- UNIESP -

UNIÃO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Amanda Cristina Costa – RA 0030003584

Deise Teixeira de Araujo – RA 0050016448

Trabalho apresentado como exigência da disciplina Projeto Interdisciplinar – Plano de Negócios, na composição da média de aprovação das notas da N1 e N2, ministrada e sob orientação da Professora Mestra Márcia Marisa Corrêa.

São Paulo, junho de 2014.

PLANO DE NEGÓCIOS DA A & D CONVENIÊNCIA ..............................................................................

São Paulo, junho de 2014.

**SUMÁRIO**

**SUMÁRIO EXECUTIVO4**

**1. PLANO DE NEGÓCIOS - ROTEIRO 5**

1.1 INFORMAÇÕES SOBRE O EMPREENDIMENTO5

1.2 ANÁLISE DE MERCADO8

1.3 VISÃO E MISSÃO DA EMPRESA14

1.4 MERCADO CONSUMIDOR14

1.5 MERCADO CONCORRENTE 15

1.6 MERCADO FORNECEDOR16

1.7 PRINCIPAIS PRODUTOS OFERECIDOS PELA EMPRESA16

1.8 FLUXOGRAMA DO PROCESSO PRODUTIVO17

1.9 EQUIPAMENTOS/INSTRUMENTOS QUE INTEGRAM O PROCESSO19

1.10 MÓVEIS E UTENSILÍOS NECESSARIOS19

1.11 MATÉRIAS-PRIMAS, MATERIAIS SECUNDÁRIOS E EMBALAGENS19

1.12 INVESTIMENTOS FÍSICOS20

1.13 CÁLCULO DO CAPITAL DE GIRO21

1.14 INVESTIMENTO INICIAL 21

1.15 GASTOS MENSAIS COM MANUTENÇÃO, DEPRECIAÇÃO E SEGUROS22

1.16 CUSTOS COM MÃO DE OBRA22

1.17 CUSTOS FIXOS23

1.18 CÁLCULO DO CUSTOS DE MATÉRIAS – PRIMAS E

MATERIAIS DIRETOS23

1.19 CÁLCULO DO CUSTO DO SERVIÇO24

1.20 CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA24

1.21 DEMOSNTRATIVO DE RESULTADOS25

1.22 LUCRATIVIDADE26

1.23 RENTABILIDADE26

1.24 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO26

1.2 PONTO DE EQUILÍBRIO 27

REFERÊNCIAS28

**SUMÁRIO EXECUTIVO**

A empresa Á & D Conveniência pretende comercializar produtos alimentícios industrializados, cigarros, bebidas, alimentos prontos, materiais de higiene pessoal e de limpeza entre outros itens que estão no cotidiano do consumidor.

A empresa está instalada em uma rodovia que liga São Paulo ao Rio de Janeiro BR-116, e o público consumidor é bastante abrangente e caracterizado por pessoas pertencentes ás classes B e C do sexo masculino e feminino entre 18 e 35 anos.

O mercado de lojas de conveniência cresce ao ritmo de 20% ao ano; e, segundo pesquisas levantadas as rodovias são carentes em lojas de conveniência.

O cliente utiliza a loja por conveniência, comodidade de emergência, não se importando com o fato de pagar preços um pouco mais elevados.

Pode se concluir que a empresa proporcione um lucro mensal de R$ 51.108.90, que inicialmente garante uma situação confortável á empresa.

Com base nos cálculos a lucratividade será de 51.10%, para cada R$ 100.00 vendidos, ou seja á empresa terá R$ 51.10 de lucro para cada R$ 100.00. Podemos afirmar que o capital investido retornará a uma taxa de 66.91%, e que o prazo para retorno do investimento será de 1 mês. A empresa atingirá seu ponto de equilíbrio quando prestar 379 horas de serviço no mês.

Os cálculos dos indicadores de desempenho demonstram que a forma como a empresa está sendo planejada proporciona ganhos significativos uma vez que tanto a lucratividade quanto a rentabilidade são altas.

**PLANO DE NEGÓCIOS – ROTEIRO**

|  |
| --- |
| **ETAPA 1 – INFORMAÇÕES SOBRE O EMPREENDIMENTO** |

**Nome da Empresa:**

A& D Conveniência

**Razão Social:**

Costa e Araújo Conveniência ltda.

**Endereço:**

 Alameda Santos, 2081- Cerqueira César – São Paulo/SP

**CEP:** 01412-019

**Fone / Fax:**

**Pessoa para Contato / Cargo - Função:**

Deise Teixeira de Araujo - Supervisora de atendimento-função: atender o cliente com excelência, obter informação do que necessário mudar para alcançar a satisfação do cliente e fidelizando.

Amanda Cristina Costa – Supervisora de Planejamento-função: toda parte de RH, relatórios, contratos, negociação com fornecedores e estoques.

**Sócios:** dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições.

**Sócio 1**

Nome: Deise Teixeira de Araujo

Endereço: Rua Albino Abreu Figueiredo n° 29

Cidade – Estado: Itaquaquecetuba/SP

Telefone: 95878-9876

Perfil (breve currículo)

Experiência na área de vendas, responsável, comprometida com suas tarefas.

**Atribuições do sócio 1** (papel a ser desempenhado na sociedade)

Supervisora de Atendimento ao cliente, pesquisa de campo para obter informações sobre as tendências de mercado, fidelização ao cliente e marketing na área de divulgação e fechamento de caixa.

**Sócio 2**

Nome: Amanda Cristina Costa

Endereço: Rua Vitória 101, bl 03,52b

Cidade, Estado: São Paulo/SP

Telefone: 2566-8773 /98110-7905

Perfil (breve currículo)

Experiência em negociação em contratos, compras de suprimentos de matérias, almoxarifado, relatórios, folha de pagamento, licitações e planejamentos.

**Atribuições do sócio 2** (papel a ser desempenhado na sociedade)

Supervisora compra de suprimentos, controle de entrada e saída de estoque, responsável pelos contratos com fornecedores, contrato com TI, contratos com a parte de segurança, toda parte de RH (recrutamento ,seleção ,documentação e contratação), Planejamento de layout e faturamento.

**Setores de atividade (Natureza)**

* Agropecuária
* Indústria

x Comércio

x Serviços

* Outros\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Forma Jurídica**

* Empresário

x Sociedade Limitada

* Outra:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Enquadramento tributário**

**Âmbito federal**

X REGIME SIMPLES

**Âmbito estadual**

x ICMS – Regime Simplificado

**Âmbito municipal**

X ISS – Imposto sobre Serviços (optante do simples nacional)

**Capital Social**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Nome do Sócio | Valor | Participação % |
| Sócio 1 | Deise | 75.000,00 |  50% |
| Sócio 2 | Amanda | 75.000,00 |  50% |
| TOTAL |  | 150.000,00 | 100% |

|  |
| --- |
| **ETAPA 2 – ANÁLISE DE MERCADO** - **DESCRIÇÃO GERAL DO NEGÓCIO – Pesquisa Atualizada** |

**O que a empresa faz ou pretende fazer:**

A empresa pretende comercializar produtos alimentícios industrializados, cigarros, bebidas, alimentos prontos, materiais de higiene pessoal e de limpeza entre outros itens que estão no cotidiano do consumidor.

**Baseado em quais competências/experiências/tecnologias:**

A empresa se utilizara da experiência de uma das sócias que trabalha na área de RH, em negociação de contrato e compras de materiais de suprimento, almoxarifado, ao longo da sua experiência profissional procurou mais conhecimento à respeito de compras de diversos.

**Estimulado por quais tendências de mercado:**

O mercado de lojas de conveniência cresce no ritmo de 20% ao ano, faturando R$ 3.3 bilhões ano, e gerando mais de 200 mil empregos diretos e indiretos no Brasil, cada loja de conveniência recebe em média 300 clientes por dia e em faturamento médio de 100 mil por mês.[[1]](#footnote-1)

**Descrição do Mercado de Forma Abrangente (macro):**

* **Concorrentes:**

As lojas de conveniências não são empreendimentos novos no mercado e a concorrência entre elas se dá pelas bandeiras dos postos de combustíveis a que estão atrelados.

* **Clientes:**

O cliente utiliza a loja por conveniência, comodidade de emergência, optando por fazer compras em lojas menores, não se importando com o fato de pagar preços um pouco mais elevados. Por isso os clientes das lojas de conveniência buscam facilidades e rapidez no atendimento e na compra. Normalmente são pessoas que preferem algo prático.

* **Fornecedores:**

A parceria com fornecedores é fundamental e proporciona ganhos em relação grandes campanhas de marketing feita por eles, sinalizações que pode ser compartilhada e até mesmo cedidas e principalmente, a oferta de produto reconhecimento pela clientela em geral.

* **Segmento específico (público-alvo) em que compete ou pretende competir:**

As principais oportunidades para as lojas de conveniências são relacionadas com seu funcionamento 24 hs por dia e também a incorporação no estabelecimento do modelo de negócio de loja dentro de loja/co-branding/.

O público-alvo são pessoas que estão de passagem ou moradia e locais de trabalho próximo.

* **Comportamento do mercado em termos de crescimento:**

Estima-se que, entre 2010 e 2014 a economia brasileira movimente R$ 183 bilhões em função da copa do mundo da FIFA 2014. As lojas de conveniências em posto de serviços de combustível, pode servir como ponto de encontro e centrais de informações para turistas[[2]](#footnote-2).

* **Lucratividade:**

O mercado de loja de conveniência não para de crescer, com tendência de expansão do mercado. Este número tende a aumentar.

**Características principais do mercado em termos de:**

* **Preço praticado:**

Com um sortimento de produto e serviços oferecidos tende a ser complexo. Varia de acordo com as condições de mercado local.

* **Formas de vendas:**

As lojas de conveniências trabalham com vendas no mercado varejista, nas quais o pagamento pode ser feito com cartão de crédito com parcelamento até 3 vezes nos valores acima de R$ 100.00, cartão de débito e dinheiro.

* **Assistência:**

Qualquer estabelecimento requer uma boa aparência e um ambiente agradável. Sendo assim proporcionando produto e programas para limpezas e desinfecção de toda área.

* **Existência de soluções tecnológicas diferenciadas:**

Atendimento 24 hs, lava à jato e espaços para espera, revistaria e jornais, como ano de copa, venda de mapas, chamadas de telefones, lan house e espaço para relaxamento e massagista.

* **Estratégias de marketing:**

Promover sorteios, participar de eventos para divulgação da loja, optar por produto diferenciado, com preços vantajosos e um bom local para a loja tanto dentro da cidade quantos nas estradas. Sempre buscando conhecer os desejos dos clientes.

* **Principais concorrentes:**

Lojas de conveniências atreladas a outros estabelecimentos como hotéis, restaurantes e bares podem sofrer concorrência com estabelecimento similares nas redondezas. As principais concorrentes São a AM PM e BR Mania.

**Vantagens e desvantagens dos principais concorrentes em termos de:**

* **Produtos/serviços (qualidade e tecnologia):**

Fluxo continuo de clientes, fidelização dos clientes de combustível, a localização estratégica e a lucratividade.

* **Preço:**

No varejo, a fixação dos preços de vendas dos produtos e serviços oferecidos tende a ser um processo complexo por causa do número de itens e também por conta da região.

* **Capacidade de promoção:**

Por ser loja que tem em suas prateleiras vários itens sua capacidade de promover produtos é de extrema capacidade em obtenção de facilidade em sua divulgação. Pois sua clientela por dia é em média 300 clientes.

* **Áreas de conhecimento em que a empresa tem experiência e capacitação:**

Os sócios tem conhecimento no setor, como também vem acompanhando seu desenvolvimento no mercado e suas tendências.

* **Tecnologias/habilidades dominadas pela empresa:**

Além do conhecimento na área de vendas, tem total conhecimento com negociação de contratos com fornecedores e todo tramite administrativo. TI software adequado.

* **Áreas de conhecimento correlatas ou complementares em que a empresa atua ou pretende atuar ou está iniciando capacitação:**

A empresa (loja de conveniência) trabalha com vários itens e no entanto com várias marcas. A loja pretende ter sempre nas prateleiras produtos variados, procurando diversificar e inovar todos os dias e acompanhando todas as tendências que surgir no mercado.

* **Tecnologias/habilidades que a empresa desenvolveu, pretende desenvolver ou está desenvolvendo:**

A empresa enfatizará a excelência no atendimento aos clientes. E aprimorando sempre novos produtos que for lançado no mercado.

* **Tendências tecnológicas, em termos de volatilidade/obsolescência da tecnologia e proliferação/padronização:**

Estima-se que a economia brasileira movimente R$ 183 bilhões em função da copa do mundo da FIFA 2014. Quanto ao potencial turístico as cidades-sedes tendem a ser incluídas em rotas turísticas, recebendo os visitantes estrangeiros e elevando a participação do turismo interno.[[3]](#footnote-3)

* **Principais formas e fontes de capacitação e acesso a tecnologias que a empresa utiliza:**

A empresa tem como propósito a capacitação contínua na forma de atendimento e procurar sempre diversificar os produtos, procurar sempre inovar suas tecnologias na loja.

|  |
| --- |
| **ETAPA 3 – VISÃO E MISSÃO DA EMPRESA**  |

**Visão da empresa:**

**A empresa pretende ser referência em lojas de conveniência, formando uma rede de atendimento com excelência e qualidade, satisfação e fidelização dos clientes no estado de São Paulo.**

**Missão da empresa:**

Satisfazer o cliente pela qualidade dos produtos e serviços. Oferecendo excelência no atendimento em um ambiente limpo e agradável.

|  |
| --- |
| **ETAPA 4 – MERCADO CONSUMIDOR**  |

|  |  |
| --- | --- |
| **MERCADO CONSUMIDOR:**  |  Quem são os clientes / público da empresa? Qual faixa de renda? Qual região será trabalhada? Prospectada? |

O público consumidor é bastante abrangente e caracterizado por pessoas pertencentes às classes B e C, do sexo masculino, entre 18 a 35 anos. Há também incremento da clientela feminina. A região a ser trabalhada será em rodovias. A princípio para conseguir chamar a atenção dos clientes irá utilizar banner e faixas para a divulgação da loja e fidelização dos clientes.

|  |
| --- |
| **ETAPA 5 – MERCADO CONCORRENTE [[4]](#footnote-4)**  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Empresas Concorrentes** | **Pontos Fortes** | **Pontos Fracos** |
| **1.**AM PAM**2.**BR mania**3.**SOLAR**4.** LUBRAX | Fast food /mais pontos comerciaismais pontos comerciais | Concorrente/BR maniaConcorrente/AM PMConcorrente/BR maniaConcorrente/AM PM |

|  |
| --- |
| **ETAPA 6 – MERCADO FORNECEDOR [[5]](#footnote-5)** |

|  |  |
| --- | --- |
| **PRINCIPAIS FORNECEDORES:** | **PRODUTOS/SERVIÇOS FORNECIDOS:** |
| 1.Kibom2.Souza Cruz3.Coca-Cola4.Nestlé5.Panco6.Unilev7.Ambev | SorvetesCigarros/fumoRefrigerantes/águas/sucosBolachas/biscoitos/chocolatesBolos/salgadinhos/pãesSucos AdesCervejas |
|  |  |
|  |  |

|  |
| --- |
| **ETAPA 7 – PRINCIPAIS PRODUTOS OFERECIDOS PELA EMPRESA**  |

|  |
| --- |
| **PRODUTOS OFERECIDOS PELA EMPRESA: (discriminar detalhadamente)** |
| Água, sorvetes, bolos, biscoitos, refrigerantes, sucos, água com e sem gás, chocolates em barras, caixas de bombons, pães, bisnaguinhas, pães de forma, salgadinhos, lanches prontos, ventiladores, vinhos suaves e seco, cerveja com e sem álcool, chicletes, balas, shampoo, condicionador, cremes hidratantes, escova de dentes, creme dental, fio dental, enxaguante bucal, protetor solar, papel higiênico, lenços de papel, absorventes, fraldas, lenços umedecidos, Hipoglós, etc. |

|  |
| --- |
| **ETAPA 8 – FLUXOGRAMA DO PROCESSO PRODUTIVO**  |

**Processo de Produção:** (detalhar)

O Recebimento das mercadorias (produtos) com os fornecedores serão recebidos pelo gerente no qual a conferência será feita por um funcionário, mediante as informações do funcionário ao gerente, será dado baixa, após o recebimento os produtos serão colocados nos seus respectivos locais. A loja contará com 10 funcionários com períodos de 8 horas diárias, sendo 3 turnos, os funcionários contratados para atendimento da loja terão treinamentos para atendimento ao cliente. A loja terá funcionamento de 24 horas, com funcionamento aos finais de semana e feriados.

|  |
| --- |
| **FLUXOGRAMA DE PRODUÇÃO – ETAPAS**  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |
| --- | --- |
| **ATIVIDADE** | **RESPONSÁVEL** |
|  1. Após o cliente entrar na loja, o vendedor ou gerente deverá se apresentar para ajudá-lo. | Atendente |
| 2. Mesmo que não seja atendido imediatamente, deve ser deixado à vontade, analisando os produtos da loja. | Atendente, Gerente |
| 3. Dirigindo-se pelo nome, conduzir o diálogo. Mostrar alternativas, eliminar dúvidas e mostrar modelos alternativos. | Atendente |
| 4. Resumir as indicações descritas, sensibilizar para as opções que respondem às necessidades. | Atendente |
| 5. Fechar a venda, identificar forma de pagamento, garantir possíveis facilidades. | Atendente |
| 6. Receber pagamento, entregar a mercadoria, agradecer a preferência, convidar para retorno.  | Caixa / Gerente |

 |  |

|  |
| --- |
| **ETAPA 9 – EQUIPAMENTOS/INSTRUMENTOS QUE INTEGRAM O PROCESSO** |

|  |
| --- |
| **EQUIPAMENTOS/INSTRUMENTOS QUE INTEGRAM O PROCESSO** |
| **ETAPAS** | **EQUIPAMENTOS/INSTRUMENTOS UTILIZADOS** |
| Identificar a necessidade  | Computador / Telefone |
| Concretizar a venda  | Caixa |

|  |
| --- |
| **ETAPA 10 – MÓVEIS E UTENSÍLIOS NECESSÁRIOS** |

|  |
| --- |
| **MÓVEIS E UTENSÍLIOS QUE INTEGRAM O PROCESSO** |
| **ETAPAS** | **ITENS** |
| Identificar a necessidade | Prateleiras, gôndolas, freesers, geladeiras. |
| Concretizar a venda  | Balcão com caixa |

|  |
| --- |
| **ETAPA 11 – MATÉRIAS-PRIMAS, MATERIAIS SECUNDÁRIOS E EMBALAGENS.** |

|  |  |
| --- | --- |
| **ETAPAS** | **MATERIAL DE EMBALAGEM** |
| Concretizar a venda  | Sacolas |

|  |
| --- |
| **ETAPA 12 – INVESTIMENTOS FÍSICOS** |

|  |
| --- |
| **QUADRO DE INVESTIMENTOS FÍSICOS (EM R$)** |
| **ITEM** | **PREÇO UNITÁRIO** | **QUANTIDADE**  | **VALOR TOTAL** |
| Computadores | 2.500,00 | 02 | 5.000.00 |
| Impressoras | 450,00 | 01 | 450,00 |
| Aparelhos de ar condicionado | 1.500,00 | 02 | 3.000.00 |
| Ks |  |  | 1.000.00 |
| Balcões | 660.00 | 01 | 660.00 |
| Gôndolas | 398.80 | 10 | 797.60 |
| Freesers | 950.00 | 03 | 1.900.00 |
| Geladeiras | 2.189.00 | 02 | 4.378.00 |
| Forno de microondas | 350.00 | 02 | 700.00 |
| Estufas | 250.00 | 02 | 500.00 |
| Caixas | 300.00 | 01 | 600.00 |
| **TOTAL DO INVESTIMENTO**  | **17.085.00**  |

|  |
| --- |
| **ETAPA 13 – CÁLCULO DO CAPITAL DE GIRO** |

|  |
| --- |
| **CÁLCULO DAS NECESSIDADES DE CAPITAL DE GIRO** |
| **RUBRICA** | **VALORES (R$)** |
| Custos fixos (30 dias) | 46.666.10 |
| Estoque de mercadorias (30 dias) | 2.000.00 |
| Custos de comercialização (30 dias) | 2.125.00 |
| Registros e legalização | 1.761.00 |
| Publicidade inicial | 1.000.00 |
| **TOTAL**  | 53.552.10 |

|  |
| --- |
| **ETAPA 14 – INVESTIMENTO INICIAL** |

|  |
| --- |
| **INVESTIMENTO INICIAL (R$)** |
| Investimento físico | 22.826.00 |
| Investimento financeiro | 53.552.10 |
| **TOTAL**  | 76.378.10 |

|  |
| --- |
| **ETAPA 15 – GASTOS MENSAIS COM MANUTENÇÃO, DEPRECIAÇÃO E SEGUROS** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **FUNÇÃO** | **VALOR TOTAL** | **DEPRECIAÇÃO** | **MANUTENÇÃO** | **SEGURO** |
| Móveis e utensílios |  $ | 10%/ano | 3%/ano |  |
| Móveis e decoração | 13.076,00 | 108,97/mês | 32,69/mês |  |
| EquipamentoDe infomática | $ | 25% /ano | 5%/Ana | **SEGURO** |
| Computadores | 5.000,00 | 104,17/mês | 20,84/mês | **GLOBAL** |
| Impressora | 450,00 | 9,38 /mês | 1,88/mês |  |
| caixa registradora | 300,00 | 6,25/mês | 1,25/mês |  |
| Máquinas e equipamentos | $ | 15% | 5% |  |
| Aparelho de ar condicionado | 3.000,00 | 37,5/mês | 12,5/mês |  |
| Linha telefônicas | 1.000,00 | **-** | **-** |  |
|  |  |  |  |  |
| **TOTAL** | **22.826,00** | **266,27** | **69,16** | **70,00** |

|  |
| --- |
| **ETAPA 16 – CUSTOS COM MÃO-DE-OBRA** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **FUNÇÃO**  | **SALÁRIO**  | **QUANTIDADE**  | **VALOR MENSAL**  | **ENCARGOS (%)\*** |
| Atendente | 950.00 | 5 | 4.750.00 | 1.995.00 |
| Caixa | 1.200.00 | 3 | 3.600.00 | 1.512.00 |
| Aux. De Limpeza | 744.00 | 1 | 744.00 | 312.48 |
| Gerente | 2.500.00 | 1 | 2.500.00 | 1.050.00 |
| **TOTAL**  | **11.594.00** |  **4.869.48** |

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **ETAPA 17 – CUSTOS FIXOS**  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ITEM** | **VALOR MENSAL** | **VALOR ANUAL** |
| Atendente | 4.750,00 | 57.000,00 |
| Caixa | 3.600,00 | 43.200,00 |
| Auxiliar de limpeza | 744,00 | 8.928,00 |
| Gerente | 2.500,00 | 30.000,00 |
| Encargos Sociais | 26.222,10 | 314.665,20 |
| Aluguel e taxas | 3.500,00 | 42.000,00 |
| Água e luz | 700,00 | 8.400,00 |
| Manutenção | 250,00 | 3.000,00 |
| Depreciação | 200,00 | 2.400,00 |
| Seguro | 200,00 | 2.400,00 |
| Telefone | 1.000,00 | 12.000,00 |
| Material de escritório | 200,00 | 2.400,00 |
| Contador | 300,00 | 3.600,00 |
| Pró-labore | 2.500,00 | 30.000,00 |
| **TOTAL** | **46.666,10** | **559.993,20** |

|  |
| --- |
| **ETAPA 18 – CÁLCULO DOS CUSTOS DE MATÉRIAS-PRIMAS E MATERIAIS DIRETOS** |

|  |
| --- |
| **CUSTOS DOS MATERIAIS/PRODUTOS (R$/MÊS)** |
| Material de limpeza | 100.00 |
| **TOTAL** | 100.00 |

|  |
| --- |
| **ETAPA 19 – CÁLCULO DO CUSTO DO SERVIÇO** |

Neste plano, estamos considerando a quantidade de horas de serviços prestados = 30 dias/mês x 24 horas/dia (\*) x = 720 horas/mês

(\*) Considerando a equipe de profissionais disponível (5 atendentes, 3 caixas, 1 auxiliar de limpeza e 1 gerente) é possível prestar diariamente uma média de 24 horas de serviço.

|  |  |
| --- | --- |
| **ITEM** | **VALOR** |
| Rateio de Custos Fixos (46.666.10 / 720 horas) | 64.81 |
| (+) Custos Variáveis por Hora de Serviço (100 / 720 horas) | 0.13 |
| **(=) CUSTO HORA / SERVIÇO** | 64.94 |

|  |
| --- |
| **ETAPA 20 – CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA** |

O cálculo do preço de venda de cada serviço prestado considera que a empresa trabalhará com os seguintes custos de comercialização:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Custos de Comercialização – 21.25% |  |  |   |
| Margem de Lucro - 72.10%[[6]](#footnote-6)Tabacaria – 30.5%Bebidas não alcoólicas – 16%Cervejas – 13.6%Alimentos quentes – 12% |   |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| PVS | =  |       Custo Hora/Serviço     100% - (CC% + ML%) | X | 100 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| PVS | =  |          64.94               100% - 21.25 % + 72.10%) | X | 100 |

PVS =R$ 115.79/hora

|  |
| --- |
| **ETAPA 21 – DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DISCRIMINAÇÃO** | **VALOR MENSAL**  | **VALOR ANUAL** |
| **1. RECEITA OPERACIONAL MENSAL** | 100.000.00 | 120.000.000.00 |
| 2. Custos variáveis  |
|   2.1 Material de limpeza | 100,00 | 1.200.00 |
|   2.2 Custo de Comercialização | 2.125.00 | 25.500.00 |
| 3. SOMA (2.1 + 2.2)  | 2.225.00 | 26.700 |
| **4. Margem de contribuição (1-3)**  | 97.775.00 | 1.173.300.00 |
| 5. Gastos fixos  | 46.666.10 | 559.993,20 |
| **6. LUCRO LÍQUIDO (4-5)**  | 51.108.90 | 613.306.80 |

|  |
| --- |
| **ETAPA 22 – LUCRATIVIDADE** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Lucratividade | =  |    Lucro Líquido     Receita Total | X | X 100 |

Lucratividade = 51.108.90¸ 100.000.00 = 05110 (51.10%)

Com base neste índice podemos afirmar que para cada R$ 100,00 vendidos a empresa terá R$ 51.10 de lucro.

|  |
| --- |
| **ETAPA 23 – RENTABILIDADE** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Rentabilidade | =  |   Lucro Líquido   X100Investimento Total  |  |  |

Rentabilidade = 51.108.90 ¸ 76.378.10 = 0.6691 (66.91%)
Com base neste índice podemos afirmar que o capital investido retornará a uma taxa 66.91%.

|  |
| --- |
| **ETAPA 24 – PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO** |

Prazo de Retorno do Investimento = Investimento Total ¸ Lucro Líquido

Prazo de Retorno do Investimento = 76.378.10¸ 51.108.90 = 1.49 (1 mês)

Prazo de Retorno do Investimento = 1 mês

|  |
| --- |
| **ETAPA 25 – PONTO DE EQUILÍBRIO** |

Custos variáveis unitários = R$ 0.13 + (R$ 115.79 x 21.25 %) = R$ 24.73

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PPE= |  |    Custos Fixos          MCU |

Ponto de Equilíbrio = 46.666.10 / (115.79 – 24.73) = 378.29 379 horas

A empresa irá atingir o seu PE quando prestar 379 horas de serviço no mês.

**REFERÊNCIAS**

MÃ’NICA, igreja do Prado. **Loja de conveniência**. Idéias de negócios**.** Disponível em <http://www.sebrae.com.br/momento/quero.abrir-um-negocio/que-negocio-abrir/ideias.1/ideias-de-negocios>. acesso em 03 mar. 2014.

 http://www.convenienciapostos.com.br, acesso em 03 Mar. 2014.

 <http://www.unilever80anos.com.br>, acesso em 03 Mar. 2014.

http://www1.caixa.gov.br/gov/gov.social/municipal/.../encargos.sociais.asp acesso em 10 abr. 2014

<http://www.companytec.com.br>, acesso em 3 mar. 2014

1. Disponível em http://[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)/momento/quero-abrir-um-negocio/que-negocio-abrir/ideias-1/ideias-de-negocios, acesso em 03. Mar. 2014. [↑](#footnote-ref-1)
2. Disponível em http://[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)/momento/quero-abrir-um-negocio/que-negocio-abrir/ideias-1/ideias-de-negocios, acesso em 03. Mar. 2014. [↑](#footnote-ref-2)
3. Disponível em http://[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)/momento/quero-abrir-um-negocio/que-negocio-abrir/ideias-1/ideias-de-negocios, acesso em 03. Mar. 2014. [↑](#footnote-ref-3)
4. Disponível em http://www.convenienciapostos.com.br, acesso em 03. Mar. 2014. [↑](#footnote-ref-4)
5. Disponível em <http://www.unilever80anos.com.br>, acesso em 03. Mar. 2014. [↑](#footnote-ref-5)
6. Disponível em http:// [www.companytec.com.br](http://www.companytec.com.br), acesso em 03. Mar. 2014. [↑](#footnote-ref-6)