

**CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO JOSÉ**

**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

ALEXSANDRO MARTINS DA SILVA

HARRISSON FORTUNATO DE OLIVEIRA

**ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS PARA IMPLEMENTAÇÃO  
DE UM INSTITUTO DE PSICOLOGIA INFANTIL NA ZONA OESTE DA  
CIDADE DO RIO DE JANEIRO**

Rio de Janeiro

2020

ALEXSANDRO MARTINS DA SILVA  
HARRISSON FORTUNATO DE OLIVEIRA

**ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS PARA IMPLEMENTAÇÃO  
DE UM INSTITUTO DE PSICOLOGIA INFANTIL NA ZONA OESTE DA  
CIDADE DO RIO DE JANEIRO**

Projeto de pesquisa apresentado para a  
Disciplina de TCC II, Plano de Negócios  
sob a orientação da professora  
Fernanda Barreto.

Rio de Janeiro

2020

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>4</b>
<b>2. SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>5</b>
2.1. Conceito do Negócio.....	5
2.2. Logomarca .....	5
2.3. Empreendedores Sociais .....	6
2.3.1. Diretoria Executiva .....	6
2.3.2. Conselho Fiscal.....	7
2.4. Dados do Empreendimento .....	9
2.5. Missão, Visão e Valores da Empresa .....	9
2.6. Setores de Atividade .....	9
2.7. Forma Jurídica .....	10
2.8. Enquadramento Tributário .....	10
2.9. Patrimônio Social .....	10
3.0. Fonte de Recursos.....	10
<b>3. ANÁLISE DE MERCADO .....</b>	<b>12</b>
3.1. Clientes .....	12
3.2. Concorrentes .....	12
<b>4. PLANO DE MARKETING .....</b>	<b>14</b>
4.1. Descrição dos Serviços.....	14
4.2. Estratégias .....	14
4.2.1. Marketing Relacionado à Causa (MRC).....	15
4.2.2. Campanhas de Incentivo Fiscal .....	16
4.2.3. Crowdfunding .....	16
4.3. Preço.....	17
4.4. Localização do Negócio.....	17
<b>5. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....</b>	<b>19</b>
5.1. Análise dos fatores internos: Forças e Fraquezas .....	19
5.1.1. Forças.....	19
5.1.2. Fraquezas .....	19
5.2. Análise dos fatores externos: Oportunidades e Ameaças .....	19
5.2.1. Oportunidades.....	19
5.2.2. Ameaças... ..	20

5.3. Matriz F.O.F.A.....	20
<b>6. CONSIDERAÇÕES PARCIAIS .....</b>	<b>21</b>
<b>7. PLANO OPERACIONAL.....</b>	<b>22</b>
7.1. Layout .....	22
7.2. Capacidade Produtiva de Serviços .....	22
7.3. Processos Operacionais .....	23
7.4. Necessidade de Pessoal.....	24
<b>8. PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>25</b>
8.1. Estimativa dos Investimentos Fixos.....	25
8.2. Capital de Giro.....	26
8.3. Investimentos Pré-Operacionais.....	28
8.4. Investimento Total.....	29
8.5. Estimativa do Faturamento Mensal da Associação.....	29
8.6. Estimativa do Custo Unitário dos Serviços Prestados.....	29
8.7. Estimativa dos Custos Sobre os Serviços.....	29
8.8. Apuração dos Custos dos Serviços Prestados.....	30
8.9. Estimativa dos Custos com Mão de Obra.....	30
8.10. Estimativa do Custo com Depreciação.....	30
8.11. Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais.....	34
8.12. Demonstrativo de Resultados.....	35
8.13. Projeção de Fluxo de Caixa.....	35
8.14. Balanço Patrimonial.....	36
8.15. Indicadores de Viabilidade.....	38
8.15.1. Ponto de Equilíbrio.....	38
8.15.2. Lucratividade.....	38
8.15.3. Rentabilidade.....	39
8.15.4. Prazo de Retorno de Investimento.....	39
<b>9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>41</b>
<b>10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>42</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Segundo pesquisa divulgada pela Revista Época (Editora Globo, 30/08/2012), estudos estimam que de 40 a 42% das crianças no início da fase escolar tenham alguma dificuldade de aprendizagem. Desta porcentagem, no Brasil, cerca de 4 a 6% dos alunos têm dificuldades causadas por uma série de distúrbios neurobiológicos que afetam diretamente a maneira como o cérebro processa e armazena informações.

Infelizmente, nem todas as crianças afetadas por esses distúrbios têm o tratamento necessário, seja por falta de conhecimento dos pais e/ou escola, por dificuldade financeira ou até mesmo por falta de tempo.

Pensando nisso, o objetivo desse trabalho é a implantação de uma organização do terceiro setor para atender essas crianças diretamente dentro das escolas e em parceria com universidades que ministram aulas voltadas à saúde, dando o tratamento necessário sem nenhum custo.

Como em toda organização, a elaboração de um plano de negócios para a implantação e crescimento de um empreendedorismo é de extrema importância.

“Ao imaginar uma empresa sem qualquer planejamento, encontra-se um empreendimento sem direção, sem rumo e, o pior, sem saber o que espera atingir; assim, as chances de sucesso são reduzidas”. (BERNARDI, 2008).

Para Dornelas (2008), o Plano de Negócio é um “documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, e, ainda, permite o empreendedor situar-se no seu ambiente de negócio”.

O planejamento desta associação será feito com o objetivo de identificar possíveis oportunidades em alcançar crianças que precisam de amparo psicológico e contribuindo para a formação de bons cidadãos.

## 2. SUMÁRIO EXECUTIVO

### 2.1 – Conceito do Negócio

O Instituto Brasileiro de Psicologia Infantil (IBRAPI) é uma associação sem fins lucrativos pensada para ajudar psicologicamente crianças em idade escolar com distúrbios de aprendizagem. O IBRAPI fornecerá assistência a alunos carentes que apresentam alguma dificuldade de aprendizado provocada por distúrbios neurobiológicos. Nossa sede ficará no bairro de Bangu, entretanto os serviços serão realizados dentro das escolas. O investimento necessário para início das atividades é de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) que esperamos conseguir através de doações, parcerias e recursos públicos. Por se tratar de uma entidade sem a finalidade de lucro, o objetivo principal é promover amparo aos alunos que necessitam de ajuda profissional, estimulando o melhor em cada indivíduo visando uma sociedade mais justa e solidária.

### 2.2 – Logomarca

A logomarca precisa dar sentido ao nosso propósito. Acreditamos que o instituto deva ser representado por um símbolo, e nada melhor que o desenho de uma criança segurando um objeto escolar para retratar o nosso objetivo.



## **2.3 – Empreendedores Sociais**

### **2.3.1 – Diretoria Executiva**

#### **2.3.1.1 – Presidente**

Com 27 anos de idade, estudante do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário São José, Alexsandro Martins da Silva é o fundador do IBRAPI.

O Presidente é responsável pelo modo como a associação será administrada com o propósito de alcançar os objetivos estipulados. Também é de competência da presidência conduzir reuniões, firmar parcerias, aceitar doações, convocar os associados para as assembleias, entre outros deveres do cargo.

#### **2.3.1.2 – Vice-Presidente**

Harrisson Fortunato de Oliveira é aluno de Ciências Contábeis do Centro Universitário São José. Atualmente com 28 anos, é um dos responsáveis pela implantação deste instituto.

O Vice-Presidente deve colaborar com o Presidente nas suas atribuições e substituí-lo quando necessário.

#### **2.3.1.3 – Tesoureiro**

Cícero Alves dos Santos tem 33 anos e é formado em Administração pela Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio. Além de tesoureiro desta associação, Cícero também é sócio de uma empresa voltada para o ramo alimentício.

O tesoureiro tem como competência as transações financeiras da associação. Ele é responsável por pagar contas, examinar gastos, posicionar sobre o financeiro da organização, preparar relatórios para apresentar à Assembleia Geral Ordinária, entre outras atribuições do setor.

#### **2.3.1.4 – Secretário**

Durante grande parte da sua vida, Carla Campos Duarte se dedicou ao trabalho voluntário, ajudando em ONGs e trabalhando na associação de moradores do seu bairro. Hoje, aos 25 anos, faz parte da diretoria do IBRAPI.

É dever do secretário organizar a rotina das diferentes atividades da associação. Para atingir os objetivos financeiros, é necessário planejar uma estratégia levando em consideração as decisões da diretoria e o modo como essas decisões devem ser geridas.

#### **2.3.2 – Conselho Fiscal**

Por exigência do art. 4, III da Lei n. 9.790/99, as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) devem “constituir um conselho fiscal ou órgão equivalente, dotado de competência para opinar sobre os relatórios de desempenho financeiro e contábil, e sobre as operações patrimoniais realizadas, emitindo pareceres para os organismos superiores da entidade.”

Conforme art. 1.066 do Novo Código Civil (Lei nº 10.406/2002), o conselho fiscal deverá ser composto de três ou mais membros e respectivos suplentes.

É recomendável que a formação do conselho fiscal comporte um número ímpar de membros para evitar eventuais empates em deliberações.

#### **2.3.2.1 – Membros Efetivos**

##### **2.3.2.1.1 – Membro 1**

Rebeca Miranda de Castro nasceu em 1993 na cidade do Rio de Janeiro e é uma das fundadoras do IBRAPI. Atualmente é estudante do curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário São José.

#### **2.3.2.1.2 – Membro 2**

Aos 32 anos, Marcos Benevides de Andrade, é graduado em Administração pela Universidade Castelo Branco. Seu último emprego foi como gerente operacional em uma multinacional no ramo de petróleo e gás.

#### **2.3.2.1.3 – Membro 3**

Márcia Cristina Torres Mendes é Psicóloga formada pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Possui mais de 10 anos de experiência na psicologia realizando atendimento a crianças e adolescentes no bairro de Campo Grande, Rio de Janeiro/RJ.

#### **2.3.2.2 – Membros Suplentes**

##### **2.3.2.2.1 – Membro 1**

João Mário de Assis tem 36 anos e atua como Advogado graduado pela Universidade Estácio de Sá. Possui um escritório no Centro da cidade do Rio de Janeiro onde presta atendimento aos seus clientes.

##### **2.3.2.2.2 – Membro 2**

Nascida na cidade de João Pessoa na Paraíba, Dalila Mendes de Souza, atualmente assume o cargo de assistente contábil em uma empresa do ramo da Construção Civil.

##### **2.3.2.2.3 – Membro 3**

Ana Carolina Brito Pereira está com 27 anos e cursa Direito na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Seu objetivo de vida é se formar e se dedicar às causas sociais.

## 2.4 – Dados do Empreendimento

O IBRAPI é uma associação sem fins econômicos e lucrativos, fundada para a realização de um objetivo comum: fornecer amparo psicológico para crianças com distúrbios de aprendizagem.

Nossa sede ficará no bairro de Bangu, zona oeste da cidade do Rio de Janeiro, contudo nossos serviços serão realizados dentro das escolas, otimizando o tempo das crianças e dos pais, sem a necessidade de deslocamento para outro endereço.

## 2.5 – Missão, Visão e Valores da Empresa

- **Missão:** Auxiliar no crescimento educacional e contribuir para a construção de indivíduos capacitados através de amparo psicológico, para assim desenvolver uma sociedade mais justa e solidária.
- **Visão:** Nos tornar referência no atendimento a crianças com distúrbios de aprendizado. Trabalhando sempre com ética, estimulando o melhor do indivíduo, sem distinção.
- **Valores:** Comprometimento, ética, competência, acolhimento, igualdade, cidadania, solidariedade e respeito.

## 2.6 – Setores de Atividade

Esta associação se enquadra no ramo de serviços de assistência social, oferecendo auxílio psicológico a crianças com distúrbios neurobiológicos que dificultam o aprendizado.

## **2.7 – Forma Jurídica**

A forma jurídica adotada pelo IBRAPI é associação privada, por se tratar de uma entidade sem fins lucrativos, conforme artigos 44 e 53 do Novo Código Civil (Lei 10.406 de 2002):

Art. 44 - São pessoas jurídicas de direito privado: as associações; as sociedades; as fundações; as organizações religiosas; os partidos políticos.

Art. 53 - Constitui-se as associações pela união de pessoas que se organizem para fins não econômicos.

## **2.8 – Enquadramento Tributário**

Entidades sem a finalidade de lucro são imunes de tributação conforme art. 150, inciso VI, alínea “c” da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988: É vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios instituir impostos sobre o patrimônio, renda ou serviços dos partidos políticos, inclusive suas fundações, das entidades sindicais dos trabalhadores, das instituições de educação e de assistência social, sem fins lucrativos, atendidos os requisitos da lei.

## **2.9 – Patrimônio Social**

O patrimônio de uma associação é constituído com recursos de terceiros, através de doações, contribuições patrimoniais e subvenções, sendo assim, uma entidade sem fins lucrativos não possui capital social.

## **3.0 – Fonte de Recursos**

A captação de recursos será feita através de doações, patrocínios, auxílios e subvenções. Utilizaremos basicamente 4 (quatro) estratégias para captação de recursos:

- 1) Governo: elaboramos projetos para captação de recursos em forma de parcerias e convênios federais, estaduais e municipais;

- 2) Pessoas jurídicas: elaboramos projetos por meio de editais, com propostas de patrocínio, desenvolvendo ações de Marketing em nossas apresentações às escolas em geral que alie os interesses da empresa aos da ONG;
- 3) Pessoas físicas: as pessoas que acreditam e sentem-se motivadas em doar, divididas em dois pontos: 1) o vínculo direto com a ONG; e o 2) interesse que essa pessoa possa ter com a causa defendida pela Organização.
- 4) *Crowdfunding*: campanha de financiamento coletivo através da plataforma Kickante.

### **3. ANÁLISE DE MERCADO**

#### **3.1 – Clientes**

Os clientes do IBRAPI são crianças em idade escolar que apresentam algum tipo de distúrbio de aprendizagem e que não possuem condições financeiras para um acompanhamento e/ou diagnóstico profissional.

De acordo com a American Psychiatric Association (2014), “a prevalência do transtorno específico da aprendizagem nos domínios acadêmicos da leitura, escrita e matemática é de 5 a 15% entre crianças em idade escolar, em diferentes idiomas e culturas.”

Uma grande parte da população sofre com alguma dificuldade de aprendizado e nem todos têm acesso ao tratamento necessário para conseguir ajuda no desempenho de sua vida escolar.

Inicialmente o atendimento será oferecido aos alunos dos bairros de Bangu, Campo Grande, Realengo e adjacências, com possibilidade de expansão.

#### **3.2 – Concorrentes**

Depois de uma breve pesquisa pela zona oeste da cidade do Rio de Janeiro, não encontramos nenhuma associação que realizasse o mesmo serviço que o IBRAPI. Nossos concorrentes não são diretamente empresas que têm a mesma atividade, e sim outras associações que utilizam de recursos governamentais para se manterem.

De acordo com estudo realizado pela As Fundações Privadas e Associações Sem Fins Lucrativos no Brasil (FASFIL), em 2010, e divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2012, existem no Terceiro Setor cerca de 290 mil organizações sem fins lucrativos. Portanto a concorrência na busca por recursos é bem grande.

Como mostra no gráfico abaixo, apenas 10% dessas entidades, cerca de 30 mil associações, exercem serviços de assistência social, o que diminui a concorrência.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Cadastro Central de Empresas 2010.

O IBRAPI será uma associação certificada junto aos órgãos competentes que buscará investimentos por meio de projetos de captação de recursos e em planos de marketing.

## **4. PLANO DE MARKETING**

O intuito do Instituto é atrair investidores que se solidarizem com nossa causa, para isso são necessários investimentos em marketing.

### **4.1 – Descrição dos Serviços**

Serão oferecidos atendimentos psicológicos gratuitos a crianças que apresentem alguma dificuldade de aprendizado, seja na escrita, nos cálculos e/ou na falta de atenção causada pela hiperatividade.

Os atendimentos serão realizados dentro das escolas, no intervalo dos turnos, otimizando o tempo das crianças e dos pais.

Os profissionais da psicologia dirão o tempo semanal e diário necessário para cada criança de acordo com sua necessidade.

### **4.2 – Estratégias**

Acreditamos que investir em entidades de assistência social não é benéfico só para quem recebe as doações, mas para os investidores também, pois de acordo com uma pesquisa divulgada pela consultoria Edelman Earned Brand, em 2017, “56% dos brasileiros dizem consumir ou boicotar marcas de acordo com o posicionamento delas diante de questões sociais”.

Além desse impacto social, outra estratégia que utilizaremos é o estímulo a doações para deduções no Imposto de Renda onde os contribuintes que fizerem doações aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente terão dedução no imposto devido.

Faremos também campanhas de *crowdfunding* (financiamento coletivo) por meio de sites como Catarse, Benfeitoria ou Kickante.

#### 4.2.1 – Marketing Relacionado à Causa (MRC)

Um dos nossos artifícios para adquirir recursos é o Marketing Relacionado à Causa (MRC). É através dessa estratégia que esperamos conseguir impactar nossos colaboradores atraindo-os em prol de uma causa, assim atrelamos sua marca a uma ação de impacto social.

Segundo estudo realizado pelo ASID Brasil, “entre 73% e 83% dos consumidores afirmam que estariam dispostos a mudar de marca para aquelas que realizam ações de MRC”.

Nossa ideia é fechar parcerias com estabelecimentos da região e lançar a campanha “Troco por educação”, onde o consumidor tem a opção de arredondar suas compras e doar o troco para o IBRAPI.



Modelo de campanha de MRC.

#### **4.2.2 – Campanhas de Incentivo Fiscal**

De acordo com o art. 227 da Constituição Federal, é dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão. Desta forma, as doações aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente são incentivadas pelo art. 260 da Lei Federal nº 8.069/90.

As pessoas físicas que contribuírem com os fundos poderão deduzir até 6% do imposto de renda, enquanto as pessoas jurídicas tributadas pelo lucro real poderão deduzir até 1% do tributo devido.

Como ocorre com as demais leis de incentivo, é possível recuperar até 100% da doação, abatendo-se tal valor do imposto a pagar. As pessoas físicas também podem utilizar o incentivo fiscal para aumentar o valor do imposto a restituir.

#### **4.2.3 – Crowdfunding**

O financiamento coletivo funciona da seguinte maneira: cada pessoa colabora com o quanto puder e em troca recebe recompensas. Se a meta mínima for atingida o projeto vira realidade e todos os colaboradores recebem recompensas. Se a meta não for atingida, todos recebem seu dinheiro de volta.

Escolhemos o site Benfeitoria para enviar nosso projeto. Estipulamos o prazo de 30 dias e uma meta inicial de arrecadação de R\$ 3.000,00 (três mil reais).

O financiamento coletivo é uma excelente maneira de financiar uma ideia. Atingindo nosso objetivo inicial, a intenção é fazer um crowdfunding contínuo onde o financiamento é feito a partir de colaborações mensais.



Modelo de campanha no site Benfeitoria.

### 4.3 – Preço

Por se tratar de uma entidade sem fins lucrativos, os atendimentos serão prestados sem nenhum custo aos alunos, pais ou educadores.

Nosso único objetivo é promover a igualdade educacional e inclusão social, visando alcançar uma sociedade mais justa.

### 4.4 – Localização do Negócio

O IBRAPI estará estabelecido na Rua Silva Cardoso, nº 346, Bangu – Rio de Janeiro/RJ, em um espaço próximo ao Orfanato de Bangu – Associação Obra de Assistência à Infância de Bangu.



Fonte: Google Maps.

Escolhemos uma rua localizada no centro do bairro de Bangu, região onde nós, associados fundadores, tivemos grande parte de nossas infâncias, por acreditarmos que o bairro de Bangu seja um dos bairros da zona oeste com alto índice de crianças que necessitam de ajuda na educação básica e no desenvolvimento econômico, além de ser próximo a outros bairros de nosso interesse, como Realengo e Campo Grande.

## **5. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA**

Utilizamos a matriz F.O.F.A. (forças, oportunidades, fraquezas e ameaças) como instrumento de análise para detectar pontos fortes e fracos com o propósito de tornar nosso empreendimento mais eficiente.

### **5.1 – Análise dos fatores internos: Forças e Fraquezas**

#### **5.1.1 – Forças**

- Por se tratar de uma entidade sem fins lucrativos, os serviços serão prestados sem nenhum custo aos alunos, pais ou educadores;
- O propósito de criação do IBRAPI é ajudar os que mais precisam, sendo assim, nossa equipe está motivada para atingir o objetivo;
- Os atendimentos serão prestados dentro das escolas, sem a necessidade do aluno se deslocar para outro endereço.

#### **5.1.2 – Fraquezas**

- Não ter experiência anterior no ramo de assistência social e/ou psicologia;
- Capital constituído através de doações, contribuições patrimoniais e subvenções.

### **5.2 – Análise dos fatores externos: Oportunidades e Ameaças**

#### **5.2.1 – Oportunidades**

- A região da zona oeste da cidade do Rio de Janeiro possui um alto índice de crianças que necessitam de tratamentos psicológicos;
- Utilizaremos como mão-de-obra voluntária estudantes de Psicologia que necessitam de estágio supervisionado para conclusão do curso.

### 5.2.2 – Ameaças

- Segundo com o art. 33, inciso V, alínea a da Lei 13.204/2015, as organizações da sociedade civil deverão possuir no mínimo 3 (três) anos de existência para obtenção de certificado de OSCIP.

### 5.3 – Matriz F.O.F.A.

	Fatores Internos (controláveis)	Fatores Externos (incontroláveis)
Pontos Fortes	<b>Forças</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atendimento gratuito</li> <li>• Equipe motivada</li> <li>• Serviço prestado dentro das escolas</li> </ul>	<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Boa demanda na região</li> <li>• Profissionais em formação que necessitam de estágio</li> </ul>
Pontos Fracos	<b>Fraquezas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de experiência anterior no ramo</li> <li>• Capital constituído com recursos de terceiros</li> </ul>	<b>Ameaças</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínimo de 3 anos de existência para obtenção de certificado de OSCIP</li> </ul>

## 6. CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

O Empreendedorismo social é muito importante para a inclusão de indivíduos para uma sociedade mais justa. Para qualquer tipo de empreendimento é de grande importância à elaboração de um plano de negócio, com ele, identificamos e minimizamos os riscos no mercado no início das atividades.

O propósito deste projeto é conhecer as oportunidades e os riscos através de um planejamento completo.

No estudo de pesquisa, conseguimos estabelecer diversas características do negócio, sendo possível construir nossa missão, visão, e nossos valores.

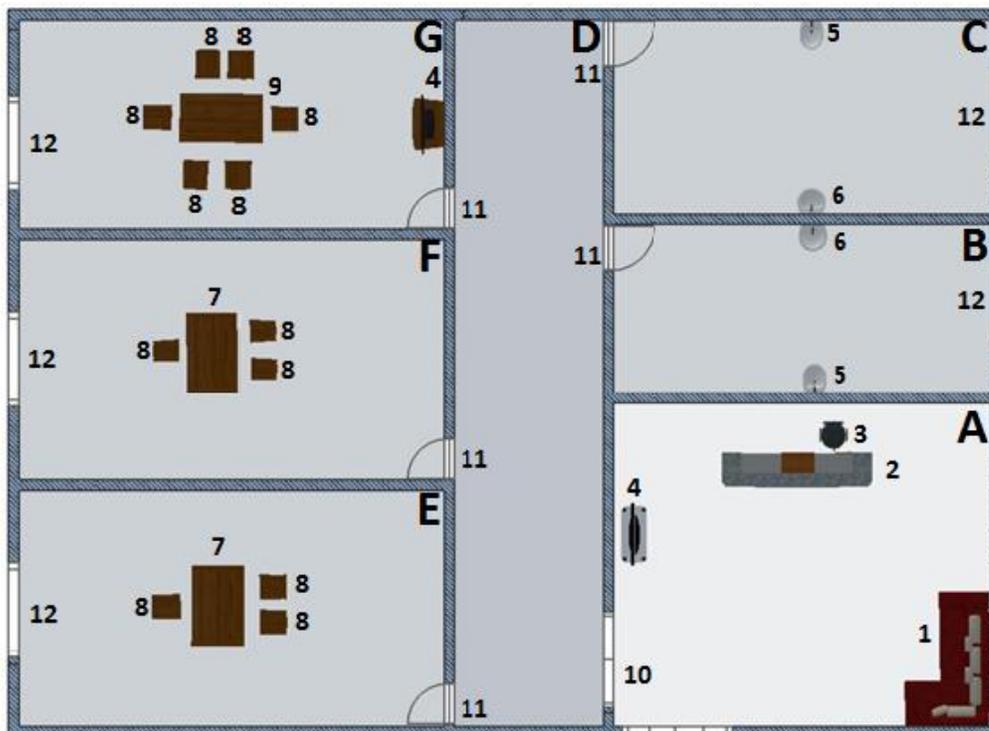
Conceituamos nossa forma jurídica, diretoria, logomarca, investimento inicial necessário para início das atividades, concorrência e nossos pontos fracos e fortes.

Através da elaboração deste projeto foi possível perceber a importância de analisar e conhecer o ambiente mercadológico em que o IBRAPI está inserido.

Após levantamento dos planos operacional, de marketing e, verificou-se que a abertura de uma Associação sem fins lucrativos na cidade do Rio de Janeiro/RJ é um ótimo investimento social, visto que na região de atuação do IBRAPI, especificamente na zona oeste do Rio de Janeiro, é um local que tem grande parte da população consideradas famílias carentes que não têm condições de arcar financeiramente com um tratamento psicológico para seus filhos, com a nossa atuação em campo, tivemos aprovação de 100% dos entrevistados que se denominaram pais e professores interessados, demonstrando bastante entusiasmo no projeto.

## 7. PLANO OPERACIONAL

### 7.1 – Layout



A - Sala de espera B - Banheiro masculino C - Banheiro feminino D - Corredor  
E - Sala de entrevista F - Sala de atendimento G - Sala de reuniões

1 - Sofá de canto	2 - Balcão de atendimento	3 - Cadeira de recepção
4 - Televisão	5 - Vaso sanitário	6 - Pia
7 - Mesa	8 - Cadeira	9 - Mesa de reunião
10 - Portal	11 - Porta	12 - Janela

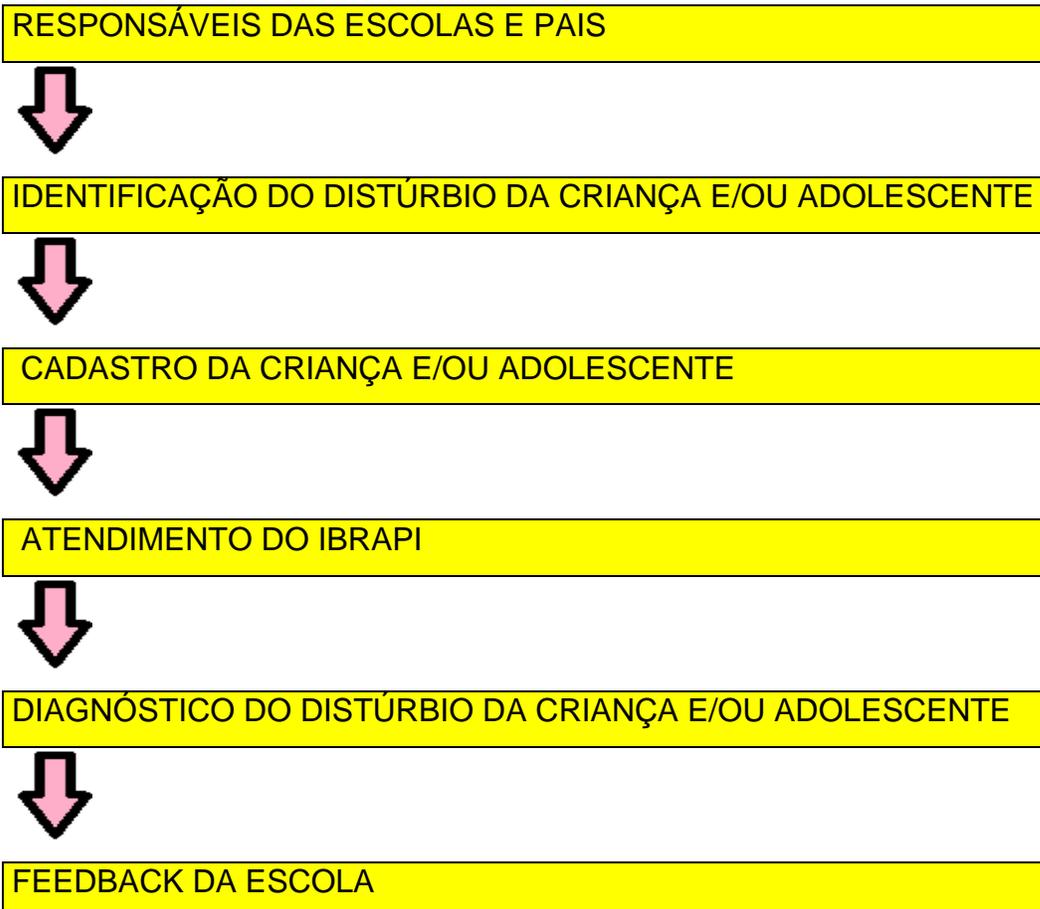
### 7.2 – Capacidade Produtiva de Serviços

A capacidade máxima produtiva de serviços do Instituto Brasileiro de Psicologia Infantil (IBRAPI) será de 5 crianças por dia, oferecidos até 2 acompanhamentos na semana, totalizando aproximadamente 125 crianças por mês, 1500 crianças por ano, o instituto fará os atendimentos dentro das escolas e dentro de universidades parceiras que ministram aulas voltadas à saúde, facilitando e viabilizando a todas as crianças e/ou

adolescentes que necessitam do atendimento. Para o aumento da capacidade produtiva dos serviços, o Instituto Brasileiro de Psicologia Infantil (IBRAPI) terá uma sala para receber crianças e/ou adolescentes em casos extraordinários.

### 7.3 – Processos Operacionais

Os responsáveis das escolas e pais das crianças e/ou adolescentes terão o dever de observar e identificar qualquer tipo de distúrbio apresentado, as crianças e/ou adolescentes que forem identificados farão um cadastro onde os pais responsáveis e as crianças passarão por um tipo de entrevista, concluída a etapa, será feito o atendimento com a psicóloga da Associação, diagnosticado o distúrbio de aprendizagem, a profissional de saúde emitirá um relatório para a devida solução do problema, a última etapa devem ser dos responsáveis das escolas e pais oferecendo feedback ao IBRAPI do comportamento dos alunos.



**7.4 – Necessidade de Pessoal**

<b>Cargo/função</b>	<b>Qualificações necessárias</b>
Presidente	Bacharel ou estudante de nível superior
Vice-Presidente	Bacharel ou estudante de nível superior
Tesoureiro	Bacharel em administração
Secretário	Ensino médio completo
Conselheiro fiscal	Bacharel ou estudante de nível superior
Suplentes	Bacharel ou estudante de nível superior
Psicóloga	Nível superior completo
Voluntário	Bacharel ou estudante de nível superior

## 8. PLANO FINANCEIRO

### 8.1 – Estimativa dos investimentos fixos

#### A – Máquinas e equipamentos

	Descrição	Qtde.	Unitário Valor	Total
1	Computadores	4	R\$ 500,00	R\$ 2.000,00
2	Impressoras	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00
3	Televisões	2	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00
4	Telefones sem fio	4	R\$ 50,00	R\$ 200,00
<b>Subtotal (A)</b>				<b>R\$ 3.700,00</b>

#### B – Móveis e utensílios

	Descrição	Qtde.	Unitário Valor	Total
1	Poltronas	4	R\$ 100,00	R\$ 400,00
2	Cadeiras	13	R\$ 30,00	R\$ 390,00
3	Balcão	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
4	Sofá de canto	1	R\$ 500,00	R\$ 2.000,00
5	Mesa de reuniões	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
6	Mesas comuns	2	R\$ 100,00	R\$ 200,00
<b>Subtotal (B)</b>				<b>R\$ 3.490,00</b>

<b>Total dos investimentos fixos</b>	<b>Subtotal (A+B)</b>	<b>R\$ 7.190,00</b>
--------------------------------------	-----------------------	---------------------

## 8.2 – CAPITAL DE GIRO

### A – Estimativa de estoque inicial de consumo

	Descrição	Qtde.	Unitário Valor	Total
1	Papel A4	10	R\$ 15,00	R\$ 150,00
2	Toner	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
3	Papel higiênico	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
4	Desinfetante	4	R\$ 2,00	R\$ 8,00
5	Cloro	4	R\$ 1,50	R\$ 6,00
6	Vassoura	10	R\$ 5,00	R\$ 50,00
7	Pano	10	R\$ 1,00	R\$ 10,00
8	Álcool	2	R\$ 5,00	R\$ 10,00
9	Caneta	100	R\$ 0,30	R\$ 30,00
10	Lápis	100	R\$ 0,15	R\$ 15,00
<b>Total de (A)</b>				<b>R\$ 298,00</b>

### B – Contas a receber

Prazo médio de recebimentos	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
À vista	50%	0	0
A prazo	50%	30	15
<b>Prazo médio total</b>			<b>15 dias</b>

No quadro acima, estimou-se que:

- 50% dos recebimentos serão à vista;
- 50% dos recebimentos serão a prazo;

O resultado acima indica que a média do IBRAPI para recebimentos a prazo são de 15 dias.

**B – Contas a pagar**

<b>Prazo médio de pagamentos</b>	<b>(%)</b>	<b>Número de dias</b>	<b>Média Ponderada em dias</b>
A prazo	100%	30	30
		<b>Prazo médio total</b>	<b>30 dias</b>

No quadro acima, estimou-se:

Prazo de 30 dias de para o pagamento dos fornecedores.

**B – Estimativa do estoque inicial**

	<b>Número de dias</b>
Necessidade de captação de recursos	<b>30 dias</b>

**B – Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias**

	<b>Número de dias</b>
<b>Recursos da empresa fora do seu caixa</b>	
1. Contas a Receber – prazo médio de recebimentos	15 dias
2. Doação – necessidade de captação de recursos	30 dias
<b>Subtotal 1 (item 1 + 2)</b>	<b>45 dias</b>
<b>Recursos de terceiros no caixa da empresa</b>	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	30 dias
<b>Subtotal 2</b>	<b>30 dias</b>
<b>Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (Subtotal 1 – Subtotal 2)</b>	<b>15 dias</b>

O resultado acima indica que o IBRAPI tem a necessidade líquida de capital de giro de 15 dias para cobrir seus gastos e captar novos recursos.

### B – Caixa mínimo

1. Custo fixo mensal (Quadro 9.11)	R\$ 630,00
2. Custo variável mensal (Subtotal 2 do quadro 9.12)	R\$ -
3. Custo total da empresa (item 1 + 2)	R\$ 630,00
4. Custo total diário (item 3 ÷ 30 dias)	R\$ 21,00
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	15 dias
<b>Total de B – Caixa mínimo (item 4 x 5)</b>	<b>R\$ 315,00</b>

### B – Capital de giro

<b>Investimentos financeiros</b>	
A - Estoque inicial de consumo	R\$ 298,00
B - Caixa mínimo	R\$ 315,00
<b>Total do capital de giro (A + B)</b>	<b>R\$ 613,00</b>

### 8.3 – INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

<b>Investimentos pré-operacionais</b>	<b>R\$</b>
Despesas de legalização	R\$ 500,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 200,00
Divulgação	R\$ 300,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 1.000,00</b>

O resultado acima indica os gastos estimados do IBRAPI antes do início das atividades.

#### 8.4 – INVESTIMENTO TOTAL

Fontes de Recursos	Valor R\$	(%)
1. Recursos próprios	R\$ -	R\$ -
2. Recursos de terceiros	R\$ 10.000,00	100%
3. Outros	R\$ -	R\$ -
<b>Total (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 10.000,00</b>	<b>100%</b>

O investimento total necessário para início das atividades é de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) que esperamos conseguir através de doações, parcerias e recursos públicos.

#### 8.5 – ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA ASSOCIAÇÃO

Produto/ Serviço	Quantidade (Estimativa de serviços)	Preço de serviço unitário (em R\$)	Faturamento total (em R\$)
1	125	R\$ 150,00	R\$ 18.750,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 18.750,00</b>

#### 8.6 – ESTIMATIVA DO CUSTO UNITÁRIO DOS SERVIÇOS PRESTADOS

O projeto inicial estima um custo de serviço prestado mensal de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) para cada aluno carente.

#### 8.7 – ESTIMATIVA DOS CUSTOS SOBRE OS SERVIÇOS

Por se tratar de um empreendimento social, o IBRAPI terá um quadro de profissionais e estudantes voluntários e sua diretoria executiva não será remunerada.

Entidades sem a fins lucrativos são imunes de tributação conforme art. 150, inciso VI, alínea “c” da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988: É vedado

à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios instituir impostos sobre o patrimônio, renda ou serviços dos partidos políticos, inclusive suas fundações, das entidades sindicais dos trabalhadores, das instituições de educação e de assistência social, sem fins lucrativos, atendidos os requisitos da lei.

### 8.8 – APURAÇÃO DOS CUSTOS DOS SERVIÇOS PRESTADOS

Produto/ Serviço	Quantidade (Estimativa de serviços)	Preço de serviço unitário (em R\$)	CSP (em R\$)
1	125	R\$ 80,00	R\$ 10.000,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 10.000,00</b>

### 8.9 – ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA

Função	Nº de Voluntários	Salário Mensal (R\$)	Encargos sociais (R\$)	Total (R\$)
Psicóloga(o)	1	-	-	-
Recepcionista	1	-	-	-
Estudante	1	-	-	-

### 8.10 – ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO

Informações Gerais	
Nome do bem	Computador
Tempo médio de vida útil	3 anos
Valor do bem	R\$ 500,00

Depreciação anual  $\frac{\text{R\$ 500,00}}{3 \text{ anos}} = \text{R\$ 166,67}$

Depreciação mensal  $\frac{\text{R\$ } 166,67}{12 \text{ meses}} = \text{R\$ } 13,89$

Informações Gerais	
Nome do bem	Impressora
Tempo médio de vida útil	5 anos
Valor do bem	R\$ 250,00

Depreciação anual  $\frac{\text{R\$ } 250,00}{5 \text{ anos}} = \text{R\$ } 50,00$

Depreciação mensal  $\frac{\text{R\$ } 50,00}{12 \text{ meses}} = \text{R\$ } 4,17$

Informações Gerais	
Nome do bem	Televisão
Tempo médio de vida útil	5 anos
Valor do bem	R\$ 500,00

Depreciação anual  $\frac{\text{R\$ } 500,00}{5 \text{ anos}} = \text{R\$ } 100,00$

Depreciação mensal  $\frac{\text{R\$ } 100,00}{12 \text{ meses}} = \text{R\$ } 8,33$

Informações Gerais	
Nome do bem	Telefone sem fio
Tempo médio de vida útil	5 anos
Valor do bem	R\$ 50,00

Depreciação anual  $\frac{\text{R\$ } 50,00}{5 \text{ anos}} = \text{R\$ } 10,00$

Depreciação mensal  $\frac{\text{R\$ } 10,00}{12 \text{ meses}} = \text{R\$ } 0,83$

Informações Gerais	
Nome do bem	Poltrona
Tempo médio de vida útil	10 anos
Valor do bem	R\$ 100,00

Depreciação anual  $\frac{\text{R\$ } 100,00}{10 \text{ anos}} = \text{R\$ } 10,00$

Depreciação mensal  $\frac{\text{R\$ } 10,00}{12 \text{ meses}} = \text{R\$ } 0,83$

Informações Gerais	
Nome do bem	Cadeira
Tempo médio de vida útil	10 anos
Valor do bem	R\$ 30,00

Depreciação anual  $\frac{\text{R\$ } 30,00}{10 \text{ anos}} = \text{R\$ } 3,00$

Depreciação mensal  $\frac{\text{R\$ } 3,00}{12 \text{ meses}} = \text{R\$ } 0,25$

Informações Gerais	
Nome do bem	Balcão



Informações Gerais	
Nome do bem	Mesa comum
Tempo médio de vida útil	10 anos
Valor do bem	R\$ 100,00

**Depreciação anual**     $\frac{\text{R\$ 100,00}}{10 \text{ anos}} = \text{R\$ 10,00}$

**Depreciação mensal**     $\frac{\text{R\$ 10,00}}{12 \text{ meses}} = \text{R\$ 0,83}$

Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida útil em Anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Obras civis/reformas	R\$ 200,00	5	R\$ 40,00	R\$ 3,33
Máquinas e equipamentos	R\$ 2.000,00	3	R\$ 666,67	R\$ 55,56
Máquinas e equipamentos	R\$ 1.700,00	5	R\$ 340,00	R\$ 28,33
Móveis e utensílios	R\$ 3.490,00	10	R\$ 349,00	R\$ 29,08
<b>Total</b>	<b>R\$ 7.390,00</b>	<b>-</b>	<b>R\$ 1.395,67</b>	<b>R\$ 116,31</b>

### 8.11 – ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
Aluguel	R\$ 500,00
Telefone	R\$ 50,00
Internet	R\$ 50,00
Salários + encargos – quadro 9.9	R\$ -
Depreciação – quadro 9.10	R\$ 116,31
<b>Total</b>	<b>R\$ 716,31</b>

### 8.12 – DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Quadro	Descrição	(R\$)	%
9.5.	1. Receita Total com Serviços	R\$ 18.750,00	100,00%
	2. Custos Variáveis Totais	R\$ -	0,00%
9.8.	(-) Custos dos Serviços Prestados	R\$ 10.000,00	53,33%
9.7(Subtotal 1)	(-) Impostos sobre Serviços	R\$ -	0,00%
9.7(Subtotal 2)	(-) Gastos com Serviços	R\$ -	0,00%
	Subtotal de 2	R\$ 10.000,00	53,33%
	3. Margem de Contribuição (1 - 2)	R\$ 8.750,00	46,67%
9.11.	4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 716,31	3,82%
	5. Resultado Operacional (3 - 4)	R\$ 8.033,69	42,85%

### 8.13 – PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

FLUXO DE CAIXA I				
	Previsão 1	Previsão 2	Previsão 3	Final
<b>Entradas</b>				
Previsão de Faturamento	R\$18.750,00	R\$18.750,00	R\$18.750,00	R\$ 56.250,00
Doações	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 1.500,00
<b>Total das entradas</b>	<b>R\$19.250,00</b>	<b>R\$19.250,00</b>	<b>R\$19.250,00</b>	<b>R\$ 57.750,00</b>
<b>Saídas</b>				
Custos Fixos	R\$ 716,31	R\$ 716,31	R\$ 716,31	R\$ 2.148,93
Contas a pagar	R\$ 624,00	R\$ 624,00	R\$ 624,00	R\$ 1872,00
Investimentos Fixos	R\$ 599,17	R\$ 599,17	R\$ 599,17	R\$ 1.797,51
<b>Total das saídas</b>	<b>R\$ 1.939,48</b>	<b>R\$ 1.939,48</b>	<b>R\$ 1.939,48</b>	<b>R\$ 5.818,44</b>
<b>Total líquido</b>	<b>R\$17.310,52</b>	<b>R\$17.310,52</b>	<b>R\$17.310,52</b>	<b>R\$ 51.931,56</b>

<b>FLUXO DE CAIXA II</b>				
	<b>Previsão 4</b>	<b>Previsão 5</b>	<b>Previsão 6</b>	<b>Final</b>
<b>Entradas</b>				
Previsão de Faturamento	R\$18.750,00	R\$18.750,00	R\$18.750,00	<b>R\$ 56.250,00</b>
Doação	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	<b>R\$ 1.500,00</b>
<b>Total das entradas</b>	<b>R\$19.250,00</b>	<b>R\$19.250,00</b>	<b>R\$19.250,00</b>	<b>R\$ 57.750,00</b>
<b>Saídas</b>				
Custos Fixos	R\$ 716,31	R\$ 716,31	R\$ 716,31	<b>R\$ 2.148,93</b>
Contas a pagar	R\$ 624,00	R\$ 624,00	R\$ 624,00	<b>R\$ 1872,00</b>
Investimentos Fixos	R\$ 599,17	R\$ 599,17	R\$ 599,17	<b>R\$ 1.797,51</b>
<b>Total de saídas</b>	<b>R\$ 1.939,48</b>	<b>R\$ 1.939,48</b>	<b>R\$ 1.939,48</b>	<b>R\$ 5.818,44</b>
<b>Total líquido</b>	<b>R\$17.310,52</b>	<b>R\$17.310,52</b>	<b>R\$17.310,52</b>	<b>R\$ 51.931,56</b>

#### 8.14 – BALANÇO PATRIMONIAL

<b>BALANÇO PATRIMONIAL</b>	
<b>ATIVO CIRCULANTE - R\$ 18.331,69</b>	<b>PASSIVO CIRCULANTE – R\$ 7.488,00</b>
CAIXA – R\$ 18.033,69	Contas a pagar – R\$ 7.488,00
ESTOQUE – R\$ 298,00	
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE - R\$ 7.190,00</b>	
<b>IMOBILIZADO – R\$ 7.190,00</b>	
<b>MÁQ. E EQUIP. – R\$ 3.700,00</b>	

COMPUTADORES – R\$ 2.000,00	
IMPRESSORAS – R\$ 500,00	
TELEVISÕES – R\$ 1.000,00	
TELEFONES – R\$ 200,00	
<b>MÓVEIS E UTENSÍLIOS – R\$ 3.490,00</b>	
POLTRONAS – R\$ 400,00	
CADEIRAS – R\$ 390,00	
BALCÃO – R\$ 100,00	
SOFÁ – R\$ 2.000,00	
MESA – R\$ 600,00	
	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO – R\$ 18.033,69</b>
	<b>CAPITAL SOCIAL – R\$ 10.000,00</b>
	<b>LUCRO ACUMULADO – R\$ 8.033,69</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO</b>
<b>R\$ 25.521,69</b>	<b>R\$ 25.521,69</b>

No quadro acima é apresentado o Balanço Patrimonial projetado no primeiro mês de atividade da empresa, estima-se que as aplicações de recursos totalizem R\$ 25.521,69, sendo que o Ativo Circulante representa 71,83% deste total, e o Ativo Não Circulante 28,17%. Compõe o Ativo Circulante a conta Caixa, no valor de R\$ 18.033,69. Por sua vez o Ativo Não Circulante, no valor de R\$ 7.190,00 que é composto pela conta de Imobilizado, onde estão registrados os móveis, utensílios, máquinas e equipamentos da empresa. Quanto às origens de recursos estima-se que totalizem R\$ 25.521,69, sendo que o Capital de Terceiros, ou Passivo representa 29,34% deste total e o Capital Próprio ou Patrimônio Líquido 70,66%. Compõe o Capital de Terceiros ou Passivo a contas a pagar, no valor de R\$ 7.488,00. Por sua vez o Capital Próprio ou Patrimônio Líquido, no valor de R\$ 18.033,69, que é composto pelo Capital Social, de R\$ 10.000,00 e o Lucro

Líquido de R\$ 8.033,69, auferido pela empresa em seu primeiro mês de atividades.

## 8.15 – INDICADORES DE VIABILIDADE

### 8.15.1 – Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio representa o quanto a empresa precisa faturar para pagar todos os seus custos em um determinado período.

Valores mensais:

Receita total: R\$ 18.750,00

Custo variável total: R\$ 0,00

Custo fixo total: R\$ 716,31

**A - Índice de margem de Contribuição**

$$\frac{\mathbf{R\$ 18.750,00 - R\$ 0,00}}{\mathbf{R\$18.750,00}} = \mathbf{1}$$

**B - Ponto de equilíbrio**

$$\frac{\mathbf{R\$ 716,31}}{\mathbf{1}} = \mathbf{R\$ 716,31}$$

### 8.15.2 – Lucratividade

É um indicador que mede o lucro líquido em relação aos serviços. É um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado à sua competitividade.

Valores mensais:

Receita total: R\$ 18.750,00

Lucro líquido: R\$ 8.033,69

Lucratividade:  $\frac{\text{R\$ 8.033,69} \times 100}{\text{R\$ 18.750,00}} = 42,85\%$

Esse resultado indica que de R\$ 18.750,00 de receita total, restam R\$ 8.033,69 de lucro, depois de pagas todas as despesas e impostos, que evidencia uma lucratividade de 42,85% ao mês.

### 8.15.3 – Rentabilidade

É um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido dos associados fundadores. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo.

Valores mensais:

Lucro líquido: R\$ 8.033,69

Investimento total: R\$ 10.000,00

Rentabilidade:  $\frac{\text{R\$ 8.033,69} \times 100}{\text{R\$ 10.000,00}} = 80\%$

Isso significa que, a cada mês, recuperará 80% do valor investido através do lucros obtidos no desempenho de suas atividades.

### 8.15.4 – Prazo de retorno de investimento

É também, um indicador de atratividade, indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu em seu negócio.

Valores mensais:

Lucro líquido: R\$ 8.033,69

Investimento total: R\$ 10.000,00

Rentabilidade: **R\$ 10.000,00 = 1,24**  
**R\$ 8.033,69**

## 9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito deste trabalho, foi sugerir a diminuição do risco através de um planejamento extenso e completo. No presente trabalho, no que tange aos objetivos específicos do estudo conseguiu-se estabelecer com clareza e objetividade aspectos das características gerais do negócio como missão, visão, valores, e objetivos que norteiam uma organização. Dessa maneira também elaboramos a estrutura organizacional e legal e o plano operacional, sempre analisando a prática do mercado. Através da elaboração deste trabalho percebemos também a importância de analisar e conhecer o ambiente mercadológico em que a empresa está inserida. No mercado atual as mudanças ocorrem a todo o momento. Após levantamento dos planos operacional, de marketing e financeiro, verificou-se que a abertura de uma associação privada sem fins lucrativos é um bom investimento e um negócio atrativo, visto que na cidade e na região da zona oeste não existe nenhum Instituto de Psicologia Infantil que trabalhe com toda a gama de serviços que vamos atuar. O projeto apresentou ótimos índices financeiros considerando a projeção de serviços. Através da elaboração deste plano de negócios é possível compreender que o trabalho do empreendedor social não é apenas idealizar o negócio, mas sim trabalhar com bastante engajamento do planejamento, o que exige muitas competências empreendedoras, dedicação e conhecimentos de todo o ambiente interno e externo da organização. Contudo é uma atividade apaixonante e desafiadora, pois instiga a busca incessante pelo sucesso. Em geral, pode-se analisar a empresa como um investimento financeiramente saudável, sendo enfrentadas algumas dificuldades no início das atividades, mas que logo na sequência acabam permeando novos cenários e, conseqüentemente, impactando em resultados positivos ao **IBRAPI**.

## 10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio.** SEBRAE. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em: 13 ago. 2019.

**Entenda o que são OSCIPs e como elas funcionam.** SEBRAE. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/oscip-organizacao-da-sociedadcivil-de-interesse-publico,554a15bfd0b17410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em: 13 ago. 2019.

**Tudo o que você precisa saber para criar uma associação de sucesso.** SEBRAE. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/roteiro-para-criar-uma-associacao,54fe438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em: 13 ago. 2019.

**Justificativa do Número Mínimo de Membros para Formalização de Associação.** SEBRAE. Disponível em: <<http://intranet.df.sebrae.com.br/download/Justificativa.pdf>> Acesso em: 15 ago. 2019.

American Psychiatric Association. **Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais.** 5. São Paulo: Editora Artmed, 2014.

**Distúrbios de aprendizagem atingem 70% da população.** Estadão, 16 jun. 2003. Disponível em: <<https://educacao.estadao.com.br/noticias/geral/disturbios-de-aprendizagem-atingem-70-da-populacao,20030616p58382>> Acesso em: 03 set. 2019.

MEIRELLES, Marcelo. **Transtorno Específico da Aprendizagem**. Disponível em: <<http://adolesc.com.br/transtorno-especifico-da-aprendizagem/>> Acesso em: 20 ago. 2019.

**Entidades e Organizações de Assistência Social**. Ministério da Cidadania, 22 fev. 2017. Disponível em: <<http://mds.gov.br/assuntos/assistencia-social/entidade-de-assistencia-social>> Acesso em: 20 ago. 2019.

**FASFIL 2010: associações sem fins lucrativos têm percentual maior de empregados com nível superior que a média nacional**. Agência IBGE Notícias, 05 dez. 2012. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/14326-asi-fasfil-2010-associacoessemfins-lucrativos-tem-percentual-maior-de-empregados-com-nivel-superior-que-a-media-nacional>> Acesso em: 01 out. 2019.

SILVEIRA, Mauro. **Consumidor brasileiro prefere marcas que defendem causas sociais relevantes**. Época, 15 nov. 2017. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/economia/noticia/2017/11/consumidor-brasileiro-prefere-marcas-que-defendem-causas-sociais-relevantes.html>> Acesso em: 16 out. 2019.

**Número de ONGs e associações no Brasil cai 16,5% entre 2010 e 2016, diz IBGE**. G1, 05 abr. 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/04/05/numero-de-ongs-e-associacoes-no-brasil-cai-165percent-entre-2010-e-2016-diz-ibge.ghtml>> Acesso em: 01 out. 2019.

DORNELAS, José. **Artigos de PN Como fazer – Sumário Executivo**. Disponível em: <<https://www.josedornelas.com.br/wp-content/uploads/arquivos/Artigos-de-PN-Como->

[Fazer-Sum%C3%A1rio-Executivo.pdf](#)> Acesso em: 27 ago. 2019.

BRASIL. Lei nº 10.406, 10 de janeiro de 2002. **Código Civil**. Brasília, 10 de janeiro de 2002.

BRASIL. Lei nº 13.204, 14 de dezembro de 2015. Brasília, 14 de dezembro de 2015.

BRASIL. Lei nº 9.790, 23 de março de 1999. Brasília, 23 de março de 1999.

BRASIL. Lei nº 9.532, 10 de dezembro de 1997. Brasília, 10 de dezembro de 1997.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, 05 de outubro de 1988.

**Financiamento coletivo (crowdfunding)**. Disponível em: <<https://benfeitoria.com/>>  
Acesso em: 15 out. 2019.