



INSTITUTO FEDERAL
Rondônia



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia

NÁDIA DE SOUZA E SILVA

**EDUCAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO:
DESENVOLVIMENTO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS**

SANTA RITA DE CALDAS

2024



INSTITUTO FEDERAL
Rondônia



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia

NÁDIA DE SOUZA E SILVA

**EDUCAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO:
DESENVOLVIMENTO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS**

Artigo apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia, como requisito para a obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Comercial.

Nome do Orientador: Prof^ª. Juliana Maria Lima do Carmo

SANTA RITA DE CALDAS
2024



INSTITUTO FEDERAL
Rondônia



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO, com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

s696d

Silva, Nádía de Souza e.

Educação para o empreendedorismo: desenvolvimento de um plano de negócios / Nádía de Souza e Silva, Porto Velho-RO, 2024.
20 f.

Orientador(a): Especialista Juliana Maria Lima do Carmo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em Gestão Comercial EAD) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO, Porto Velho-RO, 2024.

1. Estratégia empresarial. 2. desenvolvimento. 3. empreendedor. 4. orientação. I. Carmo, Juliana Maria Lima do (orient.). II. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO. III. Título.

Bibliotecário(a) Responsável: Gizele de Melo Viana, CRB-CRB11/914 (Campus Porto Velho Zona Norte)



EDUCAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO: DESENVOLVIMENTO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS

Nádia de Souza e Silva ¹

RESUMO: A educação para o empreendedorismo e o plano de negócios são determinantes e essenciais, mesmo em um pequeno empreendimento. As duas ferramentas juntas diferenciam um negócio organizado e atual, de um negócio que não transmite comprometimento. O tamanho da região a ser atendida não deve determinar o grau de instrução e planejamento, uma vez que ambos são importantíssimos na garantia de um futuro próspero para a empresa. Dessa forma, o presente artigo traz como tema central a orientação empreendedora e criação de um planejamento para iniciar um negócio em uma cidade pequena, no interior de Minas Gerais. O presente projeto de intervenção tem base na condição de muitas pessoas que possuem um sonho de abrir o próprio negócio, mas não sabem como transformar e aproveitar as ideias para que se tornem realidade. Por isso, torna-se crucial o conhecimento sobre o processo empreendedor, sobre os chamativos que um empreendedor deve ter e sobre o planejamento estratégico que precisa ser feito através do plano de negócios. A orientação empreendedora é contínua e deve ser sempre renovada e estudada, contudo se mostra ainda mais essencial no início, pois é o momento de maior impacto para o futuro do empreendimento.

Palavras chave: Estratégia empresarial; desenvolvimento; empreendedor; orientação.

ABSTRACT: Entrepreneurship education and a business plan are crucial and essential, even in a small enterprise. The two tools together differentiate an organized and current business from a business that does not convey commitment. The size of the region to be served should not determine the level of education and planning, since both are extremely important in guaranteeing a prosperous future for the company. Therefore, this article has as its central theme entrepreneurial guidance and the creation of a plan to start a business in a small city, in the interior of Minas Gerais. This intervention project is based on the condition of many people who have a dream of opening their own business, but do not know how to transform and take advantage of their ideas so that they become reality. Therefore, knowledge about the entrepreneurial process, the attractions that an entrepreneur must have and the strategic planning that needs to be done through the business plan becomes crucial. Entrepreneurial guidance is continuous and must always be



renewed and studied, however it is even more essential at the beginning, as it is the moment of greatest impact on the future of the enterprise.

Keywords: Bussines strategy; development; entrepreneur; guidance

1 Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial EaD do Instituto Federal de Rondônia
Campus Porto Velho Zona Norte. e-mail: nadia.s@estudante.ifro.edu.br.



1. INTRODUÇÃO

O processo de abertura de um negócio parece simples, mas é realmente desafiador. O grau de instrução e planejamento é crucial para determinar seu sucesso ou fracasso. É muito comum na atualidade pessoas com ótimas ideias e intuições, mas sem nenhum tipo de conhecimento sobre como aplicá-las.

É nesse contexto que o presente projeto de intervenção foi moldado, para ascender o espírito empreendedor e direcionar na criação de um planejamento para a abertura de um negócio. Uma ideia, estudada e aproveitada em todas as suas possibilidades, gera um empreendimento de sucesso.

Este trabalho é sobre uma pessoa que sonha com a ideia de abrir um negócio próprio, e enxerga no mercado atual uma oportunidade. Consultoria organizacional é um ramo que vem crescendo bastante nos últimos anos, e mesmo em cidades pequenas, é importante que exista esse tipo de serviço. A pessoa em questão já realizou alguns trabalhos informais, como favores, mas não possui nenhum tipo de organização da distribuição dos serviços. A intenção é abrir um negócio formal, com objetivo de oferecer sua consultoria de maneira mais ativa, passando uma imagem resoluto, garantindo melhor qualidade e ganhando espaço no mercado, entre empresas que estão vivendo momentos arriscados e que precisam dessa mentoria.

A problematização surge quando um negócio atua sem planejamento. A sorte pode estar presente em um momento, mas não faz o sucesso duradouro. É preciso essa atenção especial voltada para o plano de negócios, especialmente no início do um empreendimento. Em uma cidade pequena, como Santa Rita de Caldas, pode parecer um disparate, um pequeno negócio fazer planejamentos estratégicos é perda de tempo. Isso na mentalidade tradicionalista e conservadora de muitos comerciantes e donos de pequenos negócios que ocupam essa função por hereditariedade. Contudo, o mercado está em constante mudança e evolução. E os pequenos negócios devem se adaptar a cada novo estilo e a cada nova tendência, pois quem não progride é ultrapassado por quem se adequou melhor à evolução.

O objetivo geral deste projeto de intervenção é impulsionar um novo negócio, ajudar no amadurecimento da ideia e no colocá-la em prática. Para que esse ponto seja atingido, os seguintes objetivos específicos foram pautados: desenvolver orientações sobre o empreendedorismo e o perfil de um bom empreendedor; orientar na criação e desenvolvimento de um plano de negócios.

O tema escolhido é muito necessário para a vida comercial de um empreendedor. Ainda que seja pouco explorado, é de extrema relevância que orientações sobre empreendedorismo e



planejamento estratégico sejam oferecidas para negócios já estabelecidos e para possíveis empresários também. Em cidades pequenas, é massivo, se não predominante o número de micro e pequenas empresas no mercado. Algumas mais voltadas para o ramo familiar, outras que surgiram com o decorrer dos anos e avanços da economia. De uma forma ou de outra, é indispensável que hoje em dia, mesmo os pequenos negócios sejam dotados de conhecimento e planejem suas ações com atenção.

O conhecimento alcança o sucesso. E é com essa justificativa que este projeto de intervenção atua no momento mais difícil e de muita dedicação da vida de um empreendimento: seu nascimento. Porque no começo tudo é novo e a falta de entendimento e manejo para lidar com o mercado são fatores definitivos para o insucesso. A cultura de planejamento deve iniciar antes da abertura do negócio e deve permanecer com este durante seu cotidiano. Um começo planejado garante um futuro de oportunidades mais bem aproveitadas.



2. REVISÃO DA LITERATURA

Não é de hoje que o planejamento no momento inicial de um negócio tornou tema de discussão. Mas atualmente, com a atitude mais acirrada do mercado, essa ação se torna indispensável para a diferenciação de um negócio, influenciando grandemente no seu desempenho posterior. É muito comum pessoas com ideias criativas e originais, mas com pouquíssimo ou nenhum conhecimento de como executá-las. É importante saber, porém, que as ideias por si só não valem se não tiverem a capacidade de ser viáveis e se tornarem úteis no mercado (Dornelas, 2024). Por isso, o conhecimento é o melhor amigo de um futuro empreendedor.

"As empresas de pequeno e médio portes têm papel importante na geração de renda, emprego e qualidade de vida para o empreendedor, sua família e seus empregados" (Salvador *et al*, 2018, p. 5). O empreendedorismo é fundamental para o fluxo da economia, pois garante o sustento de uma cadeia que dele depende. Por Dornelas (p. 29, 2024), "o termo 'empreendedorismo' pode ser definido como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades." Esse pensamento é o central do processo empreendedor, transformar as ideias em oportunidades práticas, aplicáveis e lucrativas. A identificação de oportunidades é um conhecimento chave que se torna indispensável para os empresários, pois é a partir dessa análise que pode surgir um novo negócio ou não.

"O processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas à criação de novas empresas. Em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, de valor. Em segundo, requer a devoção, o comprometimento de tempo e o esforço necessário para fazer a empresa crescer. Em terceiro, que riscos calculados sejam assumidos, e decisões críticas, tomadas; é preciso ousadia e ânimo, apesar de falhas e erros." (Dornelas, p. 30, 2024)

"A Educação Empreendedora tende a promover a autodescoberta e a autorreflexão, permitindo que as pessoas identifiquem seus interesses e gostos, o que desejam fazer e o que fazem bem." (SEBRAE, 2020) Contudo, o relatório do GEM (Global Entrepreneurship Monitor) de 2018 mostra o Brasil na 50ª posição, em um ranking de 54 países, quando relacionado a Educação Empreendedora nas escolas de ensino médio e superior (SEBRAE, 2020). Se considerado que as MPES representam majoritariamente as empresas brasileiras (SEBRAE, 2023), a educação empreendedora se torna indispensável para que o cenário comece a mudar.

O plano de negócios é a principal ferramenta de gestão de planejamento e desenvolvimento inicial de uma empresa (Dornelas, 2024). O momento de abertura de um novo



negócio é marcado por muitos sonhos com certeza, mas também muitas dúvidas e medos. É nesse momento capital que o plano de negócios faz uma diferença importantíssima, pois traz mais confiança e segurança, tanto para o empreendedor, que tem nele uma base para as suas ações e tomada de decisões, quanto para os futuros clientes e possíveis investidores, que podem declarar a partir dele que o negócio é firme e idôneo.

O empresário deve dedicar muito tempo e pesquisa para que o resultado final seja satisfatório e de qualidade. É uma parte muito delicada, que envolve estudo e atenção, e que pesa muito no futuro de uma empresa. Segundo um estudo feito pelo Sebrae (2023) a partir do banco de dados da Receita Federal e pesquisas de campo feitas entre 2018 e 2021, das empresas que encerram seu funcionamento em 2020 foi anotado que o planejamento de negócios foi extremamente falho ou inexistente, fator que contribuiu muito no seu fechamento já nos anos iniciais.

Dornelas (p. 99, 2024) diz

"O plano de negócios 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 ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios."

Não se trata, portanto, de apenas pegar um texto pronto na internet e colocar o nome na capa. O planejamento deve ser o ponto de partida do empreendedor e seu companheiro durante toda a vida da empresa. A importância de começar com um plano de negócios é justificada não no momento presente, mas nos anos que seguem a abertura, porque o planejamento, além de guiar a estrutura do negócio, prevê também sua viabilidade.

O planejamento de um empreendimento leva o empreendedor a conhecer as minúcias do seu sonho para torná-lo uma ação. Cada empresa, cada empreendedor tem características únicas e especificidades que diferenciam o seu negócio. O planejamento é o ponto de partida para a ação, pois se torna mais fácil começar a produzir ou procurar investimentos com um plano de negócios feito. Além de que, o plano de negócios demonstra sabedoria sobre o que nele consta e passa mais credibilidade para quem o analisa.



3. METODOLOGIA

Para iniciar este projeto, foi necessária muita pesquisa, e o principal meio usado foi o aplicativo móvel do IFRO, Minha Biblioteca.

Foi elaborado um questionário para servir de base para a construção do plano de negócios, que segue anexado ao final. Esse questionário foi desenvolvido a partir de perguntas do livro de José Dornelas, Plano de Negócios: Seu guia definitivo, e adaptadas a realidade do mercado da cidade e região e do ramo do negócio escolhido, o setor de serviços. Dividido em cinco partes, o questionário serviu para conhecer melhor o empreendimento, ou seja, definir por que empreender, com quais objetivos, para quem e como oferecer esse trabalho.

Após todas as questões serem respondidas, se desenvolveu o plano de negócios, que compilou as respostas em um documento, de modo que elas sigam logicamente organizadas e transmitam a essência do negócio. Com uma abordagem mista e objetivos explicativos, o presente projeto de intervenção usou desses métodos supracitados e apresentou os resultados no documento do plano de negócios, que encontra-se após o questionário.



4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A orientação sobre o perfil empreendedor e o plano de negócios foi o ponto de maior estudo. É preciso que um empreendedor se comporte com ousadia e temperança ao mesmo tempo, tomando riscos calculados e sabendo quando avançar com algum projeto. O empreendedorismo é uma disciplina, pode e deve ser ensinada. A educação empreendedora define um propósito para o empreendimento, e a partir disso amplia a teia para quem se destina, como se oferta e quais resultados obtém.

A primeira parte do planejamento contém a essência do negócio: o que será oferecido, como será feito, quais os objetivos, a missão e visão. O empreendimento é uma empresa de consultoria empresarial, voltada para pequenos negócios da região. Abrange a gestão geral das organizações e tem como objetivo auxiliar na criação de estratégias e clarear as visões sobre a real situação do cliente. Na segunda parte, o foco está na viabilidade do empreendimento. Um levantamento de dados foi feito proporcionando uma ideia dos futuros gastos e despesas, também do preço do serviço e dos lucros que serão obtidos. E também, realizou-se pesquisas e simulações de empréstimos em dois bancos da cidade, para compreender melhor como o a empresa pode retornar o investimento nos prazos estipulados.

Na pesquisa de mercado, foram encontradas outras empresas que oferecem um serviço semelhante, contudo, estão localizadas a uma distância maior da cidade de Santa Rita de Caldas. Esse fato torna o empreendimento uma vantagem, pois está mais acessível. Acrescentando isso ao conhecimento prévio necessário sobre o teor do negócio e também sobre possíveis clientes que seriam bons pontos de partida, o empreendimento possui muitas chances de prosperar.

Na última parte da orientação, o plano de negócios foi introduzido, explicado em detalhes e ressaltado a sua importância dentro de uma empresa. O documento é fruto de muito esforço, pois põe a prova muitos fatores que são determinantes para o futuro próspero ou não da organização. O plano de negócios sofre muitas mudanças à medida que vai se constrói, mas cada modificação é uma aprendizagem. Todo o processo demonstra autoconhecimento, mas também depende de paciência e determinação.



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi de muita relevância toda pesquisa feita, todo esforço para colocar em prática e todo o aprendizado. Primeiro, com a orientação empreendedora, foi um momento de rica aprendizagem e muito esclarecimento. Depois, com processo de criação de um plano de negócios, descreveu com muita objetividade o cerne do empreendimento. Ambos, portanto, contribuindo para o objetivo geral deste trabalho que é impulsionar a criação de um novo negócio.

Com a conclusão dessa intervenção, foi possível destacar que a educação empreendedora ainda é faltosa em muitos negócios simplesmente por ser desconhecida e que, quando não aplicada, eleva as probabilidades de insucesso. Esse projeto indica como a orientação para o empreendedorismo e o plano de negócios podem direcionar o futuro empreendedor e oferecer mais segurança nas ações e decisões, e mais credibilidade para *stakeholders*. Além de atrair a comunidade local e demonstrar como, mesmo em uma cidade do interior, o planejamento faz uma grande diferença.



6. REFERÊNCIAS

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 9 ed.

Barueri: Atlas, 2024.

SALVADOR, Alexandre Borbas *et all*. **Manual Prático de Gestão para Pequenas e Médias Empresas**. Barueri: Manole, 2018.

SEBRAE, **Termo de Referência em Educação Empreendedora**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2020.

SEBRAE. **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. SEBRAE, 29 mar. 2023.

Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 29 jul. 2024.

SEBRAE. **Qual o papel das pequenas empresas na economia brasileira**. SEBRAE, 02 out. 2023. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/qual-o-papel-das-pequenas-empresas-na-economia-brasileira>. Acesso em: 29 jul. 2024.



7. APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

As perguntas deste questionário são baseadas no livro Plano de Negócios: Seu guia definitivo, de José Dornelas.

Conhecendo o empreendimento

- 1.1 O que será o seu negócio?
- 1.2 O que a sua empresa vende?
- 1.3 Qual o público alvo para sua ideia de negócio?
- 1.4 Os clientes são acessíveis? Como a sua empresa chegará até eles?
- 1.5 Qual a durabilidade do serviço no mercado?
- 1.6 O mercado alvo está crescendo, é emergente ou fragmentado?
- 1.7 O investimento pode ser recuperado no curto prazo (2 anos)?
- 1.8 Qual a necessidade de capital e expectativa para atingir o ponto de equilíbrio e o retorno do investimento?

Conhecendo o mercado

- 2.1 Qual o ramo de negócios?
- 2.2 Que tipo de empresas atuam no setor?
- 2.3 Qual o tamanho do mercado?
- 2.4 Quem são os maiores competidores?
- 2.5 Quais são as tendências?
- 2.6 Qual o perfil do comprador?
- 2.7 De que maneira seu serviço pode ser comparado ao dos concorrentes?

Conhecendo a equipe

- 3.1 Quem são os principais envolvidos no negócio?
- 3.2 Qual a experiência deles? E suas responsabilidades?
- 3.3 Você detém o conhecimento tecnológico?
- 3.4 Há questões legais críticas para o negócio continuar?

Diferencial e Durabilidade

- 4.1 Quais os benefícios proporcionados por seus serviços e o que os tornam especiais?
- 4.2 Qual a finalidade dos serviços?



4.3 Qual o ciclo de vida do serviço?

4.4 Há um plano de investimentos para P&D?

Acesso e Investimento

5.1 Como você quer que seus serviços sejam vistos e percebidos pelos clientes?

5.2 Como os serviços chegarão até os clientes?

5.3 Qual a política de preços?

5.4 Quanto a sua empresa precisa para iniciar a operação?

5.5 De onde virão esses recursos? Como serão aplicados?

5.6 Quais os principais custos e despesas?

5.7 Quais os resultados que serão obtidos?

5.8 Qual o retorno?

8. ANEXO – PLANO DE NEGÓCIOS

1. DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO

1.1 Qual é o negócio da empresa?

Consultoria para análise, planejamento e gerência da organização, visando a redução de problemas e o aumento da clareza na tomada de decisões. Possui o importante papel tático de identificar os problemas e elaborar soluções aplicáveis para que os clientes trabalhem com mais eficácia e eficiência.

1.2 Qual o ramo de atividade?

Atua no terceiro setor da economia, no ramo de prestação de serviços.

1.3 Quem são os clientes?

Empresárias e empresários de pequeno e médio porte, que buscam resultados de alta qualidade e confiança são os clientes-alvo. Os valores das consultorias levam em consideração o tamanho da empresa, a complexidade da situação e o ramo da atividade, bem como a organização das informações requeridas e a tecnologia disponível para a elaboração e desenvolvimento do projeto.

1.4 Quais as necessidades dos clientes?

Atende às necessidades diversas, desde identificação e resolução de problemas específicos, análise e expansão de mercado, até planejamento estratégico sustentável. Contudo, é preciso tornar claro que a necessidade de uma consultoria organizacional não existe somente em um momento de crise. O serviço é, sim, um investimento feito por uma empresa que procura organizar seu controle interno e se destacar no mercado.

1.5 Qual será a forma de atender às necessidades dos clientes?

O atendimento será realizado presencialmente e on-line, a depender das condições e disponibilidades dos clientes. Tem o compromisso de realizar conferências periódicas de acompanhamento e também para casos de emergência.

2. ANÁLISE ESTRATÉGICA

2.1 Missão

Busca auxiliar empresários e empresárias na organização estratégica do negócio, através de uma orientação minuciosa e acompanhamento das ações propostas.

2.2 Visão

Almeja a consolidação no mercado para continuar oferecendo um serviço de consultoria organizacional que construa as empresas para excelência na gestão, impulsionando a um melhor desempenho.

2.3 Valores

Honestidade, confiança, respeito, caráter, dedicação e comprometimento.

3. PLANO DE MARKETING

3.1 Descrição do serviço

Oferece o serviço de consultoria, mentoria e orientação sobre a gestão e organização da empresa-cliente. A partir de uma análise detalhada e atenciosa de todos os dados necessários, é feito um diagnóstico completo da situação no mercado. Esse reconhecimento servirá para a construção de um planejamento para sanar os problemas identificados. No plano desenvolvido ainda constará o acompanhamento, indicações e relatórios de progresso.

3.2 Qual o diferencial?

O maior diferencial é a compreensão de que cada situação é diferente e que cada empresa tem suas especificações. A personalização de todos os serviços oferecidos, ao lado da assessoria constante e totalmente dedicada faz uma empresa singular entre as outras no mercado.

3.3 Definição do preço

A contratação para a elaboração de um plano e acompanhamento durante todo um período é R\$2.000,00/mês, na média. O preço do serviço prestado pode variar de acordo com alguns fatores, entre eles a complexidade do cenário, a disposição de cooperação, a disponibilidade de material, etc.

3.4 Propaganda

A divulgação será feita pelos meios de comunicação digital, como mídias sociais, além de panfletos espalhados pelas cidades da região e entregues em pontos estudados para possíveis clientes.

3.5 Escolha do ponto e distribuição

O ponto escolhido é de fácil acesso, perto do centro da cidade. É um cômodo ao lado da própria residência, então não será necessário despesas com aluguel.

3.6 Previsão de vendas

Fará uma média de 5 planos/mês, de modo que serão cinco contratos de serviço fechados e o acompanhamento durante os meses subsequentes. Isso não significa, no entanto, que não serão feitos mais negócios além da média do mês. Conforme a demanda cresce, a estrutura será proporcional para atender todos os clientes.



4. ANÁLISE DE MERCADO

4.1 Quem são os concorrentes?

São apenas algumas empresas da região que ofertam os mesmos serviços, mas foi possível identificar dois principais concorrentes, as empresas N e F.

4.2 Como eles atuam?

Considerando a distância dessas empresas N e F da cidade, o serviço é mais remoto, e os preços são regulares para o ramo. Elas possuem boa avaliação e entre 5 a 7 anos de mercado, atuando de maneira mais tradicional.

5. ANÁLISE FINANCEIRA

5.1 Investimentos Iniciais	
Móveis e equipamentos	R\$5,612.00
Veículos	R\$500.00
Reformas e adequação do imóvel	R\$1,100.00
Despesas pré-operacionais	R\$500.00
Publicidade e propaganda	R\$300.00
Outros	R\$1,988.00
TOTAL	R\$10,000.00

5.2 Custos do Serviço	
Custo do serviço	R\$2,520.00
Outros	R\$0.00
TOTAL	R\$2,520.00

5.3 Despesas Operacionais	
Água	R\$480.00
Energia elétrica	R\$480.00
Telefone	R\$600.00
Internet	R\$1,440.00
Prestação de serviço (contador)	R\$4,800.00
Manutenção de máquinas da administração e material de consumo	R\$680.00
Outros	R\$0.00
TOTAL	R\$8,480.00

5.4 Receita de Vendas	
Preço unitário de venda	R\$2,000.00
Previsão de vendas (1 ano)	5 planos/mês + acompanhamento



RECEITA BRUTA TOTAL | R\$120,000.00

6. ANÁLISE DE VIABILIDADE

6.1 Demonstrativo de Resultado	
Discriminação	Valor
Receita bruta de vendas	R\$120,000.00
(-) Dedução da receita bruta impostos	R\$960.00
(=) Receita líquida de vendas	R\$119,040.00
(-) Custos serviços prestados	R\$2,520.00
(-) Despesas operacionais	R\$8,480.00
(=) Saldo operacional	R\$108,040.00
(-) Imposto de renda	R\$34,572.00
SALDO DE SOBRA	R\$73,467.00

6.2 Viabilidade	
Saldo sobras (ss/receita vendas) x 100	5.14%
Rentabilidade (ss/investimentos) x 100	7.34%
O NEGÓCIO É VIÁVEL?	SIM



INSTITUTO FEDERAL
Rondônia



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia