

**FACULDADES SÃO JOSÉ
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

DAVI GOMES E SILVA DE MACEDO
MÁRCIO LUIZ DE SOUZA LAURINDO

LOJA DE ARTIGOS MILITARES LAURINDO

Rio de Janeiro

2017

DAVI GOMES E SILVA DE MACEDO
MÁRCIO LUIZ DE SOUZA LAURINDO

LOJA DE ARTIGOS MILITARES LAURINDO

Projeto de pesquisa apresentado para a
Disciplina de TCC I, Plano de Negócio sob
a orientação do prof. Felipe Gil.

Rio de Janeiro

2017

SUMARIO

página

1.INTRODUÇÃO	1
2. SUMÁRIO EXECUTIVO	2
3. ANÁLISE DE MERCADO	7
4. PLANO DE MARKETING	10
5. PLANO OPERACIONAL.....	11
6. PLANO FINANCEIRO.....	13
7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO	19
8. AVALIAÇÃO DE ESTRATÉGIA	20
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS	21
10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	22

1. INTRODUÇÃO

O fardamento é um tipo de uniforme padronizado e regulamentado, utilizado pelos profissionais das forças armadas e auxiliares. Esta vestimenta é uma das mais importantes identidades que representam a profissão militar ou órgão similar. Demonstra o valor e a tradição, atribui a elevação da autoestima, solidifica a hierarquia e a disciplina, potencializa a manifestação de força, e transmite, subjetivamente, um ideal de igualdade onde todos são nivelados, independentemente de origem ou condição. Uma grande rotativa desses profissionais todos os anos são transferidos e incorporados a prestar o serviço obrigatório na Vila Militar, Zona Oeste da cidade do Rio de Janeiro, no Brasil. Neste local e nas redondezas encontram-se o maior complexo de quartéis das Forças Armadas da América Latina. A Laurindo Artigos Militares é uma loja de vendas de uniformes e acessórios que visa o conforto e ótima qualidade de uniformes e acessórios aos seus clientes oriundos principalmente nas vizinhanças, pois o efetivo de trabalhadores é extremamente alto.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

A Laurindo artigos militares irá comercializar os principais fardamentos e acessórios para o nível de público das forças armadas e auxiliares, tendo em vista que o número de pessoas que entraram nesta profissão ocorreu de maneira significativa pela estabilidade salarial que oferece a carreira, pois sabemos da atual crise financeira que vem atingindo nosso país em muitos outros campos de trabalho.

2.1 –Resumo dos principais pontos do plano de negócio

A loja de artigos militares é uma empresa que atua no ramo de vendas de fardamentos e acessórios para as forças armadas e auxiliares. O nosso objetivo principal é fornecer estes tipos de materiais para os profissionais da Região, buscando suprir as devidas necessidades do cliente.

2.1.1 - Descrição do negócio

A Laurindo Artigos militares terá como público alvo os profissionais da região da Vila Militar e redondezas, mas não se restringindo a venda de produtos aos militares que trabalham em outros locais. A loja possui um atendimento altamente agradável e ambiente climatizado para o melhor conforto do cliente durante a sua permanência na loja.

O Primeiro passo será a retirada da senha para aguardar o atendimento. Por isso foi criada uma região de espera com TV LED e poltronas. Após ser anunciado o número desta senha no painel de controle, o comprador irá ser recepcionado por um dos atendentes. Terminado o pedido de determinado produto o cliente irá diretamente ao caixa efetuar a compra do produto.

Este cliente terá diversas opções de fardamentos e acessórios adequados ao seu gosto e rotina que exerce em seu estabelecimento de trabalho, ou seja, peças de uniformes Operacionais, treinamentos físicos, etc.

2.1.2 – Natureza do Negócio

É uma Loja que foi criada em 30 de Janeiro de 2017 para satisfazer a demanda de vestimentas de trabalhadores militares e de órgãos semelhantes. Esta Loja teve crescimento moderado com um aumento no número de contratos a partir de fevereiro deste , em função de um número alto de Jovens que ingressaram ao serviço militar obrigatório em Março. A Laurindo Artigos militares está instalada estrategicamente em uma área de 20.000 m² e deseja satisfazer a demanda crescente por seus produtos através da compra de equipamentos mais modernos, os quais possibilitarão encomendas num âmbito mais amplo, maior capacidade de adequar-se às necessidades dos clientes, custos mais baixos por unidade e redução do tempo de processo.

2.2 – Logo marca



2.3- Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições.

Sendo Márcio Luiz de Souza Laurindo, residente e domiciliado na Rua Cândido Benício nº 2961, Bloco O, apartamento 201, Jacarepaguá– RJ. Atualmente, 2º Sargento do Exército Brasileiro, estudante do 7º período do curso de ciências contábeis na Faculdade São José. Será o Sócio Majoritário, ou seja, Corresponde a maior parte do capital da empresa.

Responsável pela parte contábil financeira, controle de caixa, demonstrativos de resultados, gestão do fluxo de caixa e ponto de equilíbrio.

Sendo Davi Gomes e Silva de Macedo, residente e domiciliado na rua travessa Aires Pinto -15, SãoCristóvão – RJ. Atualmente, 2º Sargento do Exército Brasileiro, estudante do 7º período do curso de ciências contábeis na Faculdade São José. Será o Sócio Minoritário, ou seja, possui menor número de quotas do capital da empresa.

Será responsável pelos recursos humanos da empresa, sendo atribuída a função de reter talentos, fazer a interação de organização com os funcionários, contratação e demissão, leis trabalhistas e encargos sociais.

2.4 – Dados do empreendimento

A Laurindo Artigos Militares Ltda

CPF/CNPJ: 887490070-75

2.5. – Missão, Visão e Valores da empresa

Missão

Atender as expectativas dos clientes oferecendo ótimo fardamento com preço acessível e acessórios de alta qualidade para atividades detalhadas no ambiente militar.

Visão :

Ser reconhecida como referência positiva para vendas de seus produtos. Uma das metas dessa empresa também é ser líder de vendas e prestar serviço de maneira eficaz proporcionando aos militares produtos confortáveis para seu uso.

Valores :

- Incentivar a compra legal de uniformes
- Geração de empregos e capacitação técnica
- Sustentabilidade
- Direito do consumidor

2.6 – Setores de atividade :

Serviços

A Laurindo tem como base a prestação excelente de serviços oferecendo seus produtos de alta qualidade.

.

2.7 – Forma jurídica

Sociedade limitada, composta por dois sócios, pessoa física, com responsabilidade solidariamente pela integralização do capital social.

2.8 – Enquadramento tributário

Simplex Nacional

2.9 – Capital do sócio

O Sócio majoritário terá um valor inicial de R\$ 70.000,00 (Setenta milhões de reais), tendo 70% da participação e o minoritário com R\$ 30.000,00 (trinta milhões de reais), 30% da participação.

2.10 – Fonte de recursos

Implantação da empresa será obtida com recursos próprios que envolvem a aplicação por partes dos proprietários.

3. ANALISE DE MERCADO

A análise de mercado é um dos componentes do plano de negócios que está relacionado ao marketing da organização. Consiste num estudo da envolvente externa da empresa que permite a identificação e o conhecimento de um conjunto de variáveis que se encontram fora do controle direto da organização, mas que de forma direta ou indireta a podem influenciar com maior ou menor intensidade.

Ela apresenta o entendimento do mercado da empresa, dos clientes, dos concorrentes e quanto a empresa conhece, em dados e informações, o mercado onde atua.

3.1 Público Alvo

O público alvo da empresa Laurindo Ltda são os moradores da Vila Militar, Zona Oeste que procuram obter uso de artigos para os seus quartéis. Clientes com faixa etária de 18 a 55 anos em média, a maioria sendo homens, que trabalham com Armamentos, Viaturas , tesouraria, administração, moradores da região, que ganham em média 1,5 salário mínimos. Foi verificado, a empresa Laurindo Ltda como tática para suprir os clientes visando impor um serviço de entrega domiciliar.

3.1.1 Comportamento do cliente.

A empresa Laurindo Ltda como tática para suprir os clientes visando impor um serviço de entrega domiciliar.

PESQUISA

“Por ano, o Ministério da Defesa gasta R\$ 100 milhões na compra de 400 mil uniformes camuflados de indústrias localizadas na China. A maior fornecedora é a Diana Paolucci, uma empresa brasileira radicada em território chinês. Os militares da Aeronáutica, do Exército e da Marinha reclamam que a vida útil das peças não chega a um ano, especialmente na região amazônica. No Comando Militar da Amazônia, grande parte dos 26 mil homens usa uniformes camuflados com etiqueta de indústria chinesa”.

A pesquisa foi realizada no dia 11 de novembro de 2017 pelo Jornal Estadão. Baseado nessa pesquisa é possível perceber que os interesses dos clientes pelo compra e pela qualidade influenciam muito na hora da escolha de compra para a utilização das fardas.

3.1.2 Área de Abrangência

Atrai clientes de diversos lugares do país, mas a procura maior vêm das regiões dos Bairros de Deodoro, Realengo e Sulacap.

3.2. Análises dos concorrentes

Na região da Vila Militar, existem dois concorrentes fortes o Shopping das Fardas e a Casa Duque de Caxias, pois estão há muito tempo no mercado e no logradouro do bairro. Mas a Laurindo possui produtos e serviços diferenciados e uma equipe de colaboradores aliados e fornecedores comprometidos com a missão da empresa, pois estão há muito tempo no mercado e no logradouro do bairro.

Empresa	Laurindo	Shopping das fardas	Casa Duque de Caxias
Qualidade	Atendimento Qualidades do produto	Aparência	Padrão de confecções
Preço da Gandola	100	95	92
Condições de pagamento	Dinheiro e cartão	Dinheiro e cartão	Dinheiro e cartão
Localização	Vila Militar - RJ	Vila Militar - RJ	Vila Militar - RJ
Atendimento	Loja física e site	Loja física e site	Loja física e site
Serviço ao cliente	Serviço ao cliente	Serviço ao cliente	Serviço ao cliente
Garantia oferecidas	Preços promocionais surpresas aos clientes	Produtos 100% brasileiros	Preços baixos

	cadastrados.		
--	--------------	--	--

3.3. Análisedos fornecedores

Os fornecedores devem atender três requisitos básicos para que possam suprir as necessidades de seus contratantes, são eles: qualidade, prazo e preço.

A Laurindo trabalha com o seguinte fornecedor:

Militar Brasil CNPJ 11.658.859/3258-85		
Atividade econômica principal		
Comércio Atacadista de artigos militares CNAE- 4698-5874		
Endereço Militar Brasil, Av. Tiradentes, 282 Bairro Luz São Paulo / SP CEP 01102-000		
Telefone: (11) 4656-2753 / 4680-4224. Loja Física / Atacado: (11) 3229-7978		
Produtos	Marca	Preço
Gandola	Carmo	R\$80,00 uni
Calça	Carmo	R\$90,00 uni
Blusas	Carmo	R\$ 20,00 uni
Camisetas	Carmo	R\$ 18,00 uni
Coturnos	Atalaia	R\$65,00 uni
Boinas	Lyon	R\$ 80,00 uni
Gorros	Carmo	R\$ 20,00 uni
Tênis	Adidas	R\$ 100,00 uni
Facas	Normai Elite	R\$ 70,00 uni
cinto	Garra	R\$7,00 uni

4- PLANO DE MARKETING

4.1.Descrição dos Principais Produtos e Serviços

Os principais produtos serão artigos do vestuário militar masculinofeminino tais como: Gandola, Gorro, Boina, Coturnos, Camisas, blusas e alguns acessórios como cintos, suspensórios, cantis, facas, coldres, porta carregador e mochilas.

4.2.Preço

O preço varia de acordo com a necessidade do cliente, o que menos importa quando se fala de um serviço de excelente qualidade, mas para conhecimento segue os valores: Gandola – R\$100,00 ; Gorro – R\$30,00 ; Coturnos – R\$ 70,00 ; Boina – R\$120,00 ; Camisas – R\$ 25,00 : Blusas – R\$ 20,00 ; Cintos – R\$ 8,00 ; Suspensórios – R\$ 30,00 , Cantis – R\$ 15,00 ; Facas – R\$ 120,00 ; Coldres – R\$ 45,00 , Porta carregador – R\$ 15,00 e Mochilas – R\$ 80,00.

4.3 Estratégias promocionais

Exclusividade é um excelente caminho para a fidelização do cliente. Será Realizada promoções específicas para todos os clientes cadastrados na loja.

4.4 – Estruturas de Comercialização

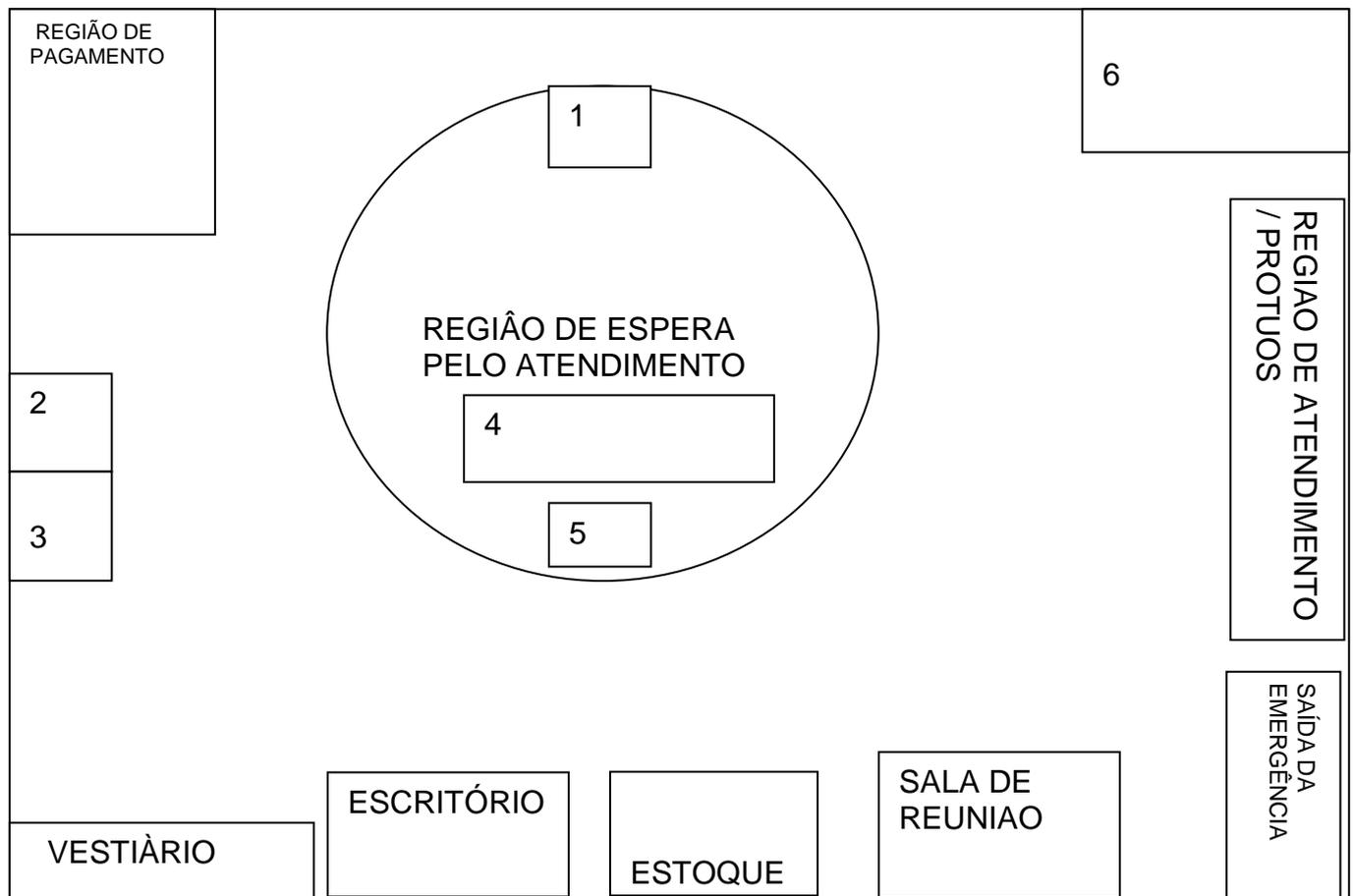
Teremos uma equipe de vendas interno e outros prestadores de serviços

4.5- Localização do negócio

A loja ficará situada na estrada São Pedro de Alcântara, 1490 - Vila Militar. Zona Oeste do Rio de Janeiro de 60 mil homens. É uma região excelente para se praticar esportes ao ar livre

5 -PLANO OPERACIONAL

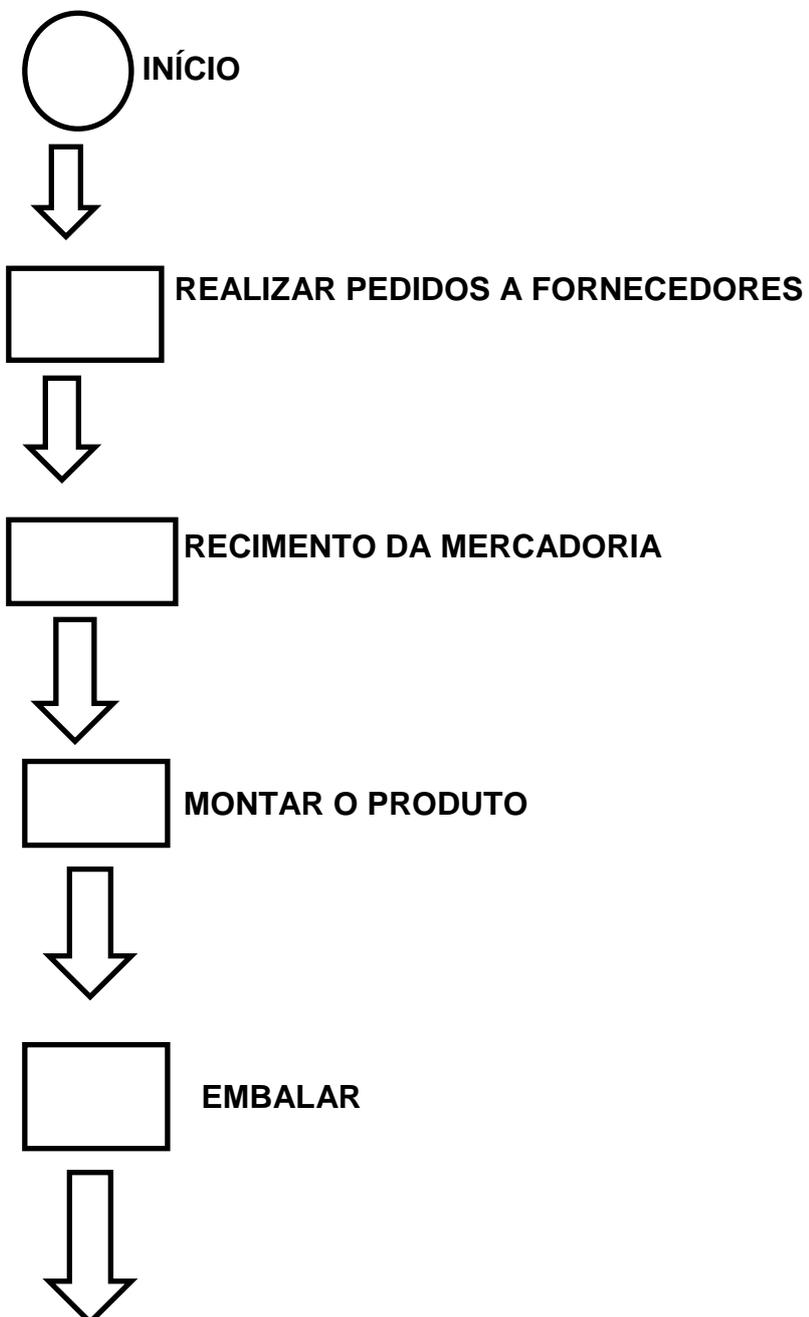
5.1 -Layout ou arranjo físico

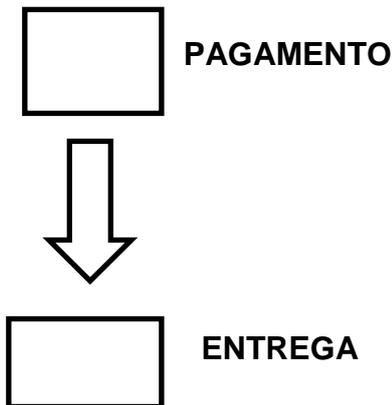


LEGENDA

1. MÁQUINA ELETRÔNICA PARA RETIRADA PARA REGIÃO DE ATENDIMENTO.
2. BANHEIRO MASCULINO
3. BANHEIRO FEMININO
4. SOFÁS
5. TELEVISÃO
6. PORTADE ENTRADA E SAÍDA DA LOJA.

FLUXOGRAMA





5.2 NECESSIDADE DE PESSOAL

Nº Cargo/Função Qualificações necessárias	Nº Cargo/Função Qualificações necessárias	Nº Cargo/Função Qualificações necessárias
1	Alfaiate	Especialista em costura e molduras
2	Atendente	Experiência no trato com pessoas
3	Caixa	Auxiliar em contabilidade
4	Escritório	Experiência na área de relações humanas.
5	Ajudante geral	Responsável pela organização do ambiente limpeza.

6. PLANO FINANCEIRO

É a parte do plano de negócio responsável por mostrar matematicamente a viabilidade de um empreendimento antes de sua abertura ou após possibilidade visualização sistêmica de todas as áreas necessárias que o empresário deverá ter mais atenção, sem dúvida essa é parte mais importante do plano de negócio, pois é ela que torna mensurável a realização um negócio.

6.1. Estimativa dos investimentos fixo

6.1.1 Máquinas e Equipamentos

	Descrição	Quantidade	PreçoUnitário	Total
1	Computador	04	R\$ 3.349,00	R\$ 13.396,00
2	Televisão	02	R\$ 3.599,00	R\$ 7.198,00
3	Ar condicionado	02	R\$ 1.098,00	R\$ 2.196,00
4	Freezer	01	R\$ 1.849,00	R\$ 1.849,00
5	Refrigerador	01	R\$ 4.998,00	R\$ 4.998,90
6	Micro-ondas	01	R\$ 909,99	R\$ 909,99
Total				R\$30.547,89

6.1.2 Móveis e Utensílios

	Descrição	Quantidade	PreçoUnitário	Total
	Mesa/Cadeira c/6Uni	03	R\$ 1.590,00	R\$ 4.770,00
Total				R\$4.770,00

Total de investimentos fixos	R\$30.547,89
	R\$ 4.770,00
Sub-Total	R\$ 35.317,89

6.2 Estimativa de capital de giro

6.2.1 Estoque inicial

	Descrição	Quantidade	PreçoUnitário	Total
1	Gandola	100	R\$ 100,00	R\$ 10.000,00
2	camisa	200	R\$ 50,00	R\$10.000,00
3	calça	150	R\$ 70,00	R\$ 10.500,00
4	camiseta	200	R\$ 20,00	R\$ 4.000,00
5	Gorro	70	R\$ 20,00	R\$ 1.400,00
6	Suspensório	100	R\$ 35,00	R\$ 3.500,00
7	Cinto NA	100	R\$ 20,00	R\$ 2.000,00
8	Coldre	60	R\$ 40,00	R\$ 2.400,00
9	Boina	50	R\$ 90,00	R\$ 4.500,00
10	Fivela Dourada	70	R\$ 20,00	R\$ 1.400,00
11	Fivela preta	85	R\$ 20,00	R\$ 1.700,00
12	Meias brancas	200	R\$ 8,00	R\$ 1.600,00
13	Meia verde	200	R\$ 8,00	R\$ 1.600,00
14	Meia preta	200	R\$ 8,00	R\$ 1.600,00
15	Coturno	100	R\$ 120,00	R\$ 12.000,00
16	Tênis preto	80	R\$ 60,00	R\$ 4.800,00
	Sub-total			R\$73.000,00

6.2.2 Prazo de venda

Prazo de venda	%	Número de dias	Média ponderada em dias
A prazo	35%	0	0
A prazo 1	25%	30	7,5
A prazo 2	21%	60	12,6
A prazo 3	19%	90	17,1
Prazo médio			37,2

Prazo de venda	%	Número de dias	Média ponderada em dias
A prazo	50%	0	0
A prazo	25%	30	7,5
A prazo	25%	60	15
Prazo médio mensal			22,5

6.2.3 Necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	Número de dias
	7 dias

6.2.4 Necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do caixa	Número de dias
1-Contas a receber- prazo médio a receber	37,2 dias
2-estoques-necessidade médias de estoque	7 dias
1-Subtotal (1+2)	44,2 dias
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3- Fornecedores	22,5 dias
2- Sub - total	22,5 dias
Necessidade líquida de capital de giro em dias (Subtotal1- Subtotal2)	22 dias

6.2.5 Caixa mínimo

1- Custo fixo mensal	R\$71.304,46
2- Custo variável mensal	R\$ 36.279,53
3- Custo total da empresa	R\$107.583,99
4- Custo diário da empresa	R\$ 3.586, 13
5- Necessidade líquida de capital de giro em dias	22 dias
Total - Caixa mínimo	R\$ 78.894,86

6.2.6 Capital de giro

Investimento financeiro	RS
Estoque inicial	R\$ 73.000,00
Caixa mínimo	R\$ 78. 894,86
Total de capital de giro	R\$ 151.894,86

6.3 Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais	
despesas de legalização	R\$ 3.500,00
obras civis/reformas	R\$ 10.000,00
divulgação	R\$ 2.500,00
Cursos e treinios	-
Outras despesas	-
Total	R\$16.000,00

6.4 Investimentos totais

Descrições dos investimentos	Valor	%
Investimentos fixos	R\$ 35.317,89	18%
Capital de giro	R\$ 151.894,86	75%
Investimentos pré – operacionais	R\$16.000,00	7%
Total	R\$203.212,75	100%

Fontes de recursos	Valor	%
Recursos próprios	R\$ 35.317,89	100
total	R\$ 35.317,89	100

	Quantidade	Preço média de venda	Faturamento total mensal	Faturamento anual
1-Gandola	100	R\$ 100,00	R\$ 10.000,00	R\$120.000,00
2-camisa	200	R\$ 50,00	R\$10.000,00	R\$120.000,00
3-calça	150	R\$ 70,00	R\$ 10.500,00	R\$126.000,00
4-camiseta	200	R\$ 20,00	R\$ 4.000,00	R\$48.000,00
5-Gorro	70	R\$ 20,00	R\$ 1.400,00	R\$16.800,00
6-Suspensório	100	R\$ 35,00	R\$ 3.500,00	R\$42.000,00
7-Cinto NA	100	R\$ 20,00	R\$ 2.000,00	R\$24.000,00
8-Coldre	60	R\$ 40,00	R\$ 2.400,00	R\$28.800,00
9-Boina	50	R\$ 90,00	R\$ 4.500,00	R\$ 54.000,00

10-Fivela dourada	70	R\$ 20,00	R\$ 1.400,00	R\$ 16.800,00
11-Fivela preta	85	R\$ 20,00	R\$ 1.700,00	R\$20.400,00
12-Meias brancas	200	R\$ 8,00	R\$ 1.600,00	R\$ 19.200,00
13-Meias verdes	200	R\$ 8,00	R\$ 1.600,00	R\$ 19.200,00
14-Meias pretas	200	R\$ 8,00	R\$ 1.600,00	R\$ 19.200,00
15-Coturno	100	R\$ 120,00	R\$ 12.000,00	R\$ 144.000,00
16-Tênis preto	80	R\$ 60,00	R\$ 4.800,00	R\$ 57.600,00
Total			R\$71.400,00	R\$856.800,00

6.5 Faturamento mensal

6.6 Estimativa com custos de comercializações

Descrição	%	Faturamento estimado	Custo total
1 Imposto			
Imposto Federal			
CPP	5,03%	R\$ 1.395.504,00	R\$ 70.193,85
IRPJ	0,59%	R\$ 1.135.310, 15	R\$ 7.819,33
PIS	1,76%	R\$ 1.317.490, 82	R\$ 23.187,84
COFINS	0,42%	R\$ 1.294.302, 98	R\$ 5.436,07
CSLL	0,57%	1.288. 886,91	R\$ 7.346,54
Imposto Estadual			
ICMS	7%	R\$ 1.2821.520,37	R\$ 89.706,43
Imposto Municipal			
ISS	4,31%	R\$1.191.813,94	R\$ 51.367,18
Sub-total 1	20%	R\$1.140.446,76	R\$ 255.057,24
2 Gasto com vendas			
Comissões	1%	R\$ 1.140.446, 76	R\$ 6.272, 46
Propagandas	1%	R\$ 134.174,30	R\$ 15.878, 44
Taxa de administração do cartão de crédito	2,90%	R\$1.118.295,86	R\$32.430,58
Subtotal2	5%	R\$1.085.865,28	R\$ 54.581,48
Total (1+ 2)			R\$ 309.638,72

6.7 Estimativas com custos de mão-de-obra

Função	Nº Funcionários	Salário mensal	% encargos	Encargos sociais	Total
Atendentes	4	R\$.1.008,63	38	R\$ 383,27	R\$1.391,27
Faxineiros	2	R\$ 900,50	38	R\$ 342,19	R\$1.242,69
Auxiliares	2	R\$ 1.000,05	38	R\$ 380, 01	R\$.380,06
Total	8	R\$ 2.909,18		R\$1.015,47	R\$3924.65

6.8. Depreciação

Ativos fixos	Valor do bem	Vida útil em anos	Depreciação anual	Depreciação mensal
Reformas	R\$ 10.000,00	25 anos	R\$ 400,00	R\$ 33,33

Máquinas	R\$ 38.513,48	10 anos	R\$ 3.851,35	R\$ 320,95
Equipamentos	R\$ 16.352,78	5 anos	R\$ 3.270,56	R\$ 272,55
Móveis e utensílios	R\$ 15.140,26	10 anos	R\$ 1.514,03	R\$ 126,17
Computadores	R\$ 10.047,00	3 anos	R\$ 3.349,00	R\$ 279,08
Total	R\$ 90.053,52		R\$12.384,93	R\$ 1.032,08

6.9.Custos fixos

Descrição	Custo total mensal
Aluguel	R\$ 15.000,00
Condomínio	R\$ 1.106,00
IPTU	R\$ 1.314,14
Pró - elabore	R\$ 35.000,00
Manutenção	R\$ 1.500,00
Salário + Encargos	R\$ 12.691,42
Material de limpeza	R\$ 500,00
Serviço de terceiros	R\$ 2.580,90
Material de escritório	R\$ 300,00
Depreciação	R\$ 1.032,00
Internet	R\$ 180,00
Telefone	R\$ 100,00
Total	R\$ 71.304,46

6.10 Demonstrativo de Resultado do Exercício

Descrição	(R\$)	%
1. Receita de vendas	R\$856.800,00	100
2.Custos Variáveis		
(-) CMV	R\$ 108.096,00	8%
(-) Imposto sobre vendas	R\$ 255.057,24	18%
(-) Gasto com Vendas	R\$ 52.581,48	4%
Subtotal de 2	R\$ 415.734,72	30%
3. Margem de contribuição (1-2)	R\$ 441.065,28	70%
4. Custos fixos totais(-)	R\$ 855.653,52	-
Resultado operacional	R\$ 114588,24	-

6.11 Indicadores de Viabilidade

6.11.1 Ponto de equilíbrio

Ponto de equilíbrio	
Custo fixo	R\$ 71.304,46
Margem de contribuição	0,7
Total	R\$ 101.863,51

6.11.2 Lucratividade

Lucratividade	
LucroLiquido	R\$124.115,76
Receita total	R\$856.800,00
Total	9%

6.11.3 Rentabilidade

Rentabilidade	
LucroLiquido	R\$124.115,76
Investimento total	R\$203.212,75
Total	67%

6.11.4 Prazo de retorno

Ponto de equilíbrio	
Total de investimento	R\$203.212,75
LucroLiquido	R\$124.115,76
Total	20 meses

7. Construção do cenário

A construção de cenário foi levado em consideração o declínio de 20% das vendas no cenário pessimista. Já no cenário otimista, houve a inversão tendo um aumento de 20% das vendas aumentando o lucro líquido da empresa. E ficou evidente que na linha sensível das vendas poderia causar a falência deixando um saldo devedor destacado de vermelho

	Cenário provável	Cenário pessimista	Cenário otimista
--	------------------	--------------------	------------------

Descrição	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total	R\$856.800,00	100%	R\$116.403,20	100%	R\$167.604,80	100%
2. Custovariáveis					R\$129.715,20	
(-) CMV	R\$ 108.096,00	8%	R\$86.476,80	8%	R\$306.068,89	8%
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 255.057,24	18%	R\$204.045,79	18%	R\$306.068,89	18%
(-) Gastos com vendas	R\$ 52.581,48	4%	R\$42.065,18	4%	R\$63.097,78	4%
Subtotal 2	R\$ 415.734,72	30%	R\$332.587,78	30%	R\$498.881,86	30%
3.Margem de contribuição	R\$ 441. 065,28	70%	R\$783.815,42	70%	R\$1.175.723,14	70%
4.Custos fixos totais	R\$ 855.653,52		R\$855.658,52		R\$855.653,52	
Lucro/prejuízo	R\$124.115,76		<u>R\$71.838,10</u>		R\$320.069,62	

8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

8.1. Análise da matriz F.O.F.A ou Análise SWOT

É uma ferramenta que tem como objetivo conceituar os ambientes internos e externos, criando estratégias de negócios para a empresa visando ter o lucro no mercado. Esta atividade demonstra também os pontos fortes e fracos de uma empresa, pois possibilita enxergar as ameaças e oportunidades.

8.1.1.Forças

Identificar as incertezas geradas em determinadas circunstâncias para reduzir as possíveis ameaças.

8.1.2 Fraquezas

São características que prejudicam de algum modo o andamento do negócio.

8.1.3 Oportunidades

São forças externas que influenciam positivamente a empresa.

8.1.4 Ameaças

Ao contrário das oportunidades, as ameaças são forças externas que influenciam negativamente a empresa e devem ser tratadas com muita cautela, pois podem prejudicar não somente o planejamento estratégico da companhia, como também, diretamente em seus resultados.

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
-União de sua equipe -Localização privilegiada	-Produtos altamente perecíveis. -Equipe desmotivada
AMEAÇAS	OPORTUNIDADES
- Novos competidores - Perda de trabalhadores fundamentais	- Investimento - Ampliação do crédito ao consumidor

9. Considerações finais

O plano de negócio é uma ferramenta de suma importância para quem deseja ter seu próprio negócio e se tornar um empreendedor de sucesso. Essa preciosa ferramenta dimensiona todos os pontos essenciais para que uma organização sendo ela de grande, média ou de pequeno porte possa se manter no mercado com sua previsão de venda e lucro líquido satisfatório.

ALaurindo Artigos militares no seu plano de negócio apresentou todos os tópicos necessários para que uma empresa tivesse viabilidade econômica financeira para se manter no mercado. Vale lembrar que é uma loja de porte médio-grande que possui um faturamento anual de R\$856.800,00 e um lucro líquido de 124.115,76 no seu primeiro ano de abertura.

Sendo assim podemos verificar que é uma empresa que possui viabilidade com uma excelente margem de lucro ao ano, evidenciando o quanto é importante o plano de negócio para uma empresa em fatores estratégicos, táticos e operacional.

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- . HTTPS// www.jusbrasil.com.br/ Tópicos /0602955/artigos -172- do decreto-lei-n-1001-de -21-de-outubro-de-1969.
- . <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>
- . <http://www.lojapramil.com.br/>
- . <http://www.sobizu.com.br/>