



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO SÓCIO ECONÔMICO
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ANA RUTH MESQUITA DOS SANTOS - 05010004901

SIDNEY SOARES DE LIMA – 05010004401

TURMA: 01030

TURNO: NOITE

PLANO DE NEGÓCIOS

Livraria Espaço Livre LTDA

1º SEMESTRE/2009

BELÉM-PA

ÍNDICE

PLANO DE NEGÓCIOS	3
1. IDENTIFICAÇÃO DO COMÉRCIO.....	3
2. PRODUTOS E SERVIÇOS	3
3. ATUAÇÃO EMPRESARIAL	3
4. FORMA DE CONSTITUIÇÃO	3
5. RECURSOS DO NEGÓCIO	3
6. ANÁLISE DO COMÉRCIO.....	4
7. ANÁLISE DE MERCADO	4
8. COMPOSIÇÃO DOS CUSTOS.....	5
9. PREÇO DE VENDA	6
10. PONTO DE EQUILÍBRIO.....	7
11. MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.....	7
12. FLUXO DE CAIXA.....	7
13. VALOR PRESENTE LÍQUIDO.....	7
14. TIR.....	8
15. TAXA DE RETORNO AO ANO.....	8
16. PAYBACK.....	8
ANEXOS	9
GLOSSÁRIO	51
BIBLIOGRAFIA	52

PLANO DE NEGÓCIOS

1. IDENTIFICAÇÃO DO COMÉRCIO

Após pesquisa de campo na cidade de Castanhal, entendemos ser a instalação de uma livraria, voltada para o público universitário, a oportunidade de se investir em um ambiente altamente confortável e ainda não explorado no suprimento das necessidades de graduandos da cidade.

A cidade conta com 1 (uma) Universidade Federal, além de outras 4 Universidades Particulares, as quais dispõem ao todo de cursos como: Ciências Contábeis, Matemática, Biologia, Administração, Direito, História, Educação Física, Agronegócios, etc;

Destacamos também o número elevado de Estudantes Universitários que se deslocam de Castanhal para Belém, no intuito de adquirir o nível superior de ensino, os quais dependem também das lojas na cidade de Belém para aquisição de livros e outras necessidades estudantis.

A busca pela qualificação profissional requer investimentos em bons estudos, e para tal, os estudantes devem contar com obras de autores renomados em suas áreas de atuação.

2. PRODUTOS E SERVIÇOS

A Livraria Espaço Livre Ltda. terá como principais produtos Livros direcionados aos estudantes de Ensino Superior.

Além disso, a Livraria Espaço Livre oferecerá o serviço que a diferenciará das demais concorrentes da cidade: a Entrega em Domicílio.

3. ATUAÇÃO EMPRESARIAL

A Livraria fechará contrato de Fornecimento de Livros e demais materiais diretamente com distribuidores e Editoras, minimizando assim os Custos com transportes. E, como já comentado acima esta atuará no campo de revenda de Livros voltados ao público Universitário em geral.

4. FORMA DE CONSTITUIÇÃO

A Empresa será formada pelos sócios Ana Ruth Mesquita e Sidney Lima com Capital Social distribuído uniformemente para cada (R\$15.000,00). A empresa será constituída de forma a aderir ao Simples Nacional, reduzindo assim os valores de Tributos a serem recolhidos.

5. RECURSOS DO NEGÓCIO

Os recursos inicialmente necessários para a implementação desse negócio, serão: livros, a sala comercial, Balcões, Armários, Conjuntos de Mesas e Cadeiras, equipamentos eletrônicos (Telefone, Fax, Computadores, Centrais de Ar).

Para erguer esse projeto, o investimento inicial fica no valor de R\$ 56.783,00. O trabalho de levantamento de todos esses recursos se faz com a pretensão de um

financiamento no valor de R\$ 15.923,00 e pela busca de adquirir seus estoques iniciais com a forma de pagamento dividida em: 60% a vista e o restante a prazo.

6. ANÁLISE DO COMÉRCIO

- Índice de crescimento

O atual projeto estima um crescimento conforme tabela abaixo:

2011	2012	2013	2014
10%	10%	10%	10%

- Sazonalidades

A Livraria Espaço Livre Ltda., contará com movimento diferenciado em suas atividades normais de mercado, alavancando-as ainda mais com os eventos ocorridos nos meses de Janeiro e Julho (Início e/ou Retorno do período escolar).

- Tendências operacionais e financeiras

A Livraria Espaço Livre Ltda., terá como diferenciais operacionais o fato de contar com Serviços de Entrega a domicílio e o Uso de Tecnologias para a expansão do Conhecimento (Acesso a Internet). Além desses atrativos, contaremos também com o contínuo treinamento de nossos colaboradores.

7. ANÁLISE DE MERCADO

- Alcance e distribuição do mercado

A Empresa trabalhará no atendimento às necessidades dos públicos das classes: A, B e C.

- Segmentação do mercado:

A Empresa se estabelecerá no Município de Castanhal- PA.

- Os principais clientes e concentração:

A empresa entra em atuação na busca pelo preenchimento da lacuna existente na assistência educacional dos estudantes, principalmente, os universitários da própria cidade e circunvizinhas.

- Táticas de vendas

A Empresa pretende alavancar suas primeiras vendas com uma exposição inicial de seus produtos, sendo esta aberta e gratuita a toda a população da localidade, entrando no mercado local na mesma data: 02/01/2010.

- Promoção e Propaganda

A Empresa utilizará de Publicidade e Propaganda nas unidades difusoras de informações (Rádio, TV e Jornais locais) para divulgação da novidade acadêmica que surge na cidade.

- *Os principais competidores*

A cidade de Castanhal dispõe apenas de outras 2 livrarias que atuam na área, porém sem os atrativos e diferenciais (Público Universitário e Entrega em Domicílio) propostos em nossa Livraria.

As concorrentes atuam em um campo mais amplo, sem as especificidades apresentada na Livraria Espaço Livre Ltda.

8. COMPOSIÇÃO DOS CUSTOS

Primeiramente, para a elaboração deste tópico, lembraremos alguns conceitos básicos relacionados a tal matéria. Falaremos a respeito de um ramo da contabilidade responsável por “*um estudo que acumula, identifica, analisa e traduz os custos dos produtos fabricados, dos estoques, de uma organização. operacionalização e de distribuição: a Contabilidade de Custos.*”

A contabilidade de custos requer a existência de métodos de custeio, para que, ao final do processo, seja possível obter-se o valor a ser atribuído ao objeto de estudo.

Custos - gastos relativos a um bem ou serviço utilizados na produção de outros bens ou serviços.

Os custos podem ser classificados em: fixos ou variáveis.

Custos Fixos: são aqueles que ocorrem todo o mês independente da quantidade produzida.

Custos Variáveis: são aqueles que ocorrem na proporção da quantidade produzida, ou seja, variam de acordo com o volume de produção.

Os custos podem ainda ser classificados em: diretos ou indiretos.

Diretos: são aqueles que podem ser alocados diretamente a cada produto, ou seja, devem ser identificados especificamente para cada produto.

Indiretos: são aqueles que não identificamos no produto. Necessita de critérios de rateios para locação.

Para melhores esclarecimentos, o quadro estrutural de custos e despesas da Livraria Espaço Livre Ltda., fica da seguinte forma:

- *Custos Fixos*: Salários e Encargos;
- *Custos Variáveis*: CMV, Fretes, Seguros e Custo da Entrega a Domicílio;
- *Despesas Fixas*: Aluguel, Segurança e Manutenção, Energia, Telefone, Material de Expediente, Material de Limpeza, Assessoria Contábeis e Internet.

A Espaço Livre Ltda., para a execução de suas atividades comerciais, e posterior apuração de seus preços de venda, levantará seus custos de comercialização por meio de rateio.

Rateio é a distribuição de um determinado valor, proporcionalmente a um valor pré-estabelecido. São considerados custos de comercialização todos aqueles que incidem sobre o preço de venda. Exemplo: fretes, seguros, etc.

O custo de aquisição das mercadorias é determinado pelo valor da fatura, deduzido dos descontos, abatimentos e acrescidas de todas as despesas com mercadoria até sua entrada no depósito.

Ex: Preço de Aquisição
 (-) descontos obtidos
 (-) impostos recuperáveis
 (+) fretes
 (+) seguros
 (+) outras despesas
 (=) custo de aquisição

Para se chegar ao preço de venda, agregamos ao custo de aquisição das mercadorias, os custos e despesas decorrentes da necessidade de execução de suas atividades: os aluguéis, salários, materiais de expediente, materiais de limpeza, propaganda, etc... Esses custos e despesas são considerados como **fixos**, por não dependerem da quantidade de mercadoria adquirida e vendida.

9. PREÇO DE VENDA

Um ponto a ser visto após a apropriação de custos é a formação do Preço de Venda. Para tal, diminuimos o valor dos impostos e estipulamos nossa margem de lucro.

Note-se:

Preço de Venda	=	Custo Total
		1- (Impostos + Marg. Lucro)

Esta é a fórmula básica para se chegar a um preço de venda que cubra todos os meus custos. É interessante saber que muitos lojistas, donos de negócios, não fazem levantamento de todos os seus custos para então colocar seu produto a venda no mercado, ficando à mera condição de levantamento de preços da concorrência.

A Livraria Espaço Livre Ltda. fez uso da apropriação de todos seus custos, diretamente com cada produto.

Cada produto, por sua vez, tem uma margem de lucro diferente, por entendermos que essa é a melhor maneira de chegarmos a preços condizentes com o mercado, afinal, lembramos que quando estamos definindo o preço de venda, além de considerar os fatores internos (custo e lucro) da empresa consideramos também os fatores externos (mercado, concorrência, etc.).

Lembramos mais uma vez que a nova empresa surge de forma a aderir ao Simples Nacional, portanto, de início nossos impostos ficam reduzidos à alíquota de 4%.

10. PONTO DE EQUILÍBRIO

Outra fórmula que utilizamos é a do ponto de equilíbrio. Este nos revela quantos produtos precisamos vender para que a empresa chegue ao lucro zero, ou seja, todos os meus custos sejam anulados.

“Ponto de equilíbrio nada mais é do que o valor que a empresa precisa vender para cobrir o custo das mercadorias vendidas, as despesas variáveis e as despesas fixas. No Ponto de Equilíbrio, a empresa não terá lucro nem prejuízo.”

PONTO DE EQUILÍBRIO	=	Custo + Desp. Fixas
		Margem de Cont. Unitária

O cálculo do ponto de equilíbrio nos ajuda, enquanto empreendedores a encontrar o nível de venda em que a receita obtida será igual às saídas de caixa, ou seja, o mínimo de vendas necessário para não trabalhar em prejuízo.

Avaliando nosso negócio pela ótica do Ponto de Equilíbrio, atribuímos à venda do “Livro de Física” o melhor produto para cobrir todos os meus custos, com a indicação de que a partir de 6 unidades vendidas obtemos lucro, em confronto com livros como de “Contábeis, História e Pedagogia, que me exigem o mínimo de 12 unidades para não ter prejuízo.

11. MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Resta-nos esclarecer o que seja a *Margem de Contribuição*: Chamamos de margem de Contribuição a diferença entre Vendas totais e Custos Variáveis totais. Exemplo: Vendas totais 100,00 (menos) custos variáveis totais 70,00 = margem 30,00.

A margem de contribuição serve para o planejamento da atuação da Livraria Espaço Livre Ltda. Conhecendo a margem, podemos estipular metas de venda e integrando seu cálculo ao próprio cálculo da formação do preço de venda, é possível desde início trabalharmos com preços que realmente *contribuam* para a cobertura dos custos fixos.

12. FLUXO DE CAIXA

De acordo com Zdanowicz (1998, p.40) “denomina-se fluxo de caixa de uma empresa ao conjunto de ingressos e desembolsos de numerário ao longo de um período determinado. Segundo Honório (1997, p.27) “o objetivo principal do fluxo de caixa é prever os ingressos e saídas de dinheiro num espaço de tempo futuro, evitando que a empresa seja tomada de surpresa com falta de dinheiro para pagar seus compromissos”.

Não diferente deste conceito, a Livraria Espaço Livre Ltda., levanta seus possíveis ingressos e saídas de dinheiro como planejamento de suas atividades ao longo de 1 ano, empenhando-se em honrar todas as suas obrigações adquiridas para colocar o negócio em funcionamento.

13. VALOR PRESENTE LÍQUIDO

“O valor presente líquido (VPL) é uma função utilizada na análise da viabilidade de um projeto de investimento. Ele é definido como o somatório dos valores presentes dos fluxos

estimados de uma aplicação, calculados a partir de uma taxa dada e de seu período de duração. (...) A taxa fornecida à função representa o rendimento esperado do projeto.”

Possibilidades para o valor presente líquido:

- Maior do que zero: significa que o investimento é economicamente atrativo, pois o valor presente das entradas de caixa é maior do que o valor presente das saídas de caixa.
- Igual a zero: o investimento é indiferente, pois o valor presente das entradas de caixa é igual ao valor presente das saídas de caixa.
- Menor do que zero: indica que o investimento não é economicamente atrativo porque o valor presente das entradas de caixa é menor do que o valor presente das saídas de caixa.

Para se avaliar a rentabilidade do projeto “Livraria Espaço Livre Ltda.”, também fazemos uso deste recurso, e com êxito obtivemos bons resultados, o que nos garante uma boa escolha a exploração deste negócio.

14. TIR

TIR é outra técnica de análise de rentabilidade do negócio, baseada na utilização dos resultados obtidos na série de fluxos de caixa para a obtenção de uma taxa, aquela que iguala os resultados dos fluxos com o investimento inicial.

A TIR calculada para levantamento do projeto “Livraria Espaço Livre Ltda.” leva em consideração o investimento inicial necessário, procurando avaliar assim o seu efetivo retorno, A taxa interna de retorno *por produto* nos revela qual produto admitiria melhores resultados.

15. TAXA DE RETORNO AO ANO

É a relação entre o valor atual dos resultados do fluxo de caixa e o investimento realizado, ou seja, a taxa percentual que representa o quanto de retorno foi obtido para determinado ano. Em meio 10 produtos diferentes, que movimentam o negócio de forma diferenciada, obtemos taxa mínima de retorno no ano 3 para o produto “Livro de História” (26%), e uma máxima de 72% para “Livro de Física” no 5º ano.

16. PAYBACK

Torna-se interessante a utilização deste método por nos mostrar o tempo em que o projeto levará para retorna o investimento colocado. Em outras palavras, a partir de quando o volume de recursos encontrados consegue cobrir o que já foi gasto para erguer o negócio.

Pelos cálculos, baseados em resultados diferenciados em cada período base e com uma abordagem sobre cada produto, o máximo que encontramos é 4, significando que um determinado produto em 4 anos consegue satisfazer o que foi investido.