



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

Alcimélia das Graças Martins Amaral

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma Banca de Revistas sob a ótica do plano de negócio na Região Metropolitana de Belém.

**BELÉM – PARÁ
JANEIRO – 2005**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

Alcimélia das Graças Martins Amaral

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma Banca de Revistas sob a ótica do plano de negócio na Região Metropolitana de Belém.

Trabalho apresentado para obtenção de avaliação da disciplina Administração Financeira – 10º semestre.

Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira

BELÉM – PARÁ
JANEIRO – 2005

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Alcimélia das Graças Martins Amaral

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma Banca de Revistas sob a ótica do plano de negócio na Região Metropolitana de Belém.

Trabalho apresentado para obtenção de avaliação da disciplina Administração Financeira – 10º semestre.

Avaliado em: ____/____/____

Conceito: _____

Banca Examinadora:

Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira

BELÉM – PARÁ
JANEIRO – 2005

RESUMO

Este trabalho visa a importância da demonstração do estudo da viabilidade econômico-financeira no contexto do Plano de Negócios como fator preponderante para determinar as possibilidades de sucesso de um empreendimento.

Para que um empreendimento econômico alcance seus objetivos é necessário que tenha uma visão de futuro, e a missão traçada em seu Plano de negócios seja concretizada e dessa forma não venha a ser mais um empreendimento que aparece e desaparece do mercado em um curto espaço de tempo. O pessoa que quer investir o seu dinheiro não pode prever o futuro, mas a partir do momento que é feito o seu Plano de Negócios ela passa ter idéia de como o seu empreendimento irá se desenvolver, daí então a necessidade de um planejamento.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO I	9
1.1. TÍTULO DO ESTUDO	9
1.2. OBJETIVOS DO ESTUDO	9
1.2.1. A Importância do Estudo	9
1.2.2. O que o discente se propõe alcançar em seu estudo	9
1.2.3. O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas e/ou científicas.....	9
1.2.4. A delimitação do estudo	9
1.2.5. A organização do estudo.....	10
1.3. JUSTIFICATIVA	10
1.3.1. Qual a razão da escolha do tema e desenvolvimento do estudo	10
1.4. BIBLIOGRAFIA	11
CAPÍTULO II	12
2.1. Planejamento	12
CAPITULO III	12
3. 1. As circunstâncias adequadas para o empreendimento.....	12
3.2. O Mercado.....	12
3.2.1. Números, Tendências e Estrutura do Mercado	13
3.3. Concorrência.....	13
3.4. A Empresa nesse Mercado.....	13
3.5. A Empresa.....	14
3.5.1. A Definição do Modelo de Negócios	14
3.5.2. Breve Descrição Histórica	14
3.5.3. Estratégia de Marketing.....	14
3.5.4. Clientes e Fornecedores.....	14
3.5.5. Canais de Distribuição.....	15
3.6. Necessidade de capital.....	15
3.7. Funções Fundamentais de um Plano de Negócios.....	16
3.7.1. Vendas	16
3.7.2. Organizar e Controlar	16
CAPITULO IV.....	16

4. 1. Plano de Ação do Plano de Negócios.....	16
CAPITULO V.....	16
5.1. Plano financeiro.....	16
5.2. Investimento inicial	17
5.3. Receitas.....	17
5.4. Custos e despesas	17
5.5. Fluxo de caixa	17
5.6. Demonstrativo de resultados/Lucratividade prevista.....	18
5.7. Ponto de equilíbrio	18
5.8. Balanço patrimonial	19
5.9. Demonstração do Resultado do Exercício	20
5.10. Valor Presente Líquido - VPL.....	20
5.11. Taxa Interna de Retorno – TIR.....	21
5.12. Período de PAYBACK.....	21
CAPITULO VI.....	21
6.1. Aplicação Prática de um Plano de Negócios.....	21
6.2. Check-list inicial para elaboração do Plano de Negócios	22
6.2.1- Qual é o negócio?.....	22
6.2.2 – Qual a situação do negocio?	23
6.2.3- Qual o perfil da empresa?.....	23
6.2.4- Porque o negócio será lucrativo?.....	23
6.3. Sumário Executivo.....	25
6.4. Descrição Geral do Negócio	25
6.5. Dados Financeiros	25
6.5.1. Fontes de Recursos Financeiros	25
6.5.2. Investimentos Necessários.....	26
6.5.3. Balanço Patrimonial	26
6.5.4. Demonstração de Resultado do Exercício	28
6.5.5. Projeção de Fluxo de Caixa	29
6.5.6. Ponto de Equilíbrio.....	30
6.5.7. Análise de Indicadores de Avaliação de Negócio.....	30
6.6. Considerações Gerais e Sugestões para Pesquisas Futuras	31
CAPÍTULO VII.....	32

7.1. CONCLUSÃO	32
CAPITULO VIII.....	33
8.1. BIBLIOGRAFIA	33

INTRODUÇÃO

O estudo do Plano de Negócios não é recente, porém não é bem utilizado. Numa primeira fase a pesquisa fixou-se sobretudo no desenvolvimento do planejamento, e depois aplicabilidade no empreendimento.

Porém hoje, o estudo ultrapassa o problema de um empreendedor querer iniciar um negócio sem primeiramente traçar metas ou simplesmente verificar se o empreendimento é viável ou não. Como por exemplo, alguém resolve montar a venda de uma banca de bombom num local onde fluxo de crianças é pequeno, sendo muito provável então que as vendas não “decolem”, mas se for feito um estudo de viabilidade do negócio provavelmente perceberia com antecedência que naquele local não seria possível tal empreendimento.

O trabalho em questão visa orientar, quanto ao desenvolvimento de um planejamento de uma banca de revistas em jornais. Para quem quer montar seu próprio negócio e não pretende fazer grandes investimentos, uma banca de jornais e revistas pode ser considerada uma boa idéia, pois necessita de um pequeno capital inicial, apresenta baixo risco e proporciona boa rentabilidade.

CAPÍTULO I

1.1. TÍTULO DO ESTUDO

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma Banca de jornais e revistas sob a ótica do plano de negócio na Região Metropolitana de Belém.

1.2. OBJETIVOS DO ESTUDO

1.2.1. A Importância do Estudo

Com o Plano de Negócio é possível identificar o mercado ao qual a empreendimento se propõe a atender, quem são os concorrentes, o que eles tem de bom ou ruim, como sobreviver à concorrência o oferecer aos clientes para se manter no mercado, como obter o produto que será comercializado na loja e de que forma encontrá-lo a preços acessíveis e de que forma utilizar o marketing para que o produto da loja seja bem divulgado.

1.2.2. O que o discente se propõe alcançar em seu estudo

Demonstrar que através de um Plano de Negócios bem elaborado, poderá ser averiguado se o empreendimento deverá ser executado ou não.

1.2.3. O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas e/ou científicas

Auxiliar empreendedores de maneira que os mesmos possam entender o que é um Plano de Negócios e a importância de sua elaboração antes de iniciar um empreendimento.

1.2.4. A delimitação do estudo

Se o empreendedor planejar bem como desempenhar essas funções, obterá mais eficiência e segurança na operação do empreendimento. Caso contrário, será surpreendido por problemas que poderão inviabiliza-lo

1.2.5. A organização do estudo

Este estudo constará de:

- a) capa;
- b) folha de rosto;
- c) termo de aprovação;
- d) agradecimentos;
- e) resumo;
- f) sumário;
- g) conteúdo textual: introdução, planejamento, procedimento metodológicos do estudo, fundamentação teórica, considerações finais e sugestões para pesquisas futuras;
- h) anexos;
- i) bibliografia.

1.3. JUSTIFICATIVA

1.3.1. Qual a razão da escolha do tema e desenvolvimento do estudo

O interesse em executar este estudo surge a observarmos que a maioria dos empreendimentos colocados em prática em nosso país, não consegue ultrapassar cinco anos de existência por falta de orientação.

Estudiosos do assunto afirmam que um dos motivos desse fracasso é a falta de planejamento, principalmente ao que se refere ao estudo da viabilidade do retorno do capital investido em quantidade suficiente para proporcionar a continuidade do negócio.

1.4. BIBLIOGRAFIA

DIAS, Atonia Maria Batista de Souza. Estudo da Viabilidade Econômica. Belém (PA), 2003. 94 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis)- Universidade Federal do Para, Belém(PA), 2003

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 9ª Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, José Pereira da. Análise financeira das empresas. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

www.peritocontador.com.br

CAPÍTULO II

2.1. Planejamento

O planejamento deve ser bem estruturado e é fundamental para o sucesso do novo empreendimento. Muitos empreendedores fracassam por não fazerem um bom planejamento, os quais caracterizam-se por tocar nos aspectos certos do empreendimento para permitir análises corretas e induzir para decisões importantes para o empreendimento. O planejamento de ser simples para ocorrer a sua correta execução.

CAPITULO III

3. 1. As circunstâncias adequadas para o empreendimento

Nesse momento o Plano de Negócios é fundamental, pois irá unir a técnica com a oportunidade, e com a formulação de uma boa estratégia de negócio será realizada a estratégia formulada com a visão presente e futura no meio em que o negócio está inserido. Existe a necessidade de estar atento às mudanças do ambiente em que o empreendimento está inserido, pois esta está suscetível às mudanças do mesmo. Essas mudanças merecem um monitoramento contínuo com relação ao seu negócio, para que esse não se torne obsoleto.

3.2. O Mercado

A estratégia que se deve utilizar de como a empresa deve se comportar no mercado é de verificar as tendências do setor no qual a empresa pretende se inserir, os clientes que pretende atingir, de qual maneira irá gerar lucros e acumular receitas.

O Plano de negócios requer um estudo mais concreto do campo de atuação, sendo importante informar as fontes de informação ou pesquisa que confirmem esse conhecimento. Dessa maneira os seguintes tópicos devem fazer parte da estratégia de mercado.

3.2.1. Números, Tendências e Estrutura do Mercado

O tamanho do mercado (passado, presente e potencial futuro);

Tendências do mercado (Descrição rápida dos diferentes negócios existentes e das estratégias/formas de atuação dos principais empreendimentos do ramo);

Barreira de entrada a novos competidores;

Perfil dos clientes e razões para demanda produtos serviços.

3.3. Concorrência

Participação de Mercado dos concorrentes.etc.

Tamanho estimado (faturamento, volume de vendas, funcionários dos principais concorrentes).

Pontos fortes e fracos dos concorrentes diretos e indiretos.

3.4. A Empresa nesse Mercado

- Participação de mercado atual e projeção para os próximos anos.
- Distribuição do faturamento nos diferentes segmentos no mercado

3.5. A Empresa

Nesta seção são apresentadas: as características que diferenciam a empresa dos concorrentes considerando o contexto abordado no item anterior, os objetivos a curto e longo prazos, como a empresa está organizada para alcançá-los e os pontos fortes e fracos do seu modelo de negócio. Para isso, os seguintes tópicos devem fazer parte desta seção:

3.5.1. A Definição do Modelo de Negócios

Posicionamento da empresa no setor e descrição da sua atividade. Mercado-alvo e modelo de receitas (“por que os clientes pagam/pagarão pelos produtos ou serviços oferecidos?”; “como é o processo comercial? etc)”

3.5.2. Breve Descrição Histórica

A empresa é uma firma individual, foi fundada em 01 de outubro de 2003, localizada na Av. Alcindo Cacela s/n entre rua dos Caripunas e Engenheiro Fernando Guilhon, a firma tem um funcionário e atua no mercado de venda de jornais e revistas.

3.5.3. Estratégia de Marketing

A estratégia de Marketing apresenta como o empreendedor pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda, sempre de acordo com a estratégia definida anteriormente acerca do posicionamento da empresa no mercado. Deve abordar seus métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente, política de preços, projeção de vendas, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e publicidade.

3.5.4. Clientes e Fornecedores

O estudo do mercado é essencial para a formatação do produto e/ou serviço a ser ofertado e da definição do modelo operacional mais adequado. Isso exige

conhecimento amplo do mercado que pretende atuar, seja em termos de demanda como de concorrência.

Nesse item devem- se descrever quem são os clientes ou grupos de clientes que a empresa pretende atender, quais são as necessidades destes clientes potenciais e como o produto/serviço poderá atendê-los. É fundamental procurar conhecer o que influencia os futuros clientes na decisão de comprar produtos ou serviços: qualidade, preço, facilidade de acesso, garantia, forma de pagamento, acabamento, forma de atendimento, etc.

Os fornecedores são o conjunto de pessoas ou organizações que suprem a empresa de equipamentos, matéria-prima, mercadorias e outros materiais necessários ao seu funcionamento. Na escolha de fornecedores deve-se considerar a qualidade, quantidade, preço, prazo e forma de pagamento e de entrega, garantia e assistência técnica de equipamentos e outras informações úteis, dependendo das mercadorias ou serviços a serem oferecidos.

3.5.5. Canais de Distribuição

Nesse tipo de empreendimento a venda pode ser efetivada no próprio ponto de venda ou a pessoa pode entregar na residência do cliente.

3.6. Necessidade de capital

Banca de revista exige pequeno investimento. Pequeno capital inicial, baixo risco e boa rentabilidade. Para quem quer montar seu próprio negócio e não pretende fazer grandes investimentos, uma banca de jornais e revistas pode ser considerada uma boa idéia, pois necessita de um pequeno capital inicial, apresenta baixo risco e proporciona boa rentabilidade.

3.7. Funções Fundamentais de um Plano de Negócios

3.7.1. Vendas

Com relação a este item é importante saber como será feita a venda ao consumidor, como as mercadorias serão demonstradas ao cliente, de que forma o cliente irá obter a mercadoria se pagará a prazo ou a vista. A atitude com relação aos representantes e distribuidores e qual será a forma de divulgação do negócio.

3.7.2. Organizar e Controlar

O Plano de Negócios abrange inúmeros pontos e os quais são:

- a) Quantas pessoas serão necessárias para tocar o negócio;
- b) Quais são as funções básicas;
- c) Como será a remuneração e
- d) Quais são as funções básicas de cada um no empreendimento.

CAPITULO IV

4. 1. Plano de Ação do Plano de Negócios

o que é necessário para implantar o empreendimento, em qualquer que seja o negócio existe a preocupação por parte da pessoa que pretende abrir um negócio novo de saber quanto em dinheiro deverá dispor para iniciar o empreendimento.

CAPITULO V

5.1. Plano financeiro

No plano financeiro, apresentam-se, em números, todas as ações planejadas para a empresa. Algumas perguntas chave que o empreendedor deverá responder

neste item são: Quanto será necessário para iniciar o negócio? Existe disponibilidade de recursos para isto? De onde virão os recursos para o crescimento do negócio? Qual o mínimo de vendas necessário para que o negócio seja viável? O volume de vendas que a empresa julga atingir torna o negócio atrativo? A lucratividade que a empresa conseguirá obter é atrativa?

5.2. Investimento inicial

Especifica-se neste item os custos com as instalações, suprimentos, equipamentos e mobiliário necessários para a implantação do negócio. Estas especificações ajudarão no levantamento do investimento fixo – ativo permanente – necessário para implantação da empresa. Mesmo que a empresa esteja instalada, ou pretenda se instalar,, numa incubadora, que comumente oferece parte desta estrutura inicial, estes valores devem ser considerados.

5.3. Receitas

Conforme já foi efetuado no item “projeção de vendas”, o empreendedor já definiu a projeção de suas vendas esperadas para o horizonte de cinco anos. Com estes dados em mãos, juntamente com a determinação do preço a ser praticado pelo seu produto ou serviço, poderá visualizar suas vendas em termos de valores, as quais denominamos de receitas.

5.4. Custos e despesas

Os custos gastos que estão ligados a produção ou serviços do empreendimento. As despesas são bens ou serviços consumidos direta ou indiretamente pela administração.

5.5. Fluxo de caixa

A Demonstração do Fluxo de Caixa, embora não exigida pela Lei 6.404/76 é de grande utilidade interna na entidade.

De forma condensada, a Demonstração do Fluxo de Caixa(DFC) indica a origem de todo o dinheiro que entrou no Caixa, bem como a aplicação de todo o dinheiro que saiu do Caixa em determinado período.

5.6. Demonstrativo de resultados/Lucratividade prevista

Com base nos valores já identificados, relativos às entradas e saídas da empresa, o empreendedor poderá utilizar a planilha “Demonstrativo de Resultados” para chegara à lucratividade de seu negócio.

A partir disso, terá condições de apurar informações cruciais como o retorno que terá sobre o capital investido na empresa e o prazo de retorno sobre o investimento inicial. Isto é fundamental para que se avalie o grau de atratividade do empreendimento. Por exemplo: você investiria anos de sua vida num negócio que não pode lhe oferecer retorno melhor que uma aplicação financeira de baixo risco?

5.7. Ponto de equilíbrio

Ponto de Equilíbrio faz parte do estudo da relação: custo x volume x lucro, e mostra a quantidade de produtos que deve ser produzida (e vendida) para propiciar o resultado desejado pelos investidores. O equilíbrio, demonstrado pela quantidade de produtos, se faz através do lucro zero, ou do lucro desejado. Ou seja, preciso produzir 1.000 unidades de produto para pagar todos os meus custos e despesas fixas e nada ganhar. Neste caso estamos diante do lucro zero. A partir da 1.001^a. unidade inicia-se o processo de obtenção de resultado positivo aos investidores. O ponto de equilíbrio se faz, então, na 1000^a. unidade. Para chegarmos ao ponto de equilíbrio, temos de passar pela Margem de Contribuição, que é uma medida indicativa de resultado, proveniente da seguinte informação: Margem de Contribuição = Vendas Líquidas (-) Custos e Despesas Variáveis Observamos pela fórmula da margem de contribuição que esta preocupa-se apenas com os gastos variáveis da empresa. Assim, é uma interpretação de resultado diferente daquelas que observamos na demonstração do resultado, mas é uma forma importante de se interpretar a “contribuição” de cada produto ao resultado final. Assim, para

chegarmos ao ponto de equilíbrio, temos de segregar todos os gastos (custos ou despesas) em fixos e variáveis.

5.8. Balanço patrimonial

O balanço patrimonial divide-se em grupos de contas, de característica semelhante facilitando, dessa forma, sua leitura, interrupção e análise.

Ativo Circulante: Compreende contas que estão constantemente em giro, em movimento, terá conversão em dinheiro ocorrerá, no máximo, até o próximo exercício social.

Realizável à longo prazo: Incluem-se nessa conta bens e direitos que se transformações em dinheiro após o exercício seguinte.

Permanente: São bens e direitos que não se destinam a venda e tem vida útil longa no caso de bens.

Investimento: São aplicações de caráter permanente que geram rendimento não necessários à manutenção de atividade principal da empresa.

Imobilizado: Abarca itens de natureza permanente que serão utilizado para manutenção da atividade básica da empresa.

Diferido: São aplicações que beneficiarão de exercícios futuros.

Passivo: Compreende obrigações exigível que serão líquidos no próximo exercício social nos próximo 365 dias após o levantamento do balanço.

Exigível a longo prazo: Relaciona-se nessa conta obrigações exigíveis que serão liquidadas com prazo superior a um ano divididos a longo prazo.

Patrimônio Líquido: São recursos dos proprietário aplicações na empresa. Os recursos significam o capital mais o seu rendimento, lucros e recursos se houver prejuízo o total dos investimentos proprietários será reduzido.

5.9. Demonstração do Resultado do Exercício

A partir dessa demonstração, pode-se verificar o resultado que a empresa obteve (lucro ou prejuízo) no desenvolvimento de suas atividades durante um determinado período, geralmente igual a um ano.

5.10. Valor Presente Líquido - VPL

O Valor Presente Líquido é um dos instrumentos mais utilizados para avaliar propostas de investimento de capital.

Segundo César Salim... [et. Al.]. (2003), o Valor Presente Líquido reflete a riqueza em valores monetários do investimento medida pela diferença entre o valor presente das entradas de caixa e o valor presente das saídas de caixa, a uma determinada taxa de desconto.

$$VPL = \text{SOMA } [FC_j / 1 + i^j], j = \{0, n\}$$

Onde:

FC_j é o fluxo de caixa esperado no ano j

i é a taxa de desconto

5.11. Taxa Interna de Retorno – TIR

Também chamada **Internal Rate of Return (IRR)**, representa a taxa de desconto que iguala, num único momento, os fluxos de entrada com os de saída de caixa – na verdade, produz um **VPL igual a zero**.

Um investimento é atraente quando a TIR é maior ou igual à taxa de juros vigente no mercado para uma aplicação com o mesmo nível de risco.

5.12. Período de PAYBACK

É o período de recuperação de um investimento. Ou seja, o prazo de tempo até que o investimento inicial seja recuperado por meio dos fluxos de caixa líquidos positivos gerados pelo negócio.

Corresponde, assim, ao período de tempo em que os valores dos investimentos realizados e despesas (fluxos negativos) se igualam às entradas de caixa (fluxos positivos).

CAPITULO VI

6.1. Aplicação Prática de um Plano de Negócios

Estudo da viabilidade de um empreendimento de uma banca de jornais e revistas. Este empreendimento não será caracterizado como empresa e sim, como um serviço prestado por profissional autônomo. Para atuar nesse mercado é necessário obter concessão junto à prefeitura do município sendo que nem sempre é possível encontrar pontos disponíveis.

O local a ser escolhido é de vital importância, devendo ser pesquisado o poder aquisitivo da região e o tipo de comércio existente nas proximidades. Essas

informações darão ao empreendedor condições de estabelecer quais as publicações de maior interesse do seu público alvo.

As publicações podem ser diárias, semanais, quinzenais e mensais. Os jornais são entregues e retirados nas bancas. Para se cadastrar e receber o jornal além da obtenção do crédito deve-se apresentar o CIC e RG do jornaleiro, acompanhados de qualquer documento comprovando a localização da banca.

As editoras e os distribuidores fornecem o material e estabelecem cotas para cada produto. Cada jornaleiro recebe um lote mínimo de produtos, definido em função de uma pré-avaliação da banca e localização.

A comercialização de revistas representa a maior parte do volume de vendas nas bancas e garante ao empresário uma rentabilidade bruta de 30%.

O lucro líquido da banca está entre 10% e 15%, que pode ser considerado muito bom, pois o empreendimento não necessita capital de giro, uma vez que as publicações são adquiridas sob regime de consignação.

6.2. Check-list inicial para elaboração do Plano de Negócios

6.2.1- Qual é o negócio?

É uma prestação de serviço. Através dele o proprietário da banca irá vender informações em forma de revistas e jornais e o público será: crianças, jovens, adultos e idosos.

6.2.2 – Qual a situação do negocio?

O empreendimento já está funcionando tem uns três anos, porém o proprietário continua indo busca de informações sobre o assunto para melhor atender as necessidades dos clientes.

6.2.3- Qual o perfil da empresa?

Terá proprietário único, com perfil de empresário individual , de acordo com o novo código civil.

O nome da firma será o do titular acrescido da palavra que lembre o serviço a ser oferecido, o qual será responsável limitadamente e individualmente pela empresa.

6.2.4- Porque o negócio será lucrativo?

Por ser um mercado que tem um vasto mercado consumidor onde pessoas dos diversos setores da sociedade podem se interessar pelo serviço que é oferecido que é a informação, e o serviço que será fornecido será de qualidade o que irá atrair um maior numero de clientes.

PLANO DE NEGÓCIOS BANCA SILVA

BELÉM – PARÁ

JANEIRO – 2005

6.3. Sumário Executivo

Este Plano de Negócios foi desenvolvido para auxiliar o empresário na tomada da decisão de iniciar um empreendimento no setor de serviços.

A empresa denominada BANCA SILVA já iniciou o seu negócio tem três anos com o seu planejamento pretende oferecer serviços como: venda de revistas em geral, jornal e cartões telefônicos. Esses serviços são utilizados por diversos segmentos da sociedade.

É um segmento do mercado promissor, pois a sociedade precisa estar bem informada, e das bancas de revistas as pessoas conseguem obter as informações que estão buscando.

6.4. Descrição Geral do Negócio

O objetivo da banca de revistas será fornecer informações e serviços ao público em geral, e essas informações e serviços poderão ser em forma de jornais, revistas e outros.

6.5. Dados Financeiros

6.5.1. Fontes de Recursos Financeiros

Os recursos necessários na fase inicial do empreendimento e o capital de giro, que corresponde o quanto a empresa possui para operar no mercado em termo de ativos disponíveis e a realizar em curto prazo, serão provenientes de economias pessoais do empreendedor e capital de terceiros

6.5.2. Investimentos Necessários

Plano de Investimento	
Investimento Inicial	R\$ 32.147,12
Capital Próprio	R\$ 10.000,00
Capital de Terceiros	R\$ 22.147,12
Bancade Revistas	R\$ 24.160,50
Despesas Pré-Operacionais	
Licença p/ funcionamento	R\$ 340,00
Custo Variável	
	R\$ 4.910,00
Painel de Plástico	R\$ 300,00
Carimbo	R\$ 10,00
Grampo p/ exposição de revistas	R\$ 100,00
Aquisição de exemplares	R\$ 4.500,00
Custos Fixos	
	R\$ 470,50
Telefone	R\$ 105,00
Energia Elétrica	R\$ 35,00
Água	R\$ 10,50
Caderno de anotações	R\$ 20,00
Salários	R\$ 300,00

6.5.3. Balanço Patrimonial

Balanco Patrimonial Inicial			
Ativo		Passivo	
Ativo Circulante	R\$ 7.236,62	Passivo Circulante	22.147,12
Disponível	2.736,62	Fornecedores	22.147,12
Caixa	2.736,62		
Banco	0,00		
Estoques	R\$ 4.500,00		
Ativo Permanente	R\$ 24.910,50	Patrimônio Líquido	10.000,00
Imobilizado	R\$ 24.570,50	Capital Social	10.000,00
Imóvel (Banca de Revistas)	R\$ 24.160,50		
Móveis e Utens.	R\$ 410,00		
Diferido			
Despesas de Organização	R\$ 340,00		
ATIVO TOTAL	R\$ 32.147,12	TOTAL DO PASSIVO	32.147,12

O Balanço Patrimonial inicial foi elaborado a partir do plano de investimento, no balanço consta o valor de aquisição de exemplares adquiridos com os fornecedores e o quanto inicialmente será gasto com o material necessário para o funcionamento da banca de revistas.

6.5.4. Demonstração de Resultado do Exercício

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO					
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Receita Bruta Serviços	72.000,00	84.960,00	100.252,80	118.298,30	139.592,00
(-) Deduções					
ISS	0,00	0,00	0,00		
Receita Operacional Líquida	72.000,00	84.960,00	100.252,80	118.298,30	139.592,00
Custos Operacionais					
(-) Custos do Período					
Custo Direto dos Serviços	54.000,00	60.480,00	67.737,60	75.866,11	84.970,05
Lucro Operacional Bruto	18.000,00	24.480,00	32.515,20	42.432,19	54.621,95
Custos Fixos	5.646,00	6.323,52	7.082,34	7.932,22	8.884,09
Água, Luz, Telefone e Salário	5.646,00	6.323,52	7.082,34	7.932,22	8.884,09
Lucro Operacional	0,00				
(+/-) Rec./Desp. não Opera	12.354,00	18.156,48	25.432,86	34.499,97	45.737,86
Lucro antes do Imposto de R	12.354,00	18.156,48	25.432,86	34.499,97	45.737,86
(-) Imposto de Renda	-370,62	-544,69	-762,99	-1.035,00	-1.372,14
Lucro Líquido	11.983,38	17.611,79	24.669,87	33.464,97	44.365,73

Para elaborar a Demonstração do Resultado do Exercício para os cinco primeiros anos de atividade da banca de revistas considerou-se um acréscimo de 15% no volume de vendas a cada ano e também o IGPM – Índice Geral de Preço de Mercado da Fundação Getúlio Vargas, acumulado em 9% no Ano 1 de operação da empresa, para corrigir os custos de despesas variáveis da prestação do serviço a cada ano

6.5.5. Projeção de Fluxo de Caixa

FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 5 anos				
		IGPM / 2005		12%
	Crescimento de 18% ao ano			18%
ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
R\$ 72.000,00	R\$ 84.960,00	R\$ 100.252,80	R\$ 118.298,30	R\$ 139.592,00
R\$ 64.560,76	R\$ 72.308,05	R\$ 80.985,02	R\$ 90.703,22	R\$ 101.587,61
5.646,00	R\$ 6.323,52	R\$ 7.082,34	R\$ 7.932,22	R\$ 8.884,09
70.206,76	R\$ 78.631,57	R\$ 88.067,36	R\$ 98.635,45	R\$ 110.471,70
R\$ 1.793,24	R\$ 6.328,43	R\$ 12.185,44	R\$ 19.662,86	R\$ 29.120,30

6.5.6. Ponto de Equilíbrio

CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO			
Ponto de Equilíbrio =		Custos + Despesas Fixas	
		Margem de Contribuição Unitária	
Preço de Venda/Unid		R\$ 3,57	
Custos + Despesas Variáveis/Unid		R\$ 2,68	
Custos + Despesas Fixas/Mês		R\$ 470,50	
Margem de Contribuição Unitária		R\$ 0,89	
Ponto de Equilíbrio/Unid		R\$ 529,96	
Ponto de Equilíbrio em un		473,18	= 530
		0,89	
Ponto de Equilíbrio em R\$ 1.892,71			

O Ponto de Equilíbrio informa quanto a empresa de vender para não Ter prejuízo, e a partir de quanto começará a auferir lucro. No caso desse empreendimento a banca de revistas deve vender 530 exemplares mensalmente para que não tenha prejuízo e só a partir da unidade 531 passará a obter lucro.

6.5.7. Análise de Indicadores de Avaliação de Negócio

Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0	32.147,12			-32.147,12			
1		72.000,00	70.206,76	1.793,24	6%	17,93	6.454
2		84.960,00	78.631,57	6.328,43	20%	5,08	1.829
3		100.252,80	88.067,36	12.185,44	38%	2,64	950
4		118.298,30	98.635,45	19.662,86	61%	1,63	589
5		139.592,00	110.471,70	29.120,30	91%	1,10	397

VPL	=	R\$ 3.563,23
-----	---	--------------

TIR	=	22%
-----	---	-----

6.6. Considerações Gerais e Sugestões para Pesquisas Futuras

Após ter feito a projeção para cinco períodos, a Demonstração do Resultado do Exercício e os indicadores de Rentabilidade, constatei que o empreendimento é economicamente atrativo.

1- Após análise de projeção para cinco anos, chegou-se as seguintes conclusões. O capital de terceiro utilizado terá retorno em menos de cinco anos, pois o capital investido foi de R\$ 22.147,12 e quando chega ao final de cinco anos já teve um retorno R\$ 29.120,30, então isto demonstra que o empreendimento é economicamente viável, desde que as projeções se mantenham.

2 - O lucro líquido da banca está entre 10% e 15%, que pode ser considerado muito bom, pois o empreendimento não necessita capital de giro, uma vez que as publicações são adquiridas sob regime de consignação.

CAPÍTULO VII

7.1. Conclusão

A dinâmica do estudo executado em sala de aula, não somente concernente ao teor contábil, mas também ao envolvimento com os assuntos abordados em classe deram-me o ensejo e a oportunidade de dar praticidade a todo aporte teórico que me foram ofertados, em sala de aula, e pelo docente ministrante da disciplina Administração Financeira e Orçamento Empresarial.

No que tange à Ciência Contábil a disciplina foi bastante enriquecedora para que eu pudesse constatar com grande precisão a importância dos procedimentos contábeis, perceber de perto a dinâmica de gestão e por em pratica os princípios, métodos e teorias da contabilidade. Ora, a Ciência Contábil é uma ferramenta muito útil como informação para as atividades dentro da gestão bem como para a tomada de decisões tanto faz se caráter interno ou externo, logo o uso desta ciência em um setor onde se faz necessário o controle de entradas e saídas de estoque, apuração de vendas análise de diferenças periódicas é de suma importância.

Considero de grande relevância a disciplina Administração Financeira e Orçamento Empresarial, uma vez que tive a oportunidade , rara, de atuar nos diversos setores que se inserem na Ciência Contábil, além de poder por em prática, como já mencionado, toda a experiência, e conhecimentos adquiridos na Universidade.

CAPITULO VIII

8.1. Bibliografia

DIAS, Antonia Maria Batista de Souza. Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa na Região Metropolitana de Belém sob a ótica do plano de negócio. Trabalho de Conclusão de Curso 2002. UFPA.

MARTINS, Gilberto de Andrade. Manual para elaboração de monografias e dissertações. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 9ª Ed. São Paulo: Atlas, 2003MARTINS,.

PRADO, Lauro Jorge. Guia de Custos. Série empresarial. 2ª ed. Edição Especial para distribuição pela internet. Disponível em: <http://lauoprado.tripod.com/ezine/>. Acesso em: 10 out.2004.

SILVA, José Pereira da. Análise financeira das empresas. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

Sites consultados:

SEBRAE, www.sebrae.com.br

Pequenas Empresas Grandes Negócios, www.pegm.com.br

CREFITO, www.crefito.org.br

www.pucrs.br/agt/raiar/download/proposta.pdf.

www.cps.softex.br/anexo1.doc.