



ANEXO 28b

MODELO DE PLANO DE NEGÓCIOS - PSA

| Identificação | | |
|--|--|---------------------------------|
| Nome da Entidade | | |
| Razão Social | | |
| CGC/CNPJ | Inscrição Estadual | Inscrição Municipal |
| Descreva as Principais Atividades Desenvolvidas pela Entidade liste as principais atividades produtivas e não produtivas (com seus respectivos códigos CNAE) e descreva como são desenvolvidas. | | |
| Aspectos Históricos do Grupo Descrever sucintamente os motivos que levaram as pessoas a montarem o negócio; quais eram as suas atividades profissionais anteriormente; como tomaram a decisão de entrarem na cadeia produtiva. O negócio envolve as famílias, mulheres, filhos ou chefes de famílias; outras informações. | | |
| Nome dos sócios e respectivas participações na entidade | | |
| Nome | | Participação (% ou nº de cotas) |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| Responsáveis pela gestão do empreendimento (por área). | | |
| Área | Responsável | |
| Administração, Financeira, Tecnológica, Produção, Comercial ou Outras... identificar para cada um dos responsáveis. | Listar os nomes dos profissionais e descrever suas atribuições na entidade e seu perfil profissional identificando suas qualificações. | |

Plano Estratégico

| |
|---|
| Situação Atual Defina em um parágrafo os aspectos positivos e negativos que levarão você a montar o negócio. |
| Visão de Futuro Defina em um parágrafo como você deseja que seu empreendimento esteja daqui a cinco anos. |
| Missão |

A missão deve ser entendida como o propósito da empresa, ou seja, a razão dela existir. Ela define a filosofia da empresa, assim, através dela fica estabelecido a forma como o negócio será conduzido, servindo como um guia para que as pessoas trabalhem na direção do alcance dos objetivos organizacionais. Normalmente ela deve responder três questionamentos: O que? Como? e Para Que a empresa existe.

Valores da Organização
 Liste os valores que a organização respeitará mesmo que isso possa em algum momento dificultar alguma ação.

Classifique os valores do mais importante ao menos importante

1-

2-

3-

4-

Análise da Concorrência
 Quem são os meus concorrentes? Como eles atuam? Como vendem seus produtos? Qual o seu diferencial competitivo em relação ao seu concorrente?

Lista de fatores que ajudam ou prejudicam o alcance da situação futura desejada – descreva os fatores e depois classifique no quadro ao lado se este fator AJUDA (A) ou PREJUDICA (P); posteriormente relacione se é um fator INTERNO (I) OU EXTERNO (E). OBS.: FATORES INTERNOS são aqueles que a organização consegue agir e ter controle sobre eles; os FATORES EXTERNOS são aqueles que a organização convive com ele, mas não consegue modificá-los. Devemos sempre levar em consideração os nossos concorrentes.

| | Descrição | A/P | I/E |
|----|-----------|-----|-----|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |
| 6 | | | |
| 7 | | | |
| 8 | | | |
| 9 | | | |
| 10 | | | |
| 11 | | | |

Transporte os fatores para o quadro seguinte, classificando da seguinte maneira:
 Fatores Internos e que Ajudam = Pontos Fortes
 Fatores Internos e que Prejudicam = Pontos Fracos
 Fatores Externos que Ajudam = Oportunidades
 Fatores Externos que Prejudicam = Ameaças

| Pontos Fortes - ajudam | Pontos Fracos - atrapalham |
|------------------------|----------------------------|
| | |
| Oportunidades - ajudam | Ameaças - atrapalham |
| | |

Conclusões da análise SWOT

Analisar os resultados e apontar as ações para fortalecer os potenciais e mitigar os efeitos negativos identificados nas fraquezas e nas ameaças verificadas e listadas anteriormente.

Objetivo Estratégico, Metas e Estratégia. As decisões de natureza estratégica referem-se aos problemas cujas soluções influenciaram os negócios da empresa por um período de médio e longo prazo, ou seja, decisões que tomadas hoje, não produzirão apenas efeitos imediatos, mas que se estenderão pelos próximos anos. Por exemplo, a decisão de lançar um novo produto, de procurar um nicho de mercado, de focar novas alternativas de vendas, entre outras.

| | |
|------------|--|
| Objetivo | |
| Meta | |
| Estratégia | |
| Objetivo | |
| Meta | |
| Estratégia | |
| Objetivo | |
| Meta | |
| Estratégia | |

Perfil dos Clientes

Quem são seus clientes? qual seu comportamento e características? onde eles estão?

Fornecedores

Quem são seus fornecedores? onde estão localizados? quais os itens que eles fornecem, o preço, condição de pagamento e prazo de entrega?

Plano de Marketing

O Marketing significa, acima de qualquer coisa, um compromisso em "assumir" e desencadear processos administrativos que assegurem a imagem e o posicionamento da empresa e de seus produtos e/ou serviços, em meio a concorrência, pela efetiva e crescente satisfação do consumidor, para atingir os resultados almejados. É importante não confundir propaganda e publicidade com marketing, na realidade ambas são ferramentas utilizadas dentro do contexto estratégico de divulgação de um produto. Assim, é importante entender a necessidade de elaborar um Plano de Marketing para conseguir utilizar as ferramentas corretas de forma adequada à capacidade de produção e operação da empresa.

Quais são os produtos da entidade?

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

Determine assinalando com um X onde o(s) seu(s) produtos diferem positivamente e negativamente dos seus concorrentes

| Fatores | Positivo | Negativo |
|--|----------|----------|
| Tempo do produto no mercado | | |
| Possui um amplo grupo de consumidores regulares | | |
| O mercado consumidor alvo conhece o produto | | |
| A marca é conhecida pelo mercado alvo | | |
| O produto possui padrão de qualidade definida | | |
| O consumidor possui opção de escolha entre seus produtos | | |
| Os concorrentes são mais conhecidos | | |
| Existe uma marca que domina o mercado | | |
| Existem grandes empresas produzindo os mesmos produtos | | |
| O produto pode ser vendido fora do Estado | | |
| O produto tem qualidade para ser exportado | | |
| A capacidade de produção é maior do que a demanda | | |
| A embalagem é atrativa para os consumidores | | |
| O produto pode ser exposto adequadamente nos pontos de comercialização | | |
| A maioria dos consumidores possui o hábito de consumi-lo regularmente | | |
| O mercado local absorve toda ou a maior parte da produção | | |
| Outros (especificar) | | |

Como é o processo de fabricação dos produtos?

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

Qual o volume de produção de cada produto e por período?

| | Jan | Fev | Mar | Abr | Mai | Jun | Jul | Ago | Set | Out | Nov | Dez | Total |
|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Produto 1 | | | | | | | | | | | | | |
| Produto 2 | | | | | | | | | | | | | |
| Produto n | | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | | | |

Definição dos preços

Como eu defino os preços? Existirão diferenças entre os mercados (local ou distante)? Entre produtos? Como vou considerar o preço praticado pela concorrência?

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

Estratégia de divulgação

Como a minha empresa e meus produtos são divulgados? (publicidade, propaganda, promoções, relações públicas)

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

Mudanças previstas na unidade de produção

Ocorrerão mudanças no setor produtivo da entidade em relação ao seu início? Explique (na divulgação, de administrar, de produzir.....). Projete 5 anos.

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

Comercialização e Logística

Como será a comercialização e distribuição dos produtos?

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

| Descrever a necessidade de Mão-de-obra para o empreendimento e remuneração por função (anual). | | | | | | | | |
|--|----------------------|-------|--------|------------------------------|---------------------------|--------------------------------------|----------------|-------|
| DISCRIMINAÇÃO | SALÁRIO MÉDIO MENSAL | SEXO | IDADE | É agricultor familiar? (S/N) | Membro da Entidade? (S/N) | Pertence a comunidades tradicionais? | SITUAÇÃO ATUAL | |
| | | | | | | | QUANT. | VALOR |
| MÃO-DE-OBRA | | | | | | | | |
| 1 | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | |
| 9 | | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | | |
| ESPECIFICAÇÕES FINANCEIRAS DA MÃO DE OBRA | ANO I | | ANO II | | ANO III | | ANO IV | |
| | QUANT. | VALOR | QUANT. | VALOR | QUANT. | VALOR | QUANT. | VALOR |
| 1 | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | |
| 9 | | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | | |
| ENCARGOS SOCIAIS | | | | | | | | |
| TOTAL/ANO | | | | | | | | |

| Valor dos Investimentos e cálculo da Depreciação e Manutenção | | | | | |
|---|--------------------|-------------|------------|--------|----------------|
| Situação Atual | | | | | |
| Especificação | Investimento Total | Depreciação | Manutenção | Seguro | Valor Residual |
| Obras Cívicas | | | | | |
| Máquinas e Equipamentos | | | | | |
| Móveis e Utensílios | | | | | |
| Instalações | | | | | |
| Veículos | | | | | |
| Material de Construção | | | | | |
| Mão de Obra | | | | | |
| Capacitação | | | | | |
| Análise de solo/água | | | | | |
| Insumos | | | | | |
| Matéria prima | | | | | |
| Taxa de Elaboração do Investimento | | | | | |
| Taxa de Acompanhamento do Investimento | | | | | |
| Taxa da Prestação de Contas | | | | | |
| Taxa do Conselho Municipal | | | | | |
| Animais | | | | | |
| Outros: | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

| | | | | | |
|-------|--------|--|--|--|--|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| TOTAL | #NOME? | | | | |

| Situação Futura | | | | | |
|-------------------------|--------------------|-------------|------------|--------|----------------|
| Especificação | Investimento Total | Depreciação | Manutenção | Seguro | Valor Residual |
| Obras Civas | | | | | |
| Máquinas e Equipamentos | | | | | |
| Móveis e Utencílios | | | | | |
| Instalações | | | | | |
| Veículos | | | | | |
| TOTAL | | | | | |

Taxas e Impostos

| DISCRIMINAÇÃO | ALIQUOTA | SITUAÇÃO ATUAL | | ANO I | | ANO II | | ANO III | | ANO IV | | ANO V | |
|---------------|----------|----------------|-------|-------|-------|--------|-------|---------|-------|--------|-------|-------|-------|
| | % | BASE | VALOR | BASE | VALOR | BASE | VALOR | BASE | VALOR | BASE | VALOR | BASE | VALOR |
| I.S.S. | | | | | | | | | | | | | |
| I.C.M.S. | | | | | | | | | | | | | |
| (+) VENDAS | | | | | | | | | | | | | |
| (+) VENDAS | | | | | | | | | | | | | |
| (+) VENDAS | | | | | | | | | | | | | |
| (+) VENDAS | | | | | | | | | | | | | |
| (-) COMPRAS | | | | | | | | | | | | | |
| SUBTOTAL | | | | | | | | | | | | | |
| PIS | | | | | | | | | | | | | |
| IPI | | | | | | | | | | | | | |
| FINSOCIAL | | | | | | | | | | | | | |
| SUBTOTAL | | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | | | | | | | | |

Resumo dos Custos Fixos e Variáveis do Empreendimento

| DISCRIMINAÇÃO | ATUAL | ANO I | ANO II | ANO III | ANO IV | ANO V |
|------------------------------|-------|-------|--------|---------|--------|-------|
| 1. FIXOS | | | | | | |
| Mão-de-obra | | | | | | |
| Encargos sociais | | | | | | |
| Retirada dos sócios/encargos | | | | | | |
| Água/luz/telefone | | | | | | |
| Aluguel | | | | | | |
| Honorários contábeis | | | | | | |
| Material de escritório | | | | | | |
| Manutenção/conservação | | | | | | |
| Depreciação | | | | | | |
| Seguro | | | | | | |
| Central | | | | | | |

| DISCRIMINAÇÃO | ATUAL | ANO I | ANO II | ANO III | ANO IV | ANO V |
|-------------------------|-------|-------|--------|---------|--------|-------|
| 2. VARIÁVEIS | | | | | | |
| Aquisição matéria-prima | | | | | | |
| Mão-de-obra | | | | | | |
| Encargos sociais | | | | | | |
| Energia | | | | | | |
| Embalagens II | | | | | | |

| | | | | | | |
|--------------------------|--|--|--|--|--|--|
| Marketing/divulgação | | | | | | |
| Embalagens | | | | | | |
| Impostos e Contribuições | | | | | | |
| Mat. limpeza e consumo | | | | | | |
| Aditivos | | | | | | |
| Custos de distribuição | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | |

| RESUMO FINAL DOS CUSTOS | | | | | | |
|-----------------------------------|-------|-------|--------|---------|--------|-------|
| DISCRIMINAÇÃO | ATUAL | ANO I | ANO II | ANO III | ANO IV | ANO V |
| CUSTOS TOTAIS (FIXOS E VARIÁVEIS) | | | | | | |

| BALANÇO ECONÔMICO E FINANCEIRO | | | | | | |
|------------------------------------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|
| DISCRIMINAÇÃO | ATUAL | ANO I | ANO II | ANO III | ANO IV | ANO V |
| 1. RECEITAS PROJETADAS | | | | | | |
| 1.1 Vendas | | | | | | |
| 1.2 Serviços | | | | | | |
| TOTAL | #NOME? | #NOME? | #NOME? | #NOME? | #NOME? | #NOME? |
| 2. CUSTOS TOTAIS | | | | | | |
| 2.1 Depreciação | | | | | | |
| 2.2 Outros (exceto juros) | | | | | | |
| 3. LUCRO (1 - 2) | | | | | | |
| 4. JUROS | | | | | | |
| 4.1 Sobre o financiamento proposto | | | | | | |
| 4.2 Sobre outros financiamentos | | | | | | |
| 5. LUCRO TRIBUTÁVEL (3-4) | | | | | | |
| 6. CONTRIB. SOCIAL (8% S/ ITEM 5) | | | | | | |
| 7. LUCRO ANTES DO IR (5-6) | | | | | | |
| 8. IMPOSTO DE RENDA (% S/ ITEM 7) | | | | | | |
| 9. LUCRO LÍQUIDO (7-8) | | | | | | |
| 10. CAP. DE PAGAMENTO (9+2.1) | | | | | | |
| 11. REEMBOLSO | | | | | | |
| 11.1 Do Financiamento proposto | | | | | | |
| 11.2 De outros Financiamentos | | | | | | |
| 12. DISPONIBILIDADE (10-11) | | | | | | |
| 13. PONTO DE EQUILÍBRIO (%) | | | | | | |

| VIABILIDADE FINANCEIRA | | | | | |
|------------------------|---------------------|------------------------|----------------------------------|---------------------|---|
| ANO | INVESTIMENTOS (R\$) | RECEITA ESTIMADA (R\$) | DESPESAS ESTIMADAS (CF+CV) (R\$) | VALOR RESIDUAL* R\$ | FLUXO DE CAIXA (receita - investimento - despesas + valor residual) R\$ |
| 0 | | | | | 0 |
| 1 | | #NOME? | 0,00 | | #NOME? |
| 2 | | #NOME? | 0,00 | | #NOME? |
| 3 | | #NOME? | 0,00 | | #NOME? |
| 4 | | #NOME? | 0,00 | | #NOME? |
| 5 | | #NOME? | 0,00 | #NOME? | #NOME? |

| | |
|-------|---------|
| TIR** | #VALOR! |
|-------|---------|

| | |
|------------------|----|
| TAXA DE JUROS*** | X% |
|------------------|----|

| | |
|-------|---------|
| VPL** | #VALOR! |
|-------|---------|

| | |
|-------------|--------|
| PAYBACK**** | #NOME? |
|-------------|--------|

