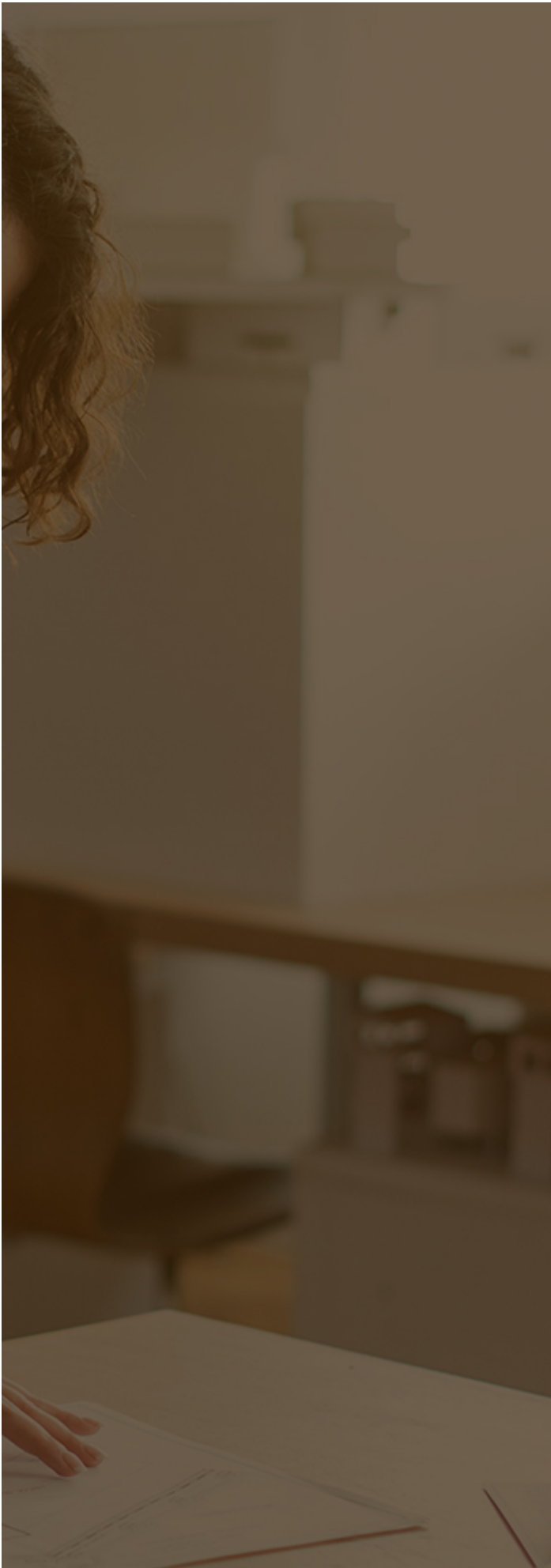




**NOME DA
EMPRESA**

**TIPO DE
EMPREENDEDIMENTO**

Plano de negócios



SUMÁRIO

1. Sumário Executivo	3
2. Descrição da empresa	4
3. Análise de Mercado	5
4. Plano de Marketing	7
5. Plano Operacional	8
6. Plano Financeiro	9
7. Análise de Riscos	12
8. Estratégia de expansão	13
Apêndice	14
Instruções para introdução aos custos estimados de criação da empresa	15
Instruções para começar as projeções de lucros e perdas	17

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Esse é o resumo do seu negócio.

Geralmente esse item é finalizado por último pois somente depois de todos os outros itens finalizados que conseguiremos pensar em todos os aspectos e abrangência que desejamos para a empresa.

Aqui também deve conter informações suficientes para que um potencial investidor analise e entenda a viabilidade do negócio, caso seja aplicável ao negócio.

Pontos a serem considerados nesse item:

Missão: É uma declaração concisa e mais ampla sobre o propósito geral da empresa. Ela responde de forma objetiva o que a empresa pretende fazer e por que existe, servindo como uma introdução inspiradora e chamativa para atrair a atenção do leitor, especialmente investidores.

Oportunidade: Qual problema o negócio resolverá?

Solução: Descrição do serviço e como resolve o problema identificado.

Foco no Mercado: Quem é o cliente ideal e qual o mercado-alvo?

Vantagem Competitiva: Como a empresa se destaca no mercado.

Rendimentos Esperados: Principais metas financeiras e de crescimento.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Detalhe o que é sua empresa, quais produtos ou serviços ela oferece, quais são seus diferenciais no mercado (como se diferencia do mercado) e preços praticados. Diferente do item anterior, aqui deverá ser feita uma descrição detalhada de todos os pontos levantados, entre outros.

Pontos a serem considerados neste item:

Resumo da Empresa: Breve introdução que inclui a essência do negócio.

Declaração de Missão: Explicação dos princípios orientadores e a missão da empresa. É um pouco mais detalhada e aborda os valores e princípios orientadores específicos da empresa. Aqui, ela explica não apenas o que a empresa faz, mas também *como* ela pretende fazer isso para clientes, funcionários e outros stakeholders. Este é o espaço para descrever os compromissos da empresa com a qualidade, o atendimento e outros valores que guiam suas operações e decisões.

Neste item, para a minha empresa eu acrescentei a visão da empresa. A visão do negócio é uma declaração que descreve o futuro ideal que a empresa deseja alcançar, refletindo suas aspirações a longo prazo. Enquanto a missão responde por que a empresa existe e o que faz, a visão foca em onde a empresa quer chegar e no impacto que pretende ter no futuro. Ela serve como uma bússola, guiando o crescimento e as ações estratégicas.

A visão deve ser inspiradora, desafiadora, mas também realista, ajudando a motivar a equipe e a empresa a seguir em direção a esse objetivo.

História da Empresa: Resumo de como e por que o negócio foi fundado.

Mercado e Serviços: Descrição do mercado-alvo e dos principais serviços oferecidos.

Estrutura Operacional: Estrutura organizacional e responsabilidades.

Objetivos Financeiros: Metas de capitalização e projeções de lucros.

Visão Geral do Produto: Descrição detalhada das ofertas de serviço.

Principais Participantes: Parceiros estratégicos e principais fornecedores.

Preços: Estrutura de preços e valor agregado.

LEMBRETE: Não se limitando somente a esses itens, aqui pode ser descrito tudo que julgar importante para o seu negócio.

3. ANÁLISE DE MERCADO

Identifique seus concorrentes, o público-alvo e a demanda para o seu produto ou serviço. Isso ajuda a entender onde e como sua empresa se posiciona no mercado.

- **Tipo de setor:** Comece com as descrições mais amplas de sua oportunidade de mercado. Por exemplo, se a empresa planejada é uma agência de viagens, o setor seria de serviço. Neste mercado em particular, as receitas globais são projetadas para superar R\$ 183 bilhões, mas a agência local terá um mercado muito menor. Identifique o potencial cliente na geografia local da empresa, que pode caber no grupo demográfico de destino. Esta seção também identifica as regulamentações do setor e avalia tendências de crescimento e estabilidade do mercado.
- **Segmentação de mercado:** Esta seção define os principais segmentos de mercado e os que o negócio está focando agora. Um segmento de mercado é um grupo de pessoas (ou outras empresas) da indústria que identifica segmentos menores, como cruzeiros exóticos ou de luxo. O mercado também pode ser segmentado por critérios como qualidade, preço, gama de produtos, geografia, dados demográficos e outros. Alguns outros elementos a serem considerados respondem perguntas como: Seu segmento está crescendo, encolhendo ou desaparecerá nos próximos anos? Qual é a porcentagem do mercado que será alcançável? Que participação no mercado é esperada nos próximos 2 ou 3 anos? Os gráficos são melhor usados em uma seção como esta para mostrar crescimento (gráfico de linhas) ou porcentagens de mercados ou grupos (gráfico de pizza).
- **Concorrência:** Todas as empresas competem de uma forma ou de outra. Pode ser com concorrentes diretos ou específicos ou pode ser com a maneira como os clientes fazem as coisas há muito tempo. Ao identificar a concorrência, identifique quem mais está fornecendo serviços para resolver o mesmo problema que a empresa procura resolver. Quais são as vantagens da sua empresa em relação a esses concorrentes? Como sua voz será ouvida em meio ao barulho da concorrência? Às vezes, um plano de negócios inclui uma matriz de recursos e compara como cada empresa oferece ou não esses recursos. Esta seção reflete como a solução da empresa é diferente e mais adequada para o mercado-alvo identificado em comparação com a concorrência.
- **Análise PPOA:** Uma análise PPOA pode ser incluída preenchendo as caixas abaixo para avaliar sua empresa no ambiente atual, os pontos fortes e fracos (interno) e oportunidades e ameaças (externo). Este é um bom exercício para realizar todo ano. Depois de concluir a análise, forneça ideias: como seus pontos fortes podem ajudar a empresa a maximizar as oportunidades e minimizar as ameaças; como as fraquezas podem diminuir a capacidade da empresa capitalizar as oportunidades; e como as fraquezas poderiam expor seu negócio a ameaças.

PONTOS FORTES:

- Vantagens
- Funcionalidades
- Ativos, pessoas
- Experiência
- Reserva Financeira
- Proposta de valor
- Preço, valor, qualidade

OPORTUNIDADES:

- Áreas para melhorar
- Novos segmentos
- Tendências do setor
- Novos produtos
- Novas inovações
- Parceria-chave



PONTOS FRACOS:

- Desvantagens
- Lacuna nas funcionalidades
- Fluxo de Caixa
- Fornecedores
- Experiência
- Áreas para melhorar
- Causa das perdas de vendas

AMEAÇAS:

- Movimento da economia
- Obstáculos encontrados
- Ações do concorrente
- Impactos políticos
- Efeitos ambientais
- Perda da equipe principal
- Demanda do mercado

4. PLANO DE MARKETING

Promover a empresa, seja gerando oportunidades de vendas, seja gerando tráfego para um site ou loja, é uma das funções mais importantes de qualquer empresa. Nesta seção do plano, forneça detalhes sobre o marketing desejado da empresa. Descreva as principais mensagens e canais usados para gerar oportunidades de vendas e promover o negócio. Esta seção também deve descrever qualquer estratégia de vendas. Dependendo do tipo do seu negócio, as seções a seguir podem ou não ser necessárias. Inclua apenas o que você precisa e remova tudo mais.

- **Mensagens-chave:** Descreva as principais mensagens que elevam os serviços na visão dos clientes de destino. Se houver um material de apoio ou imagens gráficas de algumas mensagens, inclua-as.
- **Atividades de marketing:** Qual das seguintes opções de promoção oferece à empresa a melhor chance de reconhecimento de produto, oportunidades de vendas qualificadas, tráfego de loja, ou compromissos?
 - o Publicidade na mídia (jornal, revista, televisão, rádio)
 - o Mala direta
 - o Telemarketing
 - o Seminários ou conferências de negócios
 - o Publicidade conjunta com outras empresas
 - o Boca a boca ou anúncios fixos
 - o Marketing digital, como mídias sociais, marketing por email ou SEO
- **Estratégia de vendas:** Se necessária, qual será a abordagem de vendas? Haverá equipe de vendas contratada em tempo integral, contrato de vendas ou outra abordagem?

5. PLANO OPERACIONAL

Além disso, você precisa descrever como a empresa desenvolve e mantém uma base de clientes fiéis no presente e continuará a fazê-lo no futuro. Esta seção inclui responsabilidades de gerenciamento, com datas e orçamentos, e garante que os resultados possam ser rastreados. Quais são as fases previstas para o crescimento futuro e as capacidades que precisam ser implantadas para realizar o crescimento?

O plano operacional descreve como o negócio funciona. Dependendo do tipo de negócio, elementos importantes deste plano devem incluir como a companhia leva serviços ao mercado e como dará suporte aos clientes. É a logística, a tecnologia e as qualidades básicas da empresa.

Dependendo do tipo do seu negócio, as seções a seguir podem ou não ser necessárias. Inclua apenas o que você precisa e remova tudo mais. Lembre-se: tente manter o plano de negócios o mais breve possível. Muitos detalhes nesta seção poderiam facilmente criar um plano muito longo.

- **Preenchimento de pedido:** Descreva os procedimentos da empresa para fornecer serviços aos seus clientes. Como uma empresa de serviços, determine como controlar a base de clientes, a forma de comunicação e a melhor maneira de gerenciar vendas e dados.
- **Pagamento:** Descreva seus termos de pagamento padrão e as formas de pagamento aceitas. Descreva os planos de preços (taxas de serviço único, taxas baseadas em horas, margens e quaisquer outras tarifas) e qualquer impacto no fluxo de caixa.
- **Tecnologia:** Se a tecnologia é fundamental para o negócio, se faz parte da oferta de serviço ou se é fundamental para a entrega de um produto ou serviço, descreva o uso das principais tecnologias que são proprietárias. Se os seus dados de negócios (da empresa ou clientes) estiverem em risco, descreva o plano de segurança de dados em vigor, bem como qualquer backup ou recuperação no caso de um desastre ou interrupção.
- **Clientes-chave:** Identifique todos os clientes importantes para o sucesso do seu negócio, independentemente da causa, que pode ser uma parceria, um volume ou uma via para um novo mercado. Além disso, identifique os clientes que trazem mais de 10% das receitas da empresa.
- **Funcionários e organização importantes:** Descreva todas as habilidades ou experiências exclusivas exigidas da equipe atual. Se for necessário, descreva quaisquer processos de recrutamento ou treinamento proprietários em vigor. Liste os principais funcionários necessários para o sucesso. Inclua quaisquer organogramas que deem suporte a essa seção.

Instalações: Como um negócio doméstico, estude sobre as leis e as declarações fiscais necessárias para esse tipo de negócio.

6. PLANO FINANCEIRO

A criação do plano financeiro é onde todo o planejamento de negócios começa a fazer sentido. Até esse ponto, o mercado-alvo, o público-alvo e os preços foram identificados. Esses itens, juntamente com suposições, ajudarão a estimar sua previsão de vendas da empresa. O outro lado do negócio será quais despesas você espera. Isso é importante em uma base contínua para ver quando o negócio é rentável. Também é importante saber quais despesas você precisará financiar antes que as vendas ao cliente ou o dinheiro que elas geram sejam recebidos.

No mínimo, esta seção deve incluir seus custos iniciais estimados e os lucros e perdas projetados, juntamente com um resumo das suposições feitas com essas projeções. As suposições devem incluir as vendas iniciais e contínuas, juntamente com o tempo destas em fluxos.

Custos iniciais: Um dos pontos mais críticos do plano de negócio. Inclua estimativas de receitas e despesas, detalhando os custos iniciais, custos fixos e variáveis e o ponto de equilíbrio do negócio.

Plano de Investimento: Especifique de onde virá o capital necessário para iniciar o negócio. Explique o montante de recursos e como ele será alocado dentro do negócio.

Projeção financeira: Apresente projeções financeiras para um período de tempo (por exemplo, três a cinco anos). Inclua projeções de vendas, fluxo de caixa e lucro, mostrando a viabilidade e o potencial de crescimento do negócio.

A tabela abaixo mostra um exemplo de itens de custo contínuos e únicos que a empresa pode precisar para que seja aberta. Muitas empresas recebem um crédito fornecido a prazo, e não recebem dinheiro imediatamente. É necessário fazer suposições sobre quantos meses de itens recorrentes, além de despesas únicas, para estimar quando o dinheiro começará a fluir na empresa. Para começar, a empresa terá que se financiar com a poupança ou com investimento inicial. Há uma tabela em branco no Apêndice para completar suas projeções de custos iniciais.

CUSTOS DE CRIAÇÃO DA EMPRESA

Sua Agência Domiciliar

1 de janeiro de 2018

ITENS DE CUSTO	MESES	CUSTO/MÊS	CUSTO ÚNICO	CUSTO TOTAL
Publicidade/Marketing	3	R\$ 300	R\$ 2.000	R\$ 2.900
Salários de funcionários*	4	R\$ 500	R\$ 2	R\$ 2.002
Benefícios e impostos sobre folha de pagamento	4	R\$ 100	R\$ 1.500	R\$ 1.600
Pagamentos de aluguel/locações/serviços públicos	4	R\$ 750	R\$ 2.500	R\$ 5.500
Postagem/Envio	1	R\$ 25	R\$ 25	R\$ 50
Comunicação/Telefonia	4	R\$ 70	R\$ 280	R\$ 560
Equipamentos de Computador		R\$ 0	R\$ 1.500	R\$ 1.500
Software de Computador		R\$ 0	R\$ 300	R\$ 300
Seguro		R\$ 0	R\$ 60	R\$ 60
Despesa de Juros		R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Custos de Serviço Bancário		R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Suprimentos		R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Viagens e Entretenimento		R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Equipamentos		R\$ 0	R\$ 2.500	R\$ 2.500
Mobília e Equipamentos		R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Melhorias de Arrendamento		R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Depósito(s) de Garantia		R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Licenças/Permissões/Taxas de Negócios		R\$ 0	R\$ 5.000	R\$ 5.000
Serviços Profissionais – Jurídico, Contabilidade		R\$ 0	R\$ 1.500	R\$ 1.500
Consultor(es)		R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Inventário		R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Dinheiro em Caixa (Capital de Giro)		R\$ 0	R\$ 0	R\$ 1.000
Diversos		R\$ 0	R\$ 2.000	R\$ 2.000
ORÇAMENTO ESTIMADO DE CRIAÇÃO DA EMPRESA				R\$ 26.472

*Com base em funcionários de meio expediente. Isso poderá ser alterado depois que você alcançar o seu benchmark de crescimento.

Modelo de lucros e perdas projetados: O modelo abaixo mostra um exemplo das projeções que uma pequena empresa está realizando para seus primeiros 12 meses de operação. A parte superior da tabela mostra as vendas projetadas e o lucro bruto. Este é um bom lugar para começar a criar a previsão de vendas da empresa. A próxima seção lista as despesas recorrentes que a empresa está projetando para os mesmos meses. Estas devem ser consistentes com os custos iniciais estimados que foram preenchidos na seção anterior. Na parte inferior deste modelo, é possível ver quando a empresa está se tornando lucrativa e quais itens de despesas têm maior impacto sobre a rentabilidade. Há uma tabela em branco no Apêndice para completar as próprias projeções de custos iniciais.

CUSTOS DE CRIAÇÃO DA EMPRESA													
Sua Agência Domiciliar											1 de janeiro de 2018		
RECEITA	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	AAD
Vendas Estimadas	R\$ 5.000	R\$ 13.000	R\$ 16.000	R\$ 7.000	R\$ 14.500	R\$ 16.400	R\$ 22.500	R\$ 23.125	R\$ 24.549	R\$ 22.000	R\$ 25.000	R\$ 27.349	R\$ 216.423
Menos Devoluções e Descontos de Vendas	R\$ 0	(R\$ 350)	R\$ 0	(R\$ 206)	(R\$ 234)	R\$ 0	R\$ 0	(R\$ 280)	(R\$ 1.200)	(R\$ 1.600)	R\$ 0	(R\$ 2.400)	(R\$ 6.270)
Receita de Serviço	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 250	R\$ 350	R\$ 100	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 1.245	R\$ 1.360	R\$ 3.305
Outras Receitas	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 1.500	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 1.500
Vendas Líquidas	R\$ 5.000	R\$ 12.650	R\$ 16.000	R\$ 6.794	R\$ 14.266	R\$ 16.650	R\$ 22.850	R\$ 24.445	R\$ 23.349	R\$ 20.400	R\$ 26.245	R\$ 26.309	R\$ 214.958
Custo das Mercadorias Vendidas*	R\$ 2.000	R\$ 5.200	R\$ 6.400	R\$ 2.800	R\$ 5.800	R\$ 6.560	R\$ 9.000	R\$ 9.250	R\$ 9.820	R\$ 8.800	R\$ 10.000	R\$ 10.940	R\$ 86.569
Lucro Bruto	R\$ 3.000	R\$ 7.450	R\$ 9.600	R\$ 3.994	R\$ 8.466	R\$ 10.090	R\$ 13.850	R\$ 15.195	R\$ 13.529	R\$ 11.600	R\$ 16.245	R\$ 15.369	R\$ 128.389
DESPESAS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	AAD
Salários e Remunerações	R\$ 2.500	R\$ 2.500	R\$ 3.500	R\$ 5.000	R\$ 5.000	R\$ 5.000	R\$ 8.000	R\$ 9.000	R\$ 9.000	R\$ 9.000	R\$ 9.000	R\$ 9.000	R\$ 76.500
Marketing/Publicidade	R\$ 400	R\$ 450	R\$ 450	R\$ 450	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 900	R\$ 1.200	R\$ 1.200	R\$ 9.550
Comissões de Vendas	R\$ 250	R\$ 650	R\$ 800	R\$ 350	R\$ 725	R\$ 820	R\$ 1.125	R\$ 1.156	R\$ 1.227	R\$ 1.100	R\$ 1.250	R\$ 1.367	R\$ 10.821
Aluguel	R\$ 1.250	R\$ 1.250	R\$ 1.250	R\$ 1.250	R\$ 1.250	R\$ 1.250	R\$ 1.125	R\$ 1.125	R\$ 1.125	R\$ 1.125	R\$ 1.125	R\$ 1.125	R\$ 15.000
Utilitários	R\$ 250	R\$ 150	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 250	R\$ 250	R\$ 250	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 250	R\$ 250	R\$ 2.650
Despesas do Site	R\$ 175	R\$ 175	R\$ 175	R\$ 175	R\$ 175	R\$ 175	R\$ 175	R\$ 175	R\$ 175	R\$ 175	R\$ 225	R\$ 225	R\$ 2.200
Internet/Telefone	R\$ 110	R\$ 110	R\$ 110	R\$ 110	R\$ 110	R\$ 110	R\$ 110	R\$ 110	R\$ 110	R\$ 110	R\$ 110	R\$ 110	R\$ 1.320
Seguro	R\$ 165	R\$ 165	R\$ 165	R\$ 165	R\$ 165	R\$ 165	R\$ 165	R\$ 165	R\$ 165	R\$ 165	R\$ 165	R\$ 165	R\$ 1.980
Viagem	R\$ 100	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 250	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 675	R\$ 800	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 1.825
Jurídico/Contabilidade	R\$ 1.200	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 450	R\$ 0	R\$ 500	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 250	R\$ 2.400
Material de Escritório	R\$ 125	R\$ 125	R\$ 125	R\$ 125	R\$ 125	R\$ 125	R\$ 125	R\$ 125	R\$ 125	R\$ 125	R\$ 125	R\$ 125	R\$ 1.500
Despesa de Juros	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Despesas Totais	R\$ 6.525	R\$ 5.575	R\$ 6.775	R\$ 8.525	R\$ 8.650	R\$ 9.295	R\$ 12.100	R\$ 13.131	R\$ 13.827	R\$ 13.825	R\$ 13.575	R\$ 13.942	R\$ 125.746
Receita Antes dos Impostos (R\$ 3.525)		R\$ 1.875	R\$ 2.825	(R\$ 4.531)	(R\$ 184)	R\$ 795	R\$ 1.750	R\$ 2.064	(R\$ 298)	(R\$ 2.225)	R\$ 2.670	R\$ 1.427	R\$ 2.643
Despesa de Imposto de Renda (R\$ 529)		R\$ 281	R\$ 424	(R\$ 680)	(R\$ 28)	R\$ 119	R\$ 263	R\$ 310	(R\$ 45)	(R\$ 334)	R\$ 401	R\$ 214	R\$ 396
LUCRO LÍQUIDO	(R\$ 2.996)	R\$ 1.594	R\$ 2.401	(R\$ 3.851)	(R\$ 156)	R\$ 676	R\$ 1.488	R\$ 1.754	(R\$ 253)	(R\$ 1.891)	R\$ 2.270	R\$ 1.213	R\$ 2.246

*No setor de serviços, o custo das mercadorias vendidas é o valor monetizado do tempo gasto no cliente.

7. ANÁLISE DE RISCOS

Identifique possíveis riscos para o negócio e elabore um plano de contingência. Estar preparado para enfrentar desafios aumenta a credibilidade do plano.

8. ESTRATÉGIA DE EXPANSÃO

Explique como o negócio poderá crescer ao longo do tempo. Isso pode incluir planos para expansão de produtos, alcance geográfico ou diversificação de serviços.

APÊNDICE

CUSTOS DE CRIAÇÃO DA EMPRESA

Agência Domiciliar

Data

ITENS DE CUSTO

MESES

CUSTO/MÊS

CUSTO ISOLADO

CUSTO TOTAL

Publicidade/Marketing

Salários de Funcionários

Benefícios e Impostos Sobre Folha de Pagamento

Pagamentos de aluguel/locações/serviços públicos

Postagem/Envio

Comunicação/Telefonia

Hardware de Computadores

Software de Computadores

Seguro

Despesa de Juros

Custos de Serviço Bancário

Suprimentos

Viagens e Entretenimento

Equipamentos

Mobília e Equipamentos

Melhorias de Arrendamento

Depósito(s) de Garantia

Licenças/Permissões/Taxas de Negócios

Serviços Profissionais – Jurídico, Contabilidade

Consultor(es)

Inventário

Dinheiro em Caixa (Capital de Giro)

Diversos

ORÇAMENTO ESTIMADO DE CRIAÇÃO DA EMPRESA

Instruções para introdução aos custos estimados de criação da empresa

Determinar os custos iniciais de uma empresa é fundamental para garantir que haja caixa suficiente para iniciar as operações de negócios dentro do prazo orçado, bem como dentro do orçamento de custos. Os custos iniciais geralmente estão dentro de duas categorias, custos mensais e custos únicos. Os custos mensais cobrem os custos que ocorrem a cada mês durante o período de inicialização, e os custos únicos são custos que serão incorridos uma vez durante o período de inicialização.

Etapas para a preparação:

- **Etapa 1:** Insira o nome da empresa e a data em que esta previsão está sendo preparada.
- **Etapa 2:** Insira o número de meses e o custo mensal de cada item de custo recorrente. Para custos únicos, pule os custos mensais. Se houver itens de custo com montantes recorrentes e únicos, insira-os também. O custo total será calculado automaticamente na coluna da extremidade direita.
- **Etapa 3:** Depois de inserir todos os custos, examine os itens individuais e o valor total para ver onde o orçamento pode ser ajustado ou mover algo para o futuro, quando tiver mais receita.

CUSTOS DE CRIAÇÃO DA EMPRESA

Agência Domiciliar

Data

RECEITA	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	AAD
---------	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Vendas estimadas de produtos

Menos devoluções e descontos de vendas

Receita de serviço

Outras Receitas

Vendas Líquidas**Custo das Mercadorias Vendidas*****Lucro Bruto**

DESPESAS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	AAD
----------	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Salários e Remunerações

Marketing/Publicidade

Comissões de vendas

Aluguel

Utilitários

Despesas do site

Internet/Telefone

Seguro

Viagem

Jurídico/Contabilidade

Material de escritório

Gasto com Juros

Outros 1

Despesas Totais**Renda Antes dos Impostos****Despesa de Imposto de Renda****LUCRO LÍQUIDO**

* Na indústria de serviços, o custo das mercadorias vendidas é o valor monetizado do tempo gasto no cliente.

Instruções para começar as projeções de lucros e perdas

Completar as projeções de lucros e perdas de uma nova empresa é um bom exercício para entender e comunicar quando a empresa começará a atingir o ponto de equilíbrio e ver como as vendas e os lucros crescerão. A parte superior do modelo à esquerda, Receita, é uma boa maneira de prever as vendas, mês a mês, no primeiro ano. A parte inferior aplica as despesas estimadas pelo mesmo período de tempo para obter a lucratividade do negócio.

Etapas para a preparação:

- **Etapa 1:** Insira o nome da empresa e a data em que esta projeção está sendo preparada.
- **Etapa 2:** Em todos os meses, começando em Janeiro ou sempre que iniciar, insira as vendas esperadas. Pode ser para um único serviço ou vários serviços. Adicione linhas a esse modelo para incluir mais ofertas. A partir desse caso, subtraia qualquer devolução de produto ou desconto a ser controlado (eles devem ser exibidos como números negativos, por exemplo, -10). Abaixo das Vendas Líquidas, insira o Custo das Mercadorias Vendidas. Isso se refere ao valor monetizado do tempo gasto em um cliente específico.
- **Etapa 3:** Para cada mês, insira os salários estimados, marketing, serviços públicos e outros itens que serão projetados.
- **Etapa 4:** Depois de inserir todos os custos, examine os itens individuais e o valor total para ver onde as projeções podem ser ajustadas ou mova algo para o futuro, quando tiver mais receita. O objetivo é obter lucratividade e fluxo de caixa positivo o mais rápido possível.