



Agência de Comunicação e Marketing

Criar um novo negócio

Agência de comunicação e marketing, multidirecionada e verticalizada. Oferece soluções em: Assessoria de imprensa, planejamento e estratégia de comunicação digital, produção editorial e design.



Informações do Plano de Negócio

Nome do projeto

Agência de Comunicação e Marketing

Objetivo

Criar um novo negócio

Enquadramento Tributário

Empresa optante pelo Simples

Período de planejamento

3 anos

Porte da empresa

Pequena Empresa

Setor de atuação

Serviço.

Segmento(s)

Mercado digital.

Cidade

Cuiabá

Telefone

(11) 1 1111-1111

Sócios

Carlos Soares

Função: Diretor de Marketing

Contato: (00) 0 0000-0000



Joaquim Borges

Função: Diretor Administrativo Financeiro

Contato: (00) 0 0000-0000

Agência de Comunicação e Marketing

Criar um novo negócio

Relatório Geral

Segmentação de Mercado

Conhecimento e preferências	
Variável 1	Variável 2
<p>Leigos em marketing</p> <p>Tem algum conhecimento em marketing</p>	<p>Gosta que a agência traga novas ideias</p> <p>Traz sempre referências a serem seguidas</p>

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

<p>1º</p> <p>Leigos em marketing</p> <p>Gosta que a agência traga novas ideias</p> <p>Como não sabe muito da área, confia na agência para propor o serviço e ele avalia se atende.</p>	<p>Tem algum conhecimento em marketing</p> <p>Gosta que a agência traga novas ideias</p> <p>2º</p> <p>Já sabe o básico, mas gosta de ser surpreendido e avaliar novas possibilidades.</p>
<p>Leigos em marketing</p> <p>Traz sempre referências a serem seguidas</p> <p>3º</p> <p>Sabe do que gosta, mas não entende da parte técnica</p>	<p>Tem algum conhecimento em marketing</p> <p>Traz sempre referências a serem seguidas</p> <p>4º</p> <p>A agência é um meio de dar andamento no que já tem em mente. Ela age como um "operador".</p>

Leigos em marketing | Gosta que a agência traga novas ideias

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	7
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	10
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	10
Média Geral	9

Tem algum conhecimento em marketing | Gosta que a agência traga novas ideias

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	10
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	7
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	6
Média Geral	8

Leigos em marketing | Traz sempre referências a serem seguidas

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	6
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	6
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	7
Média Geral	6

Tem algum conhecimento em marketing | Traz sempre referências a serem seguidas

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	10
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	3
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	5
Média Geral	6

Persona



Hamilton Jones

33 anos, Publicitário

Estado Civil: Casado

Renda Mensal (R\$): 7000,00

Escolaridade: Pós-Graduação

Cidade: Três Lagoas

Nascido e criado em Três Lagoas, formou-se em publicidade. Chegou a trabalhar em agências e empresas grandes. Fez uma pós graduação em marketing e acabou entrando numa mineradora, onde trabalha há alguns anos (até hoje). Recém casada, gosta de sair arrumada e frequentar bons estabelecimentos, mas não preza pelo luxo, mais pela qualidade. Também adora programas culturais.

""Gratidão é reconhecer que a vida é um presente. Gratidão é o segredo""

Hábitos e comportamentos

Ele é muito ligada ao trabalho, se dedica muito pois quer crescer na empresa. Gosta muito de viajar e está sempre olhando promoções de passagem pra destinos interessantes. Não é muito religioso e nem muito artístico, apesar de gostar de acompanhar eventos culturais. Tenta olhar pra vida sempre com um olhar otimista e se abrir pra novas experiências.

#Autêntico
#Extrovertido
#Amigo Leal
#Impulsivo

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

 Manhã

Acorda cedo e vai pra academia antes do trabalho. Chega pra trabalhar e funciona bem durante a manhã.

 Tarde

Toma um shake ou um almoço leve. Participa de várias reuniões ao longo do dia, apesar de se sentir cansado com isso.

 Noite

As vezes emenda num happy hour após o expediente, as vezes vai direto pra casa. Toma um banho, janta com a esposa e assiste uma série depois.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Quer crescer dentro da empresa
- Gosta de resolver as coisas de forma prática
- Quer ter uma boa relação com todos no trabalho

Desafios

- Não gostaria de sofrer nenhum tipo de preconceito
- Tem medo de não receber o serviço contratado

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Aborrecimentos que devem ser evitados

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Consegue passar por toda a burocracia e entregar um bom serviço no prazo marcado?

Tentar explicar pra ele coisas que ele já sabe.

Reuniões eficientes e os serviços virem com qualidade e entregas além do esperado.



Gabriel Rocha

26 anos, Analista de marketing

Estado Civil: Solteiro

Renda Mensal (R\$): 3500,00

Escolaridade: Ensino Superior

Cidade: São Paulo

Nasceu e cresceu em Ilhéus, é formado em Publicidade e Propaganda pela UFBA. Começou a estagiar na área de marketing na empresa que atualmente trabalha.

""Você não faz o briefing, você é o briefing.""

Hábitos e comportamentos

Ama acompanhar canais de youtube sobre culinária. Gosta de jogar PlayStation no tempo livre e receber os amigos em casa.

#Comunicativa
#Acertiva
#Resiliente

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

 Manhã

Acorda cedo, toma café e vai para o trabalho.

 Tarde

No horário de almoço senta sozinho no refeitório com fones de ouvido.

 Noite

Pede delivery e joga videogame até dormir.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Serviços dentro do prazo.
- Espera o resultado proposto pela empresa.
- Busca por campanhas engajadas e modernas.

Desafios

- Desorganização, falta de planejamento
- Não atender as expectativas do cliente
- Métricas baixas.

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Aborrecimentos que devem ser evitados

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Como encaixar o serviço no orçamento da empresa.

Entregar o projeto depois do prazo combinado.

Projeto fiel a sua ideia inicial e de ótima qualidade juntamente ao custo benéfico.



Sirley Lemos

53 anos, Confeiteira

Estado Civil: Casado

Escolaridade: Ensino Superior

Renda Mensal (R\$): 4000,00

Cidade: Salvador

Nascida e criada em Salvador em uma família de quatro irmãos. Casada, mãe de uma adolescente de 15 anos, atua como colaboradora na área contábil de uma empresa de comércio de ovos e empreende como confeiteira desde 2019.

""Determinação é a semente para o sucesso"."

Hábitos e comportamentos

Ela é muito ligada ao trabalho, se dedica muito pois quer alcançar uma qualidade de vida que permita ter mais tempo para usufruir de uma rotina mais saudável e mais leve.

##Determinada
##Dedicada
##Família
##Sonhadora

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

 Manhã

Acorda cedo, prepara o café da manhã da família e se dirige para a empresa onde trabalha.

 Tarde

Almoça na empresa e segue com as demandas na função do setor que atua.

 Noite

Se dedica na produção das encomendas feitas para a confeitaria até de madrugada.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Ter a confeitaria como sua primeira renda.
- Aumentar o número de encomendas.
- Ter reconhecimento no ramo.

Desafios

- Desvalorização e falta de reconhecimento.
- Não conseguir ter uma comunicação

assertiva.

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Aborrecimentos que devem ser evitados

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Qualidade e valores dos produtos.

Frustrar no prazo de entrega e na promessa do produto.

Que o produto esteja com uma apresentação impecável e sabor inesquecível.



Carlos Pettine

36 anos, Chefe de cozinha

Estado Civil: Solteiro

Renda Mensal (R\$): 2200,00

Escolaridade: Pós-Graduação

Cidade: Salvador/BA

Nascido e criado no Rio de Janeiro, tem um filho de 8 anos, se formou em Design de Jogos, sempre gostou de cozinhar. Em 2014 se mudou para Salvador e após passar 6 meses desempregado resolveu abrir uma empresa de comida fit e de fato começou cozinhar. Fechou a empresa em 2018 e em 2019 começou a trabalhar no Ravel, com a pandemia passou a vender comida congelada.

""A cozinha é o coração da casa""

Hábitos e comportamentos

Academia. Desenhar. Cozinhar. Curtir o filho. Aproveitar a família.

#Planejadora
#Bem-humorado
#Tímido
#Organizado
#Compreensivo

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

 Manhã

Acorda cedo, prepara café da manhã do filho, leva para a escola, academia.

 Tarde

Almoça e trabalha em casa.

 Noite

Jantar, rotina com o filho, jogar vídeo game e dormir.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Ter dinheiro para uma vida tranquila
- Levar a gastronomia para projetos sociais
- Sonho de cozinha solidária

Desafios

- Organização na cozinha
- Conquistar uma autoridade no ramo de consultoria

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Aborrecimentos que devem ser evitados

Experiência ideal e como o negócio ajuda

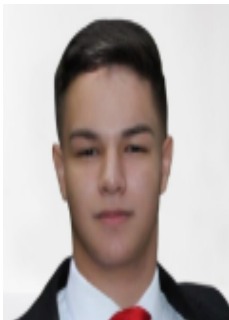
Como construir a autoridade necessária para a consultoria.

Entregar aquilo que a gente não acredita.

Oferecer um serviço com excelência.

Jornada do Cliente

Persona do Negócio



Hamilton Jones

33 anos, Publicitário

Nascido e criado em Três Lagoas, formou-se em publicidade. Chegou a trabalhar em agências e empresas grandes. Fez uma pós graduação em marketing e acabou entrando numa mineradora, onde trabalha há alguns anos (até hoje). Recém casada, gosta de sair arrumada e frequentar bons estabelecimentos, mas não preza pelo luxo, mais pela qualidade. Também adora programas culturais.

Ganhos

Quer crescer dentro da empresa

Gosta de resolver as coisas de forma prática



Quer ter uma boa relação com todos no trabalho

Desafios



Não gostaria de sofrer nenhum tipo de preconceito

Tem medo de não receber o serviço contratado



Antes

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Descobrir uma nova agência para atender sua empresa	Busca no Google agências referência na cidade, e conversa com especialistas da área para buscar indicações.	Internet e por mensagem	 Entusiasmado	Melhorar a presença digital. Deixar as informações mais claras sobre os serviços da agência.
Consideração	Comparar algumas empresas pesquisadas	Recolher os orçamentos e criar uma tabela comparativa entre as opções do mercado.	Internet	 Satisfeito	
Decisão	Contratar uma agência	Após avaliação, entra em contato com a empresa que parece mais promissora.	Telefone	 Entusiasmado	Manter o contato e o suporte desde o envio do orçamento, até o fechamento do pedido.

Durante

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Definir formas de pagamento	Acordar com agência as formas de pagamento recorrentes.	Telefone e e-mail.	 Satisfeito	
Entrega	Recebe serviços prestados pela agência	Dentro do prazo estabelecido, recebe a entrega com relatório dos serviços prestados.	E-mail	 Satisfeito	

Depois

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Avaliação	Reunião de retorno para a agência	Pontuar para agência quais os pontos do serviço que forma dentro do esperado e quais podem melhorar.	Presencial	 Neutro	
Suporte, troca e devolução	Ajustar as entregas fora do esperado	Liga para agência para alinhar o que ocorreu com o pedido, já que a entrega não está dentro do esperado.	Telefone	 Insatisfeito	Oferecer atendimento com empatia.

Proposta de Valor

Persona do Negócio



Hamilton Jones

33 anos, Publicitário

Nascido e criado em Três Lagoas, formou-se em publicidade. Chegou a trabalhar em agências e empresas grandes. Fez uma pós graduação em marketing e acabou entrando numa mineradora, onde trabalha há alguns anos (até hoje). Recém casada, gosta de sair arrumada e frequentar bons estabelecimentos, mas não preza pelo luxo, mais pela qualidade. Também adora programas culturais.

Ganhos

Quer crescer dentro da empresa
Gosta de resolver as coisas de forma prática
Quer ter uma boa relação com todos no trabalho

Desafios

Não gostaria de sofrer nenhum tipo de preconceito
Tem medo de não receber o serviço contratado

Valores Percebidos pela Persona

Valor	Formas entrega
Economia de tempo	Atendimento centralizado em um gestor, Prestação de alta gama de serviços

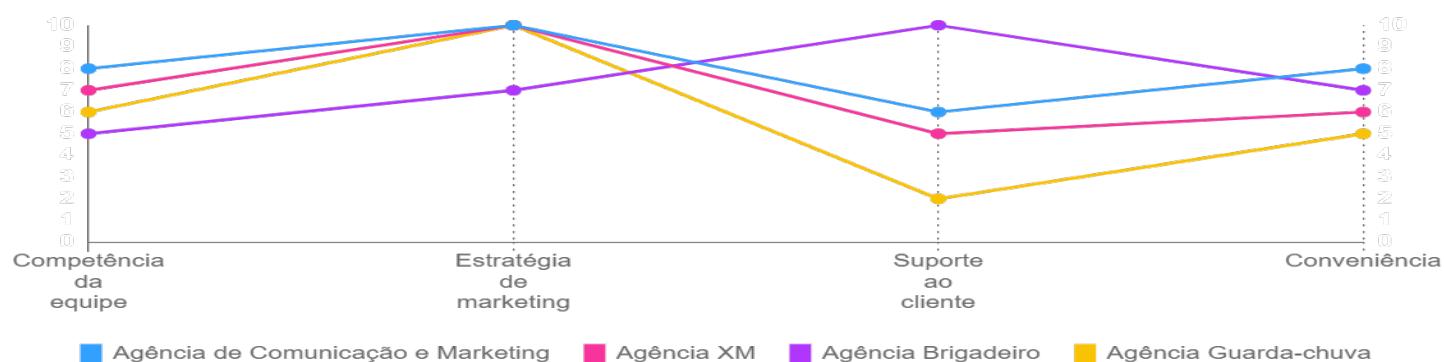
Valor	Formas entrega
Redução de custos	Preço com redução de taxas para contratos de alto volume
Redução da ansiedade	Serviço com manutenção constante da qualidade, Diálogo mensal com os clientes para alinhar expectativas

Entregas Essenciais
Serviço com manutenção constante da qualidade e Diálogo mensal com os clientes para alinhar expectativas.

Análise de Concorrência

Atributos Avaliados	Agência de Comunicação e Marketing	Agência XM	Agência Brigadeiro	Agência Guarda-chuva
Competência da equipe	8	7	5	6
Conveniência	8	6	7	5
Estratégia de marketing	10	10	7	10
Suporte ao cliente	6	5	10	2
Média Geral	8	7	7	6

Avaliação das Pontuações



Altos e Baixos

Forças do negócio frente à concorrência

Competência da equipe, Conveniência, Estratégia de marketing e Suporte ao cliente

Fraquezas do negócio frente à concorrência

Destaque do Negócio

Atributo em que seu negócio mais se destaca

Estratégia de marketing

Quadro de Experimentação



Se começarmos a vender o serviço de ilustração e edição de vídeo com funcionários próprios ao invés de terceirizados aumentaremos o faturamento sem perder a qualidade

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Validado	Muito Alto	Alto	Custos

Experimento

Como testar?

Contratar 2 estagiários (ilustrador e editor de vídeo) para realizar as demandas atuais dos contratos vigentes na agência. Entregar as demandas para os clientes e avaliar o retorno.

Com quem testar?



Amanda

Critérios de Validação

Avaliação de pelo menos 8/10 da qualidade do serviço de todos os clientes do grupo controle.

Aprendizado

Os clientes ficaram satisfeitos com as entregas, com percepção de continuidade da qualidade dos serviços já prestados. Avaliação geral foi de 9/10.

H2

Se forcarmos a captação de clientes somente para grandes empresas de um mesmo segmento, a médio prazo seremos considerados especialistas no mercado.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Não testada	Alto	Baixo	Proposta de valor

Canais de Aquisição

Avaliação de Canais

Canal de Aquisição	Atratividade	Alcance Esperado	Cliente	Relacionamento	Viabilidade	Média Geral
E-mail Marketing	9	5	6	10	10	8
SEM	10	8	6	1	9	7
SEO	10	8	7	3	9	7
Eventos	9	10	3	3	6	6
Publicidade Tradicional	9	5	5	3	9	6
Relações Públicas	8	6	4	3	6	5

Canais de Tração

E-mail Marketing, SEM, SEO

Experimentos

E-mail Marketing

Ticket Médio: R\$ 600,00

Custo de Aquisição de Cliente (CAC): R\$ 40,00

Como testar?

Separar base de dados de e-mail para a campanha. Criar texto de venda da campanha. Criar a arte do email. Ajustar a plataforma de disparo. Acompanhar os resultados da ação e fazer ajustes no processo.

Com quem testar?



Amanda

Período de teste

Início: 28/10/2021

Término: 11/11/2021

Investimento

R\$ 200,00

Clientes obtidos

5

Receita gerada

R\$ 3.000,00

Aprendizado

O acompanhamento dos resultados pode ser feito com uma recorrência maior do que executado no experimento.

SEM Ticket Médio: R\$ 533,33

Custo de Aquisição de Cliente (CAC): R\$ 83,33

Como testar?

Criar anúncios e chamadas para as ações. Definir parâmetros de configuração do anúncio. Acompanhar o andamento e o retorno.

Com quem testar?



Amanda

Período de teste

Início: 28/10/2021

Término: 11/11/2021

Investimento

R\$ 500,00

Clientes obtidos

6

Receita gerada

R\$ 3.200,00

SEO Ticket Médio: R\$ 750,00

Custo de Aquisição de Cliente (CAC): R\$ 100,00

Como testar?

Realizar pesquisa de palavras-chave. Definir lista de melhores opções e aplicá-las no site da agência.

Com quem testar?



Amanda

Período de teste

Início: 28/10/2021

Término: 11/11/2021

Investimento
R\$ 100,00

Clientes obtidos
1

Receita gerada
R\$ 750,00

Aprendizado

Foi difícil metrificar o retorno da ação. Pegando uma média de cliente, o aumento com as mudanças no mês não foram significativos.

Funil de Vendas

Topo do Funil

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
E-mail marketing de conscientização	500,00	600	200	2.50	0.33
Consolidado	500,00	600	200	2.50	0.33

Gatilhos de passagem

E-mail marketing de conscientização
1. Abrir o e-mail

Meio do Funil

Chegaram da etapa anterior: 200 pessoas

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
E-book - dicas de aumentar as vendas	600,00	200	120	5.00	0.60
Consolidado	600,00	200	120	5.00	0.60

Gatilhos de passagem

E-book - dicas de aumentar as vendas

1. Baixar e-book

Fundo do Funil

Chegaram da etapa anterior: 120 pessoas

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Campanha promoção serviços Black Friday	900,00	120	12	75.00	0.10
Consolidado	900,00	120	12	75.00	0.10

Gatilhos de passagem

Campanha promoção serviços Black Friday
1. Pagar pacote

Análise

Efetivaram/realizaram a compra:

12 pessoas

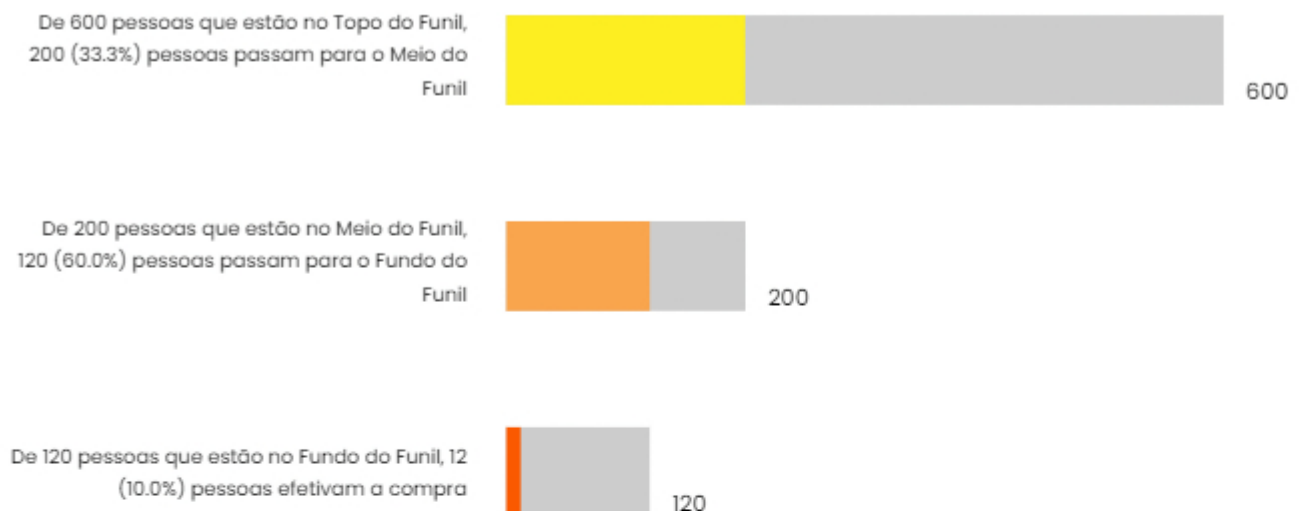
Custo Total de Aquisicao de Pessoas:

R\$ 166,67

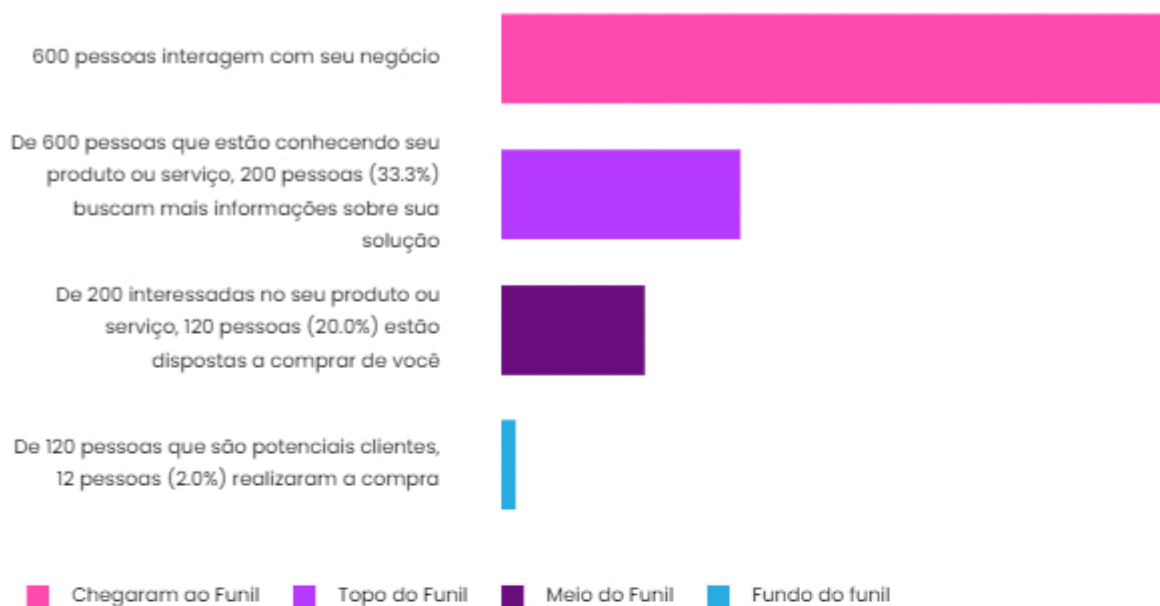
Taxa Total de Conversão:

0.10 %

Percentual de Pessoas que fizeram a Conversão



Percentual de Pessoas que passaram pelas Etapas do Funil



Investimento fixo

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Ar condicionado Split	2	1.349,00	2.698,00	4.61
Armário arquivos	2	422,00	844,00	1.44
Cadeiras	9	219,00	1.971,00	3.36
Cadeiras para a sala de reuniões	6	219,00	1.314,00	2.24
Computador 21,5"	2	9.679,00	19.358,00	33.04
Computador Completo	6	2.086,00	12.516,00	21.36
Estações de trabalho 4 lugares	2	1.090,00	2.180,00	3.72
Hd Externo 14Tb	1	4.704,00	4.704,00	8.03
Impressora a laser	1	2.527,00	2.527,00	4.31
Kit PABX	1	2.538,00	2.538,00	4.33
Mesa para escritório 2 portas 3 gavetas	1	361,00	361,00	0.62
Mesa para sala de reuniões 6 lugares	1	385,00	385,00	0.66
Smart TV LED 32"	1	1.424,00	1.424,00	2.43
Smartphones	9	598,00	5.382,00	9.19
Software de edição de imagem	1	389,00	389,00	0.66
Total			58.591,00	100.00

Investimento pré-operacional

Descrição	Valor total (R\$)	%
Criação e registro da marca	355,00	1.37
Gastos de legalização	3.500,00	13.54
Marketing para inauguração	2.000,00	7.74
Reformas e obras	20.000,00	77.35
Total	25.855,00	100.00

Estoque Inicial

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Total				0.00

Capital de Giro

Prazos Médios de Recebimento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
30 dias	24	80.00
45 dias	9	20.00
Total	33	100.00

Prazos Médios de Pagamento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
30 dias	18	60.00
45 dias	9	20.00
60 dias	12	20.00
Total	39	100.00

Resultados

Ciclo Financeiro	-5 dia
Prazo Médio de Estoque	1 dia
Prazo Médio de Recebimento	33 dias
Prazo Médio de Pagamento	39 dias

Giro de Caixa Anual	-72.00 dia
----------------------------	-------------------

Necessidade de Capital de Giro	R\$ 4.281,85
Desembolso Anual	R\$ 771.706,92
Reserva Financeira	R\$ 15.000,00

Investimento Total

Aplicação de Recursos

Fontes de Recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Carlos Soares	50.000,00	71.43 %
Joaquim Borges	20.000,00	28.57 %
Total	70.000,00	100.00

Total dos investimentos

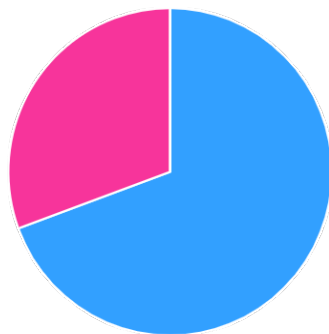
Descrição	Valor (R\$)	%
Investimentos fixos	58.591,00	66.03
Investimentos pré-operacionais	25.855,00	29.14
Estoque inicial	0,00	0.00
Capital de giro	4.281,848	4.83
Total	88.727,848	100.00

Total das fontes de recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Fontes de recurso próprio	70.000,00	78.89
Fontes de recurso de terceiros	18.727,848	21.11
Total	88.727,848	100.00

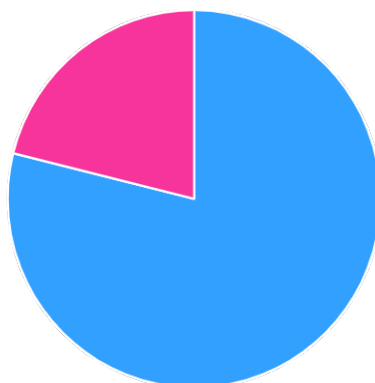
Gráficos

Aplicação de Recursos



■ Investimentos Fixos: R\$ 58.591,00 ■ Investimentos Pré-operacionais: R\$ 25.855,00
■ Estoque Inicial: R\$ 0,00 ■ Capital de Giro:—

Fontes de Recursos



■ Fontes de recurso próprio: R\$ 70.000,00 ■ Fontes de recurso de terceiros: R\$ 18.727,85

Produtos e Serviços

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
Assessoria de imprensa	Serviço	4.000,00
Comunicação Digital	Serviço	4.000,00
Design	Serviço	2.450,00
Planejamento e Inteligência	Serviço	5.250,00
Produção editorial	Serviço	2.800,00

Receita

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Assessoria de imprensa	Serviço	4	4.000,00	16.000,00	22.01
Comunicação Digital	Serviço	7	4.000,00	28.000,00	38.51
Design	Serviço	3	2.450,00	7.350,00	10.11
Planejamento e Inteligência	Serviço	3	5.250,00	15.750,00	21.66
Produção editorial	Serviço	2	2.800,00	5.600,00	7.70
Total			-	72.700,00	100.00

Projeção da Receita

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

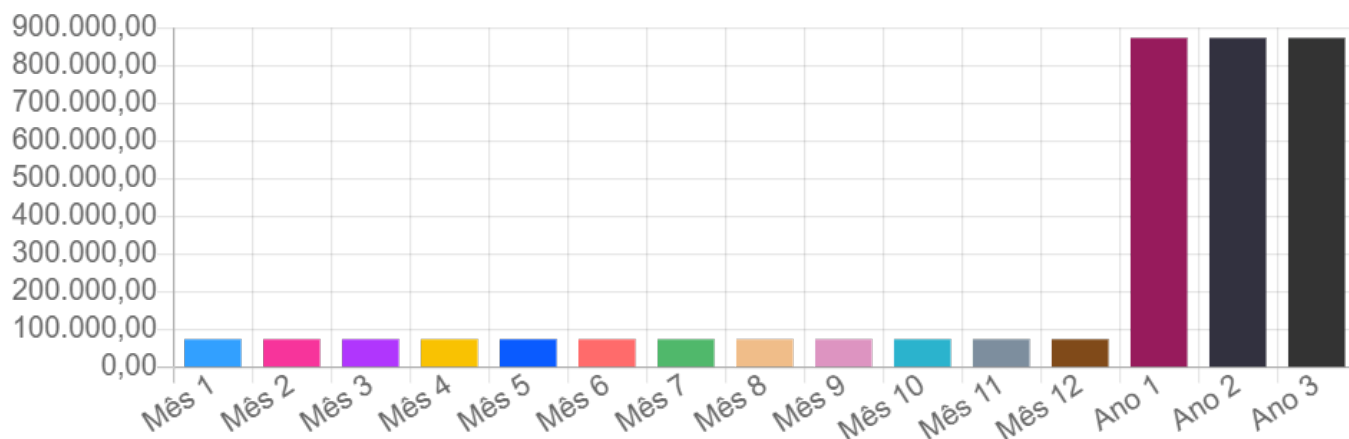
Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	72.700,00
Mês 2	72.700,00
Mês 3	72.700,00
Mês 4	72.700,00
Mês 5	72.700,00
Mês 6	72.700,00
Mês 7	72.700,00
Mês 8	72.700,00
Mês 9	72.700,00
Mês 10	72.700,00
Mês 11	72.700,00
Mês 12	72.700,00

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	872.400,00
Segundo Ano	872.400,00
Terceiro Ano	872.400,00

Gráficos

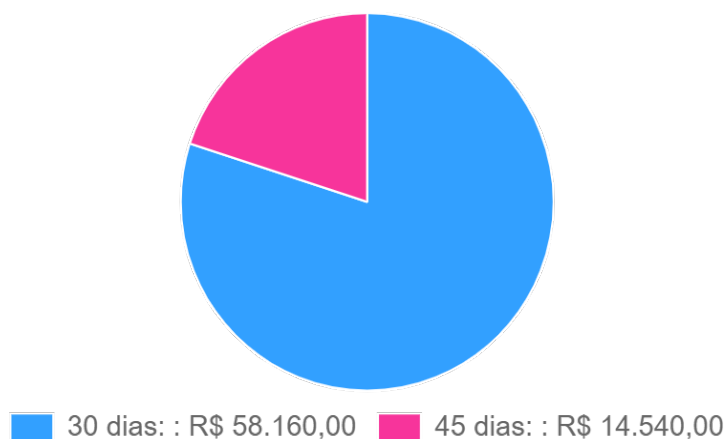
Evolução da receita



Top 5 Geração de receita: Produtos e Serviços



Receita de acordo com parcelamento



Serviços

Custos dos Produtos e Serviços

Assessoria de imprensa					Preço de venda: R\$ 4.000,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Print	1	job	200,00	100.00	R\$200.00	
Total				100	200,00	

Comunicação Digital					Preço de venda: R\$ 4.000,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Print	1	job	90,00	100.00	R\$90.00	
Total				100	90,00	

Design					Preço de venda: R\$ 2.450,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Print	1	job	350,00	100.00	R\$350.00	
Total				100	350,00	

Planejamento e Inteligência					Preço de venda: R\$ 5.250,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Print	1	job	500,00	100.00	R\$500.00	
Total				100	500,00	

Produção editorial					Preço de venda: R\$ 2.800,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Print	1	job	350,00	100.00	R\$350.00	
Total				100	350,00	

Custo dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos

Descrição	Custo un. (R\$)	Quant.	Custo total (R\$)	%
Assessoria de imprensa	200,00	4	800,00	17.09
Comunicação Digital	90,00	7	630,00	13.46
Design	350,00	3	1.050,00	22.44
Planejamento e Inteligência	500,00	3	1.500,00	32.05
Produção editorial	350,00	2	700,00	14.96
Total			4.680,00	100.00

Projeção do Custo de Mercadoria Vendida

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

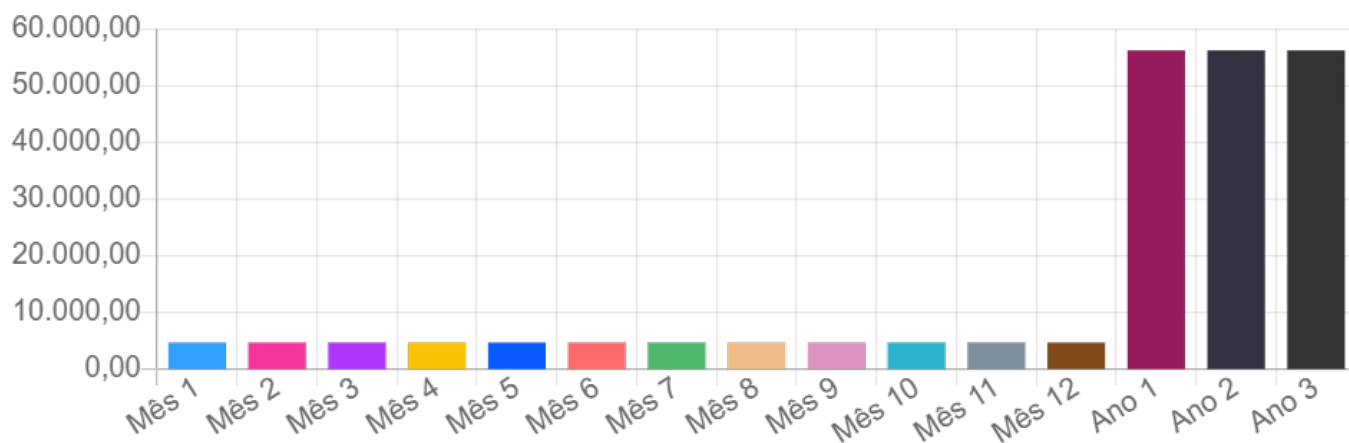
Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	4.680,00
Mês 2	4.680,00
Mês 3	4.680,00
Mês 4	4.680,00
Mês 5	4.680,00
Mês 6	4.680,00
Mês 7	4.680,00
Mês 8	4.680,00
Mês 9	4.680,00
Mês 10	4.680,00
Mês 11	4.680,00
Mês 12	4.680,00

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	56.160,00
Segundo Ano	56.160,00
Terceiro Ano	56.160,00

Gráfico

Evolução do Resultado Operacional



Custos Variáveis

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Previsão de inadimplência	72.700,00	1.00	727,00
Propaganda	72.700,00	1.00	727,00
Total			1.454,00

Impostos

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Simplex	72.700,00	15.50	11.268,50
Total			11.268,50

Projeção dos Custos Variáveis

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	12.722,50
Mês 2	12.722,50
Mês 3	12.722,50
Mês 4	12.722,50
Mês 5	12.722,50
Mês 6	12.722,50
Mês 7	12.722,50
Mês 8	12.722,50
Mês 9	12.722,50
Mês 10	12.722,50
Mês 11	12.722,50
Mês 12	12.722,50

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	152.670,00
Segundo Ano	152.670,00

Descrição	Valor (R\$)
Terceiro Ano	152.670,00

Depreciação

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Ar condicionado Split	10 anos	2.400,00	2.698,00	29,80	2,483
Armário arquivos	10 anos	600,00	844,00	24,40	2,033
Cadeiras	10 anos	1.200,00	1.971,00	77,10	6,425
Cadeiras para a sala de reuniões	10 anos	900,00	1.314,00	41,40	3,45
Computador 21,5"	5 anos	15.500,00	19.358,00	771,60	64,30
Computador Completo	5 anos	9.000,00	12.516,00	703,20	58,60
Estações de trabalho 4 lugares	10 anos	1.300,00	2.180,00	88,00	7,333
Hd Externo 14Tb	5 anos	4.000,00	4.704,00	140,80	11,733
Impressora a laser	5 anos	2.000,00	2.527,00	105,40	8,783
Kit PABX	5 anos	2.000,00	2.538,00	107,60	8,967
Mesa para escritório 2 portas 3 gavetas	10 anos	150,00	361,00	21,10	1,758
Mesa para sala de reuniões 6 lugares	10 anos	200,00	385,00	18,50	1,542
Smart TV LED 32"	5 anos	1.200,00	1.424,00	44,80	3,733
Smartphones	5 anos	4.200,00	5.382,00	236,40	19,70
Software de edição de imagem	5 anos		389,00	77,80	6,483
Total				2.487,90	207,325

Custos com Pessoal

Cargo	Nº Emprega-dos	Salário Mensal (R\$)	Custo com Salários (R\$)	Encargo Social (%)	Custo com Encargos (R\$)	Benefícios (R\$)	Custo Total (R\$)
Assessor imprensa	1	4.744,45	4.744,45	30.00	1.423,335	300,00	6.467,785
Design	1	3.324,71	3.324,71	30.00	997,413	300,00	4.622,123
Gestor de contas	1	7.865,00	7.865,00	30.00	2.359,50	400,00	10.624,50
Planejamento e Mídia	1	5.724,28	5.724,28	30.00	1.717,284	300,00	7.741,564
Produtor gráfico	1	2.883,00	2.883,00	30.00	864,90	300,00	4.047,90
Redator e arte	1	4.344,78	4.344,78	30.00	1.303,434	300,00	5.948,214
Total							39.452,09

Custos Fixos

Descrição	Valor total	Porcentagem
Água	57,00	0.12
Aluguéis, condomínio e IPTU	2.325,00	4.96
Depreciação	207,32	0.44
Encargos sociais sobre pró-labore	334,00	0.71
Encargos sociais sobre salários	8.665,87	18.48
Honorários contábeis	600,00	1.28
Luz	154,00	0.33
Manutenção	80,00	0.17
Materiais de limpeza	80,00	0.17
Material de escritório	120,00	0.26
Pró-labore	3.000,00	6.40
Salários e Benefícios	30.786,22	65.63
Tarifas bancárias	37,00	0.08
Telefone e internet	460,00	0.98
Total	46.906,41	100.00

Projeção dos Custos Fixos

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	46.906,41
Mês 2	46.906,41
Mês 3	46.906,41
Mês 4	46.906,41
Mês 5	46.906,41
Mês 6	46.906,41
Mês 7	46.906,41
Mês 8	46.906,41
Mês 9	46.906,41

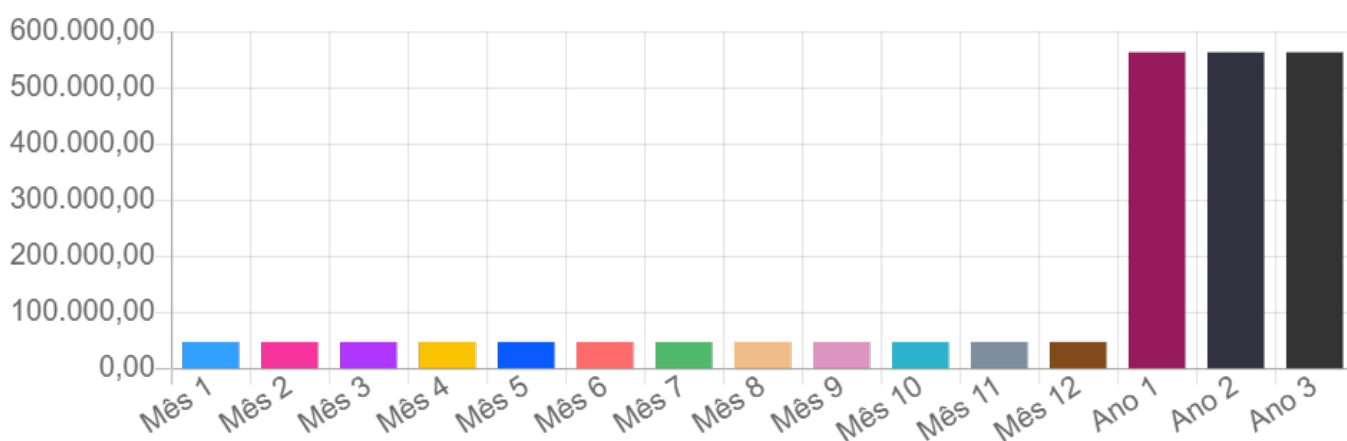
Descrição	Valor (R\$)
Mês 10	46.906,41
Mês 11	46.906,41
Mês 12	46.906,41

Totais anuais

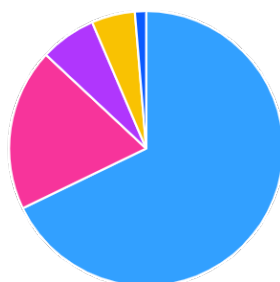
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	562.876,92
Segundo Ano	562.876,92
Terceiro Ano	562.876,92

Gráficos

Evolução dos Custos Fixos



Top 5 Custos Fixos



- Salários e Benefícios: R\$ 30.786,22
- Encargos sociais sobre salários: R\$ 8.665,87
- Pró-labore: R\$ 3.000,00
- Aluguéis, condomínio e IPTU: R\$ 2.325,00
- Honorários contábeis: R\$ 600,00

DRE

1. Receita Total

Descrição	Valor (R\$)	%
Vendas à Vista	0,00	0.00
Vendas à Prazo	72.700,00	100.00
Total	72.700,00	100.00

2. Custos Variáveis Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
CPV - Custos dos Produtos de Vendidos	0,00	0.00
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	0,00	0.00
CSV - Custos dos Serviços Vendidos	4.680,00	6.44
Impostos Federais	11.268,50	15.50
Propaganda	727,00	1.00
Previsão de inadimplência	727,00	1.00
Total	17.402,50	23.94

3. Margem de Contribuição

	Valor (R\$)	%
Total	55.297,50	76.06

4. Custos Fixos Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
Pró-labore	3.000,00	4.13
Encargos sociais sobre pró-labore	334,00	0.46
Salários e Benefícios	30.786,22	42.35
Encargos sociais sobre salários	8.665,87	11.92
Aluguéis, condomínio e IPTU	2.325,00	3.20
Água	57,00	0.08
Luz	154,00	0.21

Descrição	Valor (R\$)	%
Telefone e internet	460,00	0.63
Manutenção	80,00	0.11
Depreciação	207,32	0.28
Honorários contábeis	600,00	0.82
Tarifas bancárias	37,00	0.05
Material de escritório	120,00	0.17
Materiais de limpeza	80,00	0.11
Total	46.906,41	64.52

5. Resultado Operacional

	Valor (R\$)	%
Total	8.391,09	11.54

Projeção da DRE

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	8.391,09
Mês 2	8.391,09
Mês 3	8.391,09
Mês 4	8.391,09
Mês 5	8.391,09
Mês 6	8.391,09
Mês 7	8.391,09
Mês 8	8.391,09
Mês 9	8.391,09
Mês 10	8.391,09
Mês 11	8.391,09
Mês 12	8.391,09

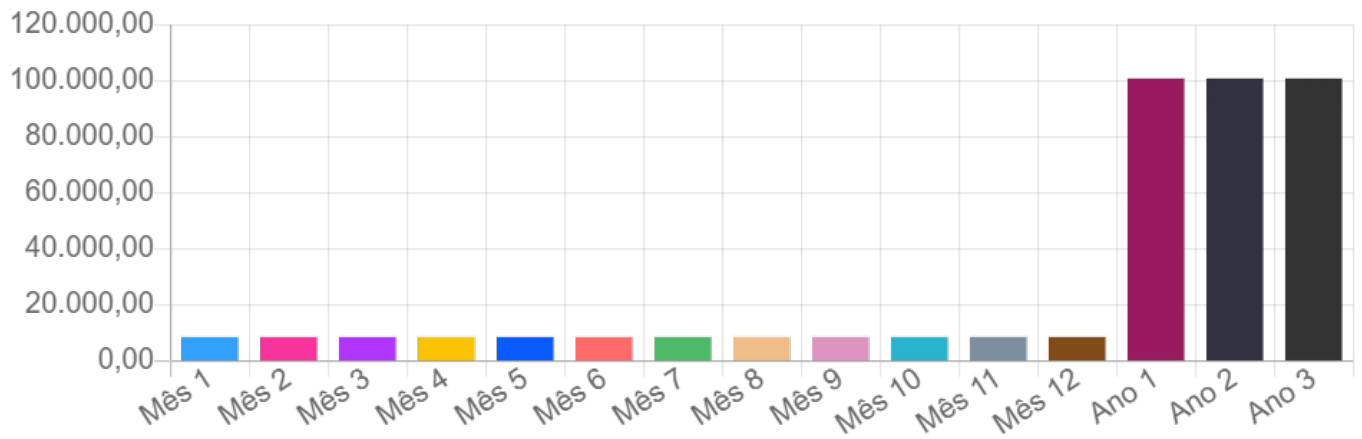
Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	100.693,08

Descrição	Valor (R\$)
Segundo Ano	100.693,08
Terceiro Ano	100.693,08

Gráficos

Evolução do Resultado Operacional



Indicadores Financeiros

Resumo Financeiro

Descrição	
Receita Anual	R\$ 872.400,00
Custos Variáveis	-R\$ 208.830,00
Margem de Contribuição	R\$ 663.570,00
Custos Fixos	-R\$ 562.876,92
Resultado	R\$ 100.693,00
Lucratividade Anual	11.54 %

Outros Indicadores

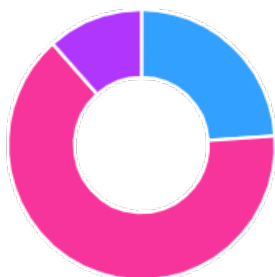
Descrição	
Payback Simples	11 meses
Rentabilidade Anual	113.48 %

Pontos de Equilíbrio

Lucro Desejado: R\$ 60.000,00

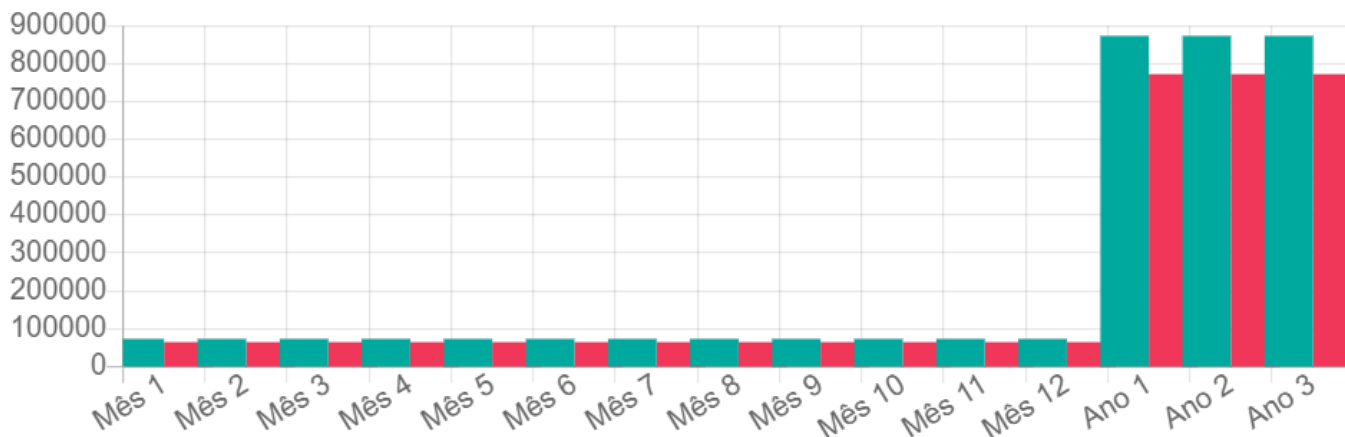
Descrição	
PE Contabil	R\$ 740.043,28
PE Financeiro	R\$ 736.772,31
PE Econômico	R\$ 818.928,37

Indicador de Lucratividade

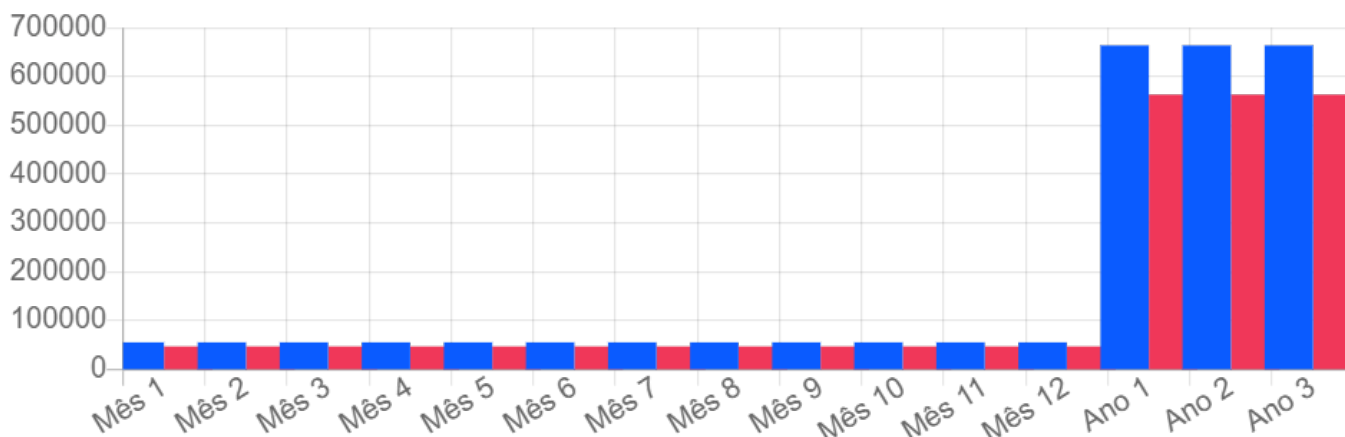


Custos Variáveis: 23.937% **Custos Fixos: 64.521%**
Resultado: 11.542%

Receitas x Custos



Margem de Contribuição x Custos Fixos



Simulador de Resultados

Percentuais Aplicados

Cenário Otimista

Receita maior em: 9%

Custo menor em: 2%

Investimento menor em: Não informado

Cenário Pessimista

Receita menor em: 10%

Custo maior em: 5%

Investimento maior em: Não informado

Resumo

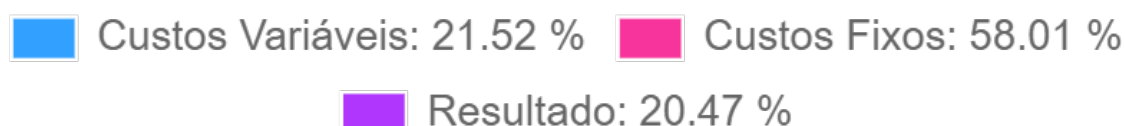
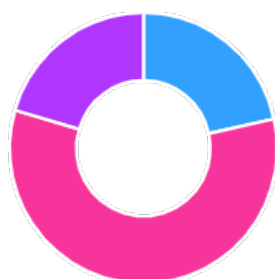
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Receita Anual	R\$ 872.400,00	R\$ 950.916,00	R\$ 785.160,00
Custos Variáveis	-R\$ 208.830,00	-R\$ 204.653,40	-R\$ 219.271,50
Margem de Contribuição	R\$ 663.570,00	R\$ 746.262,60	R\$ 565.888,50
Custos Fixos	-R\$ 562.876,92	-R\$ 551.619,38	-R\$ 591.020,77
Resultado	R\$ 100.693,00	R\$ 194.643,22	-R\$ 25.132,27

Indicadores Financeiros

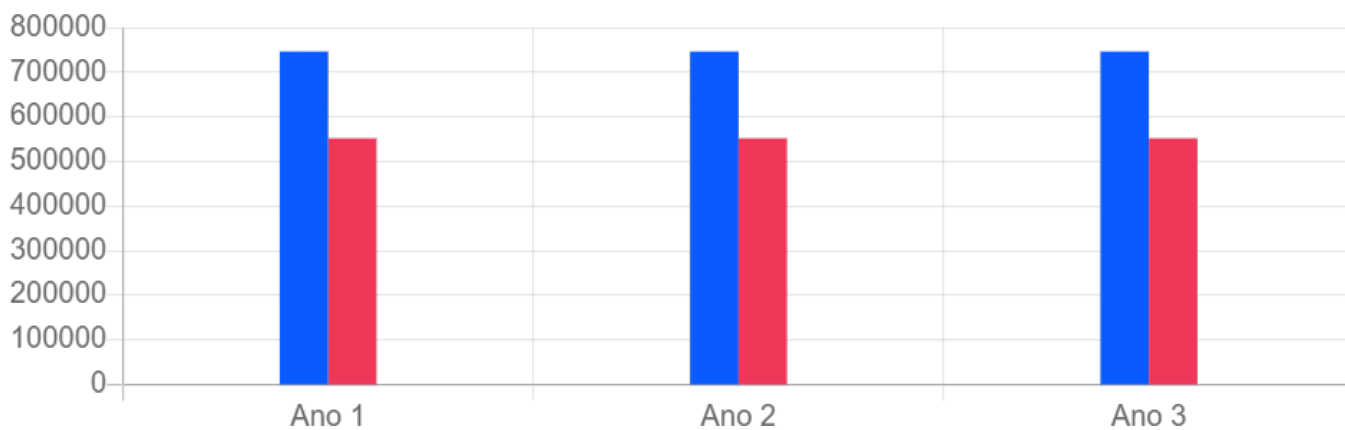
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Lucratividade Anual	11.54 %	20.47 %	Não se aplica
Payback Simples	11 meses	6 meses	Não se aplica
Rentabilidade Anual	113.49 %	219.37 %	-28.33 %
PE Contábil	R\$ 740.043,28	R\$ 702.896,84	R\$ 820.030,75
PE Financeiro	R\$ 736.772,31	R\$ 699.726,65	R\$ 816.578,84
PE Econômico	R\$ 818.928,37	R\$ 779.351,39	R\$ 903.279,68

Gráficos Cenário Otimista

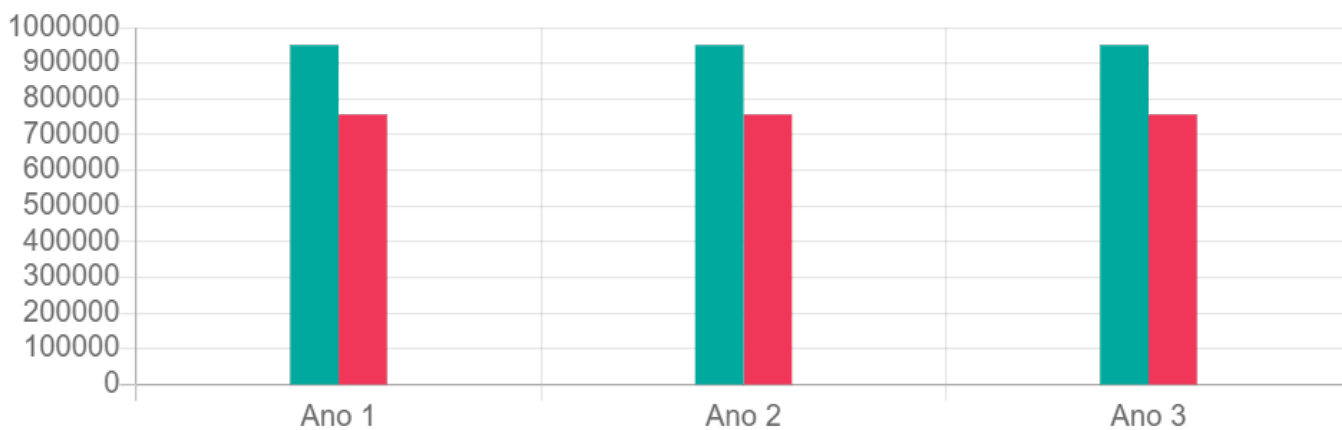
Avaliação das Pontuações



Margem de Contribuição x Custos Fixos

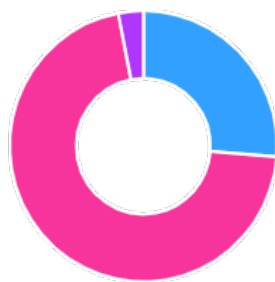


Receitas x Custos



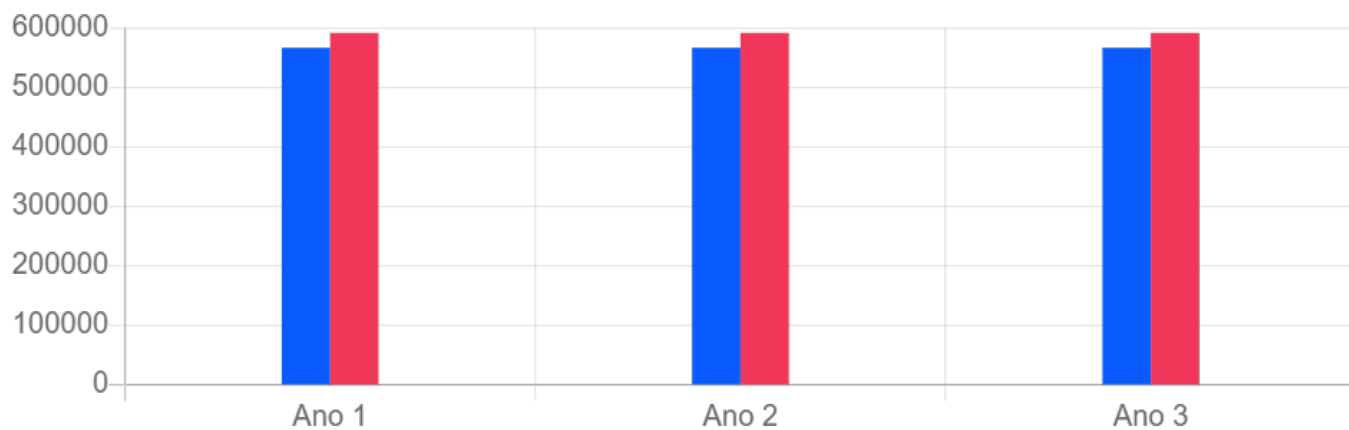
Gráficos Cenário Pessimista

Avaliação das Pontuações



Custos Variáveis: 27.93 % **Custos Fixos: 75.27 %**
Resultado: -3.20 %

Margem de Contribuição x Custos Fixos



Receitas x Custos

