|  |
| --- |
| espaço reservado para logotipo |
| CONSULTÓRIO MÉDICO INICIALIZAÇÃO  PLANO DE NEGÓCIOS |

Criar seu próprio consultório médico é uma das decisões profissionais mais importantes que você pode tomar. Construir um consultório particular tem suas recompensas, mas há muito em jogo. Portanto, o planejamento é vital para garantir que você construa uma base de negócios sólida que levará a um início bem-sucedido, o que o ajudará a começar a tratar os pacientes e a receber pagamentos mais rapidamente. Aproveite o tempo para planejar e fazer isso desde o início; isso garantirá o seu sucesso. Ao criar um plano de negócios, certifique-se de fornecer informações suficientes para que seu possível investidor obtenha um instantâneo completo de seus planos projetados. O exercício de criar um plano de negócios oferece vários benefícios que superam em muito o investimento de tempo:

* O processo de pensar e escrever o plano fornece clareza ao seu negócio
* Se for necessário um capital que ultrapasse suas economias, os investidores vão querer ver um plano que demonstre um sólido conhecimento e visão para o seu negócio.
* O plano ajudará você a priorizar as tarefas mais importantes
* Com crescimento, o plano oferece um entendimento comum da visão para novos líderes
* É algo que você deve analisar e atualizar continuamente ao longo do tempo

Um plano de negócios simples para uma empresa de produtos ou serviços que está se formando agora pode ser concluído rapidamente. Escreva-o simplesmente tendo o público-alvo em mente. Ele precisa ser fácil de entender, legível e realista.

Este modelo é organizado em sete subplanos ou seções a serem concluídas.

1. Resumo Executivo
2. Visão Geral da Empresa
3. Descrição do Negócio
4. Análise de Mercado
5. Plano Operacional
6. Plano de Marketing e Vendas
7. Plano Financeiro

Recomenda-se concluir o Resumo Executivo por último, assim que as outras seções tiverem sido concluídas. Ao passar da Visão Geral da Empresa para o Plano Financeiro, a redação deve contar a história de sua motivação, sua visão, por que você será bem-sucedido, como você alcançará o sucesso e como você o medirá.

Será importante manter seu plano atualizado para que você possa ver seu progresso, comemorar seu sucesso e ajustar os pontos onde você se perdeu. Isso é feito melhor trimestralmente, se não mensalmente.

# RESUMO EXECUTIVO

**O resumo executivo** deve ser escrito por último, depois de ter concluído o restante do plano. É uma visão geral (não mais do que uma página) do seu negócio, incluindo o problema que você acha que pretende solucionar, por que sua solução é diferente, o seu cliente ideal e os resultados esperados. Você deve fornecer uma descrição de alto nível e otimista da sua empresa. Se você estiver buscando investimento, inclua o quanto você quer, para quê vai usar o montante e como ele tornará o negócio mais lucrativo.

Pense nisso como a primeira coisa que um potencial investidor lê, por isso deve ganhar seu interesse nos primeiros cinco minutos.

Você pode optar por organizá-lo usando alguns dos títulos abaixo.

* **Oportunidade:** Que problema você vai resolver?
* **Missão:** Identifique o que a empresa pretende fazer para clientes, funcionários e proprietários.
* **Sua solução:** Como o seu produto ou serviço resolverá de forma única o problema identificado?
* **Foco no mercado:** Qual mercado e clientes ideais você atingirá?
* **Rendimentos esperados:** Quais são os principais marcos para receita, lucros e clientes? Com que rapidez o investimento será devolvido?

# VISÃO GERAL DA EMPRESA

Forneça um breve resumo do seu negócio pretendido, incluindo o que ele oferece de maneira exclusiva, sua missão, como você começou, o posicionamento de mercado, a estrutura operacional e as metas financeiras. Depois de analisar esta seção, o leitor deve ter um amplo entendimento do que sua empresa está planejando fazer e como ela é organizada. Esta seção não deve ser demorada. Mantenha-a curta e sucinta. Este é o instantâneo do seu negócio.

Dependendo do tipo de negócio que você está operando, você poderá ou não precisar das seguintes seções. Inclua apenas o que você precisa e remova tudo mais.

* **Resumo da empresa:** Esta é a seção introdutória da empresa. Pense nisso como um discurso de elevador do que sua empresa representa e está planejando fazer. Inclua os objetivos da empresa e alguns dos objetivos de curto prazo.
* **Declaração de missão:** Uma declaração concisa sobre os princípios orientadores de sua empresa e o que a empresa pretende fazer para clientes, funcionários e proprietários.
* **História da empresa:** Conte a história de fundação, especialmente a história pessoal de por que a empresa foi fundada. Atualize o leitor sobre onde a empresa se encontra em relação a vendas, lucros, produtos-chave e clientes.
* **Local:** Como um consultório médico, a localização reflete diretamente o tipo de mercado que você estará atendendo. Como essa localização atrai e atende à demanda do seu mercado? Por que é uma boa localização?

* **Mercados, Produtos e Serviços:** Delineie o mercado e as necessidades que sua empresa irá abordar. Inclua descrições breves dos produtos e serviços que você vai oferecer, bem como a quais mercados e tipos de clientes você vai se direcionar. Você fornecerá mais detalhes sobre isso em uma seção posterior deste plano.
* **Estrutura Operacional:** Descreva os detalhes operacionais do seu negócio. Liste sua equipe de gerenciamento e quaisquer funcionários que você possa precisar na folha de pagamento para fazer sua empresa funcionar.
* **Objetivos financeiros:** Descreva o capital inicial necessário, receita e lucros projetados, previsão, cronograma e orçamento.

# DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

Esta seção vai primeiro definir a oportunidade de negócio. Ela deve responder a pergunta: que problema você está tentando resolver? Potencialmente, use um exemplo de caso para descrever o ponto problemático dos clientes e como eles o resolvem hoje. Se o seu produto ou serviço aborda algo que o mercado não identificou como um problema (por exemplo, um consultório odontológico que oferece atendimento noturno para famílias que trabalham), descreva também como sua solução reduz o estresse, gera economias ou traz alegria para o cliente.

Depois de enquadrar a oportunidade, descreva em detalhes sua solução (produto ou serviço) e como ela resolve esse problema e beneficia seus clientes. Essa parte também deve descrever com mais detalhes o produto ou serviço, como será fornecido, o preço e se haverá um upgrade ou extensão para ele no futuro. Se houver outros participantes importantes no mercado, como fornecedores, distribuidores ou outros, descreva-os nesta seção.

* **Oportunidade:** Descreva como você vê o mercado para o seu produto ou solução. Em um nível elevado, qual é o mercado e quem são seus participantes; são clientes ou consumidores empresariais, ou uma localização geográfica específica, etc.? (Por exemplo, há uma falta de serviços odontológicos pediátricos no mercado suburbano.) Descreva o panorama atual dos produtos ou serviços disponíveis e como seu produto ou serviço melhorará o atendimento ao paciente.
* **Visão geral do produto:** Descreva com mais detalhes, conforme necessário, suas ofertas de produtos ou serviços. Você usa tecnologias que aprimoram o processo médico atual? Ou fornecendo seus serviços de uma forma que se destaca?
* **Principais participantes e equipe de gerenciamento:** Em algumas empresas, os produtos são feitos sob medida e qualquer quebra no suprimento afetará os negócios. Pode haver contribuidores importantes para um serviço que você oferece, por isso é importante identificá-los. Identifique quaisquer parceiros estratégicos em sua empresa, como fornecedores, distribuidores, parceiros de referência ou quaisquer outros.
* **Clínico/Regulatório:** Descreva sua estratégia para obter aprovação de marketing do FDA. Você está em conformidade com todos os estudos pré-clínicos necessários para usar seus produtos e tecnologia?
* **Preços:** Informe os preços, as projeções de margem bruta e os caminhos de melhorias previstas para o seu produto ou serviço.

# ANÁLISE DE MERCADO

A análise de mercado fornece ao leitor uma compreensão de quão bem você conhece seu mercado, e se ele é grande o suficiente para dar suporte aos seus objetivos de negócios. A seção oferece uma visão geral do setor no qual sua empresa participará. Ao restringir esse setor ao cliente ideal com base em sua estratégia de negócios, você definirá seu mercado-alvo. Uma descrição detalhada e o dimensionamento do mercado-alvo ajudará o leitor a entender o valor de mercado que você está buscando (o número de clientes em potencial multiplicado pela receita média de seu produto ou serviço).

Ao definir o mercado-alvo, você identificará elementos-chave, como localização geográfica, dados demográficos, características do comprador, necessidades do seu mercado-alvo e como essas necessidades estão sendo atendidas atualmente. Se houver algum concorrente direto, isso deve ser comparado a como sua oferta irá resolver isso no futuro.

Esta seção também pode incluir uma análise SWOT (Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças), conforme necessário, para avaliar melhor a posição da sua empresa em relação à concorrência.

Dependendo do tipo de negócio que você está operando, você poderá ou não precisar das seguintes seções. Inclua apenas o que você precisa e remova tudo mais.

* **Tipo de indústria:** Comece com as descrições mais amplas de sua oportunidade de mercado. Por exemplo, você está pensando em abrir um consultório odontológico em um local suburbano ou no centro da cidade. Cada local atenderia a um mercado totalmente diferente. Por exemplo, a localização do centro da cidade provavelmente atrairia mais um perfil de trabalhador de escritório ocupado e dentro de um trajeto curto em comparação a um mercado mais familiar no local suburbano. Identifique o número de famílias ou clientes em sua região geográfica que podem se encaixar em seu grupo-alvo demográfico.
* **Segmentação de mercado:** Como um exemplo, se o seu mercado é medicina dentária, o TAM seria todo mundo que está no mercado de saúde e higiene. Como um consultório odontológico localizado nos subúrbios de Chicago, seu SAM pode ser qualquer pessoa em um raio de 25 Km que precise de cuidados e higiene dental. Finalmente, à medida que desenvolve suas ofertas exclusivas, você poderá definir seu foco ou mercado-alvo (segmento) como um consultório voltado para a saúde bucal pediátrica e familiar. Você também pode segmentar o mercado por critérios como qualidade, preço, gama de produtos, horário de funcionamento, dados demográficos, geografia e outros. Alguns outros elementos a serem considerados implicariam responder perguntas como: Seu segmento está crescendo, encolhendo ou vai se estabilizar nos próximos anos? Qual porcentagem do mercado você acha que conseguirá alcançar? Que participação no mercado você espera ter nos próximos 2 ou 3 anos? Os gráficos são melhor usados em uma seção como esta para mostrar crescimento (gráfico de linhas) ou porcentagens de mercados ou grupos (gráfico de pizza).
* **Concorrência:** Todas as empresas competem de uma forma ou de outra. Pode ser com concorrentes diretos e específicos, ou com a maneira como os clientes fazem as coisas há muito tempo. Eles resolvem seus problemas de uma maneira diferente. Em relação à concorrência, você deve identificar quem mais está fornecendo produtos ou serviços para resolver o mesmo problema que você está abordando? Quais são as vantagens da sua empresa em relação a esses concorrentes? Como a sua voz será ouvida em meio ao barulho da concorrência? Às vezes, um plano de negócios inclui uma matriz de recursos e compara como cada empresa oferece ou não esses recursos. Esta seção deve refletir sobre como sua solução é diferente e mais adequada para o mercado-alvo que você identificou do que a concorrência.
* **Análise PPOA:** Você pode incluir uma análise PPOA preenchendo as caixas abaixo para avaliar sua empresa no ambiente atual em termos de pontos fortes e fracos (interno) e oportunidades e ameaças (externo). Este é um bom exercício para realizar todo ano. Depois de concluir sua análise, forneça suas ideias: como seus pontos fortes podem ajudá-lo a maximizar as oportunidades e minimizar as ameaças; como suas fraquezas podem diminuir sua capacidade de capitalizar as oportunidades; e como suas fraquezas poderiam expor seu negócio a ameaças?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PONTOS FORTES:   * Vantagens * Funcionalidades * Ativos, pessoas * Experiência * Reserva Financeira * Proposta de valor * Preço, valor, qualidade | PPOA | PONTOS FRACOS:   * Desvantagens * Lacuna nas funcionalidades * Fluxo de Caixa * Fornecedores * Experiência * Áreas para melhorar * Causa das perdas de vendas |
| OPORTUNIDADES:   * Áreas para melhorar * Novos segmentos * Tendências do setor * Novos produtos * Novas inovações * Parceria-chave | AMEAÇAS:   * Movimento da economia * Obstáculos encontrados * Ações do concorrente * Impactos políticos * Efeitos ambientais * Perda da equipe principal * Demanda do mercado |

# PLANO OPERACIONAL

Além disso, você precisa descrever como você desenvolve e mantém uma base de clientes fiéis no presente e continuará a fazê-lo no futuro. Isso incluirá responsabilidades de gerenciamento, com datas e orçamentos, e garantir que os resultados possam ser rastreados. Quais são as fases previstas para o crescimento futuro e as capacidades que precisam ser implantadas para realizar o crescimento?

O plano operacional descreve como o seu negócio funciona. Dependendo do tipo de negócio que você possui, elementos importantes deste plano devem incluir como você leva produtos ou serviços ao mercado e como você dá suporte aos clientes. É a logística, a tecnologia e as qualidades básicas da sua empresa. Dependendo do tipo de empresa que você está iniciando, você pode ou não precisar das seções a seguir. Inclua apenas o que você precisa e remova tudo mais. Lembre-se, tente manter seu plano de negócios o mais breve possível; portanto, muitos detalhes aqui podem tornar seu plano muito longo facilmente.

* **Fornecimento e atendimento de pedidos:** Com base no tipo de negócio que você opera, descreva se você está comprando produtos acabados ou componentes de fornecedores e inclua detalhes sobre como eles são entregues e os contratos em vigor para adquiri-los. Além disso, descreva os procedimentos da sua empresa para fornecer produtos ou serviços a seus clientes. Se o inventário de mercadorias for uma parte importante para o sucesso de sua empresa, inclua uma análise de como você armazena, gerencia e controla itens-chave.
* **Pagamento:** Descreva seus termos de pagamento padrão e as formas de pagamento aceitas. Descreva os planos de preços (fixo único, recorrente, combinação ou outro) e qualquer impacto no fluxo de caixa.
* **Tecnologia:** Se a tecnologia for crítica para seus negócios, seja parte da oferta de produto ou for fundamental para fornecer um produto ou serviço, descreva as principais tecnologias que usamque são proprietárias. Se seus dados de negócios (empresa ou clientes) estiverem em risco, descreva o plano de segurança de dados em vigor, assim como qualquer backup ou recuperação no caso de um desastre ou interrupção.
* **Principais clientes:** Identifique todos os clientes importantes para o sucesso do seu negócio, independentemente da causa, que pode ser uma parceria, um volume ou uma via para um novo mercado. Também pode ser importante identificar clientes com mais de 10% das receitas da sua empresa.
* **Funcionários e organização importantes:** Descreva todas as habilidades ou experiências exclusivas exigidas de sua equipe atual. Se for importante, descreva quaisquer processos de recrutamento ou treinamento proprietários em vigor. Liste todos os funcionários-chave para o sucesso. Inclua quaisquer organogramas que deem suporte a essa seção.
* **Instalações:** Dependendo do tipo de negócio, você pode ter instalações comerciais arrendadas, próprias ou compartilhadas. Forneça uma lista destas, incluindo a finalidade e os planos futuros para instalações.

# PLANO DE MARKETING E VENDAS

Promover sua empresa, seja gerando oportunidades de vendas, seja gerando tráfego para um site ou loja, é uma das funções mais importantes de qualquer empresa. Nesta seção do plano, forneça os detalhes de como comercializar sua empresa. Descreva as principais mensagens e canais que você usa para gerar oportunidades de vendas e promover a empresa. Esta seção também deve descrever sua estratégia de vendas. Dependendo do tipo da sua empresa, você pode ou não precisar das seguintes seções. Inclua apenas o que você precisa e remova tudo mais.

* **Mensagens-chave:** Descreva as principais mensagens que elevarão seus produtos ou serviços aos olhos de seus clientes-alvo. Se você tiver exemplos de imagens colaterais ou gráficas de algumas mensagens, inclua-as.
* **Atividades de marketing:** Qual das seguintes opções de promoção oferece à sua empresa a melhor chance de reconhecimento de produto, geração de oportunidades de vendas qualificadas, tráfego de loja ou compromissos?
  + Publicidade na mídia (jornal, revista, televisão, rádio)
  + Mala direta
  + Telemarketing
  + Seminários ou conferências de negócios
  + Publicidade conjunta com outras empresas
  + Palavra de boca em boca ou anúncios fixos
  + Marketing digital, como mídias sociais, email ou SEO
  + Consulta ou limpeza inicial gratuita para novos clientes
  + Seminários e reuniões do grupo de saúde
* **Estratégia de Vendas:** Se necessário, qual será a sua abordagem de vendas? Haverá vendedores comissionados em tempo integral vendedores, vendas de contrato ou outra abordagem?

# PLANO FINANCEIRO

A criação do plano financeiro é onde todo o planejamento de negócios começa a fazer sentido. Até este ponto, você identificou o mercado-alvo e os clientes-alvo, juntamente com os preços. Esses itens, juntamente com suas suposições, ajudarão você a estimar sua previsão de vendas. O outro lado do negócio será quais despesas você espera incorrer. Isso é importante em uma base contínua para ver quando você é rentável. Também é importante que você inicie o seu negócio, saiba quais despesas você precisará financiar antes que as vendas ao cliente ou o dinheiro que elas geram sejam recebidos.

No mínimo, esta seção deve incluir seus custos iniciais estimados e os lucros e perdas projetados, juntamente com um resumo das suposições que você está fazendo com essas projeções. As suposições devem incluir as vendas iniciais e contínuas, juntamente com o tempo destas em fluxos.

Você deve configurar seu plano financeiro da seguinte forma:

1. **Custos Iniciais Projetados:** O que você precisa gastar para começar? A tabela abaixo mostra uma exemplo de itens de custo contínuos e únicos que você pode precisar para abrir sua empresa. Muitas empresas são pagas em crédito ao longo do tempo e não têm dinheiro entrando imediatamente. É importante estimar quando o dinheiro começará a fluir para a empresa fazendo suposições sobre quantos meses de itens recorrentes, além de despesas individuais, você terá que economizar com a economia ou um investimento inicial. Há uma tabela em branco no Apêndice para você completar suas próprias projeções de custos iniciais.
2. **Orçamento Real:** O que você é capaz de gastar? Se você tiver um pouco mais de dinheiro para o orçamento, esse plano poderá incluir equipamentos ou equipes que você gostaria de ter.
3. **Lucros/Perdas Projetados:** Isto ajudará você a determinar onde você pode economizar mais, e onde pode alocar seus lucros para melhorias quando o seu negócio se tornar lucrativo.
4. **Escolha seus especialistas, configuração financeira e administrativa e credenciamento:** Há três pessoas que serão inestimáveis em guiá-lo para a inicialização do seu consultório: seu contador/conselheiro fiscal, um consultor jurídico e um consultor de inicialização de consultório. Esses especialistas ajudarão você a:
   1. Realizar corretamente o seu credenciamento junto aos órgãos fiscais
   2. Configurar, planejar e ajudar a executar seu marketing
   3. Servir como um único ponto de contato para você, fornecedores e gerentes de projeto
   4. Negociar com fornecedores
   5. Contratar e treinar funcionários

| CUSTOS DE INICIALIZAÇÃO – CONSULTÓRIO MÉDICO | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ITENS DE CUSTO | DATA DE VENCIMENTO | ORÇAMENTO | REAL | SOB/SOB |
|  | | | | |
| ADMINISTRATIVO/GERAL |  |  |  |  |
| Licenças/Registro |  | R$ 750 |  |  |
| Autorizações |  | R$ 1.500 |  |  |
| Seguro |  | R$ 3.400 |  |  |
| Assessoria jurídica |  | R$ 300 |  |  |
| Consultor Empresarial |  | R$ 2.500 |  |  |
| Treinamento |  | R$ 2.000 |  |  |
| Software (Geral) |  | R$ 500 |  |  |
| Diversos |  |  |  |  |
| LOCALIZAÇÃO/ESCRITÓRIO |  |  |  |  |
| Aluguel/Arrendamento de Espaço |  | R$ 50.000 |  |  |
| Custos de Utilitários |  | R$ 2.500 |  |  |
| Configuração do telefone e Custo anual |  | R$ 410 |  |  |
| Móveis |  | R$ 15.000 |  |  |
| Equipamento Médico |  | R$ 150.000 |  |  |
| Hardware |  | R$ 10.000 |  |  |
| Software (CRM, imagens, etc.) |  | R$ 7.000 |  |  |
| Taxas de Instalação |  | R$ 5.000 |  |  |
| Inventário Inicial (produtos farmacêuticos) |  | R$ 100.000 |  |  |
| Suprimentos de enfermagem (luvas, etc.) |  | R$ 5.000 |  |  |
| Diversos |  | R$ 10.000 |  |  |
| MARKETING |  |  |  |  |
| Logotipo, identidade visual, site |  | R$ 1.200 |  |  |
| Taxas de publicidade/listagem |  | R$ 10.300 |  |  |
| Materiais de marketing impressos |  | R$ 500 |  |  |
| Marketing na Internet/Web |  | R$ 100 |  |  |
| Feiras Profissionais |  | R$ 500 |  |  |
| Eventos de Rede Profissional |  | R$ 200 |  |  |
| Diversos |  |  |  |  |
| DESPESAS DE TRABALHO |  |  |  |  |
| Código de pagamento |  | R$ 200.000 |  |  |
| Treinamento |  | R$ 5.000 |  |  |
| Diversos |  |  |  |  |
| OUTROS |  |  |  |  |
| Diversos (reserva de contingência/festa de lançamento/etc.) |  | R$ 500 |  |  |
| ORÇAMENTO ESTIMADO DE CRIAÇÃO DA EMPRESA |  | R$ 584.660 |  |  |

**Modelo de lucros e perdas projetados:** O modelo abaixo mostra um exemplo das projeções que uma pequena empresa está realizando para seus primeiros 12 meses de operação. A parte superior da tabela mostra as vendas projetadas e o lucro bruto. Este é um bom lugar para começar a criar sua previsão de vendas. A próxima seção relaciona as despesas recorrentes que você está projetando para os mesmos meses. Estas devem ser consistentes com os custos iniciais estimados que você preencheu na seção anterior. Na parte inferior deste modelo, você começará a ver quando está se tornando lucrativo e quais itens de despesa têm maior impacto em sua lucratividade. Há uma tabela em branco no Apêndice para você completar suas próprias projeções de custos iniciais.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CONSULTÓRIO MÉDICO |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| RECEITA | JAN | FEV | MAR | ABR | MAIO | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | AAD |
| Vendas Estimadas | R$ 80.000 | R$ 80.000 | R$ 80.000 | R$ 80.000 | R$ 80.000 | R$ 80.000 | R$ 80.000 | R$ 80.000 | R$ 80.000 | R$ 80.000 | R$ 80.000 | R$ 80.000 | R$ 960.000 |
| Menos (descontos, erros de faturamento, seguro recusado, etc.) | (R$ 5.000) | (R$ 5.000) | (R$ 5.000) | (R$ 5.000) | (R$ 5.000) | (R$ 5.000) | (R$ 5.000) | (R$ 5.000) | (R$ 5.000) | (R$ 5.000) | (R$ 5.000) | (R$ 5.000) | (R$ 60.000) |
| Receita de serviço | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Outras receitas | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
| Vendas líquidas | R$75.000 | R$75.000 | R$75.000 | R$75.000 | R$75.000 | R$75.000 | R$75.000 | R$75.000 | R$75.000 | R$75.000 | R$75.000 | R$75.000 | R$ 900.000 |
| Custo das Mercadorias Vendidas | R$ 1.000 | R$ 1.000 | R$ 1.000 | R$ 1.000 | R$ 1.000 | R$ 1.000 | R$ 1.000 | R$ 1.000 | R$ 1.000 | R$ 1.000 | R$ 1.000 | R$ 1.000 | R$12.000 |
| Lucro Bruto | R$74.000 | R$74.000 | R$74.000 | R$74.000 | R$74.000 | R$74.000 | R$74.000 | R$74.000 | R$74.000 | R$74.000 | R$74.000 | R$74.000 | R$888.000 |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| DESPESAS | JAN | FEV | MAR | ABR | MAIO | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | AAD |
| Geral Administrativo | R$ 913 | R$ 913 | R$ 913 | R$ 913 | R$ 913 | R$ 913 | R$ 913 | R$ 913 | R$ 913 | R$ 913 | R$ 913 | R$ 913 | R$ 10.950 |
| Localização/Escritório | R$ 29.575 | R$ 29.575 | R$ 29.575 | R$ 29.575 | R$ 29.575 | R$ 29.575 | R$ 29.575 | R$ 29.575 | R$ 29.575 | R$ 29.575 | R$ 29.575 | R$ 29.575 | R$ 354.900 |
| Marketing | R$ 1.108 | R$ 1.108 | R$ 1.108 | R$ 1.108 | R$ 1.108 | R$ 1.108 | R$ 1.108 | R$ 1.108 | R$ 1.108 | R$ 1.108 | R$ 1.108 | R$ 1.108 | R$ 13.296 |
| Mão de obra | R$ 17.083 | R$ 17.083 | R$ 17.083 | R$ 17.083 | R$ 17.083 | R$ 17.083 | R$ 17.083 | R$ 17.083 | R$ 17.083 | R$ 17.083 | R$ 17.083 | R$ 17.083 | R$ 205.000 |
| Outros | R$ 500 | R$ 500 | R$ 500 | R$ 500 | R$ 500 | R$ 500 | R$ 500 | R$ 500 | R$ 500 | R$ 500 | R$ 500 | R$ 500 | R$ 6.000 |
| Despesas Totais | R$ 49.179 | R$ 49.179 | R$ 49.179 | R$ 49.179 | R$ 49.179 | R$ 49.179 | R$ 49.179 | R$ 49.179 | R$ 49.179 | R$ 49.179 | R$ 49.179 | R$ 49.179 | R$ 590.146 |
| Renda Antes dos Impostos | R$ 24.821 | R$ 24.821 | R$ 24.821 | R$ 24.821 | R$ 24.821 | R$ 24.821 | R$ 24.821 | R$ 24.821 | R$ 24.821 | R$ 24.821 | R$ 24.821 | R$ 24.821 | R$ 297.854 |
| Despesa de Imposto de Renda | R$ 3.723 | R$ 3.723 | R$ 3.723 | R$ 3.723 | R$ 3.723 | R$ 3.723 | R$ 3.723 | R$ 3.723 | R$ 3.723 | R$ 3.723 | R$ 3.723 | R$ 3.723 | R$ 44.678 |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| LUCRO LÍQUIDO | R$ 21.098 | R$ 21.098 | R$ 21.098 | R$ 21.098 | R$ 21.098 | R$ 21.098 | R$ 21.098 | R$ 21.098 | R$ 21.098 | R$ 21.098 | R$ 21.098 | R$ 21.098 | R$ 253.176 |
|  | | | | | | | | | | | | | |

# APÊNDICE

| CUSTOS DE INICIALIZAÇÃO – CONSULTÓRIO MÉDICO | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ITENS DE CUSTO | DATA DE VENCIMENTO | ORÇAMENTO | REAL | SOB/SOB |
|  | | | | |
| ADMINISTRATIVO/GERAL |  |  |  |  |
| Licenças/Registro |  |  |  |  |
| Autorizações |  |  |  |  |
| Seguro |  |  |  |  |
| Assessoria jurídica |  |  |  |  |
| Consultor Empresarial |  |  |  |  |
| Treinamento |  |  |  |  |
| Software (Geral) |  |  |  |  |
| Diversos |  |  |  |  |
| LOCALIZAÇÃO/ESCRITÓRIO |  |  |  |  |
| Aluguel/Arrendamento de Espaço |  |  |  |  |
| Custos de Utilitários |  |  |  |  |
| Configuração do telefone e Custo anual |  |  |  |  |
| Móveis |  |  |  |  |
| Equipamento Médico |  |  |  |  |
| Hardware |  |  |  |  |
| Software (CRM, imagens, etc.) |  |  |  |  |
| Taxas de Instalação |  |  |  |  |
| Inventário Inicial (produtos farmacêuticos) |  |  |  |  |
| Suprimentos de enfermagem (luvas, etc.) |  |  |  |  |
| Diversos |  |  |  |  |
| MARKETING |  |  |  |  |
| Logotipo, identidade visual, site |  |  |  |  |
| Taxas de publicidade/listagem |  |  |  |  |
| Materiais de marketing impressos |  |  |  |  |
| Marketing na Internet/Web |  |  |  |  |
| Feiras Profissionais |  |  |  |  |
| Eventos de Rede Profissional |  |  |  |  |
| Diversos |  |  |  |  |
| DESPESAS DE TRABALHO |  |  |  |  |
| Código de pagamento |  |  |  |  |
| Treinamento |  |  |  |  |
| Diversos |  |  |  |  |
| OUTROS |  |  |  |  |
| Diversos (reserva de contingência/festa de lançamento/etc.) |  |  |  |  |
| ORÇAMENTO ESTIMADO DE CRIAÇÃO DA EMPRESA |  |  |  |  |

# INSTRUÇÕES PARA COMEÇAR COM CUSTOS INICIAIS ESTIMADOS

Determinar os custos iniciais de uma empresa é fundamental para garantir que haja caixa suficiente para iniciar as operações de negócios dentro do prazo orçado, bem como dentro do orçamento de custos. Os custos iniciais geralmente estão dentro de duas categorias, custos mensais e custos únicos. Os custos mensais cobrem os custos que ocorrem a cada mês durante o período de inicialização, e os custos únicos são custos que serão incorridos uma vez durante o período de inicialização.

**Passos para a Preparação:**

**Etapa 1:** Digite o Nome da Empresa e a Data em que você está preparando esta estimativa.

**Etapa 2:** Insira o número de meses e o custo mensal de cada item de custo recorrente. Para custos únicos, pule os custos mensais. Se houver itens de custo que tenham valores recorrentes e de uso único, você também poderá inseri-los. O custo total será calculado automaticamente na coluna mais à direita.

**Etapa 3:** Depois de concluir a inserção de todos os custos, revise os itens individuais e o valor total para ver onde você pode fazer ajustes ou mover algo para o futuro quando tiver mais receita.

| MODELO DE PLANILHA DE LUCROS E PERDAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CONSULTÓRIO MÉDICO | 6 de novembro de 2018 | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| RECEITA | JAN | FEV | MAR | ABR | MAIO | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | AAD |
| Vendas Estimadas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
| Menos (descontos, erros de faturamento, seguro recusado, etc.) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
| Receita de serviço |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
| Outras receitas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
| Vendas líquidas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
| Custo das Mercadorias Vendidas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
| Lucro Bruto | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 | R$ 0 |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| DESPESAS | JAN | FEV | MAR | ABR | MAIO | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | AAD |
| Geral Administrativo |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
| Localização/Escritório |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
| Marketing |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
| Mão de obra |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
| Outros |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
| Despesas Totais |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
| Renda Antes dos Impostos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
| Despesa de Imposto de Renda |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| LUCRO LÍQUIDO |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | R$ 0 |
|  | | | | | | | | | | | | | |

# INSTRUÇÕES PARA COMEÇAR A FAZER PROJEÇÕES DE LUCROS E PERDAS

Completar as projeções de lucros e perdas de uma nova empresa é um bom exercício para entender e comunicar quando a empresa começará a atingir o ponto de equilíbrio e ver como as vendas e os lucros crescerão. A parte superior do modelo à esquerda, Receita, é uma boa maneira de prever as vendas, mês a mês, no primeiro ano. A parte inferior aplica as despesas estimadas pelo mesmo período de tempo para obter a lucratividade do negócio.

**Passos para a Preparação:**

**Etapa 1:** Digite o Nome da Empresa e a Data em que você está preparando esta projeção.

**Etapa 2:** Insira, para cada mês, iniciando em janeiro ou onde sua estimativa começar, o que você esperava para as vendas. Isso pode ser para produtos ou serviços, ou para vários produtos. Você pode adicionar linhas a este modelo para incluir mais ofertas. A partir disso, você deve subtrair as devoluções de produtos ou descontos que deseja acompanhar (esses números devem ser mostrados como números negativos, por exemplo -10). Abaixo das vendas líquidas, você deve inserir o custo dos bens vendidos. Estes são os custos diretos na venda de um determinado produto; por exemplo, os custos de materiais e mão de obra de montagem, ou se você comprou o produto e o revendeu, seria o custo de atacado.

**Etapa 3:** Digite, para cada mês, a projeção para os salários, marketing, utilitários e outros itens que você está estimando.

**Etapa 4:** Depois de concluir a inserção de todos os custos, revise os itens individuais e o valor total para ver onde você pode fazer ajustes ou mover algo para o futuro quando tiver mais receita. O objetivo é obter lucratividade e fluxo de caixa positivo o mais rápido possível.