, sinalizando um baixo risco no que se refere ao retorno financeiro do investimento.

### 5.5.5.6 Período de Recuperação do Investimento (PAYBACK)

O PAYBACK é o número de períodos necessários para que o fluxo de benefícios supere o valor investido.

Quadro 50 - Cálculo do PAYBACK

| PERÍODO            | FLUXO DE CAIXA  | VP DO FC      | SALDO           |
|--------------------|-----------------|---------------|-----------------|
| 0                  | -R\$ 155.000,00 |               | -R\$ 155.000,00 |
| 1                  | R\$ 108.470,89  | R\$107.292,92 | -R\$47.707,08   |
| 2                  | R\$ 107.330,53  | R\$105.012,02 | R\$57.304,94    |
| 3                  | R\$ 108.261,72  | R\$104.772,79 | R\$162.077,73   |
| 4                  | R\$ 111.628,24  | R\$106.857,63 | R\$268.935,36   |
| 5                  | R\$ 118.437,67  | R\$112.144,81 | R\$381.080,17   |
| 6                  | R\$ 127.519,09  | R\$119.432,47 | R\$500.512,64   |
| 7                  | R\$ 137.314,92  | R\$127.210,45 | R\$627.723,08   |
| 8                  | R\$ 147.346,87  | R\$135.021,78 | R\$762.744,87   |
| 9                  | R\$ 156.831,12  | R\$142.152,02 | R\$904.896,89   |
| 10                 | R\$ 166.348,81  | R\$149.141,45 | R\$1.054.038,34 |
| ÍNDICE DE RISCO    |                 |               |                 |
| PAYBACK DESCONTADO |                 |               | 1,45 (MÊS)      |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A partir do cálculo do PAYBACK verifica-se que é possível recuperar o capital investido (R\$155.000,00) em 1,45 mês.

## 5.6 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

### 5.6.1 Análise da matriz SWOT (FOFA)

Em relação ao ambiente interno, a SWOT compreende as atividades da própria organização, as forças e fraquezas são consideradas, enquanto o ambiente externo engloba as questões que não estão ao alcance da empresa, incluindo oportunidades e ameaças. O **quadro 51** apresenta a matriz elaborada para o empreendimento estudado

Quadro 51 - Matriz SWOT

|  | FATORES POSITIVOS | FATORES NEGATIVOS |
|--|-------------------|-------------------|
|  | FORÇAS            | FRAQUEZAS         |

|                         |                                                                                                                                                 |                                                                                                   |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>FATORES INTERNOS</b> | PRODUTOS DE ALTA QUALIDADE<br>VARIEDADE DE PRODUTOS<br>PRESENÇA EM TODAS REDES SOCIAIS<br>ALTO GRAU DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE                    | FALTA DE MÃO DE OBRA<br>NÚMERO REDUZIDO DE PESSOAL<br>LOCALIZAÇÃO<br>CUSTO ELEVADO COM A OPERAÇÃO |
| <b>FATORES EXTERNOS</b> | <b>OPORTUNIDADES</b>                                                                                                                            | <b>AMEAÇAS</b>                                                                                    |
|                         | PARCERIAS COM PROFISSIONAIS<br>AUTÔNOMOS E EMPRESAS<br>CRESCIMENTO DA CIDADE<br>CLIENTES NÃO SATISFEITOS COM CONCORRÊNCIA<br>ATENDIMENTO REMOTO | FLUTUAÇÃO DO PREÇO DA MERCADORIA<br>CRISE ECONÔMICA<br>CONCORRÊNCIA<br>LEGISLAÇÃO                 |

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo no Brasil é um verdadeiro desafio, principalmente para as micro e pequenas empresas. Em virtude das tributações altíssimas e a concorrência desleal por parte das grandes empresas, o micro e pequeno empreendedor deve fazer um bom planejamento para sua inserção a fim de conhecer melhor o ambiente interno e externo. O Plano de Negócio é uma ferramenta muito completa quando bem elaborada, através do PN é possível analisar os diversos elementos que compõem a organização, ele permite identificar e restringir erros ainda no papel, ao invés de cometê-los na prática.

A ferramenta não pode ser encarada como uma receita pronta, cada empresa deve adaptar o Plano de Negócio de acordo com seus objetivos. O PN não é garantia de sucesso, mas visa trilhar um caminho a ser seguido minimizando os riscos e incertezas. O presente trabalho subdividiu o PN em cinco seções: sumário executivo, análise de mercado, plano de marketing, plano operacional e o plano financeiro.

A primeira seção compreendeu os pontos mais importantes do trabalho, a partir dela foi possível tomar conhecimento sobre os dados dos empreendedores, da localização, das atribuições de todos os funcionários, do desenvolvimento da missão, visão e valores que norteiam a organização, do montante de capital a ser investido, do faturamento mensal, o lucro que se espera obter e em quanto tempo o capital investido trará retorno.

Na análise de mercado, é possível identificar um dos principais interessados no seu negócio, o cliente. Através da investigação realizada pelo presente estudo foi possível caracterizar a faixa etária do público-alvo, onde moram, quanto ganham, sua escolaridade, dentre outras informações. Outro ponto importante é o diagnóstico dos concorrentes, foi possível identificar e examinar as práticas boas e ruins desses empreendimentos. Para o estudo



do fornecedor, o presente trabalho levantou diversos fornecedores, coletando informações sobre preço, qualidade, condições de pagamento e prazo médio de entrega.

No plano de marketing descrevemos os principais produtos a serem comercializados, a precificação foi elaborada a partir da análise dos custos + margem de contribuição além da observação do preço corrente no mercado. Nessa sessão é descrita as estratégias promocionais, a Nogueira Construções optou por contratar uma empresa especializada em marketing para negócios, a Ato Comunicação é responsável pela criação da logomarca assim como do gerenciamento das estratégias de marketing.

No plano operacional, o arranjo físico é apresentado, definindo como será a distribuição dos setores da organização. A necessidade de pessoal é projetada para o horizonte de três anos, a estrutura funcional projetada é bastante enxuta a fim de reduzir os custos com mão de obra no primeiro ano de funcionamento, a partir do quadro de funcionários é possível visualizar informações como cargo, atribuições e salário. O organograma de hierarquia da empresa também é apresentado nessa sessão.

A última etapa é composta pela análise do plano financeiro, os indicadores de análise de projeto de investimento foram divididos em dois grupos: indicadores associados à rentabilidade do projeto e indicadores associados ao risco do projeto. O montante de capital a ser investido é de R\$ 155.000,00, espera-se um faturamento para o primeiro mês de atividade de R\$ 87.370,00. O retorno esperado para cada R\$ 1,00 investido é de R\$ 7,80, o ROIA que representa em percentual a riqueza gerada pelo projeto, no estudo presente verifica-se um ROIA estimado de 22,8%, a TIR que indica a taxa de retorno do investimento, utilizada como índice de risco, apresenta um percentual de 71%, quanto mais próxima a TIR está da TMA (14%a.a.) maior o risco do projeto, nota-se que o projeto é de baixo risco no que diz respeito ao retorno financeiro. Verificamos ainda que o projeto apresenta o PAYBACK, retorno do capital investido, previsto para 1,45 meses após a abertura da empresa, Dessa maneira, a abertura de uma empresa de construções em Quixeré-CE mostra-se um bom investimento e um negócio muito atrativo e rentável, a Nogueira Construções poderá sanar uma carência no mercado quixerense e ainda gerar empregos para moradores da região.

A pesquisa é limitada a uma microempresa que a princípio oferece produtos básicos. As projeções estão voltadas para março de 2021, pois é quando os sócios pretendem investir no projeto. A maior dificuldade da pesquisa é encontrar dados sobre crescimento, vendas e taxas relacionados ao setor, a autora contou com dados de uma microempresa existente para estimar suas necessidades de investimento, custos fixos e variáveis, estoque e parâmetros de vendas durante o ano. Futuros trabalhos podem incluir outras análises importantes como:

depreciação, análise do ponto de equilíbrio, balanço patrimonial, projeções de cenários positivos e negativos, estratégias de marketing 4C's, entre outros.

## REFERÊNCIAS

BIZZOTTO, C.E.N. *Plano de negócios para empreendimentos inovadores*. São Paulo: Grupo GEN, 2008. 9788522468232. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522468232/>. Acesso em: 17 Oct 2020.

BNDES. **Simule seu financiamento**. 2020. Disponível em: [https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/simulador/?productCode=AOI\\_059&valorBem=55000000&percentualFinanciado=1&prazoFinanciamento=36&prazoCarencia=0&spreadAgente=8&projecaoInflacaoAnual=3.63](https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/simulador/?productCode=AOI_059&valorBem=55000000&percentualFinanciado=1&prazoFinanciamento=36&prazoCarencia=0&spreadAgente=8&projecaoInflacaoAnual=3.63). Acesso em: 25 nov. 2020.

CARNEIRO, Thiago Rodrigo Alves. **Faixas salariais x classe social: Qual a sua classe social?** In: A vida é feita de desconto. São Paulo, 4 ago. 2020. Disponível em: <https://thiagorodrigo.com.br/artigo/faixas-salariais-classe-social-abep-ibge/>. Acesso em: 11 set. 2020.

CECCONELLO, Antônio Renato. **A construção do plano de negócio**: percurso metodológico para: caracterização da oportunidade, estruturação do projeto conceptual, compreensão do contexto, definição do negócio, desenvolvimento da estratégia, dimensionamento das operações, projeção de resultados e análise de viabilidade. São Paulo: Saraiva, 2008.

CORRÊA, Henrique L; CORRÊA, Carlos A. **Administração da produção e operações**: manufatura e serviços: uma abordagem estratégica. 2. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2006.

CORREIA NETO, Jocildo Figueiredo. **Excel para profissionais de finanças**: manual prático. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

DA FONSECA, João José Saraiva. **Apostila de metodologia da pesquisa científica**. João José Saraiva da Fonseca, 2002. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=oB5x2SChpSEC&oi=fnd&pg=PA6&dq=A+pesquisa+quantitativa+baseia-se+na+quantifica%C3%A7%C3%A3o+para+coletar+e,+mais+tarde,+tratar+os+dados+obtidos&ots=OQXT2ufnn6&sig=EvQZYbNatVgZgpGxp7s91cHMTok#v=onepage&q&f=false>>

DE OLIVEIRA, Marcos Thomas; PAGNUSSAT, Antonielle. ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA DO PLANTIO DE EUCALIPTO PELO SISTEMA DE SILVIPASTORIL: Estudo de caso no Sítio Santa Luzia em Juína–MT. **Revista Científica da Ajes**, v. 8, n. 17, 2019.

DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**: métodos e técnicas. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo*: transformando ideias em negócios. 2.ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 293p. ISBN: 853521500.

DORNELAS, José. *Plano de negócios, seu guia definitivo - 2ª Edição*. São Paulo: Editora Empreende, 2016. 9788566103090. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788566103090/>. Acesso em: 17 Oct 2020

FABRETE, Teresa Cristina Lopes. *EMPREENDEDORISMO*. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2019.

FREITAS, Eduardo de. "Setores da Economia"; *Brasil Escola*. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/geografia/setores-economia.htm>. Acesso em 23 de outubro de 2020.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo [org.]. **Métodos de pesquisa**. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf> > Acesso: 20 de maio 2020.

GIL, Carlos, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**, 6ª edição. 9788597012934. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012934/>. Acesso em: 21 May 2020.

GIL, Antônio Carlos. Como classificar as pesquisas. **Como elaborar projetos de pesquisa**, v. 4, p. 44-45, 2002.

GITMAN, Lawrence Jeffrey. **Princípios de administração financeira**. 10. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2004. 712 p.

GOHR, Cláudia Fabiana; SANTOS, Luciano Costa. **Plano de negócios**: cadernos acadêmicos ufgd. ciências sociais aplicadas. Dourados, Ms: Ed. UFGD, 2010. 140 p.

GOULARTE, Charles. **Simples Nacional**: o que é? guia completo, faturamento, das e tabela 2020. 2020. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/simples-nacional/>. Acesso em: 6 dez. 2020.

HOOLEY, Graham; PIERCY, Nigel F.; NICOULAUD, Brigitti. **Estratégia de marketing e posicionamento estratégico**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

KEELLING, Ralph. **Gestão de Projetos**: uma abordagem global. São Paulo: Saraiva, 2006. Tradução de Cid Knipel Moreira.

Marcelo, N. *Plano de Negócio: Teoria Geral*. [Digite o Local da Editora]: Editora Manole, 2011. 9788520441916. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520441916/>. Acesso em: 17 Oct 2020

MASCARENHAS, Sidnei Augusto. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MEGLIORINI, E. **Administração Financeira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. recurso digital.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; CRUZ NETO, Otávio; GOMES, Romeu (org.). **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/franciscovargas/files/2012/11/pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 20 maio 2020.

PAULA, Gilles B. de. **Simple Nacional 2020**: confira as principais mudanças, novas tabelas e cálculo do regime.: confira as principais mudanças, novas tabelas e cálculo do regime. 2020. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/simples-nacional-2020/>. Acesso em: 25 nov. 2020.

Pesquisa Anamaco (Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção). Disponível em: <http://novo.anamaco.com.br/dadosSetor-interna.aspx?uid=21>. Acesso em 20 de maio de 2020. <https://www.anamaco.com.br/>

PRATES, W. R. **O que é TIR (Taxa Interna de Retorno)?** Disponível em: <https://www.wrprates.com/o-que-e-tir-taxa-interna-de-retorno/>. Acessado em 03/09/2020.

PRATES, W. R. **O que é TMA (Taxa Mínima de Atratividade)?** Disponível em: [www.wrprates.com/o-que-e-tma-taxa-minima-de-atratividade](http://www.wrprates.com/o-que-e-tma-taxa-minima-de-atratividade). Acessado em: 03/09/2020.

PFEIFER, Gabriel. **Plano Operacional**: saiba como elaborar com eficiência. saiba como elaborar com eficiência. 2017. Disponível em: <https://blog.egestor.com.br/plano-operacional-saiba-como-elaborar-com-eficiencia/>. Acesso em: 19 out. 2020.

REVISTA ANAMACO ONLINE. São Paulo: Grau 10 Editora, 28 set. 2009. Disponível em: <http://www.revistaanamaco.com.br/quem-e-o-consumidor-da-construcao#>. Acesso em: 19 set. 2020.

ROGERS, Steven. **Finanças e estratégias de negócios para empreendedores**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SOUZA, Alceu; CLEMENTE, Ademir. **Decisões financeiras e análise de investimento**: fundamento, técnicas e aplicações. 6. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2012.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: Núcleo de Comunicação, 2013. 164 p.

SEBRAE. **Entenda o motivo do sucesso e do fracasso das empresas**. 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/entenda-o-motivo-do-sucesso-e-do-fracasso-das-empresas,b1d31ebfe6f5f510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 5 dez. 2020.

SEBRAE. **Quais são os tipos de empresas?** 2017. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo\\_uf/quais-sao-os-tipos-de-empresas,af3db28a582a0610VgnVCM1000004c00210aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo_uf/quais-sao-os-tipos-de-empresas,af3db28a582a0610VgnVCM1000004c00210aRCRD). Acesso em: 02 dez. 2020.

SEBRAE. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. 2016. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 02 dez. 2020.

SILVA, Andréia Aparecida et al. A utilização da matriz Swot como ferramenta estratégica—um estudo de caso em uma escola de idioma de São Paulo. **Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, v. 8, p. 1-11, 2011.

VIEIRA, Valter Afonso. As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing. **Revista da FAE**, v. 5, n. 1, 2002.