



**MATERIAL DE APOIO**

REDES DE  
CONFECÇÃO  
POSSÍVEIS E  
SOLIDÁRIAS  
EMPODERANDO

**MULHERES**



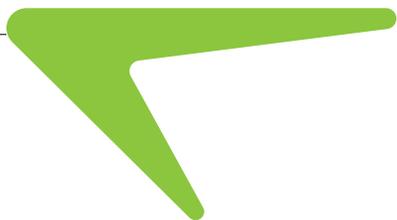
**TECNOLOGIA SOCIAL:**

POSSÍVEIS EMPREENDEDORES

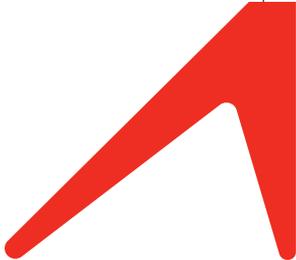
 **REDE DESIGN  
POSSÍVEL**



<b>1_O que é este projeto</b> .....	05
<b>2_Por que este projeto</b> .....	07
<b>3_Conteúdo deste material</b> .....	09
<b>3.1_AUTOGESTÃO</b> .....	09
<b>3.2_DINÂMICA DE MERCADO</b> .....	10
<b>3.3_O VALOR DO TRABALHO</b> .....	14
<b>3.4_COMO FORMAR PREÇO</b> .....	19
<b>3.5_PONTO DE EQUILÍBRIO</b> .....	25
<b>3.6_BALANÇO E PRESTAÇÃO DE CONTAS</b> .....	29
<b>3.7_CANVAS</b> .....	32
<b>3.8_DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO OU SERVIÇO</b> .....	32
<b>3.9_QUALIDADE</b> .....	38
<b>3.10_COMUNICAÇÃO DIGITAL E VISUAL         E MERCHANDISING</b> .....	38
<b>ANEXOS</b> .....	43



# LO QUE É ESTE PROJETO



**Projeto:** “Redes de confecção Possíveis e Solidárias empoderando mulheres”

**Nº: 17.288**

**Período de execução:** junho de 2019 a abril de 2021

**Tecnologia Social:** “Possíveis Empreendedores”

## 1.1. O QUE É

Ação de qualificação de mulheres, nas áreas de confecção e costura, na região da Grande São Paulo e Hortolândia.

## 1.2. OBJETIVOS

Promover a inclusão socioproductiva de mulheres em empreendimentos de economia solidária a partir da qualificação e apoio na estruturação a empreendimentos das áreas de confecção e costura da Região da Grande São Paulo e Hortolândia.

## 1.3. TECNOLOGIA

### 1.3.1. O QUE É TECNOLOGIA SOCIAL

Tecnologias sociais são produtos, técnicas ou metodologias reaplicáveis, desenvolvidas na interação com a comunidade e que representam efetivas soluções de transformação social.

### 1.3.2. “POSSÍVEIS EMPREENDEDORES”

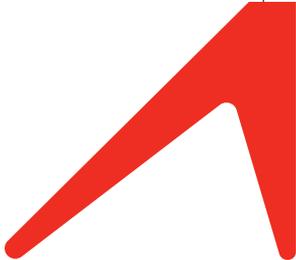
Formação técnica e empreendedora de grupos produtivos e empreendimentos de baixa renda **certificada pela Fundação Banco do Brasil no Banco de Tecnologias Sociais nos anos de 2009, 2011, 2013 e 2019.**

Para o projeto “Redes de Confeção Possíveis e Solidárias empoderando mulheres” realizado pelo Design Possível com apoio da Fundação Banco do Brasil e BNDES entre 2019 e 2021, a formação teve a duração de 10 meses e foi dividida em seis módulos que procuraram desenvolver não somente o produto final confeccionado pelo empreendimento, mas também a **gestão do empreendimento** e sua identidade.

Os módulos foram os seguintes: formação de grupo, consolidação da técnica, dinâmica de mercado, desenvolvimento de produto, produção e comercialização, autogestão. Após a realização da formação, os empreendimentos entraram em fase de incubação, que, neste projeto, durou 10 meses.



# 2\_POR QUE ESTE PROJETO



Segundo dados da **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD<sup>1</sup>**, o ano de 2019 viu acontecer um incremento do trabalho informal, tendo atingido a marca de 41% da população ocupada o que equivale a mais de 38 milhões de pessoas.

A informalidade, geralmente acompanhada da desqualificação profissional, contribui ainda mais para a, já marcante, desigualdade social brasileira.

Para um país de dimensões continentais, como o Brasil, equacionar, e sobretudo, implementar programas de capacitação e geração de renda torna o objetivo de uma sociedade justa, do ponto de vista social e econômico, uma tarefa ampla, complexa e que demanda a participação ativa da sociedade civil.

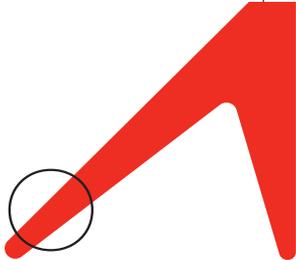
Nesta perspectiva a ONG Design Possível propôs o projeto “Possíveis Empreendedores” que visa qualificar e apoiar a estruturação de empreendimentos na área da confecção e costura.

O projeto centra-se nos conceitos de economia solidária, comércio justo, equidade de gênero e o arranjo em redes, reafirmando a efetividade da tecnologia social como elemento articulador e aglutinador de uma sociedade justa do ponto de vista sustentável, ou seja, na perspectiva social, econômica e ambiental.

---

<sup>1</sup> [https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/26741-desemprego-cai-para-11-9-na-media-de-2019-informalidade-e-a-maior-em-4-anos#:~:text=PNAD%20Cont%C3%ADnua-,Desemprego%20cai%20para%2011%2C9%25%20na%20m%C3%A9dia%20de%202019%3B,a%20maior%20em%204%20anos&text=A%20taxa%20m%C3%A9dia%20de%20desocupa%C3%A7%C3%A3o,hoje%20\(31\)%20pelo%20IBGE.](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/26741-desemprego-cai-para-11-9-na-media-de-2019-informalidade-e-a-maior-em-4-anos#:~:text=PNAD%20Cont%C3%ADnua-,Desemprego%20cai%20para%2011%2C9%25%20na%20m%C3%A9dia%20de%202019%3B,a%20maior%20em%204%20anos&text=A%20taxa%20m%C3%A9dia%20de%20desocupa%C3%A7%C3%A3o,hoje%20(31)%20pelo%20IBGE.)





# 3\_CONTEÚDO DESTE MATERIAL

Selecionamos aqui alguns dos muitos materiais apresentados ao longo do projeto com o objetivo de que você, empreendedora e empreendedor, possa consultar as ferramentas abordadas ao longo da capacitação.

## 3.1. AUTOGESTÃO

### FERRAMENTAS INTERNAS DE AUTOGESTÃO

#### **O que é Autogestão?**

Quando uma iniciativa é gerida pelos próprios integrantes, esta forma de administração recebe o nome de autogestão.

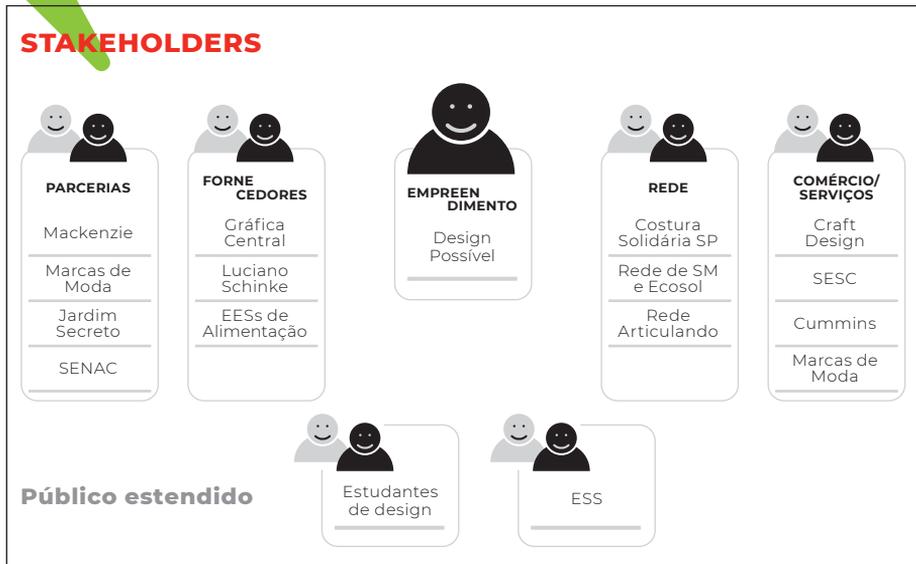
A autogestão não é apenas uma forma de gestão administrativa. É, também, uma forma de pensar colaborativamente no bem comum.

### MAPA DE STAKEHOLDERS

#### **VOCABULÁRIO:**

“*stakeholders* são todos os grupos de pessoas impactadas pelas ações do seu empreendimento, desde os sócios, funcionários, fornecedores, clientes até o governo e demais envolvidos.”

(endeavor brasil, 2015)



O modelo do Mapa de Stakeholders você encontra nos anexos localizados no final da publicação.

### 3.2. DINÂMICA DE MERCADO

As transações de compra e venda que realizamos no dia a dia e, principalmente, ligadas aos empreendimentos econômicos solidários, podem ser definidas de várias maneiras, por diversos pensadores. Selecionamos abaixo uma classificação que divide o consumo em 2 grandes grupos. Qual é o tipo de atividade de venda que o seu empreendimento realiza?

CLASSIFICAÇÃO DE VENDAS:

**B2B (*Business to Business* ou venda entre empresas):**

Mais demorado, maior fidelidade, preço menor

- atacado
- para revenda (loja)
- corporativa (RH, Responsabilidade Social, Marketing)
- fornecedor
- parceiro

## IMPORTANTE:

DINÂMICA DE MERCADO - PÚBLICO

**Consumidor final** | Venda em loja física ou virtual

**Consumidor final da Marca**

**Cliente Corporativo** | Comissão Organizadora de Evento

**Cliente Corporativo** | Relação de parceria com Marca

## B2C (*Business to Consumer* ou venda para o consumo)

Mais rápido, menor fidelidade, preço maior

- compra pessoa física

## MAPA DE EMPATIA

O mapa da empatia é uma ferramenta simples e visual para descobrir mais sobre seu público. É formada por quadrantes, que você deve preencher de acordo com as informações coletadas:

<b>NOME:</b> _____		<b>IDADE:</b> _____	
O que <b>PENSA E SENTE</b> ?		O que <b>FALA E FAZ</b> ?	
<ul style="list-style-type: none"><li>· suas preocupações</li><li>· suas perspectivas de futuro</li><li>· suas ideologias</li><li>· algum "ditado" que segue</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>· quais mídias sociais acompanha?</li><li>· o que percebe que está acontecendo ao seu redor?</li><li>· quais notícias tem visto?</li></ul>	
O que <b>OUVE</b> ?		O que <b>VÊ</b> ?	
<ul style="list-style-type: none"><li>· o que os amigos dizem?</li><li>· o que sua família diz?</li><li>· quem são seus outros influenciadores?</li><li>· artistas? políticos? autores?</li><li>· outras referências? e o que dizem?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· quais suas atitudes em público?</li><li>· o que faz na sua rotina?</li><li>· sobre o que costuma ou gosta de falar?</li></ul>		
Quais são as <b>DORES</b> ?		Quais são as <b>NECESSIDADES</b> ?	
<ul style="list-style-type: none"><li>· seus medos</li><li>· suas frustrações</li><li>· suas irritações</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>· seus desejos</li><li>· suas metas</li><li>· quais são seus obstáculos?</li></ul>	

Fonte: SEBRAE/ <https://inovacaosebraeminas.com.br/conheca-o-mapa-da-empatia/>

## MAPA DE EMPATIA PARA CRIAÇÃO DA PERSONA - EXEMPLO



O modelo do Mapa de Empatia você encontra nos anexos localizados no final da publicação.

### VOCABULÁRIO:

#### EMPATIA

1 *PSICOL* Habilidade de imaginar-se no lugar de outra pessoa.

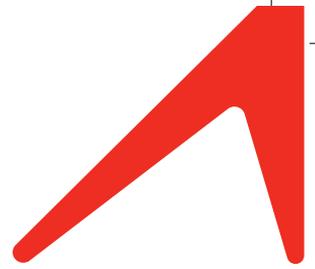
2 *PSICOL* Compreensão dos sentimentos, desejos, ideias e ações de outrem.

3 Qualquer ato de envolvimento emocional em relação a uma pessoa, a um grupo e a uma cultura.

4 Capacidade de interpretar padrões não verbais de comunicação.

5 Sentimento que objetos externos provocam em uma pessoa.

(michaelis, 2021)

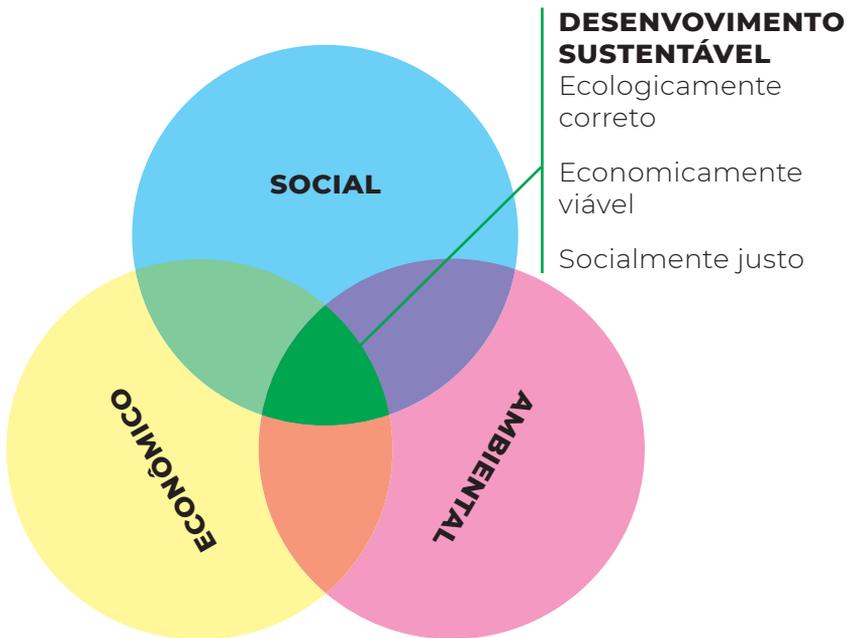


Selecionamos a seguir, outros conceitos que se relacionam com o mercado e com os empreendimentos econômicos solidários:

#### DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL:

“O desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento que encontra as necessidades atuais sem comprometer a habilidade das futuras gerações de atender suas próprias necessidades.”

(Relatório Brundtland “Nosso Futuro Comum”, 1987)



#### COMÉRCIO JUSTO

Comércio Justo (*Fair Trade*) é uma parceria comercial, baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional, contribuindo para o de-



envolvimento sustentável por meio de melhores condições de troca e garantia dos direitos para produtores e trabalhadores à margem do mercado, principalmente no Hemisfério Sul.

Fonte: World Fair Trade Organization (WFTO)



## ECONOMIA SOLIDÁRIA

Economia Solidária é uma prática de produção e consumo socialmente mais justa que privilegia o desenvolvimento sustentável, a justiça social e o respeito à diversidade.

Apresenta como princípios norteadores a autogestão, a solidariedade, a democracia, a valorização da diversidade e o cuidado com o meio ambiente.

### 3.3. O VALOR DO TRABALHO

#### O VALOR DO TRABALHO

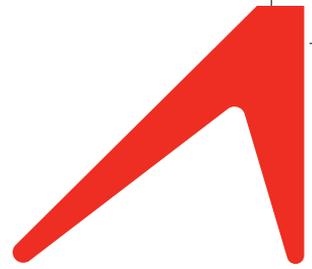
O **valor-trabalho** é o tempo utilizado para que algum produto seja produzido. O valor-trabalho não é único e tem variações segundo diversos aspectos.

#### DIFERENÇA ENTRE VALOR E PREÇO

**Preço** é o que pode ser calculado a partir de dados concretos. Já o **valor** é aquilo que atribuímos e, portanto, pode ser diferente de pessoa para pessoa.

#### O QUE É TRABALHO?

**Trabalho** é conjunto de atividades, produtivas ou criativas, que a mulher ou o homem exerce para atingir determinado fim. Pode ser remunerado ou não.



## O QUE É EMPREGO?

**Emprego** é a ocupação em serviço público ou privado; cargo, função, colocação. \*Sua origem vem do latim *implicare* em itálico, que significa “juntar”, “unir” ou “enlaçar”.

O **conceito da palavra Emprego** surgiu na Revolução Industrial e é uma relação entre indivíduos que vendem sua força de **trabalho** por algum valor, alguma remuneração, e indivíduos que compram essa força de **trabalho** pagando algo em troca, algo como um salário.

### **IMPORTANTE:**

#### FORMAÇÃO DE PREÇO

#### **Quais são as informações necessárias para formar preço de um produto?**

1. Matéria Prima/Insumos
2. Mão de obra
3. Custo fixo
4. Serviços de Terceiros/Parceiros
5. Nota Fiscal
6. Sobre
7. Fundo de Reserva

#### **1) Saber a quantidade de Matéria Prima/Insumos**

- Precisamos levantar todos os materiais e quantidades usadas na produção e saber os custos/valores dos materiais;
- Margem de Segurança: nesta fase convém a inclusão de 10% sobre o valor total como margem de segurança para eventualidades

#### **2) Saber o valor da Mão de obra**

- Quanto tempo gastamos para produzir?

- 
- Consideramos o tempo gasto nas etapas do processo de produção para multiplicar pelo valor/hora trabalhado.
  - O valor hora é determinado pelo grupo, considerando os valores de mercado.

### **IMPORTANTE:**

Recomendamos consultar Entidades da categoria (como sindicatos, associações, federações) para saber os valores praticados no mercado. No entanto vale ressaltar que sobre esses valores incidem impostos, previdência e demais benefícios, segundo as categorias às quais os trabalhadores assalariados estão vinculados.

### **3) Custo Fixo**

- Os custos fixos são todos os gastos e despesas que não se alteram em função do volume de produção ou de vendas. (Mesmo que as vendas do mês sejam muito baixas, você ainda precisará pagar o aluguel, a luz, a água!)

### **4) Serviços de Terceiros/parceiros**

- Os terceiros e/ou parceiros são todos os prestadores que colaboram na produção do nosso produto, como transporte, serigrafia, bordado entre outros.

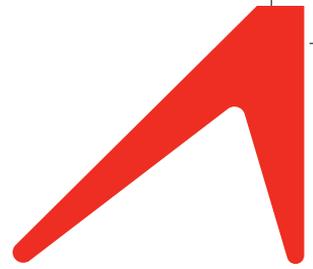
### **5) Nota Fiscal**

O QUE É UMA NOTA FISCAL?

- A Nota Fiscal é um documento oficial que comprova uma transação comercial que pode ser a execução de um serviço ou a produção de produto. Além de documentar a transação, a nota fiscal serve também para o recolhimento de impostos ao governo.







### 3.4. COMO FORMAR PREÇO

A seguir apresentamos o Passo a Passo para a construção de um orçamento dividido em 2 blocos: valores fixos e valores variáveis.

**O modelo de Formação de Preço completo você encontra nos anexos localizados no final da publicação.**

**SubTotal Fixos:** são os valores base do orçamento que devem ser considerados para que não haja prejuízo para o empreendimento.

**SubTotal Variáveis:** são aqueles que podem sofrer alteração no processo de negociação entre os participantes do empreendimento e o cliente.

SUBTOTAL - FIXOS	
Matéria Prima	R\$
Mão-de-obra	
Terceirizados	
Logística	
<b>SUBTOTAL</b>	
Custo Fixo / dia	
<b>SUBTOTAL</b>	

VARIÁVEIS	
Sobra	Sobra
<b>SUBTOTAL</b>	<b>SUBTOTAL</b>
Fundo de Reserva	Fundo de Reserva
<b>SUBTOTAL</b>	<b>SUBTOTAL</b>
Porcentagem Nota Fiscal	Porcentagem Nota Fiscal
<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
Total por peça	Total por peça

MODELO ORÇAMENTO	
Nº Orçamento	Data
Validade	
Cliente	
Produto	
Quantidade	

MATÉRIA-PRIMA						
Material	Unidade	Valor	Consumo Total	Consumo peça	Valor peça	Total
Tecido 1	metro				R\$	R\$
Tecido 2	metro				R\$	R\$
Linha	cone				R\$	R\$
Etiqueta	unidade				R\$	R\$
Embalagem Individual	Unidade				R\$	R\$
Embalagem Coletiva	Unidade				R\$	R\$
Fita Adesiva	Unidade				R\$	R\$
Tag	pct. 1190 uni.				R\$	R\$
					<b>Subtotal</b>	<b>R\$</b>
					<b>Perda 10%</b>	
					<b>Total</b>	

OBS: TOTAL DIVIDIDO POR 0,90  
SUBTOTAL + MARGEM DE PERDA

MÃO-DE-OBRA						
Etapas de Produção	Unidade	Valor hora	Tempo (Minutos)	Valor hora por peça	Total	Obs.:
Corte	horas/minutos			R\$	R\$	
Costura	horas/minutos	R\$		R\$	R\$	
Acabamento e embalagem	horas/minutos	R\$		R\$	R\$	
Controle de Qualidade						
Compra de Material	horas/minutos	R\$		R\$	R\$	
				<b>Total</b>	<b>R\$</b>	



#### VALORES FIXOS

- 1) **Matéria- prima**
- 2) **Mão-de- obra**
- 3) **Terceirizados**
- 4) **Logística**
- 5) **Custo Fixo**

#### VALORES VARIÁVEIS

- 1) **Sobra**
- 2) **Fundo de Reserva**
- 3) **Nota Fiscal**

#### VALORES FIXOS

##### 1) **Cabeçalho do orçamento**

O cabeçalho é composto por informações que são a base para o orçamento e ajudam na gestão, de forma geral: prazos, comunicação com o cliente, entre outros, além de assegurar o histórico para futuras consultas.

MODELO ORÇAMENTO	
Nº Orçamento	Data
Validade	
Cliente	
Produto	
Quantidade	

##### 2) **Matéria- prima - COMO PREENCHER**

- **Material:** preencher com a descrição da matéria- prima;
- **Unidade** que o material é vendido (metro, unidade, quilograma e outros);
- **Valor**, o preço de venda do material;
- **Consumo total**, quantidade total de material a ser usado na produção;
- **Consumo Peça**, quantidade de material usado para confecção de 1 peça;
- **Valor peça**, valor gasto de material para confeccionar 1 peça.
- **Valor Total** a ser gasto com o material para toda a produção.

### PREÇO DOS MATERIAIS:

Algodão Cru (1,70 de largura) metro R\$ 11,90 (Loja Catex).

Alça de Algodão Cru (30mm) rolo com 25 metros R\$ 28,00 (Bazar Horizonte)

Linha de costura (1.371 metros) R\$ 2,99 (Bazar Horizonte)

Fio Overlock (70g) R\$ 3,55 (Armarinho São José)

MATERIA-PRIMA						
Material	Unidade	Valor	Consumo Total	Consumo peça	Valor peça	Total
Tecido 1	metro				R\$	R\$
Tecido 2	metro				R\$	R\$
Linha	cone				R\$	R\$
Etiqueta	unidade				R\$	R\$
Embalagem Individual	Unidade				R\$	R\$
Embalagem Coletiva	Unidade				R\$	R\$
Fita Adesiva	Unidade				R\$	R\$
Tag	pct. 1190 uni.				R\$	R\$
					Subtotal	R\$
					Perda 10%	
					Total	

OBS. TOTAL DIVIDIDO POR 0,90  
SUBTOTAL + MARGEM DE PERDA

- **SubTotal**, valor somado de todos os gastos com o material;
- **Perda 10%**, porcentagem considerada como margem para problemas na produção. Exemplo: Defeito no tecido com a perda de material ou corte errado das peças.

### Margem de perda: como calcular

Apresentamos a seguir um exemplo prático de como calcular a margem de perda de 10%

**Atenção!! É importante calcular corretamente para evitar prejuízos**

### IMPORTANTE:

CALCULANDO A PORCENTAGEM:

$$R\$ 1.000,00 + 10\% = \mathbf{R\$ 1.100,00}$$

**MAS**

$$R\$ 1.100,00 - 10\% = \mathbf{R\$ 990,00}$$

**ENTÃO**

$$100\% - 10\% = \mathbf{90\%} \mid \text{Em número decimal: } \mathbf{90\% = 0,90}$$

Para achar o valor + 10% =

$$R\$ 1.000,00 \div 0,90 = \mathbf{R\$ 1.111,11}$$

$$R\$ 1.111,11 - 10\% = \mathbf{R\$ 1.000,00}$$

### 3) Mão-de-obra - COMO PREENCHER

- **Valor hora** da mão-de- obra do empreendimento;
- **Tempo gasto** em cada etapa do processo de produção da peça;
- **Valor hora por peça**, o cálculo do tempo multiplicado pelo valor hora;
- **Total**, valor por peça multiplicado pela quantidade total de peças da produção.

MÃO-DE-OBRA						
Etapa de Produção	Unidade	Valor hora	Tempo (Minutos)	Valor hora por peça	Total	Obs.:
Corte	horas/minutos			R\$	R\$	
Costura	horas/minutos	R\$		R\$	R\$	
Acabamento e embalagem	horas/minutos	R\$		R\$	R\$	
Controle de Qualidade						
Compra de Material	horas/minutos	R\$		R\$	R\$	
				Total	R\$	

#### IMPORTANTE:

##### CAPACIDADE PRODUTIVA

É fundamental, para o empreendimento, entender a sua Capacidade Produtiva.

##### E o que é Capacidade Produtiva?

É a quantidade de peças que o empreendimento é capaz de produzir (ou prestar serviço) em determinado período de tempo.

**Exemplo:** No prazo de 15 dias úteis foram produzidas 1000 sacolas.

### 4) Terceirizados

Todos os parceiros que prestam serviços e complementam a atividade do grupo. Exemplo: Valor da tela de Serigrafia (custo cheio) e valor da impressão na peça (valor unitário).

### VALOR PARA FAZER A TELA:

Unidade (25cm x 30cm) R\$ 120,00 (Arte, Papelaria e Armarinho - Mercado Livre)

### VALOR POR IMPRESSÃO:

Serigrafia R\$ 3,00

TERCEIRIZADOS						
Etapa de Produção	Unidade	Valor Total	Quantidade	Valor peça	Total	Obs.:
Serigrafia	Unidade				R\$	
	Unidade				R\$	
	Unidade				R\$	
	Unidade				R\$	
				Total	R\$	

## 5) Logística

Importante considerar nas etapas de produção as entregas referentes a **compra de material** e **transporte Ateliê** que pode ser a entrega de peças piloto e produção.

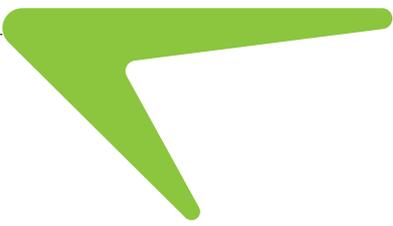
LOGÍSTICA						
Etapa de Produção	Unidade	Quantidade	Valor total	Valor peça	Total	Obs.:
Compra matéria-prima	viagem					
Transporte ateliê até cliente	viagem					
				Total	R\$	
				10% erro		
				Total com margem	R\$	

OBS: TOTAL DIVIDIDO POR 0,90

CUSTO FIXO - EMPREENDIMENTO		
Item	Valor/ Mês	Observações
Aluguel sede		
Água		
Luz		
Telefone		
Internet		
Limpeza		
Café		
Transporte para reuniões		
Alimentação para reuniões		
Manutenção Máquinas		
Máquina de Cartão		
Tarifas Bancárias		
Impostos CNPJ		
Contabilidade		
Despesa 1		
Despesa 2		
Despesa 3		
Despesa 4		
TOTAL		
<b>Custo por DIA</b>	<b>R\$</b>	

## 6) Custo fixo

O custo fixo reúne todos os pagamentos que precisam ser efetuados mensalmente, mesmo que não haja produção. Exemplo: Contas de água, energia elétrica, aluguel, gás, material de limpeza, café e outros.



## VALORES VARIÁVEIS

### 7) **Sobra**

Sobra é o excedente (além dos custos de produção) calculado para a manutenção da saúde financeira do empreendimento

**Importante:** *Planejar o destino da Sobra do empreendimento, considerando que os membros estejam de comum acordo.*

### 8) **Fundo de reserva do empreendimento**

O fundo de reserva é um valor que o empreendimento deixa guardado para garantir o pagamento de despesas emergenciais. Além disto, o acúmulo de recursos pode, a médio e longo prazo, viabilizar projetos.

### 9) **Emissão da Nota fiscal**

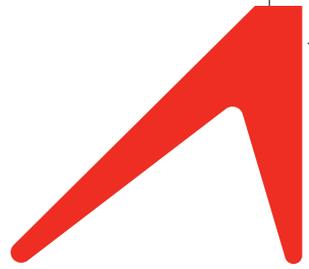
A porcentagem de imposto que incide sobre a emissão da nota fiscal depende do tipo de pessoa jurídica do empreendimento, da atividade exercida e, ainda, do tipo de transação: venda de produto, revenda ou prestação de serviço.

**MEI - Micro Empreendedor Individual:** não há porcentagem, mas mensalmente é necessário o recolhimento do valor referente ao INSS (aproximadamente R\$ 55 em 2021).

**ME - Micro Empresa:** Prestação de serviço: 6% e venda de produto 4% (IRPJ, CSLL, PIS, COFINS, ISS e INSS.)  
Regime Simples Nacional

**Associação:** Prestação de serviço: ISS 5% e COFINS 3%. Venda de Produto: ISS 5%, COFINS 3% e ICMS 15%, caso não haja a base de cálculo nas compras do material da produção.

**Cooperativa:** Idem ao da Associação



**IMPORTANTE:**

Relembrando que para calcular a porcentagem corretamente e não termos prejuízo temos uma fórmula que foi explicada na página **21**

Por exemplo, se o imposto for de 5%, dividir o Subtotal por 0,95

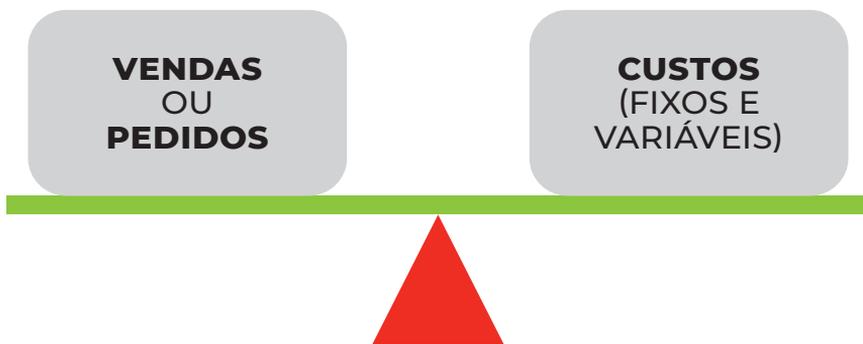
Se o imposto for de 20%, dividir o subtotal por 0,80 e assim por diante...

PONTO DE EQUILÍBRIO

Por fim, é fundamental entender se as vendas ou pedidos são suficientes para pagar os custos (fixos e variáveis) do empreendimento, sem que haja prejuízos e sobras. Desta forma encontra-se o ponto de equilíbrio.

**3.5. PONTO DE EQUILÍBRIO**

O ponto de equilíbrio acontece quando o valor das vendas é suficiente para pagar todos os custos (fixos e variáveis) do empreendimento e, portanto, não há prejuízos ou sobras.





## COMO DESCOBRIR O PONTO DE EQUILÍBRIO DO EMPREENDIMENTO?

**1ª Etapa - Custos Fixos**

**2ª Etapa - Faturamento mensal**

**3ª Etapa - Ticket médio**

**4ª Etapa - “Fechar a Conta”**

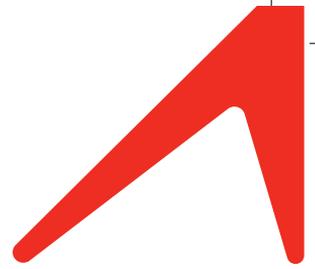
**1ª Etapa - Custos Fixos**

Levantar os valores que constituem o Custo Fixo do Empreendimento.

**2ª Etapa – Faturamento mensal**

Analisar o faturamento do empreendimento durante o período de 6 meses para, assim, ser obtida a **média de faturamento mensal**.

PONTO DE EQUILÍBRIO					
Custo Fixo Mensal	R\$				
Faturamento	Valor/ Mês	Nº de pedidos	Produtos	Clientes	Quant. Pçs
Mês 1	R\$				
Mês 2	R\$				
Mês 3	R\$				
Mês 4	R\$				
Mês 5	R\$				
Mês 6	R\$				
Total	R\$				
Dividir o total pelos meses de faturamento					
<b>Média de Faturamento Mensal</b>	<b>R\$</b>				



### 3ª Etapa - Ticket médio

Achar o **valor médio de compras de produtos ou serviços** do empreendimento.

**Ticket Médio** = Valor da média de faturamento ou números de pedidos/contratos/produtos por mês

**EXEMPLO:**



**TICKET MÉDIO**

R\$

Média de Faturamento Mensal pelo número de pedidos/mês

### 4ª Etapa - “Fechar a Conta”

**Fechar a conta** = faturamento médio mensal subtraídos os custos do empreendimento

**EXEMPLO:**

Faturamento médio (R\$ 7.000,00) - Custo Fixo (R\$3.000,00)

= **R\$4.000,00**

R\$4.000,00 - 15% Sobre = **R\$3.400,00**

R\$3.400,00 - 8% Nota Fiscal = **R\$3.128,00**

R\$3.128,00 - 40% Matéria-prima,

Terceiros e logística

= **R\$ 1.876,80**

A partir do valor obtido (R\$ 1.876,80) e, considerando que são 4 trabalhadoras, cada uma receberá o valor de R\$ 469,20.

## FECHAR A CONTA (faturamento médio mensal menos os custos do empreendimento)

Média de Faturamento Mensal	R\$	
Custo Fixo	R\$	
Sobra %	R\$	
Nota Fiscal %	R\$	
Matéria-prima, Terceiros e Logística %	R\$	
Mão-de-obra	R\$	
Outros	R\$	
<b>Total</b>	<b>R\$</b>	
<b>Ponto de equilíbrio do empreendimento</b>	<b>R\$</b>	

### IMPORTANTE:

Considerando o valor hora R\$9.70 para 160h/mês resultaria no valor de R\$1.552,00 de remuneração por trabalhadora. Multiplicado por 4 trabalhadoras o valor total R\$6.208,00.

Ao subtrair o valor de R\$1876,80 (valor da remuneração do exemplo) temos R\$4.331,20 em falta.

### Para o equilíbrio do Empreendimento será necessário:

R\$ 7.000,00 faturamento médio mensal

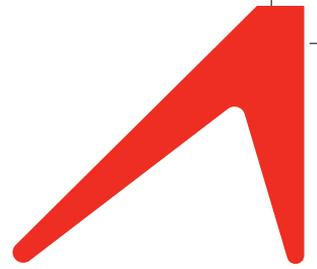
+ R\$4.331,20 valor faltante.

= R\$11.331,20 Ponto de equilíbrio

7 pedidos ou contratos ou produtos/mês (R\$1.700,00)



O modelo do Ponto de Equilíbrio  
você encontra nos anexos  
localizados no final da publicação.



### 3.6. BALANÇO E PRESTAÇÃO DE CONTAS

A prestação de contas é um documento que demonstra todas as movimentações ocorridas em um determinado período. Seu objetivo é apresentar de forma transparente com **dados financeiros** organizados o empreendimento (**Balanço**) e mostrar os **resultados das ações e atividades** realizadas com os participantes e parceiros.

O balanço é uma ferramenta que avalia a organização contábil e financeira do empreendimento, considerando o fluxo de caixa, o patrimônio e a caixinha.

#### O QUE É PATRIMÔNIO?

Patrimônio é o conjunto de bens, ou seja, tudo o que existe e pode ser convertido em dinheiro.

Existem 2 tipos de patrimônio:

- **Patrimônio de consumo (Estoque):** tecido, linhas, agulhas e material de limpeza.
- **Patrimônio permanente:** Terrenos, Instalações, Máquinas, Mobiliário, Ferramentas e outros.

#### O QUE É FLUXO DE CAIXA?

Fluxo de caixa é uma ferramenta de controle financeiro que registra a movimentação do empreendimento por um determinado período (Mensal).

O Fluxo de caixa deve contemplar: receitas, despesas, contas a pagar, contas a receber, empréstimos, reembolsos, entre outros. Na página seguinte, um exemplo:

**FEVEREIRO****DESPESAS**

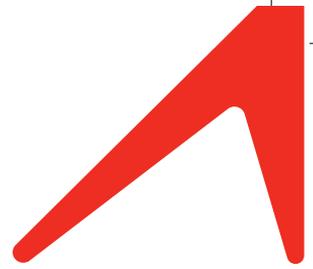
<b>Descrição</b>	<b>Centro de Custos</b>	<b>Valor</b>
GPS - INSS	Impostos	R\$ 419,76
Simplex	Impostos	R\$ 282,00
Contribuição Unisol	Custo Fixo	R\$ 100,00
Impostos (ISS e COFINS)	Impostos	R\$ 126,37
NET	Custo Fixo	R\$ 209,99
Kanaan	Custo Fixo	R\$ 1.610,00
Condomínio Causinha	Custo Fixo	R\$ 200,51
Eletropaulo	Custo Fixo	R\$ 64,48
Tarifas bancárias	Custo Fixo	R\$ 156,26
Locaweb	Custo Fixo	R\$ 73,64
Vanessa	RH	R\$ 900,00
Claudio	RH	R\$ 900,00
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 5.043,01</b>

**RECEITAS**

<b>Descrição</b>	<b>Centro de Custos</b>	<b>Associação DP</b>
Saldo Anterior		R\$ 1.511,14
Acompanhamento produção		R\$ 210,70
Consultoria 1		R\$ 1.700,00
Consultoria 2		R\$ 1.000,00
Consultoria 3		R\$ 500,00
Consultoria 4		R\$ 200,00
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 5.121,84</b>

**SALDO****R\$ 78,83**

O modelo do Fluxo de Caixa você encontra nos anexos localizados no final da publicação.



## O QUE É CAIXINHA?

Também conhecido como Fundo Fixo, a caixinha é uma quantia em dinheiro vivo para o pagamento de pequenas despesas diárias do empreendimento.

CAIXINHA 2018				
JANEIRO				
Data	Histórico	Crédito	Débito	Saldo
	Saldo 2017			-R\$ 231,34
08/01/208	Saque caixinha	R\$ 600,00		R\$ 368,66
12/01/208	Marina Tonussi (repassa vendas)		R\$ 538,00	-R\$ 169,34
17/01/208	Saque caixinha	R\$ 700,00		R\$ 530,66
17/01/208	Saque caixinha	R\$ 700,00		R\$ 1.230,66
17/01/208	Vera Eunice Dal Poggetto		R\$ 133,00	R\$ 1.097,66
17/01/208	Mini Jardim da Babilônia		R\$ 156,75	R\$ 940,91
17/01/208	Warmis		R\$ 106,00	R\$ 834,91
17/01/208	Justa Trama		R\$ 655,50	R\$ 179,41
17/01/208	Associação Arte e Convívio		R\$ 285,00	-R\$ 105,59
FEVEREIRO		Subtotal		-R\$ 105,59
Data	Histórico	Crédito	Débito	Saldo
	Saldo			-R\$ 105,59
	Saque caixinha	R\$ 100,00		-R\$ 5,59
	Saque caixinha	R\$ 190,00		R\$ 184,41
	Saque caixinha	R\$ 500,00		R\$ 684,41
	Marina Tonussi (repassa vendas)		R\$ 539,00	R\$ 145,41
	Saque caixinha	R\$ 120,00		R\$ 265,41
	Vendas caderno Tear	R\$ 126,00		R\$ 391,41
	Inclui Mais (vendas caderno Tear)		R\$ 126,00	R\$ 265,41
MARÇO		Subtotal		
Data	Histórico	Crédito	Débito	Saldo
	Saldo			R\$ 265,41

O modelo do Caixinha você encontra nos anexos localizados no final da publicação.

## COMO FAZER O BALANÇO DO EMPREENDIMENTO?

Para fazer o **balanço do empreendimento** é necessário:

1. Organizar o **fluxo de caixa mensal** durante o período de 12 meses;

- 
2. Anexar os **documentos comprobatórios (fluxo de caixa)**: notas fiscais emitidas para comprovar as entradas, boletos pagos, comprovantes de pagamento, recibos e extrato bancário;
  3. Fazer o controle do **caixinha** mensal.
  4. Atualizar anualmente o **patrimônio de bens**.
  5. Investimentos, a **Sobra, o Fundo de Reserva e Dívidas**.

### **3.7. CANVAS**

Canvas é uma ferramenta estratégica que permite o desenho, simplificado, do modelo de negócio no qual estão inseridos os principais itens que constituem um empreendimento. **Você encontra o modelo e o roteiro para preenchimento nas páginas 34 e 35.**

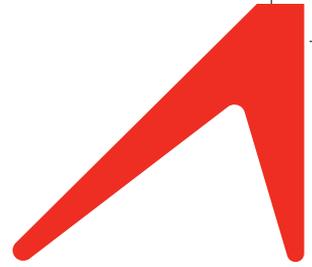
### **3.8. DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO OU SERVIÇO**

O QUE É O DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO OU SERVIÇO?

Processo de desenvolver soluções para uma demanda/problema do cliente.

É o processo que descreve a trajetória entre dois pontos: a identificação de uma oportunidade e a sua transformação em um negócio. Estamos, portanto, falando da trajetória entre a identificação de um problema a ser resolvido (a oportunidade) e a resolução do problema (transformação em negócio).

Indicamos aqui uma sequência de etapas para execução do desenvolvimento de um produto ou serviço para o seu empreendimento:



- Etapa 1 - Pesquisa de demandas e problemas .**
- Etapa 2 - Pesquisa de mercado, painel semântico e painel de habilidade.**
- Etapa 3 - Construção da solução, possibilidades de produtos e serviços.**
- Etapa 4 - Seleção das principais ideias e prototipagem.**
- Etapa 5 - Fluxo das ações de implementação do produto/serviço .**
- Etapa 6 - Divulgação e lançamento do produto/ serviço.**

## O QUE É PESQUISA DE MERCADO?

A Pesquisa de Mercado é a coleta de informações, por meio de instrumentos diversos, que permitirá entender a área dos produtos ou serviços oferecidos pelo empreendimento.

## COMO FAZER A PESQUISA DE MERCADO?

Selecionamos aqui algumas ferramentas:

### 1. Interação com os clientes e o público-alvo

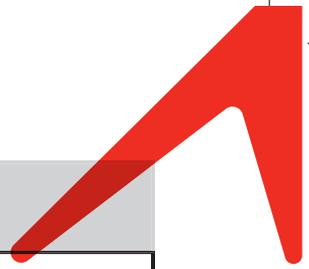
**a) De forma virtual:** Através de questionários ou formulários que permitam coletar a opinião sobre o seu produto, os desejos e as necessidades do seu cliente. Importante registrar e analisar as respostas para descobrir a demanda do cliente e dos desejos e expectativas.

The screenshot shows a Google Forms survey titled "Pesquisa Design Possível". The form includes the following sections:

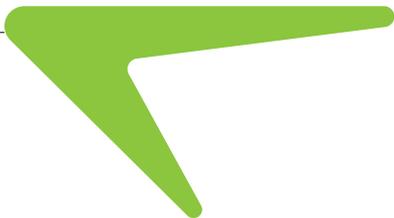
- Nome da Marca:** Text input field.
- Como conheceu o empreendimento e quanto tempo tem a parceria?:** Text input field.
- Avaliação da relação de parceria:** A table with three columns: Regular, Bom, and Ótimo. Rows include Atendimento Comercial, Qualidade na produção, and Prazo de entrega.
- Quais produtos que o empreendimento confecciona de forma satisfatória para sua marca?:** Multiple choice question with "Opção 1" selected.
- Quais produtos deseja desenvolver com o empreendimento?:** Text input field.
- Qual o diferencial que o empreendimento agrega a sua marca?:** Text input field.

# MODELO CANVAS

<p><b>PARCERIAS CHAVE</b></p> <p>Quem são nossos parceiros chave?          Quem são nossos provedores chave?          Que recursos chave adquirimos de nossos parceiros?          Que atividades chave realizam nossos parceiros?</p> <p><b>MOTIVAÇÕES PARA A PARCERIA</b>          Otimização e economia          Resolução de risco e incerteza          Aquisição de recursos e atividades particulares</p>	<p><b>ATIVIDADES CHAVE</b></p> <p>Que atividades chave requerem nossas propostas de valor?          Nossos canais de distribuição?          Relações com clientes?          Fontes de renda?</p> <p><b>CATEGORIAS</b>          Produção          Solução de problemas          Plataformas/Network</p>	<p><b>PROPOSTA DE VALOR</b></p> <p>Que valor proporcionamos aos nossos clientes?          Que problema de nossos clientes ajudamos a solucionar?          Que pacotes de produtos ou serviços oferecemos a cada segmento de mercado?          Que necessidade dos clientes satisfazemos?</p>
<p><b>ESTRUTURA DE CUSTOS</b></p> <p>Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócio?          Quais são os recursos chave mais caros?          Quais são as atividades chave mais caras?</p> <p><b>CARACTERÍSTICAS DE EXEMPLO:</b>          Custos fixos (salários, rendas, atividades)          Custos variáveis          Economia de escala          Economia de escopo</p>	<p><b>RECURSOS CHAVE</b></p> <p>Que recursos chave requerem nossas propostas de valor?          Nossos canais de distribuição? Relações com clientes?          Fontes de renda?</p> <p><b>TIPOS DE RECURSOS</b>          Físicos          Intelectuais          Humanos          Financeiros</p>	<p><b>ESTRUTURA DE CUSTOS</b></p> <p>Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócio?          Quais são os recursos chave mais caros?          Quais são as atividades chave mais caras?</p> <p><b>CARACTERÍSTICAS DE EXEMPLO:</b>          Custos fixos (salários, rendas, atividades)          Custos variáveis          Economia de escala          Economia de escopo</p>



<p><b>A DE VALOR</b></p> <p><b>CARACTERÍSTICAS</b> Novidade Desempenho Customização "Obter o trabalho feito" Design Preço Redução de custos Redução de riscos Acessibilidade Conveniência/ Usabilidade</p>	<p><b>RELAÇÕES COM CLIENTES</b></p> <p>Que tipo de relação esperam os diferentes segmentos do mercado? Que tipo de relações temos estabelecido? Qual é o custo destas relações? Como estão integradas em nosso modelo de negócio?</p> <p><b>EXEMPLOS</b> Assistência Pessoal Assistência pessoal dedicada Auto-serviço Serviços automatizados Comunidades Co-criação</p>	<p><b>SEGMENTOS DE MERCADO</b></p> <p>Para quem criamos valor? Quais são os nossos clientes mais importantes?</p> <p><b>EXEMPLOS</b> Mercado de massas Mercado nicho Segmentado Diversificado Plataforma multi-lateral</p>
	<p><b>CANAIS</b></p> <p>Que canais preferem nossos segmentos de mercado? Como estabelecemos atualmente o contato com os clientes? Quais têm melhores resultados?</p> <p><b>FASES DOS CANAIS</b> Como fazemos com que nossa empresa seja percebida? Como ajudamos ao cliente avaliar nossa proposta de valor? Como permitimos que os clientes compre produtos e/ou serviços específicos? Como entregamos nossa proposta de valor ao cliente? Como fornecemos ao cliente apoio após a compra?</p>	
<p><b>FONTES DE RENDA</b></p> <p>Por que valor estão dispostos a pagar nossos clientes? Por que pagam atualmente? Como pagam atualmente? Como eles gostariam de pagar? Quanto geram as diferentes fontes de renda ao total da renda?</p>		



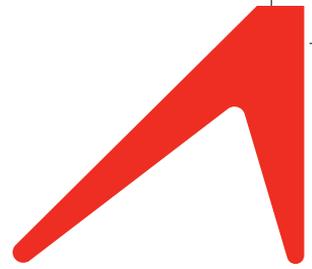
**b)De forma presencial:** Pesquisa de produtos ou serviços similares ao do seu empreendimento de forma presencial (quando possível). Visitar lojas, exposições e eventos da área que tenham o caráter de promover produtos e serviços similares ou parecidos com o do seu empreendimento.

## 2. Painel Semântico ou Mood Board

Mural composto de imagens e referências visuais - inspirações. Ferramenta que auxilia a construção da identidade do produto ou serviço a ser desenvolvido.



imagem: coolvector / Freepik



## O QUE É DESENVOLVIMENTO DE PROTÓTIPO?

O protótipo faz parte da etapa final do desenvolvimento de um produto ou serviço

### Para que serve? Qual é a importância?

- Testar a viabilidade da ideia, ou seja, serve para testarmos se a “Criação” funciona, efetivamente;
- Avaliar a usabilidade para fazer ajustes antes de produzir;
- Estimar custos e analisar a possibilidade das vendas através do interesse dos compradores;
- Organizar a produção por meio da definição do passo a passo de como será produzida a peça.

FICHA TÉCNICA						
Cliente: AMIGGA	GRADE					
Produto: TANGA	P	M	G	GG	G1	G2
Tamanho da piloto: G						
<p>Elástico</p> <p>Etiqueta composição</p> <p>Etiqueta tamanho</p> <p>Etiqueta marca</p>		<p>Matéria Prima</p> <p>Artigo</p> <p>Fornecedor</p> <p>Consumo</p> <p>Observação</p>				
<p>Elástico</p> <p>Etiqueta composição</p> <p>Etiqueta tamanho</p> <p>Etiqueta marca</p>		<p>Largura 5 mm</p> <p>1 uni.</p> <p>1 uni.</p> <p>1 uni.</p>				
<p>Observações corte:</p> <p>Elásticos</p> <p>Consumo por tamanho</p>						
<p>P - cintura: 54 cm / perna: 25 cm</p> <p>M - cintura: 56 cm / perna: 27 cm</p> <p>G - cintura: 60 cm / perna: 29 cm</p> <p>GG - cintura: 64 cm / perna: 30 cm</p> <p>G1 - cintura: 68 cm / perna: 32 cm</p> <p>G2 - cintura: 72 cm / perna: 34 cm</p>		<p>P - 29 cm X 47 cm</p> <p>M - 30 cm X 50 cm</p> <p>G - 55 cm X 33 cm</p> <p>GG - 55 cm X 33 cm</p> <p>G1 - 63 cm X 35 cm</p> <p>G2 - 65 cm X 37 cm</p>				
<p>Observações costura:</p> <p>Margem de costura de 5 mm.</p> <p>Margem dobra elástico 7 mm.</p>						
<p>Ordem de costura:</p> <p>1 - Unir o traseiro e dianteiro</p> <p>2 - Unir laterais</p> <p>3 - Colocar elástico nas pernas</p> <p>4 - Fazer a barra do babado como continuação do elástico das pernas</p> <p>5 - Colocar elástico na cintura posicionando as etiquetas no meio traseiro</p> <p>6 - Colocar o lacinho (ou flos) na altura do elástico centro dianteiro</p>						

### Quais são as informações necessárias para a Construção do Protótipo?

- as dimensões/ medidas;
- os materiais\* que serão usados;
- os tipos de acabamento;
- informações adicionais que sejam importantes para construção da peça.



### 3.9. QUALIDADE

O QUE É CONTROLE DE QUALIDADE?

#### **Palavra Qualidade - significado**

- 1. propriedade que determina a essência ou a natureza de um ser ou coisa.*
- 2. grau negativo ou positivo de excelência.*

No produto/serviço a qualidade significa a suas principais características que atendem a demanda do cliente.

No contexto produtivo o Controle de Qualidade faz parte do processo de produção do produto/serviço.

#### **Na prática serve para:**

- a) Estipular se a produção final atende ao que ficou estipulado no protótipo.
- b) Reduzir erros na operação das tarefas;
- c) Aprimorar as técnicas de trabalho.

### 3.10. COMUNICAÇÃO DIGITAL E VISUAL MERCHANDISING

VISUAL MERCHANDISING

#### **O que é**

Conjunto de ações do setor de varejo que tem por objetivo tornar a apresentação de produtos ou serviços mais atraente e, também, melhorar a experiência do cliente com a marca.

Quando falamos de *Visual Merchandising Online*, estamos descrevendo um conjunto de ações voltadas para o universo digital o que inclui plataformas onde é possível divulgar ima-



## ATENDIMENTO PRÉ-VENDA

É importante desenvolver um **Roteiro de atendimento padrão** que otimize o tempo e garanta a mesma experiência para todos os clientes e os que venham a ser clientes.

**Neste roteiro procure listar todas as necessidades para seguir com o atendimento, como por exemplo:**

- tipo de produção?
- prazo?
- material a ser costurado?
- quantidade?

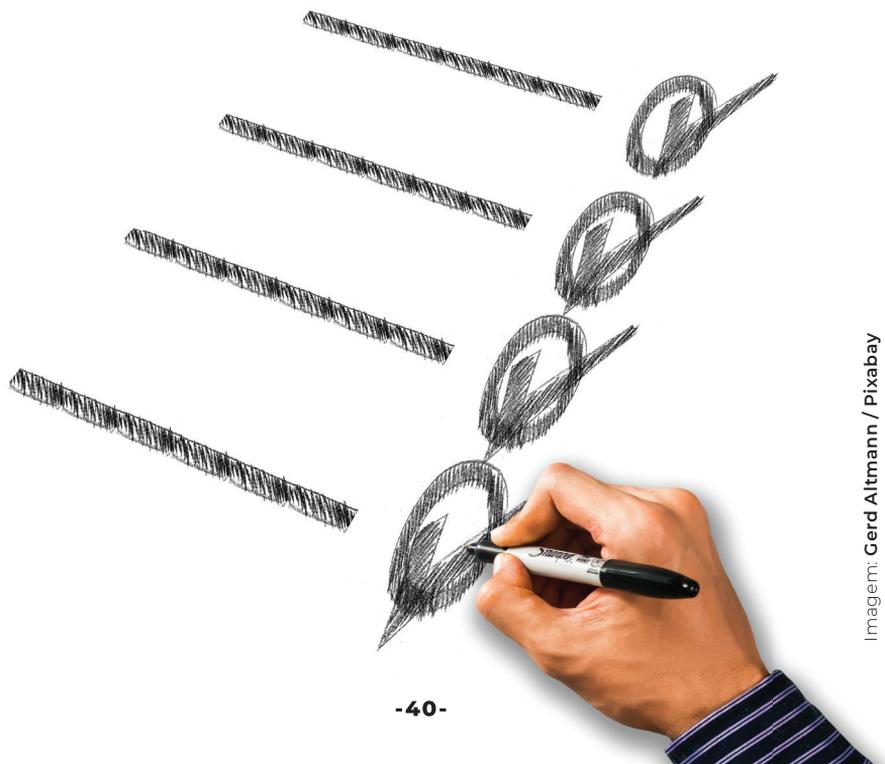
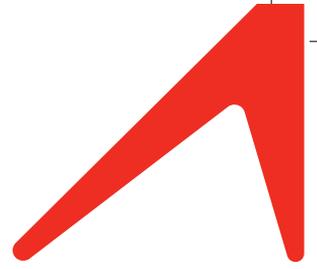


Imagem: Gerd Altmann / Pixabay



## ATENDIMENTO DURANTE O PROCESSO DE PRODUÇÃO

### **Durante o processo de produção é importante:**

- Confirmar as quantidades, prazos e pagamentos;
- Manter o cliente informado sobre o status do processo
- Fotos e vídeos podem ajudar a confirmar detalhes!
- Transparência e proposições de soluções, em caso de imprevistos, são sempre bem vindos!

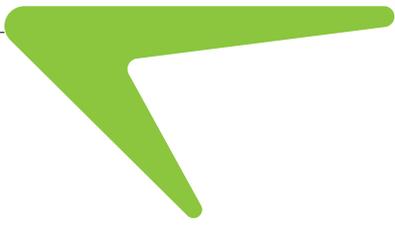
## ATENDIMENTO PÓS VENDA

A produção não termina com a simples entrega do produtos!

### **Verifique com seu cliente questões como:**

- As peças chegaram como esperado?
- Alguma consideração a respeito dos produtos?
- Agora finalizada a produção como o cliente avalia o processo todo (desde atendimento até entrega)?

Este tipo de procedimento ajuda a melhorar a experiência de compra e, conseqüentemente, **fortalecer a parceria e compromisso** com a marca parceira ou consumidor final.





# ANEXOS

## **FERRAMENTAS EM BRANCO PARA CONSULTA, CÓPIA E USO DAS LEITORAS**

- mapa de stakeholders
- mapa de empatia
- planilha de formação  
de preço completa
- planilha de custo fixo
- tabela de ponto de  
equilíbrio
- planilha de fluxo de caixa
- modelo de planilha de  
caixinha

# STAKEHOLDERS

Público estendido



PÚBLICO CENTRAL



Público estendido





\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



MAPA DE EMPATIA

**NOME:** \_\_\_\_\_

O que **PENSA E SENTE?**

O que  
**OUVE?**



Quais são as **DORES?**

**IDADE:** \_\_\_\_\_



O que  
**VÊ?**

O que **FALA E FAZ?**

Quais são as **NECESSIDADES?**



# PLANILHA DE FORMAÇÃO DE PREÇO COMPLETA

## MODELO ORÇAMENTO

Nº Orçamento	Data
Validade	
Cliente	
Produto	
Quantidade	

### MATÉRIA-PRIMA

Material	Unidade	Valor	Consumo Total	Consumo peça	Valor peça	Total	
Tecido 1	metro				R\$	R\$	
Tecido 2	metro				R\$	R\$	
Linha	cone				R\$	R\$	
Etiqueta	unidade				R\$	R\$	
Embalagem Individual	Unidade				R\$	R\$	
Embalagem Coletiva	Unidade				R\$	R\$	
Fita Adesiva	Unidade				R\$	R\$	
Tag	pct. 1190 uni.				R\$	R\$	
						Subtotal	R\$
						Perda 10%	
						Total	

OBS: TOTAL DIVIDIDO POR 0,90

SUBTOTAL + MARGEM DE PERDA

### MÃO-DE-OBRA

Etapa de Produção	Unidade	Valor hora	Tempo (Minutos)	Valor hora por peça	Total	Obs.:	
Corte	horas/minutos			R\$	R\$		
Costura	horas/minutos	R\$		R\$	R\$		
Acabamento e embalagem	horas/minutos	R\$		R\$	R\$		
Controle de Qualidade							
Compra de Material	horas/minutos	R\$		R\$	R\$		
						Total	R\$



## CUSTO FIXO - EMPREENDIMENTO

Item	Valor/ Mês
Aluguel sede	
Água	
Luz	
Telefone	
Internet	
Limpeza	
Café	
Transporte para reuniões	
Alimentação para reuniões	
Manutenção Máquinas	
Máquina de Cartão	
Tarifas Bancárias	
Impostos CNPJ	
Contabilidade	
Despesa 1	
Despesa 2	
Despesa 3	
Despesa 4	
<b>TOTAL</b>	
<b>Custo por DIA</b>	<b>R\$</b>



**Observações**

Lined area for notes with horizontal green lines.



**PONTO DE EQUILÍBRIO**

Custo Fixo Mensal

R\$

**Faturamento****Valor/ Mês****Nº de pedidos**

Mês 1

R\$

Mês 2

R\$

Mês 3

R\$

Mês 4

R\$

Mês 5

R\$

Mês 6

R\$

Total

R\$

Dividir o total pelos meses de faturamento

**Média de Faturamento Mensal****R\$**



Produtos	Clientes	Quant. Pçs
----------	----------	------------




--	--	--







## MODELO DE PLANILHA DE CAIXINHA

### CAIXINHA 2021

JANEIRO

Data	Histórico	Crédito	Débito	Saldo
------	-----------	---------	--------	-------

Saldo 2020

R\$

Subtotal

FEVEREIRO

Data	Histórico	Crédito	Débito	Saldo
------	-----------	---------	--------	-------

FEVEREIRO

**Data**   **Histórico**   **Crédito**   **Débito**   **Saldo**

Saldo Janeiro

R\$

Subtotal

MARÇO

**Data**   **Histórico**   **Crédito**   **Débito**   **Saldo**

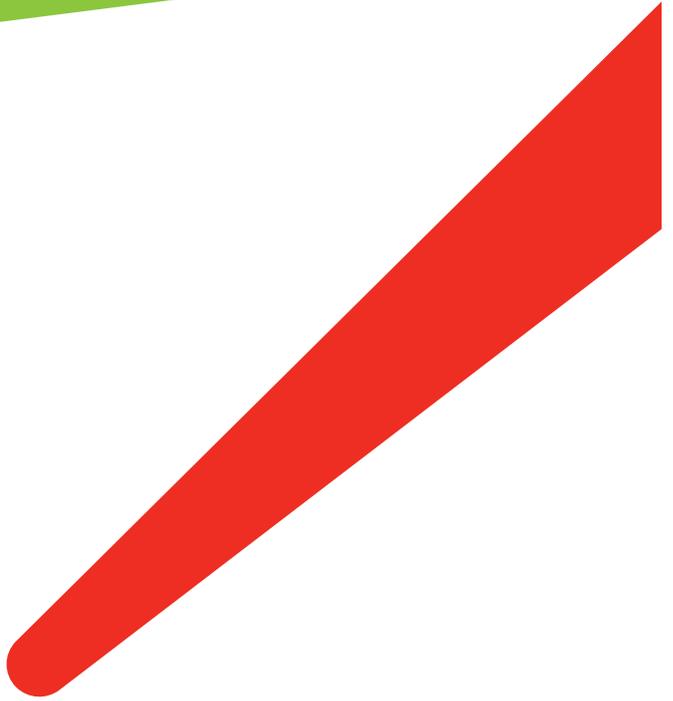
Saldo

R\$

Subtotal









Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD, o ano de 2019 viu acontecer um incremento do trabalho informal, tendo atingido a marca de 41% da população ocupada o que equivale a mais de 38 milhões de pessoas.

A informalidade, geralmente acompanhada da desqualificação profissional, contribui ainda mais para a, já marcante, desigualdade social brasileira. Para um país de dimensões continentais, como o Brasil, equacionar, e sobretudo, implementar programas de capacitação e geração de renda torna o objetivo de uma sociedade justa, do ponto de vista social e econômico, uma tarefa ampla, complexa e que demanda a participação ativa da sociedade civil.

Nesta perspectiva a ONG Design Possível empreendeu o projeto "Possíveis Empreendedores" que visa qualificar e apoiar a estruturação de empreendimentos na área da confecção e costura.

O projeto centra-se nos conceitos de economia solidária, comércio justo, equidade de gênero e o arranjo em redes, reafirmando a efetividade da tecnologia social como elemento articulador e aglutinador de uma sociedade justa do ponto de vista sustentável, ou seja, na perspectiva social, econômica e ambiental.