

NewBusiness Corporation

Rua dos Empreendedores , 935
Incubadora Empreendedora - São Paulo – SP
(11)444-5555



Eugênio Junqueira, CEO
Rua José Silva, 352
Jandira – São Paulo – SP

Arquimédes Queirós, Diretor Comercial
Rua Jander Galvão, 767 ap 25
Centro – São Paulo – SP

Dalton Santos, Diretor de Operações
Rua Tulipas , 885
Jardins – São Paulo – SP

Felício Werneck, Diretor Administrativo-Financeiro
Rua Olegário Maciel, 1562
Centro – São Caetano – SP

Este Plano de Negócios foi elaborado em Fevereiro de 2006 por Eugênio Junqueira

Cópia 3 de 7

Sumário

NEWBUSINESS CORPORATION.....	1
SUMÁRIO.....	2
1 - SUMÁRIO EXECUTIVO	3
2 - CONCEITO DO NEGÓCIO.....	5
2.1 – PRODUTO	5
2.2 – SERVIÇOS.....	5
3 - EQUIPE GERENCIAL	6
4 – MERCADO E COMPETIDORES.....	7
4.1 – ANÁLISE SETORIAL.....	7
4.1.1 - Quando, como e com que frequência é feita a compra?.....	8
4.2 – MERCADO ALVO.....	9
4.3 – PROJEÇÃO DE VENDAS	9
4.4 - NECESSIDADES ATUAIS DOS COMPRADORES	10
4.5 - ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA.....	10
4.5.1 – Principais concorrentes - Cemitério do Morumby.....	10
4.5.2 – Principais concorrentes - Cemitério Gethsemani.....	10
4.5.3 – Como os concorrentes estão organizados.....	11
4.6 – VANTAGEM COMPETITIVA	11
5 - MARKETING E VENDAS	11
5.1 – PREÇO.....	11
5.2 – PRAÇA	13
5.3.1 – Plano de Mídia.....	13
6. ESTRUTURA E OPERAÇÕES.....	15
6.1-ÍNFRA-ESTRUTURA E LOCALIZAÇÃO	15
6.2 - QUESTÕES AMBIENTAIS	16
6.3-ORGANOGRAMA.....	17
6.4-POLÍTICA DE RH	17
7. CRESCIMENTO.....	17
7.1 – ANÁLISE ESTRATÉGICA – SWOT	17
7.2 – OBJETIVOS	18
7.3 – META	19
7.4 – DEFINIÇÃO ESTRATÉGICA	19
7.5- CRONOGRAMA	19
8 - PLANEJAMENTO FINANCEIRO.....	21
8.1 – GASTOS COM O EMPREENDIMENTO.....	21
8.2 – EVOLUÇÃO DOS RESULTADOS FINANCEIROS (EM R\$ MILHARES).....	21
8.3 – EVOLUÇÃO DO CAIXA (EM R\$ MILHARES)	23
8.4 – RENTABILIDADE DO INVESTIMENTO	23
8.5 – INVESTIMENTOS (EM R\$ MILHARES)	24

1 - Sumário Executivo

Conceito do Negócio

O Cemitério New Business é um cemitério-parque, horizontal, ecumênico, a ser instalado no Município de Jandira, destinado ao atendimento das classes sociais A e B da região de Alphaville e condomínios adjacentes.

A sua localização é extremamente estratégica, pelo fato de ser único na região. Assim como a ampla variedade e qualidade dos serviços que serão oferecidos, auxiliando para que o produto se posicione junto às classes A e B.

Equipe de Gestão

A equipe de gestão é composta por profissionais com grande experiência técnica e administrativa em empresas dos segmentos de tecnologia e telecomunicações e em agências de publicidade, possuindo excelente formação e relacionamento com pessoas, estando motivada para tornar o Cemitério New Business uma empresa de sucesso.

Mercado e Competidores

O mercado de túmulos é crescente, especialmente com a tendência de envelhecimento da população e conseqüente aumento do número de mortes. Também é visível no mercado a existência cada vez maior de clientes que, preocupados com o bem estar da família, realizam um planejamento prévio e adquirem túmulos ainda em vida.

Esse mercado, também vem se segmentando, abrindo espaço para estabelecimentos que ofereçam vasta gama de serviços e estejam localizadas em áreas próximas à população das classes A e B, fato que hoje já ocorre na região do Morumbi com muito sucesso.

Marketing e Vendas

O principal diferencial do Cemitério NewBusiness é o pioneirismo na região onde será instalado e o nível de serviços que oferecerá. Dessa forma seu preço será compatível aos

concorrentes localizados em outras áreas da cidade, porém distantes do Cemitério NewBusiness.

A estratégia de promoção será implementada através de um plano de mídia definido e diversificado, com foco nas vendas pessoais e Marketing Direto (Telemarketing e catálogos), além de parcerias estratégicas com funerárias e instituições religiosas.

Estrutura e operações

O Cemitério NewBusiness estará localizado em uma área de 242.000 metros quadrados, às margens de avenidas no município de Jandira. Ele contará com 40.000 jazigos, o que resulta uma capacidade mínima de 120.000 sepultamentos.

Estratégia de Crescimento

A estratégia do empreendimento é ganhar mercado e ser o líder na região de Alphaville, com o oferecimento de um melhor serviço associado à localização próxima. Após esta etapa, o foco será o mercado formado pelas cidades vizinhas.

Previsões dos Resultados Financeiros e Investimentos

O Capital total para o empreendimento será de R\$ 26.000.000,00, sendo que o capital necessário para a compra do terreno e realização das obras nos 2 primeiros anos, por volta de R\$ 10.000.000,00, será provido pelos sócios. O capital restante, R\$ 16.000.000,00 deverá ser aportado por investidores.

Além das receitas provenientes da venda dos jazigos, outra fonte muito importante neste negócio é a taxa de manutenção, que irá garantir um fluxo de caixa constante, mesmo depois que todas as unidades tenham sido vendidas.

2 - Conceito do Negócio

O *Cemitério NewBusiness* será um cemitério-parque, horizontal, ecumênico, seguindo um conceito moderno, que oferecerá funcionalidade, comodidade e segurança aos usuários.

Ele estará destinado ao atendimento das classes sociais A e B, e será pioneiro na região de Alphaville e condomínios adjacentes.

2.1 – Produto

O cemitério é destinado a todas as nacionalidades, crenças e raças. O respeito ao ser humano tanto em vida, quanto em memória, será a característica principal deste empreendimento.

O produto será oferecido em forma de jazigos, que estarão divididos em 3 categorias, visando o atendimento das classes A/B.

Standard – 3 gavetas

Especial– 6 gavetas

Nobre – 9 gavetas

2.2 – Serviços

O *Cemitério NewBusiness* trabalhará dentro de uma categoria de oferta caracterizada como *híbrida*, ou seja, consiste tanto em bens tangíveis quanto em serviços. Sua oferta está associada a serviços secundários, os quais oferecem uma infra-estrutura completa, gerando plena comodidade aos seus usuários.

Entre os serviços oferecidos teremos:

- Sala de velório (padrão luxo)
- Apartamento de repouso para familiares
- Capela ecumênica (todas as religiões)

- ❑ Velório e cinerário para armazenamento de cinzas
- ❑ Cafeteria com funcionamento 24 horas
- ❑ Acesso ao velório pela Internet e assinatura virtual do livro de presença
- ❑ Segurança total, contra violações ou vandalismos.

3 - Equipe Gerencial

A equipe de gestão do Cemitério NewBusiness é composta pelos quatro sócios fundadores, eles contam com excelente formação e experiência profissional.

Eugênio Junqueira, 37 Anos, CEO.

❖ Experiência

- Atuou como diretor de empresas renomadas como Vale do Rio Doce e Lojas Americanas.

❖ Educação

- MBA executivo - FGV
- Graduado em Economia - UNESP

Arquimedes Queirós, 28 Anos, Diretor Comercial.

❖ Experiência

- Atuou como gerente de marcas da Unilever por 3 anos.

❖ Educação

- Marketing, Ph. D. Program - Yale University
- Mestrado em Administração de Empresas – FEA/ USP

- Engenharia de Produção – USP

Dalton Santos, 45 Anos, Diretor de Operações.

❖ **Experiência**

- Experiência na elaboração de planos de negócios em empresas como Sony e Ericsson. Atuou como consultor independente por 9 anos.

❖ **Educação**

- Doutorado em Empreendedorismo – USP
- Mestrado em planejamento de marketing – ESPM
- Graduado em Administração de empresas - PUCSP

Felício Werneck, 39 Anos, Diretor Administrativo-Financeiro.

❖ **Experiência**

- Trabalhou por oito anos na área de análise de investimentos no Bank Boston e por seis anos como gerente no Banco do Brasil.

❖ **Educação**

- Mestre em Análise de Investimentos – UFRJ
- MBA executivo IBMEC
- Graduado em Economia - Unicamp

4 – Mercado e Competidores

4.1 – Análise Setorial

Embora a hora da morte seja um tabu para muitos preparar-se para o momento é fundamental. Em geral, no período que precede um falecimento, as famílias ficam

sobrecarregadas com elevadas despesas médicas. Além disso, o desgaste emocional dificulta o cuidado com os aspectos burocráticos do sepultamento. Por isso, a compra antecipada de túmulos e serviços funerários é cada vez mais comum.

Em muitos cemitérios, a compra de jazigos antecipadamente dá direito a desconto e facilidades no pagamento. Em geral, as condições de pagamento são facilitadas para tornar possível a aquisição de um jazigo anos antes da hora: se paga uma entrada de 20% do valor total do lóculo e o restante pode ser parcelada em até 50 meses. A condição é viabilizada, pois quem adquire preventivamente tende a não deixar de honrar seus compromissos. Quem contrata o túmulo para pronto-atendimento, como os administradores referem-se às situações de emergência, dará um sinal de 40% e o restante será parcelado em 24 meses. Estima-se que cerca de 70% das vendas são preventivas.

Há ainda outro meio comum de comercialização. Famílias proprietárias de túmulos antigos podem revendê-los diretamente aos interessados. Mas há regras para esse procedimento. Na maioria das vezes, os jazigos só podem ser repassados em cemitérios particulares. “Quando o cemitério é público, apenas a Prefeitura pode dar a concessão”. Nos particulares, a transferência costuma ser feita mediante o pagamento de uma taxa. No Cemitério Getsêmani, no bairro do Morumbi, em São Paulo, o repasse custa 10% do valor do túmulo. Ali, o menor jazigo, para dois corpos, custa R\$ 10,8 mil.

4.1.1 - Quando, como e com que freqüência é feita a compra?

A aquisição de jazigos pode ocorrer em dois momentos, a saber:

Compra planejada, neste caso o comprador efetua diversas pesquisas, quanto à localização, custo de aquisição, custo de manutenção entre outros. O comprador ao decidir adquirir um jazigo, se planeja adequadamente e possui recursos que permitam tal investimento. Frequentemente este comprador adquire jazigos com capacidade igual ou superior a três gavetas, pois o seu principal objetivo é resguardar a segurança da família.

Compra emergencial, ocorre quando a família se depara com o falecimento de um ente querido e não possui local para o sepultamento. Este é um momento de grande dificuldade e as pessoas não possuem tempo para a decisão e a escolha detalhada. É muito comum nestes

momentos que as pessoas não estejam preparadas financeiramente para as despesas de funerária e para a aquisição de jazigos. A prefeitura oferece o serviço gratuito de sepultamento em cemitérios públicos, porém o serviço não permite a escolha de local, sendo que após três anos o corpo será exumado e ser destinado a um ossário. Para evitar este destino muitos acabam optando por um jazigo modesto em um cemitério particular. Em geral são jazigos de apenas uma gaveta. A decisão esta baseada em dar um destino compatível com a classe social.

4.2 – Mercado Alvo

Dessa forma será considerado público alvo os profissionais liberais, executivos e empresários, a partir de 35 anos, que se encontrem em uma fase profissional ascendente ou já estabilizados economicamente.

Esse público estará concentrado basicamente na região de Barueri e Jandira, formado pelos condomínios Alphaville, Tamboré e Aldeia da Serra.

Serão focadas as pessoas preocupadas com o futuro próprio e de seus familiares, que buscam fazer um planejamento adequado a fim de evitar transtornos futuros a seus entes.

Também será focada a economia a ser realizada com a compra prévia de jazigos, investimento esse que teve uma valorização de 300% nos últimos 20 anos.

4.3 – Projeção de vendas

PROJEÇÃO DE VENDAS (UNIDADES) – ANO 1

PRODUTO	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Standard				26	26	26	40	40	40	53	53	53	357
Especial				8	8	8	11	11	11	15	15	15	102
Nobre				4	4	4	6	6	6	8	8	8	54

TOTAL				38	38	38	57	57	57	76	76	76	513
--------------	--	--	--	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	------------

* A demonstração relativa aos demais anos encontra-se no “Anexo 6 – Análise econômica e financeira”.

4.4 - Necessidades atuais dos compradores

Atualmente o público potencial tem se dirigido para locais que oferecem serviços semelhantes aos propostos, porém com um item de desconforto que é a localização, sendo necessário o deslocamento para outras regiões.

Dessa maneira fica clara a necessidade de um local que ofereça os padrões de serviços propostos e esteja localizado próximo aos condomínios de luxo da região de Alphaville.

4.5 - Análise da concorrência

4.5.1 – Principais concorrentes - Cemitério do Morumby

O Cemitério do Morumby foi fundado em 1968 sendo o primeiro cemitério-parque da América do Sul, ele conta com uma área total de 300.000 m², amplo estacionamento interno e externo com segurança 24 horas por dia. Para o conforto dos visitantes, lanchonete e floricultura, além de salas de repouso e acesso total às dependências para deficientes físicos. Há uma equipe gerencial sempre pronta para uma orientação especializada nos procedimentos.

4.5.2 – Principais concorrentes - Cemitério Gethsemani

O nome tem origem hebraica que significa "Jardim Das Oliveiras", um dos locais prediletos de oração para Jesus, que ao se aproximar o dia de sua morte, subiu ao Gethsêmani para pedir ao seu Pai que tornasse seu cálice menos amargo.

Seu conceito supera o tradicional permitindo que o cliente ao visitá-lo, o faça por satisfação e não por obrigação. Sua superfície atinge uma área de 135.000 m², com um projeto arquitetônico e paisagístico ímpares, proporcionando um ambiente de paz e tranquilidade aos visitantes.

O Cemitério Gethsêmani está localizado no bairro do Morumbi, atrás do Colégio Santo Américo e a poucas quadras do Estádio do São Paulo F.C, tornando-se mais um concorrente a se localizar a uma distancia aproximada de 60 km.

4.5.3 – Como os concorrentes estão organizados

O Cemitério Morumbi foi fundado em 1968 sendo o primeiro cemitério-parque da América do Sul e é formado por magníficos arranjos paisagísticos e uma bela arquitetura, tornando-se um ambiente agradável para os visitantes.

O Cemitério Gethsemani está dividido em zonas, no total de seis, com passarelas calçadas entre os jazigos, permitindo o acesso sem que seja necessário pisar nos demais. A denominação das ruas e avenidas, todas tiradas da Bíblia, são lugares onde Cristo fez sua peregrinação, tais como: Estrada de Belém, Carfanaum, Damasco, Jericó, Jerusalém, Calvário; demonstrando os vínculos com a fé cristã e esperança na vida eterna.

Perpetuidade: Concessão perpétua, conforme contrato, não tendo carência de uso e transmitido de geração a geração.

4.6 – Vantagem Competitiva

O Cemitério NewBusiness terá como diferencial sua localização, além dos serviços de primeira linha prestados, sendo isso considerado grande diferencial, especialmente para o público A/B

5 - Marketing e Vendas

5.1 – Preço

O posicionamento está orientado pela qualidade conjuntamente com o mix, ou seja, produtos e serviços de alta qualidade e valor agregado à nossa oferta. A política de determinação dos preços passa por uma seleção dos objetivos, estabelecendo a demanda *versus* custos *versus* preços e o potencial do mercado já considerando os agentes da concorrência.

Os preços serão comparáveis aos praticados pela concorrência, uma vez que o Cemitério NewBusiness oferecerá o mesmo nível de serviços, estando localizado em uma área tão nobre quanto os principais concorrentes.

Preços:

Standard R\$ 6.500,00

Especial R\$ 7.500,00

Nobre R\$ 8.500,00

Condições Comerciais:

Preços acima são para pagamento à vista ou 5 X sem juros.

Financiamentos podem ocorrer diretamente na compra em até 18 meses em parcelas de R\$ 450,00 mensais fixas para o plano Standard, R\$ 520,00 mensais fixas para o plano Especial e R\$ 590,00 mensais fixas para o plano Nobre.

Será cobrada também uma taxa de manutenção semestral de R\$180,00, corrigida anualmente pelo IGP-M. A taxa inclui os seguintes serviços:

- Varrição
- Coleta de resíduos
- Podas de árvores e arbustos
- Pintura das guias e roda pé de jardins
- Pintura geral
- Dedetização

Será cobrada também uma taxa de administração e do construtor de R\$100,00 todas as vezes que forem utilizados os jazigos.

5.2 – Praça

Através de análises e pesquisas de campo, definimos que o mercado alvo para os 3 primeiros anos será Alphaville e Tamboré, com ampliação gradativa nos próximos anos às cidades vizinhas:

FOCO POR CIDADE

Cidades	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8
Alphaville/Tamboré	X	X	X	X	X	X	X	X
Aldeia da Serra				X	X	X	X	X
Barueri						X	X	X
Carapicuíba								X
Itapevi					X	X	X	X
Jandira					X	X	X	X
Santana do Parnaíba								X

5.3 – Promoção (Comunicação)

Foi estruturado um plano de mídia utilizando-se das principais formas de comunicação como: propaganda, publicidade, vendas pessoais e marketing direto (folders, telemarketing e catálogos). Todo este processo foi elaborado identificando um público alvo bem definido: possíveis compradores e pessoas que decidem ou influenciam em suas decisões. As mídias selecionadas foram todas determinadas no prazo de 12 meses.

5.3.1 – Plano de Mídia

TV Alphaville

Serão duas inserções por dia, de 1 (um) minuto cada, no canal comunitário que abrange todas as regiões mencionadas no item 5.2, por um período de 12 meses.

O custo por inserção é de R\$ 150,00 por minuto, totalizando R\$108.000,00 ao ano.

Jornal Página Zero

Serão 4 inserções mensais, sendo 1 por semana, às sextas-feiras de página inteira durante 12 meses. O Página Zero é um jornal que abrange Alphaville e todas as cidades ao redor. Sua distribuição é feita por toda região, principalmente em Alphaville, nos residenciais e prédios comerciais, através do porta-a-porta, com uma tiragem de 20.000 exemplares semanais.

O custo por inserção é de R\$ 2.550,00 por anúncio, totalizando R\$122.400,00 ao ano.

Folha de Alphaville

Serão 4 inserções mensais, sendo 1 por semana, às sextas-feiras, de página inteira, durante 12 meses. O jornal abrange Alphaville e sua distribuição é feita nos residenciais e prédios comerciais, através do “porta-a-porta”, com uma tiragem de 20.000 exemplares semanais.

O custo por inserção é de R\$ 2.300,00 por anúncio, totalizando R\$110.400,00 ao ano.

Tudoalpha.com.br

Portal que abrange toda região de Alphaville e adjacências (ver quadro no item 5.2)

O anúncio será feito em forma de banner com link para obtenção de todas as informações relativas ao empreendimento. Este banner aparece toda vez que houver um acesso ao portal.

O Custo por assinatura é de R\$ 100,00 por mês, totalizando R\$ 1.200,00 ao ano.

Esta previsto um coquetel de lançamento para 200 a 300 pessoas, com custo estimado de R\$ 50.000,00.

5.4 – Estratégia de Vendas

- ❑ Venda direta: 2 pessoas alocadas no próprio empreendimento
- ❑ Custo estimado: salário fixo – R\$ 2.500,00 + comissão de 1% sobre cada venda.

- ❑ Custo estimado de R\$ 60.000,00 por ano
- ❑ Telemarketing: Estrutura composta por 4 pessoas para realizar o atendimento e vendas por telefone.
- ❑ Custo estimado de R\$ 33.600,00 por ano
- ❑ Parceiros estratégicos: funerárias e instituições religiosas

6. Estrutura e operações

6.1-Infra-Estrutura e localização

O *Cemitério NewBusiness* estará localizado às margens de avenidas do município de Jandira, de modo a evitar que os féretros causem transtornos ao tráfego rápido e intenso das rodovias que o circundam.

O projeto do *Cemitério NewBusiness* contempla as seguintes instalações e obras:

- ❑ recepção e portaria
- ❑ capela ecumênica com área de 50 m² (cinquenta metros quadrados)
- ❑ sala para acendimento de velas (velário) com área de 12 m² (doze metros quadrados)
- ❑ vagas de estacionamento para 250 (duzentos e cinquenta) automóveis
- ❑ 6 (seis) salas de velórios com área de 40 m² (quarenta metros quadrados) cada
- ❑ 6 (seis) sanitários
- ❑ apartamento de repouso para os familiares
- ❑ enfermaria
- ❑ outras instalações exigíveis para a realização da atividade

A área do terreno será 10 (dez) alqueires paulistas ou 242.000 metros quadrados, com declividade de, no máximo, 10% (dez por cento), encontrando-se acima do lençol freático em, no mínimo, 10 m (dez metros), conforme estudos preliminares já realizados.

O Cemitério NewBusiness contará com 40.000 (quarenta mil) jazigos, com capacidade mínima de 120.000 (cento e vinte mil) sepultamentos, atendendo a todas as regulamentações técnicas baixadas pelos órgãos públicos competentes. A distância entre jazigos será de no mínimo 15 cm (quinze centímetros), para cada agrupamentos de 50 (cinquenta) jazigos, e distância de 1,00 m (um metro) entre os agrupamentos;

6.2 - Questões ambientais

A gleba onde será construído o *Cemitério NewBusiness* cumpre as diretrizes ambientais, de uso do solo urbano, urbanísticas e outras, emitidas pela Secretaria Municipal de Planejamento e Gestão Ambiental e Secretaria Estadual de Meio Ambiente, além da **CETESB** - Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental.

O *Cemitério NewBusiness* terá rede de captação e reaproveitamento de águas pluviais, de modo a não causar impactos com as suas impermeabilizações do solo, ocasionados pelas construções em geral, mediante aprovação prévia dos sistemas de contenção e reaproveitamento das águas de chuvas, pela Secretaria Municipal de Infra-Estrutura.

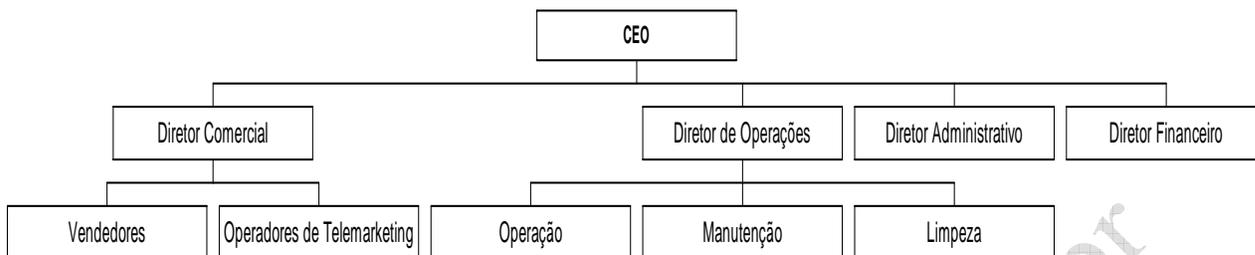
Os arruamentos do cemitério contarão com via periférica circundando internamente toda a área e vias auxiliares entre setores.

Será elaborado um projeto paisagístico detalhado compreendendo recomposições arbóreas nas áreas verdes, sistema de arborização de vias internas e externas de entorno, áreas gramadas e demais áreas de interesse paisagístico, com no mínimo 20% da área global.

Os impactos ambientais estão detalhados no “Anexo 1 – Cemitério e a questão ambiental”.

As normas ambientais seguidas para a escolha do terreno estão descritas no “Anexo 2 Legislações Pertinentes”.

6.3-Organograma



6.4-Política de Rh

A política de remuneração da empresa foca a remuneração variável para o CEO e diretorias, sendo que esses terão participação acionária na empresa. Dessa maneira eles terão uma remuneração fixa condizente com o mercado e terão participações no lucro de acordo com sua participação acionária no empreendimento.

Já os funcionários contratados terão apenas remuneração fixa, com exceção dos vendedores que receberão porcentagem das vendas que realizarem.

7. Crescimento

7.1 – Análise estratégica – SWOT

A análise estratégica deste empreendimento está definida como um negócio ideal, boas oportunidades e poucas ameaças.

Análise Interna	
Forças	Fraquezas

Qualidade Produto	Participação Mercado
Qualidade Serviço	Disponibilização Capital
Efetividade das inovações	Fluxo de Caixa
Cobertura Geográfica	Capacidade construir no prazo
Orientação Empreendedora	Habilidade Técnica construção
Efetividade na formação preço	Reputação da Empresa
Condições Comerciais facilitadas	
Baixo Custo Financiamento Vendas	

Análise Externa	
Oportunidades	Ameaças
Serviços Inovadores e diferenciados	Legislação não emitir a licença para construir o cemitério
Região privilegiada	Problemas ambientais
Não há produto similar na região	Depressão econômica prolongada
Preço competitivo	
Baixo custo	

7.2 – Objetivos

- ❑ Ganhar mercado e ser líder na região
- ❑ Oferecer os melhores produtos e serviços em jazigos

- ❑ Atingir ponto equilíbrio a partir de 50 meses
- ❑ Obter retorno sobre o investimento em 52 meses
- ❑ Maximizar as vendas nos 2 (dois) primeiros anos

7.3 – Meta

- ❑ Ampliar a base de clientes para cidades vizinhas
- ❑ Desenvolver meios de comunicação para atingir o público esperado
- ❑ Consolidar a construção de 50% dos jazigos nos 3(três) primeiros anos
- ❑ Investir em treinamento para as equipes de vendas

7.4– Definição estratégica

- ❑ Ter plano de mídia definido e diversificado
- ❑ Focar nas vendas pessoais e Marketing Direto (Telemarketing e catálogos)
- ❑ Cumprir cronograma da obra
- ❑ Assegurar os prazos de entregas estipulados
- ❑ Ter política preço e condições comerciais
- ❑ Construir a imagem da empresa
- ❑ Evidenciar a qualidade dos serviços

7.5- Cronograma

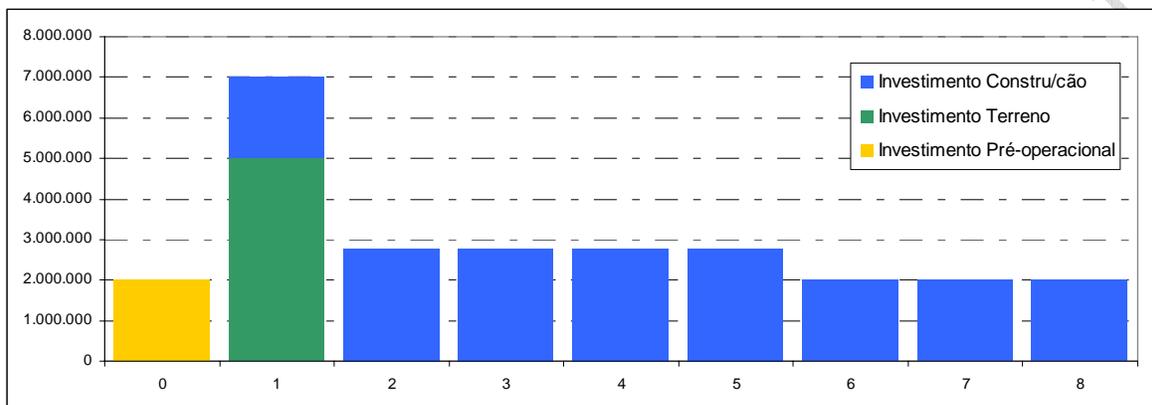
Este cemitério-parque tem seu prazo total de implementação estimado em no máximo 8 (oito) anos. Os jazigos serão construídos à medida que forem sendo vendidos aos clientes, sempre existindo uma meta mínima anual de construção e entrega. O início das atividades comerciais será em um ano, como detalhado no cronograma de construção.

CONCLUSÃO DAS OBRAS	1º ANO	2º ANO	3º ANO	4º ANO	5º ANO	6º ANO	7º ANO	8º ANO
RECEPÇÃO	Concluído							
PORTARIA	Concluído							
VELÓRIOS	1 sala	2 salas		3 salas	4 salas		5 salas	6salas
SANITÁRIOS	Concluído							
ENFERMARIA			Concluído					
ESTACIONAMENTO DE VEÍCULOS	20 % concluído	50 % concluído	80 % concluído	100 % concluído				
VIAS INTERNAS PAVIMENTADAS	10 % concluído	20 % concluído	30 % concluído	40 % concluído	50 % concluído	60 % concluído	80 % concluído	100 % concluído
PAISAGISMO		20 % concluído	30 % concluído	40 % concluído	50 % concluído	70 % concluído	100 % concluído	
MOBILIÁRIO	10 % concluído	20 % concluído	30 % concluído	40 % concluído	50 % concluído	60 % concluído	80 % concluído	100 % concluído
ILUMINAÇÃO	10 % concluído	20 % concluído	30 % concluído	40 % concluído	50 % concluído	60 % concluído	80 % concluído	100 % concluído
FECHAMENTOS DE CONTORNO	10 % concluído	20 % concluído	30 % concluído	40 % concluído	50 % concluído	60 % concluído	80 % concluído	100 % concluído
MUROS DE FECHAMENTO	25 % concluído	50 % concluído	80 % concluído	100 % concluído				
CAPELA	50 % concluído	100 % concluído						
REDES DE CAPTAÇÃO E REAPROVEITAMENTO DE ÁGUA PLUVIAL		25 % concluído	50 % concluído	75 % concluído	100 % concluído			

8 - Planejamento financeiro

8.1 – Gastos com o Empreendimento

Investimentos								
0	1	2	3	4	5	6	7	8
2.000.000	6.997.560	2.788.960	2.788.960	2.788.960	2.779.960	2.006.960	2.000.000	2.000.000

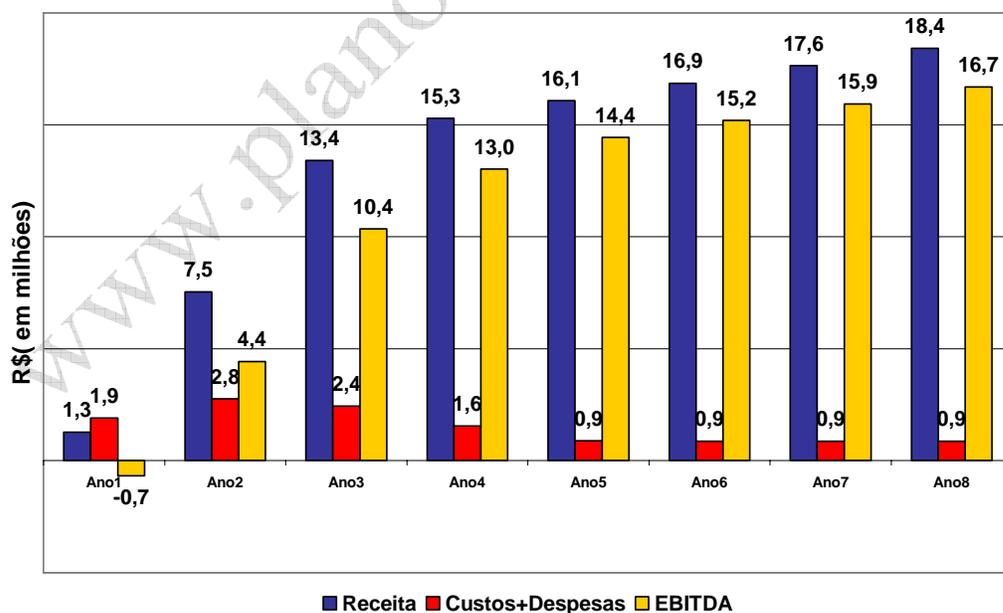


8.2 – Evolução dos Resultados Financeiros (em R\$ milhares)

Profit and Loss	Ano1	Ano2	Ano3	Ano4	Ano5	Ano6	Ano7	Ano8
Receita Bruta								
Valor recebido de venda	1.278	7.309	12.624	13.745	13.745	13.745	13.745	13.745
Valor Recebido de Manutenção	34	376	1.064	1.860	2.657	3.454	4.251	5.048
Outrs receitas	0	0	0	0	0	0	0	0
Receita Total	1.312	7.685	13.687	15.605	16.402	17.199	17.996	18.792
Perda com Pagadores Duvidosos (2%)	26	154	274	312	328	344	360	376
RECEITA BRUTA TOTAL	1.286	7.531	13.413	15.293	16.074	16.855	17.636	18.417
Deduções								
Impostos (ISS, PIS, COFINS)	60	350	624	711	747	784	820	856
(-) Total de Deduções	60	350	624	711	747	784	820	856
RECEITA LÍQUIDA	1.226	7.181	12.790	14.582	15.327	16.071	16.816	17.560
Custos Operacionais								
Salários e Ordenados	166	166	166	166	166	166	166	166
Encargos Trabalhistas	139	139	139	139	139	139	139	139
Despesas com Depreciação	0	0	0	0	0	0	0	0
Produtos para manutenção	6	6	6	6	6	6	6	6
Produtos de Limpeza	2	2	2	2	2	2	2	2
Serviços de Manutenção	4	4	4	4	4	4	4	4
(-) Total de Custos Operacionais	317	317	317	317	317	317	317	317
LUCRO BRUTO	910	6.864	12.473	14.265	15.010	15.754	16.499	17.243
MARGEM BRUTA	0	0	0	0	0	0	0	0
Despesas Operacionais								

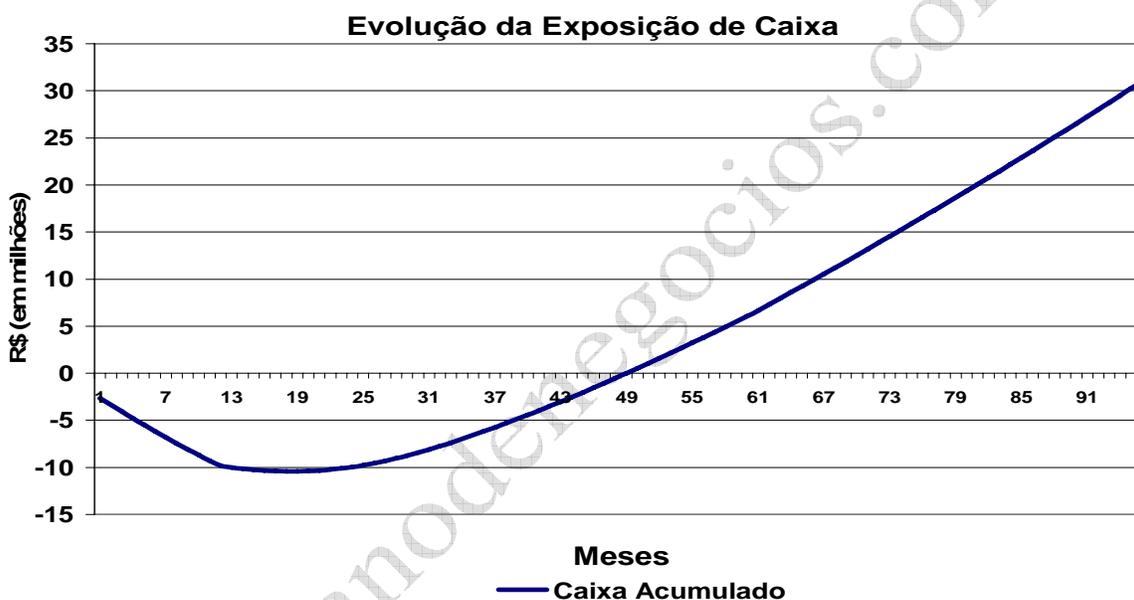
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	332	332	332	332	332	332	332	332
Salários e Ordenados	166	166	166	166	166	166	166	166
Encargos Trabalhistas	139	139	139	139	139	139	139	139
Telefone	3	3	3	3	3	3	3	3
Materiais de escritório	1	1	1	1	1	1	1	1
Pequenas necessidades de caixa	4	4	4	4	4	4	4	4
Correio	12	12	12	12	12	12	12	12
Assistencia Contábil/Fiscal	6	6	6	6	6	6	6	6
Gastos gerais/ Outros	1	1	1	1	1	1	1	1
DESPESAS COMERCIAIS	230	230	230	230	230	230	230	230
Salários e Ordenados	120	120	120	120	120	120	120	120
Encargos Trabalhistas	101	101	101	101	101	101	101	101
Telefone	10	10	10	10	10	10	10	10
(-) Total de Despesas Operacionais	1.585	2.443	2.120	1.238	571	562	562	562
LUCRO OPERACIONAL	(675)	4.421	10.353	13.027	14.439	15.192	15.937	16.681
MARGEM OPERACIONAL	(0)	0	0	0	0	0	0	0
LUCRO ANTES DO IR	(675)	4.421	10.353	13.027	14.439	15.192	15.937	16.681
Impostos								
Imposto de Renda	28	1.105	2.588	3.257	3.610	3.798	3.984	4.170
Contribuição Social	10	398	932	1.172	1.300	1.367	1.434	1.501
LUCRO LÍQUIDO (NET PROFIT)	(713)	2.918	6.833	8.598	9.530	10.027	10.518	11.010
EBTIDA	(675)	4.421	10.353	13.027	14.439	15.192	15.937	16.681
EBTIDA (%)	-52%	59%	77%	85%	90%	90%	90%	91%

Evolução dos Resultados Econômicos



8.3 – Evolução do Caixa (em R\$ milhares)

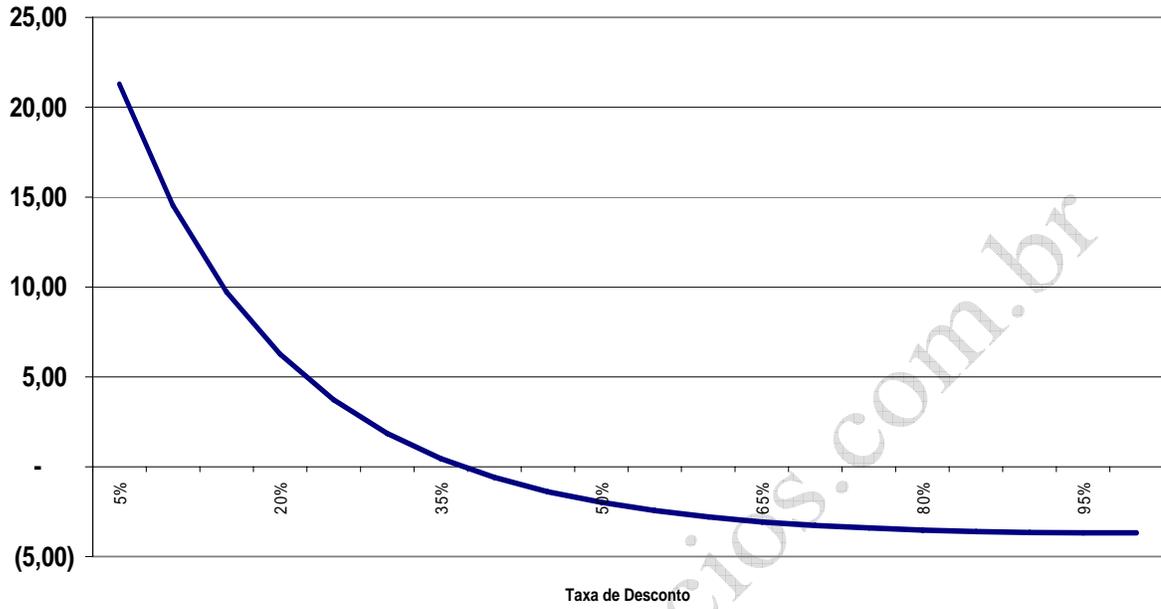
	Ano1	Ano2	Ano3	Ano4	Ano5	Ano6	Ano7	Ano8
LUCRO LÍQUIDO (NET PROFIT)	(713)	2.918	6.833	8.598	9.530	10.027	10.518	11.010
(+) Variação do Capital de Giro	(110)	(270)	(250)	(174)	(182)	(190)	(197)	(205)
(+) Depreciação	0	0	0	0	0	0	0	0
(-) Total Investimento	8.998	2.789	2.789	2.789	2.780	2.007	2.000	2.000
Investimento (Construção)	1.998	2.789	2.789	2.789	2.780	2.007	2.000	2.000
Investimento Pré-Operacional	2.000	0	0	0	0	0	0	0
Investimento Terreno	5.000	0	0	0	0	0	0	0
CAIXA GERADO	(9.820)	(141)	3.794	5.635	6.568	7.830	8.321	8.804
CAIXA ACUMULADO	(9.820)	(9.961)	(6.167)	(532)	6.037	13.867	22.188	30.992



8.4 – Rentabilidade do Investimento

ÍNDICES FINANCEIROS	Taxas de Desconto - % A.A.	
	30%	40%
Aporte	7.000.000,00	
PAYBACK (meses)	62	
BREAK EVEN (meses)	50	
TIR	16%	
Valor Presente Líquido	R\$ 1.859.375,08	(R\$ 589.487,74)

VPL (em milhões de Reais)



8.5 – Investimentos (em R\$ milhares)

