



**SILVIA HIRATA LOPES**

**PLANO DE NEGÓCIO: EMPRESA DE COMÉRCIO DE  
HORTAS DE ERVAS PARA TEMPERO - VIVA VERDE**

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getulio Vargas, como pré-requisito para a obtenção do Título de Especialista.

**Jose Carlos Franco de Abreu Filho**

**Coordenador Acadêmico Executivo**

**Gianfranco Muncinelli**

**Orientador**

**Curitiba – PR**

**2016**



FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO FINANCEIRA, CONTROLADORIA E AUDITORIA

O Trabalho de Conclusão de Curso, **Título do TCC**, elaborado por Silvia Hirata Lopes e aprovado pela Coordenação Acadêmica, foi aceito como pré-requisito para a obtenção do certificado do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* MBA em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

**Data da Aprovação: Local, Data**

---

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

---

Gianfranco Muncinelli

Orientador

## **TERMO DE COMPROMISSO**

A aluna Silvia Hirata Lopes, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria, Turma GFCA 3/13 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada ISAE/FGV, no período de 11/2015 a 02/2016, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado PLANO DE NEGÓCIO: EMPRESA DE COMÉRCIO DE HORTAS DE ERVAS PARA TEMPERO - VIVA VERDE, é autêntico e original.

Curitiba, 06/02/2016

---

Silvia Hirata Lopes

Ao meu marido que sempre esteve ao meu lado em todos os desafios.

## Agradecimentos

Agradeço primeiramente ao meu marido que foi fundamental para que realizasse este projeto, ao meu filho, que embora tão pequeno, foi paciente pelos finais semana sem sua mãe, aos professores que compartilharam seus conhecimentos e experiências para minha evolução profissional e pessoal, e aos colegas de classe, pela amizade.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – MATRIZ PFOA DA EMPRESA VIVA VERDE.....	18
FIGURA 2 - MATÉRIA-PRIMA PARA CONFECÇÃO DA HORTA.....	19
FIGURA 3 - IMAGENS DE ERVAS PARA TEMPEROS .....	20
FIGURA 4 - RELAÇÃO PAÍSES BONDS .....	34
FIGURA 5 - GRÁFICO API BRASIL.....	34

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – CARACTERÍSTICAS DOS DOMICÍLIOS DE CURITIBA - 2010 .....	16
TABELA 2 - RENDIMENTO POR DOMICÍLIOS PARTICULARES PERMANENTES...	16
TABELA 3 - FORNECEDORES DA EMPRESA VIVA VERDE .....	22
TABELA 4 - QUADRO DE ATIVIDADES DA EMPRESA VIVA VERDE .....	22
TABELA 5 - PROJEÇÃO DE SALÁRIOS E ENCARGOS TRABALHISTAS PARA O CARGO DE FLORISTA DURANTE O PERÍODO DE 5 ANOS .....	23
TABELA 6 - PROJEÇÃO DE BENEFÍCIOS PARA O CARGO DE FLORISTA DURANTE O PERÍODO DE 5 ANOS .....	23
TABELA 7 - PROJEÇÕES MACRO DO BANCO ITAÚ PARA LONGO PRAZO .....	25
TABELA 8 - DESCRITIVO DE CUSTOS .....	26
TABELA 9 - CUSTO UNITÁRIO DA FLOREIRA DECORATIVA .....	26
TABELA 10 - CUSTO MÉDIO COM PROJEÇÃO DE 5 ANOS .....	26
TABELA 11 - PREÇO DE VENDA DOS PRODUTOS .....	27
TABELA 12 – ESTIMATIVA DE INFLAÇÃO BRASILEIRA PARA OS PRÓXIMOS 5 ANOS .....	28
TABELA 13 - PROJEÇÃO DE DESPESAS FIXAS PARA O PERÍODO 5 ANOS .....	28
TABELA 14 - DESPESAS VARIÁVEIS DE VENDA ESTIMADAS PARA O PERÍODO DE 5 ANOS .....	28
TABELA 15 - ESTIMATIVA DE DEPRECIÇÃO PARA O PERÍODO DE 5 ANOS ....	29
TABELA 16 - SISTEMA DE TRIBUTAÇÃO - SIMPLES NACIONAL .....	29
TABELA 17 - PROJEÇÃO DE RECOLHIMENTO DE IMPOSTOS PARA PERÍODO DE 5 ANOS .....	30
TABELA 18 - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS P/ O PERÍODO DE 5 ANOS .....	31



TABELA 19 - DEMONSTRATIVO DE FLUXO DE CAIXA PARA O PERÍODO DE 5 ANOS .....	31
TABELA 20 - DEMONSTRATIVO DO BALANÇO PATRIMONIAL PARA O PERÍODO DE 5 ANOS .....	32
TABELA 21 - ÍNDICES DE LIQUIDEZ E RENTABILIDADE .....	32
TABELA 22 - PONTO DE EQUILÍBRIO .....	33
TABELA 23 – WACC .....	35
TABELA 24 - CÁLCULO DE VIABILIDADE - VPL .....	35
TABELA 25 - TIR .....	36
TABELA 26 - SALDO DO PAYBACK .....	36
TABELA 27 – ÍNDICE DE LUCRATIVIDADE .....	37
TABELA 28 – ANÁLISE DE SENSIBILIDADE – CENÁRIO 1.....	38
TABELA 29 – ANÁLISE DE SENSIBILIDADE – CENÁRIO 2.....	38

## SUMÁRIO

<b>1 - SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>12</b>
<b>2 - A EMPRESA - DESCRIÇÃO GERAL.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 - MISSÃO, VISÃO, OBJETIVOS E VALORES .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 - LOCALIZAÇÃO.....</b>	<b>14</b>
<b>3 - ANÁLISE DE MERCADO .....</b>	<b>15</b>
<b>3.1 - ANÁLISE SETORIAL .....</b>	<b>15</b>
<b>3.2 - ANÁLISE DE DEMANDA.....</b>	<b>16</b>
<b>3.3 - ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA.....</b>	<b>17</b>
<b>3.4 - MATRIZ PFOA .....</b>	<b>18</b>
<b>4 - DESCRIÇÃO DOS BENS E SERVIÇOS A SEREM OFERTADOS .....</b>	<b>19</b>
<b>5 - PLANO OPERACIONAL.....</b>	<b>21</b>
<b>5.1 - INFRAESTRUTURA.....</b>	<b>21</b>
<b>5.2 - SISTEMA OPERACIONAL.....</b>	<b>21</b>
<b>5.3 - LOGÍSTICA EXTERNA.....</b>	<b>21</b>
<b>5.4 - FORNECEDORES .....</b>	<b>21</b>
<b>5.5 - ORGANIZAÇÃO E RECURSOS HUMANOS.....</b>	<b>22</b>
<b>5.6 - ORGANOGRAMA .....</b>	<b>22</b>
<b>5.7 - SALÁRIOS E BENEFÍCIOS .....</b>	<b>23</b>
<b>5.8 - ESTRATÉGIA DE VENDA.....</b>	<b>24</b>
<b>6 - ANÁLISE DE VIABILIDADE FINANCEIRA.....</b>	<b>25</b>
<b>6.1 - INVESTIMENTO .....</b>	<b>25</b>
<b>6.2 - ESTIMATIVAS.....</b>	<b>25</b>
<b>6.2.1 - FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA .....</b>	<b>25</b>
<b>6.2.2 - ESTIMATIVA DE FATURAMENTO.....</b>	<b>27</b>
<b>6.2.3 - ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS .....</b>	<b>27</b>
<b>6.2.4 - DESPESAS VARIÁVEIS DE VENDA .....</b>	<b>28</b>
<b>6.2.5 - ESTIMATIVA DE DEPRECIÇÃO.....</b>	<b>29</b>
<b>6.2.6 - SISTEMA DE TRIBUTAÇÃO .....</b>	<b>29</b>
<b>6.3 - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS .....</b>	<b>30</b>

<b>6.4 - FLUXO DE CAIXA .....</b>	<b>31</b>
<b>6.5 - BALANÇO PATRIMONIAL .....</b>	<b>32</b>
<b>6.6 - PONTO DE EQUILÍBRIO .....</b>	<b>33</b>
<b>6.7 - WACC .....</b>	<b>33</b>
<b>6.8 - VPL .....</b>	<b>35</b>
<b>6.9 - TIR.....</b>	<b>35</b>
<b>6.10 - PAYBACK .....</b>	<b>36</b>
<b>6.11 - ILL.....</b>	<b>36</b>
<b>6.12 - ANÁLISE DE SENSIBILIDADE .....</b>	<b>37</b>
<b>7 - CONCLUSÃO .....</b>	<b>39</b>
<b>8 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>40</b>
<b>9 - ANEXOS .....</b>	<b>42</b>

# 1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Nos tempos atuais, há uma preocupação crescente com a adoção de hábitos saudáveis, desde a prática de exercícios até a alimentação. Houve também um aumento do cuidado com o futuro de nosso planeta, fazendo que tanto empresas quanto pessoas comuns passassem a buscar produtos e serviços que gerem um menor impacto ao meio ambiente, ou seja, sejam sustentáveis.

Assim a Viva Verde, uma empresa fictícia no ramo de hortas naturais, visa aproveitar dessa nova tendência no mercado, tendo como objeto da empresa a venda de hortas prontas de ervas para tempero de uso doméstico e atendendo um público alvo constituído de famílias que tem o hábito de cozinhar em casa, embora não diariamente, e que buscam um produto fresco, de qualidade, sem uso de agrotóxicos e com comodidade.

A ideia da Viva Verde nasceu quando a mentora deste projeto estava no período gestacional e por orientação médica foi solicitada a substituição do sal (sódio), para dar gosto nos alimentos, por ervas frescas. Contudo havia uma grande dificuldade em encontrar outros temperos, com exceção da cebolinha e salsa, nos supermercados. Além da dificuldade de localização das ervas, elas são muito perecíveis, sendo difícil sua estocagem para mantê-las frescas.

De acordo com as análises de viabilidade financeira realizadas, verifica-se a viabilidade do projeto. A DRE indica a margem dos Produtos da Viva Verde em 50%, e ainda, já a análise de balanço traz liquidez e rentabilidade do investimento, com *payback* descontado em 2 anos e 4 meses, TIR de 61,1%, contrapondo com o WACC de 23,28%, VPL de R\$101.064.00 e Índice de Lucratividade de 3,1, apontando para um cenário favorável para abertura da Viva Verde.

## **2. A EMPRESA – DESCRIÇÃO GERAL**

A empresa Viva Verde é uma empresa fictícia que atua no ramo de montagem e venda de hortas naturais, com a comercialização de hortas prontas de ervas para temperos. O público alvo da empresa serão as famílias que dispõem de espaço reduzido (apartamentos e sobrados) e que tem o hábito de cozinhar aos finais de semanas, e que, por essa razão, não tem o costume de realizar a compra de ervas e temperos frequentemente, além de que buscarem por um produto de maior qualidade, sem agrotóxicos, fresco, e para uso imediato. Além disso, a própria horta pode desempenhar o papel de paisagismo, decorando pequenos ambientes.

### **2.1. Missão, Visão, Valores e Objetivos**

Missão organizacional é a proposta para a qual, ou a razão pela qual, uma organização é criada. A missão organizacional de uma empresa contém informações tais como: tipos de produtos ou serviços que a organização produz e seus clientes (CERTO, 1993).

A Missão da empresa Viva Verde é *utilizar de forma harmoniosa, estética e prática o cultivo de ervas para tempero, fornecendo um produto de qualidade, saudável e sustentável por um preço justo para famílias de Curitiba.*

Já a visão organizacional (visão do negócio) é o sonho que a organização carrega, o que a organização deseja ser no futuro, ou, e, resumo, a explicação de porquê diariamente todos se levantam e dedicam a maior parte de seus dias para o sucesso da organização onde trabalham, (CHIAVENATO e SAPIRO, 2004).

A Visão da empresa Viva Verde é *alcançar uma clientela fiel e satisfeita, visando uma consolidação nesse mercado e expansão para novas em até 5 anos.*

Os Valores representam o conjunto de princípios e normas que servem de parâmetros para a condução da empresa ao cumprimento de sua missão. Segundo TAVARES (2000), os Valores servem como instrumento para avaliar e dar significado à direção buscada pelos participantes da organização, servindo como padrão para avaliar e julgar programas e orientar decisões.

Os Valores da empresa Viva Verde são *a qualidade do serviço, tratamento ético e respeitoso com seus colaboradores e a busca da satisfação de seus clientes como meta principal.*

Por fim, os objetivos de uma empresa representam uma abordagem quantitativa e objetiva das metas da empresa, como, por exemplo, faturamento esperado, participação no mercado, índice de lucratividade a ser atingido. Os objetivos referem-se aos alvos que deverão ser conquistados para transformar a visão em realidade e buscam especificar resultados em um horizonte de tempo pré-estipulado para seu cumprimento (TAVARES, 2000).

Os objetivos da empresa Viva Verde *são vender um produto de qualidade, garantindo aos clientes e fornecedores um atendimento baseado na cordialidade e respeito, buscando a sustentabilidade financeira do negócio, com uma margem de contribuição de 50%.*

## **2.2. Localização**

A empresa se situará, em Curitiba, no Bairro Pilarzinho, atendendo a clientela da Cidade de Curitiba e Região Metropolitana.

### **3. ANÁLISE DE MERCADO**

A análise do mercado envolve o estudo do ambiente em questão, as figuras que compõe o setor, ou seja, clientes e concorrentes, para que desta forma, a empresa tenha um embasamento para definir suas ações e manobras estratégicas.

#### **3.1. Análise Setorial**

Há uma tendência mundial crescente de adoção de hábitos alimentares saudáveis, com a busca por alimentos frescos, orgânicos, com menos sódio e cultivados sem uso, ou com um uso menor de agrotóxicos e outros compostos químicos.

Alimentos orgânicos são vistos como alimentos mais saudáveis e nutritivos, e tem despertado o interesse de uma clientela fiel, que está, inclusive, disposta a pagar por um preço maior, mas por um produto que representa melhor qualidade.

Segundo artigo publicado pela Folha de São Paulo (2015), o mercado de produtos naturais orgânicos está em expansão, tendo registrado um crescimento de 30% em 2014 e com a estimativa de faturamento em 2015 de 2,5 bilhões, 500 milhões a mais que no ano anterior.

Ainda segundo estudo divulgado na revista Exame (2015), o mercado brasileiro de produtos industrializados orgânicos cresce em média 25% ao ano desde 2009, se mantendo estável mesmo em momentos de crises econômicas

Há ainda uma tendência mundial quanto ao desenvolvimento da diversificação de produtos orgânicos ofertados, com crescimentos expressivos em países da América Latina (SEBRAE, 2010).

Assim, o setor ao qual a empresa Viva Verde pretende entrar é um mercado em expansivo crescimento, com diferentes oportunidades.

Além disso, outro setor ao qual o negócio da empresa está inserido é o de jardinagem, paisagismo e ornamentação, já que o produto oferecido, embora tenha como finalidade o consumo alimentar, também desempenha a função de decoração de ambientes.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Floriculturas – IBRAFLO (2015), o setor floriculturas e ornamentação tem apresentado, desde 2006, crescimento médio de 5% a 8% em volume, e de 4% a 7% em valor.

### 3.2. Análise de Demanda

O público alvo da empresa são famílias de classe média, que vivam em apartamentos ou pequenos sobrados, que tenham o hábito de cozinhar esporadicamente, mas que desejam ter ervas e especiarias frescas, para uso imediato.

Para definição da demanda, foi utilizado dados do Censo IBGE de 2010.

**Tabela 1. Características dos domicílios de Curitiba - 2010.** Fonte: IBGE - Censo 2010

Domicílios particulares permanentes	Quantidade
Casa	399.038
Casa de vila ou em condomínio	22.439
Apartamento	152.947
Habitação em casa de cômodos, cortiço ou cabeça de porco	1.475
Total	575.899

Segundo dados do IBGE, 30,4% dos domicílios de Curitiba são constituídos de casas de vila ou em condomínio ou apartamentos, totalizando 175.386 domicílios (Tabela 1). Moradores desses tipos de domicílios constituem o público alvo da empresa, o que não impede que as ações da empresa também atinjam os moradores das demais modalidades de domicílios.

**Tabela 2. Rendimento por domicílios particulares permanentes - Curitiba 2010.** Fonte: IBGE - Censo 2010

Rendimento nominal mensal domiciliar	Quantidade
Domicílios particulares permanentes com classes de rendimento nominal mensal domiciliar de até 1/2 salário mínimo	2.829
Domicílios particulares permanentes com classes de rendimento nominal mensal domiciliar de mais de 1/2 a 1 salário mínimo	19.093



Domicílios particulares permanentes com classes de rendimento nominal mensal domiciliar de mais de 1 a 2 salários mínimos	57.414
Domicílios particulares permanentes com classes de rendimento nominal mensal domiciliar de mais de 2 a 5 salários mínimos	186.532
Domicílios particulares permanentes com classes de rendimento nominal mensal domiciliar de mais de 5 a 10 salários mínimos	155.043
Domicílios particulares permanentes com classes de rendimento nominal mensal domiciliar de mais de 10 a 20 salários mínimos	86.394
Domicílios particulares permanentes com classes de rendimento nominal mensal domiciliar de mais de 20 salários mínimos	51.528
Domicílios particulares permanentes com classes de rendimento nominal mensal domiciliar sem rendimento	17.358
Domicílios particulares permanentes - Total	576.190

Já com relação a renda por domicílio, 292.965 domicílios possuem rendimento nominal mensal acima de 5 salários mínimos, representando 50,8% dos domicílios (Tabela 2).

Assim, estimando que 50% dos domicílios constituídos de casas de vila ou em condomínio ou apartamentos tenham uma renda acima de 5 salários mínimos (público alvo da empresa), temos um total de mais de 87.500 domicílios que estariam dentro do público alvo da empresa. A estimativa de venda é de que 7% dos domicílios acima citados adquiram o produto, sendo que a estimativa adotada de venda de floreiras decorativas é de 50% das hortas compradas.

### 3.3. Análise da Concorrência

Em consulta feita em sites de busca na internet, não foi localizado nenhum empreendimento nos mesmos moldes do apresentado no projeto da Viva Verde, ou seja, comercialização de mini hortas de ervas de tempero, já prontas e montadas em floreiros. Alguns estabelecimentos como floriculturas e lojas especializadas em ornamentos e paisagismo comercializam mudas de ervas comestíveis, mas não realizam o serviço de montagem das hortas sobre demanda e conforme interesse do cliente, cabendo a estes realizarem a aquisição dos vasos e ervas e a montagem das hortas. Assim, em uma análise inicial, não haveria nenhum concorrente direto para prestação dos serviços objeto da empresa Viva Verde.

### 3.4. Matriz PFOA

A Matriz PFOA é largamente utilizada em diagnósticos empresariais, e reúne os principais aspectos internos e externos ligados ao negócio sob análise.

Na sigla, PF se refere a fatores internos positivos e Fragilidades, fatores negativos. OA são os fatores externos à empresa, que podem significar boas perspectivas de crescimento e lucro: Oportunidades; ou que ponham a sua sobrevivência em risco: Ameaças.

Segue a Matriz PFOA da empresa Viva Verde (Figura 1) abaixo:

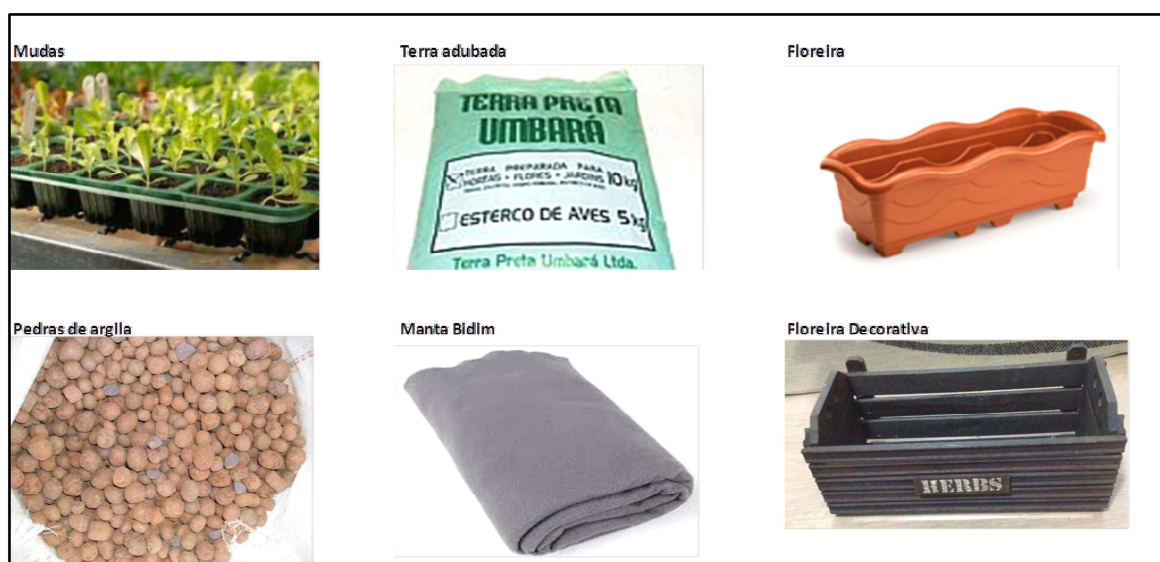
<b>AMBIENTE INTERNO</b>	<b>FORÇAS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Produto sem agrotóxicos</li> <li>*Fácil compra pela internet</li> <li>*Entrega a domicílio</li> <li>*Prestação de serviço para manutenção</li> <li>*Funcional e decorativo</li> <li>*Produto novo no mercado</li> <li>*Venda de produtos para manutenção</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Falta de experiência no negócio</li> <li>*Local apropriado para armazenamento das plantas</li> </ul>
<b>AMBIENTE EXTERNO</b>	*Preços praticados por produtos orgânicos muitas vezes contrabalaçam possíveis desvantagens na produtividade por unidade de área	
	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Necessidade de ervas frescas dos clientes</li> <li>*Gourmetização dos produtos</li> <li>*Aumento de hábitos saudáveis da sociedade, associados com o hábito de comer grande quantidade de sódio</li> <li>*Demanda nacional crescente por produtos orgânicos</li> <li>*Produtos orgânicos com preços diferenciados em função do compradores e atribuições do produto;</li> <li>* Projeção venda ambiente favorável de 6.257 hortas e 3.129 Floreiras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Concorrentes : Quitandas e Floriculturas</li> <li>*Clima Curitibano</li> <li>*sazonalidade dos produtos</li> </ul>

**Figura 1. Matriz PFOA da empresa Viva Verde.**

## 4. DESCRIÇÃO DOS BENS E SERVIÇOS A SEREM OFERTADOS

O produto da empresa será o fornecimento de conjuntos de hortas de ervas e temperos, que serão compostas pelos seguintes itens (Figura 2):

- Floreira de plástico
- Pedras de argila
- Manta de Bidim para dreno
- Terra preparada por composto orgânico
- Floreira decorativa
- Ervas para tempero



**Figura 2. Matéria-prima para confecção da horta.**

O produto será disponibilizado em combos, com um tipo de floreira e seis tipos de ervas, sendo que ficará a critério do cliente a escolha dos tipos de ervas que irão compor sua mini horta.

As ervas que serão comercializadas são as seguintes (Figura 3):

- Cebolinha verde
- Salsa
- Orégano

- Alecrim
- Coentro
- Hortelã
- Sálvia
- Manjericão
- Tomilho



**Figura 3. Imagens de ervas para temperos.** Fonte: <http://praticavida.blogspot.com.br/2015/03/conhecendo-os-temperos-frescos.html>

As vendas serão disponibilizadas pela internet ou telefone, o cliente poderá montar os combos de temperos/ervas, sendo que o site trará informações sobre os cuidados com as plantas. O frete será por conta do comprador.

Será vendido, separadamente, um fungicida natural a base de fumo para tratar as plantas, composto por água, borrifador e fumo.

## **5. PLANO OPERACIONAL**

Uma vez realizada a análise de mercado e definido os produtos e serviços que serão objeto da empresa, o plano de negócio deve dimensionar a infraestrutura necessária, associada aos processos e atividades a serem executadas pela empresa. Ao conjunto de processos, estrutura orgânica, infraestrutura, dimensionamento de equipamentos e mão de obra, dá-se o nome de recursos operacionais, os quais compõem o plano operacional de uma empresa (CECCONELLO e AJZENTAL, 2008).

### **5.1. Infraestrutura**

A VIVA VERDE será localizada na cidade de Curitiba, no bairro do Pilarzinho. Com o intuito de reduzir os custos fixos, a empresa realizará suas atividades em um imóvel da família, já que possui um quintal grande, onde as plantas podem tomar o sol matutino e serem cuidadas adequadamente.

O trabalho será feito de forma artesanal e não será utilizado nenhum agrotóxico para os cuidados das ervas.

### **5.2. Sistema Operacional**

As vendas serão efetuadas pela internet e o controle operacional da empresa será por meio de planilhas do Excel.

### **5.3. Logística Externa**

O frete de entrega dos produtos será por conta do cliente, no sistema de compra on-line, sendo que quando cliente incluir o CEP, será calculado o frete.

A empresa será conveniada em uma empresa de moto boy.

### **5.4. Fornecedores**

Uma das grandes preocupações da Viva Verde é o desenvolvimento de fornecedor que forneça ervas sem utilização de agrotóxicos. Assim, foi localizada uma empresa no Município

de Quatro Barras chamada Agro Barras. Afim de garantir a procedência, a Viva Verde firmará contrato de fornecimento estabelecendo padrões de qualidade das plantas.

A terra, floreira e manta bidim serão adquiridas por atacadistas. Já a primeira compra das pedras de argila e floreiras será efetuada pelo Mercado Livre (Tabela 3).

**Tabela 3. Fornecedores da empresa Viva Verde.**

Produto	Fornecedor	Localizado	Telefone	E-mail de contato
Mudas	Agrobarras	Quatro Barras/ Pr	41 3672.1314	<a href="mailto:contato@agrobarras.com.br">contato@agrobarras.com.br</a>
Terras (floreira +preparo mudas)	Artesanato Kaminski	Curitiba/Pr	41 3289-2271	<a href="mailto:atendimento@artesanatokaminski.com.br">atendimento@artesanatokaminski.com.br</a>
Floreira (com frete)	Loja Vimmi	Cordeiropolis /SP	019-3546-5673	<a href="mailto:vendasvimmi@gmail.com">vendasvimmi@gmail.com</a>
Pedra de Argila	Mercado Livre	Curitiba/Pr	Não informado	Não informado
Manta Bidim para dreno (com frete)	GBS	Garça/SP	014 3304-0863	<a href="mailto:contato@gsgeo.com.br">contato@gsgeo.com.br</a>
Floreira decorativa em MDF	Mercado Livre	Pedreira/SP	Não informado	Não informado

## 5.5. Organização e Recursos Humanos

A equipe da Viva Verde será constituída por dois floristas, sendo que um com conhecimento em floricultura e outro com técnicas agrícolas, afim de criar sinergia de conhecimentos.

O processo seletivo será efetuado pela proprietária da empresa.

## 5.6. Organograma

As atividades administrativas serão efetuadas pela proprietária da empresa, já as operacionais pelos floristas contratados, conforme Tabela 4.

**Tabela 4. Quadro de atividades da empresa Viva Verde.**

Organização das Atividades	
Quadro	Função
<b>Proprietária</b>	Organização das atividades administrativas
<b>1º Florista</b>	Preparação da mudas , podas, regar as plantas e recepção dos produtos
<b>2º Florista</b>	Atendimento dos pedidos para montagem das Hortas e preparação das floreiras decorativas

## 5.7. Salários e Benefícios

O salário estimado de cada florista é de R\$ 1.800,00 (Anexo 1) e com projeção de aumento conforme estimativa da taxa de inflação projetada (Tabela 5). Será disponibilizado vale transporte para cada colaborador e R\$15,00 de vale alimentação por dia trabalhado (Tabela 6).

**Tabela 5. Projeção de salários e encargos trabalhistas para o cargo de florista durante o período de 5 anos.**

<b>Salários Mensais</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
Floristas	1.800	1.926	2.022	2.119	2.215
<b>Salários Totais</b>	<b>1.800</b>	<b>1.926</b>	<b>2.022</b>	<b>2.119</b>	<b>2.215</b>

<b>Salários Anuais</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
<b>Floristas</b>	<b>58.336</b>	<b>62.530</b>	<b>65.891</b>	<b>69.298</b>	<b>72.651</b>
Salário Anual	21.600	23.112	24.268	25.432	26.577
13º salário	1.800	1.926	2.022	2.119	2.215
Provisão para férias	2.394	2.562	2.690	2.819	2.946
Encargos sociais	12.388	13.365	14.268	15.197	16.115
Vale transporte	3.595	3.846	4.039	4.232	4.423
Refeição	16.560	17.719	18.605	19.498	20.376
<b>Salários Totais</b>	<b>58.336</b>	<b>62.530</b>	<b>65.891</b>	<b>69.298</b>	<b>72.651</b>

<b>Provisões</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
13º salário	1.800	1.926	2.022	2.119	2.215
Provisão para férias	2.394	2.562	2.690	2.819	2.946
<b>Provisões</b>	<b>4.194</b>	<b>4.488</b>	<b>4.712</b>	<b>4.938</b>	<b>5.160</b>

<b>Encargos Sociais</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
FGTS	2.064	2.208	2.318	2.430	2.539
INSS	10.324	11.157	11.950	12.768	13.576
<b>Encargos</b>	<b>12.388</b>	<b>13.365</b>	<b>14.268</b>	<b>15.197</b>	<b>16.115</b>

**Tabela 6. Projeção de benefícios para o cargo de florista durante o período de 5 anos.**

<b>BENEFÍCIOS [R\$]</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
Vale refeição	16.560	17.719	18.605	19.498	20.376
Vale transporte	3.840	4.108	4.314	4.521	4.724
<b>Vale transporte (valor total)</b>	<b>4.085</b>	<b>4.371</b>	<b>4.589</b>	<b>4.810</b>	<b>5.026</b>
Floristas	4.085	4.371	4.589	4.810	5.026
<b>Vale transporte (descontado do funcionári</b>	<b>245</b>	<b>262</b>	<b>275</b>	<b>289</b>	<b>302</b>
Floristas	245	262	275	289	302
<b>Benefícios</b>	<b>20.400</b>	<b>21.828</b>	<b>22.919</b>	<b>24.019</b>	<b>25.100</b>

## **5.8. Estratégica de Venda**

A estratégia de venda será feita através de site da internet ou telefone, sendo que o cliente poderá montar as minis hortas, modelos térreos ervas/temperos que irão compor o produto. Será oferecido também a floreira decorativa que serão vendidas separadamente.

As hortas são compostas por 6 mudas com tamanho apropriado para consumo, cabe ao cliente escolher as ervas de sua preferencias. No site disponibilizará todas as informações necessárias tanto para venda, como os tipos de ervas disponíveis, o modelo de vaso com as especificações técnicas, metragem e forma de pagamento e entrega, além de outras informações sobre cuidados com a horta, melhor localização, receitas com ervas e benefícios da substituição do sódio por temperos orgânicos e com utilizar fungicidas naturais.

A divulgação será feita através da entrega de panfletos da Viva Verde nos condomínios de Curitiba, panfletagem em semáforos e anuncio em redes sociais.

A solicitação de orçamento e venda serão feitas pela internet por meio de orçamento on-line e a conclusão da venda pela internet ou no momento da entrega do produto. A Viva Verde não fará orçamentos na casa do cliente, cabendo a ele escolher o modelo que atende seu espaço e necessidade.

O viveiro da Viva Verde será instalado no quintal da residência de um imóvel da família, localizado no bairro Pilarzinho, no qual há um espaço grande para o cultivo e cuidado das ervas.


A entrega será por conta do comprador, sendo que a Viva verde terá um convênio com empresa de entrega (motoboy).



## 6. ANÁLISE DE VIABILIDADE FINANCEIRA

A análise de viabilidade está projetada para 5 anos. As expectativas econômicas foram baseadas pelas projeções do Banco ITAU (2016), conforme Tabela 7.

**Tabela 7. Projeções Macro do Banco Itaú para longo prazo.** Fonte: <https://www.itaubba.com.br/itaubba-pt/analises-economicas/projecoes/cenario-longo-prazo>

 <b>Cenário de Longo Prazo</b>	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Brasil</b>					
<b>Atividade Econômica</b>					
Crescimento real do PIB	-4,0%	0,3%	1,4%	1,5%	1,7%
<b>Inflação</b>					
IPCA	7,0%	5,0%	4,8%	4,5%	4,3%
<b>Taxa de Juros</b>					
CDI – final de período	12,55%	10,30%	10,30%	10,30%	8,30%

### 6.1. Investimento

O investimento inicial será de R\$ 32.600,00, sendo que R\$ 7.600,00 de capital do sócio e os outros R\$ 25.000,00 em empréstimo. O capital integralizado será aplicado no ativo para o desenvolvimento do site de venda on-line e compra de computador, impressora e prateleiras para alojar as mudas, e para o empréstimo para capital de giro afim de alavancar a empresa.

### 6.2 Estimativas

As estimativas aplicadas neste estudo estão em um cenário otimista de vendas e de custos.

#### 6.2.1 Formação do Preço de Venda

Conforme a Tabelas 8, 9 e 10, a formação do preço foi definida pelos custos dos produtos.

O valor do preço de venda foi fixado através de comparações com vasos ornamentais de flores, preço de compra de mudas em feiras e compra de 6 tipos de ervas em verduras.

**Tabela 8. Descritivo de custos.**

Produto	Preço total (lote)	Quantidade do lote	Valor unitário	Q. total por horta pronta	Unidade de medida	Custo total por floreira
Mudas	R\$ 1,50	12 unidades	R\$ 0,13	12	unidades	R\$ 1,50
Terras (floreira + preparo mudas)	R\$ 9,00	20 Kgs	R\$ 0,45	4	kg	R\$ 1,80
Floreira (com frete)	R\$ 9,53	1 unidades	R\$ 9,53	1	unidade	R\$ 9,53
Pedra de Argila	R\$ 49,90	50 Kgs	R\$ 1,00	1	kg	R\$ 1,20
Manta de Bidim (frete)	R\$ 4,60	1,00X 2,3	R\$ 1,15	44 X 14	Cm	R\$ 1,15
<b>Total</b>	<b>R\$ 74,53</b>					<b>R\$ 15,18</b>

**Tabela 9. Custo unitário da floreira decorativa.**

Produto	Preço total (lote)	Quantidade do lote	Valor unitário	Q. total por horta pronta	Unidade de medida	Custo total por floreira
Floreira decorativa (finalizada)	R\$ 28,00	unit	R\$ 28,00		1 unidade	R\$ 28,00

**Tabela 10. Custo médio com projeção de 5 anos.**

<b>Custo Médio das Mercadorias - R\$</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
Inflação		1,0700	1,0500	1,0475	1,0425
Hortas	15,18	16,24	17,05	17,86	18,62
Floreira	28,00	29,96	31,46	32,95	34,35
<b>Volume de venda das mercadorias</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
PIB		1,01	1,02	1,02	1,02
Quant. Dia	20	20	21	21	21
Hortas **	6.257	6.320	6.446	6.575	6.707
Floreira**	3.129	3.160	3.223	3.288	3.353
<b>Custo total por ano - R\$</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
Hortas	94.968	102.632	109.919	117.443	124.883
Hortas **	87.600	94.669	101.391	108.331	115.194
Acessórios	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>182.568</b>	<b>197.302</b>	<b>211.310</b>	<b>225.774</b>	<b>240.077</b>
Dias do ano *		365			
Dias úteis de segunda a sexta feira **		261			
Dias úteis de segunda feira a sábado ***		313			

## 6.2.2 Estimativa de Faturamento

A estimativa de faturamento foi baseada na pesquisa do mercado de potenciais compradores. Foi considerado como clientela as pessoas que gostam de cozinhar, moram em pequenos espaços e querem a praticidade da horta em casa (Tabela 11).

O produto não é perecível, sendo necessários cuidados para manutenção.

Estimamos que a partir do quinto ano de empresa a atividade já estará saturada e com outros concorrentes. O faturamento será essencialmente recebido por venda on-line, sendo com cartão de crédito, 30 dias depois do pagamento efetuado.

**Tabela 11. Preço de venda dos produtos.**

<b>Preços Médios dos Produtos - R\$</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
Inflação		1,0700	1,0500	1,0475	1,0425
Hortas	40,00	42,80	44,94	47,07	49,08
Floreira	40,00	42,80	44,94	47,07	49,08
<b>Volume de venda dos Produtos</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
PIB		1,01	1,02	1,02	1,02
Quant. Dia	20	20	21	21	21
Hortas	6.257	6.320	6.446	6.575	6.707
Floreira	3.129	3.160	3.223	3.288	3.353
<b>Receita total por ano - R\$</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
Hortas	250.286	270.484	289.688	309.517	329.125
Floreira	125.143	135.242	144.844	154.759	164.563
<b>TOTAL</b>	<b>375.429</b>	<b>405.726</b>	<b>434.532</b>	<b>464.276</b>	<b>493.688</b>

Dias do ano *	365
Dias úteis de segunda a sexta feira **	261
Dias úteis de segunda feira a sábado ***	313

## 6.2.3. Estimativa de Custo Fixos

As despesas fixas ocorrerão em toda existência da empresa e o valor será reajustado conforme a inflação estimada para o período – IPCA (Tabela 12 e 13).

**Tabela 12. Estimativa de inflação brasileira para os próximos 5 anos.** Fonte: <https://www.itau.com.br/itaubba-pt/analises-economicas/projecoes/cenario-longo-prazo>

<b>VARIÁVEIS MACROECONÔMICAS [% a.a.]</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
Taxa anual de inflação brasileira		1,0700	1,0500	1,0480	1,0450

**Tabela 13. Projeção de despesas fixas para o período 5 anos.**

<b>Despesas Fixas - R\$</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
Taxa anual de inflação brasileira		1,0700	1,0500	1,0475	1,0425
Telefone / Internet / Água	5.400	5.778	6.067	6.355	6.625
Manutenção site	1.680	1.798	1.887	1.977	2.061
Material de expediente administrativo	2.400	2.568	2.696	2.824	2.945
Fretes	4.800	5.136	5.393	5.649	5.889
Serviço contábil	6.000	6.420	6.741	7.061	7.361
Alvarás / IPTU / Taxas	500	535	562	588	613
Despesas bancárias	840	899	944	989	1.031
Propaganda e publicidade	6.000	6.420	6.741	7.061	7.361
<b>Subtotal Despesas Fixas -R\$</b>	<b>27.620</b>	<b>29.553</b>	<b>31.031</b>	<b>32.505</b>	<b>33.887</b>
Depreciação / Amortização	379	319	319	240	240
<b>Despesas Fixas</b>	<b>27.999</b>	<b>29.873</b>	<b>31.350</b>	<b>32.745</b>	<b>34.126</b>
Depreciação	379	319	319	240	240
CF	27.620	29.553	31.031	32.505	33.887
CV	8.635	9.332	9.994	10.678	11.355
Folha	58.336	62.530	65.891	69.298	72.651
	94.971	101.735	107.236	112.721	118.132

## 6.2.4 Despesas Variáveis de Venda

A Verde Venderá exclusivamente por internet. Foi estimado que 80% do volume será por cartão de crédito, os outros 20% por cartão de débito, com respectiva taxa de administração de 2,5% e 1,5% (Tabela 14).

**Tabela 14. Despesas variáveis de venda estimadas para o período de 5 anos.**

<b>Despesas Variáveis de venda R\$</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
Despesas com taxa de cartão de crédito	7.509	8.115	8.691	9.286	9.874
Volume recebido com cartão de crédito	300.343	324.581	347.626	371.421	394.950
Taxa cobrada pela administradora	2,50%	2,50%	2,50%	2,50%	2,50%
Despesas com taxa de cartão de débito	1.126	1.217	1.304	1.393	1.481
Volume recebido com cartão de débito	75.086	81.145	86.906	92.855	98.738
Taxa cobrada pela administradora	1,50%	1,50%	1,50%	1,50%	1,50%
<b>Total de Despesas Variáveis</b>	<b>8.635</b>	<b>9.332</b>	<b>9.994</b>	<b>10.678</b>	<b>11.355</b>

## 6.2.5 Estimativa de Depreciação

Todos os investimentos sofrerão depreciação conforme tabela abaixo, tendo em vista sua vida útil (Tabela 15).

**Tabela 15. Estimativa de depreciação para o período de 5 anos.**

Item	Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	
1	Após	12	30	-	-	-	
2	Telefone	60	23	23	23	23	
3	Avental	12	30	-	-	-	
4	Regador	60	6	6	6	6	
5	Luvras	60	4	4	4	4	
6	Caixas para transportes	60	24	24	24	24	
7	Mangueiras	36	6	6	6	-	
8	Escrivaninha	36	73	73	73	-	
9	Cadeiras	60	20	20	20	20	
10	Extintor de incêndio	60	28	28	28	28	
11	Microcomputador	480	50	50	50	50	
12	Impressora	480	25	25	25	25	
13	Sistema venda on line	0	-	-	-	-	
14	Prateleira	120	60	60	60	60	
<b>TOTAL</b>			<b>379</b>	<b>319</b>	<b>319</b>	<b>240</b>	<b>240</b>

## 6.2.6. Sistema de Tributação

O sistema de tributação será conforme o Simples Nacional - comércio, de acordo com a Lei Complementar nº 123/2006 (Tabelas 16 e 17).

**Tabela 16. Sistema de tributação - Simples Nacional.**

<b>Tabela Simples Nacional - Comércio</b>							
Receita Bruta em 12 meses (em R\$)	Alíquota	IRPJ	CSLL	COFINS	PIS/PASEP	CPP	ICMS
De 180.000,01 a 360.000,00	5,47%	0,00%	0,00%	0,86%	0,00%	2,75%	1,86%
De 360.000,01 a 540.000,00	6,84%	0,27%	0,31%	0,95%	0,23%	2,75%	2,33%
<b>Tabela Simples Nacional - Serviços</b>							
Receita Bruta em 12 meses (em R\$)	Alíquota	IRPJ	CSLL	COFINS	PIS/PASEP	CPP	ISS
De 360.000,01 a 540.000,00	10,26%	0,48%	0,43%	1,43%	0,35%	4,07%	3,50%
De 540.000,01 a 720.000,00	11,31%	0,53%	0,53%	1,56%	0,38%	4,47%	3,84%

**Tabela 17. Projeção de recolhimento de impostos para período de 5 anos.**

<b>CENÁRIO BASE</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
<b>RECEITA TOTAL</b>	<b>375.429</b>	<b>405.726</b>	<b>434.532</b>	<b>464.276</b>	<b>493.688</b>
RECEITA DE MERCADORIAS	375.429	405.726	434.532	464.276	493.688
ICMS	6.983	7.546	8.082	8.636	9.183
COFINS	3.229	3.489	3.737	3.993	4.246
INSS	10.324	11.157	11.950	12.768	13.576
PIS/PASEP	-	-	-	-	-
IRPJ	-	-	-	-	-
CSLL	-	-	-	-	-
<b>IMPOSTOS TOTAIS</b>	<b>20.536</b>	<b>22.193</b>	<b>23.769</b>	<b>25.396</b>	<b>27.005</b>
ICMS	6.983	7.546	8.082	8.636	9.183
COFINS	3.229	3.489	3.737	3.993	4.246
ISS	-	-	-	-	-
INSS	10.324	11.157	11.950	12.768	13.576
PIS/PASEP	-	-	-	-	-
IRPJ	-	-	-	-	-
CSLL	-	-	-	-	-

### **6.3 Demonstração de Resultados - DRE**

Os valores da DRE serão atualizados pelo índice inflacionário, conforme Tabela 12. Analisando o demonstrativo de resultado, a empresa apresenta uma atrativa margem de contribuição de 50%.

No primeiro e segundo ano os resultados serão inferiores em relação aos vindouros, pois o empréstimo captado para giro será liquidado nos primeiros 2 anos.

Analisando os índices de acordo com a Tabela 18, a empresa apresenta índices de liquidez positivo e alto índice de rentabilidade, seja sobre os ativos e rentabilidade de capital próprio.

**Tabela 18. Demonstração de Resultados para o período de 5 anos.**

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
RECEITA TOTAL	375.429	405.726	434.532	464.276	493.688	493.688
(-) DEDUÇÕES	10.212	11.036	11.819	12.628	13.428	13.428
(=) RECEITA LÍQUIDA	365.217	394.690	422.713	451.648	480.259	480.259
(-) CUSTO TOTAL DAS VENDAS	182.568	197.302	211.310	225.774	240.077	240.077
(=) LUCRO BRUTO	182.649	197.388	211.403	225.873	240.182	240.182
(-) DESPESAS VARIÁVEIS	8.635	9.332	9.994	10.678	11.355	11.355
(-) GASTOS FIXOS	87.695	93.944	98.875	103.853	108.698	108.698
(-) RESULTADO FINANCEIRO	1.162	3.565	-	-	-	-
(=) RESULTADO ANTES DE IRPJ E CSLL	85.157	97.678	102.533	111.342	120.130	120.130
(-) IRPJ E CSLL	-	-	-	-	-	-
(=) RESULTADO LÍQUIDO	85.157	97.678	102.533	111.342	120.130	120.130

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
(=) RECEITA LÍQUIDA	365.217	394.690	422.713	451.648	480.259	480.259
(-) CUSTO TOTAL DAS VENDAS	182.568	197.302	211.310	225.774	240.077	240.077
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>182.649</b>	<b>197.388</b>	<b>211.403</b>	<b>225.873</b>	<b>240.182</b>	<b>240.182</b>
<b>MC %</b>	<b>50,0%</b>	<b>50,0%</b>	<b>50,0%</b>	<b>50,0%</b>	<b>50,0%</b>	<b>50,0%</b>

## 6.4. Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa projetado demonstra que a Viva Verde tem grande capacidade de gerar caixa, que representa o pagamento de todos os credores e recebimento das receitas de venda.

A geração de caixa pode ser entendida como a capacidade de gerar recurso para reinvestimento, o que em última análise, irá depender também da política de dividendos praticada pela empresa (VIEIRA, 2008)

No primeiro e segundo ano, o saldo de caixa, embora positivo, é inferior aos próximos anos, pois ocorre a liquidação do empréstimo (Tabela 19).

**Tabela 19. Demonstrativo de Fluxo de Caixa para o período de 5 anos.**

FLUXO DE CAIXA	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
(+) RESULTADO LÍQUIDO	-	-	-	-	-
(+) DEPRECIACÃO / AMORTIZAÇÃO	-	-	-	-	-
(=) SALDO DE CAIXA INICIAL	<b>25.000</b>	<b>12.057</b>	<b>41.964</b>	<b>63.031</b>	<b>85.804</b>
(+) CLIENTES	375.429	405.726	434.532	464.276	493.688
(-) PAGAMENTO FORNEC (DESP. GERAIS)	(210.648)	(183.722)	(220.529)	(241.599)	(245.097)
(-) DESPESAS VARIÁVEIS	(8.635)	(9.332)	(10.185)	(11.115)	(12.131)
(-) OBRIGAÇÕES FISCAIS	(25.570)	(12.110)	(12.970)	(13.859)	(14.745)
(-) OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS	(66.075)	(70.810)	(74.585)	(78.410)	(82.172)
(-) ENCARGOS TRABALHISTAS	(12.961)	(13.979)	(15.196)	(16.520)	(17.961)
(-) NOVAS IMOBILIZAÇÕES	(822)	-	-	-	-
(-) LIQUIDAÇÃO DE FINANCIAMENTOS	(12.500)	(12.500)	-	-	-
(+) PAGAMENTO DE JUROS	(1.162)	(3.365)	-	-	-
(+) FLUXO DE DIVIDENDOS	(50.000)	(70.000)	(80.000)	(80.000)	(90.000)
<b>(=) FLUXO DE CAIXA</b>	<b>(12.943)</b>	<b>29.907</b>	<b>21.067</b>	<b>22.773</b>	<b>31.581</b>
(+) SALDO DE CAIXA INICIAL	-	-	-	-	-
<b>(=) SALDO DE CAIXA FINAL</b>	<b>12.057</b>	<b>41.964</b>	<b>63.031</b>	<b>85.804</b>	<b>117.385</b>

## 6.5. Balanço Patrimonial

Através da análise do Balanço Patrimonial é possível identificar a geração de riqueza da empresa, Analisando os índices de acordo com as Tabelas 20 e 21, a empresa apresenta índices de liquidez positiva e alto índice de rentabilidade, seja sobre os ativos ou rentabilidade de capital próprio.

Já o índice de liquidez geral, liquidez corrente e liquidez seca indica que a empresa consegue saldar os seus credores.

No primeiro ano, 76,7% é representado por capital de terceiros, sendo que 23,3% pelo capital próprio.

A Viva Verde representa uma ótima rentabilidade do ativo e sobre o capital próprio.

**Tabela 20. Demonstrativo do balanço patrimonial para o período de 5 anos.**

BALANÇO PATRIMONIAL	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>ATIVO</b>	<b>32.600</b>	<b>395.528</b>	<b>455.413</b>	<b>504.967</b>	<b>557.245</b>	<b>617.998</b>
ATIVO CIRCULANTE	25.000	387.485	447.690	497.563	550.080	611.073
ATIVO NÃO CIRCULANTE	7.600	8.043	7.723	7.404	7.165	6.925
<b>PASSIVO + PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>32.600</b>	<b>395.529</b>	<b>455.413</b>	<b>504.967</b>	<b>557.244</b>	<b>617.998</b>
<b>PASSIVO</b>	<b>25.000</b>	<b>352.771</b>	<b>384.978</b>	<b>411.999</b>	<b>432.934</b>	<b>463.558</b>
PASSIVO CIRCULANTE	12.500	352.771	384.978	411.999	432.934	463.558
PASSIVO NÃO CIRCULANTE	12.500	-	-	-	-	-
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>7.600</b>	<b>42.757</b>	<b>70.435</b>	<b>92.969</b>	<b>124.310</b>	<b>154.440</b>
Capital social	7.600	7.600	7.600	7.600	7.600	7.600
Resultado acumulado	-	35.157	62.835	85.369	116.710	146.840

**Tabela 21. Índices de liquidez e rentabilidade**

ÍNDICES	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Liquidez geral	1,30	1,15	1,23	1,29	1,37	1,44
Liquidez corrente	2,00	1,12	1,21	1,27	1,36	1,42
Liquidez seca	2,00	1,12	1,21	1,27	1,36	1,42
Participação de capital de terceiros	76,7%	87,2%	81,3%	77,4%	72,8%	69,7%
Participação de capital próprio	23,3%	12,8%	18,7%	22,6%	27,2%	30,3%
Margem líquida	N/A	24,7%	26,1%	25,6%	25,9%	26,3%
Rentabilidade sobre o ativo	N/A	23,5%	22,9%	21,3%	20,7%	19,9%
Retentabilidade sobre o capital próprio	N/A	319,8%	154,7%	109,0%	87,3%	72,9%



## 6.6. Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio, nasce da conjugação dos custos e despesas totais com as receitas totais (MARTINS, 2009). Ainda segundo MARTINS (2009), o ponto de equilíbrio define a margem de segurança onde a empresa totaliza o montante suficiente para cobrir todos os custos e despesas fixas.

Calculando o ponto de equilíbrio dos produtos da Viva Verde, através da ponderação das margens de cada produto, resultou--se o ponto de equilíbrio de hortas em 3.285 unidades e floreiras em 1.642 (Tabela 22), sendo que as estimativas de vendas são de respectivamente 6.257 e 3.129.

**Tabela 22. Ponto de Equilíbrio.**

Produto	Ponto Equilibrio Q	Ponto Equilibrio Receita
Hortas	3.226	129.025,56
Floreira	1.613	64.512,78
<b>Total</b>	<b>4.838</b>	<b>193.538,34</b>

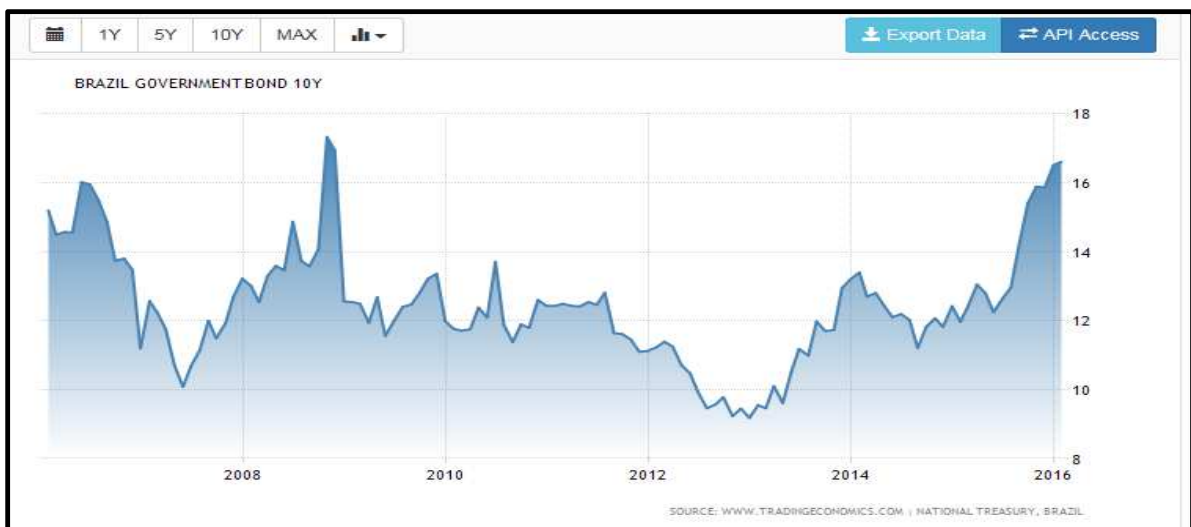
## 6.7. WACC

Conforme ASSAF NETO *et. al.* (2008), o cálculo para mensurar indicador de riscos país é a multiplicação do Riscos-país (C-Bond Spread), multiplicado pela volatilidade Relativa do Mercado de ativos índice Ibovespa, que representa a média das operações, resultando a o prêmio total de Risco país.

A estrutura da empresa é representada por 77% de capital de terceiros, e 23% de capitais próprios. Efetuando o cálculo do WACC, que representa a média ponderada do custo do capital, é definido a taxa de 23,28%.

FX	Stocks	Commodity		Bonds
Yield 10Y	Actual	Chg	%Chg	
<b>United States</b>	1.836	▼ 0.025	<b>-1.32 %</b>	
<b>China</b>	2.91	▲ 0.040	<b>1.39 %</b>	
<b>Japan</b>	0.027	▼ 0.059	<b>-68.60 %</b>	
<b>Germany</b>	0.303	0	<b>0.00 %</b>	
<b>United Kingdom</b>	1.566	0	<b>0.00 %</b>	
<b>France</b>	0.635	0	<b>0.00 %</b>	
<b>Brazil</b>	16.61	▼ 0.147	<b>-0.88 %</b>	
<b>Italy</b>	1.534	0	<b>0.00 %</b>	
<b>India</b>	7.821	▼ 0.028	<b>-0.36 %</b>	
<b>Russia</b>	10.24	▼ 0.130	<b>-1.25 %</b>	
<b>Canada</b>	1.13	▲ 0.006	<b>0.53 %</b>	
<b>Australia</b>	2.548	▼ 0.072	<b>-2.75 %</b>	
<b>South Korea</b>	1.87	▲ 0.006	<b>0.32 %</b>	

Figura 4. Relação países Bonds. Fonte: <http://www.tradingeconomics.com>



Actual	Previous	Highest	Lowest	Dates	Unit	Frequency
16.61	16.76	17.91	9.11	2006 - 2016	percent	Daily

Generally, a government bond is issued by a national government and is denominated in the country's own currency. Bonds issued by national governments in foreign currencies are normally referred to as sovereign bonds. The yield required by investors to loan funds to governments reflects inflation expectations and the likelihood that the debt will be repaid. This page provides - Brazil Government Bond 10Y - actual values, historical data, forecast, chart, statistics, economic calendar and news. Brazil Government Bond 10Y - actual data, historical chart and calendar of releases - was last updated on February of 2016.

Figura 5. Gráfico API Brasil. Fonte: <http://www.tradingeconomics.com>

**Tabela 23. WACC**

<b>WACC:</b>	<b>(18,33% x 0,77)+ (39,86% x23%)</b>
<b>WACC:</b>	<b>23,28%</b>
Indicador	2016
RISCO-PAIS (C-bond Spread) *	16,61%
Volatilidade relativa do mercado de ativos **	2,40
<b>Prêmio Total pelo Risco-País</b>	<b>39,86%</b>

\* Fonte: <http://www.tradingeconomics.com>

\*\* Fonte: <http://bmfbovespa.com.br>

## 6.8. VPL (Valor Presente Líquido)

O VPL é simplesmente a diferença entre o valor presente do projeto e o custo do projeto na data atual, finanças corporativas (ABREU FILHO et al, 2008). A taxa mínima de atratividade aplicada foi o WACC de 23,28%.

Pelo VPL o projeto torna-se atrativo quando o valor é maior que 0, o que significa que a remuneração do projeto é superior à taxa definida.

O VPL do projeto é 101.064, podendo concluir que o projeto é viável (Tabela 24).

**Tabela 24. Cálculo de Viabilidade - VPL**

Cálculo Viabilidade							
Anos		1	2	3	4	5	
Valor Presente	-	32.600	9.780	32.703	42.191	47.847	53.102
						VPL	153.024

## 6.9. TIR (Taxa Interna de Retorno)

A TIR (taxa interna de retorno) representa a rentabilidade do projeto, que será demonstrada em formas de taxa de juros. A taxa encontrada no fluxo de caixa da Viva Verde é de 61,1%, superior ao WACC de 23,28%, o que demonstra viabilidade do projeto.

**Tabela 25. TIR**

Cálculo Viabilidade						
Anos		1	2	3	4	5
Valor Presente	- 32.600	9.780	32.703	42.191	47.847	53.102
					TIR	74,8%

## 6.10. Payback

Esse critério aplicado ao conceito VPL indica em quantos períodos há o retorno do investimento inicial (PADOVEZE, BENEDICTO, 2010). É fundamental que o investidor tenha projeção de quando o valor investido terá retorno, pois em muitos projetos a vida útil é definida no momento da elaboração do projeto, que o caso da Viva Verde, com projeção de 5 anos (Tabela 26)..

**Tabela 26. Saldo do Payback.**

ANO	Fluxo de Caixa	Saldo Pay back Simples	Fluxo de caixa VP	Saldo Pay back Descontado
0	- 32.600,00	- 32.600,00	32.600,00	- 32.600,00
1	12.057,10	- 20.542,90	9.780,17	- 22.819,83
2	49.702,21	29.159,31	32.703,22	9.883,39
3	79.048,99	108.208,30	42.190,87	52.074,25
4	110.516,29	218.724,59	47.847,12	99.921,37
5	151.208,55	369.933,14	53.102,29	153.023,66

**PAY BACK SIMPLES: 1 ANO E 5 MESES**

**PAY BACK DESCONTADO : 1 ANO E 9 MESES**

## 6.11. ILL (Índice de Lucratividade Líquida)

O índice de lucratividade líquida entre o valor recebido e o custo do investimento. O ILL é medida relativa entre o benefício/custo. Indica, em termos de valor presente, quanto o projeto oferece de retorno para cada unidade monetária investida (ABREU FILHO et al, 2008). O ILL da Viva Verde é 3,1 ou seja a cada unidade monetária investida, gera 3,1 unidades de valor presente.

**Tabela 27. Índice de Lucratividade Líquida**

<b>Anos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Fluxo de Caixa</b>	12.057	49.702	79.049	110.516	151.209
<b>Valor Presente</b>	9.780	32.703	42.191	47.847	53.102
				VPL	153.024
				INVSTIMENTO	32.600
				ILL	4,69

## **6.12. Análise de Sensibilidade**

Segundo CECCONELLO e AJZENTAL (2008), a análise de sensibilidade é uma análise complementar à análise de viabilidade econômico-financeira, indicando as variáveis mais críticas no projeto e o grau de risco que uma ou outra variável pode representar.

Considerando as variáveis externas, e possíveis incertezas nas previsões, é sensato considerar a análise de sensibilidade na visão mais pessimista. Para tanto, foram considerados dois cenários pessimistas, um com uma redução de 20% sobre o volume de vendas projetadas, e outro com uma redução de 10% sobre o preço de venda do produto.

De acordo com o cenário 1 (redução de 20% sobre o volume de vendas projetadas), considerando o índice adotado, o empreendimento apresentará um valor presente líquido de R\$ 75.403 e taxa interna de retorno de 48,8% ao ano.

Já no segundo cenário pessimista (redução de 10% sobre o preço de venda do produto), o valor presente líquido será negativo, apontando para uma inviabilidade do projeto neste cenário.

Observa-se que a variável mais sensível a alterações é o preço do produto.

**Tabela 28. Análise de Sensibilidade. Cenário 1.**

**Cenário pessimista 1 - Redução de 20% sobre as vendas projetadas  
Cálculo de Viabilidade**

<b>WACC</b>	<b>23,28%</b>
<b>VPL</b>	<b>75.403</b>
<b>TIR</b>	<b>48,8%</b>
<b>Payback Simples</b>	<b>1 e 8 meses</b>
<b>Payback descontado</b>	<b>2 e 5 meses</b>
<b>IL</b>	<b>2,3</b>

**Tabela 29. Análise de Sensibilidade. Cenário 2.**

**Cenário pessimista 2 - Redução de 10% sobre os preços projetados  
Cálculo de Viabilidade**

<b>WACC</b>	<b>23,28%</b>
<b>VPL</b>	<b>- 38.534</b>

## 7. CONCLUSÃO

De acordo com análise da DRE que indica a margem dos Produtos da Viva Verde em 50%, e ainda, pela análise de balanço que traz liquidez e rentabilidade do investimento, com *payback* descontado em 2 anos e 4 meses, TIR de 61,1%, contrapondo com o WACC de 23,28%, VPL de R\$101.064.00 e Índice de Lucratividade de 3,1, temos um cenário favorável para abertura da Viva Verde.

As previsões neste trabalho foram baseadas em um ambiente otimista, tanto em relação aos custos como a previsão de receita.

Já com a análise de sensibilidade, é possível verificar que o fator preço é uma variável bastante crítica para a viabilidade do projeto.

O projeto da Viva Verde é atrativo e direciona a um produto com grande margem de contribuição e lucratividade. O que o tornaria mais atrativo é adequá-lo em uma floricultura já instalada, utilizando os colaboradores, ponto comercial, rede de fornecedores e conhecimento técnico da área que converge na otimização da estrutura já instalada. Assim as vendas não seriam efetuadas apenas pela internet e haveria um *mix* maior de produtos.

## 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU FILHO, José Carlos Franco de; SOUZA, Cristóvão Pereira de; GONÇALVES, Danilo Amerio; CURY, Marcus Vinícius Quintella. **Finanças Corporativas**. 10ª edição. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

ASSAF NETO, Alexandre; LIMA, Fabiano Guasti; ARAÚJO, Adriana Maria Procópio de. **Uma proposta metodológica para o cálculo do custo de capital no Brasil**. Revista de Administração - USP. São Paulo, v. 43, 2008.

BANCO ITAU. **Análises Econômicas – Cenários Longo Prazo**. Disponível em: <http://www.itau.com.br/itaubba-pt/analises-economicas/projecoes/cenario-longo-prazo>. Acesso em: 15 jan. 2016.

BM&FBOVESPA. **Volatilidade de ativos**. Disponível em: <http://bmfbovespa.com.br/cias-listadas/volatilidade-ativos/BuscaVolatilidadeAtivos.aspx?Idioma=pt-br>. Acesso em 06 fev. 2016.

CECCPNELLO, Antônio Renato; AJZENTAL, Alberto. **A Construção do Plano de Negócio**. 1ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

CERTO, Samuel C.; PETER, J. Paul. **Administração Estratégica: planejamento e implantação da estratégia**. São Paulo: Makron Books, 1993.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento estratégico – Fundamentos e Aplicações**. Editora Campus, 2004.

EXAME.COM. **Brasil é o quarto maior mercado para produtos saudáveis**. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1083/noticias/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-para-produtos-saudaveis>. Acesso em: 17 dez. 2015.



FOLHA DE SÃO PAULO. **Com novos hábitos, alimento orgânico ignora crise e segue em expansão.** Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/07/1661851-com-novos-habitos-alimento-organico-ignora-crise-e-segue-em-expansao.shtml>. Acesso em: 17 dez. 2015.

IBGE. **Censo Demográfico 2010 – Curitiba/PR.** Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=410690>. Acesso em: 17 dez. 2015.

IBRAFLOR. **O Mercado de Flores no Brasil.** Disponível em: <http://www.ibraflor.com/publicacoes/vw.php?cod=246>. Acesso em: 15 dez. 2015.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos.** 9ª edição e reimpressão. São Paulo: Atlas, 2009.

PADOVEZE, Clóvis Luís; BENEDICTO, Gideon Carvalho de. **Análise das demonstrações financeiras.** 3ª edição revisada e ampliada. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

SEBRAE. **Estudos de Inteligência de Mercado – Perfil de Mercado: Orgânicos.** Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/2292E16EC810F375832578810045A77E/\\$File/NT000455A6.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/2292E16EC810F375832578810045A77E/$File/NT000455A6.pdf). Acesso em: 17 dez. 2015.

TAVARES, M. C. **Gestão Estratégica.** São Paulo: Saraiva, 2003.

TRADING ECONOMICS. **Indicadores Econômicos.** Disponível em: <http://pt.tradingeconomics.com/>. Acesso em 5 de fev. 2016.

VIEIRA, Marcos Villela. **Administração estratégica do capita de giro.** 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2008.

## 9. ANEXOS

### Anexo1 – Currículos de floristas / jardineiros, com pretensão salarial

<http://www.bne.com.br/visualizacao-do-curriculo-de-jardineiro-em-campo-largo-pr/2790734?idpesquisa=7519695>

Código CV:2790734 | Atualizado em:04/02/2016

**CV Resumo**  
Masculino | Solteiro(a) | 28 | TÊC C | 1.500,00 | Vila Pompéia | Campo Largo | Jardineiro | AE



[Ver Currículo Completo](#)

---

**Pretensões**

<b>Funções Pretendidas:</b>	Jardineiro Vendedor	<b>Salário:</b> R\$ 1.500,00
-----------------------------	------------------------	------------------------------

---

**Escolaridade**

**Nível:** Técnico/Pós-Médio Completo - tecnico em paisagismo - Senac Santa Cecilia - 2011

**Idiomas:** Portugues - Intermediário

---

**Experiência Profissional**

<b>Atividade da Empresa:</b>	Servicos Pessoais - <b>1 ano e 5 meses</b>
<b>Função Exercida:</b>	Vendedor
<b>Atribuições:</b>	vendedor e motorista com visitas domiciliares e demonstracao de produtos
<b>Último Salário:</b>	R\$ 1.500,00
<b>Atividade da Empresa:</b>	Associacoes e Diversos - <b>1 ano</b>
<b>Função Exercida:</b>	jardineiro paisagista
<b>Atribuições:</b>	atender vender fazer projetos e acompanhamento de execucao com acompanhamento por execucao

---

**Observações**