



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
ALESSANDRA PAIXÃO HUNGRIA – Mat: 0201010801
FABIANA SUELI DAMASCENO DOS SANTOS – Mat: 0101009601

PLANO DE NEGÓCIOS
“SÓ DELLA LINGERIES”

BELÉM
2006



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
ALESSANDRA PAIXÃO HUNGRIA – Mat: 0201010801
FABIANA SUELI DAMASCENO DOS SANTOS – Mat: 0101009601

PLANO DE NEGÓCIOS DE
“SÓ DELLA LINGERIES”

Projeto de Pesquisa elaborado e apresentado como requisito de avaliação final do semestre, disciplina Administração Financeira ministrada pelo professor Héber Lavor Moreira, no curso de Graduação em Ciências Contábeis.

BELÉM
2006

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	4
CAPÍTULO I.....	4
1.1 TÍTULO DO ESTUDO.....	5
1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO.....	5
1.2.1 O QUE O DISCENTE PRETENDE ALCANÇAR.....	5
1.2.2 A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO	5
1.2.3 CONTRIBUIÇÕES TÉCNICAS E CIENTÍFICAS	5
1.3 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO	5
1.3.1 ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO.....	5
1.4 PÚBLICO ALVO	5
1.5 JUSTIFICATIVAS	5
1.6 METODOLOGIA APLICADA	5
CAPÍTULO II.....	5
2.2 PLANEJAMENTO	5
2.2.1 POR QUE PLANEJAR?.....	6
2.2.2 O PLANO DE NEGÓCIO.....	6
CAPÍTULO III.....	6
3.1 ROTEIRO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	6
3.1.1 PLANO DE NEGÓCIOS DE UMA MICRO-EMPRESA NA ÁREA DE LINGERIES FEMININAS	6
3.1.1.1 EMPREENDIMENTO.....	6
3.1.1.2 NOME DOS RESPONSÁVEIS	6
3.1.1.3 DATA DE ELABORAÇÃO.....	7
CAPÍTULO IV.....	7
4.1 CONTROLE DO INVESTIMENTO	7
4.2 ESTRUTURA DO EMPREENDIMENTO	8
4.5 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	10
4.6 PONTO DE EQUILÍBRIO	11
4.7 FOLHA DO PRODUTO.....	12
4.8 FLUXO DE CAIXA.....	13
4.9 TAXA INTERNO DE RETORNO – TIR	16
4.10 PAYBACK.....	16
4.11 VALOR PRESENTE LÍQUIDO – VPL.....	16
CONCLUSÃO	18
BIBLIOGRAFIA.....	19

INTRODUÇÃO

É normal pensar que fazer amizades ou interagir com empresários do ramo é difícil, pois estes não darão informações sobre as características do negócio para um “futuro concorrente”. Não é verdade! As pessoas gostam de trocar idéias e falar das dificuldades; basta ser franco na conversa, apresentando e explicando a sua situação.

Para começar buscamos empresas em bairros distantes, pois assim ninguém se sentirá ameaçado, e posteriormente fizemos uma pesquisa no centro comercial da cidade com o intuito de obter uma visão geral do Comércio de Lingerie e uma noção de sua situação atual.

Ao decidirmos abrir nosso próprio negócio voltado para o comércio de lingerie, o primeiro ponto identificado foi a certeza quanto à oportunidade de negócio.

De forma simplificada, podemos dizer que, se existe alguém querendo comprar os produtos de um comércio de lingerie, existe uma oportunidade de negócio.

Procuraremos apresentar um esboço do que se precisa saber e praticar para melhorar as chances de sucesso. Portanto, não é possível, nem é propósito desta pesquisa apresentar uma receita completa para exploração de Comércio de Lingerie

CAPÍTULO I

1.1 TÍTULO DO ESTUDO: Plano de Negócio de “Só Della Lingeries”

1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO

1.2.1 O que o discente pretende alcançar: Adotar o melhor caminho a ser traçado, para montar seu plano de negócio. O resultado precisa ser o mesmo, isto é, deveremos ter respostas convincentes para questões impostas pelo negócio “Comércio de Lingeries”.

1.2.2 A importância do estudo: Algumas respostas virão em forma de estratégias, planos de ação, métodos de trabalho e outras conclusões numéricas que medirão o efeito de cada decisão que tomarmos para formatação de sua empresa. Sendo que todas as decisões que forem tomadas na formação da empresa terão impacto direto no volume de vendas, no volume de gastos, no preço, e principalmente na lucratividade da empresa e na rentabilidade de seu investimento.

1.2.3 Contribuições técnicas e científicas: Clarear as coisas que se precisa saber para ter chances reais de sucesso, para que saibamos o que tem de fazer ou encontrar um meio de fazer o que precisa ser feito. Obtendo domínio sobre aspectos importantes do referido negócio, sabendo lidar com desafios relacionados com os aspectos de gestão.

1.3 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

1.3.1 Organização do estudo:

1.4 PÚBLICO ALVO: profissionais da área contábil e afins, além de empresários que estão em vias de abrir seu próprio negócio.

1.5 JUSTIFICATIVAS: segundo estatísticas do Comércio Atacadistas de Lingeries, em empresas que apresentaram sinais que as proporcionaram o título de deficientes, destacam-se principalmente três questões fundamentais: planejamento prévio, estruturação do negócio e gestão.

1.6 METODOLOGIA APLICADA: o caminho metodológicos que orientaram na elaboração do plano de negócio, no processo de investigação, foi a pesquisa de campo nos comércios varejistas de lingerie da cidade, além dados obtidos através de pesquisas virtuais para que assim, pudesse haver a delimitação da ação da pesquisa, indicando fontes de dados, cenário, amostras, ou seja, instrumentos que foram utilizados para obtenção dos resultados.

CAPÍTULO II

2.2 PLANEJAMENTO

Muitos são os caminhos que levam ao sucesso de determinados negócios. Contudo, são muitas as possibilidades de falhas. Por isso que o planejamento é primordial em qualquer empreendimento, sendo o empreendedor obrigado a se desafiar perante as situações.

Todo esforço que fizer para aprender, tanto com as empresas que alcançaram sucesso ou com as empresas que fracassaram, será o seu mais importante investimento, o que realmente sustentará a viabilidade de seu negócio.

Queremos dizer que é necessário conhecer o melhor possível este ramo de negócio, para que não venha fracassar.

E para quem já atuou no ramo de “Comércio Atacadista de Lingerie”, não pense que sabe tudo. Visite o maior número possível de empresários, troque idéias, confira as diferentes percepções sobre mercado, sobre todas as dificuldades que possam surgir e conseqüentemente, poderá executar um planejamento perfeito.

2.2.1 Por que Planejar?

Não basta somente vender. O que realmente é determinante de uma boa oportunidade é a quantidade de lucro. Não serve qualquer lucro, mas somente um montante que compense toda a empreitada, isto é, que supere em ganhos o que poderia ser obtido em outros negócios e investimentos. E tudo isso e só é possível se houver um planejamento prévio extremamente detalhado.

2.2.2 O plano de negócio

O plano de negócio, em qualquer empreendimento, equivale a um projeto de empresa, onde todos os pontos devem ser minuciosamente estudados, compreendidos e dominados para que o empresário seja hábil o suficiente para tomar decisões corretas.

Um plano de negócio pode ser entendido então como um conjunto de respostas que define os produtos que serão oferecidos, o formato de “loja” mais adequado, o modelo de operação que viabilize a disponibilidade destes produtos, o conhecimento, as habilidades e atitudes que os responsáveis pelo Comércio de Lingerie deverão possuir e desenvolver. Há algumas perguntas básicas e obrigatórias que devemos considerar no nosso plano de negócio:

- Quais os produtos o Comércio de Lingerie vai oferecer?
- Como serão obtidos os produtos para comercialização?
- O que de melhor será oferecido?
- Quem é e onde está o cliente?
- Onde será instalada a empresa?
- Qual deve ser a competência dos dirigentes?
- Como será a empresa?
- Que preço será cobrado?
- Que resultado será obtido?
- Qual investimento será necessário?
- Quando virão os resultados?
- Por quanto tempo suportará movimentos fracos?

CAPÍTULO III

3.1 Roteiro do Plano de Negócio

3.1.1 Plano de Negócios de uma micro-empresa na área de Lingerie Femininas.

3.1.1.1 Empreendimento: Só Della Lingerie

3.1.1.2 Nome dos Responsáveis: Alessandra Paixão Hungria

Fabiana Sueli Damasceno dos Santos

3.1.1.3 Data de Elaboração: 01/04/2006

3.1.1.4 Ramo de Atividade: Comercialização de lingerie, incluindo calcinha, soutien, camisola, baby doll e pijama.

3.1.1.5 Identificação do Público Alvo: a determinação do público alvo, na cidade de Santa Izabel / Pa, foi realizada através de uma pesquisa de campo, buscando identificar a necessidade deste tipo de empreendimento.

3.1.1.6 Mercado Concorrente: não temos conhecimento de que nesta localidade exista um empreendimento deste porte, tornando-se um fator altamente favorável, pois os outros pontos comerciais trabalham com confecções em geral.

3.1.1.7 Fornecedores: nossa mercadoria é adquirida em sua totalidade, dos fornecedores de uma cooperativa de mulheres costureiras da cidade, que confeccionam modelos elaborados por um estilista, mantendo a integridade de nosso empreendimento.

O trabalho com nossas fornecedoras é um trabalho de parceria. Qualidade, preço e regularidade são fundamentais para garantir a saúde da empresa.

3.1.1.8 Produtos e Vendidos:

Descrição do Produto: nossos produtos terão modelos diversificados, justamente para atender o público feminino.

Todos os produtos terão modelos exclusivos, considerando que haverá três tipos de tecidos com os quais serão confeccionadas nossas lingerie.

As calcinhas e os soutiens serão em lycra, algodão e renda, sendo que o fator modificante será o modelo; do mais discreto ao mais ousado.

Sistema de Qualidade do Produto: a qualidade dos produtos foi estudada e analisada por profissionais capacitados, no ramo do Comércio Atacadista de Lingerie, comprovando a durabilidade e a beleza das peças a serem oferecidas no mercado.

3.1.1.9 Localização: estado do Pará, cidade de Santa Izabel, na Rua Marechal Deodoro da Fonseca, n.º315, bairro: Centro.

3.1.1.10 Processo Operacional: o empreendimento estará em funcionamento de segunda a sábado, no horário de 08h00minh às 12h00minh e 14h00minh às 18h00minh.

3.1.1.8 Projeção de volume de produção / Volume de vendas: em andamento.

3.1.1.3.9 Projeção da necessidade pessoal: além das sócias, uma funcionária (vendedora) fará parte do processo operacional e administrativo.

CAPITULO IV

4.1 Controle do investimento

A formação do empreendedor não inclui receitas infalíveis. Cada empreendedor desenvolve sua própria receita de sucesso.

Transformar uma idéia em um negócio é muito mais difícil do que se imagina. Aprender nunca é demais, é assim que quem não sabe descobre como se faz.

Para o empreendedor, aprender significa adquirir conhecimento sobre o negócio; habilidade para montar, desenvolver e manter um empreendimento, e atitude de quem sabe aonde quer chegar e se preocupa em fazer bem-feito.

4.2 Estrutura do Empreendimento

Após um minucioso estudo e pesquisa, foram relacionadas todas as despesas que teríamos, por exemplo, com imóvel, instalações, equipamentos, contratações de serviços, contratação de empregados, treinamento, documentação, legalização da empresa etc.

Além de todos os pontos já citados, foi feita a definição dos gastos que irão compor o investimento inicial, considerando que surgirão situações de gastos que não foram imaginados antes. Portanto é necessário reservar uma boa quantia de dinheiro para estes imprevistos.

É de fundamental importância ter certeza de quanto vai gastar p/ montar o Comércio de Lingerie e quando terá de efetuar cada pagamento. E são demonstrados da seguinte maneira:

PLANILHA DE INVESTIMENTO INICIAL			
INVESTIMENTO INICIAL		-	30.713,30
ORÇAMENTO DE INVESTIMENTOS FIXOS			
ITENS	QUANTIDADE	UNIDADE	VALOR TOTAL
Capital de giro	1.300,00	1	1.300,00
Computadores e periféricos			2.300,00
Microcomputador	1.300,00	1	1.300,00
Impressora a jato de tinta	500,00	1	500,00
Impressora de aula	200,00	1	200,00
Móveis e equipamentos			800,00
Condicionador de ar	500,00	1	500,00
Móveis e outros itens			300,00
Aparelho de telefone	20,00	1	20,00
Poltrona "L"	100,00	1	100,00
Poltrona grande sem braços	170,00	1	170,00
Banca marfim - coroa inferior	15,00	2	30,00
Banca marfim - coroa superior	1,00	10	10,00
Cadeira tipo 2	1,00	120	120,00
Cadeira tipo 1	1,00	120	120,00
Cadeira	50,00	2	100,00
Mesa - direção	150,00	1	150,00
			10.820,00
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS			
	QUANTIDADE		VALOR TOTAL
IDENTIFICAÇÃO E MODIFICAÇÃO DO PROCELOMO	1.000,00		1.000,00
INSCRIÇÃO	800,00		800,00
			1.800,00
ESTOQUE INICIAL			
ITENS	QUANTIDADE	UNIDADE	VALOR TOTAL
Camiseta rosa	3,00	200	600,00
Camiseta verde	1,50	200	300,00
Camiseta azul	3,50	200	700,00
Blusa tipo rosa	8,00	100	800,00
Blusa tipo verde	4,00	100	400,00
Blusa tipo azul	6,00	100	600,00
Camiseta sem mangas - rosa	4,00	50	200,00
Camiseta sem mangas - verde	1,00	50	50,00
Camiseta sem mangas - azul	1,00	50	50,00
Camiseta rosa	8,00	50	400,00
Camiseta verde	6,00	50	300,00
Camiseta azul	2,00	50	100,00
Blusa tipo - sem mangas - verde	1,00	50	50,00
Blusa tipo - sem mangas - azul	1,20	50	60,00
Blusa	1,00	50	50,00
	111,00	1.400	
VALOR TOTAL INICIAL			2.424,00

DESPESAS FIXAS			
ITENS	QUANTIDADE	UNIDADE	VALOR TOTAL
Arquiteto	44,00	3	132,00
Material de escritório	30,00	1	30,00
Água	10,00	1	10,00
Pilha AAA	1,25	5	6,25
Grampeador	1,50	3	4,50
Tinta para o	1,20	2	2,40
Cola de papel	1,25	10	12,50
Alpícatos	1,50	3	4,50
Cola	0,50	5	2,50
Cola TUDO	0,50	2	1,00
Embalagem	10,00	5	50,00
Embalagem	3,00	50	150,00
Plano de rod	2,00	5	10,00
TOTAL			416,25

CUSTOS FIXOS			
ITENS	QUANTIDADE	UNIDADE	VALOR TOTAL
ALUGUELO	100,00	1	100,00
PROCELOMO	100,00	1	100,00
INSCRIÇÃO	200,00	1	200,00
Pre-obra	200,00	3	600,00
TRIBUTOS	40,00	1	40,00
			1.240,00

4.3 Capital de Giro

Capital de giro é o valor que a empresa necessita para produzir e pagar despesas, antes da entrada do capital que vem com as vendas.

Lembrando também que o capital de giro para os primeiros meses de operação, é o dinheiro que servirá para pagar empregados, aluguel e despesas como luz, telefone etc.

4.4 Balanço de Abertura:

BALANÇO PATRIMONIAL INICIAL			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	13.474,00	CIRCULANTE	10.000,00
DISPONÍVEL	6.300,00	FINANCIAMENTO BANCÁRIO	7.700,00
CAIXA	6.300,00	CONTAS A PAGAR	2.300,00
ESTOQUES	7.174,00		
INICIAL	7.174,00		
PERMANENTE	5.590,00	PATRIMONIO LÍQUIDO	9.064,00
IMOBILIZADO	3.790,00	CAPITAL SOCIAL	9.064,00
COMPUTADORES E PERIF.	2.300,00		
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS			
Aparelho de ar condicionado	600,00		
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	890,00		
(-) DEPREC. ACUMULADA	-		
DIFERIDO	1.800,00		
DESP. PRÉ OPERACIONAIS	1.800,00		
	-		
TOTAL DO ATIVO	19.064,00	TOTAL DO PASSIVO	19.064,00
Compra computador e periféricos, sendo 40% à vista e o restante a prazo:			
8 meses, primeira parcela para 30 dias			
Computadores e Periféricos	2.300,00		
Total	2.300,00		
Parcela (8 vezes)	287,50		

4.5 Margem de contribuição: é quanto monetariamente, cada produto vendido contribui para pagar as despesas fixas mensais, e quanto contribui para formar o lucro. e é apresentado pelo seguinte quadro:

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO				
PRODUTO	C.unit.	P.venda	M.C.Unit.	%
Calc. Lycra	2,00	5,88	3,88	66
Calc. Algodão	1,60	5,16	3,56	69
Calc. Renda	2,47	6,73	4,26	63
Sout. De lycra	5,50	12,23	6,73	55
Sout.de alq.	4,00	9,50	5,50	58
Sout. De renda	6,00	13,13	7,13	54
Camisete renda	9,00	18,58	9,58	52
Camisete alq.	10,00	20,40	10,40	51
Camisete bojo	10,50	21,31	10,81	51
Camisete cetim	8,00	16,77	8,77	52
Camisola alq.	6,00	13,13	7,13	54
Camisola crepe	7,00	14,95	7,95	53
Baby dool alq.	10,00	20,40	10,40	51
Baby dool cetim	13,00	25,85	12,85	50
Pijama	15,00	29,49	14,49	49
TOTAL	110,07	233,54	123,47	53

PROJEÇÃO DE VENDAS MENSAIS					
PRODUTO	QUANT.	CUSTO TOTAL	RECEITA	MARG. CONT.TOTAL	%
Calc. Lycra	70	140,00	411,94	271,94	66
Calc. Algodão	70	112,00	361,51	249,51	69
Calc. Renda	70	172,90	471,35	298,45	63
Sout. De lycra	35	192,50	427,92	235,42	55
Sout.de alq.	35	140,00	332,66	192,66	58
Sout. De renda	35	210,00	459,70	249,70	54
Camisete renda	21	189,00	650,44	461,44	71
Camisete alq.	21	210,00	428,42	218,42	51
Camisete bojo	21	220,50	447,50	227,00	51
Camisete cetim	21	168,00	352,11	184,11	52
Camisola alq.	21	126,00	275,82	149,82	54
Camisola crepe	21	147,00	313,96	166,96	53
Baby dool alq.	21	210,00	428,42	218,42	51
Baby dool cetim	21	273,00	542,92	269,92	50
Pijama	21	315,00	619,26	304,26	49
TOTAL	504	2.825,90	6.523,93	3.698,03	57

4.6 Ponto de equilíbrio: representa a quantidade que precisa ser realizada mensalmente para gerar receitas suficientes para pagar todo o custo variável gerado, todas as despesas que a empresa tiver no mês, isto é, “empatar”. Não ter lucro acumulado no mês, mas também não ter prejuízo.

PONTO DE EQUILÍBRIO - PE					
Pelo total dos produtos					
PE GLOBAL	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXAS}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{55,00}{14,49}$	= 4
PE POR PRODUTO					
Calc. Lycra	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{3,88}$	= 425
Calc. Algodão	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{3,56}$	= 463
Calc. Renda	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{4,26}$	= 387
Sout. De lycra	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{6,73}$	= 245
Sout.de alg.	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{5,50}$	= 300
Sout. De renda	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{7,13}$	= 231
Camisete renda	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{9,58}$	= 172
Camisete alg.	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{10,40}$	= 159
Camisete bojo	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{10,81}$	= 153
Camisete cetim	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{8,77}$	= 188
Camisola alg.	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{7,13}$	= 231
Camisola crepe	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{7,95}$	= 207
Baby dool alg.	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{10,40}$	= 159
Baby dool cetim	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{12,85}$	= 128
Pijama	=	$\frac{\text{CUSTOS FIXOS+DESPESAS FIXA}}{\text{MC UNIT.}}$	=	$\frac{1.649,25}{14,49}$	= 114

4.7 Folha do produto: A folha do produto é uma ferramenta utilizada para identificar os custos variáveis e fixos do produto por unidade. Com este recurso a composição dos custos indiretos e diretos que irá ser agregado ao produto, se tornará clara e objetiva, o que contribuirá para a definição da margem de lucro e conseqüentemente do preço de venda, além disso, irá ajudar a fazer a comparação do preço de venda que a empresa pretende praticar e o preço de venda praticado pelo mercado.

Soutien de algodão					4,00										
Soutien de renda						6,00									
Camisete com calcinha - renda							9,00								
Camisete com short - algodão								10,00							
Camisete com bojo - lycra									10,50						
camisola - cetim										8,00					
Camisola - algodão											6,00				
Camisola crepe												7,00			
Baby dool - com short - algodão													10,00		
Baby dool - com short - cetim														13,00	
Pijama															15,00
CUSTOS FIXOS															
ALUGUEL	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10
ENERGIA ELÉTRICA	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
PROPAGANDA	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
SALÁRIOS	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21
Pro - labore	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42
TELEFONE	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
CUSTOS FIXOS TOT.	0,86	0,86	0,86	0,86	0,86	0,86	0,86	0,86	0,86	0,86	0,86	0,86	0,86	0,86	0,86
CUSTOS VARIÁVEIS	2,00	1,60	2,47	5,50	4,00	6,00	9,00	10,00	10,50	8,00	6,00	7,00	10,00	13,00	15,00
CUSTOS TOTAIS	2,86	2,46	3,33	6,36	4,86	6,86	9,86	10,86	11,36	8,86	6,86	7,86	10,86	13,86	15,86

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Caixa Inicial					
RECEBIMENTOS					
Faturamento	75.165,02	86.439,77	99.405,74	114.316,60	131.464,09
Receitas à vista					
PAGAMENTOS					
Custos/Disp.Variáveis	33.910,80	34.321,43	34.737,02	35.157,65	35.583,38
Calcinha lycra					
Calcinha algodão					
Calcinha renda					
Soutien de lycra					
Soutien de algodão					
Soutien de renda					
Camiseta com calcinha - renda					
Camiseta com short - algodão					
Camiseta com bota - lycra					
camiseta - cetim					
Camiseta - algodão					
Camiseta crop					
Baby deal - cam short - algodão					
Baby deal - cam short - cetim					
Pijama					
Custos Fixos	14.796,00	14.975,16	15.156,50	15.340,03	15.525,78
ALUGUEL					
TELEFONE					
PROPAGANDA					
MATERIAIS P OFICINA					
SALÁRIOS					
ENERGIA ELÉTRICA					
Custo Total	48.706,80	49.296,59	49.893,52	50.497,68	51.109,16
SALDO DE CAIXA	26.458,22	37.143,18	49.512,22	63.818,92	80.354,93

4.9 TAXA INTERNO DE RETORNO – TIR

Utilizando seus resultados obtidos da série de períodos do fluxo de caixa calcula-se qual seria a taxa que iguala esses resultados ao investimento inicial. Essa taxa é então comparada a outros investimentos disponíveis no mercado. Por exemplo, se a TIR encontrada para o investimento foi de 15% ao ano, este não é o investimento aconselhável, uma vez que pode se obter um resultado próximo a isso, fazendo uma aplicação em renda fixa, com risco próximo de zero. Já uma TIR de 50 % ao ano, por exemplo, seria uma boa taxa na medida em que está acima da taxa mínima esperada de um investimento, no caso de uma taxa de desconto de 36%.

Então, o retorno do investimento, basicamente, é relação entre o valor atual dos resultados do fluxo de caixa e o investimento realizado.

4.10 PAYBACK

Embora não seja uma medida de rentabilidade, o método do Payback é interessante por mostrar o tempo que o projeto vai levar para retornar todo o investimento realizado. Basicamente, o Payback ocorre no momento em que o saldo de caixa acumulado, deixa de ser negativo, ou seja, o total de recursos que retornou se iguala ao total de recurso que foi investido.

4.11 VALOR PRESENTE LÍQUIDO – VPL

É o valor atual dos resultados de uma série de períodos de fluxo de caixa menos o investimento inicial. Para se chegar ao valor atual, utiliza-se uma taxa de desconto que diminui o valor dos resultados proporcionalmente ao tempo que esse evento vai ocorrer, ou seja, 100 reais de lucro no período 1 hoje são maior que 100 reais no período 2 (daqui a dois meses) que por sua vez é maior que 100 reais no período 18 (daqui a 18 meses) e assim por diante. Essa taxa é baseada nos juros praticados pela economia e no grau de risco do mercado em que se está atuando.

VALOR PRESENTE LÍQUIDO(VPL)

Ano	Investimento	Entrada de Caixa	Saída de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno em ano	Payback em ano	Dias
0	20.713,25			-19.064,00			
1		75.165,02	48.706,80	26.458,22	128%	0,78	282
2		86.439,77	49.296,59	37.143,18	179%	0,56	201
3		99.405,74	49.893,52	49.512,22	239%	0,42	151
4		114.316,60	50.497,68	63.818,92	308%	0,32	117
5		131.464,09	51.109,16	80.354,93	388%	0,26	93

Taxa de Retorno Contábil

:

$$\frac{\text{Fluxo Caixa anual}}{\text{Investimento}}$$

171%

Payback

:

$$\frac{\text{Investimento}}{\text{Fluxo Caixa anual}}$$

VPL

:

$$\frac{F_n}{(1+i)^n}$$

-

INV

VPL = Valor Presente Líquido

Fn = Fluxo de caixa

i = Taxa de Retorno Desejada

n = vida do projeto em anos

INV = Investimento Inicial

VPL

:

R\$122.628,77

TIR

:

171%

CONCLUSÃO

Concluimos que para qualquer empreendimento de grande complexidade como grandes empresas e pequenos empreendimentos como venda de doces e comidas caseiras, será necessário um planejamento, que oriente a tendência do negócio, que mostra de maneira clara os verdadeiros custos, as receitas e o lucro. E um instrumento de fundamental importância, para dar suporte a este planejamento é o Plano de Negócio, com ele será possível analisar e identificar a viabilidade econômica e financeira de um empreendimento, pois Plano de Negócio pode ser entendido como um conjunto de respostas que define os produtos que serão oferecidos, formato de loja mais adequado, o modelo de operação, neste caso o Comércio Varejista de Lingerie, que viabiliza a disponibilidade destes produtos, o conhecimento, as habilidades e atitudes que deveremos possuir ao desenvolver este empreendimento.

BIBLIOGRAFIA

- DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando Idéias e Negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001;
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. Análise de Balanços. 7 ed. São Paulo: Atlas, 1998;
- MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. Atlas;
- TEIXEIRA, Elizabeth. As Três Metodologias: Acadêmica, da Ciência e da Pesquisa. 6 ed. Belém: Unama, 2003;

[http://www.peritocontador.com.br/artigos/tcc/Monografia Antonia Dias pdf](http://www.peritocontador.com.br/artigos/tcc/Monografia%20Antonia%20Dias.pdf)

<http://empresasglobo.com>; e

<http://www.sebrae.com.br>